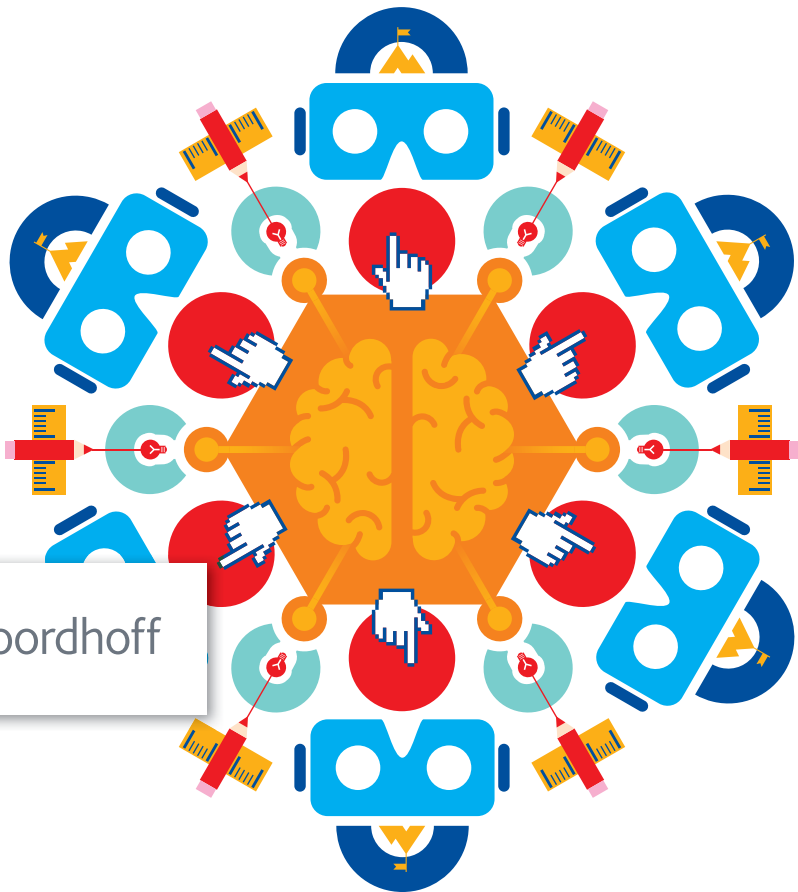


*Zo organiseer  
je een...*

# event



Noordhoff

**Roel Grit, Marco Gerritsma**

5<sup>e</sup> editie



# **Zo organiseer je een event**

Roel Grit

Marco Gerritsma

Vijfde druk

Noordhoff Groningen

Ontwerp omslag: Shootmedia, Groningen  
Technisch tekenwerk: Integra, Pondicherry, India

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan: Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB Groningen of via het contactformulier op [www.mijnnoordhoff.nl](http://www.mijnnoordhoff.nl).

*De informatie in deze uitgave is uitsluitend bedoeld als algemene informatie. Aan deze informatie kunt u geen rechten of aansprakelijkheid van de auteur(s), redactie of uitgever ontleen.*



0 / 24

© 2024 Noordhoff Uitgevers bv, Groningen/Utrecht, Nederland

Deze uitgave is beschermd op grond van het auteursrecht. Wanneer u (her)gebruik wilt maken van de informatie in deze uitgave, dient u vooraf schriftelijke toestemming te verkrijgen van Noordhoff Uitgevers bv.

*This publication is protected by copyright. Prior written permission of Noordhoff Uitgevers bv is required to (re)use the information in this publication.*

ISBN(ebook) 978-90-01-03410-8

ISBN 978-90-01-03409-2

NUR 801

# Lees dit eerst

Jaarlijks worden er uiteenlopende events georganiseerd. Denk maar aan pop-festivals, open dagen, marathons, kermissen, braderieën, tentoonstellingen en schoolreizen. Een event, of: evenement, is een georganiseerde gebeurtenis voor een publiek of voor deelnemers. Om over een event te spreken, moet de gebeurtenis een bepaalde grootte hebben.

## Een evenement als project: zes-stappenplan

Veel opleidingen 'doen aan projectmanagement'. Vooral bij commerciële opleidingen is 'eventmanagement' een belangrijk onderwerp in hun opleidingsprogramma. Aangezien een evenement een verschijningsvorm is van een project, behandelt dit boek het organiseren van een evenement als project.

## Gebruik van dit boek

Dit boek is voornamelijk geschreven voor studenten in het hoger onderwijs maar het is ook zeer geschikt voor werk- en ondernemers vanwege een gedegen stappenplan (met zes stappen) om zelfstandig een event te organiseren.



Omdat een event een project is, wordt er gewerkt via een **projectmatige aanpak**. De terminologie uit projectmanagement is toegepast op een evenement. Een **projectvoorstel** noemen we hier **eventvoorstel**, een projectmanager is een eventmanager, het projectteam heet eventteam en een **plan van aanpak** noemen we **eventplan**.

Tijdens het organiseren van een evenement maak je meteen ook kennis met projectmanagement.

De naamgeving van de algemeen toepasbare **zes projectstappen** is toegepast op het organiseren van een evenement.

Het eerste hoofdstuk van dit boek – zeg maar **Stap 0** – bevat een algemene inleiding in project- en eventmanagement.

In de daaropvolgende zes stappen (vanaf **Stap 1**) wordt per paragraaf een onderbouwing gegeven om vervolgens via 'TO DO lijsten' de mogelijkheid te bieden om het evenement projectmatig te organiseren.

**Stap 2** en **Stap 3** kunnen gelijktijdig worden uitgevoerd.

Als je direct aan de slag wilt kun je starten vanaf paragraaf 11 'Aan de slag!' van Stap 0. Je mist dan wel basisinformatie over evenementen en projecten.

Is het al duidelijk welk evenement je moet organiseren, dan kun je eventueel beginnen met Stap 2 'Organiseer je team'. Als de samenwerking binnen je team duidelijk is, kun je zelfs beginnen met Stap 4 'Stel het eventplan op'. Overleg dit met je opdrachtgever of docent.

Er zijn drie soorten **opdrachten** in dit boek: TO DO lijsten binnen een stap, extra opdrachten aan het eind van een stap en praktijkoefeningen.

- Een **TO DO lijst** moet worden uitgevoerd binnen een stap om het event daadwerkelijk te organiseren. De lijsten zijn voor het gemak genummerd, maar deze nummers geven niet per se een volgorde aan waarin ze moeten worden uitgevoerd. Vaak voert het eventteam de activiteiten naast elkaar uit, omdat ze elkaar beïnvloeden. Soms moet het team later op een activiteit terugkomen, soms zelfs op een uit een vorige stap. Vanwege de verschillende soorten evenementen en hun verschil in omvang kun je geregeld activiteiten uit de TO DO lijsten overslaan.
- **Extra opdrachten** aan het eind van een stap zijn niet noodzakelijk voor het organiseren van het event, maar geven extra inzicht.
- **Praktijkoefeningen** aan het eind van een stap zetten je praktisch aan het werk. Ze zijn niet direct noodzakelijk voor het organiseren van een event maar geven je wel meer inzicht in eventuele valkuilen en mogelijkheden.

### **Website [www.studiemeister.noordhoff.nl](http://www.studiemeister.noordhoff.nl)**

Via *studiemeister* word je als student uitgebreid ondersteund met cases, modellen, checklists, hyperlinks en MS Word- en Excelmodellen.

Voor docenten is op de website materiaal te vinden, zoals een PowerPointpresentatie, een studiewijzer en tips voor de organisatie van het onderwijs.

### **Wijzigingen in de vijfde druk**

In deze vijfde druk is een aantal belangrijke wijzigingen doorgevoerd.

- Er wordt ruim aandacht besteed aan de organisatie van online events met de voor- en nadelen, de trends, de haalbaarheid en hoe de risico's van een online event beperkt kunnen worden.
- De coronapandemie heeft een enorme impact gehad op de evenementenbranche. Deze druk gaat in op de gevolgen van een pandemie, op de haalbaarheid van een event en op hoe de eventuele negatieve gevolgen en risico's zijn te beperken.

- Ook in de eventbranche zijn de thema's **diversiteit** en **inclusie** actueel. Dit boek bespreekt deze onderwerpen in relatie tot events. Welke rol speelt diversiteit bij de organisatie van een event? En, hoe kan een event inclusiever worden gemaakt?
- Aan het eind van elke stap zijn praktijkoefeningen opgenomen die meer praktisch inzicht geven in evenementen.
- Hoe kan kunstmatige intelligentie (KI) zoals ChatGPT gebruikt worden bij de voorbereiding van een event?
- Ook zijn enkele kleine onderwerpen toegevoegd, zoals online vergaderen, gebruik van betaalsystemen, gebruik van QR-codes en de gevolgen van arbeidskrapte voor een event.

### **Verder**

Wij willen graag de volgende mensen bedanken voor het leveren van input en commentaar: Aline Hofstee (Organisatiebureau Plan Effect in Ommen), Jonas Rubrech, Aad Naafs, Aafke Wiekens, Meike Goossens, Hans Schieving, Robert Neutel en Angeline Delicaat en docent Elga van der Spoel (NHL Stenden Hogeschool in Emmen).

Voor de leesbaarheid van dit boek spreken we over 'hij' waar natuurlijk ook 'zij' had kunnen staan.

Omdat dit een 'How to do-boek' is, spreken we de lezer aan in de je-vorm in de veronderstelling dat hij een eventmanager is die voor een opdrachtgever het project uitvoert en het evenement organiseert.

Ook gebruiken we de gebiedende wijs, niet omdat 'iets moet', maar wel vanwege kortere formulering.

Verder gebruiken we de term *evenement* en de Engelse term *event* door elkaar.

Wij hopen dat dit boek bijdraagt aan het welslagen en het plezier in het organiseren van veel evenementen.

Roel Grit (Emmen) en Marco Gerritsma (Groningen), najaar 2023

# Inhoud

## De zes stappen van een event 8

### Stap 0 Inleiding project- en eventmanagement 11

- 0.1 Evenementen 11
- 0.2 Soorten evenementen 12
- 0.3 Een evenement is een project 16
- 0.4 Kenmerken van een project 16
- 0.5 Wat maakt een project bijzonder? 19
- 0.6 Een succesvol event 20
- 0.7 Een event in stappen 24
- 0.8 Zes-stappenplan 24
- 0.9 Belangrijke beslissingen bij een event 25
- 0.10 Evenementen en ethiek 26
- 0.11 Aan de slag! 31
- 0.12 Gebruik van kunstmatige intelligentie 33
- 0.13 Hulpmiddelen 35
- 0.14 TO DO lijsten in dit boek 35
  - Extra opdrachten 37
  - Praktijkoefeningen 38

### Stap 1 Start het event 41

- 1.1 Aanleiding voor het event 42
- 1.2 Initiatiefnemer van het event 44
- 1.3 Ideeën voor een evenement 44
- 1.4 Van aanleiding tot event 46
- 1.5 Rol en taak van de opdrachtgever 49
- 1.6 Verzamelen van informatie 53
- 1.7 Intakegesprek met de opdrachtgever 54
- 1.8 Interview met belanghebbenden 57
- 1.9 Eventdoelen en financiën 58
- 1.10 Opbouw van een eventvoorstel 59
- 1.11 Opbrengsten en kosten: de begroting 65
- 1.12 Posten op de begroting voor een evenement 68
- 1.13 Scenarioanalyse 70
- 1.14 Haalbaarheid van het evenement 70
- 1.15 Besluit nemen: wel of geen event? 75
- 1.16 Opdrachtgever besluit tot een evenement 75
- 1.17 De eventmanager 76
  - Extra opdrachten 80
  - Praktijkoefeningen 81

### Stap 2 Organiseer je team 85

- 2.1 Formatie van het eventteam 85
- 2.2 Andere betrokkenen bij het event 88
- 2.3 Communicatie van het evenement 91
- 2.4 Event start-up-vergadering 93
- 2.5 Praktisch samenwerken 94
- 2.6 Eventarchief 97
  - Extra opdrachten 100
  - Praktijkoefeningen 101

### Stap 3 Stel het eventplan op 103

- 3.1 Eventplan 103
- 3.2 Hoofdstukken van het eventplan 104
- 3.3 Achtergronden van het event 106
- 3.4 Evenementbeschrijving 107
- 3.5 Taken en tussenresultaten 108
- 3.6 Kwaliteit 111
- 3.7 Eventorganisatie 112
- 3.8 Planning 113
- 3.9 Begroting van het evenement 116
- 3.10 Risico's en randvoorwaarden 117
- 3.11 Goedkeuring van het eventplan 119
  - Extra opdrachten 121
  - Praktijkoefeningen 121

### Stap 4 Bereid het event voor 123

- 4.1 Communicatieplan 124
- 4.2 Promotie via een promotieplan 125
- 4.3 Social media 132
- 4.4 Uitnodigingen voor het event 136
- 4.5 Kaartverkoop 138
- 4.6 Toegang tot het evenement 141
- 4.7 Bereikbaarheid en parkeren 141
- 4.8 Vervoer 142
- 4.9 Openen en sluiten van het evenement 143
- 4.10 Inrichting locatie en decoratie 144
- 4.11 Inschakelen leveranciers 144
- 4.12 Techniek 145
- 4.13 Catering 146
- 4.14 Veiligheid en veiligheidsplan 149
- 4.15 Medische verzorging 153
- 4.16 Fondsen werven: sponsoring, donaties en subsidies 153
- 4.17 Werven vrijwilligers via de 5 B's 155
- 4.18 Financiën 157



- 4.19 Verzekeringen en vergunningen 159
- 4.20 Draaiboeken 161
- 4.21 Inhoud van het draaiboek 162
- 4.22 Aandachtspunten bij een online event 166
  - Extra opdrachten 170
  - Praktijkoefeningen 171

### **Stap 5 Voer het event uit 173**

- 5.1 Communicatie 173
- 5.2 Voer het draaiboek uit 174
- 5.3 Leidinggeven tijdens een evenement 175
  - Extra opdrachten 177
  - Praktijkoefeningen 177

### **Stap 6 Handel het event af 179**

- 6.1 Praktische afhandeling 179
- 6.2 Aandachtspunten online event 180
- 6.3 Evaluatie van het event 180
- 6.4 Sluiten van het eventdossier 182
- 6.5 Beëindiging van het event 183
  - Extra opdrachten 184
  - Praktijkoefeningen 185

**Bijlage 1** 186

**Bijlage 2** 188

**Bijlage 3** 189

**Literatuur** 190

**Over de auteurs** 192

**Register** 193



**Online ondersteuning op  
[www.studiemeester.noordhoff.nl](http://www.studiemeester.noordhoff.nl)**

### **Stap 0**

- Ideeën events
- Link naar 'PM015 Er was eens een project'
- Link naar 'PM020 Wat is een project'
- Overzicht TO DO lijsten
- Tabellarisch kasboek
- Urenregistratieformulieren

### **Stap 1**

- Checklist intakegesprek
- Model agenda
- Model notulen
- Evenementbegroting
- Sponsoring actieplan
- Sponsorbrief
- Sponsorcontract
- Model eventvoorstel

### **Stap 2**

- Checklist stakeholderanalyse

### **Stap 3**

- Minicursus MS Project
- Model eventplan
- Model planning

### **Stap 4**

- Voorbeeld promotieplan
- Checklist gasten uitnodigen
- Procedure kasverkoop
- Formulier kasopmaak
- Voorbeelden veiligheidsplan
- Evenementverzekeringen
- Voorbeeld draaiboek
- Checklist parkeerplan

### **Stap 6**

- Checklist evaluatie
- Checklist nacalculatie

### **Verder**

- Bevestiging deelname beurs
- Rekeningschema
- Voorbeeld informatiematrix
- Voorbeeld risicoregister
- Websites maken

### **Voor docenten**

- PowerPoint-introductiecollege
- Voorbeeld studiewijzer
- Weekverslag

## Project- en eventmanagement

**Stap 1**  
Start het event

**Stap 2**  
Organiseer je team



**Stap 3**  
Stel het eventplan op

**Stap 4**  
Bereid het event voor

**Stap 5**  
Voer het event uit

**Stap 6**  
Handel het event af

### **Stap 0: Inleiding op project- en eventmanagement**

Het eerste hoofdstuk is geen projectstap in het organiseren van een evenement, maar geeft een inleiding in project- en eventmanagement.

0

### **Stap 1: Start het event**

In deze stap wordt het initiatief genomen voor een evenement. De opdrachtgever bepaalt het doel en de doelgroep van het evenement en stelt een eventmanager aan. Je formuleert het idee en zorgt voor een duidelijk beeld van het evenement.

Je onderzoekt de behoefte aan het evenement en de (financiële) haalbaarheid. Op basis van een eventvoorstel neemt de opdrachtgever een 'go/no-go'-beslissing.

1

### **Stap 2: Organiseer je team**

Je onderzoekt welke taken moeten worden uitgevoerd en bepaalt wie welke taken krijgt. Verder regel je de vergaderfrequentie en maak je afspraken over de inrichting van het evenementdossier.

2

### **Stap 3: Stel het eventplan op**

Je team werkt het goedgekeurde eventvoorstel uit in een plan van aanpak: hier eventplan genoemd. Je beschrijft de komende activiteiten en legt vast wie ervoor verantwoordelijk is. Het resultaat van deze stap is een goedgekeurd eventplan: de basis van de voorbereiding van het evenement in Stap 4.

3

### **Stap 4: Bereid het event voor**

Je eventteam bereidt aan de hand van het eventplan het evenement voor. Je stelt deelplannen op, zoals een communicatieplan, sponsorplan, locatieplan, techniekplan, veiligheidsplan, parkeerplan en cateringplan. Je zorgt voor bereikbaarheid, kaartverkoop, programmaboekjes, catering en techniek. Verder organiseer je opening en sluiting van je evenement, regel je verzekeringen, zorg je voor medewerkers, medische verzorging en veiligheid. Ten slotte stel je de draaiboeken op voor je evenement.

4

### **Stap 5: Voer het event uit**

Met behulp van de draaiboeken voer je het evenement uit.

5

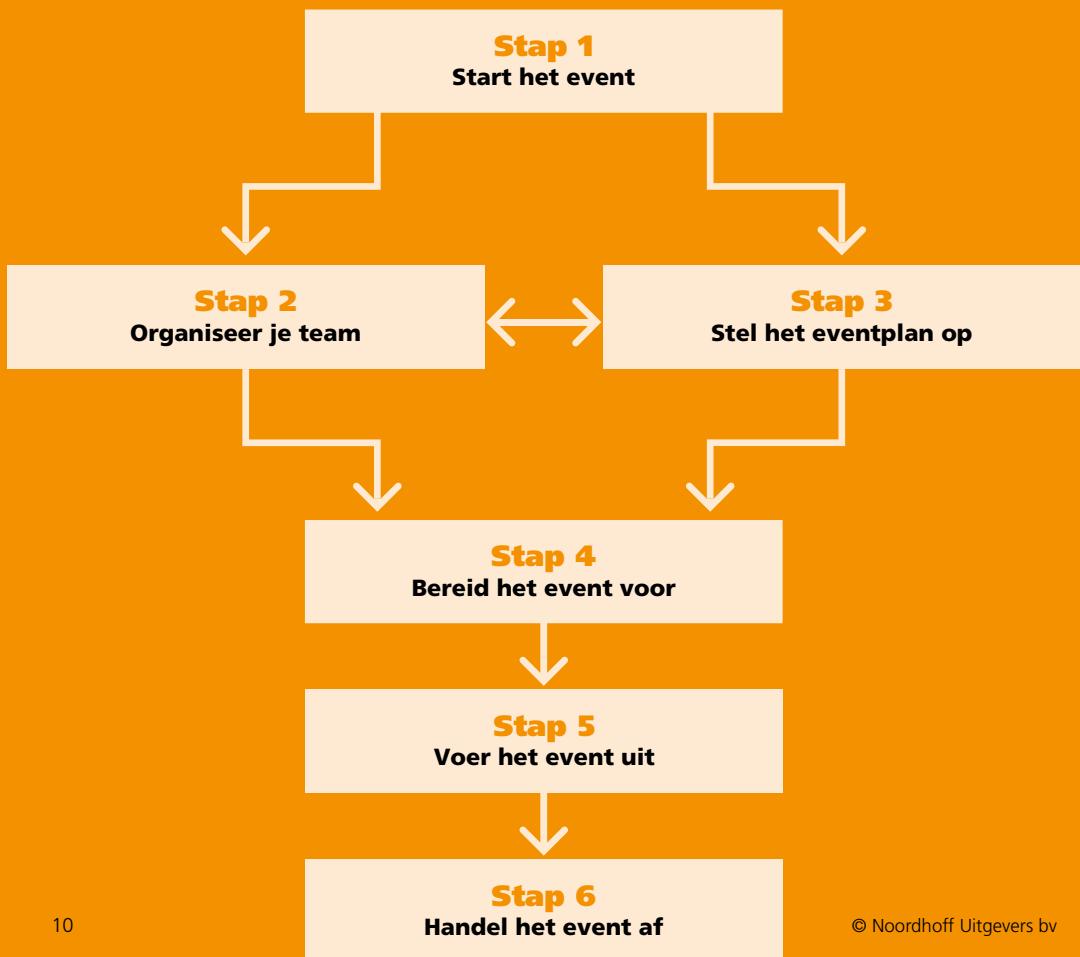
### **Stap 6: Handel het event af**

Je vergelijkt de oorspronkelijke doelstellingen met het werkelijke resultaat en gaat op zoek naar verbeterpunten voor een volgend evenement. Verder handel je de financiën af en bedank je de betrokkenen.

6

## Project- en eventmanagement

- 0.1 Evenementen
- 0.2 Soorten evenementen
- 0.3 Een evenement is een project
- 0.4 Kenmerken van een project
- 0.5 Wat maakt een project bijzonder?
- 0.6 Een succesvol event
- 0.7 Een event in stappen
- 0.8 Zes-stappenplan
- 0.9 Belangrijke beslissingen bij een event
- 0.10 Evenementen en ethiek
- 0.11 Aan de slag!
- 0.12 Gebruik van kunstmatige intelligentie
- 0.13 Hulpmiddelen
- 0.14 TO DO lijsten in dit boek



# Stap 0

0

## Inleiding project- en eventmanagement

Voor je begint met de zes stappen

### TO DO lijsten

0-1 Houd je urenregistratie bij

0-2 Voorbereiding event

0-3 Leg een eventdossier aan

### Resultaten van Stap 0

- Inzicht in soorten events
- Inleiding van projectmatig werken
- Inzicht in het stappenplan
- Overzicht beschikbare hulpmiddelen bij dit boek

Jaarlijks worden er veel uiteenlopende evenementen georganiseerd. Denk maar aan popfestivals, marathons, open dagen, kermissen, braderieën, tentoonstellingen en schoolreizen. Bij deze evenementen zijn veel mensen betrokken en is vaak veel publiek aanwezig.

Een evenement is een georganiseerde gebeurtenis voor een publiek of voor deelnemers. Om over een evenement te kunnen spreken, moet het een bepaalde omvang hebben. Sommige evenementen kunnen zelfs erg groot zijn: denk maar aan de Olympische Spelen of een wereldtentoonstelling. Een **evenement** wordt vaak met de Engelse term **event** aangeduid. In dit boek worden deze begrippen door elkaar gebruikt.

Dit boek bevat zes stappen om een evenement te organiseren. Dit voorbereidende en inleidende hoofdstuk is niet een van de stappen en kun je opvatten als Stap 0.

## 0.1 Evenementen

Een **evenement** – ook wel: **event** – wordt om verschillende redenen georganiseerd. Hier volgen een paar voorbeelden:

- Het event kan georganiseerd worden met een **commercieel doel**. Mensen beschikken over meer vrije tijd dan vroeger en veel evenementen zijn een vorm van vrijetijdsbesteding. De organisator van het evenement verdient aan het evenement. Denk aan braderieën, kermissen, woonbeurzen en popconcerten.
- Organisaties gebruiken een evenement om zichzelf op de voorgrond te plaatsen, dus ter **promotie**. Een hogeschool wil meer naamsbekendheid krijgen door de organisatie van een congres voor ondernemers met bekende gastsprekers uit het bedrijfsleven. Of een gemeente wil door het organiseren van evenementen zichzelf op de kaart zetten als toeristische trekpleister. Ook een groot project kan feestelijk afgesloten worden met een evenement. Of een bedrijf organiseert een evenement ter gelegenheid van de opening van een nieuw pand.

- Een evenement kan een middel zijn om een organisatie 'levend' te houden. Een sportvereniging viert haar lustrum uitgebreid met als doel de **betrokkenheid** van leden en oud-leden bij de vereniging te vergroten. Een personeelsdag of -feest is bedoeld om de **saamhorigheid** van het personeel van een bedrijf te vergroten.
- Een evenement kan ook bedoeld zijn om **cultuur** en **kennis** te verspreiden. Een museum organiseert bijvoorbeeld een speciale tentoonstelling om kunst onder de aandacht van een groot publiek te brengen. Of een universiteit organiseert een internationaal wetenschappelijk congres.

Kortom: er worden steeds meer evenementen georganiseerd. Dit boek behandelt een stappenplan met zes praktische stappen voor het organiseren ervan.

## 0.2 Soorten evenementen

Evenementen kun je op verschillende manieren indelen.

- Naar het **doel**, bijvoorbeeld kennismaking en informatieoverdracht. Denk aan congressen, lezingen, beurzen en tentoonstellingen. Of aan evenementen om relaties te verbeteren, zoals een open dag of een klantendag. Of de organisator wil geld verdienen aan het evenement.
- Naar de **doelgroep**. Denk aan bedrijven, consumenten of medewerkers.
- Met of zonder **winstoogmerk**. Een voorbeeld van een evenement met winstoogmerk is een beurs voor 50-plussers die door een evenementenbureau wordt georganiseerd. Een evenement zonder winstoogmerk is een rommelmarkt die wordt georganiseerd door de kerk, waarbij de opbrengst naar een goed doel gaat.
- Met een **interne opdrachtgever** of een **externe opdrachtgever**. Een interne opdrachtgever is bijvoorbeeld de directie die je opdracht geeft een personeelsfeest te organiseren. Als een organisatiebureau de opdracht krijgt een open dag voor een bedrijf te organiseren, is er sprake van een externe opdrachtgever.
- Als een **besloten evenement** of een **publieksevenement**. Een voorbeeld van een besloten evenement is een personeelsfeest. Een popconcert en een beurs zijn publieksevenementen: hierbij heb je vaak te maken met vergunningen, politie, brandweer en beveiliging.
- Naar **grootte**. Bijvoorbeeld een kleine braderie in je woonwijk of een enorm evenement als de Olympische Spelen.

### Event met beleving

Bezoekers hebben vaak hoge verwachtingen van een event en zoeken steeds vaker een **beleving**. Bij beleving gaat het om de innerlijke ervaring. Deze beleving ontstaat wanneer de bezoeker op een bepaalde manier geprikkeld wordt. De bezoeker moet dus iets bijzonders kunnen zien, horen, proeven of ruiken. De beleving moet ervoor zorgen dat het event grote indruk op de bezoeker maakt en hij er met plezier aan terugdenkt.

#### Voorbeeld van een event met een beleving: The Color Run

De organisatie van The Color Run omschrijft dit event als volgt: 'Kleur, heel veel glitters en nog meer fun. Deze run van 5 kilometer wordt ook wel de Happiest 5K on the Planet genoemd en dat is niet voor niets. Je begint geheel gekleed in het wit en bij elke kilometer word je ondergedompeld

in een andere kleur! Dit jaar schitter je als nooit tevoren en straal je als een regenboog. Na 5 kilometer rennen, dansen of huppelen word je als een held onthaald en barst het feest los! Samen met de leukste dj's, heel veel kleurpoeder, nog veel meer glitters en verrassingen, dansers en danseressen beleef jij een onvergetelijke dag!

Een event met een beleving zorgt voor spanning en opwinding; de beleving zorgt voor verbinding met de bezoeker. Probeer als organisator van een evenement de bezoekers van je event te verrassen. Als de bezoeker van je event iets meemaakt wat hij nog nooit heeft meegemaakt, dan laat dit een onvergetelijke indruk achter. Zorg er echter wel voor dat het event uitvoerbaar blijft en vraag je af of de beleving ook echt voorziet in een behoefte bij je bezoekers. Bovendien moet het idee van je evenement passen bij de bedrijfscultuur en het gewenste imago van de opdrachtgever.

### Zakelijk event

Voor een zakelijk event is het van belang dat het event een bijdrage levert aan een of meer bedrijfsdoelstellingen en aansluit bij het imago en de cultuur van het bedrijf. Een opdrachtgever is zich hiervan vaak onvoldoende bewust. Probeer dit soort zaken onder de aandacht te brengen bij je opdrachtgever. Denk hierbij aan:

- Wat is het belang van het event voor het bedrijf? Probeer goed duidelijk te maken wat de toegevoegde waarde is van het event. Een zakelijke opdrachtgever wil geen event organiseren dat niet een duidelijke link heeft met de doelen van het bedrijf.
- Past het event binnen de doelstellingen van het bedrijf? Stel: je organiseert een event voor een organisatie die mensen helpt met schuldproblemen. Dan is het niet passend om een luxe en duur diner te organiseren.
- Wat is de bijdrage van het event aan een of meer **bedrijfsdoelstellingen**? Stel, een organisatie wil dit jaar vijf procent meer omzet realiseren. Een event voor klanten en potentiële klanten kan een bijdrage leveren aan deze doelstelling.
- Past het event bij het **gewenste imago** van het bedrijf? Een voorbeeld van een event dat goed aansluit bij het imago van het bedrijf is de Nieuwjaarsduik van Unox in combinatie met erwtensoep en rookworst.
- Past het event bij de cultuur van het bedrijf? Stel: de **bedrijfscultuur** van een organisatie is erg informeel. Het is dan niet passend om een event te organiseren waarbij je verlangt dat medewerkers chique gekleed komen.
- Past het event in de **marketingmix** van het bedrijf? De marketingmix – ook wel aangeduid met de vier P's – is de combinatie van instrumenten die een organisatie kan gebruiken voor het invullen van haar marketingstrategie. Onderdeel van de marketingmix is de P van promotie. Hieronder valt de communicatie van een bedrijf gericht op het stimuleren van de verkoop. Een evenement kan voor een bedrijf onderdeel zijn van het promotiebeleid.
- Zijn de risico's van het event voor de organisatie geïnventariseerd en zijn er maatregelen genomen om deze risico's te beheersen? Het onderdeel **risico-analyse** komt aan bod in Stap 2.

### Online event

Sjoerd Weikamp, hoofdredacteur van [www.eventbranche.nl](http://www.eventbranche.nl), geeft in zijn artikel 'online evenementen: 10 voordelen en 10 nadelen' een heldere omschrijving van een online event. Hij definieert een online event als alle vormen van live communicatie die georganiseerd worden in een online of digitale omgeving. Online evenementen zijn toegankelijk via internet met een computer of andere apparaat en geven bezoekers toegang tot de online omgeving; meestal via een webbrowser of een speciale applicatie zoals Zoom, Teams en Skype.

Om te bepalen of je een event online wilt organiseren moet je eerst inzicht krijgen in de voor- en nadelen ervan. De volgende voor- en nadelen zijn gebaseerd op de inventarisatie in het artikel van Sjoerd Weikamp.

Wat zijn de **voordelen** van een **online event**?

- De kosten van een online event zijn lager dan bij een fysiek event. Je hoeft geen dure locatie te huren en geen catering te regelen. De kosten voor vervoer en het inhuren van personeel zijn minder dan bij een fysiek event.
- De drempel om deel te nemen is lager vanwege lagere ticketprijzen, het wegvallen van reistijd en het ontbreken van vervoers- en verblijfskosten.
- Je doelgroep wordt groter omdat je mensen bereikt die bij een fysiek event nooit gekomen zouden zijn vanwege de reisafstand.
- De kosten voor het inhuren van sprekers zijn lager, omdat reistijd en vervoers- en verblijfskosten wegvallen.
- Je kunt gemakkelijker data verzamelen dan bij een fysiek event. De data van deelnemers zijn direct beschikbaar na aanmelding en kunnen gebruikt worden voor opvolging van je event. Deze data kunnen ook gebruikt worden om een online community op te bouwen.
- Je kunt delen van het online event eenvoudig met de computer als video opnemen en eventueel later beschikbaar stellen aan de deelnemers. Houd echter wel rekening met privacyaspecten.
- Een online event is duurzamer dan een fysiek event: een fysiek event verbruikt energie- en water voor verwarming en transport, levert (plastic) afval en geeft voedselverspilling. Een online event draagt daardoor bij aan de reductie van broeikasgassen zoals CO<sub>2</sub>.
- Je kunt sponsors en partners van je event de mogelijkheid geven om zich via de website te profileren.
- Tijdens een online event kun je eenvoudig bestanden – zoals een PowerPoint, een spreadsheet, een figuur en een video – aan de deelnemers tonen.
- Tijdens een online event kan iemand van de organisatie in een chatbox antwoorden geven op vragen van de deelnemers.
- Een online event is goed te combineren met een fysiek event. Via een online event kunnen deelnemers enthousiast gemaakt worden om aan een fysiek event mee te doen.

Wat zijn de **nadelen** van een **online event**?

- De inkomsten uit verkoop van tickets zijn lager dan bij een fysiek event vanwege lagere ticketprijzen.
- Een deelnemer aan een online event is sneller afgeleid. Waarschijnlijk herken je wel dat je energieniveau daalt na een online meeting van een uur. Ook maakt het uit in welke omgeving je een online meeting volgt. Iemand die thuis een online event volgt is snel afgeleid door andere zaken. Hierop is geen sociale controle door andere deelnemers.
- Uit wetenschappelijk onderzoek (bron: zie literatuur) blijkt dat online communicatie minder impact heeft dan fysieke communicatie.
- De beleving bij een live event is groter dan bij een online event. Als je de beleving bij een online event wilt verhogen dan heb je hiervoor voorzieningen en budget nodig.
- Netwerken werkt beter als je iemand ontmoet dan dat je elkaar digitaal spreekt. Voor veel mensen is de belangrijkste reden voor eventbezoek om bestaande relaties te ontmoeten en nieuwe mensen te leren kennen.
- Je bent bij een online event sterk afhankelijk van de techniek. Er kan iets misgaan met de verbinding. Voor meer zekerheid moet je een goed bekendstaande – vaak duurdere – leverancier inschakelen.



- Als jouw verbinding uitvalt dan kun je niet bijsturen omdat je deelnemers niet meer kunt bereiken.
- Deelnemers ervaren online events vaak als vermoeiend vanwege de vele prikkels op het scherm, bijvoorbeeld door de vele gezichten in beeld.
- Een online event organiseren vergt een andere werkwijze, hulpmiddelen, kennis en vaardigheden dan een fysiek event. Je moet dus tijd en geld investeren om een goed online event te organiseren.

Wat zijn de **ontwikkelingen** op het gebied van **online events**?

De Vereniging van Evenementenmakers (VVEM) vertegenwoordigt de evenementenbranche. Deze vereniging onderzoekt jaarlijks de trends in de evenementen-, festival- en concertmarkt. Uit hun onderzoek (bron: [www.respons.nl](http://www.respons.nl)) blijkt dat festivals en concerten de grote coronaverliezers zijn. Het aantal festivals daalde door de pandemie van ruim 1100 in 2019 naar 155 in 2020 en 343 in 2021. De festivalsector zakte in 2020 terug naar het niveau van 1985. Met 1,4 miljoen bezoekers is 2020 het slechtste festivaljaar sinds de metingen. VVEM-woordvoerder Willem Westermann: "Festivals en concerten zijn de grote coronaverliezers. De cijfers over 2020 en 2021 zijn dramatisch na de records van eerdere jaren. We hopen dat 2022 het jaar wordt van herstel. We hebben gezien dat de sector beschikt over veel creativiteit, maar concerten en festivals moet je gewoon live meemaken."

Jan Scheele, organisator van wereldwijd 50 TEDx events, heeft de trends voor 2022 op het gebied van online eventorganisatie geïnventariseerd en schreef hierover in een artikel op [www.frankwatching.com](http://www.frankwatching.com).

- Event-bezoekers hebben voorkeur voor een online event vanwege het gemak. Ook een zekere angst voor corona speelt een rol.
- Deelnemers aan een event stellen hogere eisen aan een event en verwachten een totaalbeleving.
- Kleinschalige en korte events worden steeds populairder. Minder bezoekers geeft ook betere mogelijkheden voor interactie.
- Een belangrijk motief om een event te bezoeken is netwerken. Event-organisatoren moeten meer inspanning doen om netwerken te faciliteren in een online omgeving. Geavanceerdere event-apps zoals Bizzaboo en Hopin kunnen hiervoor ingezet worden.
- Marketing wordt steeds belangrijker om deelnemers te werven voor een event. Een andere trend is dat een event wordt gebruikt als marketingtool. Om een Microsoft event te bezoeken voor COVID-19 betaalde je \$2500. Er kwamen 6.000 betalende bezoekers. Een vergelijkbaar virtueel congres was gratis en hier kwamen 197.000 bezoekers over de virtuele vloer. Microsoft kondigde gelijk aan dat ze dit event altijd virtueel willen blijven organiseren.

### **Gemengd event**

Een **gemengd of hybride event** bestaat uit twee onderdelen, namelijk een gedeelte waar deelnemers fysiek naartoe kunnen komen en een online gedeelte waarbij gasten van een afstand aan het event deelnemen. Denk aan een bedrijf met vestigingen in verschillende landen dat een event organiseert om zijn nieuwe producten te introduceren. Vanwege de kosten zijn niet alle medewerkers in de gelegenheid dit event bij te wonen. Via een live videostream kunnen ze toch deelgenoot zijn van het event. Voor een daadwerkelijke hybride vorm moet het online gedeelte van je event meer zijn dan alleen maar een live videostream. Daarvoor is meer interactie nodig, door bijvoorbeeld de mogelijkheid te bieden aan de online bezoekers om vragen te stellen aan een spreker.

Elk evenement is uniek en heeft zijn eigen kenmerken en aanpak. Toch zijn er zaken die bij elk evenement terugkomen. Het stappenplan in dit boek is algemeen toepasbaar, of je nu een beurs, een festival, een open dag of een ander evenement organiseert. Het stappenplan in dit boek is direct toepasbaar op veel evenementen. Bij sommige soorten evenementen kun je activiteiten van de stappen overslaan.

### 0.3 Een evenement is een project

Voor het organiseren van een event is meer nodig dan een leuk idee en een aantal enthousiaste mensen die willen meehelpen. Planning en voortgangsbewaking zijn onder andere nodig voor een succesvol event. De organisatie van een event is meestal complex omdat je met veel zaken rekening moet houden. Je moet van tevoren bedenken wie wat moet doen en in welke volgorde. Een hulpmiddel hierbij is om de activiteiten te groeperen in fases of stappen. Vaak is er aan het eind van een fase een beslismoment, denk hierbij aan wel of geen goedkeuring voor het eventvoorstel.

Zo kun je een event behandelen als een **project**. Zowel een event als een project kennen een indeling in stappen, beslismomenten en een begin- en einddatum. Bij sommige projecten is het geen probleem als de geplande deadline niet wordt gehaald. Een event moet echter beslist op de geplande datum plaatsvinden. Je kunt een festival niet een week uitstellen omdat je de organisatie nog niet rond hebt. Projectmanagement – in dit geval wel **eventmanagement** genoemd – zorgt ervoor dat een event gestructureerd en planmatig wordt voorbereid en uitgevoerd.

Een evenement is een speciaal soort project. Terwijl een ander project vaak iets tastbaars oplevert (een huis, een computerprogramma) dat na oplevering gebruikt en beheerd moet worden, kent een evenement geen duidelijke fase 'gebruik en beheer'. De **oplevering** van het projectresultaat – het evenement – is het projectresultaat.

De voorbereidingstijd verschilt per event en is afhankelijk van het soort en de complexiteit. De organisatie van een tennistoernooi regel je wellicht in drie maanden, terwijl je met de voorbereiding van een muziekfestival meer dan een jaar van tevoren begint. Als je gebruik wilt maken van veelgevraagde sprekers, dj's, popgroepen of locaties, moet je deze lang van tevoren boeken. Ook het verkrijgen van een vergunning vergt meestal veel tijd.

### 0.4 Kenmerken van een project

In deze en volgende paragrafen wordt uitgelegd hoe je 'projectmatig werken' moet toepassen. De theorie is ontleend aan het boek *P6-Methode. Projectaanpak in zes stappen* (Grit, 2016). Deze projectmanagementmethode geeft een beschrijving van projectaanpak in zes stappen en is goed toepasbaar op de organisatie van een event. In dit boek is de P6-Methode toegepast op het project 'Organiseren van een evenement'.

#### Voorbeelden van projecten

Bedrijven leveren steeds nieuwe producten, de technische mogelijkheden worden steeds groter en consumenten worden kritischer en willen steeds meer: de wereld verandert voortdurend en bedrijven moeten daarin meegaan. Om deze veranderingen door te voeren wordt vaak voor een project gekozen. Daarom komen tegenwoordig projecten vaker voor dan vroeger.

Voorbeelden van projecten zijn:

- bouwprojecten, zoals huizen, bruggen, boten en winkelcentra;
- het maken van theaterproducties, speelfilms of een voorlichtingsfilm;
- het organiseren van een festival;
- het organiseren van een internationaal sporttoernooi;
- het organiseren van een bedrijfsfeest, bijvoorbeeld vanwege het 100-jarig bestaan van een bedrijf.

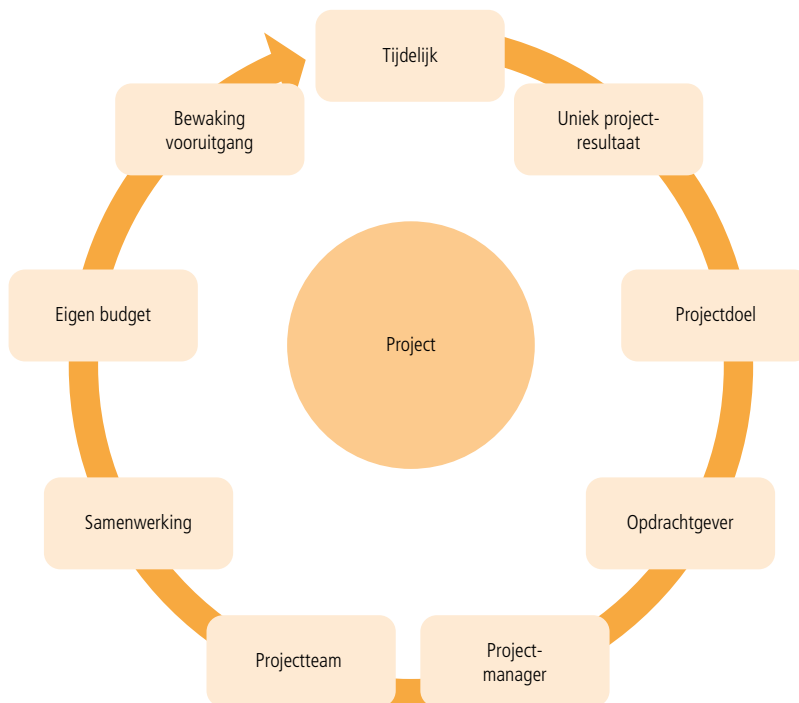
In sommige bedrijven wordt in de regel projectmatig gewerkt. Denk hierbij aan bedrijven in de scheepsbouw, vliegtuigbouw, automatisering en evenementenbranche.

### Wat is een project?

Dit boek gaat over het projectmatig organiseren van een event, maar wat is dat eigenlijk: een project?

Een project is een tijdelijke samenwerking van een aantal mensen – meestal uit verschillende vakgebieden – om binnen een vastgestelde tijd een vooraf vastgesteld projectresultaat te bereiken met een vastgesteld budget.

Figuur 0.1 Kenmerken van een project en een event



Op basis van deze definitie kunnen een aantal kenmerken van een project worden geformuleerd (figuur 0.1). Aangezien een evenement een project is, kun je in het vervolg voor 'project' ook 'evenement' lezen.

### **Een project is tijdelijk**

Omdat een project tijdelijk is, heeft het een beginpunt en een eindpunt.

Het beginpunt wordt gemarkeerd door een begindatum: deze wordt wel de **project start-up** genoemd. De einddatum is het afgesproken moment waarop het beoogde projectresultaat – het evenement – wordt opgeleverd, het eventuele nawerk is afgehandeld, het ‘feest is gevierd’ en het projectteam (eventteam) is ontbonden. Bij een event valt de oplevering samen met het tijdstip van het evenement, tot alles is opgeruimd.

### **Beoogd projectresultaat is uniek**

Een project levert aan het eind een uniek en eenmalig projectresultaat op, in ons geval is dat het evenement zelf. Voor de uitvoerders en de opdrachtgever heeft het project een uniek karakter en valt het buiten de dagelijkse gang van zaken. Het projectresultaat – het evenement – betreft het **wat** van het project: wat is er gereed als we klaar zijn? Dit beoogde projectresultaat kan veel verschillende zaken betreffen, bijvoorbeeld de viering van een lustrum, een muziekfestival of een voetbaltoernooi.

### **Projectdoel**

Het projectdoel – in ons geval het eventdoel – is het **waarom** van het project en geeft de reden waarom de opdrachtgever het project of evenement wil laten uitvoeren en waarom hij daar geld voor over heeft. Het projectresultaat is de uitkomst van het project en levert een bijdrage aan het projectdoel. Je organiseert bijvoorbeeld een klantendag (evenement) met twee eventdoelen: de relatie met je klanten verbeteren én een nieuw product onder de aandacht brengen.

### **Oprachtgever**

Een project heeft een opdrachtgever die budget in de vorm van geld en/of capaciteit beschikbaar stelt om het project uit te voeren. Om zijn doelen te realiseren heeft de opdrachtgever belang bij het projectresultaat. Hij moet duidelijkheid aan het projectteam verschaffen en neemt belangrijke beslissingen. De opdrachtgever wil bijvoorbeeld een personeelsdag organiseren met als eventdoel het verhogen van het samenhangingsgevoel (eventdoel) en het event moet weer een bijdrage leveren aan het verhogen van de medewerkerstevredenheid (bedrijfsdoel).

### **Projectmanager en projectteam**

Een project kent dus een eigen **projectorganisatie**, in geval van een event spreek je van **eventorganisatie**. De opdrachtgever stelt een projectmanager – in ons geval **eventmanager** genoemd – aan met voldoende bevoegdheden en bekwaamheden om het event vorm te geven. De eventmanager is eindverantwoordelijk voor het evenement en maakt – met zijn **eventteam** – in overleg met de opdrachtgever een **eventplan** (zie Stap 3). Als een organisatie besluit om een event uit te voeren, zorgt de opdrachtgever ervoor dat de eventorganisatie een aparte positie en status binnen zijn organisatie geniet. Leden van het eventteam die uit hun normale werkzaamheden (deels) zijn vrijgemaakt, hebben tijdelijk een tweede ‘baas’: de eventmanager.

### **Samenwerken aan het resultaat**

Een project is vaak ingewikkeld. Daardoor zijn evenementen vaak **multidisciplinair** en werken aan een evenement meestal mensen uit verschillende disciplines (vakgebieden) tijdelijk samen: het eventteam. De teamleden komen uit verschillende delen van de organisatie (of van buiten de organisatie) en hebben elk hun eigen deskundigheid. Disciplines zijn bijvoorbeeld: management, financiën, logistiek, marketing en techniek. Projectteamleden werken vaak niet voltijds aan het project, maar slechts in deeltijd.

Van belang is dat de leden van het eventteam **resultaatgericht** kunnen werken. Het team is immers samengesteld om als projectresultaat een evenement te organiseren! De teamleden moeten met elkaar kunnen samenwerken en weten wat van hen wordt verwacht. Er moeten afspraken worden gemaakt over te gebruiken middelen, planningen worden gemaakt, enzovoort.

### Eigen budget

Een eventteam beschikt over een budget, dat in principe vooraf wordt vastgesteld en goedgekeurd. Met dit budget moet het team het evenement uitvoeren. Dit budget bestaat uit geld voor te besteden **middelen** en **capaciteit** van in te zetten mensen en middelen. Het budget ontstaat door vooraf in een begroting een schatting van de kosten te maken. Door onderhandeling tussen de opdrachtgever, eventuele sponsor(en) en de eventmanager wordt de hoogte van het budget vastgesteld.

### Bewaking voortgang

Tijdens de voorbereiding van het evenement vindt via **planning** en **rapportage** een bewaking van voortgang, kosten en opbrengsten plaats. Om je evenement beter te kunnen besturen, worden in dit boek de stappen van de P6-Methode (Grit, 2016) gebruikt.



Via [www.studiemeister.noordhoff.nl](http://www.studiemeister.noordhoff.nl) zijn er bij dit boek diverse hulpmiddelen beschikbaar voor het organiseren van een evenement. Het icoontje links in de marge geeft aan dat er 'iets te halen valt' op de website.



Bekijk de video's van de volgende flitscolleges:

- PM015 Er was eens een project
- PM030 Wel of niet een project
- PM085 Maatschappelijk verantwoord

## 0.5 Wat maakt een project bijzonder?

Aangezien een evenement een project is, behandelt deze paragraaf de plaats van projectmatig werken in relatie met ander werk.

In een organisatie worden allerlei werkzaamheden uitgevoerd. Deze werkzaamheden kunnen globaal in drie groepen worden ingedeeld:

- 1 improvisatie;
- 2 routinematig werk;
- 3 projectmatig werk.

### Improvisatie

Nieuwe werkzaamheden kunnen worden aangepakt door middel van **improvisatie**. Er wordt vaak geïmproviseerd als er zich een plotselinge gebeurtenis voordoet waarop snelle reactie noodzakelijk is. De verantwoordelijke reageert dan **ad hoc**. Dat wil zeggen: hij reageert niet volgens een plan, maar reageert direct en neemt snel een beslissing. Al doende leert men hoe de 'klus' moet worden geklaard. Daardoor is de uitkomst bij improvisatie onzeker en is het resultaat moeilijk precies te voorspellen.

### Routinematig werk

**Routinematige werkzaamheden** worden steeds herhaald en zijn daardoor goed voorspelbaar. De uitvoerder hoeft niet steeds te verzinnen wat er precies moet gebeuren, want daar is in het verleden al goed over nagedacht. Voor deze werkzaam-

heden kunnen meestal **werkprocedures** of voorschriften opgesteld worden, waardoor ze efficiënt (met zo weinig mogelijk inspanning) kunnen worden uitgevoerd.

### **Projectmatige aanpak**

Tussen routinematige werkzaamheden en improvisatie in liggen de projectmatige werkzaamheden. Deze hebben een eenmalig en tijdelijk karakter en zijn redelijk voorspelbaar of kunnen redelijk voorspelbaar worden gemaakt. Projectmatig werk is gericht op effectiviteit – dus op doeltreffendheid – en op resultaat. Om de voorspelbaarheid van werken te vergroten, wordt er bij projecten **planmatig** naar het resultaat toegewerkt. Dit boek pakt het evenement projectmatig aan via een zes-stappenplan met per stap verschillende TO DO lijsten.

Voor het projectmatige uitvoeren van een evenement wordt een aparte **projectorganisatie** – het eventteam – ingericht. Dat betekent dat mensen die normaal niet met elkaar samenwerken, voor het project in een eventteam met een onderlinge taakverdeling samenwerken in een soort tijdelijke en unieke 'subcultuur' binnen een organisatie.

**'Als je denkt dat avontuur gevaarlijk is, probeer dan routine; het is dodelijk.'**

— Paulo Coelho

Een project heeft – net zoals improvisatie – de eigenschap dat het nieuw is. De betrokkenen brengen iets tot stand wat ze nooit eerder hebben gedaan. Ze willen echter niet improviseren, omdat het resultaat daarbij onzeker is en de werkwijze chaotisch kan zijn. Daarom brengen ze er bij de uitvoering van het project routine in door gebruik te maken van een vaste werkwijze. Door projectmatig werken kun je routine brengen in iets wat je nog niet eerder hebt gedaan. Projectmanagement heeft dus kenmerken van improvisatie en van routine.

In dit boek bestaat deze procedure uit de P6-Methode waarbij je in zes stappen het event kunt uitvoeren. Door deze methode is het mogelijk om routine aan te brengen in werkzaamheden die het eventteam nog niet eerder heeft uitgevoerd. Het resultaat van het event is nieuw, de uit te voeren taken zijn nog onbekend, maar de te volgen methodiek is bekend en eerder getest.

## **0.6 Een succesvol event**

In deze paragraaf wordt uitgelegd wat het betekent als een event of een ander project succesvol is en op welke beheersaspecten de eventmanager daarbij moet letten. Het gebruik van de P6-Methode verhoogt de kans op een succesvol project.

### **Kwaliteit, tijd en geld**

Eenvoudig gezegd is een succesvol event een event dat het juiste resultaat oplevert van de juiste kwaliteit (K), dat op tijd (T) is afgerond en dat niet meer geld (G) kost dan is afgesproken. Hierbij moet het evenement de gewenste bijdrage leveren aan het doel dat de opdrachtgever heeft met het event. **Kwaliteit, tijd en geld** zijn

ook de factoren op basis waarvan de consument iets aanschaft, zoals het volgende voorbeeld laat zien.

### Voorbeeld aanschaf van een auto

Een consument wil een auto kopen om de komende vakantie naar Italië te rijden (doel). De belangrijkste drie vragen die hij stelt, zijn:

- 1 Wat is de **kwaliteit** (K) van het product? Bij de auto gaat het bijvoorbeeld om: welk merk en type, welk bouwjaar, welke technische specificaties, welke accessoires en wat is de technische staat van de auto? Naast deze objectieve vast te stellen kwaliteitskenmerken, heeft een auto een aantal subjectieve kwaliteitsaspecten, zoals het imago en de vormgeving.
- 2 Wanneer, op welk **tijdstip** (T) wordt het product geleverd? Bij een auto geldt meestal een levertijd van enkele dagen tot enkele maanden, afhankelijk van de bijzonderheden die de koper wenst.
- 3 Hoeveel **geld** (G) gaat het product kosten? Wat hij moet betalen, hangt in het geval van de auto af van het merk en type, de verdere accessoires en de technische specificaties.

Voor een opdrachtgever van een event gelden de drie vragen uit het voorbeeld ook. Hij laat een event organiseren en wil weten welke kwaliteit het event zal hebben, wanneer het geleverd wordt en hoeveel het gaat kosten.

Het probleem van een event is dat het uniek is en meestal ook ingewikkeld. Daardoor zijn de doorlooptijd en kosten aanmerkelijk minder zekere aspecten dan bij de eenvoudige aanschaf van een auto. Het grote probleem van de opdrachtgever van een event is dat hij besluit om een event te laten organiseren dat pas in de toekomst wordt uitgevoerd.

### Organisatie en informatie

Om het mislukken van een event te voorkomen, moet het goed bestuurd worden. Een event is mislukt als de planning niet wordt gehaald, als het meer kost dan begroot was en/of als het eventdoel slechts gedeeltelijk wordt behaald. Om te zorgen dat een event niet mislukt, moet het goed zijn georganiseerd (O) en moeten de betrokkenen goed zijn geïnformeerd (I).

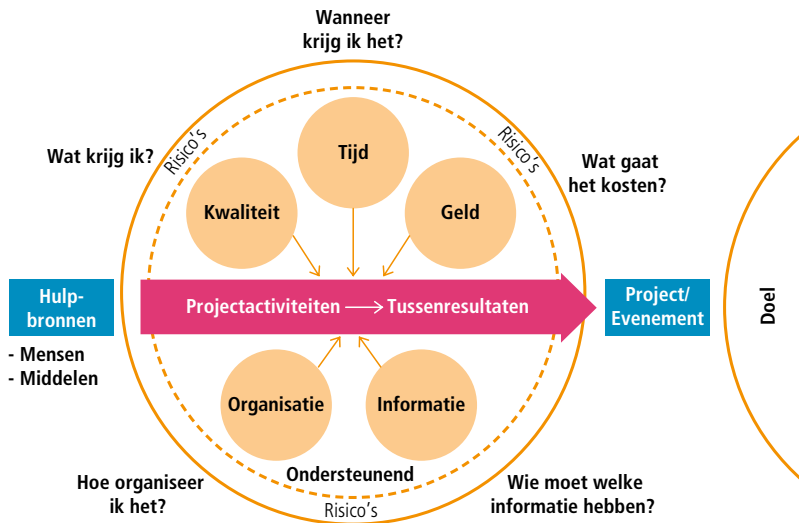
### Beheersaspecten TGKIO en risico's

Tijdens de voorbereiding en uitvoering van het event zijn, zoals gezien, de volgende vijf **beheersaspecten** (zie figuur 0.2) van belang:

- 1 tijd (T)
- 2 geld (G)
- 3 kwaliteit (K)
- 4 informatie (I)
- 5 organisatie (O)

De eventmanager en opdrachtgever moeten aan elk van deze **TGKIO-factoren** (soms ook wel aangeduid als **GOKIT**) voldoende aandacht besteden voor een succesvol event.

Figuur 0.2 TGKIO-factoren



Naar: P6-Methode, *Projectaanpak in zes stappen*, Noordhoff Uitgevers, Groningen/Utrecht, 2016

Van de vijf beheersaspecten zijn kwaliteit, tijd en geld de belangrijkste:

- **Kwaliteit.** Bij de kwaliteit van het event gaat het er uiteindelijk om of de opdrachtgever tevreden is met eindresultaat. Belangrijk is dat het evenement voldoet aan de vooraf geformuleerde eisen en aan de verwachtingen van de opdrachtgever en andere belanghebbenden. Het eventteam kan de kwaliteit bevorderen door het opstellen van specificaties voor het evenement en bewaken of hieraan voldaan wordt, het opstellen van testprocedures, het meten van de kwaliteit van tussenresultaten en het adequaat omgaan met wijzigingsverzoeken. Het **eventdoel** is het **waarom** van het event: de reden dat de opdrachtgever dit evenement wil houden. Bijvoorbeeld: kan het evenement 'het vieren van het 100-jarig jubileum van het bedrijf' een bijdrage leveren aan het eventdoel 'verhogen van de relatie met medewerkers, klanten en leveranciers'? Het eventdoel moet binnen de organisatiedoelstellingen vallen; in het voorbeeld zou dat kunnen zijn 'het vergroten van het marktaandeel en het werven en behouden van competente en gemotiveerd personeelsleden'.
- **Tijd.** Het aspect tijd betreft de belangrijke vraag wanneer het evenement gehouden kan worden. Hierbij moet verschil worden gemaakt tussen **doorlooptijd** (kalendertijd) en **te besteden tijd** (mensen). Inzicht in beide tijdsaspecten wordt verkregen door bijvoorbeeld de planning, de tijdverantwoording door de leden van het eventteam, de bewaking van de voortgang en de aanpassing van de planning. **Tijdverantwoording** betekent dat de teamleden de tijd die zij aan het event besteden, verantwoordelijk door de uitgevoerde activiteiten te registreren en deze registratie periodiek in te leveren bij de eventmanager. De eventmanager is op basis van de afgehandelde activiteiten in staat de voortgang te bepalen en eventueel de planning bij te werken.
- **Geld.** Het moet duidelijk zijn hoeveel geld het event gaat kosten, bestaande uit te besteden tijd (mensen) en te gebruiken middelen. De financiële duidelijkheid wordt verkregen door het vooraf opstellen van een eventbegroting en het bewaken van deze begroting.



## ‘Succes is dikwijls een idee verder.’

— Frank Tyge

Om een event tot een succes te maken, gelden ook de twee andere beheersaspecten. Deze aspecten zijn geen doel op zichzelf, maar ondersteunen de eerste drie aspecten:

- **Organisatie.** Dit betreft de manier waarop het event wordt georganiseerd. Van belang bij het aspect organisatie zijn de overlegstructuren, de wijze van het nemen van beslissingen, het opstellen van een eventplan, de taakverdeling binnen het eventteam, de manier van omgaan met wijzigingsverzoeken en het nakomen van werkafspraken. Bij de organisatie van het event zijn resources (hulpbronnen) nodig. Resources zijn mensen en middelen die worden ingezet om het event tot uitvoering te brengen en het gewenste eventresultaat op te leveren. Denk bij middelen aan de locatie waar het event wordt georganiseerd, de benodigde techniek en eventuele bussen voor vervoer. Belangrijk daarbij is hoe de organisatie aan resources voor het event komt en hoe zij het event organiseert.
- **Informatie.** Dit betreft de vraag wie welke informatie krijgt. Van belang bij het aspect informatie zijn de wijze van overleggen tussen betrokkenen, het opzetten van een eventarchief, het communiceren met de omgeving, het verspreiden van informatie, het terugkoppelen van de eventmanager naar de opdrachtgever en het terugkoppelen van leden van het eventteam naar de eventmanager.

Behalve dat het succes van een event wordt afgemeten aan de aspecten tijd, geld en kwaliteit, is dus de wijze van eventmanagement met behulp van informatie en organisatie van belang. In figuur 0.2 staat in de buitenste cirkel de term **risico's** om aan te geven dat de organisatie van een event door elk van de vijf TGKIO-beheersaspecten verstoord kan worden door verschillende risico's.



Bekijk de video PM045 Succesvol project TGKIO

### Andere succesbepalende factoren

Het eventsucces kent dus de volgende twee componenten: het succes van de oplevering van het **afgesproken evenement** (TGK) en het succes van het **eventmanagement** (IO). Dit succes is echter gedefinieerd vanuit het standpunt van de opdrachtgever en gezien vanuit het oorspronkelijk afgesproken evenement. Er zijn echter meer componenten die bepalen of een event geslaagd is.

Als de opdrachtgever (de betaler) tevreden is met het resultaat, ondanks het feit dat de specificaties van het evenement flink zijn gewijzigd of het eventbudget is overschreden, dan is het event toch succesvol.

Het **managen van de verwachtingen** is een belangrijke vaardigheid van de eventmanager. Dit managen houdt in dat hij niet te veel belooft, het event niet te positief afschildert en eventuele tegenvallers tijdig en tactisch met de omgeving communiceert. Hierdoor kan een event dat niet geheel opgeleverd wordt volgens de oorspronkelijke afspraken door de betrokkenen toch als succesvol worden ervaren.

Er kunnen veel partijen bij een evenement betrokken zijn. Deze betrokkenen worden wel **stakeholders** genoemd. Voorbeelden van stakeholders zijn: opdrachtgever, eventmanager, eventteamleden, bezoekers, deelnemers, vrijwilligers, sponsors, donateurs, gemeente, leveranciers en locatiebeheerder/personeel. In Stap 2 wordt de rol van de betrokkenen in meer detail beschreven.

## 0.7 Een event in stappen

**Fasering** is van belang in het kader van 'eerst denken, dan doen'. Een fase – hier Stap genoemd – kan beschouwd worden als een serie activiteiten die in het kader van een event logisch bij elkaar horen. Om missers te voorkomen, gaat het eventteam niet direct aan de slag, maar denkt zij eerst een stap geheel in detail door. Verder geven de stappen structuur aan een event, met als voordeel dat in het event **beslismomenten** worden ingebouwd. Aan het eind van elke stap vindt een **evaluatie** plaats op basis van de TGKIO-factoren en de risico's. Op dat moment heeft de opdrachtgever de gelegenheid het event bij te sturen en heeft het eventteam de mogelijkheid opnieuw commitment te verwerven voor het vervolg van het event.

De opdrachtgever kan de volgende **beslissingen** nemen:

- doorgaan op de ingeslagen weg;
- doorgaan, maar met aanpassingen;
- voortijdig stoppen met het event; het event gaat niet voldoen aan de verwachtingen en wordt niet afgemaakt.

De opdrachtgever is degene die formeel de beslissingen neemt over hoe verder te gaan met het event. Een eventmanager kan een event niet stoppen, hooguit kan hij – bij een in zijn ogen onmogelijk opdracht – de opdracht teruggeven aan de opdrachtgever.

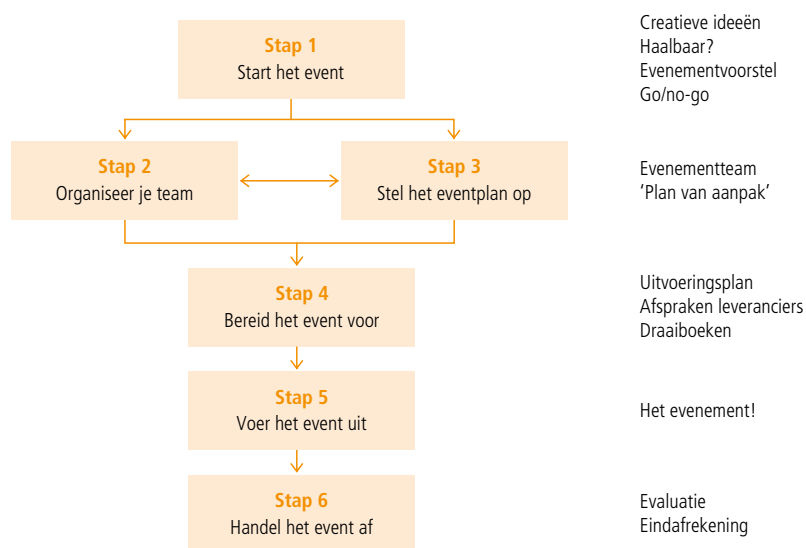
## 0.8 Zes-stappenplan

In dit boek zal de **P6-Methode** worden toegepast op het organiseren van een event. Deze methode bevat een aantal bijpassende hulpmiddelen die van de website kunnen worden gedownload.



De zes stappen worden weergegeven in figuur 0.3.

Figuur 0.3 Zes stappen van een evenement



De zes stappen worden hier slechts kort toegelicht: in de rest van dit boek worden ze uitgebreid besproken.

De inhoud van de stappen is als volgt:

- In **Stap 1 'Start het event'** komt een organisatie op basis van een idee tot de conclusie dat er een event wordt gestart. Vervolgens wordt het doel van het event vastgesteld, er wordt een Programma van Eisen opgesteld en er wordt een zakelijke afweging gemaakt. Het eventvoorstel wordt geformuleerd en er wordt gezorgd dat er een duidelijk beeld is voor wie het evenement georganiseerd moet worden. Tijdens deze stap wordt er een beroep gedaan op de creativiteit. Er wordt onderzocht of de organisatie van het event (financieel) haalbaar is en of er behoefte is aan het event. Daarnaast wordt er naar de locatie, vergunningen, praktische uitvoerbaarheid en de technische haalbaarheid gekeken. Het eindresultaat is een 'go/no-go', gebaseerd op een eventvoorstel met een sluitende begroting. Soms wordt in plaats van een eventvoorstel een eventopdracht door de opdrachtgever verstrekt. Na controle op volledigheid van deze opdracht, kan een deel van Stap 1 worden overgeslagen.
- In **Stap 2 'Organiseer je team'** wordt bepaald welke taken moeten worden uitgevoerd en wie wat wanneer gaat doen. Ook wordt de vergaderfrequentie geregeld en worden er afspraken gemaakt over de inrichting van het eventdossier.
- In **Stap 3 'Stel een eventplan op'** wordt een gedetailleerd eventplan gemaakt. Het eventplan detailleert niet alleen het evenement en de aanpak van het event, maar het vormt ook een contract tussen de eventmanager met zijn eventteam enerzijds en de opdrachtgever anderzijds. Aangezien Stap 2 en 3 elkaar beïnvloeden, zullen ze meestal min of meer gelijktijdig worden uitgevoerd. Aan het eind van Stap 3 staat het eventteam klaar om het goedgekeurde eventplan uit te voeren.
- In **Stap 4 'Bereid het event voor'** wordt het event voorbereid aan de hand van het eventplan. In Stap 4 worden allerlei zaken geregeld, zoals promotie, bereikbaarheid en parkeervoorzieningen. Uiteraard wordt ook de toegang tot het evenement geregeld: kaartverkoop, programmaboekjes, catering en techniek. Verder moet de opening, de sluiting, de verzekeringen, de medewerkers, de veiligheid en de medische verzorging geregeld worden. Ten slotte wordt een **draaiboek** opgesteld waarin vastgelegd wordt wie wat op welk tijdstip en met welke hulpmiddelen gaat doen. Ook wordt hierin de opbouw, uitvoering, afbouw en verdere afhandeling van het evenement beschreven. Het eindresultaat is een of meer draaiboeken aan de hand waarvan het event uitgevoerd kan worden.
- In **Stap 5 'Voer het event uit'** wordt het event uitgevoerd met behulp van het draaiboek. Lang niet alles verloopt altijd zoals verwacht. Zaken die een volgende keer anders geregeld moeten worden, worden genoteerd in het draaiboek.
- In **Stap 6 'Handel het event af'** worden de oorspronkelijke doelstellingen met het werkelijke resultaat vergeleken en wordt er nagegaan waar verbeterpunten liggen voor een eventueel volgend event. Daarna worden nog een aantal zaken afgehandeld, zoals het versturen van bedankbrieven en het opstellen van een afrekening.

## 0.9 Belangrijke beslissingen bij een event

Managers en opdrachtgevers nemen beslissingen op basis van gevoel en ervaring, maar zeker ook op basis van informatie. In de P6-Methode komen een aantal momenten voor waarop er een beslissing moet worden genomen over de voortgang op basis van een **beslisdocument**. Een beslisdocument bevat voldoende informatie

over de toekomst en het verleden. Op basis hiervan kan de opdrachtgever gemakkelijker een beslissing nemen over het vervolg: het event laten doorgaan op de ingeslagen weg, het event bijstellen op verschillende punten of het event stoppen.

Opdrachtgevers willen vaak geen uitgebreide verslagen lezen, maar vragen om 'informatie op een A4'tje'. Daarom moet een beslisdocument van beperkte omvang zijn en een duidelijke structuur bezitten. De beslissing wordt in het beslisdocument dus 'voorgekookt' in 'hapklare brokken'.

In de zes stappen van dit boek wordt een aantal beslisdocumenten gebruikt:

- Het **eventvoorstel**. In het begin van een event (tijdens het opstarten van het event in Stap 1) neemt de opdrachtgever op basis van het eventvoorstel de beslissing of hij een event wil starten.
- Het **eventplan**. Aan het eind van Stap 3 worden in het eventplan het evenement en de uitvoering gedefinieerd en wordt het plan na de goedkeuringsbeslissing uitgevoerd.
- De **eindrapportage**. De eindresultaten van het event worden in Stap 6 geëvalueerd en samengevat.

De eventmanager informeert de opdrachtgever over de voortgang van de organisatie van het event. Dit kan zowel mondeling als schriftelijk door oplevering van verschillende tussenreportages. Hoewel de eventmanager verantwoordelijk is voor het evenement, geven de tussenrapportages de opdrachtgever de mogelijkheid het event bij te sturen. Tussenrapportages zijn bijvoorbeeld bijgewerkte plannings-, financiële voortgangsrapportage, voortgangsverslagen, draaiboeken en notulen van vergaderingen.



Via de website kunnen verschillende beslisdocumenten en andere hulpmiddelen worden gedownload.



- Het nemen van beslissingen door een opdrachtgever kan soms veel tijd kosten. Houd daar rekening mee.

## 0.10 Evenementen en ethiek

Niet alles kan en niet alles mag in de samenleving of binnen een organisatie. Dat geldt ook voor een event. De organisatie moet dan ook de vraag stellen of het event dat zij gaat uitvoeren wel ethisch aanvaardbaar is. **Ethiek** gaat over 'goed' en 'fout', over wat een organisatie wel kan doen en wat zij niet mag doen. Ethiek gaat over begrippen als **normen** en **waarden**. Bij normen gaat het over ongeschreven regels over hoe je je hoort te gedragen. Je verspilt geen onnodig water en je gooit afval in een prullenbak zijn voorbeelden van normen. Normen zijn gebaseerd op een bepaalde waarde. Voorbeelden van waarden zijn eerlijkheid, duurzaamheid, behulpzaamheid, respect en verdraagzaamheid. Waarden zijn achterliggende idealen die je waardevol vindt. Normen en waarden zijn persoonsgebonden en niet voor iedereen gelijk. In deze context komen de onderwerpen 'integriteit' van de eventmanager en 'maatschappelijk verantwoord eventmanagement' en 'diversiteit' aan de orde.

## Integriteit

Ethiek gaat ook over **integriteit**. Bij niet-integer gedrag maakt iemand ten voordele van zichzelf of anderen onrechtmatig of oneigenlijk gebruik van zijn macht, zijn positie, zijn kennis, zijn relaties of zijn bevoegdheden.

De **Vereniging van Evenementenmakers** (VEM) is een beroepsvereniging van mensen die professioneel betrokken zijn bij het organiseren van evenementen en waakt over de integriteit van de beroepsgroep. De vereniging heeft een gedragscode opgesteld voor haar leden. De **gedragscode** is er onder andere voor bedoeld dat hun leden de beroepsgroep niet in diskrediet brengen. De gedragscode bevat een aantal kernwaarden die nader zijn uitgewerkt. Voorbeelden van deze kernwaarden zijn: betrouwbaarheid, hulpvaardigheid, vriendelijkheid, flexibiliteit en duurzaamheid. De gedragscode bepaalt dat iedere eventmanager en ieder lid van een eventteam zich aan deze gedragscode houdt. Voor meer informatie: zie de website [www.vem.nl](http://www.vem.nl).

## ‘Eenheid zonder verscheidenheid is verstikkend. Verscheidenheid zonder eenheid is los zand.’

— Gustave le Bon

### Diversiteit en inclusie

Diversiteit gaat over verschillen tussen mensen. Verschillen kunnen zichtbaar en onzichtbaar zijn. Zichtbare verschillen zijn huidskleur, geslacht en leeftijd. Opleiding, karakter, geloofsovertuiging, politieke voorkeur en gender zijn onzichtbare verschillen.

Bij inclusie gaat het over hoe je met verschillen en overeenkomsten tussen mensen omgaat. Het is een gegeven dat mensen verschillen. Het achterliggende idee van inclusie is dat iedereen meedoet, elkaars verschillen herkent en accepteert. Zo kan iedereen zich veilig voelen en zijn bijdrage leveren aan een gezamenlijke activiteit. Vernā Myers, een bekende inclusie strateeg vat het verschil tussen diversiteit en inclusie als volgt samen: “Diversiteit is uitgenodigd worden op het feestje, inclusie is gevraagd worden om te dansen”.

### Diversiteit en eventorganisatie

Diversiteit speelt een belangrijke rol bij de verschillende onderdelen van je event. Denk hierbij aan de samenstelling van je eventteam, het programma, de deelnemers, de bezoekers en de wijze van communicatie.

Zorg ervoor dat je eventteam divers is samengesteld. Een divers team zorgt voor 30% minder risico bij de uitvoering en leidt tot 20% meer innovatieve input, aldus een Deloitte Review uit 2018. Diversiteit zorgt voor betere beheersing van zaken die mis kunnen gaan en meer creativiteit. Een divers samengesteld eventteam leidt niet automatisch tot goede resultaten. Alle leden moeten het belang van inclusiviteit omarmen en open staan voor iedereen die een bijdrage wil leveren aan de organisatie van het event.

### Voorbeelden van diversiteit

Diversiteit speelt een belangrijke rol bij het samenstellen van het eventprogramma. Denk hierbij aan diversiteit van onderwerpen en sprekers. BNR-journalist Diana Matroos sprak vier bekende voorvechters van inclusie voor haar radioshow ‘the Big

Five' rondom het thema **inclusief leiderschap**. Door de keuze van de sprekers met verschillende achtergronden en meningen ontstond een heel boeiend programma. Genodigden waren:

- Joyce Sylvester, de eerste vrouwelijke senator en burgemeester van kleur. Zij schreef een autobiografie waarbij de lezer wordt uitgedaagd om na te denken over onze oordelen en vooroordelen.
- Farid Azarkan, destijds fractievoorzitter van Denk en pleitbezorger voor een inclusief Nederland. Als Kamerlid was hij betrokken bij het blootleggen van de toeslagenaffaire.
- Robert Swaak, topman van ABN Amro; een organisatie die koploper wil zijn op het gebied van diversiteit en inclusie.
- Joris Luyendijk, onderzoeksjournalist en schrijver van het boek *De Zeven Vinkjes* (2022). Hij is van mening dat de macht in Nederland ligt bij een kleine groep mannen met dezelfde huidskleur, seksuele identiteit, cultuur, sociale klasse en opleiding.

### **Voorbeelden van inclusie**

Een congres is interessanter met verschillende onderwerpen en sprekers. Voor een congres kies je bijvoorbeeld oudere ervaren sprekers en jonge mensen met een goed verhaal. Vaak staan er mannen op het podium. Ga ook op zoek naar vrouwelijk talent, die zijn er genoeg. Als je een bepaalde doelgroep wilt bereiken kun je ook een spreker uitnodigen met een grote achterban. Goede kans dat er bezoekers speciaal voor hem/haar komen.

Je kunt je event inclusiever maken door ervoor te zorgen dat iedereen van de doelgroep mee kan doen. Mensen met een beperking ondervinden vaak moeilijkheden om een event te bezoeken en haken dan af. Uit gegevens van de Rijksoverheid blijkt dat 2 miljoen mensen een beperking hebben. Ze zijn slechtziend, blind of doof, hebben psychische problemen, een lichamelijke of verstandelijke beperking. Hoe kun je ervoor zorgen dat iemand met een beperking volwaardig deelneemt aan een event? Marianne Dijkshoorn van [www.geenbeperkingmeer.nl](http://www.geenbeperkingmeer.nl) schreef er een boek over en heeft deze tips:

- Vermeld duidelijk op je website hoe bereikbaar de locatie is en hoe toegankelijk je evenement of locatie is voor mensen met een beperking.
- Zorg minimaal voor een goede rolstoeltoegankelijkheid met de juiste afmetingen.
- Controleer of iedereen de locatie makkelijk kan verlaten bij calamiteiten.

Niet iedereen beschikt over de financiële middelen om een event te bezoeken. Je kunt overwegen om korting te geven aan bepaalde doelgroepen zoals houders van een Minimapas. Dit is een kortingspas voor mensen met een laag inkomen. Sommige festivals geven bezoekers de mogelijkheid om met korting een extra dagkaart te kopen voor iemand die graag het festival zou bezoeken maar hiervoor niet over de financiële middelen beschikt.

### **Hoe gaat je opdrachtgever om met diversiteit en inclusie?**

Als je een event organiseert in opdracht van een organisatie is het van belang om kennis te nemen van het diversiteitsbeleid van je opdrachtgever. Het heeft geen zin om een extreem inclusief event te organiseren als je opdrachtgever (nog) geen inclusieve cultuur heeft. Het is dan beter om hier eerlijk over te zijn en aan te geven dat de organisatie nog onvoldoende inclusief is en dat de organisatie het voornemen heeft om op dit gebied te verbeteren. Een event kan een hulpmiddel zijn om hier invulling aan te geven.

Zoals eerder gezegd: mensen verschillen. De doelgroep voor je event kan divers samengesteld zijn. Om zoveel mogelijk mensen te bereiken moet je ook je communi-

catie hierop afstemmen. Je taalgebruik moet inclusief zijn. Doe je dit niet, dan sluit je wellicht mensen uit die zich niet aangesproken voelen. Mounir Samuel schreef in opdracht van Code Diversiteit & Inclusie de handreiking 'Waarden voor een Nieuwe Taal'. Hij beschrijft het belang van taal en geeft aanbevelingen en praktische voorbeelden die je als organisator direct over kunt nemen.

### Maatschappelijk verantwoord projectmanagement

Om als mensheid te 'overleven' op deze wereld moeten organisaties aandacht besteden aan **duurzaamheid**. Duurzaamheid betekent dat de organisatie probeert te voorzien in de behoeften van het heden zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien, in gevaar te brengen. Duurzaamheid gaat over erop toezien dat de volgende generaties kunnen blijven beschikken over schaarse hulpbronnen, zoals grondstoffen, energie en een gezond leefmilieu. Veel evenementenorganisaties hebben in hun doelstellingen staan dat ze maatschappelijk verantwoord willen opereren. Bij **maatschappelijk verantwoord ondernemen** (MVO) neemt een organisatie de verantwoordelijkheid voor de effecten van de bedrijfsactiviteiten op mens, milieu en bedrijfsvoering. Op de website van Partyflock vind je een beschrijving van festivals die duurzaamheid koesteren.

[www.partyflock.nl](http://www.partyflock.nl)

#### Voorbeelden van 'duurzame' festivals

##### Paradigm

Dit festival in Groningen heeft als doel om helemaal zelfvoorzienend te zijn. Wat dat inhoudt? Er wordt zo min mogelijk van buitenaf gehaald om dit festival te laten draaien. Zo worden de wc's gevuld met zaagsel, zodat alles gewoon op de composthoop kan worden gegooid. Verder worden de decors allemaal gemaakt van gerecyclede materialen die niet schadelijk zijn voor de natuur. Dat is dan ook de reden dat dit festival niet hoeft te worden afgebroken.

##### DGTL

Geef de organisatie van DGTL nog een paar jaar en dit feest wordt het eerste afvalvrije festival in Nederland. Plastic drinkflesjes worden hergebruikt, het water van de wc's wordt gefilterd zodat er weer schoon drinkwater ontstaat en alle voedselresten worden omgezet in compost voor lokale boeren. Deze boeren leveren ook al het eten op het festival. Het menu op DGTL is bovendien helemaal vegetarisch, hetgeen het milieu minder zwaar belast. In totaal bespaart het festival hiermee 14 miljoen liter water en een CO<sub>2</sub>-uitstoot van 53.000 kilo.

##### Welcome to the Village

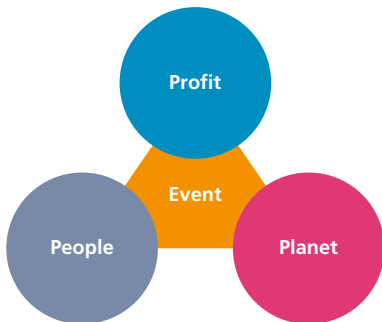
De organisatoren van Welcome to the Village richten zich op de toekomst. Daarom vind je op dit festival niet alleen leuke muzikale acts, maar ook wetenschappers en kunstenaars die inspelen op het thema duurzaamheid. Nieuwe ideeën op het gebied van milieuvriendelijkheid worden getest op dit festival en je kunt mooie shows en tentoonstellingen zien die je aan het denken zetten. Wil je een hapje eten tijdens je bezoek aan dit festival? Dan geniet je van verse ingrediënten die door lokale boeren geleverd worden.

De opdrachtgever, de eventmanager of het lid van een eventteam is niet alleen op de wereld: zijn event is een onderdeel van een organisatie die op haar beurt weer een onderdeel is van de samenleving. Als een organisatie duurzaam wil ondernemen, dan geldt dit natuurlijk ook voor de organisatie van haar evenementen. Met duurzame ontwikkeling en maatschappelijke verantwoordelijkheid houdt de organisatie niet alleen rekening met sociale en economische belangen, maar ook met ecologische belangen. John Elkington heeft in deze context de drie P's van People, Planet en Profit bedacht (zie figuur 0.4).

---

**Figuur 0.4 Maatschappelijk verantwoord eventmanagement**

---



---

### **People**

Maatschappelijk verantwoord betekent voor een eventteam dat ze niet alleen rekening houdt met directe betrokkenen, maar ook met groepen daarbuiten. Binnen een organisatie gaat het erom rekening te houden met bijvoorbeeld de gezondheid en het welzijn van medewerkers, maar ook de persoonlijke ontwikkeling van het personeel. Ook medezeggenschap, inspraak, goede omgangsvormen en een prettige werkomgeving horen hierbij.

Naar buiten toe gaat het erom rekening te houden met bijvoorbeeld vrijwilligers. Het eventteam moet zorgdragen voor het geven van goede instructies en letten op de gezondheid en het welzijn van de vrijwilligers. Bij de inkoop van materialen voor een event houdt de organisatie rekening met de arbeidsomstandigheden waaronder deze materialen worden gemaakt, bijvoorbeeld met kinderarbeid. Ook houdt het eventteam zoveel mogelijk rekening met de omwonenden van het evenement.

### **Planet**

Een 'duurzaam' eventteam houdt rekening met natuur en milieu. Zij probeert oplossingen binnen het event te vinden om energie te besparen, afval te scheiden en rekening te houden met welzijn van dieren. Ook probeert zij een evenement te organiseren dat vervuiling van water, lucht en bodem tegengaat en geluidshinder voorkomt of beperkt. Verder zorgt zij ervoor dat het evenement niet onnodig veel grondstoffen gebruikt en dat de verwerkte grondstoffen na gebruik geschikt zijn voor hergebruik.

### **Profit**

Bij sommige evenementen bestaan de baten uit een bereikt eventdoel dat niet direct in geld is uit te drukken. Bij veel evenementen wordt echter een kosten-batenanalyse gemaakt en moet er sprake zijn van hogere baten dan kosten, dat wil zeggen: winst. Een duurzame opdrachtgever is niet uit op snelle persoonlijke winst, maar op winst en continuïteit op lange termijn. Hij streeft naar een gezonde finan-



ciële situatie, investeert in mensen en levert ook geregeld financiële bijdragen aan maatschappelijke doelen.

Houd bij het opstellen van de eventdoelen en het uitvoeren van activiteiten rekening met de drie P's.

## 0.11 Aan de slag!

Na deze theoretische inleiding ga je aan de slag.

### Jij als eventorganisator?

Als student krijg je tijdens je studie soms de opdracht om een evenement te organiseren. Voorbeelden van evenementen tijdens de studie zijn: een studiefest, een sportdag, een excursie of een studiereis. In bepaalde werksituaties kun je uiteraard ook te maken krijgen met het organiseren van een evenement. Voorbeelden daarvan zijn: een open dag, de introductie van een nieuw product, een klantendag, een personeelsdag of een beurs.

Ook in je privé situatie kun je te maken krijgen met evenementen. Denk maar aan een groot feest, een volleybaltoernooi voor de buurt of je eigen huwelijksfeest.

Het organiseren van een evenement is een enorme uitdaging. Aan het organiseren kun je veel plezier beleven en het geeft ook voldoening als het event een succes wordt en iedereen tevreden is.

### Waarover ga je een event organiseren?

Tijdens je opleiding en in je werk kun je op verschillende momenten in aanraking komen met het organiseren van een event. Welk event je gaat organiseren, hangt af van (het moment in) je studie of je werk. We geven tips voor de manier waarop je aan een onderwerp voor je event komt.

#### *Je bepaalt zelf het onderwerp*

Soms kun je zelf bepalen welk event je wilt organiseren, als student bijvoorbeeld in het kader van een onderwijsmodule. Je kunt het onderwerp op verschillende manieren bepalen, bijvoorbeeld op grond van je ervaring, door te zoeken op internet of door er in een groep over te brainstormen. Het is verstandig om goed 'om je heen te kijken' om een geschikt onderwerp voor je event te vinden.

De volgende vragen kunnen je helpen om te bepalen of een bepaald onderwerp geschikt is voor een event:

- Past het onderwerp binnen je opleiding of binnen je werkomgeving?
- Is er iets aan het onderwerp te 'beleven'? Als het onderwerp al vaker aan de orde is geweest op een event, is het bijvoorbeeld niet geschikt.
- Is het een 'nuttig' onderwerp, bijvoorbeeld voor jezelf, een organisatie of de maatschappij?
- Lijkt een event over dat onderwerp op het eerste gezicht (financieel) haalbaar te zijn? Je gaat dit later nader onderzoeken, maar je moet geen energie steken in een event dat bij voorbaat niet haalbaar is.

Als je zelf – als student of als groep studenten – het onderwerp mag bepalen, heb je meestal te maken met een begeleidende docent. Als werknemer moet je verantwoording afleggen aan je werkgever. Je moet je vooraf verdiepen in de eisen die je docent of werkgever stelt aan het event. Zijn er bijvoorbeeld speciale eisen ten aanzien van het soort event of het op te leveren draaiboek?



Je kunt van de website het bestand *Evenementideeën* downloaden.

#### *Een opdrachtgever bepaalt het onderwerp*

In het geval van een opdracht voor een stage- of een afstudeeronderzoek heb je meestal te maken met een opdrachtgever. Het is van belang om goed na te gaan of de eisen van de **opdrachtgever** niet in conflict zijn met de eisen van je opleiding of van je docent.

Het is belangrijk om vast te stellen wie daadwerkelijk je opdrachtgever is. In een bedrijf is de opdrachtgever vaak de directie of het hoofd van een afdeling. De opdrachtgever stelt budget beschikbaar voor het event en is degene die **financieel risico** loopt. Ook krijg je als stagiair of 'afstudeerder' vaak een financiële vergoeding en leg je beslag op de tijd van verschillende medewerkers.

Als het event mislukt, heeft het tijd en geld gekost, maar niets opgeleverd. Sterker nog: je opdrachtgever kan ernstige imagoschade oplopen door een mislukking. De opdrachtgever is tevens degene die je werkzaamheden, je (tussen)resultaten en het uiteindelijke draaiboek moet goedkeuren. Na afloop evalueer je het event met hem.

#### *Je docent bepaalt het onderwerp*

Het kan ook zijn dat een docent je tijdens zijn les of college een **gerichte opdracht** geeft voor een event. Je mag dus niet zelf kiezen. Soms kun je kiezen uit een lijst met onderwerpen voor een event die de docent je aanreikt. Je verdient je ook hier in de eisen die de docent stelt. Je docent 'speelt' in deze situatie waarschijnlijk de rol van opdrachtgever.

### **Een event organiseren in je werk**

De initiatiefnemer van het te organiseren event kan de opdrachtgever zijn, maar dat kun je ook zelf zijn of een andere belanghebbende. Je kunt een interne of een externe opdrachtgever hebben. Een interne opdrachtgever is werkzaam voor de organisatie waarvan je zelf deel uitmaakt. Voor het organiseren van een event is de interne opdrachtgever vaak een manager. Een externe opdrachtgever maakt geen deel uit van je eigen organisatie. Die huurt jou (bijvoorbeeld als medewerker van een organisatiebureau) in als organisator van zijn event.

### **Een echt event of eerst oefenen?**

Als je nooit eerder een event hebt georganiseerd, is dat behoorlijk ingewikkeld. Er kan veel misgaan en – afhankelijk van het soort event – kan het veel tijd kosten. Hou er rekening mee dat het niet ten koste gaat van de rest van je studie of je reguliere werkzaamheden. Tijdens je opleiding zal je waarschijnlijk niet meteen worden aangesteld als organisator van een mega-event met alle bijbehorende verantwoordelijkheden. Daarom zijn er in een opleiding verschillende niveaus waarop je betrokken kunt worden bij een event. Die niveaus zijn de volgende:

- **Meehelpen** bij een event van anderen. Je bent – bijvoorbeeld als eerstejaarsstudent – niet (mede)verantwoordelijk voor het organiseren van het event, maar helpt de organisatoren. De organisatoren kunnen bijvoorbeeld oudere studenten zijn. Je kunt hierdoor ervaring opdoen met het organiseren van een event.
- **Haalbaarheid bepalen** en **eventvoorstel** maken. Een docent laat je als 'droog oefening' alleen Stap 1 uitvoeren. Je bedenkt een onderwerp, doet een haalbaarheidsonderzoek en een risicoanalyse, maakt een begroting en schrijft een compleet eventvoorstel. Het event wordt niet uitgevoerd.
- **Opstellen draaiboek(en)**. Je doet de stappen 1 tot en met 4 niet werkelijk maar in een schriftelijke casus. Stap 5 en 6 komen dan niet aan de orde omdat het event niet echt wordt uitgevoerd. De casus wordt afgesloten met een compleet draaiboek en het eventdossier.

- **Uitvoeren en afhandelen event.** Je organiseert een compleet event en voert dus Stap 1 tot en met Stap 6 volledig uit.

Het kan dus verstandig zijn om eerst ‘proef te draaien’ om ervaring op te doen in de verschillende fasen van het organiseren van een event. Deze kennis zal ervoor zorgen dat je het overzicht houdt en dat je snel kunt schakelen als je eenmaal verantwoordelijk bent voor het totale evenement. Vanaf het einde van de voorbereidende Stap 1 word je ook als zodanig behandeld; dan ben je de **eventmanager** die van het begin tot het einde de touwtjes in handen heeft.

## 0.12 Gebruik van kunstmatige intelligentie

In de paragraaf hierna wordt een overzicht gegeven van de hulpmiddelen voor de organisatie van je evenement. Een nieuwe ontwikkeling is het gebruik van kunstmatige intelligentie.

Als computers zelfstandig leren en op basis daarvan beslissingen nemen, een advies geven, een bewering doen of zelfs creatief zijn, spreken we van **kunstmatige intelligentie** (KI) of **artificial intelligence** (AI). Het Engelse **AI** wordt uitgesproken als ‘e-aii’.

Laat een geschikt kunstmatig intelligent muziekprogramma een paar honderd muziekstukken van componist Bach analyseren, biedt het een kinderliedje aan en het programma maakt er een ware Bachcompositie van. Kenmerkend voor kunstmatige intelligentie is dat de software zelflerend is en getraind wordt met veel data. Kunstmatige intelligentie kun je ook inzetten bij de voorbereiding van je evenement. Hieronder een paar voorbeelden.

**‘Het echte probleem is niet of machines denken, maar of mensen dat doen.’**

— BF Skinner

### Chatbox

Bij de organisatie van je event kun je gebruikmaken van een intelligente chatbox zoals het online programma **ChatGPT**. Dit programma van het niet-commerciële laboratorium **OpenAI** maakt gebruik van kunstmatige intelligentie om je vragen te beantwoorden en is gebaseerd op een enorme database die is gemaakt op basis van informatie op internet. Het gebruik van het programma is eenvoudig: je stelt je vraag in een tekstveld en het programma geeft antwoord. Het programma herinnert eerdere gesprekken en kan hiernaar verwijzen. ChatGPT is zo goed dat het lijkt alsof je met een mens aan het chatten bent. Het systeem heeft via de database geleerd – en leert steeds bij – hoe het op bepaalde vragen moet antwoorden. Hoe meer mensen het programma gebruiken des te beter wordt het systeem. Stel je gebruikt een ‘normale’ zoekmachine (voorjaar 2023) en schrijft de zoekopdracht: “Wat zijn de grootste risico’s bij de organisatie van een online event?”. Je krijgt dan meer dan 150.000 resultaten en moet zelf maar uitzoeken wat volgens jou een passend antwoord is. Als je dezelfde opdracht in een AI chat-omgeving intikt, dan krijg je een goedlopend verhaal waarin de belangrijkste risico’s al zijn benoemd.

Vervolgens kun je op basis van dit resultaat vervolgvragen stellen zoals:

- Welke maatregelen kun je nemen om deze risico's te voorkomen?
- Kun je de bronnen vermelden hoe je aan deze informatie komt?

### **Intelligente chatbox als assistent**

Programma's als ChatGPT werken voor je als een **slimme assistent**. Je kunt een chatprogramma voor je evenement gebruiken voor onder andere:

- het schrijven van teksten voor bijvoorbeeld een advertentie, een folder of een toespraak;
- het herschrijven of samenvatten van teksten;
- het vertalen van grote teksten. De vertaling is van zeer behoorlijke kwaliteit;
- het vragen om uitleg over ingewikkelde kwesties.

Ook als je geen inspiratie hebt voor het schrijven van een tekst, kun je ChatGPT om hulp vragen. Als je tijdens een congres een spreker moet introduceren, kun je de vraag stellen: "Ik moet als dagvoorzitter een spreker introduceren. Hij is specialist op het gebied van kunstmatige intelligentie. Welke vragen kan ik stellen aan de spreker tijdens mijn welkomtspraatje?".

Nadeel van ChatGPT is dat het chatprogramma niet echt intelligent is en niet weet wat het doet. Op basis van zijn gigantische database doet het een aanname van wat het meest waarschijnlijke antwoord is. Het antwoord kan gebaseerd zijn op verkeerde gegevens en aannames. Ook werkt ChatGPT (begin 2023) niet met de meest actuele data. Je moet het antwoord dus niet klakkeloos overnemen, maar onderzoeken of het antwoord juist is. Antwoorden van ChatGPT zijn standaard in algemene termen geformuleerd, met weinig creativiteit. Je kunt dit beïnvloeden door niet te typen 'Schrijf een toespraak', maar 'Schrijf een spetterende toespraak'. Experimenteer net zo lang tot je tevreden bent.

### **Andere toepassingen van AI**

Kunstmatige intelligentie (KI) wordt steeds volwassener en steeds meer toegepast. Bijvoorbeeld:

- Microsoft is grootaandeelhouder van OpenAI. Het bedrijf maakt in MS Teams – een toepassing voor online vergaderen – een functie die via AI automatisch notulen schrijft: handig voor je online eventvergaderingen. Ook voorziet het bedrijf zijn zoekmachine Bing en Officesoftware van AI-technologie.
- Google bouwt AI-technologie in haar zoekmachine in.
- Grafische online toepassingen als Midjourney en DALL-E maken met AI prachtige afbeeldingen van een tekstuele beschrijving. Deze afbeeldingen kun je gebruiken als poster voor een event, als achtergrond voor een PowerPoint, enzovoorts.
- Om uitzonderlijke situaties te herkennen, maken sommige systemen met bewakingscamera's gebruik van AI.
- Geschreven tekst kan met een mooie stem uitgesproken worden via een Text-to-Speech toepassing. Of omgekeerd: spraak direct omzetten in tekst.

Toepassingen gebaseerd op kunstmatige intelligentie kun je zeker ook inzetten bij het organiseren van je evenement. Houd het in de gaten, want de ontwikkelingen gaan snel.

## 0.13 Hulpmiddelen

Er zijn een groot aantal hulpmiddelen die je kunt gebruiken bij de voorbereiding van je event. Denk hierbij aan modellen, checklists en softwareprogramma's. Elke stap van het **zes-stappenplan** levert een of meer 'producten' op, zoals een eventvoorstel of een planning. In de volgende tabel vind je per stap welke hulpmiddelen je kunt gebruiken en welke 'producten' de stap als resultaat oplevert.

TABEL 0.1 Hulpmiddelen en producten

Stap	Hulpmiddelen (op website)	Voorbeeld van het resultaat
1 Start het event	Checklist intakegesprek Model SWOT-analyse Evenementbegroting (Excel) Checklist haalbaarheids-onderzoek Model evenementvoorstel	Voorlopig programma SWOT-analyse Begroting Resultaten haalbaarheids-onderzoek Eventvoorstel Beslissing Go/No-go
2 Organiseer je team	Planningsformulier Checklist Taken Tijdregistratieformulier Taakomschrijving Organigram Planning	Samenwerkingsafspraken Bevoegdhedenoverzicht  Taakverdeling Vergaderschema
3 Stel het eventplan op	Model eventplan	Eventplan
4 Bereid het event voor	Voorbeeld Promotieplan          Voorbeeld Draaiboek	Promotieplan Uitnodigingen Programmaboekjes Cateringplan Vervoersplan Parkeerplan Techniekplan Veiligheidsplan Afgesloten verzekeringen Draaiboek
5 Voer het event uit		Het evenement
6 Handel het event af	Checklist Evaluatie Nacalculatie	Evaluatierapport Nacalculatie Bedankbrieven

## 0.14 TO DO lijsten in dit boek

Natuurlijk schrijf je tijdens de voorbereiding van het evenement alles wat je bedenkt meteen op in zelfgemaakte TO DO lijstjes. Om je evenement tot een succes te maken, bevatten de stappen in dit boek samen tientallen reeds uitgewerkte TO DO lijsten. Deze zijn binnen een stap opvolgend genummerd.

De activiteit is geformuleerd in de gebiedende vorm. Vanwege de verschillende soorten evenementen en hun verschil in omvang kun je echter veel activiteiten uit de TO DO lijsten overslaan. Je kunt zo'n lijst ook beschouwen als een checklist, zodat je minder kans hebt om een activiteit te vergeten.



Een overzicht van alle TO DO lijsten in dit boek vind je in de bijlage. Dit is ook als bestand *Overzicht TO DO lijsten* te downloaden van de website.

#### **TO DO lijst 0-1**

##### **Houd je urenregistratie bij**

**Wie?**  *teamlid*



Als organisator van een event moet je leren hoeveel tijd je aan diverse activiteiten besteedt. Houd daarom een urenregistratie bij. Via de website kun je het bestand *Urenregistratieformulier* downloaden.

#### **TO DO lijst 0-2**

##### **Vorbereiding event**

**Wie?**  *teamlid*

- a Lees dit boek globaal door om een indruk te krijgen van de stappen en activiteiten die je te wachten staan.
- b Stel vast of er activiteiten zijn die je 'naar voren' moet halen. Als je bijvoorbeeld een stichting moet oprichten of een hal in Ahoy (Rotterdam) wilt huren, moet je dit tijdig regelen.

#### **TO DO lijst 0-3**

##### **Leg een eventdossier aan**

**Wie?**  *teamlid*

Tijdens de uitvoering van het evenement ontstaan allerlei documenten. Zorg ervoor dat deze systematisch worden opgeborgen in mappen, samen het eventdossier genoemd.

## Extra opdrachten

- 1 Wat is het verschil tussen het projectresultaat en het projectdoel?
- 2 'Projectmanagement is routine brengen in iets wat je nog nooit hebt gedaan'. Leg deze uitspraak uit.
- 3 Wat wordt bedoeld met 'het beheersbaar houden' van het project of evenement?
- 4 Wat is het verschil tussen een eventvoorstel en een eventplan?
- 5 Waarom worden projecten en evenementen opgedeeld in fasen of stappen?
- 6 Events tref je ook aan binnen je een organisatie, vakgebied of privéleven.
  - a Bedenk minimaal vier van dergelijke events.
  - b Geef van elk van de vier aan wie de opdrachtgever is.
  - c Maak een globale schatting van de kosten.
  - d Wie zijn de betrokkenen bij elk van de events?
  - e Zou je mee willen werken aan de organisatie ervan? Waarom?
- 7 Maakt het verschil of je voor je evenement te maken hebt met een 'interne' of een 'externe' opdrachtgever? Waarom?
- 8 Hieronder staan een aantal normen op het gebied van duurzaamheid. Geef per norm een voorbeeld hoe je hieraan invulling kan geven voor een festival.
  - Een bezoeker loopt geen gehoorschade op tijdens een festival.
  - We houden rekening met het welzijn van dieren.
  - We verspillen geen water.
  - We verspillen geen voedsel.
  - We gaan bewust en zuinig om met het milieu.
  - We gaan zuinig om met energie.
- 9 Hieronder staan een aantal normen op het gebied van inclusie. Geef per norm een voorbeeld hoe je hieraan invulling kan geven voor een festival.
  - We discrimineren niet.
  - Iedereen – ongeacht geslacht – kan gebruikmaken van goede sanitaire voorzieningen.
  - We sluiten niemand uit.
  - Iedereen binnen de doelgroep van het event kan meedoen.
- 10 Hieronder staan een aantal normen op het gebied van veiligheid. Geef per norm een voorbeeld hoe je hieraan invulling kan geven voor een festival.
  - Verkochte consumpties en eten op een festival zijn 'voedselveilig'.
  - We laten ons tijdens een pandemie bij klachten testen.
  - We zorgen dat alle deelnemers tijdens een congres zich veilig voelen om hun mening te geven.
  - We gebruiken geen fysiek geweld.
  - Klanten kunnen veilig online een kaartje kopen voor een festival.
  - De evenementorganisatie zorgt voor veilige arbeidsomstandigheden.
- 11 Inclusiviteit gaat ook over tolerantie. De paradox van tolerantie is geïntroduceerd door filosoof Karl Popper: als een samenleving tolerant is zonder grenzen zal de samenleving vernietigd worden door de intoleranten. Dus om als samenleving tolerant te zijn moet je intolerant zijn tegenover intolerantie. Leg uit wat Karl Popper hiermee bedoelt.

# Praktijkoefeningen

## 1 Terugkijken op een event

Neem een event in gedachten waaraan je hebt deelgenomen of die je zelf hebt georganiseerd. Alle onderstaande vragen hebben betrekking op dit event.

- a** Geef eerst aan welke factoren in het algemeen van belang zijn voor een beschrijving van een evenement. Maak vervolgens een beschrijving van het event.
- b** Welke partijen waren betrokken bij het event en wat was hun belang hierbij? Voorbeelden van partijen zijn deelnemers en vrijwilligers.
- c** Onderzoek of er tegengestelde belangen waren tussen partijen. En zo ja; leg uit waarom.
- d** Tijdens de voorbereiding van een event worden allerlei producten opgeleverd zoals een eventvoorstel. Doorloop het zes-stappenplan van een event en bedenk welke producten voor dit event zijn opgeleverd.
- e** Een succesvol event is een event dat het juiste resultaat oplevert van de juiste kwaliteit (K), dat op tijd (T) is afgerond en dat niet meer geld (G) kost dan is afgesproken. Verder moet het goed zijn georganiseerd (O) en moeten de betrokkenen goed zijn geïnformeerd (I). Geef je mening over hoe succesvol het event was op het gebied van Tijd, Geld, Kwaliteit, Informatie en Organisatie.
- f** Geef advies over wat er beter had gekund bij de organisatie van het event en leg uit waarom.
- g** Onderzoek in hoeverre het aspect duurzaamheid een rol speelde bij dit event en geef een toelichting.
- h** Geef advies hoe de eventorganisatie het event nog duurzamer kan organiseren.
- i** Leg in eigen woorden uit wat er wordt bedoeld met een diverse en inclusieve organisatie.
- j** Onderzoek in hoeverre het aspect diversiteit een rol speelde bij de organisatie van het event en licht je antwoord toe.
- k** Aan de hand van welke kenmerken is zichtbaar dat diversiteit een rol speelde bij dit event?
- l** Bedenk hoe de eventorganisatie zich kan verbeteren op het gebied van diversiteit en inclusiviteit.

## 2 Event als project.

Neem een event in gedachten dat je wilt organiseren. Alle onderstaande vragen hebben betrekking op dit event.

- a** Maak een keuze of je het event wel of niet als een project gaat uitvoeren. Leg uit wat je overwegingen zijn voor je keuze.
- b** Stel, je hebt gekozen voor het uitvoeren van een project. Ga je wel of niet werken met een projectteam? Motiveer je keuze.
- c** Maak een keuze of je wel of geen plan van aanpak (eventplan) gaat opstellen en motiveer je keuze.
- d** Stel, je hebt gekozen om geen plan van aanpak op te stellen. Bedenk hoe je ervoor kunt zorgen dat het event toch volgens afspraak wordt uitgevoerd.