

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppgave 1a

Forretningsplanen:

- Sammendrag: kort sammendrag med det viktigste fra alle avsnittene.
- Visjon og forretningside: Visjon er en ledestjerne - noe å strekke seg etter, og gir stift på hvorfor du starter prosjektet. Skriv gjerne litt om bakgrunnen for ideen. Forretningsideen er kort fortalt hvilket behov eller problem du skal løse i markedet og hvordan du skal tjene penger på det. Hva gjør deg/din ide unik?
- Beskrivelser av:
 - produkt: hvilke produkter tilbyr du? Hva gjør det unikt fra andre i markedet? Ikke for detaljert på teknisk informasjon det er bedre å legge som vedlegg.
 - marked: beskrive hva som kjennetegner bransjen, konkurrentene, markedet (hvilket behov du skal dekke) og kunder. Dette er et viktig punkt og krever mye undersøkelser.
 - team og kompetanse: beskrivelse av teamet bak forretningsideen / forretningen. Litt om deres bakgrunn, erfaring, CV, hva som gjør dem spesielt kvalifisert til å tilfredsstille dette behovet i markedet, nettverk / relasjoner.
 - økonomiske forutsetninger: kapitalbehov - hva man trenger av midler. Finansiering - behov - hvordan man finansierer kapitalbehovet. Økonomiske forutsetninger man

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

- leggertil grunn for budsjettet. Det vil også
være nyttig å begrunne valg av selskaps-
form, hvordan bedriften blir organisert.
- Analyser: for eksempel kan man gjøre en
SWOT-analyse. Det vil også være nyttig å
gjøre en risikoanalyse, og se på evt. tiltak.
 - Strategier: her er det nyttig å beskrive de 4 P'ene
(pris, produkt, plassering, promotion) og
hvordan de leder til de 4 K'ene (kostnad,
kundens nytte, komfort og kommunikasjon).
Dette gjøres på bakgrunn av markeds-
undersøkelsen. Det er også nyttig å
lage en aktivitetsplan som forholder
seg til en tidslinje. Strategi skal vise
hvordan du skal posisjonere deg og
selge deg inn i markedet.
 - Budsjett: resultatbudsjett - skal vise hvordan
forventede inntekter og utgifter fortoner
seg. Likviditetsbudsjett viser om det
er nok penger i banken til å betale
regningene. (Det er forskjell på inntekter/
kostnader og innskudd/utbetaling).
Det vil være nyttig å sette opp budsjett
for flere år for å se estimert utvikling

Oppgave 1b

Forretningsplanen er viktig både for internt
og eksternt bruk.

Internt: planen er viktig for meg som entreprenør
fordi den tvinger meg til å ta viktige
beslutninger. Den blir et styringsdokument
på veien fra visjon til handling.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Den skal avdekke risiko. Ved å
avdekke risiko reduserer den også risiko,
samt at den skal gi muligheter til å
behandle den resterende risikoen.

- Eksternt:
- planen er viktig for dagens eiere, som en informasjonskilde. Planen må altså oppdateres jevnlig.
 - planen er viktig for fremtidige eiere / investorer og må gi svar på usikkerhet / risiko knyttet til prosjektet, samt muligheter.
 - planen er viktig iforhold til å oppnå lån; altså bl.a. for banker. En solid forretningsplan vitner om seriositet og kunnskap om bransjen.

Kort fortalt må planen gi svar på muligheter og risiko knyttet til prosjektet.

Oppgave 2a

På bakgrunn av omstendighetene rundt festivalen, oppsummert i sommer, sløygård, sangglede, har festivalen fått navnet "Idyll". Navnet er tenkt å oppsummere prosjektets omstendigheter og intensjoner.

Oppgave 2b

Siden alle tre ønsker å være med sameiere av bedriften er enkeltmannsforetak utelukket. Vi står derfor mellom ANS, DA og AS. På nåværende tidspunkt er alle enige om å være like mye ansvarlig, og for å ivareta sikkerhet rundt privatøkonomi utelukket er vi også ANS.

Denne kolonne er
 forbeholdt sensor.

Det er en mulighet å velge DA, og å dele
 ansvaret likt mellom partene. Allikevel
 føler vi at siden vi er så mange involvert,
 og på grunn av risikoen knyttet til
 prosjektet, vil det være ryddigst og tryggest
 å opprette et AS. Aksjene skal fordeles
 likt mellom partene. Styret vil konstitueres
 av partene, samt regnskapsfører. Å opprette
 et AS vil være ryddig i forhold til å ivareta
 de ulike partenes interesser. Men risikofaktoren
 er også viktig i valget av selskapsform. Det er
 mye usikkerhet knyttet til å starte en helt
 ny festival. Selvom vi har tro på at det
 vil fungere godt, kan vi aldri vite sikkert.
 Å opprette AS, medfører at vi er ansvarlig
 for evt. tap i forhold til, men ikke utøver
 innskutt aksjeverdi.

Oppgave 2c

Kapitalbehov ved oppstart	600 000,-
Lån	130 000,-
Tilskudd Cultura	150 000,-
Innovasjon Norge	20 000,-
Aksjekapital	300 000,-
Selv kapital	600 000,-

Halvparten av kapitalbehovet dekket av egne
 midler i form av aksjekapital pålydende
 300 000,-. Videre vil det søkes om lån på
 130 000,-. Tiltross for risikoen knyttet til
 prosjektet forventer vi at det vil være mulig
 å oppnå lån på dette, da egenkapitalen,

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

eller aksjekapitalen er relativt høy ved oppstart (i forhold til lån). En annen begrunnelse for at vi forventer å oppnå lån, er den solide forretningsplanen og den grundige markedsundersøkelsen, som tilsier at prosjektet er gjennomførbart og profittegivende. Det vil også søkes om bidrag fra Cultiva på 150 000. Oppi denne søknaden virker sannsynlig i våre øyne. Prosjektet er kulturbasert og situert i Kristiansand. Det er et nytt konsept og det kommer innbyggere i Kristiansand til gode. Dessuten har prosjektet en relativt bred målgruppe. I hovedsak vil prosjektet reiser inn mot voksne og familier. Til slutt søkes det om et etablererstipend fra Innovasjon Norge på 20000,-. Vi begrunner søknaden med at vi baserer oss på nytt konsept. Dersom søknaden ikke går gjennom, må vi vurderer å øke andelen på lån. Dersom dette heller ikke fungerer, må vi vurdere å engasjere en investor.

Oppgave 2d

Jekyll er ikke av de største festivalene i landet, men det betyr ikke at den er liten og ubetyddig. Selvfølgelig strekker seg over tre dager, med fokus på ettermiddag og kveldsaktiviteter. Dette er en internasjonal festival og i første omgang vil det settes på artister fra Skandinavia, Frankrike og USA. Som hoved-

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

base har festivalen Kristiansand sentrum, men selve konsertene vil foregå på ulike steder, bl.a. Hamresanden, Berteshukta og ~~Nyhetssentret~~. Bystrenda.

Profilen til Idyll, skal springe ut av selve navnet, samt omstendighetene som ligger til grunn for selve navnevalget, nemlig sol, sommer, skjergård og sangled. I hovedsak forventes først og fremst voksne som interesserte, men profilen skal også rettes mot barnefamilier. Det er en berøkenforliggende forutsetning at dette skal være noe familier kan gjøre sammen. Og det viktigste stikkordet er glede.

Selve produktporteføljen består av:

- Konserter med artister fra Skandinavia, Frankrike og USA.
 - spesielt for barn
 - spesielt for familier
 - spesielt for voksent publikum.
- Seminaer/workshop med artistene
 - særlig for barn og familier
- Ausang - ledet av lokale artister, muligens med innslag fra artistene.

Det finnes allerede flere festivaler på markedet, både for barn, ungdom og voksne. Idyll skiller seg fra disse ved sitt fokus på at dette er en familiebegivenhet. Det er fokus på glede og

Denne kolonne er
 forbeholdt sensor.

Samvær og at dette skal være både interessant og spennende for både barn og voksne. Opplegget rundt har en avslappet holdning og oppfordrer til piknik eller grilling under arrangementene.

Oppgave 2e

Pris: grunnleggende for fastsettelse av pris er at inntektene skal kunne dekke kostnadene, som et minimum, og helst gi profitt. Dette legger igjen grunnlaget for videre drift, og at vi kan presentere prosjektet som en årlig begivenhet. Samtidig må det være overkommelige priser for kundene. Med selve profilen vår, som har fokus på familie, glede og samhold må vi finne en balanse, slik at vi tjener vårt, samtidig som familiene føler det er overkommelig. Vi må altså ikke legge oss for høyt. Det blir fort dyrt når en familie på fire skal på ferie. Dersom vi sammenligner med for eksempel dyreparken ser vi likevel at folk er villig til å betale for inngang når produktet er noe som lever til deres forventninger. For å trekke familier og for at de naturlig skal velge å bruke deler av ferien på oss, foreslås det en familiepakke løsning. Videre vil det bli mulighet for 1, 2 og 3 dagers pass, samt kjøp av billetter for enkelt arrangement. Vi vil altså operere med rabatterning, som gjør at det lønner seg å kjøpe 3-dagers pass i forhold

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

til å kjøpe billetter til hvert enkelt arrangement. Dette håper vi kan sikre at flere velger å bli lenger på festivalen. Fokus på familiepakker er viktig for å leve opp til profilen.

Produkt: produktet ble nøyaktig beskrevet i forrige punkt (oppgave 2d). Jeg vil derfor bare trekke fram noen vesentlige momenter i denne omgang. Produktet består som sagt av workshops/seminar, konserter og allsang. Dette selges ut som en sosial pakke, med fokus på sangglede, sommer og skjogård. Det vil fokuseres på voksne og familier som målgruppe. Det er et viktig aspekt ved ideen at dette er noe familien skal kunne gjøre sammen, og det skal ha interesse og relevans for både barn og voksne. På sikt er det overordnet mål at Jekyll er noe familien naturlig ønsker å gjøre til en del av ferien sin (nettopp ved sitt fokus på sosialt samvær og glede.).

Promotion: promoteringen av prosjektet skal gjøres på flere måter. Det vil satses på betalt annonseplass i lokale og riksdekkende aviser. Videre vil det trykkes opp plakater og små brosjyrer som skal være lett tilgjengelig ved diverse bensinstasjoner, turistkontor osv. Det jobbes også med en avtale for å få små flyers med i utgivelsen av ukeblader og magasiner, som Seilhor, Norsk Ukeblad og Båttmagasinet. Når det gjelder brosjyrer jobbes

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

det åpne med en avtale med Kristiansand kommune og Vest-Agder fylkeskommune i forhold til gratis omtale i ferequide og på nettsider. Det vil åpne markedsføres gjennom tv. Det vurderes betalt annonsering samt at det settes på friomtale både i lokaltv og riksdekkende tv, som for eksempel God Morgen Norge. Videre vil det opprettes en egen nettside med informasjon om festivalen, numre og mulighet for booking av billetter. Facebook er også blitt en veldig populær kanal i Norge. Derfor vil det opprettes gruppe og event på Facebook også. Valget av kanaler og medier er gjort på bakgrunn av målgruppe og et ønske om nå flest mulig, interesserte kunder.

Plassering: selve produktet befinner seg på Sørlandet, Norges sommerdestinasjon nr.1, med base i Kristiansand, Sørlandets "hovedstad". Dette er strategisk i forhold til prosjektets profil, som baserer seg på sommer, sydegård og glede. Det er også strategisk i forhold til at mange familier velger Sørlandet som destinasjon for sommerferien. Vi forventer at bl. annet dyreparken allerede trekker mange. Dette vil gjøre det lettere for familier og velge oss selv å forlenge oppholdet noen dager. Tilgangen på informasjon skal være lett tilgjengelig, derfor settes det på ulike typer medier og

Denne kolonne er
 forbeholdt sensor.

ulike kanaler. Selve kjøpet av billetter skal også være lett for kunden. De har mulighet til å bestille via internett, telefon eller direkte på location under festivalen.

Oppgave 2f

Når man lager en gjennomføringsplan er det viktig at den oversiktlig. Det kan være lurt å lage en tabell med følgende kolonner: Aktivitet, beskrivelse, hensikt, periode/tidrom, kostnad og ansvarlig. Da dette er på et tidlig stadium velger jeg å foreløpig lage en forenklet versjon. Aktivitet og beskrivelse står jeg sammen da disse utfyller hverandre. Hensikt følger jeg til derom det ikke kommer klart fram av første punkt. På enkelte punkter vil jeg estimere kostnad, men det er fortsatt såpass tidlig i prosessen at dette vil være vanskelig på alle punkter, i mangel av nødvendig informasjon. Jeg velger også å se bort fra ansvarlig i denne omgang. Jeg følger jeg får med de viktigste punktene på et så tidlig stadium, og det vil utarbeide en revidert versjon på et senere tidspunkt. Perioden strekker seg fra 1.6.2008 - 31.10.2009

Aktivitet (hensikt)	Periode	Kostnad
• Opprette selskap	juni	10 000
• Internasjonale avtaler på plass	sept.	
• Sponsoravtaler på plass	okt.	
• nettside funksjonibel	okt	10000

Kurskode/Fag: TPL 107
 Kandidatnr.: 3721
 Dato: 16. mai 2008
 Ark nr.: 11 av 15

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Aktivitet (hensilet)	Periode	Kostnad
• event samarbeidspartnere, sponsorer (pressekontakter)	nov.	20000
• markedsføringsstunt	jan.	20000
• program ferdig utkast	jan.	
• opptrykk program, plakater, brosjyrer	feb.	60000
• distribuere markedsføringsmaterieell	mar.	
• PR-avtaler ukeblader	mar.	
• markedsføringsstunt	april	50000
• tv/media-dekning	mai/juni	
• festival	juli	
• internasjonale avtaler for 2010	sept.	
• sponsoraftaler 2010	okt.	

Oppgave 2a)

Vi har et sponsarbudsjett pålydende 1 million kr. På grunn av festivalens profil og plassering, tror vi absolutt at næringslivet er interessert i å bidra for å gjøre festivalen mulig.

- Først og fremst jobber vi med Kristiansand kommune som en mulig sponsor. Ideell vil bidra til økt turisme og oppmerksomhet om Sørlandet generelt, og særlig for Kristiansand. Økt turisme betyr også økt omsetning for annen næringsvirksomhet. Dessuten er det et attraktivt tilbud for Kristiansands innbyggere.

- Sparebankstiftelsen vurderes også som en

Denne kolonne er
 forbeholdt sensor.

sannsynlig sponsor. Dette er en lokal bank, og et engasjement i Jylland vil medføre positiv omtale, samt at profilen med fokus på familier som koser seg sammen er et nødvendig bidrag i festival-mangfoldet. Dette kommer den lokale befolkningen til gode, noe som er utmerket og et ønske for en lokal bank.

- Båtmagasinet vurderes også som en seriøs og sannsynlig sponsor. Det å sitse festivalen skal foregå i skjergården, gjør den svært attraktiv for småbåtfolket - leserne av båtmagasinet.

- Hotel Norge er valgt ut som sannsynlig sponsor. Et engasjement i Jylland kan føre til gode samarbeidsavtaler i forhold til innløsning av artister, men også for evt. kunder. Videre kan det medføre mer eller gratis PR via informasjonsmateriekk rundet Jylland. Særlig er det viktig på landsdekkende basis - for tilreisende publikum som ikke er kjent i regionen.

- Til sist har vi valgt ut Dyreparken som en alternativ sponsor. Vi tror at våre konsepter kan utfylle hverandre, og at vi kan nytte godt av å samarbeide. Vårt tilbud er like ved at de appellerer til familier. Dette kan føre til at flere legger turen til Kristiansand, og at flere velger å bli en dag ekstra for å få med begge attraksjonene. Det vil si at vi utfyller hverandre og at begge nytter godt

Denne kolonne er
 forbeholdt sensor.

av markedet, istedet for å konkurrere
 om de samme kundene.

Oppgave 2h

I min vurdering av risiko velger jeg å foreta
 en risikoanalyse. Dette er oversiktlig og greit
 i forhold til å få oversikt over de store utfordringene.

Risiko	Risikofaktor (1-5 der 1 er lav og 5 er høy)	Tiltale
At kapitalbehovet ikke dekkes som forventet.	2	Finne akt. investorer, långivere e.l.
At sponsorer uteblir	3	Redusere omfanget av festivalen. Vurder andre sponsorer.
Sluktende billetsalg	4 3	Intensivere markeds- føring. Vurder rabatt- ordninger. Evt. selge til næringslivet?
At vi ikke får godkjent festival- områdene	1	Finne alternative områder.

Som vi ser av risikoen analyse er det mest
 kritiske at sponsorene, eller kundene uteblir,
 eller ikke svarer til forventningene. Dette kan
 være delvis kritisk for festivalen da det både
 påvirker omfanget av festivalen, og videre
 drift. At kapitalbehovet ikke dekkes som
 forventet, kan være et problem om det er
 bidrag fra Cultiva som uteblir. Hosningene
 kan være flere investorer. Det er ikke like

Denne kolonne er
 forbeholdt sensor.

kritisk om det er lån som utelukkende kan løses på samme måte, med investorer, eller evt. privat lån. At vi ikke får godkjente planlagte festivalområder er vurderet. Da må vi legge et arbeid i å finne alternative områder.

Jeg skal også se på muligheter for festivalen.

- En mulighet er å få til et samarbeid med TV2 som har produksjon av programmet "Ausgang på Østisen". Om vi får et program til å ha sending fra festivalen oppstår vi en ny samarbeidspartner, viktig for økonomien, samt fri PR. Vi har til dels like profiler, som passer godt med hverandre.

- Det er en mulighet å utvide samarbeidet med dyreparken til at vi kan ha noen av arrangementene for barn i selve Dyreparken.

- På sikt kan det være en mulighet å vurdere samarbeid med MatCirkus. De to konseptene vil utfylle hverandre godt.
- I forlengelse av det første punktet, er det også en mulighet å innarbeide et tur-konsept som en del av helheten.

Dette krever et samarbeid med NRK eller TV2, og har positive innvirkninger på økonomien.

- Det er en mulighet å utvide workshop-delen for barn. Muligens som en leir/workshop i forkant av festivalen

Kurskode/Fag: TPL 107
Kandidatnr. : 3721
Dato : 16. mai 2008
Ark nr. : 15 av 15

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

som kan resultere i et innslag under
sewe festivalen. Dette åpner også for
et evt. samarbeid med den kommunale
sommerskole.