

Marketing en Communicatieplan



2016

Inhoud:

1. Interne analyse Sjwaampop en SjwaampopPodium	3
2. Programmeringsanalyse	6
3. Publieksanalyse	7
4. Middelen voor Sjwaampop en SjwaampopPodium	8
5. Sponsormogelijkheden.....	11
6. Contact informatie Sjwaampop en SjwaampopPodium	144



1. Interne analyse Sjwaampop en SjwaampopPodium

Korte historische schets:

De Stichting Sjwaampop organiseert jaarlijks in augustus een gratis toegankelijk, eendaags muziekfestival op de sfeervolle markt in het midden-Limburgse kerkdorp Swalmen dat behoort bij de gemeente Roermond. In 2012 was de 30^e editie van Sjwaampop.

Het festival is voor de liefhebbers van allerlei soorten muziek en voor jong en oud gratis toegankelijk.

Op de zondag wordt de markt omgetoverd tot een heus festivalterrein waar met gebruik van een groot podium en uitstekend geluid waar lokale maar ook (inter-)nationaal bekende bands hun opwachting maken. Het bezoekers aantal fluctueert de afgelopen jaren rond de 4000-4500 personen.

In 2012 werd voor de eerste keer ook op zaterdag programma gevoerd.

Dit werd een groot succes door de specifieke programmering met DJ's en andere dance acts, welke dus bewust compleet anders is dan de "traditionele zondagopzet". Het concept bleek erg aan te slaan aangezien op zaterdag de Markt boven verwachting zeer goed gevuld was met een totaal aantal bezoekers van circa 1500 personen terwijl op 1000 was gerekend.

De zaterdageditie van 2013 trok 2500 bezoekers en de editie van 2014 circa 3500 bezoekers.

Het beleid van Sjwaampop is erop gericht om de combinatie van deze concepten de komende jaren vast te houden en qua bezoekers proberen verder uit te breiden naar structureel circa 4000 op zaterdag en 5000 op zondag. De mogelijkheden hiervoor moet dan voornamelijk gezocht worden in de programmering. Hiervoor zijn gezien de oplopende prijzen van artiesten en bands structureel meer middelen nodig.

Het doel van Sjwaampop en Sjwaampodium:

Het hoofddoel van Sjwaampop is het organiseren van een muziekfestival waarbij de organisatie de bezoekers kennis wil laten maken met verschillende stijlen/soorten van muziek.

Dit wordt bereikt door in de programmering ruimte te laten voor jonge, beginnende bands uit de regio en als publiekstrekkers (inter-)nationaal bekende bands te contracteren.

Sjwaampop richt zich traditiegetrouw op een doelgroep van muziek- en cultuurliefhebbers, jongeren en bewoners in de regio van midden Limburg.

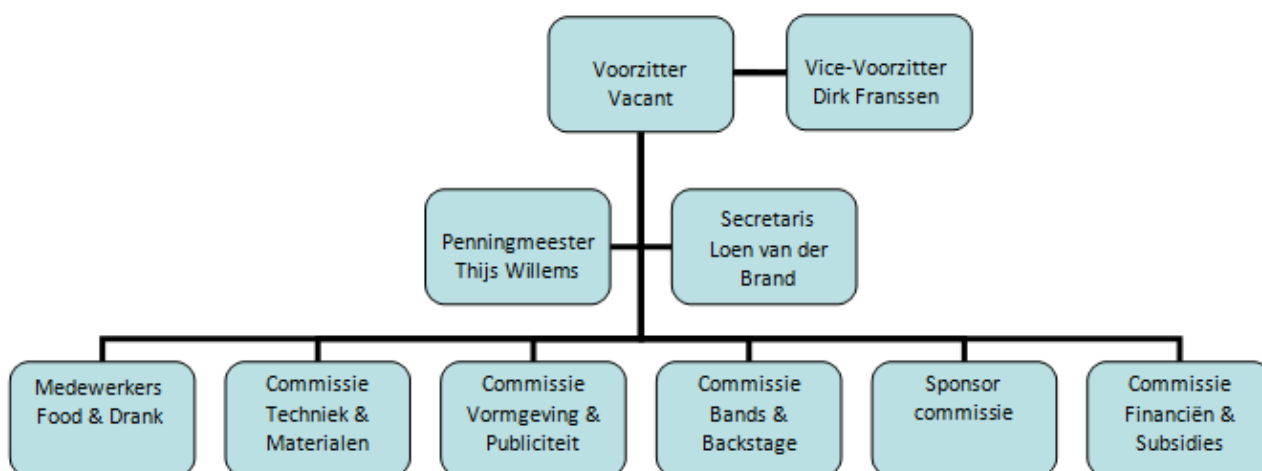
Daarnaast richt Sjwaampop zich (middels de bandwedstrijd Sjwaampop Podium) op de stimulering van jonge, beginnende regionale bands. Dit wordt vorm gegeven door deze bands een kans te geven om op te treden, waarbij de winnaar van Sjwaampop Podium Sjwaampop opent.

Beschrijving van de organisatie van Sjwaampop en SjwaampopPodium:

De organisatie bestaat uit een stichtingbestuur van 10 leden.

Stichting Sjwaampop is geregistreerd bij de Kamer van Koophandel en is in 2011 door de belastingdienst erkend als ANBI, algemeen nut beoogde instelling.

Het dagelijks bestuur bestaat uit de voorzitter, secretaris en penningmeester en wordt geadviseerd door de overige bestuursleden die in verschillende commissies actief zijn. De diverse commissies worden in de voorbereiding en tijdens de uitvoering op de festivaldag verder versterkt door vrijwilligers. In totaal zijn er gedurende het hele weekend circa 80 vrijwilligers actief welke bijna allemaal in Roermond/Swalmen wonen.



1. Analyse van sterke en zwakke punten:

Sterke punten	
Goed imago	in de regio staat Sjwaampop zeer goed aangeschreven.
Zeer enthousiaste vrijwilligers	binnen het bestuur, maar ook vrijwilligers op de festivaldag zelf.
Locatie van het festival	het pittoreske marktplein van Swalmen met diverse cafés.
Gratis toegankelijk	dit maakt de drempel om naar het festival te komen laag, zo lang dit financieel verantwoord is blijft de gratis toegankelijkheid i.c.m. een goed programma een van de hoofddoelstellingen.
Programmering	lokale bands een kans geven maar ook (inter-)nationaal bekende bands.
Ervaring	het festival wordt al jaren door een vaste groep bestuursleden georganiseerd waarbij op gezette tijden "vers bloed" bij de organisatie wordt betrokken.

Contacten	in de loop der jaren heeft het bestuur veel contacten in de gehele regio opgebouwd mede doordat alle bestuursleden vanuit Roermond/Swalmen komen of hier woonachtig zijn.
Zwakke punten	
Financiële afhankelijkheid	<p>Stichting Sjwaampop kent 3 inkomstenbronnen; inkomsten uit horecaverkopen, sponsoring en subsidies.</p> <p>Doordat het festival gratis toegankelijk is (wat zoals gezegd een van onze hoofddoelstellingen is), bestaat er een financieel risico bij slecht weer in relatie met lage bezoekersaantallen en dus lagere horecaverkopen.</p> <p>In deze tijd is het moeilijk sponsoren te werven, waar wij hier toch sterk van afhankelijk zijn.</p> <p>Verder zien wij dat subsidies van overheden onder druk staan, zodat het noodzakelijk is om extra investeringen te doen om meer sponsoren binnen te halen</p>
Toename festivals	<p>De laatste jaren zijn er veel festivals bijgekomen die mogelijk bezoekers wegtrekken van Sjwaampop en het bemoeilijken om een geschikte datum te zoeken voor het festival.</p> <p>De praktijk leert dat er voor Sjwaampop een "vaste kern" aan bezoekers is. Mede door goede recensies en de goede publiciteit.</p>
Inkomsten verdeling	De diverse cafés direct gelegen aan de Markt werken mee met het bonnensysteem en met hen is een verrekenconstructie voor de consumptieprijzen. Deze verdeling staat echter in schril contrast met het geïnvesteerde werk door de organisatie en het risico zoals hierboven omschreven bij slecht weer.
Beperkte groei	I.v.m. de beperkte grootte van het festivalterrein heeft Sjwaampop te maken met een beperkte groeimogelijkheid qua omzet en dus een gelimiteerd budget. Dit budget is moeilijk te vergroten en hierdoor kan Sjwaampop geen 'grotere' bands boeken om meer (nieuwe) bezoekers aan te trekken. Door vanaf 2012 zowel op zaterdag als zondag een programma aan te bieden dat daarnaast een totaal andere publieksgroep trekt vergroot echter de mogelijkheden om structureel te groeien. Daarnaast zorgt dit voor een stuk risicospreiding in relatie met mogelijk slecht weer.

2. Programmeringsanalyse

Beschrijving van de programmering:

De programmering voor een festival is altijd een uitdaging. Het is moeilijk om elk jaar weer bands te vinden die zoveel mogelijk mensen aanspreken.

Wel houden we vast aan de programmering zoals die de afgelopen jaren al gehanteerd wordt.

Dat wil zeggen ruimte voor jonge, regionale bands en daarnaast als publiekstrekkingen (inter-)nationaal bekende bands en tevens een goede mix in muziekstijlen. De programmering moet altijd in het teken staan van een gezellige sfeer op het marktplein.

De programmering zal echter langzamerhand ook steeds meer gebaseerd moeten worden op populaire muziek. We hebben de afgelopen jaren een sterke verschuiving gezien van de interesse van de festivalbezoekers. Daar waar vroeger vooral liefhebbers van Blues en hardrock- heavy metal naar het festival kwamen, zien we nu ook steeds meer pop- en dance liefhebbers. Hier zullen we voor de programmering van de komende edities gefocust op moeten blijven.

Door de dance zaterdag structureel aan het programma toe te voegen verwacht Sjwaampop hierop voldoende in te spelen.

Wel zal er voortdurend bepaald moeten worden of de ingeslagen weg de juiste is en blijft. Wat we zien is dat de diversiteit in de programmering tussen zaterdag en zondag een breed publiek aantrekt. Er mag dus met recht geconcludeerd worden dat de opzet geslaagd is en nog steeds aantrekt.

De te realiseren programmering waarvoor een bijdrage wordt gevraagd:

Vanwege de sterk groeiende prijzen van de populaire artiesten wordt het steeds moeilijker om de publiekstrekkingen van hét moment te contracteren. Vaak wordt het festival hierdoor gedwongen om meer dan de helft van het budget aan programmering te besteden wat weer een groot risico met zich meebrengt.

Doordat Sjwaampop vrij van entree is bestaat de kans dat bij slecht weer de opkomst aan bezoekers zeer laag is. Het kan voorkomen dat hierdoor de gemaakte kosten niet terug verdiend kunnen worden.

Wel is het beleid erop gericht om jaarlijks middelen te reserveren om in de toekomst voor zogenoemde "slecht weer situaties" reserveringen te hebben.

3. Publieksanalyse

Algemeen:

Sjwaampop trekt op zondag tussen de 3500-5000 bezoekers van jong tot oud, die voornamelijk voor de gezellige sfeer en de het geboden programma naar het festival terrein komen.

De komende edities willen we dit bezoekersaantal proberen uit te breiden. Dit willen we doen door de programmering kwalitatief nog beter te maken.

Mede door het uitbreiden naar de zaterdag probeert de Stichting Sjwaampop de structureel een vast aantal weekendbezoekers te bereiken van circa 8000 personen, waardoor er ook budgettair meer ruimte is.

Eenzijds om de programmering een impuls te geven waardoor het publieksaantal een vastere factor wordt en anderzijds, zoals al is aangegeven, om reserveringen te kunnen doen voor als er zich “slecht weer situaties zouden voordoen”.

Mogelijkheden om door te groeien:

Sjwaampop heeft de afgelopen twee jaren enkele wijzigingen doorgevoerd om meer publiek te kunnen toelaten op het marktplein.

Zo is de positionering van het podium gewijzigd en is de Front of House (FoH) verder naar achteren geplaatst om meer bezoekers zicht op het podium te bieden.

Organisatorisch willen we nog verder doorgroeien door verder te professionaliseren. We doelen dan op het opzetten van een sterk sponsorbeleid en het versterken van de banden met collega festivals, zodat we ook ideeën uit kunnen wisselen. Ook willen we ons richten op efficiënter werken en nieuwe ideeën om meer inkomsten te genereren. Eerste aanzetten hiertoe zijn al genomen op het gebied van sponsoring en zoals hierboven beschreven is door het festivalterrein efficiënter in te richten zodat Sjwaampop ook fysieke groei qua bezoekers kan ondergaan.

Door de uitbreiding naar de zaterdag hoopt Sjwaampop structureel 2500-3500 bezoekers extra aan te trekken en op zondag is het doel om gedurende de hele dag meer mensen op het plein te krijgen. De programmering moet hier het middel voor zijn.

Ook wordt er gekeken naar de mogelijkheid om een ‘festival markt’ te realiseren waar gegadigden een marktkraam kunnen neerzetten om hun spullen te verkopen. Dit wordt kleinschalig gehouden i.v.m. benodigde oppervlakten en beperkte ruimte.

Benadering van publiek:

Doordat Sjwaampop al meer dan 30 jaar bestaat maken we gebruik van de bekendheid van het festival en is mond op mond reclame een zeer effectief communicatiemiddel gebleken. In de loop der jaren is Sjwaampop méér geworden dan “alleen maar” een muziekfestival.

Het is een plaats gebleken waar oude bekenden elkaar weer treffen, waar mensen uit het hele land elk jaar naar terugkeren om van de sfeer te genieten.

Verder wordt er reclame gemaakt via allerlei media, te weten kranten, maand- en weekbladen en lokale radio en tv (L1 en TV Limburg).

Ook worden er in de geografische vierhoek Venlo, Weert, Sittard/Geleen, Roermond op grote schaal affiches verspreid in diverse soorten locaties. Onder andere in café's, jongerencentra, restaurants, fastfoodketens enz. Daarnaast zijn wij 4 jaar geleden gestart met het ophogen binnen de begroting van de middelen voor PR&Communicatie. Te denken valt aan het maken van grote billboards (3,50x2,50 meter) die op strategische posities aan Roermondse invalswegen worden geplaatst.

Ook laten wij sinds vorig jaar een superbanner maken (8x5 meter) welke nabij de Maasbrug wordt geplaatst.

In het verlengde van deze uitingen rondom Sjwaampop worden bij het in stappen bekendmaken van de programma's voor Sjwaampop Podium en Sjwaampop persberichten uitgegeven.

Om de bezoeker nog beter te kunnen informeren is er sinds 2012 een geheel vernieuwde website online welk voor de editie van 2016 weer wordt ge-update.

Daarnaast maakt Sjwaampop natuurlijk optimaal gebruik van sociale media via Twitter, Facebook en Hyves.



4. Middelen voor Sjwaampop en SjwaampopPodium

Middelen om het festival in de markt te zetten:

Middel	Omschrijving
Media (drukwerk)	Diverse dagbladen, huis-aan-huis bladen en regionale/weekbladen met hierin artikelen over het festival zelf. Met van te voren de programmering en achteraf een sfeerimpressie.
Media (audiovisueel)	L1 TV-radio en VOX tv-radio met interviews en sfeerimpressies.
Sponsoring	Er vindt actieve sponsorwerving plaats. Het beleid is erop gericht om bestaande en jarenlang trouwe sponsoren te behouden en jaarlijks een uitbreiding voor ondersteuning in materiële en financiële zin te bewerkstelligen. Hierdoor wordt de financiële zekerheid verder vergroot zodat investeringen in het programma niet te veel afhankelijk zijn van horeca-omzetten.
Mond-tot-mondreclame	De bezoekers laten familie en vrienden weten dat het een gezellig festival is. Hierdoor komen mensen vanuit het hele land jaarlijks naar Swalmen.
Website	Er is al een website, deze is echter niet functioneel genoeg. Hier worden wel al de programmering en informatie over de bands gepubliceerd. Ook worden sponsoren vermeld op de website evenals de historie van Sjwaampop, foto's, etc.
Subsidies	Sjwaampop maakt op het moment gebruik van een beperkt aantal subsidies. Doordat subsidies gaan wijzigen is het niet zeker of de begroting volledig gedekt wordt.

(Extra) Middelen om het festival in de markt te zetten:

Middel	Omschrijving
Media (drukwerk)	Meer huis aan huis bladen benaderen en de relatie met de huidige contacten versterken.
Media (audiovisueel)	TV Limburg, maar ook landelijke media zoals 3FM etc. benaderen voor publiciteit en de huidige contacten versterken.
Sponsoring	Sjwaampop gaat nog meer aan sponsorwerving doen. Hiervoor wordt mede ook dit marketing- en communicatieplan gebruik. Ook is er recent een "tender" gehouden om een (nieuw) hoofdsponsorschap cq horecaleverancier voor 3 jaar te contracteren. Dit heeft geresulteerd in lagere kosten en hogere opbrengsten.
Website	Er is een nieuwe website gebouwd, die voldoet aan alle eisen die tegenwoordig aan een website gesteld worden. Een interactief gedeelte zoals gastenboek en forum worden gemaakt. Ook gaat het updaten vergemakkelijkt worden. Zo kan Sjwaampop meer potentiële bezoekers en sponsors bereiken.
Subsidies	Mocht het nodig zijn, gaan we ook zoeken naar andere subsidies die initiatieven als Sjwaampop steunen.

5. Sponsormogelijkheden:

Sponsoring is uitsluitend mogelijk na het maken van een afspraak met bestuursleden.

In dit gesprek krijgt men een uitleg over het regionale evenement Sjwaampop en worden alle sponsormogelijkheden besproken.

Soort Sponsoring:	Omschrijving:	Kosten:
Aan de weerszijden van het podium is een grote banner (4 m hoog x 3 m breed) voor de weergave van bedrijfslogo's van sponsoren.		
Materiële sponsoring	Heeft u goederen waarmee u denkt ons van dienst te kunnen zijn? Laat het ons weten en we bespreken de mogelijkheden voor de wijze van sponsoring en presentatie van uw bedrijf.	In overleg
Begunstiger	Naamsvermelding op één sponsorbanner. Tevens een vermelding en link op de sponsorpagina van de website.	€ 100,-
Categorie Brons	Bedrijfslogo onderaan op één sponsorbanner. Tevens een bedrijfslogo op de sponsorpagina van de website.	€ 250,-
Categorie Zilver	Bedrijfslogo in het midden op één sponsorbanner. Tevens een bedrijfslogo op de sponsorpagina van de website. Verder wordt een bedrijfslogo geplaatst op grote portalen (2,50 x 3,50 m) die in de openbare ruimte van de gemeente Roermond worden geplaatst.	€ 500,-
Categorie Goud	Bedrijfslogo bovenaan op één sponsorbanner. Tevens een bedrijfslogo op de sponsorpagina van de website. Verder wordt een bedrijfslogo geplaatst op grote portalen (2,50 x 3,50 m) die in de openbare ruimte van de gemeente Roermond worden geplaatst. In overleg bestaat de mogelijkheid voor een unieke uiting als leverancier van een product. (Bijv. SHD Grafimedia staat op de achterzijde van de door SHD geleverde consumptiebonnen). Optioneel wordt aangeboden om uw bedrijfslogo op een speciaal "promotiedoek" met de afmeting 8 x 5 meter nabij de Maasbrug of het Wilhelminaplein te plaatsen. De kosten hiervan bedragen bovenop het sponsorbedrag € 250,-	vanaf € 1000,-
Categorie Platina	Bedrijfslogo bovenaan op beide sponsorbanners. Tevens een bedrijfslogo op de homepage van de Sjwaampopwebsite. Er wordt een bedrijfslogo geplaatst op grote portalen (2,50 x 3,50 m) die in de openbare ruimte van de gemeente Roermond worden geplaatst. Tijdens het festival dragen alle vrijwilligers een speciaal T-shirt. Uw bedrijfslogo wordt op dit T-shirt geplaatst. In overleg andere mogelijkheden bespreekbaar. Uw bedrijfslogo wordt op een speciaal "promotiedoek" met de afmeting 8 x 5	vanaf € 1500,-

	meter nabij de Maasbrug of het Wilhelminaplein geplaatst.	
Categorie Diamant (hoofdsponsor)	<p>Voor hoofdsponsors wordt exclusieve ruimte gecreëerd op het hoofddoek dat bovenaan het 17,5 meter brede podium is te zien. Op de website krijgt uw bedrijfslogo een prominente plek op de homepage.</p> <p>Er wordt een "groot" bedrijfslogo geplaatst op grote portalen (2,50 x 3,50 m) die in de openbare ruimte van de gemeente Roermond worden geplaatst. Uw bedrijfslogo wordt d.m.v. een "grote" weergave op het T-shirt geplaatst.</p> <p>Verder wordt uw bedrijfslogo exclusief op alle A2 promotieposters geplaatst welke in heel Limburg worden verspreidt.</p> <p>Tevens wordt uw bedrijfslogo op een speciaal "promotiedoek" met de afmeting 8 x 5 meter nabij de Maasbrug.</p>	vanaf € 3000,-

Indeling sponsorbanners:

De indeling van de sponsorbanners conform de mogelijkheden op de vorige pagina vindt u in de schematische weergave. De afmetingen van de banners aan beide zijden van het podium zijn 4 m hoog x 3 m breed.

hoofdsponsorsoren	SJWAAMPOP	hoofdsponsorsoren
€ 3000,-		€ 3000,-

Platina - Sponsor
€ 1500,-
Goud - Sponsor
€ 1000,-
Zilver - Sponsor
€ 500,-
Brons - Sponsor
€ 250,-
Begunstiger
€ 100,-

Platina - Sponsor
€ 1500,-
Goud - Sponsor
€ 1000,-
Zilver - Sponsor
€ 500,-
Brons - Sponsor
€ 250,-
Begunstiger
€ 100,-



6. Contact informatie Stichting Sjwaampop

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met de Stichting Sjwaampop via onderstaande contactpersonen.

Secretaris en subsidies:

Loek van den Brand

06-28269608

Penningmeester en sponsoring:

Thijs Willems

06-30177633

Voorzitter en sponsoring:

Dirk Franssen

06-52592237

Postbus 9041

6070 AA Swalmen

info@sjwaampop.com

www.sjwaampop.com

