



Inspelen op internetinfrastructuur en catering

# De vergaderzaal van de toekomst

De MICE-branche is volop in ontwikkeling. De eisen die aan meetinglocaties worden gesteld veranderen mee. IACC vroeg meer dan vijftig internationale locaties, experts en leveranciers naar hun bevindingen en publiceerde op basis hiervan het rapport 'Meeting Room of the Future'.

## CREËER EEN BELEVENIS

Steeds meer meetingplanners geven aan dat zij binnen hun functie meer aandacht besteden aan het creëren van belevenissen. Ook schatten zij in dat het neerzetten van belevenissen in de aankomende vijf jaar steeds belangrijker zal worden. De nieuwe generatie professionals is een drijvende kracht achter deze trend. Locaties zien met de groeiende invloed van deze deelnemers de noodzaak in om op deze trend in te spelen. 93% van de ondervraagde locaties is altijd of vaak betrokken bij het creëren van beleving bij een bijeenkomst. Dit doen zij door diverse voorzieningen aan te bieden, bijvoorbeeld door de catering af te stemmen op de locatie of de stad.



Locaties doen er verstandig aan om te profiteren van hun rol als strategisch adviseur op het gebied van beleving- en educatie-design. Kleine locaties kunnen hiervoor samenwerken met ervaren designprofessionals. Naar verwachting zullen interne en externe belevingen en voorzieningen meer en meer vervlochten raken. Locaties moeten dus goed kijken hoe hun faciliteiten en ruimtes bij de gehele beleving van de bijeenkomst passen.

#### INDELING VAN DE RUIMTES

Locaties ervaren dat de zalen in de afgelopen drie tot vijf jaar zijn getransformeerd,

waarbij het meeting designelement een steeds grotere rol speelt. De trend beweegt steeds verder richting creatieve ruimtes met een flexibele indeling. Die flexibele indeling moet niet alleen kunnen worden aangepast aan het aantal deelnemers, maar ook aan de behoefte om zowel plekken voor individuele als groepsactiviteiten te creëren. Dat maakt switchen tussen plenaire gedeeltes en groepsessies makkelijk. Wat de onderzochte locaties is opgevallen, is dat last minute verzoeken voor het aanpassen van de indeling tegenwoordig eerder regel dan uitzondering zijn. Ook zouden ruimtes met kleur en natuurlijk licht die stimuleren om te bewegen, de deelnemers beter bij de bijeenkomst betrekken en meer creativiteit losmaken. Dat draagt weer bij aan de ROI van een bijeenkomst. Als gevolg van deze trend worden ook break-out ruimtes steeds meer gebruikt en bieden locaties steeds vaker samenwerk- en netwerkplekken buiten de vergaderzalen. Ook plekken waar men zich even snel terug kan trekken om bijvoorbeeld e-mails te checken worden steeds vaker gebruikt.

Meubilair dat het meest geschikt wordt geacht om samenwerken en flexibiliteit te faciliteren, zijn loungemeubels (zoals banken en fauteuils), een variëteit in tafels en stoelen, meubilair met wiel-tjes, opklapbare tafels en lichtgewicht meubels. Uiteindelijk gaat het erom dat de deelnemer op de eerste plaats komt en dat betekent dat er rekening moet worden gehouden met diens welzijn en comfort. Met lounge-ruimtes, accessoires en planten creëren locaties een prettig thuisgevoel.

Flexibiliteit vereist echter ook een goed doordachte inrichting met flexibele

lichtbronnen en akoestiek en een goede toegang tot breedbandinternet en stroompunten. De exacte locatie van de stroompunten kan het verplaatsen van meubilair nog wel eens belemmeren. Oplaadpunten in tafels en stoelen bieden een goede oplossing. Maximale flexibiliteit betekent wel een extra kostenpost voor locaties, die het meubilair moeten aanschaffen en opslaan. Stapelbaar, ergonomisch meubilair wordt steeds populairder. Sommige locaties gaan zelfs over op het volledig huren van meubilair.

#### TECHNOLOGIETRENDS

Ondanks het feit dat de technologie zich blijft ontwikkelen, kiezen locaties er bewust voor om de nieuwe technologische middelen zelf aan te schaffen. Voor het bedienen en beoordelen van de apparatuur gaan locaties uit van de kennis en ervaring van hun eigen technische staf. Deze staf let er vooral op dat er niet te veel kabels in de zalen liggen. Ingebouwde technologie is dan ook erg geliefd, net als goede wifi en draagbare technologie of technologie in de cloud. Hardware voor videoconferencing en beeldschermtechnologie zijn de meest aangeboden vormen van technologie. Experts zijn echter minder te spreken over deze faciliteiten en vinden het de kosten van het investeren niet waard. Zij geven de voorkeur aan videocommunicatiediensten via de cloud waarvoor enkel een laptop en een goede wifi-verbinding nodig is. Ook smartboards lijken hun verwachtingen niet waar te maken, zo blijkt uit de feedback die de locaties van hun gasten kregen. De markt is terughoudend in het gebruik, wellicht vanwege een gebrek aan training om deze technologie op de juiste manier in te kunnen zetten. Gebruiksgemak is essentieel voor het delen van content. Smartboards



zijn echter niet zo makkelijk te bedienen als andere draadloze samenwerkingsoplossingen. Vaak is training of hulp van buitenaf nodig. Wel blijft men investeren in technologie waarbij kennis wordt gedeeld middels beeldschermen. Het voordeel hiervan is dat deelnemers makkelijk direct content kunnen delen via hun smartphone, tablets en laptops. Ook nemen de investeringen in virtual reality toe. Uiteraard blijft een goede internetverbinding hierbij essentieel.

#### INFRASTRUCTUUR OM TE KUNNEN SAMENWERKEN

Het stoort ons nu al als de wifi-verbinding het tijdens de bijeenkomst laat afweten. Sterker nog, het succes van hedendaagse bijeenkomsten wordt mede bepaald door de kwaliteit van de internetinfrastructuur van een locatie. Naar verwachting zal in de aankomende jaren internet van goede kwaliteit het belangrijkste onderdeel van een bijeenkomst worden. Meeting- en eventplanners besteden als gevolg hiervan steeds meer tijd aan het garanderen van deze voorziening. Een goede inter-

netverbinding is ook essentieel voor het toenemend gebruik van technologie die samenwerking en interactie mogelijk maakt. Een mooi voorbeeld hiervan zijn de vele eventapps waarmee deelnemers kunnen stemmen en hun vraag door kunnen sturen.

Een heikel punt bij het aanbieden van wifi is of je er als locatie wel of niet een bijdrage voor vraagt. Steeds meer locaties bieden gratis internet aan als onderdeel van een arrangement. Een goede internetverbinding wordt niet alleen als een streepje voor gezien, maar heeft zelfs de voorkeur bij het selecteren van een locatie. 52% van de ondervraagde partijen is dan ook van plan om in de aankomende twaalf maanden te investeren in bandbreedte.

#### INVESTERINGEN EN INNOVATIE

In welke faciliteiten locaties investeren ten behoeve van het creëren van beleving, wordt voornamelijk bepaald door feedback van de gasten. Ook wordt de concurrentie scherp in de gaten gehouden. Met een verschuivende

demografie doen locaties er echter ook verstandig aan om onderzoeken, ideeën en inzichten omtrent de nieuwe generatie gasten in de gaten te houden, aangezien deze generatie het format van bijeenkomsten steeds meer zal gaan beïnvloeden. Uit onderzoek is gebleken dat zakelijke bijeenkomsten het beste platform voor millennials zijn voor gerichte zelfeducatie, het uitbreiden van hun netwerk en het uitstippelen van hun carrière richting. Om die reden pleiten millennials ook voor effectievere vormen van meeting design en betere manieren om on- en offline in contact met elkaar te komen. De kwaliteit van een bijeenkomst is belangrijker dan de duur ervan. In plaats van een bijeenkomst te verlengen, wordt er steeds vaker ook vooraf en na afloop kennis gedeeld.

### CATERING

Meetingplanners vinden dat het format van pauzes en maaltijden moet veranderen. Maar men is het niet helemaal met elkaar eens of de pauzes nu korter en frequenter of juist langer zouden moeten duren. Een aantal locaties speelt hierop in door gedurende de gehele bijeenkomst cateringdienst te bieden. Een andere trend die vanuit de meetingplanner wordt gevoed, is aandacht voor duurzaamheid bij de dranken, tussendoortjes en gerechten die worden geserveerd. Locaties beseffen dat de aankomende generatie planners hier nog meer op zal

letten. Bovendien wordt de smaak van de gemiddelde gast steeds verfijnder en raakt men gewend aan exotische gerechten en bijzondere culinaire creaties. Ook gezond eten wordt steeds belangrijker. Steeds meer deelnemers hebben specifieke (di) eetwensen. Het wordt daardoor steeds lastiger om een menu samen te stellen dat met zoveel verschillende smaken en wensen rekening kan houden. Gelukkig zijn er culinaire trends die wél makkelijk in een menu kunnen worden verwerkt. Een

daarvan is de trend om groente in plaats van vlees de hoofdrol op het bord te laten vervullen. Door gebruik te maken van seizoensgroenten krijgen chef-koks steeds nieuwe inspiratie, al blijft het een uitdaging om te balanceren tussen de wens van de gast en de beschikbaarheid van bepaalde producten gedurende het gehele jaar. Ook vragen gasten steeds vaker om lokale ingrediënten en minder bewerkte producten zoals zelfgebakken brood. Daarnaast wordt eten steeds meer als een sociale activiteit gezien, waarbij men wil deelnemen aan het bereiden, het plukken en selecteren van de ingrediënten en direct van de chef-koks leren hoe je bepaalde gerechten het beste kunt bereiden. Wellicht is dit ook de reden waarom er steeds meer boerenmarkten en foodfestivals worden georganiseerd?

De wereldwijde MICE-branche is zich in rap tempo aan het ontwikkelen en locaties passen zich aan aan de veranderende eisen van meetingplanners en hun gasten. Met name op de ontwikkelingen op het gebied van internetinfrastructuur en food & beverage wordt actief ingespeeld. Dit resulteert in meer keuze voor de markt in locaties die een bijzondere beleving bieden.

