

OPPLAVE 1.FORRETNINGSPLAN

NAVNE: " **FRA ØY TIL ØY** "

VISJON:

"Opplev sommeren med kunst, glede og karisma!"

SAMMENDRAG:

Sørlandet må settes på kartet for kulturlivet. Det er så mange kunstnere som er innenfor musikk, teater og billedkunst, - alle fra Kristiansand og omegn, men de flytter vekk. Vi må få dem til å bli værende, og vi må trekke flere kunstnere ned til det glade sørlandet. Vi vil gjøre dette gjennom en festival som foregår på Flekkarøya på sommeren, og alle øyene rundt. Etablerte, uljente og nysgjerrige kunstnere vil kunne ha forestillinger, konserter og andre innstallasjoner på øyene i bunkersanlegg fra 2. verdenskrig. Nyt den originale kunsten i sommerbrisen med en pølse i venstre og en pils i høyre!

FORRETNINGSIDÉ

"Fra øy til øy" er en festival hvor alle kunstformer samles og utøver sin kunst. Publikum kan oppleve kunsten ved å hoppe fra øy til øy og se på ulike arrangementer innenfor musikk, teater og billedkunst. På fastlandet kan de melde seg på workshops, eller bare slappe av, grille, spise og drikke i sommeridyllen på Sørlandet.

BESKRIVELSE!

TEAM

Vårt team består av tre kunstnere som har erfaringer innen musikk, teater og billedkunst. Alle har utdanning innenfor de ulike felterne. Fordi vi representerer ulike kunstformer, har vi også kontakter innenfor disse kunstformene; både på Sørlandet og i andre byer. I tillegg har vi godt kjennskap til Kristiansands kulturliv med tanke på at vi har bodd her i flere år. Ved siden av dette, har vi også kontakter innenfor SIA, folkehøgskoler, vgs og universiteter, samt næringslivet i Kristiansand (utesteder, butikker o.l.). Vi er hardtarbeidende, målrettet, løsningsorientert, nysgjerrige og seriøse kunstnere med ungt blod som tør utfordringer ~~på~~ ^{med} strøket arm.

PRODUKT

Kristiansand er Norges perle om sommeren, og vi vil trekke flere folk til Sørlandet. Vi vil hjelpe Sørlandet med å vokse innenfor kulturlivet, og Flekkerøya har fantastiske muligheter for dette. Det er tyske bushersanlegg fra 2. WK som kan brukes til ulike kunstarrangementer. Det er originalt, unikt og spennende for alle!



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 4021
Dato : 01.06.10
Ark nr. : 3 av 10

For kunst-
aktørene tilbyr vi en arena hvor de kan praktisere sin kunst. De får muligheten til å vise seg fram og få erfaring fra et bredt publikum. De får muligheten til å jobbe i andre omgivelser enn de er vant til og kan opprette kontakter og samarbeidspartnere på tvers av de ulike kunstformene, i tillegg til andre aktører innenfor kulturlivet.

For kundene tilbyr vi ulike arrangementer innenfor musikk, teater og billedkunst/innstillinger. De har mulighet til å hoppe fra øy til øy og se forskjellige konserter, forestillinger osv. Det vil ~~vi~~ også være workshops på fastlandet de kan melde seg på, eller de kan velge å slappe av med mat og drikke. Det blir organisert et grill- og campingområde på fastlandet for de som ønsker det.

Arrangementet går utover tre dager. De to første blir dedikert til nye kunstnere, ~~slik~~ slik at de kan få oppleve og lære noe nytt. For publikum blir dette en oppvarming til finaledagen. På dagtid er det hovedsakelig barnefamilier som står i fokus, og arrangementene vil være tilpasset deretter. Kveldene er for de voksne. Det blir satt opp shufflebøter for de som ikke har mulighet for å komme seg rundt på egenhånd. Arrangementene vil bli vist flere ganger slik at publikum kan se alle hvis de ønsker det (noen av arr. vil jo gå samtidig). Den siste dagen er finaledagen, hvor vi vil ha kjente artister og kunstnere som skal sette kroma på verket og avslutte en 3-dagersfest med et brak. Vi mener det er nødvendig med et slikt tiltak for å sette sørlandet på kartet for kultur og jobber ut ifra et markeds-
perspektiv.



Emnekode : TFL-107
Kandidatnr. : 4021
Dato : 01.06.10
Ark nr. : 4 av 10

MARKED: Innenfor denne bransjen er det mye usikkerhet, særlig ~~for~~ med tanke på Quart-festivalen. Allikevel ser vi en vekst de siste årene innenfor småfestivaler innen Norge som fungerer bra. Vi kjører en litt annen profil ved at målet ikke er å få tak i størst artist, men å dele kunst med publikum. Det finnes teaterfestivaler og vanlig festivaler, men ikke festivaler som forener alle kunstformene. Vi spiller på publikums nysgjerrighet rundt dette. Sørlandet er allerede en attraktiv sommerby, og ved å tilføre denne unike festivalen vil vi ~~ta~~ lokke flere. Vi skal hjelpe ~~festivalscene~~ Sørlandet med å vokse som kulturby.

KUNDER: Vi kommer til å fokusere på familier og vanlige festivalgjøere, spesielt unge. Mange familier kommer til Sørlandet på sommeren, og vil ~~ta~~ mest sannsynlig ta i mot et slikt tilbud som tar de minste og de eldste oppleve noe nytt. Det finnes ikke liknende festivaler i Norge, og særlig ikke i Kr. Land. Samarbeider vi med Dyreparken, vil vi også få større utbytte. Vi har tross alt samme målgruppe.

De litt eldre festivalgjøerne ~~kan~~ bli fokuset sett på om kvelden. Her ~~er~~ må vi jobbe hardt for å profilere oss sterkt, for disse denne målgruppen har vel hørt mest om våre fremtidige konkurrenter. Vi må trekke dem til oss på en annen måte. Vi kommer til å involvere studenter og tidligere studenter ved UiA (kunstfag) til å opptre. På denne måten kan de lokke til seg bekjente, venner og familie, og vi stoler på at jungeltromma vil være til stor hjelp.



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : ~~2~~ 4021
Dato : 01.06.10
Ark nr. : 5 av 10

Samtidig hjelper vi UiA med rekruttering og vårt samarbeid vil kunne seg og videre føre til flere søkere og kulturvekst.

KONKURRENTER:

På Sørlandet er Høvefestivalen størst på sommeren, og denne festivalen vil være vår største konkurrent. Vi kan fortsatt beholde familiegjestene, men vi må stille sterke fer og få ungdom til å velge oss. De vokser stadig. Odderøys Live har det siste året blitt større og fått større artister. Dette er ikke en festival, så mulig de ikke vil påvirke oss i like stor grad som Høve. Allikevel et viktig element å ta hensyn til. Vi må også undersøke nærmere hvilke priser de har, slik at vi kan tilby bedre. Vi har tross alt ikke samme fokus på de største artistene, vi har muligheten til å ~~sette~~ ligge litt under i pris. Vi ~~har~~ også har også sett på deres leverandører.

LEVERANDØRER: Vi vil samarbeide med CB som leverandør for tørste voksne. Vi vil også samarbeide med frukt.no for å levere noe sunt til gjestene på festivalområdet. I tillegg skal vi ~~som~~ samarbeide med ~~Restorant~~ ~~for~~ å få beste grillmat på området. Vi vil også samarbeide med T-skjorte-trykkeriet "Nolimits" for å kunne selge ~~de~~ festival-tshjorter på området.



ANALYSE!
INTERNE SWOT-ANALYSE

STYRKER/STRENGTHS

- Vi har kjennskap til kunst og kultur
- Vi kjenner kulturlivet på Sørlandet
- Vi har kontakter i hele Norge
- Vi er utdannet i vårt felt.
- Vi har erfaring med organisering av arrangementer.

WEAKNESSES/SVAKHETER

- Vi er nyetablerte firindere
- Vi er unge
-



Emnekode : TFL 107
 Kandidatnr. : 4021
 Dato : ~~01.06.10~~
 Ark nr. : 7 av 10

ERSTERNE	OPPORTUNITY/MULIGHETER	THREATS/TRUSLER
	<ul style="list-style-type: none"> - Unik profil - Samler nye kunstnere - og etablerte kunstnere - Bra plassering - tilrettelegging gjennom kontakter - Bunkers har tale in case of dårlig vær 	<ul style="list-style-type: none"> - for svak profil - vi kan få for få kunstnere til å delta - Utilgjengelig plassering for noen - Få gjester - Dårlig vær

MÅL:

Hovedmålet er å få åpnet festivalen i juli 2011.
 Først har vi satt oss noen delmål vi må følge. Oppdatering skjer stadig.

HVA	MAR	AUG.	SEPT.	OKT.	NOV.	DES.	JAN.	FEB.	MAR.	APR.	MAY	JUNI.	JUL.	AUG.	SEPT.	OKT.	NOV.	DES.
OPPRETTE SAMAR. PARTN.		X																
KONTAKTE KUNSTN.			X	X	X													
MARKEDSFØRE					X	X	X	X	X	X	X	X						
ANSETTE FRVILLIGE								X	X									
ANSETTE ORGANISATORER				X														
ÅPNING													X					
NY SWOT														X	X			
FORBEDRINGSPLANL.															X	X	X	
EV. NY LANSERING																		X
OPPRETTE NETTSIDE					X													



STRATEGI: I og med at våre fremtids konkurrenter er sterke, velger vi å ikke plassere oss høyt i verdikjeden. Vi har ikke planer om å profilere store artister, og legger oss derfor "midt i mellom". ~~Fordypnings~~ Vi regner med at prosjektet blir vellykket, og håper selvfølgelig på å vokse til å bli den "teffeste gutten i klassen". Dette ser vi nærmere på etter enkle første festival.

PRODUKT
KOTLERS FIRE P-ER
Produktet er godt beskrevet tidligere. Det viktigste vi må gjøre fremover er å markedsføre produktet.
Kort oppsummering:
- Nyttig for unge artister og kunstnere
- Nyttig for familiene → få et større bilde av kulturlivet
- Nyttig for beboerne i Kr. sand og Omegn - spes. Flekkereya
- Nyttig for UiA og Kr. Kommune.

PRIS
Prisen skal vi prøve å plassere under våre konkurrenter slik at vi blir attraktive. Med tanke på at vi ikke har internasjonale artister, vil dette være meget sannsynlig. Vi ~~vil~~ ^{skal} ~~gjøre~~ gjøre det slik at et festivalbånd vil bli mer økonomisk enn dagspass, og prøve å få til grupperbøtter for familier og organisasjoner. Det vil være ulik pris på dag og kveldstid. De som ikke har båt, vil få 3 dagers pass på shuffle-båtene. De som allerede har kjøpt festivalpass får gratis turer (inngår i prisen). Det samme gjelder buss fra sentrum. Mulig rabatter for familier som også vil til dyreparken → påskepris.



Emnekode : TFL. 107
Kandidatnr. : 4021
Dato : 01.06.10
Ark nr. : 9 av 10

Plassering: Vi er plassert 14 km vest for Kr. sand, og dette kan være et hinder for våre gjester. Vi vil derfor sette opp shuffle-busser som vil ~~dekke~~ ha en overkommelig pris (for de som ikke har festivalpass). Det skal også være mulig å komme dit med shuffle-båter eller egen båt/bil. Det vil være gode veibeskrivelser for de som ikke er kjent. Det skal være shuffle-transport hyppig slik at ~~de~~ gjestene kan komme inn til sentrum om ønskelig uten videre problemer.

Påvirkning: Vi vil markedsføre festivalen gjennom samarbeidspartnere og direkte reklame. UiA vil være en god samarbeidspartner her; gjennom Kultopiafestivalen 2011, kan studenter og andre medvirkende hjelpe til med PR og rekruttering av ansatte/frivillige. Vi vil opprette en nettside hvor det er mulig å få informasjon og å kontakte oss hvis de har videre spørsmål. Billettsalg vil foregå gjennom denne siden. Studenter vil ved studiestart 2010 få info om festivalen. Pirb og Østia vil også være med på å reklamere gjennom plakater, konsert "teasere" og ved å fortelle om arrangementet. Vi vil også arrangere "teasers" i Markens og omegn fra forestillinger eller andre opptredner. Gjøre performances på UiA og andre skoler og barnehager for å skape nysgjerrighet og interesse.



Emnekode : TFL 107
 Kandidatnr. : 4021
 Dato : 01.06.10
 Ark nr. : 10 av 10

Handlingsplanen har jeg tidligere vist i ~~trast~~ tidslinje under "mål". Det vil dukke opp flere og mer detaljerte punkter underveis. F.eks

DATA	JAN.	AUG.	SEPT.	OKT.	NOV.	DES.	JAN.	FEB.	MAR.	APR.	MAI.	JUN.	JUL.	HVEM
Inngå avtale med utleiebus + børselskap.			X											MAREN
Bestille flager Trykke plakat + flyers				X										LISA + KARI
Vise artister Quingssted									X					KARI
Klippe pler og rydde øyene							X					X		ALLE
BILLETSELG. START														

Dere vil ~~og~~ stadig bli tilsendt oppdaterte planer gjennom prosessen. Forhåpentligvis kan vi ekspandere i 2012.

ØKONOMI + SPONSOR
 Dere har allerede oversikt over budsjettet. Investerings- og driftsbudsjett samt likviditetsbudsjett vil bli oppdatert om det er nødvendig. Vi vil også ha et samarbeid med Kristiansand Kommune allerede gjennom leieavtale, og de er svært interessert i videre samarbeid. DNB Norge har også vist interesse.

Selskapsform: Vi velger å være et AS da ESP er utelukket. Vi vil være på den sikre siden hvis noe skulle gått galt, og velger derfor bort ANS. Vi vil være likeverdige eiere og satser høyt. Vi velger også da velk DA. Alle har egenkapital slik at AS er mulig (minimum 100.000).