



Haarlem

Gemeente Haarlem

Evaluatie

3FM Serious Request 2014

Van 18 t/m 24 december 2014 stond het Glazen Huis van 3FM Serious Request in Haarlem. Dj's Coen Swijnenberg, Gerard Ekdorn en Domien Verschuuren zaten zes dagen opgesloten. Zij vroegen aandacht voor meisjes en vrouwen die slachtoffer zijn van seksueel geweld in conflictgebieden en haalden daarmee het recordbedrag van € 12.380.438,- op.

HANDS OFF OUR GIRLS

18 T/M 24
DECEMBER 2014
GROTE MARKT
HAARLEM



GIRO 661 - 3FM.NL/SERIOUSREQUEST



Evaluatie 3FM Serious Request 2014

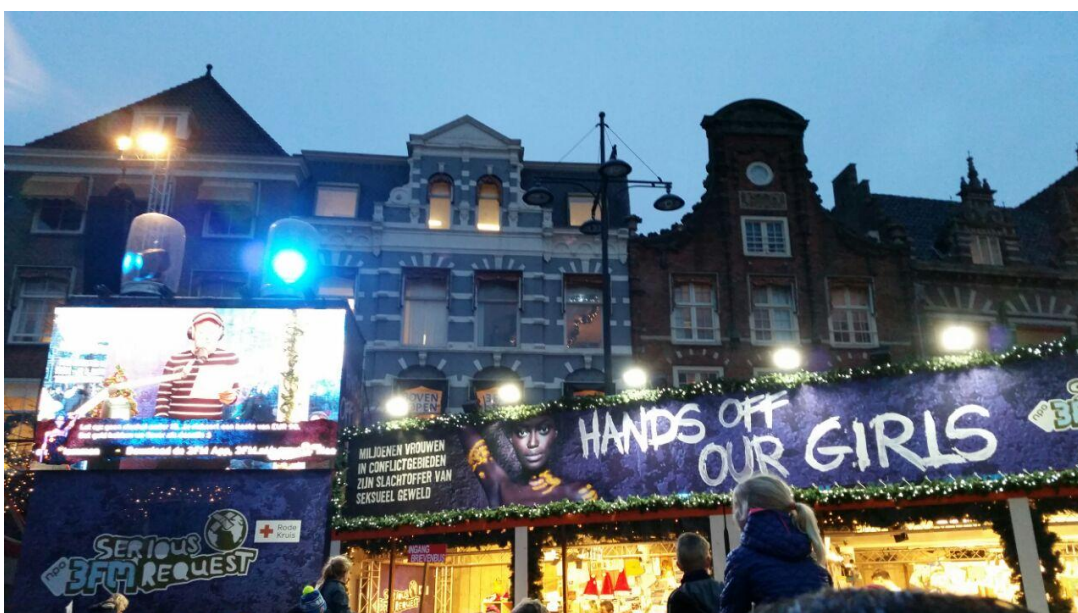
De gemeenteraad gaf in 2010 aan dat het voor Haarlem goed zou zijn als 3FM Serious Request naar de stad zou komen, omdat het een prachtige manier is om je als stad voor een goed doel in te zetten. Op 27 mei 2013 werd bekend dat het Glazen Huis in 2014 in Haarlem zou staan. Nog nooit eerder was het Glazen Huis in Noord-Holland en nog nooit eerder was er zo'n groot evenement in Haarlem. Zeven dagen lang, 24 uur per dag, draaiden drie dj's muziek op de Grote Markt. Luisteraars konden platen aanvragen voor een bedrag naar keuze. Het geld was bestemd voor het goede doel van het Rode Kruis. Dit keer waren dat vrouwen en meisjes in conflictgebieden die te maken hebben met seksueel geweld.

Haarlem kijkt tevreden terug op het evenement. De stad stond een week lang in de schijnwerpers en heeft meer dan een miljoen bezoekers ontvangen zonder noemenswaardige incidenten. De saamhorigheid was groot. Veel Haarlemmers hebben actie gevoerd om geld in te zamelen voor het goede doel. Scholen, ondernemers, instellingen, horeca, sportverenigingen, bedrijven en muzikanten deden mee en maakten van deze week een groot succes.

Uitgangspunt voor de organisatie van het evenement was dat het evenement samen met belanghebbende partijen tot stand zou komen. Dat is tot uiting gekomen in de financiële bijdrage, waarbij we Haarlem Marketing, het Ondernemersfonds Haarlem, Horeca Nederland – afdeling Haarlem, de Kamer van Koophandel, Rabobank en de Haarlemse Evenementen Stichting erkentelijk zijn voor hun bijdragen. Daarnaast hebben de bestuursleden van de HES (Haarlemse Evenementen Stichting) enorm veel werk verzet in de voorbereiding en de uitvoering van het evenement.

Dit document vormt de evaluatie van 3FM Serious Request 2014. Het is opgesteld vanuit de rol die de gemeente Haarlem als gastvrouw heeft vervuld. Het bevat een toelichting op de feiten en cijfers van 3FM Serious Request 2014, de gemeentelijke activiteiten die zijn verricht om dit evenement te faciliteren en de kosten die hiervoor zijn gemaakt.

In dit document is de informatie verwerkt die voortkomt uit de evaluaties die gehouden zijn binnen de diverse werkgroepen, reacties van binnenstadbewoners en ondernemers, het bezoekersonderzoek O+S, Evaluatie NPO 3FM Serious Request 2014 en het Nederlandse Rode Kruis, Bezoekersregistratie BlueMark Innovations, webstatistieken Haarlem.nl en Haarlem Marketing.



3FM Serious Request in cijfers

€ 12.380.438,- voor het Rode Kruis

Het belangrijkste wapenfeit is het eindbedrag dat is opgehaald voor het Rode Kruis. Het eindbedrag van € 12.380.438,- was net iets hoger dan het bedrag dat in 2013 werd opgehaald. Het Rode Kruis besteedt dit geld aan meisjes en vrouwen in conflictgebieden die te maken hebben gehad met seksueel geweld. In november 2015 zullen zij een eerste verantwoording afleggen van de besteding van het geld.

Ruim € 500.000,- door Haarlemse scholen opgebracht

Naast zoveel mogelijk geld ophalen voor de 'stille ramp' werkt het Rode Kruis ook aan bewustwording. Dat doen zij met gastlessen op scholen. Het Rode Kruis heeft op 82 scholen in Haarlem en omliggende gemeenten 395 unieke gastlessen verzorgd. Met de gastlessen hebben ze 15.034 leerlingen bereikt. Van die scholen zijn er 81 in actie gekomen.



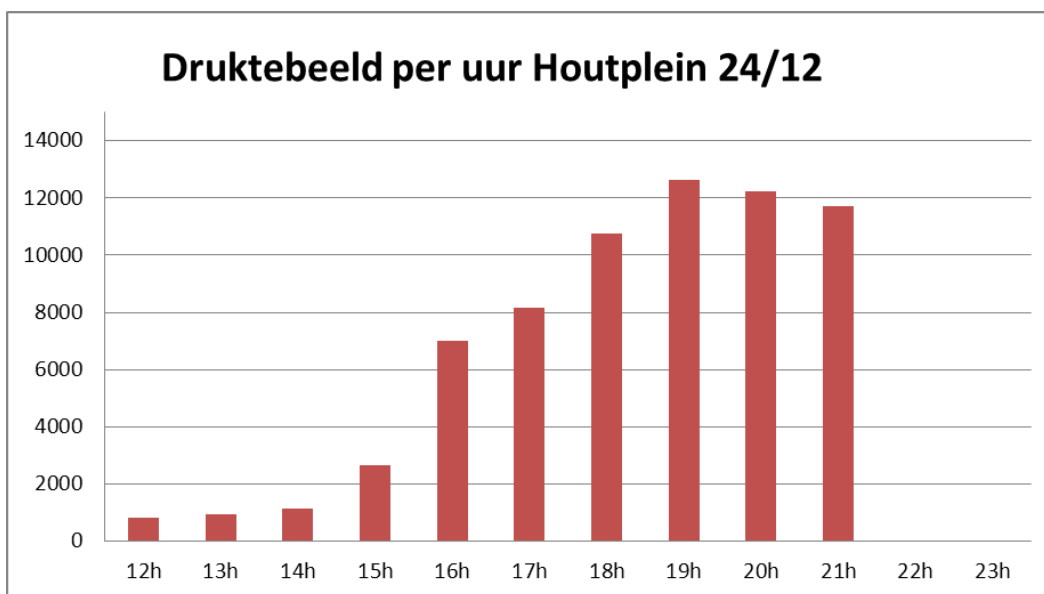
HBO	2
MBO	10
Voortgezet onderwijs	12
Basisonderwijs	56
Speciaal onderwijs BO	1
Speciaal onderwijs VO	1
Totaal aantal onderwijsinstellingen	82
Waarvan in actie gekomen	81
# Gastlessen	395
# Jongeren bereikt	15034

1.215.000 bezoekers

BlueMark Innovations is het bedrijf dat in opdracht van de gemeente Haarlem de bezoekersregistratie heeft uitgevoerd ten behoeve van real-time crowd control. Dit bedrijf heeft dit ook tijdens voorgaande edities van 3FM Serious Request gedaan en kan daardoor vergelijkingen maken. In Haarlem heeft het bedrijf de meting verricht door 26 sensoren te plaatsen op verschillende locaties. In totaal heeft de binnenstad van Haarlem in de week van donderdag 18 december tot en met woensdag 24 december 1.250.000 unieke bezoekers gehad. 749.750 bezoekers zijn ook bij het Glazen Huis geweest. De drukste dag was dinsdag 23 december: 205.000 bezoekers bezochten toen de binnenstad en 133.750 bezoekers bezochten het Glazen Huis. De piekmomenten waren in de middag tussen 14.00 en 16.00 uur en 's avonds tussen 20.00 en 22.00 uur.

Dag	Bezoekersaantal Glazen huis	Bezoekersaantal binnenstad Haarlem
Do 18 december	69.250	96.000
Vr 19 december	98.000	139.000
Za 20 december	124.750	175.000
Zo 21 december	125.500	170.000
Ma 22 december	116.250	161.000
Di 23 december	133.750	205.000
Wo 24 december	82.250	269.000
Totaal	749.750	1.215.000

Bron: Bezoekersregistratie BlueMark Innovations



Bron: Bezoekersregistratie BlueMark Innovations

78 procent bezoekers van buiten Haarlem

Het bureau Onderzoek en Statistiek van de gemeente Haarlem heeft onderzoek uitgevoerd op straat en bijna 2.000 mensen bevestigd over waar ze vandaan komen, hoe ze naar Haarlem zijn gekomen, wat zij van de stad vinden en of zij nog eens terug zullen komen. De bezoekers geven het evenement gemiddeld een 8,3. Van alle bezoekers geeft 25 procent aan nooit eerder in Haarlem te zijn geweest. Daarvan geeft 82 procent aan dat zij zeker binnen twee jaar Haarlem nog eens zullen bezoeken. 76 procent van de geënquêteerden geeft aan dat zij geld uitgegeven hebben aan eten en drinken en 39 procent is ook gaan shoppen in de stad. 72 procent heeft ook een donatie aan het Glazen Huis gedaan.

De meeste bezoekers, 46 procent, zijn een halve dag in Haarlem geweest. 15 procent is een dag of langer in de stad geweest, 40 procent geeft aan gemiddeld een uur of zelfs nog korter in de stad te zijn geweest. 46 procent van de bezoekers is met het openbaar vervoer gekomen, 31 procent met de auto, 13 procent met de fiets en 10 procent lopend.

Van alle ondervraagden weet 90 procent dat de beneficiant het Rode Kruis is en weet 86 procent het thema waar dit jaar het geld naar toe gaat.

10,6 miljoen Nederlanders volgden de actie

In de week van 18 t/m 24 december is Haarlem gedurende zes dagen 24/7 (inter)nationaal het middelpunt van de belangstelling geweest via televisie, radio en internet.

In totaal volgden 10,6 miljoen Nederlanders de actie en is 72 procent van alle Nederlanders van 10 jaar en ouder bereikt. Diverse publieksgroepen gaven het rapportcijfer 7,7 aan Serious Request op 3FM. De waardering voor 3FM Serious Request op tv was met gemiddeld een 8,2 zeer positief en net zo hoog als vorig jaar. De drie uur durende slotshow van 3FM Serious Request werd door 809.000 kijkers bekeken. Het concert dat later op de avond/nacht is herhaald, trok nog eens ruim 350.000 kijkers.

3FM Serious Request 2014 heeft een mediawaarde van ruim 31,6 miljoen euro aan publiciteit gegenereerd. Het aandeel gedrukte media (kranten, tijdschriften, omroepbladen, etc.) is dit jaar groot en levert op zich al een mediawaarde van 12,5 miljoen euro op.

434.639 websitebezoekers

De bezoekersaantallen van de website www.haarlem.nl zijn in december 2014 verdrievoudigd ten opzichte van 2013. Maar liefst 434.639 bezoekers bekeken de pagina www.haarlem.nl/seriousrequest. De webcam met live beelden van de Grote Markt was een van de meest bekeken onderdelen van de site.

16.432 volgers op Facebook

Een flink aantal mensen volgde www.facebook.com/seriousrequest2014haarlem.

Het bericht 'Wij wensen 3FM dj's Domien Verschuuren, Gerard Ekdom en Coen Swijnenberg veel succes aankomende dagen! #SR14 #Haarlem' bereikte 67.744 personen.

Het bericht 'Een geweldig moment gisteren op de Grote Markt #SR14 #Angels#Kippenvel' bereikte 58.304 personen.

138.032 social media posts

In de week van Serious Request is er flink getwitterd en gepost op andere social media over het evenement. 98 procent van de berichten was positief/neutral. De negatieve berichten gingen over overlast en bereikbaarheid en inhoudelijk over de actie in combinatie met het thema Hands off our girls.



Gemeentelijke organisatie 3FM Serious Request

Voor de organisatie van dit evenement is, mede door de opgedane ervaringen van voorgaande gemeenten, gekozen voor het instellen van vier werkgroepen. De voorzitters van deze werkgroepen vormden onder voorzitterschap van de burgemeester de stuurgroep Serious Request. De burgemeester was bestuurlijk eindverantwoordelijk. Het hoofd van de afdeling Communicatie is aangesteld als projectleider Serious Request.

De volgende vier werkgroepen zijn ingesteld:

- Werkgroep veiligheid en vergunningen
- Werkgroep productie
- Werkgroep marketing
- Werkgroep horeca

Periodiek kwamen de voorzitters van de werkgroepen, de projectleider en de burgemeester samen om de voortgang te bespreken. Vanuit dit projectteam vond de afstemming plaats met de projectleiding vanuit 3FM en het Rode Kruis.

Werkgroep veiligheid en vergunningen

Deze integrale werkgroep bestond uit vertegenwoordigers van de afdeling Veiligheid en Handhaving, afdeling Omgevingsvergunning, politie, de brandweer en de GHOR/VRK. Vanaf september 2014 sloot ook de producent van 3FM aan bij dit overleg.

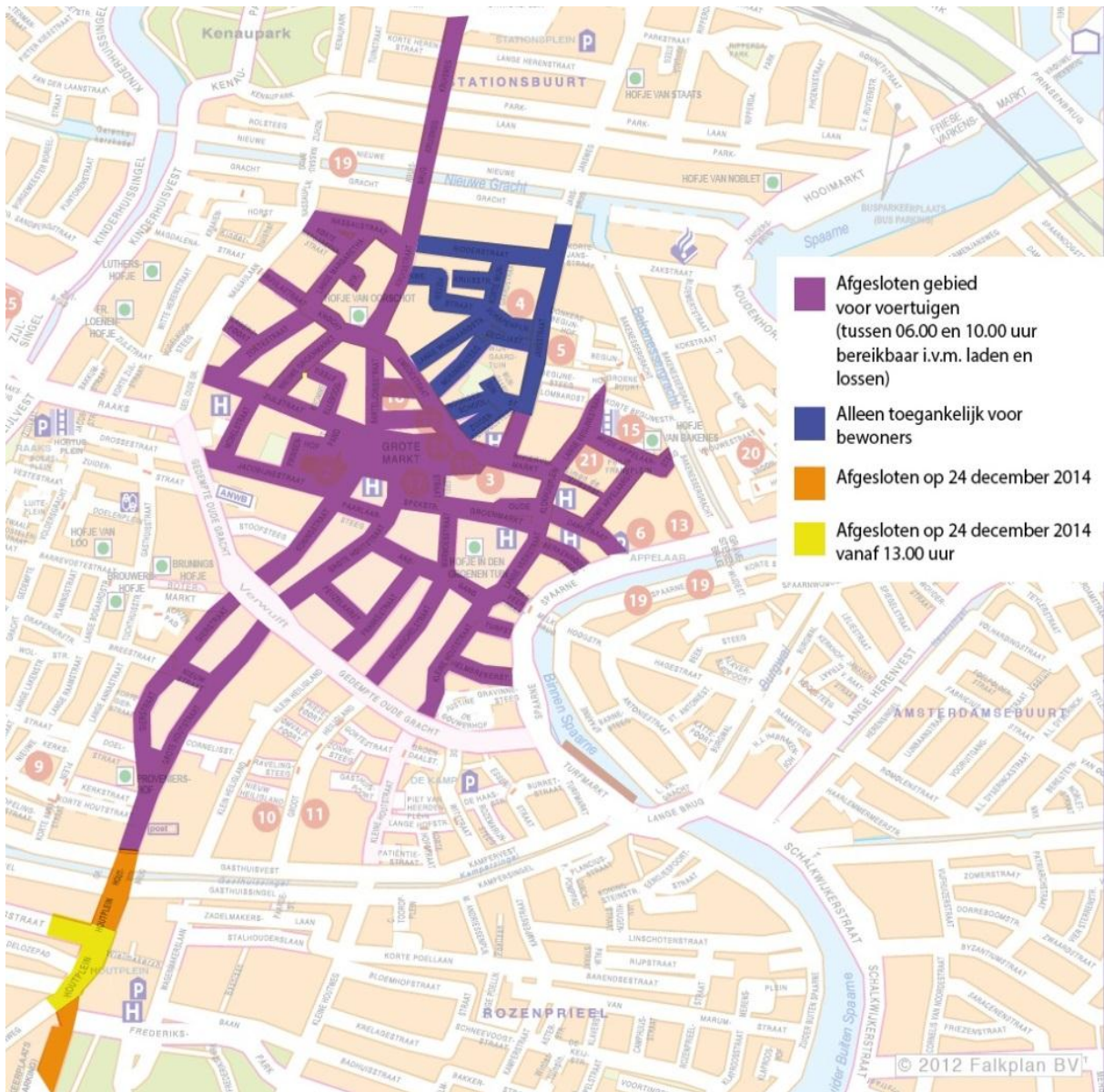
Deze werkgroep was verantwoordelijk voor crowdmanagement, risicoanalyses, calamiteiten- en veiligheidsplan, beoordelen initiatieven op veiligheid, opstellen van randvoorwaarden en besluiten (24-uursopstelling horeca, noodverordening), vergunningverlening 3FM, vergunningverlening randprogrammering Haarlemse Evenementen Stichting (HES), toezicht en handhaving, verkeer en vervoer.



Tijdens de week waren er dagelijks drie veiligheidsoverleggen en één mobiliteitsoverleg. In de veiligheidsoverleggen werden alle incidenten en overlastmeldingen besproken. Het publiek gedroeg zich overigens prima en er hebben in de week van 18 t/m 24 december geen noemenswaardige incidenten plaatsgevonden. Het voorkomen van alcoholgebruik door jongeren onder de 18 jaar was een punt van aandacht. Hier is extra capaciteit op ingezet, maar dat heeft niet voorkomen dat er een paar keer een jongere voor overmatig alcoholgebruik is behandeld.

In het mobiliteitsoverleg werd dagelijks de bereikbaarheid van de stad besproken. NS en Connexion waren daarbij aanwezig. De NS heeft op de startdag en op de slotdag extra capaciteit ingezet. Op de andere dagen was dit niet nodig. Connexion kon de stroom bezoekers eveneens goed aan met

de reguliere capaciteit. Uit het oogpunt van veiligheid is een aantal straten auto- en fietsvrij gemaakt. Verkeersregelaars hielden fietsers tegen. Dit heeft er tijdens de week voor gezorgd dat er geen fietsenproblematiek rondom de Grote Markt is ontstaan. Alle looproutes rondom de Grote Markt waren goed toegankelijk voor het wandelend publiek. Voor bewoners in het centrum hebben de afsluitingen echter ook overlast veroorzaakt. Uit de evaluatie met bewoners (reacties op de bewonersbrief die na het evenement in het centrum is verspreid) kwam dit ook als leerpunt naar voren. Bewoners zien bij evenementen graag een beter plan voor fietsen in de binnenstad voor bewoners. Dit geldt eveneens voor autoparkeren, hoewel dat in de meeste gevallen geen problemen heeft opgeleverd.



Werkgroep productie

Deze integrale werkgroep bestond uit vertegenwoordigers van de afdelingen Gebiedsontwikkeling en Beheer, Veiligheid, vergunningen en handhaving, Economie en cultuur en Facilitaire zaken. Deze werkgroep was verantwoordelijk voor het beheer en onderhoud (schoonmaak, verplaatsen verkeersborden, fietsenrekken) van de Grote Markt en de locatie van het eindfeest, huisvesting van de crew van 3FM, huisvesting van de crew van de NOS, stroomvoorziening, verplaatsing van de markten, afstemming met de productie van 3FM en communicatie met de ondernemers en de bewoners in de binnenstad.

Het beheer en onderhoud van de Grote Markt en de locatie van het eindfeest, het Houtplein, is goed verlopen. Spaarnelanden heeft elke dag de Grote Markt en de toevoerwegen naar de markt schoongehouden. Direct na het eindfeest op het Houtplein is Spaarnelanden begonnen met het schoonmaken van beide locaties. Op twee punten in de stad is het na afloop niet helemaal goed gegaan. De merchandise truck voor het stadhuis vertrok te laat, waardoor het opgehoopte vuil achter de truck niet eerder verwijderd is dan de dag na kerst. Datzelfde geldt voor de Nieuwe Groenmarkt. Bij een volgend evenement is betere afstemming op dit punt nodig.



De huisvesting van de crew van 3FM vond plaats in het voormalige gemeentekantoor in de Brinkmann. Dit was voor 3FM een perfecte plek. Crowdmanagement, hulpdiensten, de meldkamer van de gemeente, het klantcontactcentrum en het webcareteam zaten tijdens het evenement ook in de Brinkmann. Hierdoor kon er steeds snel geschakeld worden tussen de verschillende partijen en disciplines.

Er is twee keer een bewonersavond geweest voor de bewoners in de binnenstad. Deze avonden zijn goed bezocht. De eerste avond trok zo'n driehonderd bewoners, de tweede avond circa honderd bewoners. De avonden zijn aangekondigd via bewonersbrieven, de e-nieuwsbrief van Haarlem Marketing, de website,

Facebook, Twitter, de Stadskrant en het Haarlems Dagblad. Er was een speciaal e-mailadres waar bewoners vragen konden stellen. In de Centrum Management Groep heeft 3FM Serious Request meerdere keren op de agenda gestaan. De ondernemers werden verder via een nieuwsbrief geïnformeerd en een accountmanager van de gemeente is bij alle ondernemers aan de Grote Markt, de Nieuwe Groenmarkt, Krocht, Drossestraat, het Hortusplein en Houtplein langs geweest om eventuele knelpunten vooraf te inventariseren.

In de week zelf zijn er bij de meldkamer van de afdeling Handhaving van de gemeente 18 meldingen van geluidsoverlast gedaan. Vier van deze meldingen gingen over de Grote Markt en het Houtplein, de overige meldingen over locaties waar acties werden gehouden voor het goede doel. Daarnaast hebben de medewerkers van handhaving geacteerd op meldingen van verkeerd geplaatste fietsen en het tegengaan van fietsen in het gebied.

Via het publieksnummer 3FM Serious Request (14 023) kwamen dagelijks meerdere telefoontjes binnen met vragen over het evenement. Het webcareteam heeft continu gezocht op berichten op social media over gastvrijheid, klachten, overlast en bereikbaarheid. De hele week heeft 138.032 berichten opgeleverd. Slechts een fractie daarvan, 2 procent, was negatief.

Na het evenement is een bewonersbrief gestuurd naar de hele binnenstad om de bewoners en ondernemers te bedanken voor hun medewerking en begrip. In diezelfde brief is gevraagd om tips. 91 mensen hebben de moeite genomen om hier op te reageren. Bijna een kwart was louter positief. Bijna de helft was positief/neutral met tips voor de toekomst en een kwart was ronduit negatief over het evenement. Deze mensen hadden vooral klachten over fietsen en het terugplaatsen van fietsenrekken, omzetting van ondernemers, geluidsoverlast juist op andere locaties dan de Grote Markt en klachten over alcoholmisbruik en wildplassen. Alle klachten, tips en opmerkingen zijn naar de afdelingen die er over gaan doorgestuurd om te betrekken bij toekomstige evenementen in de binnenstad.

Werkgroep marketing

Deze werkgroep werd aangestuurd door Haarlem Marketing. Naast medewerkers van Haarlem Marketing waren ook de afdelingen Communicatie, Economische zaken, Dienstverlening en mediapartners uit de stad vertegenwoordigd. De werkgroep was verantwoordelijk voor activering van acties in de stad en het verzamelen daarvan, informatievoorziening voor Haarlemmers en bezoekers en stadsbeeld.

In totaal zijn er ruim 4.000 acties aangemeld via de kominactie-pagina van 3FM. Het aandeel Haarlemse acties was groot.

De werkgroep heeft de volgende informatiemiddelen ingezet: website, Facebook, Twitter, programmaboekje, informatiepilaren, postercampagne in de mupi's, advertenties en free publicity in regionale en lokale week- en dagbladen. Het Haarlems Dagblad was de officiële mediapartner in Haarlem van 3FM. Dit betekende onder andere dat er een journalist van het Haarlems Dagblad vooraf mee is geweest op reis naar Colombia voor een reportage over het thema van dit jaar.

De werkgroep heeft in de week zelf met vrijwilligers gewerkt voor het bemensen van informatiestands in de stad. Deze vrijwilligers deelden informatieboekjes uit en wezen de weg. Dit heeft heel positief gewerkt.



Banner, gedeeld via websites, Facebook en Twitter



Sloepenrace op het Spaarne

Werkgroep horeca

De werkgroep horeca bestond voornamelijk uit de bestuursleden van de HES (Haarlemse Evenementen Stichting) en medewerkers van de afdeling Economie. Vanuit 3FM en de werkgroep veiligheid was er de nadrukkelijke wens om overlooplocaties te creëren voor het geval het extreem druk zou worden.

De werkgroep heeft voor de overloopleinen zaken gedaan met het Patronaat. In eerste instantie waren drie pleinen in beeld voor randprogrammering. Uiteindelijk is alleen de Nieuwe Groenmarkt overgebleven. De bezoekersaantallen vielen hier tegen, waardoor de ondernemers en het Patronaat verlies hebben geleden. Het is ook nooit nodig geweest om de Grote Markt af te sluiten. De stad kon de drukte goed aan.

De werkgroep heeft 46 chalets geregeld voor ondernemers en initiatiefnemers. In eerste instantie waren deze chaletjes bedoeld voor ondernemers, verenigingen en individuen die actie wilden voeren voor Serious Request. Uiteindelijk zijn de chalets vooral gehuurd door horecaondernemers. Daardoor ontstond een overdaad aan food-aanbiedingen. De chalets gaven de stad een gastvrije en eenduidige uitstraling.

Daarnaast heeft deze werkgroep de toiletvoorzieningen voor haar rekeningen genomen en het eindfeest gefaciliteerd (toiletten, drank, beveiliging).



Programmering Patronaat op het 'overlooplein' Nieuwe Groenmarkt.

Financiële verantwoording 3FM Serious Request

Voor het faciliteren en realiseren van dit grote evenement zijn verschillende gemeentelijke en niet-gemeentelijke budgetten beschikbaar gesteld.

Bijdrage 3FM	€ 160.000*
Veiligheid EHBO / crowd control / tekstkarren / portofoonnetwerk / nood scherm	€ 25.700**
Productie Stroom Grote Markt en eindfeest / verplaatsen kunstwerk / verlenging openstelling fietsenstallingen / uitrijkaarten parkeergarage	€ 83.500,-***
Marketing Website / bewegwijzering / informatiestands / posters / advertenties	€ 30.000,-
Totaal	€ 299.200,-

De dekking is als volgt:

- Haarlem Marketing	€ 55.000,-
- Ondernemersfonds Haarlem	€ 75.000,-
- Horeca Nederland, afdeling Haarlem	€ 7.500,-
- Kamervan Koophandel, Haarlem	€12.500,-
- Haarlemse Evenementen Stichting	€ 2.335,-
- Rabobank	€ 5.000,-
- Vodafone	€ 5.000,-
- Gemeente begroting	
o Economie en Cultuur, Veiligheid	€ 85.000,-
o en Communicatie	€ 9.200,-
- Tekort	€ 42.665,- ****
Totaal	€ 299.200,-

*De bijdrage voor 3FM bedraagt €175.000,-. Door het unieke gebruik (ligging en de grootte) van de Brinkmann, was 3FM bereid 'huur' te betalen. Dat bedrag is in mindering gebracht op de verplichte bijdrage.

**Een deel van de kosten voor beveiliging is betaald uit het regulier budget veiligheid voor evenementen

*** De kosten voor verkeersregelaars, verkeersmaatregelen, schoonmaak van de stad vallen binnen de onderhoudscontracten met Spaarnelanden. De ambtelijke inzet is eveneens niet doorberekend.

**** Het tekort is ontstaan door tegenvallende opbrengsten en hogere kosten binnen de HES. Hierdoor lukte het niet om de beoogde € 45.000,- bij te dragen. Dit tekort wordt meegenomen bij de 1^e Bestuursrapportage 2015.

Conclusie en aanbevelingen

De gemeente Haarlem kijkt tevreden terug op het evenement. Er is een recordbedrag ingezameld voor het goede doel. De stad stond een week lang in de schijnwerpers. Haarlem heeft meer dan een miljoen bezoekers ontvangen zonder noemenswaardige incidenten. De saamhorigheid in de stad was groot. Veel Haarlemmers hebben actie gevoerd om geld in te zamelen voor het goede doel. Scholen, ondernemers, instellingen, horeca, sportverenigingen, bedrijven en muzikanten deden mee en maakten van deze week een groot succes.

De samenwerking in de stad was goed. De gemeente heeft nauw samengewerkt met de hulpdiensten (politie, brandweer, GHOR/VRK), scholen (InHolland en het Nova College), de horeca (HES) en de popscene (Gitaarlem en het Patronaat).

Er is lering getrokken uit een aantal zaken. Bij grootschalige openbare evenementen is het belangrijk om nog nadrukkelijker vooraf te bespreken hoe om te gaan met alcoholgebruik onder de 18 jaar. Gedurende de week is er extra capaciteit ingezet: bezoek aan supermarkten en horeca, extra handhavers, waarschuwingsbordjes en een waarschuwingstekst op de lichtkrant van het Glazen Huis.

Een ander punt van aandacht is de communicatie met de binnestadbewoners. Ondanks de bijeenkomsten, nieuwsberichten en dergelijke, was er niet voldoende nagedacht over hoe bewoners hun eigen woning konden bereiken. Veel bewoners zijn met hun fiets tegengehouden. Dit had simpel voorkomen kunnen worden door bijvoorbeeld pasjes uit te delen aan binnestadbewoners.

Over geluid waren klachten maar ook complimenten. De strikte naleving van de geluidsbegrenzing op de Grote Markt leverde veel complimenten op. De meeste geluidsoverlast vond plaats op de Nieuwe Groenmarkt en andere locaties (daar waar bewoners zelf feestjes vierden en overlast veroorzaakten voor burens). Bij komende evenementen blijft geluid een aandachtspunt.

Haarlem is gedurende de week van 3FM Serious Request druk bezocht door bezoekers van buiten de gemeente. Zij waardeerden de stad heel hoog en een groot deel van de bezoekers die nooit eerder in Haarlem was geweest, wil graag nog een keer komen. Hier bevindt zich dus nog een groot potentieel dat verleid kan worden om Haarlem te bezoeken. 3FM Serious Request heeft de belangstelling opgewekt en nu moeten wij ervoor zorgen dat deze mensen ook daadwerkelijk de stad in de toekomst bezoeken.



Met een tuk-tuk kwam de gemeente Heerlen alvast een kijkje nemen in Haarlem. Heerlen is in 2015 gaststad voor 3FM Serious Request. Wij wensen hen veel succes met de voorbereiding en de uitvoering!