

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppgave 1

a) Jeg vil her liste opp punkter som er viktige i en forretningsplan

Forretningsidé

- Visjon
- Mål, lang og kortsiktige
- Produkt

Hvem er bedriften?

- Eiere, bakgrunn CV
- Produsenter
- Valg av selskapsform.

Markedsanalyse

- Potensielle kunder, markedsundersøkelse
- Konkurrenter
- Potensiell posisjon i markedet

Markedsstrategi

- Analyse av egne styrker, svakheter, muligheter og trusler
- Hvordan posisjonere seg i markedet

Markedsføring

- Mulige profileringsmåter

Kapitalbehov

- analyse av behov
- mulige investorer og kilder til kapital

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Budsjett

- forventede inntekter og utgifter
- investeringsbehov

b) Forretningsplanen er et dynamisk dokument, som man stadig må endre eller revidere i takt med endringer som skjer rundt og i bedriften. Planen vil først og fremst være et målstyringsdokument innad i bedriften, og et dokument for å profilere bedriften ut til investorer, kunder, produsenter og leverandører.

Planen skal vise hvem bedriften er, hva den står for, hva den skal drive med og hva slags mål den har. Den skal være et dokument som synliggjør og går i dybden på forretningsideén. Den skal gi svar på hvordan en tenker å nå sitt mål på en planmessig måte.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppgave 2

a) Siden dette skal være en internasjonal festival, må navnet forstås på flere språk. Navnet skal være: "Southern Singing Comfort".

b) Vi er tre stykker som starter denne festivalen, og har sett på mulige selskapsformer, det være seg enkeltpersonforetak, DA, ANS eller AS. Siden vi alle ønsker å være aktive eiere og drivere, legger vi velik tanken på enkeltpersonforetak. Det at vi allerede har dekket inn halvparten av egenkapitalbehovet med egne midler, pålydende 100 000 hver, gjør at vi velger AS-formen, der vi sitter med like aksjepost hver. Aksjekapitalutvalget på 100 000 er dekket, og vi ser denne selskapsformen som en stor fordel, da vårt personlige økonomiske ansvar er begrenset til aksjekapitalen ved evt. konkurs. Dette med mindre man har opptrådt uansvarlig og blandet personlig og firmaets økonomi.

Ved de to andre selskapsformene vil vi ha gjensidige økonomiske forpliktelser for hverandre, noe vi ser som for risikofylt.

c) Vårt kapitalbehov er estimert til 600 000 kr. Av dette har vi en egenkapital på 300 000 kr. Vi har flere mulige kilder til å dekke det resterende behovet.

J og med at vi har 50% egenkapital, er sjansen for lån i banken god.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

I tillegg til dette har vi mulighet til å søke etablererstipend gjennom Innovasjon Norge.

Siden vi skal være lokalisert til Sørlandet, og Kristiansandsregionen, vil vi kunne søke tilskudd til kulturformål både fra kommunen og fylkeskommunen.

Det vil også være mulig å søke om kapital fra stiftelsen Cultiva, som nettopp skal stimulere til kulturaktiviteter i regionen.

Vi vil også søke både Kultur og Utennriksdepartementet om midler, da dette skal være en internasjonal festival.

I dette punktet vil jeg fokusere mest på de mulighetene jeg ser, og legge bort de begrensningene som nok finnes i forhold til rettigheter til bruk av områder etc.

Som festivalens navn indikerer, er dette en festival som skal fokusere på sang og komfort her i sør. Viser er i seg selv en, på mange måter, behagelig uttrykksform, selvom tekstene ofte kan være sterke innholdsmessig. Vår profil skal være at vi setter fokus på det "tilbakelente", idyllen, skjergården og det "sakte livet". "Simple living" er en begreps- og stofflig økning, der man setter fokus på menneskelige kvaliteter og verdier, og har et økologisk fokus. Dette vil vi underbygge med vår profil, og mener visesang er en ypperlig uttrykksform i forhold til denne fokusen.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Landsdelen har også to store musikkfestivaler på sommerstid; Quart og Hove, og disse arrangeres tidlig i juli hvert år. Selvom de har en annen profil, og muligens et annet publikum, vil vi legge vår festival til begynnelsen av august. Sommervarmen og turistene er fortsatt til stede i landsdelen, og den største attraksjonen; Dyreparken, har fortsatt høysesong.

Vi vil at festivalen skal være i 3 dager, der det vil være mulighet for 2 kvelder med konserter. Vi ønsker en stor norsk viseartist til den ene kvelden, og en internasjonal artist til den andre kvelden, begge som trekkplaste for festivalen.

Konsertene skal foregå på friluftsscener fra Blindleia i øst til Krustiansand i vest. De to store konsertene skal være på scener på Odderøya. I tillegg til dette vil vi ha små intimkonserter på ulike øyer og holmer i skjærgården. Vi legger opp til 6 konserter av dette slaget ^{ledagig} hver av de tre dagene. 2 av konsertene skal være med fokus på allsang og involvering av publikum, der tilhørerne har mulighet til å ta med gitar og spille sammen med artistene. Det vil bli delt ut sangark med besifring eller bruk av lysark. Alt etter hvilke muligheter som finnes.

Hver dag skal det arrangeres workshop, 1 for barn og 1 for voksne, der man kan lære enkle gitargrep og noen viser.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Etter de store konsertene på kveldene, vil det bli natthykking ute på holmer, med båttransport ut. Her kan man sitte rundt et bål og spille sammen.

Det vil bli mulighet for å kjøpe mat på de ulike arrangementsstedene, og da vil fokus være på økologisk dyrket, lokal mat.

Siste dagen vil vi lage et "internasjonalt koldtbord", med mat fra ulike land akkompagnert av visesang fra de ulike landene.

At vi vil være en internasjonal festival, indikerer at vi ønsker både internasjonale artister og publikum i tillegg til de norske. Vår visjon er å bli en ledende festival for internasjonal visesang og fokus på "det gode liv". Vi ser for oss en oppbygging over tid, og ønsker å være på folkemunne i visekretser innen 5 år.

For å bevare intimiteten, vil vårt fokus være på mange små scener framfor noen få store. Vi ser utfordringen logistikkemessig i forhold til å få fraktet publikum og artister ut til skjærgården, men dette er en bølge vi vil jobbe svært bevisst i forhold til, siden det er dette som vil skape festivalens særprege.

Vår produktportefølje vil være 2-3 "store" artister hvert år sammen med 15-20 lokale, nasjonale og internasjonale artister. Hvert år vil vi også profilere 1-2 debutanter. Vi ser for oss at produktporteføljen kan utvides i takt med at festivalen vokser, til også å

Denne kolonne er
 forbeholdt sensor.

gjelde "spin-off" produkter. Men vi er av den klare oppfatning at fokuset må være konsertene og arrangementene i begynnelsen

Målet er 5000 publikum fordelt på ulike konserter over 3 dager, men fokuset skal være de små scener og idyll, der bølgestruktur et kan høres som et rytmeinstrument i balgrunner

e)

Fundamentet for all næringsvirksomhet er en grundig analyse av markedet. Dette gjelder både eventuelle konkurrenter og mulige kunder.

Hvem er det som vil komme til en slik festival? Hvem er markedet vårt?

Vi vil først og fremst oppvåk lignende festivaler og kartlegge hvem som besøker disse. I tillegg vil vi foreta en spørreundersøkelse både lokalt og nasjonalt. Vi kan også spørre deltagerne på lignende festivaler hva de liker ved den, hvorfor de kom dit, og om hva de mener kunne vært gjort annerledes.

Det er viktig at vi profilerer oss på en god måte. Da må vi være tydelige på hva som er vår profil, og det har jeg skrevet om tidligere.

Gjennom markedsføring, promotion, skal vi vise denne profilen. Som jeg vil nevne senere, vil vi ha en radiokanal som sponsor. Gjennom annonser og redaksjonell omtale her vil vi vise oss fram. I tillegg vil vi søke å få til redaksjonell omtale i bransjetidsskrifter både nasjonalt og internasjonalt. Her, som alle andre steder vi profilerer

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

oss, vil vi vise vårt produkt og vår profil.

Internett er en stadig voksende kanal for markedsføring. Egen hjemmeside, mulighet for annonsering på transjesider og eventuelt en video for publisering på Youtube vil være aktuelt. Blogger og forumer som Facebook vil vi også bruke.

Ved å bruke en nasjonal og internasjonalt kjent visekunstner, vil også muligheten for forhåndsomtale i ulike typer dagspresse også være til stede

Vi må også lage programmer, plakater og ha annonser om programmet og muligheter for billett kjøp.

Alle de ovennevnte faktorene er viktige for at vi skal nå en ønsket profitt, slik at festivalen kan befeste sin posisjon

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

f) Gjennomføringsplan for festivalen „Southern Singing Comfort“

Juni 2008

- Utarbeidelse av forretningsplan
- Opprettelse av A/S. Valg av styre. Være strategiske i forhold til styremedlemmers kompetanse faglig og økonomisk
- Markedsanalyse starter. Besøke festivaler

Juli 2008

Fordeling av oppgaver/ansvar. Alle skal delta i ulike prosesser, men det er viktig å fordele ansvar og være sikre på at noen er pådrivere på sitt felt

- 1) Presse og profileringsansvarlig
 - 2) Bookingansvarlig - artister, scener, transport
 - 3) Økonomiansvarlig - budsjett, innhente kapital
- Markedsanalyse fortsetter. Utarbeide budsjett

August - September - Oktober 2008

Booking av artister & scener. Kontakte sponsorer

November - desember

Utarbeidelse av program
Annonsering av program

Opprettelse av billettkontor

Januar - februar - mars 2009

Myc kontakten med presse

Salg av billetter

Logistikk, samarbeid med bølgeiere.

April - mai - juni 2009

Kontakt med leverandører av bespisning

Fortsatt pressekontakt

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Profilering gjennom flyers og plakater
Juli 2009

- Opprettelse av camping
- Fortsatt profilering

August 2009

FESTIVAL!

Innkvartering av gjester, oppfølging

Gjennomføring av arrangement

August - september - oktober 2009

Etterarbeid og evaluering.

Man ser nå festivalens potensiale. Skal man endre profil? Er det lurt å laga o.s.v.

Gjennomgang av økonomi og festivalens innhold.

Har vi gjort det vi sa vi skulle gjøre i forretningsplanen?

Et viktig moment er at et slikt arrangement krever en stab av dyktige medarbeidere, frivillige og muligens betalte. Vi må også bruke tid på å skaffe disse helt fra starten av planleggingsfasen.

Går det slik vi ønsker, må vi starte bookingen av neste års artister så snart evalueringen er ferdig.

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

- g) Vi mener at vår festival vil være attraktiv for næringslivet, og regner med å få 1 mill i sponsorkapital. Jeg vil her liste opp 5 mulige sponsorer, og si noe om hvorfor de bør engasjere seg i oss.
- 1) Lokale matprodusenter på Agder profilerer seg utad sammen. Vi mener disse vil være en aktuell sponsor, siden vi tangere deres verdier om økologi, fokus på simple living og idyll. God mat, laget av gode råvarer, eter helhetsopplevelsen av festivalens innhold. Visesang og grilling på bålet i sørlandsnatta, må vel være toppen av idyll.
 - 2) Petter Stordalen med sin hotellkjede Quality vil også være svært aktuell. Han har selv en høy profil i forhold til de verdiene vi har for vår festival.
 - 3) Vi ønsker også en radiostasjon som sponsor. Vi ser for oss Norgeskanalen (tidligere kanal 24). De vil kunne få enerett til intervjuer med artistene, og kunne i neste omgang selge disse videre til andre aktører. Vi vil kunne være med å styrke deres kulturprofil, samtidig som vi får profilert vår festival.
 - 4) Godt drikke hører en visefestival til. Selvom det vel er Hansa bryggerier som eier CB, vil vi se på CB som en god samarbeidspartner. CB det assosieres allerede i dag med sjøergårdsidyllen, og ved å samarbeide med oss, kan de styrke denne image. De vil

Kurskode/Fag : TLF - 107
Kandidatnr. : 3704
Dato : 16/5-08
Ark nr. : 12 av 12

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

kunne øke etterspørselen både nasjonalt og internasjonalt.

5) Statoil/Hydro er et selskap som opererer både nasjonalt og internasjonalt. De har en sterk kulturprofil, og vil være en god samarbeidspartner for oss. Å sponse en visifestival vil gi bredde til deres kulturengasjement. Det kan bidra til økt goodwill internasjonalt, at publikum ser at de engasjerer seg i en festival med vår profil.