



## **Beleidsvisie BFL 2013- 2015:**

*"Als je je de toekomst kunt inbeelden, ben je al halfweg": Milton Berle.*

## **1. Het Bevrijdingsfestival Limburg**

### **1.1 Inleiding**

Elk jaar vinden in de 12 provincies, de hoofdstad Amsterdam en de Hofstad Den Haag de Bevrijdingsfestivals plaats. Ze worden georganiseerd in samenwerking met het Nationaal Comité 4 en 5 mei. Samen vormen ze het grootste eendaagse culturele evenement in Nederland. De festivals zijn gratis toegankelijk. Ze zijn elk jaar goed voor meer dan 750.000 bezoekers met ruim 250 bands op ongeveer 40 podia.

Bevrijdingsfestival Limburg is een van de kleinere festivals met (bij goed weer) door de dag heen max 30.000 bezoekers. Muziekpodium wordt gecombineerd met pleinen waar inhoud vrijheid, tolerantie, mensenrechten, wereldburgerschap centraal staan. Toegang is gratis.

In 2012-2013 maakt het bestuur een begin met het aanscherpen van een visie op de toekomst van het festival en het operationaliseren van een ideaalbeeld, teneinde dit in 2015 (of enig ander jaar) te bereiken.

### **1.2 Uitgangspunten**

A. Het BFL kent een aantal uitgangspunten/kernwaarden, waar de visie op gemodelleerd is.

Deze zijn:

- Het festival koppelt muziek en andere cultuuruitingen nadrukkelijk aan het communiceren van een inhoudelijke boodschap, gerelateerd aan vrijheid, democratie en Wereldburgerschap;
- Het BFL is (politiek) neutraal en ongebonden, maar conformeert zich ( op hoofdlijnen) aan beleid en uitgangspunten van het NatCom;
- Festival richt zich hoofdzakelijk op jongeren (15-25) maar is tevens aantrekkelijk voor oudere doelgroepen;
- Toegang is en blijft gratis;
- Festival wordt jaarlijks (in elk geval tot 2015) georganiseerd in de binnenstad (markt) van Roermond;
- Organisatie en coördinatie ligt in handen van vrijwilligersorganisatie/-bestuur. Ontbrekende deskundigheid/menskracht wordt ingekocht;
- Er wordt expliciet samenwerking gezocht met lokale en regionale maatschappelijke organisaties tbv organisatie en/of communiceren van de boodschap
- (Eventueel) gerealiseerde winst wordt volledig besteed/gereserveerd tbv continuering en kwaliteitsverbetering van het festival;

B. Aanvullende, nieuwe uitgangspunten

- (Meer) aandacht voor duurzaamheid in de uitvoering;
- De boodschap (van het NC) staat in alle werkzaamheden en uitingen centraal

## 2. Een toekomstvisie en een ideaalplaatje voor het BFL in 2015

De toekomst van een organisatie gebeurt niet zomaar, **die máák je**. En daar heb je een visie voor nodig: een ambitieus, brutaal en origineel beeld van de toekomst.

Vrijwel iedere organisatie heeft te maken met onzekerheid, zeker op de wat langere termijn. Legt de organisatie zich daarbij neer en wacht men af wat er gaat komen, dan wordt de organisatie stuurloos. Een heldere visie maakt duidelijk wat je acties en doelen zijn ook in een omgeving met veel ontwikkelingen.

Met een visie kun je zowel de organisatie zelf, als de omgeving beïnvloeden. Immers, ook de organisatie speelt een rol in het maken van de toekomst. Een visie is het antwoord op de vraag: hoe zou je willen dat de toekomst zal verlopen. Een goede visie leidt tot creatieve spanning of flow. Die spanning ontstaat doordat je een uitdagend doel hebt gesteld en nog niet helemaal weet hoe je dat gaat bereiken. Je weet wel heel goed waar je nu staat. Als je een duidelijke visie hebt, geeft dat een kader om de toekomst een beetje naar je hand te zetten.

Met inachtneming van de eerder, hierboven geformuleerde uitgangspunten, werkt het bestuur aan verbetering en versterking van het festival op de belangrijkste uitvoeringsterreinen. De visie is vertaald naar (concrete) streefbeelden en -doelen per 2015, die hieronder zijn benoemd.

Uitgegaan wordt van een optimale ontwikkeling van het festival en het bereiken van een ideaalsituatie in 2015. Op basis van deze optimale streefbeelden, zal het bestuur aangeven hoe e.e.a. gerealiseerd kan worden, oftewel **een strategisch uitvoeringsplan** ontwikkelen.

In geval het streefbeeld niet haalbaar wordt geacht, zal dit realistischer geformuleerd moeten worden en worden bijgesteld.

### 2.1 Toekomstvisie en Streefdoelen per 2015

#### A. Bestuur en (werk)commissies

*Visie: De huidige organisatiestructuur begint te knellen. Er dient een structuur te worden neergezet waarin een striktere scheiding van bestuur en uitvoering wordt aangebracht.*

#### B. Programma; hoofdpodia en andere podia/pleinen

*Visie: Het plein met hoofdpodium is de publiekstrekker, is beeldbepalend naar buiten en vormt belangrijkste inkomstenbron (catering). Hierop (communicatief) nadruk en meeste middeleninzet. De inhoudelijke pleinen, zonder catering, blijven belangrijk. Niet als publiekstrekker, maar voor het uitdragen van de boodschap en positief (sympathiek) extern imago.*

*Qua positionering wordt het BFL neergezet als ""popfestival with a message"" en dit is tevens ons ""unique selling point"" (USP)*

*Er wordt een imago gecreëerd dat bijdraagt aan een positief zelfbeeld, ergens bijhoren en sociale zinvolheid en concrete begrippen als verdraagzaamheid, verbroedering en tolerantie propageert.*

#### C. Pr/communicatie

*Visie: PR/communicatie is niet alleen van groot belang bij het werven van publiek, maar ook naar sponsoring, imago en publiek en politiek draagvlak.*

#### D. Middelen: subsidies sponsoring en kostenbeperking

*Visie: In het huidige politiek, economische klimaat is het te verwachten dat, zowel de financiële bijdrage als die in natura, van overheden de komende jaren zal verminderen. Er zal door het bestuur moeten worden ingezet op diversificatie van de financiering. BTW afdracht is per 1 oktober 2012 inmiddels meer dan 1/5 van de prijs van (bepaalde) producten en diensten. Er moet slim gekeken worden hoe we de BTW betaling kunnen beperken/terugdringen.*

*Bestuur ontwikkelt een sponsorplan en een strategie om dat optimaal in de markt te zetten, via gerichte en (mogelijk betaalde) acquisitie.*

## **E. Publiek/Doelgroep**

*Visie: Uit het onderzoek van Veldkamp “Bevrijdingsfestivals 2012” blijkt dat BFL een trouw, maar tevens wat ouder publiek trekt. Deze groep behouden.*

*Gezien de aard van het festival wordt echter tevens ingezet op het meer aantrekken van jonge publieksgroepen. Programmering en communicatie zullen daar op gericht moeten zijn. De inhoudelijke pleinen aantrekkelijk houden/maken voor publieksgroepen die niet specifiek voor het BF in de stad zijn, zoals winkelend publiek.*

## **F. Vrijwilligers- en personeelsbeleid**

*Visie: Vrijwilligers vormen een belangrijke basis voor de organisatie van BFL. Aandacht en zorg voor de inzet van vw's is dan ook zeer belangrijk en momenteel een wat ondergesneeuwd kindje. Momenteel ligt er geen vrijwilligersbeleid ten grondslag aan de inzet van vw's binnen BFL. Ontwikkelen vrijwilligersbeleid en/of maken van goede afspraken is een noodzaak.*

## **G. Infrastructuur en Veiligheid**

*Visie: In overleg met gemeente nader in te vullen.*

## **H. Vernieuwing en doorontwikkeling**

*Visie: Qua positionering wordt het BFL neergezet als “popfestival with a message” en dit is tevens ons unique selling point (USP). Er wordt een imago gecreëerd dat bijdraagt aan een positief zelfbeeld, ergens bijhoren en sociale zinvolheid en concrete begrippen als verdraagzaamheid, verbroedering en tolerantie propageert. Onze boodschap, zo wijst onderzoek uit, wordt nog in onvoldoende mate door het publiek opgepikt.*

*(De afloop van) het podiumprogramma is vrij traditioneel en voorspelbaar. Hier moet iets spectaculairs georganiseerd worden, waardoor het publiek opveert en geïnspireerd wordt.*

Bestuur Bevrijdingsfestival Limburg  
Roermond, 15 oktober 2012