

Meeting

Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 14 - nr 4 - Meetingmagazine.nl



Internationale positionering Postillion Hotel Amsterdam

**“Wij hebben een unieke
propositie in handen”**

Haarlemmermeer kan alles faciliteren - Kerst- en eindejaarsbijeenkomsten: “Het is en blijft een traditie” - Inschrijving Nationale Meeting Award geopend - Een event, maar geen publiek?



Nr. 1

EXPOSITIEPANELEN EN POSTERBORDEN

CLICK® Panelen

Verkoop en verhuur

Wist u dat ABC Display dé producent is van de succesvolle Click® lichtgewicht panelen? De basis van het concept is: universeel tijdloos paneel, geen gereedschap nodig, licht van gewicht, compact te vervoeren en snel te plaatsen met multifunctionele opstellingen.

De toepassingen zijn eindeloos; poster- of pinpanelen, scheidingswanden, promoties, congressen, presswanden, exposities, tentoonstellingen, sponsorwanden en complete stands etc.

Wij leveren dit prachtige expositie- en presentatie-systemen in tal van uitvoeringen en afmetingen.

U kunt Click® bij ABC Display aanschaffen of huren, tevens verzorgen wij de grafische producties en monteren/demonteren de panelen op elke locatie binnen Europa.



**KEEP MOVING
YOUR BRAND!**



Dubbelzijdig inzetbaar



Landscape & Portrait inzetbaar



Montage zonder gereedschap



Panelen zijn te koppelen en zelfstandig inzetbaar



Bevestiging met: Pinnasjes, Ritssluitband of schilderijhakken.

LET'S MEET!

WIJ ZIJN EDEN

Maar genoeg over ons. Hoe is het met jou en waar heb jij behoefte aan? We beseffen dat jouw behoeften anders zijn dan die van anderen. We bieden dan ook een grote variëteit aan zakelijke faciliteiten. Even snel een werkplek nodig in een gezellige sfeer of een meeting room voor 100+ personen, laat het ons weten en we zullen je niet teleurstellen.

Kijk gerust even rond op: www.edenhotels.nl/nl/zakelijk of via onze social media kanalen, want we hebben best veel te bieden.

*Individual hotels,
collective memories*

www.edenhotels.nl/nl/zakelijk



Eden Hotels



#outofoffice

Soms gebeuren dingen die goed zijn voor je bedrijf
juist buiten je bedrijf.



Wij geloven dat een inspirerende omgeving het beste in je naar boven brengt. Bij Bilderberg ervar je de rust van de natuur of juist de energie van de stad. Vind de focus die je nodig hebt, of de bijzondere ontmoeting die je verder brengt. Met aandacht bieden wij de inspiratie om samen te werken, patronen te doorbreken of een sterke toekomst te ontwikkelen op 17 bijzondere meeting locaties.



B I L D E R B E R G

bilderberg.nl/meetings

Meet in Brabant

Business Brains & Hospitality Heart

VisitBrabant Convention Bureau is een onafhankelijke service-organisatie die de Meetingplanner, Management Assistent en andere professionals in de breedste zin van het woord ontzorgt: van inspiratie, locatie tot organisatie. Dit alles uiteraard kosteloos. Van een board meeting in 's-Hertogenbosch tot een internationale kennisconferentie in Eindhoven of Helmond, Brabant biedt eindeloze mogelijkheden als centrum van kennis, innovatie, creativiteit en gastvrijheid.

Graag praten we u bij over de parels en 'hidden secrets' die Brabant rijk is. Tel daar de bereikbaarheid, goede prijs/kwaliteit verhouding en de Brabantse waarden van gastvrijheid, bereidheid tot samenwerken en vernieuwing bij op, en uw succes is verzekerd.

www.visitbrabant.com/conventionbureau



VISIT
CONVENTION
BUREAU
BRABANT

www.visitbrabant.com/conventionbureau

+31 (0)13 3030390

conventionbureau@visitbrabant.com



Kerst en Oud en Nieuw

Terwijl de derde lichterding mensen op vakantie gaat en we af en toe nog een mooie nazomerdag hebben, zijn er collega's die zich nu al bezig moeten gaan houden met de festiviteiten in de decembermaanden. Wordt het dit jaar een traditioneel kerstpakket of toch een kleiner pakket met leuke gadgets? Ook de locaties die worden afgehuurd en de bedrijven die de kantoren na 5 december van fraaie kerstdecoratie voorzien, hebben de eerste boekingen inmiddels in hun agenda staan. Wil je niet achter het net vissen, dan is het raadzaam om nu alvast even na te denken of het dat leuke tentje op de hoek wordt, of dat nieuwe restaurant in het centrum van de stad. In het artikel over Kerst en Oud en Nieuw lees je meer over de trends op dit gebied.

Verder besteden we in deze editie extra aandacht aan maar liefst drie bestemmingen. Amsterdam is een oude bekende en weet zich ondanks de hoge prijsstelling prima staande te houden op de nationale markt. Tussen nu en 2020 openen diverse nieuwe locaties hun deuren in de hoofdstad. Dit houdt het aanbod interessant en biedt meer lucht. Zwolle timmert al een tijdje aan de weg. Naast mooie congreslocaties en het zeer behulpzame Congresregio Zwolle is hier veel vakkennis op het gebied van diverse topsectoren aanwezig, evenals diverse culturele en culinaire mogelijkheden om te ontspannen en te genieten.

Haarlemmermeer is de nieuwste loot aan de stam. De regionale markt vond het hoog tijd om de vele USP's van de gemeente duidelijker en gestructureerder voor het voetlicht te brengen. In het interview met Michiel Smilde, Floris Licht en Paul Dirksen lees je meer over de mogelijkheden in Haarlemmermeer.

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest
 Hoofdredacteur Meeting Magazine
 sofie@vanmunstermedia.nl

10 Coverstory Postillion Hotel Amsterdam: "Wij hebben een unieke propositie in handen"

Op 5 november opent het nieuwe Postillion Hotel Amsterdam in Overamstel haar deuren. Met dit hotel en het al eerder gerealiseerde Convention Centre wil de Nederlandse hotelketen zich definitief vestigen op de internationale MICE-markt. "Hier kunnen we net die stap extra zetten", aldus general manager Marc Roebersen.

14 Het succes van Amsterdam als zakelijke bestemming

Onze hoofdstad is ongekend populair, zowel qua leisure als zakelijk toerisme. Naast het aantal bezoekers groeit ook het aantal locaties de komende tijd door. Associaties en bedrijven die naar Amsterdam afreizen, kiezen volgens Dirje van Laar van Amsterdam Marketing heel bewust voor het merk en de mogelijkheden.

28 Convention Bureau Event Park Amsterdam

Locaties, groen en uitstekend bereikbaar; de gemeente Haarlemmermeer voldoet aan alle denkbare eisen die je aan een MICE-bestemming kan stellen. Toch is lang niet elke meetingprofessional hiervan op de hoogte. Op gezamenlijk initiatief van de regionale markt werd besloten de promotie van deze regio op te pakken en Haarlemmermeer in de markt te zetten.

36 Steeds meer zakelijke bezoekers kiezen voor de regio Zwolle

Als mooie historische Hanzestad heeft Zwolle bezoekers onder meer op cultureel en culinair gebied veel te bieden. Wist je dat de regio ook op zakelijk gebied talloze mogelijkheden biedt? Niet alleen zijn er mooie congreslocaties in overvloed; ook aan vakkennis van diverse topsectoren ontbreekt het in Zwolle en omgeving niet!

69 Zwitserland presenteert zich

Al voor de veertiende keer heeft het Switzerland Convention & Incentive Bureau recent de Meeting Trophy georganiseerd. Het blijkt een ijzersterke formule en de internationale belangstelling voor dit event is groot.

77 Kerst- en eindejaarsbijeenkomsten: "Het is en blijft een traditie"

December lijkt nog ver weg. Toch vinden nu al de eerste voorbereidingen plaats voor de bijeenkomsten die in deze feestmaand gaan plaatsvinden. De redactie van Meeting Magazine is benieuwd of deze doorgaans traditionele bijeenkomsten aan trends onderhevig zijn en vroeg een aantal partijen naar hun ervaringen.

"De Nederlandse meeting- en eventindustrie staat er internationaal goed op. We kunnen organiseren en durven te experimenteren."

Sven Boelhouwer, p. 53

8
>





Een uitgave van:
MVM Producties b.v.
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26c, 6546 BE Nijmegen
t: 024 - 3 738 505
f: 024 - 3 730 933

UITGEVER
Michael van Munster

DUKWERK
Balmedia

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIE-ADVIES
Jessica Scheffer

REDACTIEMEDEWERKERS
Ingrid Rip, Jessica Scheffer, Ton Soons,
Marianne Kuiper, Aart van der Haagen, Hans Hoof, Wouter Olland, Samira Salman, Pieter Aalbers, Jeroen Kuypers, Daphne Doemges-Engelen

VORMGEVING
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman, Lisa Pashouwers

ADVERTENTIE EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Jordey de Joode t: 024-642 3449
Aysun Mahubessy-Saruhan t: 024-642 1917
Advertentietarieven: op aanvraag

ABONNEMENTEN
t: 024-3738505

COVERSTORY
Postillion Hotel Amsterdam

FOTOGRAFIE COVER
Marcel Krijgsman

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar en worden automatisch verlengd, tenzij de abonnee uiterlijk 3 maanden voor verstrijken schriftelijk opzegt. Abonnementprijs per jaar 39 euro excl. btw.

COPYRIGHTS
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen artikelen wordt door de uitgever voorbehouden.

Hoewel de informatie gepubliceerd in deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten de uitgever en de redactie uitdrukkelijk iedere aansprakelijkheid uit voor eventuele onjuistheden en/of onvolledigheid van de verstrekte gegevens.

Aantal verschenen edities: 77



86 Nationale Meeting Award: Ondernemerschap, kwaliteit en gastervaring centraal

In maart 2019 zal de Nationale Meeting Award voor de vierde keer worden uitgereikt. Voordat het zover is, legt de organisatie achter deze prijs de laatste hand aan het vernieuwde beoordelingsproces. Gastervaring, kwaliteit en ondernemerschap blijven centraal staan.

Verder in deze editie

- 18 The Lancaster Hotel Amsterdam
- 20 Corendon Village Hotel Amsterdam
- 23 QO Amsterdam
- 27 Hotel Jakarta Amsterdam
- 32 Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum
- 40 De Bonte Weaver
- 42 Conferentiehotel Kontakt der Kontinenten
- 49 Hotel Papendal
- 54 The Attention Group
- 56 Novotel Eindhoven
- 58 Hotel Zuiderduin
- 74 IBTM World 2018
- 82 Bilderberg Winterevents
- 88 Het Sprekershuys over uitnodigingstrajecten

- 90 IDEA-case: Chocolade als beleving
- 92 Update Wet werk en zekerheid

In elke editie

- 25 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 35 Goodiepagina - Samira Salman
- 39 Column Ingrid Rip - RREM
- 45 Column Pieter Aalbers - The Attention Group
- 53 Column Sven Boelhouwer - MPI
- 65 Column Ton Soons - Vergaderhamers
- 66 Hotelrecensie: Erfgoed Bossem
- 85 Column Wouter Olland - OMS



Internationale positionering Postillion Hotel Amsterdam

“Wij hebben een unieke propositie in handen”

Op 5 november opent het nieuwe Postillion Hotel Amsterdam in Overamstel haar deuren. Met dit hotel en het al eerder gerealiseerde Convention Centre wil de Nederlandse hotelketen zich definitief vestigen op de internationale MICE-markt. “Hier kunnen we net die stap extra zetten”, aldus general manager Marc Roebersen.

Het Amstelkwartier is het laatste gebied binnen de ring van Amsterdam dat de komende jaren een grondige metamorfose zal ondergaan. Het voormalige industrieterrein Overamstel, het gebied langs de zuidelijke Amsteloever tussen de Weespertrekvaart en Utrechtsebrug, wordt de nieuwe entree van Amsterdam. Deze ontwikkelingen waren een aantal jaar geleden de reden voor Postillion Hotels om hier een nieuw Convention Centre in de voormalige kauwgomfabriek Maple Leaf op het Bedrijventerrein Overamstel te realiseren. Dit Convention Centre is sinds november 2016 geopend. “Binnen nu en vijf jaar zie je hier een hele andere buurt”, vertelt general manager Marc Roebersen enthousiast. “De huidige industrie wordt buiten de stad

verplaatst en zal plaats gaan maken voor woningen, bedrijven, restaurants en een haven. Het is leuk om tussen de ontwikkelingen te zitten en de wijk te zien transformeren. Daar krijg je ontzettend veel energie van.”

AANBOD

Met het nieuwe hotel aan de Paul van Vlissingenstraat wil Postillion Hotels zich focussen op de internationale markt voor meerdaagse corporate events en associatiecongressen. “Volgens de ranking van ICCA scoort Amsterdam uitstekend op congressen tot 300 deelnemers en bijeenkomsten met meer dan 1.000 deelnemers”, vertelt Roebersen. “Maar voor de bijeenkomsten die qua capaciteit tussen de 300 en 1.000 deelnemers zitten, is het aanbod in de hoofdstad veel te klein. Met het Convention Centre zijn we al ingesprongen op dit te krappe aanbod voor middelgrote groepen. Wanneer het hotel klaar is, bieden we 11 extra zalen bovenop de 20 zalen die in de voormalige kauwgomfabriek al operationeel zijn. Daar komen dan ook nog eens 252 kamers op viersterrenniveau bij. Met de extra zalen hebben onze gasten meer ruimte en keuze voor bijvoorbeeld het diner of het



General manager Marc Roeberson

inrichten van een gesponsorde expositie. Het hotel en het Convention Centre hebben gecombineerd ruimte voor 1.000 personen en zijn op tien voetstappen van elkaar verwijderd. Samen met andere hotels bieden we de benodigde hotelkamers op drie tot vijf sterrenniveau op loopafstand. Daar komt nog bij dat we een stuk beter bereikbaar zijn dan locaties in het centrum van Amsterdam, waar je overigens wel dezelfde capaciteit hebt maar niet de hoeveelheid beschikbare hotelkamers. Via Station Amsterdam Amstel, metrostations Spaklerweg en Overamstel en de nabijgelegen A2 en A10 kun je hier

eenvoudig komen. Parkeren kan straks in de eigen parkeergarage of op de nabijgelegen parkeerplaatsen die we eenvoudig bij kunnen huren. Hiermee hebben we een unieke propositie in handen die geen enkele andere locatie in de hoofdstad kan bieden.”

AMSTERDAM DELI

Aan het hotel wordt op dit moment de laatste hand gelegd. Voor de gevel heeft de architect zich laten inspireren door horlogebandjes. Het resultaat is een ranke toren met lichte kleuren en een grafisch vlechtwerkpatroon. Voor het inte-

Meet Work Stay

Net als in de andere Postillion Hotels is in Amsterdam het bekende Meet Work Stay-concept uitgerold. Binnen dit innovatieve concept vormen vergaderen, werken en verblijven een geïntegreerde formule. De hotelketen biedt dankzij de aanwezigheid van vergaderzalen, business points met gratis Wi-Fi en daglicht, het restaurant, de bar en de hotelkamers alle faciliteiten die nodig zijn om te kunnen ontmoeten, te werken en te overnachten.

Brainfood

Ook het befaamde brainfood zal in Amsterdam worden aangeboden. Dit concept bestaat uit speciaal ontwikkelde gezonde snacks en dranken die alle voedingsstoffen en energie bieden die je tijdens een dag vergaderen nodig hebt. Het brainfood wordt aangeboden in de centrale coffee-corners waar de zalen aan grenzen. Gasten kunnen hier zelf verse koffie en thee zetten en op loungebanken of aan hoge tafels plaatsnemen.

rieur van het hotel is de interieurarchitect aangesteld die ook het Convention Centre en Postillion Hotel Utrecht-Bunnik heeft ingericht. De lobby en het restaurant worden gedomineerd door een jaren 60 retro-stijl. Deze stijl komt terug in het kleurrijke



meubilair, variërend van comfortabele banken tot fauteuils en hoge zitjes. Refererend naar de kauwgomballenfabriek komen er in het hotel in plaats van een traditionele receptiebalie drie balies in de vorm van een kauwgombal. Andere grappige verwijzingen naar de voormalige functie worden de kauwgomballen op de nog aan te leggen rotonde naar het hotel en de do not disturb lampen bij de kamers die eveneens de vorm van dit snoepgoed krijgen. Overige faciliteiten in het hotel zijn een fitnessruimte en een restaurant met grillconcept. Gedurende de lunch kunnen de gasten genieten van het nieuwe deli-concept. “We wilden voor de lunch graag een New York Deli-concept ontwikkelen, maar dan met een Amsterdams tintje”, licht Roebersen toe. “Daarom zijn we de samenwerking aangegaan met Sal Meyer. Deze broodjeszaak bestaat sinds 1957 en staat bekend als de ‘best deli in Amsterdam’.

Naast de kwalitatief uitstekende vleeswaren zal ook het verhaal achter deze speciaalzaak een plaats krijgen in het hotel.” Het nieuwe zalencomplex met 11 zalen ligt aan het hotel en heeft een eigen ingang. De muren aan de voorzijde van het gebouw zijn bekleed met hout en vormen een grote, doorlopende trap die leidt naar een riant dakterras. Via grote ronde glazen koepels in het plafond van het zalencomplex kijk je uit op de hoteltoren.

CONTACTMOMENT

Roebersen benadrukt dat juist in het nieuwe hotel in Amsterdam een stapje extra is gezet om het internationale karakter te versterken en de gasten in de watten te leggen. “In onze hotelkamers is alle elektronica spraakgestuurd. Deze technologie is van Harman, onderdeel van Samsung. Het gaat om een slimme computer die een in spreektaal gestelde vraag kan interpreteren en binnen enkele





seconden een actie uit kan voeren. Denk aan het bedienen van de lichtknoppen, de gordijnen, de televisie en de thermostaat. Deze technologie van Harman is uniek in Nederland." De spraakgestuurde elektronica is een mooi voorbeeld van de toenemende automatisering binnen de hotelbranche. Maar dat kan volgens Roebersen wel onbedoeld ten koste gaan van de persoonlijke service. "De ontwikkelingen binnen de luchtvaartbranche doen ook hun intrede in onze branche. Als gast wil je zo snel mogelijk naar je kamer en bij vertrek zo snel mogelijk kunnen uitchecken. Hierdoor wordt het contact met de klant steeds korter en vlugger en verliest de receptiebalie zijn dienst als kloppend hart van de service. Toch willen we de gast die onderscheidende, persoonlijke aandacht en service bieden waar Postillion Hotels om bekend staat. Het ontbijt is daar een mooi moment daarvoor. Door mensen te placeren en een aantal vers bereide gerechten uit te serveren, kunnen we alsnog contact met de gasten maken. Door dit extra contactmoment wordt je als hotel ook beter onthouden."

SERVICE

Om het hoge serviceniveau van Postillion Hotels te kunnen handhaven worden alle medewerkers van de hotelketens uitgebreid getraind en opgeleid. "Wij kijken bij het werven ook naar de vaardigheden, maar het belangrijkste is dat de medewerker de juiste instelling heeft en een

oprechte glimlach kan bieden", meent Roebersen. "Ik geloof in oprechte aandacht en heb de ambitie gesteld om die altijd en aan iedereen te geven. Wanneer je de wil hebt om iets voor een ander te willen doen, kun je ook met drie borden leren lopen. Medewerkers schuiven bovendien intern makkelijk door. Dat biedt met name de millennialgeneratie hele mooie kansen. Zij willen dingen uitproberen en samen het avontuur aangaan. Dat zie je terug in de inzet van technologie zoals op de hotelkamers, maar ook onze internationale campagne die wat brutaler is. Als general manager geef ik natuurlijk leiding, maar

ik ga af en toe ook tussen de medewerkers staan om het teamgevoel te stimuleren. Om onze medewerkers extra te stimuleren om het beste uit zichzelf te halen, is de bedrijfskleding wat informeler." Roebersen wil met het hoge serviceniveau graag het verschil maken in Amsterdam. "Je hoort soms dat een locatie erg mooi is, maar dat de service nogal tegenvalt. Wij kunnen met goed uitgeruste zalen en service op topniveau een bijeenkomst uitstekend faciliteren. De opdrachtgever hoeft zich alleen maar op de inhoud te focussen."

www.postillionhotels.com/Amsterdam





Het succes van Amsterdam als zakelijke bestemming

Onze hoofdstad is ongekend populair, zowel qua leisure als zakelijk toerisme. Naast het aantal bezoekers groeit ook het aantal locaties de komende tijd door. Associaties en bedrijven die naar Amsterdam afreizen, kiezen volgens Dirje van Laar van Amsterdam Marketing heel bewust voor het merk en de mogelijkheden.

Amsterdam staat van alle Nederlandse steden en regio's al jaren het hoogst genoteerd in de ICCA-ranglijst (ondanks een daling in 2017). "Zowel de associaties als het bedrijfsleven in binnen- en buitenland reizen graag af naar Amsterdam", vertelt Dirje van Laar, project leader marketing bij Amsterdam Marketing. "Onze ervaring is dat met name de corporate markt uitstekend de weg weet in Amsterdam. Daarom focussen we met name op het assisteren van de associatiecongressen. De wat kleinere congressen worden vaak door de associatie zelf georganiseerd. Zij weten niet altijd de weg in Amsterdam."

USP'S

De bereikbaarheid per openbaar vervoer en per vliegtuig is en blijft een van de grote USP's van de hoofdstad. Van Laar: "Sinds 22 juli kunnen bezoekers gebruik maken van de nieuwe Noord/Zuidlijn. Deze nieuwe metrolijn loopt van stadsdeel Noord door het hart van de stad naar stadsdeel Zuid. In 15 minuten reis je van RAI Amsterdam naar Amsterdam Centraal Station. Dankzij deze lijn hoeft RAI Amsterdam geen aparte afspraken meer te maken met het GVB voor bijvoorbeeld het inzetten van extra trams tijdens grote congressen." Ook de leefbaarheid van de hoofdstad draagt bij aan het succes. "Amsterdam is een echte metropool, maar in een klassieke en intieme setting van een dorpsomgeving. Veel iconen liggen op loopafstand van elkaar of zijn eenvoudig per openbaar vervoer te bereiken. Daarnaast wonen er hier 180 verschillende nationaliteiten en spreekt 90% van de inwoners twee talen. Dat maakt dat de aanwezige partijen heel benaderbaar zijn."



OPEN-MINDED

Deze USP's droegen mede bij aan het binnengaan van de International AIDS Conference dat in juli in RAI Amsterdam plaatsvond. "Zo'n congres kan mede vanwege de maatschappelijke context niet in elke stad worden georganiseerd. In Amsterdam is er vanwege de open-mind mentaliteit én het stabiele, politieke klimaat juist wel veel mogelijk. De International AIDS Conference trok maar liefst 18.000 bezoekers, waaronder prins Henry (Harry) hertog van Sussex, oud-president Bill Clinton en popartiest Elton John.

Naast meer dan 500 sessies, workshops en activiteiten voor zowel de professional als de Amsterdammer werden er ook diverse randactiviteiten met dit thema georganiseerd zoals voorstellingen, exposities en speciale fietsroutes. Voor de organisator van het International Aids Society hebben we het volledige voortraject van bid, site-inspectie en diverse werkgroepen georganiseerd. Voor de congresdeelnemers verzorgden we onder andere een gepersonaliseerde plattegrond, een perstrip en diverse vormen van city dressing gedurende het congres."



The Next Web Conference 2016.
Fotografie Bas Uterwijk

Maximale bezetting voor Amsterdamse hotels

In september bracht Horwath HTL het jaarlijkse HOSTA-rapport uit. Volgens dit rapport gaat het erg goed met de bezetting in en om Amsterdam. In de regio Amsterdam & Schiphol steeg de gemiddelde bezettingsgraad in het afgelopen jaar van 82,2% tot 85,1%. De gemiddelde kamerprijs steeg met ruim 5% van € 131 tot € 139. Zowel de bezettingsgraden als de gemiddelde kamerprijzen zijn in Amsterdam aanzienlijk hoger dan in de rest van Nederland. In het centrum van Amsterdam liggen de bezettingsgraden inmiddels voor veel hotels al ruim boven de 90%, zodat een verdere stijging bijna onmogelijk wordt. De projecties voor de bezettingsgraad in de regio Amsterdam gaan dan ook uit van een zeer lichte stijging in 2018 en een stabilisatie in 2019, waardoor deze onder de 86% blijft. De gemiddelde kamerprijs stijgt in de verwachtingen van de hoteliers wel door, naar € 144 in 2018 en € 146 in 2019. Met de aangekondigde hotelstop worden nieuwe hotelontwikkelingen in de stad op termijn vrijwel onmogelijk maakt. Naar verwachting zullen de bezettingsgraden op maximaal niveau blijven en zullen de kamerprijzen verder stijgen.

Het landelijk gemiddelde is gestegen van 73,9% in 2016 naar 77,2% in 2017. In 2018 komt de bezettingsgraad naar verwachting uit op 78,7%. De gemiddelde kamerprijs steeg in 2017 van € 107 naar € 112, een stijging van bijna 5%. In 2018 stijgt de prijs naar verwachting met 4% door naar € 116. Dat is hoger dan het recordbedrag in 2002 van € 114. Voor 2019 zijn de projecties iets voorzichtiger en wordt verwacht dat de bezettingsgraad nog maar licht stijgt of stabiliseert, bij een prijsstijging van circa 3%.

Andere congressen die de hoofdstad de komende tijd nog mag verwelkomen zijn onder andere Integrated Systems Europe (ISE), Money 20/20 en de International Broadcasting Convention (IBC).

LOCATIE-AANBOD

Hoewel Amsterdam qua oppervlakte niet toeneemt, blijft het aantal locaties wel stij-

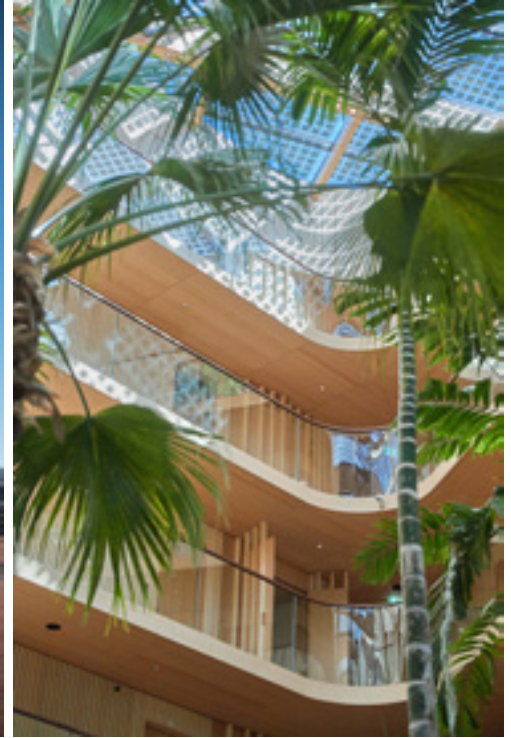


Moderne & flexibele vergaderruimtes op een toplocatie!

Kom vergaderen in Corendon Village Hotel Amsterdam en laat je verrassen door de oneindige mogelijkheden. Onze 11 moderne en flexibele vergaderruimtes zijn veelzijdig in te richten voor grote congressen, galadiners, (inter)nationale events en presentaties. De multifunctionele zalen zijn van alle gemakken voorzien met state-of-the-art technologie en een uitstekende gepersonaliseerde service. Dankzij de gunstige ligging, dicht bij de snelweg, Schiphol en diverse zakelijke districten is het dé perfecte locatie voor al uw vergaderingen!

- ✓ 11 moderne vergaderzalen
- ✓ Ideaal voor congressen, bijeenkomsten, (gala)diners en events
- ✓ Flexibele vergaderopstellingen tot 600 personen
- ✓ Vlak bij Schiphol en de Zuidas
- ✓ Gratis shuttleservice van en naar Schiphol
- ✓ Goede parkeergelegenheid





gen. Dit jaar openen tien nieuwe hotels hun deuren, en daar komen binnen nu en 2020 zeker nog tien locaties bij. Samen zijn deze hotels goed voor bijna 4.000 extra hotelkamers boven het huidige aanbod van 40.000 kamers. "Er ontstaan steeds meer mogelijkheden in wijken die verder ontwikkeld worden, zoals Noord en Overamstel. Die wijken hebben elk hun eigen uitstraling en kwaliteiten. PCO's zijn echter gewend om naar het centrum te gaan, daarom nemen we in de site visits ook altijd enkele passende locaties buiten het centrum op. Vaak is zo'n locatie net zo geschikt of past deze vanwege de uitstraling zelfs beter bij het congres. The Next Web Conference wordt bijvoorbeeld al jaren in de Westergasfabriek georganiseerd."

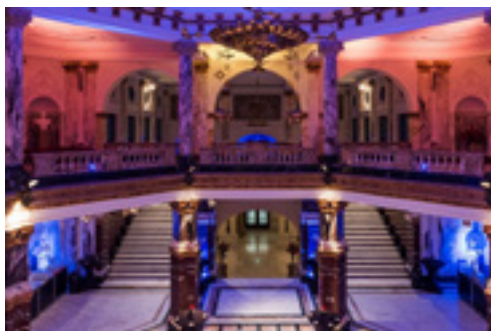
Volgens Van Laar geven deze nieuwe locaties naast extra ruimte ook een extra stimulans om terug te komen. "Voor zowel de zakelijke als de leisure toeristen geldt dat zij graag nieuwe dingen willen zien. Dit

past ook in de strategie om de hoeveelheid leisure toeristen te spreiden over een groter gebied. Hiervoor werken we actief samen met andere gemeenten en organisaties binnen de Metropool Regio Amsterdam. In de toekomst willen we gaan onderzoeken of dit spreidingsbeleid ook uitkomst biedt voor de zakelijke gast. In Amsterdam zelf zijn alle faciliteiten voor de congressen te vinden. De mogelijkheden die de Metropool Regio Amsterdam biedt voor het samenstellen van kleinere bijeenkomsten en leuke social programs zijn legio."

KEUZES

Ondanks de vele USP's is er ook kritiek op de hoofdstad. Zo zou Amsterdam te duur worden voor de nationale MICE-markt en wijken sommige meetingprofessionals daarom noodgedwongen uit naar andere steden en regio's. "Amsterdam is op nationaal niveau zeker niet de goedkoopste optie", erkent Van Laar. "Maar ondanks

dit gegeven blijft Amsterdam trekken als merk en qua mogelijkheden. De vraag is of je voor de keuze van de locatie de nadruk legt op het marketingtechnisch aspect of het financiële plaatje. De beschikbaarheid van de locaties wordt dankzij de komst van de nieuwe hotels wel steeds beter waardoor we minder vaak nee hoeven te verkopen. De bereikbaarheid is voor de nationale corporate markt niet altijd even ideaal vanwege de beperkte parkeergelegenheid in het centrum, maar buitenlandse gasten en organisaties die het gebruik van openbaar vervoer stimuleren kunnen prima de stad in- en doorreizen dankzij het uitgebreide trein-, metro- en tramnetwerk. Dat geldt overigens met name voor de locaties in het centrum. De wijken die nu ontwikkeld worden zijn ook per auto uitstekend bereikbaar."





Renovatie en bijzondere uitbreiding The Lancaster Hotel Amsterdam

Lokaal beïnvloed karakter

Wanneer je in een stad met een echte ziel verblijft, wil je het liefst iets van de lokale cultuur proeven. Dat principe ligt ten grondslag aan de recente renovatie en uitbreiding van The Lancaster Hotel in Amsterdam. Het biedt op en top karakter, doordrenkt met lokale invloeden. Tegelijkertijd blijft het een rijke geschiedenis ademen.

Tekst Aart van der Haagen

Binnen het familiebedrijf Eden Hotels krijgen alle locaties een verregaande vrijheid om hun eigen ambiance te creëren en vooral hun historie en karakteristieke elementen te cultiveren. Sterker nog, daar worden ze op uitgezocht, zo blijkt als de toevoeging van The Lancaster Hotel in 1998 ter sprake komt. “De toenmalige algemeen directeur van Eden Hotels reed er dagelijks langs en raakte zodanig gefascineerd door het gebouw, dat hij besloot het te kopen”, vertelt manager Hans Komen. “We kunnen in onze documenten de naam The Lancaster Hotel tot 1980 terugvinden. In het verleden vervulde het een rol als overnachtingsplek voor KLM-piloten en verder terug in de geschiedenis

was het een Joods bejaardentehuis, oorspronkelijk echter gebouwd als woonhuis. Het dateert uit 1900 en geldt met onder meer zijn witte pleisterwerk als een typisch Plantagebuurt-gebouw, ontworpen door de Antwerpse architect Jean Servais. Daarmee past het prachtig in de buurt, in de lange en groene Plantage Middenlaan, met dierentuin Artis er pal tegenover.” Deze bijzondere stek behoort tot het gebied Centrum Oost, een wijk die steeds hipper wordt en net buiten de stadse hectiek valt. Waar in het hart van Amsterdam de infrastructuur flink op de schop gaat, blijft dit gedeelte buiten schot.

NAASTGELEGEN PAND KOPEN

In de twintig jaar dat The Lancaster Hotel een onderdeel vormt van Eden Hotels onderging het diverse renovaties om bij de tijd te blijven, maar nog niet één keer zo’n omvangrijke als in de afgelopen periode. “De kans deed zich voor om het naastgelegen pand te kopen, waar eerder een drukkerij zat en daarvoor een café met kegelbaan”, licht Komen toe. “Het is opgetrokken in dezelfde Plantagebuurt-stijl en sluit daarmee voortreffelijk aan op de bestaande uitstraling.” We vinden er op de begane grond het nieuwe restaurant The Birdhouse en daarboven

31 superior rooms, oftewel kamers op viersterreniveau met veel natuurlijke lichtinval, dankzij het hoge plafond en grote raampartijen. Een rode wand en een fluwelen bedboard dragen bij aan de warme sfeer en de gasten mogen rekenen op alle moderne gemakken, zoals airconditioning, een minibar, een Nespresso-apparaat, een strijkijzer, bedlampjes met een usb-aansluiting, een grote televisie, een luxe zithoek en een comfortabele inloopdouche, die tegenwoordig meer op prijs gesteld wordt dan een ligbad. De bedden meten 210 cm in lengte en 90 dan wel 180 cm in breedte. "Bij de keuze voor de voorzieningen hebben we de reacties in reviews als uitgangspunt genomen, waardoor we ons qua doelgroep nu op een hoger marktsegment kunnen richten", geeft Komen aan. Naast diners en overnachtingen is er in The Lancaster Hotel ook ruimte voor evenementen tot 160 gasten.

NU VOLWAARDIG RESTAURANT

The Birdhouse mag gerust het nieuwe paradepaardje van The Lancaster Hotel heten. "In het verleden serveerden we alleen ontbijt, nu bieden we een volwaardig restaurant aan, opgedeeld in een lounge, een traditioneel zitgedeelte met tafels, een

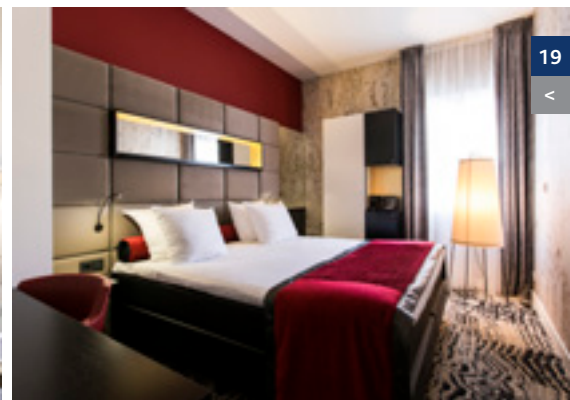
bar en een serre. Die laatste kijkt uit op de binnentuin en leent zich niet alleen perfect voor een ontbijt in een sfeervolle setting, maar ook voor een groepsdiner of een bedrijfsfeest. Tevens beschikken we over een buitenterras. Overigens richten we ons met dit restaurant ook nadrukkelijk op de buurt, die we graag verwelkomen voor een kop koffie, een lunch, een diner of een speciale activiteit, zoals een vrijdagmiddagborrel, een spelletjesavond of een bierproeverij. Dit brengt vanzelf een stukje Amsterdamse cultuur binnen en we merken dat dat aanslaat bij onze gasten van buiten de stad, die graag iets van het lokale leven willen proeven." Met verschillende decoratieve elementen verwijst The Birdhouse naar de vogeltuinen van het tegenoverliggende Artis. De keuken staat garant voor een onverwacht fijne beleving. "We bieden nagenoeg alles in een bowl of op toast aan, waarmee de gasten ook visueel echt een cadeautje voor hun neus krijgen."

SCHEELT VEEL WACHTTIJD

In het bestaande gedeelte van The Lancaster Hotel onderging de lobby een restyling, met een digitalisering van de receptie oftewel een drietal selfservice-check-ins. "Die vormen een pilot binnen Eden Hotels",

aldus Komen. "Ik moet zeggen: de ervaringen zijn heel positief; bijna alle gasten reageren er enthousiast op en mensen die er niet zo goed raad mee weten, krijgen direct hulp van onze hosts die ernaast staan. Het scheelt vooral erg veel wachttijd en geeft onze medewerkers de tijd om echt de rol van gastheer of -vrouw te vervullen. Verder beschikken we nu over een lobbyshop, die door een gespecialiseerde partij wordt ingevuld. Deze verkoopt bijvoorbeeld water, (speciaal)bier, yoghurt, chips en stroopwafels, allemaal van bijzondere en trendy merken. Het assortiment bevat zelfs een borrelbox met kaasjes, mosterd, augurken, etcetera. Neem hem samen met een fles wijn mee naar een park of naar je hotelkamer. Nee, dat vinden wij niet bezwaarlijk, integendeel. We beschouwen het als een extra service." Voeg daarbij de initiatieven om leuke tips voor de omgeving op Facebook en Instagram te plaatsen plus het enthousiaste team om het concept voor honderd procent te laten slagen, dan zal duidelijk zijn dat The Lancaster Hotel meer dan ooit de Amsterdamse cultuur omarmt.

www.thelancasterhotelamsterdam.com





Veelzijdig Corendon Village Hotel Amsterdam nabij Schiphol

Servicedorp met internationale allure

Als je het doet, dan maar gelijk goed. Onder dat mom ontwikkelde Corendon binnen vier jaar tijd drie hotels in en rondom Amsterdam, waarbij het recent opgeleverde Corendon Village Hotel een Amerikaans niveau bereikt in servicegraad. Je mag zelfs gerust spreken van een compleet dorp met een scala aan faciliteiten voor verschillende doelgroepen.

Tekst Aart van der Haagen

Het opmerkelijke verhaal van het Corendon Village Hotel Amsterdam begint al met de locatie, specifiek gezegd het gebouw, dat tot vorig jaar het hoofdkantoor van Sony huisvestte. "Dit past perfect binnen het beleid van de gemeente Amsterdam, dat herbestemming van oude panden stimuleert", vertelt Director of Sales Anneke Wijdogen-Vis. "Deze zichtlocatie, waar je uitkijkt

op Schiphol en snelwegknooppunt Badhoevedorp, vormt voor ons een perfecte aanvulling op het in de afgelopen jaren gerealiseerde Corendon City Hotel in Amsterdam-West en The College Hotel nabij het Museumplein. De exploitatie valt onder Corendon Hotels & Resorts, een zusterbedrijf van onze reisorganisatie, met voor Nederland het doel om buitenlandse reizigers een passende verblijfsaccommodatie te bieden." Er zijn redenen genoeg om de focus op de landelijke hoofdstad te leggen. "Amsterdam blijft toeristisch enorm in trek en geldt als the place to be voor first time visitors, staat zakelijk nog altijd op nummer één als plek voor congressen en meetings en trekt - mede door de luchthaven in de nabijheid - veel grote, internationale bedrijven aan."

GROOTSTE VAN DE BENELUX

Precies die verscheidenheid aan doelgroepen heeft het Corendon Village Hotel in het vizier. De naam geeft al aan



dat we er iets in de richting van een dorp bij moeten voorstellen. “Inderdaad, een bestemming op zichzelf”, bevestigt de Director of Sales. “Met 680 kamers en appartementen, verdeeld over drie panden, vormt dit het grootste hotel van de Benelux. Het appartementengebouw bevat 298 studio’s voor langduriger verblijf tot zes maanden, speciaal gericht op projectwerkers en expats die tijdelijke huisvesting zoeken. Binnen het Urban-gebouw verwelkomen we toeristische gasten die voornamelijk per bus arriveren en dagtripjes willen maken naar Amsterdam, de Keukenhof, Volendam en andere bezienswaardigheden. Het kloppend hart ligt er tussenin: het hoofdgebouw Plaza, met een receptie, een à la carterestaurant in het fantastische atrium, een Coffee & More-bar voor zakelijke afspraken en informele momenten en een all-inclusive-restaurant met buffetgerechten die alle continenten vertegenwoordigen.”

SPECTACULAIRE ATTRACTIE

Daarbij blijft het niet. “De conferentievloer bevat elf zalen, waarvan zeven volledig koppelbaar en alle met natuurlijke licht-

inval, uitzicht op de tuin, een uitgebreide foyer met een welkomstdesk en de nieuwste audiovisuele middelen. Vier ruimtes laten zich benutten als boardroom en twee daarvan kunnen we schakelen. In de kelder van het Sony-gebouw willen we de voormalige bioscoop herontwikkelen tot een plenaire vergaderruimte, waar ook films vertoond gaan worden. Onze fraaie, parkachtige tuin met een vijver en verschillende terrassen biedt volop mogelijkheden om te wandelen en frisse lucht op te snuiven. Vanaf januari vinden onze gasten daar een spectaculaire attractie in de vorm van een heuse Boeing 747, die zich enerzijds leent als unieke vergaderruimte en anderzijds een museum in de vorm van een experience zal bevatten. Dan moet je denken aan een kijkje in de cockpit en het vrachtruim en wisselende exposities met betrekking tot het thema luchtvaart.”

ROOFTOP BAR

Mede met het oog op mensen die weken- of maandenlang verblijven voorziet het Corendon Village Hotel in een bazar oftewel een minisupermarkt, een autoverhuurbedrijf, een shuttledienst naar Schiphol (gratis)

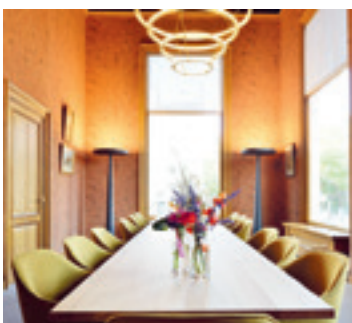
en de Amsterdamse binnenstad en voegt daaraan vanaf 1 oktober wellnessfaciliteiten toe: een zwembad, een sauna, een stoombad, een fitnessruimte met de mogelijkheid van personal training en een massageruimte met fysiotherapie en verschillende andere behandelingen. Een ruime parkeergelegenheid met twaalf laadpalen spreekt in zo’n moderne ‘dorpse’ omgeving bijna voor zich, maar absolute rust zou je onder de rook van Schiphol en met twee snelwegen in de nabijheid misschien niet direct verwachten. “Geen zorgen, je hoort binnen werkelijk niets van al dat verkeer, want we hebben de gebouwen volledig laten isoleren met onder andere nieuwe kozijnen en tripleglas. Het is binnen muistil, althans, qua geluiden van buitenaf”, lacht Wijdogen-Vis. “Wie juist iets van al die levendigheid wil meekrijgen, neemt straks de lift naar de Rooftop Bar met zijn terras van twee etages, die in december opengaat een magnifiek uitzicht over de wijde omgeving inclusief de luchthaven biedt. Zo bedient Corendon Village Hotel inderdaad alle doelgroepen.

www.corendonhotels.com

Vergader in ARTIS

ARTIS biedt vele mogelijkheden en plekken om een evenement bijzonder te maken. Vergader in het Noord Paviljoen en laat u inspireren door de unieke, historische omgeving.

Verrijk de dag met een lezing van een ARTIS-bioloog. Luister tijdens een rondleiding naar de verhalen van ARTIS of ontdek het park op een nieuwe manier en boek het ARTIS-spel.



Benieuwd naar de mogelijkheden?
Kijk op www.artis.nl/evenementen
of stuur een mail naar
evenementen@artis.nl.

ARTIS



QO Amsterdam

Nieuwe ideeën en creativiteit stimuleren

QO is een nieuw soort lifestyle hotel, ontstaan vanuit een verantwoordelijkheidsgevoel naar de wereld om ons heen en de overtuiging dat reizen altijd prettig moet zijn. Wij hebben verfrissende ideeën en een eigen manier om dingen te doen. Of je hier nu komt om te werken, te relaxen of gewoon voor je plezier, je zal altijd weer met nieuwe energie en inspiratie op pad gaan.



Het QO is een opmerkelijk levend gebouw, gevormd door natuur en gedreven door innovatie. Dit is één van de meest duurzame hotels in Europa, gebouwd met de richtlijnen van het LEED Platinum label, met een eigen kas op het dak waarin verse producten voor de menu's wordt gekweekt. Natuurlijk daglicht overspoelt de ruimtes, brengt de buitenwereld binnen en geeft een heldere, levendige sfeer. Het hotel beschikt over 288 kamers, waaronder 12 suites, met prachtige interieurs die gecreëerd zijn met natuurlijke materialen.

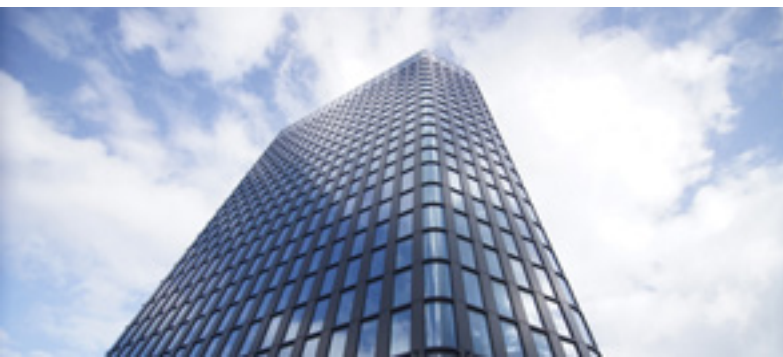
CREATIVITEIT

Er is 482m² aan energieke vergader- en evenement ruimtes, ontworpen om nieuwe ideeën en creativiteit te stimuleren. Dit is samengevat op één complete etage toegewijd aan zakelijke events, met uitzicht over het Amstelkwartier. Van unieke productlanceringen in de ondergrondse parking en meetings tot 120 personen op onze meetingetage tot events met adembenemende uitzichten in de sky-bar Juniper & Kin op de 21e etage, wij hebben alles in de hand.

VITALITEIT

Grotere congressen en meetings kunnen in het Amstelkwartier perfect gecombineerd worden met de Kauwgomballenfabriek tot wel 1.200 personen. En met Persijn, Dutch Eatery, een vernieuwend concept met het beste en mooiste van Hollandse bodem, is het hotel dag en nacht een lokale en sociale hub bruisend van leven en vitaliteit. Als je dan nog steeds op zoek bent naar nieuwe impulsen zijn de attracties van het stadscentrum van Amsterdam makkelijk bereikbaar via de metro. Gelegen aan de Amstel, ligt alles binnen handbereik.

www.qo-amsterdam.com





ALTIJD DOELTREFFEND

De Johan Cruyff ArenA biedt een inspirerende en dynamische omgeving waar u uw evenement kracht bij kunt zetten. Nergens anders komt uw evenement zo spectaculair van de grond als hier. Een prachtige plek dus voor een congres, seminar, bedrijfsfeest, galadiner

of exclusieve vergadering. Combineer de flexibele capaciteit van onze zalen met het bijzondere decor van het stadion.

In de Johan Cruyff ArenA is een ontmoeting er altijd één in stijl.

T/ 020 311 1306 E/ sales@johancruyffarena.nl W/ johancruyffarena.nl/zakelijk

**JOHAN CRUYFF
ARENA**



NA-APER

Het valt niet altijd mee om op te starten na de zomervakantie. De tank is bijgevuld, de motor is gesmeerd en pruttelt, maar velen hebben een zetje nodig om weer echt op gang te komen. Ik dit keer ook. Misschien te lang vakantie gevierd? Ik ben helemaal uit mijn ritme. Waar te beginnen? Er ligt zoveel. Nog 1001 e-mails te beantwoorden of te verwijderen, fotoshoot regelen, interview in het Engels voorbereiden, mijn Engels nog even oppoetsen (mijn dochter: 'Mam, doe wat aan je 'outspeech', please...), sollicitanten ontvangen en oh ja, ook nog even een column inleveren.

Er is meer dan genoeg om over te schrijven, maar vanwege mijn post holiday syndroom krijg ik het nu even niet lekker op papier. Ik besluit om wat columns te lezen ter stimulatie. Scherpe en snedige stukjes van Youp, hilarische kantoorjunglecolumns van Japke-d. Bouma waar ik keihard om moet lachen of columns van Femke van der Laan waar ik dan weer om moet huilen. En tenslotte scroll ik nog wat op LinkedIn, speurend naar iets wat voorbijkomt dat mij prikkelt tot het schrijven van een leuke column.

En dat doet het. Mijn aandacht wordt getrokken door een bericht van iemand die recent aan een nieuwe baan begonnen is bij een soortgelijk bedrijf als Efficient Hotel Partner. Een concurrent of aardiger omschreven: een concullega. Ik lees de tekst. Ik ken die tekst. Het is mijn tekst. De woorden in de zinnen zijn wat door elkaar gehusseld of van voor naar achter verplaatst. Maar verder is de tekst, mijn tekst, schaam-te-loos gekopieerd. En dit is niet de eerste keer. De inspiratie ontbreekt, mogelijk ook het talent. Ik zie het helemaal voor me. De na-aper, in gesprek met de nieuwe collega: 'Wat denk je, valt het zo op, nee toch? Best goed zo he? Alleen dat ene zinnetje, dat is toch wel heel erg haar stijl... haal dat er nog maar even uit dan.'

Hoe bestempel je dit? Ben ik geplagieerd of nageaapt? Geplagieerd klinkt overdreven. Maar nageaapt klinkt weer zo lief, kinderlijk, bijna onschuldig met een hoog dierentuingehalte. En ja, kinderachtig is het, maar onschuldig niet en lief al helemaal niet. De mens is een kuddedier en na-aperen doen we graag, veelvuldig en op ieder gebied. Kopiëren, imiteren, nabootsen, na-aperen. We maken ons er allemaal schuldig aan. Uit bewondering, uit verlangen, uit jaloezie, uit gebrek aan authenticiteit en originaliteit. Nog vaker uit gemakzucht. Waarom zelf het brein pijnigen, veel tijd verkwisten, moeilijk doen terwijl het makkelijk kan? Copy-paste. It's so easy.

Teksten schrijven voor nieuwsbrieven, website, flyers, artikelen, LinkedIn of andere sociale media. Het is razend moeilijk en het vergt tijd. Als het niet wilt lukken, lonkt de optie om andermans teksten te kopiëren en er dan nét even een andere twist aan geven. Immers: beter goed gejat dan slecht bedacht.

Ben ik boos op de na-aper? Nee hoor, ik voel me eigenlijk wel gevlaid. Toch fijn dat iemand jouw tekst zo goed vindt dat het klakkeloos overgenomen wordt. Is het origineel? Nee, dat natuurlijk niet. Misschien moet de na-aper daarom de volgende keer iets meer de tijd nemen, sleutelen aan de eigen creativiteit of om zichzelf te behoeden voor imitatiegedrag gezellig wat aapjes gaan kijken in de dierentuin. Een tevreden gevoel of trots is namelijk vele malen groter als het uit eigen bron komt.

De quote van de maand in de Music Meeting Lounge is dit keer van Jimi Hendrix:
I've been imitated so well I've heard people copy my mistakes.

Marianne Kuiper

Eigenaar Efficient Hotel Partner & Music Meeting Lounge

Intermediair op het gebied van het zoeken en boeken van de perfecte locaties

Meer blogs lezen? www.efficienthotelpartner.nl

Volg mij ook op [instagram@marianne.fj.kuiper](https://www.instagram.com/marianne.fj.kuiper)

Zakelijke evenementen

met een
vleugje theater

DE
LA
MAR
THEATER

Met twee prachtige theaterzalen en meerdere sfeervolle foyers is DeLaMar Theater de perfecte plek voor een uniek zakelijk evenement. Zo kun je onder andere bij ons terecht voor congressen, vergaderingen en recepties.

Bel 020-5552680 of mail naar events@delamar.nl voor meer informatie en een vrijblijvende offerte.



meetables
specialist in buitengewone vergaderlocaties

Samen gaan we voor de 9+ beleving.

Buitengewone vergaderlocaties, met elk een uniek karakter. Bij Meetables ben je verzekerd van een bijzondere plek en van bijzondere mensen die hun werk met veel plezier doen. Wij combineren persoonlijke aandacht met een flexibele instelling en een professionele presentatie. Zo wordt elke meeting een buitengewone beleving. En bereik je de beste resultaten.

020 - 2011190 • info@meetables.nl • www.meetables.nl



VAN DER VALK
HOTEL HOORN

Meeting
en events

Wilt u een evenement organiseren?

Kom naar Van der Valk Hotel Hoorn voor uw:

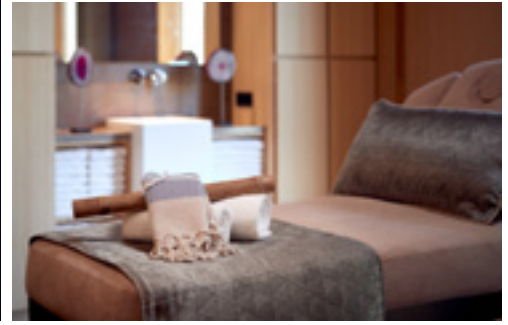
- evenement
- congres
- feest
- diner
- vergadering

**De voordelen van
Van der Valk Hotel Hoorn**

- Wij beschikken over 10 zalen van verschillende grootte en met verschillende faciliteiten beschikbaar voor bedrijven, groepen en seminars.
- Het hotel heeft een gunstige ligging centraal in Westfriesland.

Neem contact op met onze sales afdeling,
via sales@hoorn.valk.com of 0229-799060.
www.hotelhoorn.com





Botanische beleving in de hoofdstad

Hotel Jakarta Amsterdam opende eind juni officieel haar deuren. Dit hotel is een bijzondere aanwinst voor Amsterdam door het duurzame karakter en de spectaculaire architectuur. Met de subtropische binnentuin, het zintuigprikkelende restaurant Café Jakarta en de avontuurlijke skybar Malabar neemt Hotel Jakarta Amsterdam de gasten mee op een ontdekkingsreis waar het Oosten en het Westen samensmelten.

Credits Hotel Jakarta Amsterdam Sander Baks | SeARCH

De bijzondere architectuur en het oogstrelende interieur geven het hotel een enorme wow-factor. In het interieur worden industriële elementen gecombineerd met modern-Aziatische accenten. Het hotel is volledig duurzaam gebouwd en er zijn veel energiebesparende maatregelen toegepast, zoals het opvangen van regenwater voor het besproeien van de binnentuin. Via pv-panelen in de gevel en het dak van het atrium wordt er zonne-energie opgevangen en omgezet in elektriciteit. De koeling en verwarming van het hotel zelf gebeurt middels een warmte- en koudeopslagsysteem. Het personeel draagt duurzame bedrijfskleding, ontworpen door het fashionlabel By Rockland | HACKED by. Dankzij deze

duurzaamheidsprestaties is Hotel Jakarta Amsterdam een energieneutraal gebouw dat met een BREEAM Excellent certificaat één van de meest duurzame hotelgebouwen van Nederland is.

PUBLIEKE RUIMTES

Bij binnenkomst valt direct het oog op de enorme subtropische binnentuin met metershoge palmen die is gerealiseerd in samenwerking met de Hortus Botanicus Amsterdam. Op de begane grond bevindt zich Café Jakarta met het zonnige terras op het zuiden. Op de eerste etage bevindt zich een comfortabele lounge, Bakkerij Westers met espressobar en WellCome Wellness Amsterdam met zwembad, sauna en stoombad. Alle faciliteiten zijn

voor zowel hotelgasten als gasten van buitenaf toegankelijk.

BOUTIQUE STYLE KAMERS

Hotel Jakarta Amsterdam beschikt over totaal 200 hotelkamers. De 168 boutique style kamers (30m²) hebben een intieme, warme uitstraling van bamboehout en zijn voorzien van Indonesische accenten. Ze beschikken over een inpandig balkon en zijn van alle moderne gemakken voorzien. De 26 junior suites zijn iets ruimer (30m²-38m²) en voorzien van een Frans balkon. De zes luxe suites (vanaf 40m²) liggen in de punt van Hotel Jakarta Amsterdam en hebben een 180 graden uitzicht over het IJ, het centrum van Amsterdam en Amsterdam-Noord.

Hotel Jakarta Amsterdam is het vijftiende hotel in de groep en er volgt meer expansie. In 2020 wordt WestCord Market Hotel Groningen geopend en in 2021 vindt de opening plaats van het derde WestCord Hotel in Rotterdam; Hotel Chicago Rotterdam.

hoteljakarta.amsterdam



Fotografie: Goulmy Design & Fotografie

Convention Bureau Event Park Amsterdam

“Haarlemmermeer kan alles faciliteren”

Locaties, groen en uitstekend bereikbaar; de gemeente Haarlemmermeer voldoet aan alle denkbare eisen die je aan een MICE-bestemming kan stellen. Toch is lang niet elke meetingprofessional hiervan op de hoogte. Op gezamenlijk initiatief van de regionale markt werd besloten de promotie van deze regio op te pakken en Haarlemmermeer, vestigingsgemeente van onder andere Mainport Schiphol Airport, in de markt te zetten. Het resultaat: Convention Bureau Event Park Amsterdam.

Initiatiefnemers en drijvende krachten achter het nieuwe Convention Bureau zijn voorzitter Floris Licht, general manager Novotel Amsterdam Schiphol Airport, penningmeester Paul Dirksen, director of sales en marketing bij Hyatt Place Amsterdam Airport, en secretaris Michiel Smilde, eigenaar van evenementenbureau Eventerim. “Haarlemmermeer is al vele jaren de

sterkste economische gemeente van Nederland en valt met 150.000 inwoners onder de top-20 van grootste gemeenten van ons land. 1 januari 2019 fuseren wij met gemeente Haarlemmerliede-Spaarnwoude, waarmee onze regio nog groter en interessanter wordt”, vertelt Michiel Smilde enthousiast. “Dat biedt heel veel kansen voor bedrijven en organisaties. Zo kijken steeds meer hoofdkantoren van grote internationale bedrijven uit naar Hoofddorp, omdat er in Amsterdam geen plaats meer is. Onder andere Park 20|20, het allereerste fullservice Cradle to Cradle®-geoptimaliseerde bedrijventerrein ter wereld, trekt veel aandacht. Bovendien ligt Haarlemmermeer erg gunstig in de driehoek Amsterdam, Leiden en Haarlem. Het feit dat deze stad uitstekend bereikbaar per auto, openbaar vervoer en per vliegtuig is, draagt zeker bij aan de groeiende populariteit.” “Haarlemmermeer is betaalbaar, bereikbaar én beschikbaar, in tegenstelling tot Amsterdam dat uit haar voegen barst”, stelt



Paul Dirksen, Floris Licht en Michiel Smilde

Paul Dirksen. “We zijn het perfecte alternatief op slechts 20 minuten afstand van de hoofdstad. Vanuit de Metropool Regio Amsterdam wordt ook gestimuleerd om het toerisme over een groter gebied te spreiden. De gemeente Haarlemmermeer zet daar actief op in. Ook wij houden alle ontwikkelingen nauwlettend in de gaten en haken in wanneer we kansen zien voor het zakelijk toerisme.”

LOCATIE-AANBOD

Wat betreft het locatie-aanbod doet Haarlemmermeer niet onder voor de hoofdstad. Smilde noemt een aantal

voorbeelden: “Na Amsterdam biedt onze regio de meeste hotels. Inmiddels zijn er 33 hotels gevestigd, samen goed voor 7.800 hotelkamers. In de komende jaren komen er zeker nog vijf hotels bij. Naast de hotels zijn er bijzondere, kleinschalige locaties te vinden tussen de appelboomgaarden, bij planten- en bloemenkassen en aan de recreatieplassen. Ook zijn er historische locaties zoals de gemalen en De Stompe Toren, een voormalig middeleeuws kerkgebouw in Spaarnwoude. In Jopenkerk Hoofddorp worden bijzondere distillaten gecreëerd. Je kunt er lunches, borrels, recepties en diners in de oudste

kerk van Haarlemmermeer organiseren. In Halfweg ligt SugarCity, het voormalige terrein van de CSM-suikerfabriek. Op dit terrein is onder andere een evenementenlocatie gevestigd. Expo Haarlemmermeer biedt 12.000m² oppervlakte voor de organisatie van bijvoorbeeld beurzen, tentoontellingen en overige bijeenkomsten. Zij beschikken hiervoor ook over prachtige eigen buitenruimten. Samen met de diverse plaatselijke toeleveranciers op het gebied van onder andere evenementenorganisatie, decoratie, beveiliging, vervoer en catering heeft Event Park Amsterdam alles in huis voor de planning en organisatie van een geslaagde bijeenkomst.”

UNIEKE GESCHIEDENIS

“Elke zichzelf respecterende gemeente heeft een Convention Bureau, met als bovenliggend doel om de regio op de kaart te zetten”, meent Floris Licht. “Haarlemmermeer is op veel gebieden onderbelicht, terwijl het zo veel te bieden heeft. Het is dus hoog tijd dat ook deze regio professioneel in de markt wordt gezet. De bereikbaarheid is een belangrijke usp, maar de omgeving is met locaties zoals recreatiepark Spaarnwoude en het Haarlemmermeerse Bos ook heel groen. Via een groot fietsnetwerk langs de Stelling van Amsterdam, de bloembollen en de molens kom je alle mooie plekken tegen. Je kunt gerust spreken van de ‘greenest suburb of Amsterdam’.” “Ook de geschiedenis met betrekking tot de polders en het gevecht tegen het water is uniek”, vult Dirksen aan. “Een deel van de verdedigingslinie van de Stelling van Amsterdam, die al jaren op de werelderfgoedlijst van UNESCO staat, loopt dwars door Haarlemmermeer. Enkele van de oorspronkelijke forten en batterijen zijn voor bezoekers opengesteld en beschikbaar voor de organisatie van evenementen. Ook het Gemaal De Leeghwater, Gemaal De Cruquius en Gemaal De Lynden herinneren aan deze bijzondere geschiedenis.”

“Wat veel mensen ook niet weten, is dat er in Haarlemmermeer ontzettend veel (openbare) evenementen van formaat worden georganiseerd”, voegt Smilde toe. “Denk hierbij bijvoorbeeld aan Mysteryland, Meer Jazz, Horse Event, Haarlemmermeer Culinaire en het Concours Hippique. Aangevuld met het uitgebreide horeca-aanbod kun je je hier uitstekend vermaken.”



Duurzame gastvrijheid op de Utrechtse Heuvelrug

- 33 vergaderzalen
- Conferentiezaal tot 500 gasten met aangrenzend ontvangst en cateringruimte
- 110 hotelkamers
- Restaurant met 350 zitplaatsen, bar en terras
- 47 hectare bos met twee vergaderlodges
- Voldoende gratis parkeergelegenheid
- Slechts 5 minuten rijden van de snelweg A12
- Greenkey Goud
- Volledig klimaat neutraal gecertificeerd (ook de bijeenkomsten)

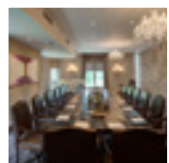
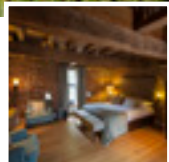


Landgoed Zonheuvel



Amersfoortseweg 98, 3941 EP Doorn • 0343 47 35 00 • info@landgoedzonheuvel.nl • www.landgoedzonheuvel.nl

Kasteel  Ter Worm
HOTEL & RESTAURANT



4 Superior hotel met 40 luxe kamers en vorstelijke suites.*

- Geniet in deze historische ambiance van signatuurgerechten van SVH Meesterkok Andy Brauers.
- Privé restaurantruimtes en een goed geoutilleerde vergaderzaal staan tot uw beschikking.
- Vanaf het 200 ha groot landgoed wandelt of fietst u gemakkelijk het Heuvelland in.
- Gelegen in Parkstad Limburg (winnaar Tourism for Tomorrow Award) en op korte afstand van de Belgische en Duitse grens.
- Goed bereikbaar via de A2/A76, nabij centraal station Heerlen, 8 (internationale) luchthavens in een straal van 140 km.



Terworm 5 • 6411RV Heerlen • Tel +31 45 400 11 11 • info@terworm.valk.nl

WWW.TERWORM.NL



★ ★ ★ ★ ★
Oud London
MEETING & EVENTS
Uw bijeenkomst bij Oud London, want het resultaat telt.... toch?

*Waarom vergaderen in Oud London: Goede bereikbaarheid
Gratis ruime parkeergelegenheid | Rustige ligging in de bossen van Zeist
Zalen standaard voorzien van beamer, scherm en flipover
Alle zalen flexibel in opstelling | Gratis wifi*

Hotel Restaurant Oud London | Woudenbergseweg 52, 3707 HX Zeist
t. 0343- 491 245 | info@oudlondon.nl | www.oudlondon.nl

UITBREIDING

Haarlemmermeer heeft dus flink wat troeven in handen, en dat aantal zal in de komende jaren nog verder worden uitgebreid. Licht somt er een aantal op. "Het steeds verder uitdijende Schiphol Logistics Park is volop in ontwikkeling. Eind 2019 gaat in het nabijgelegen Aalsmeer Floriworld open; het experience center voor de sierteeltsector. Tussen Hoofddorp en Nieuw-Vennep wordt PARK21 ontwikkeld. In dit park staat sport, recreatie en ontspanning in het kenmerkende polderlandschap van Haarlemmermeer centraal. Op de tekentafel liggen ook plannen voor de ontwikkeling van HollandWorld, een megapretpark met als thema Nederland in het klein, dat in 2023 open zou moeten gaan."

BEWUSTE PROFILERING

In oktober gaat Convention Bureau Event Park Amsterdam officieel van start en wordt ook het online platform gelanceerd. Dirksen: "In principe richten we ons op corporate events en congressen tot 500 deelnemers. Met name de kleinere internationale congressen zijn op zoek naar een unieke locatie. Met Event Park Amsterdam bieden we Haarlemmermeer aan als een totaalpakket; met een luchthaven, hotels, eventlocaties, professionele toeleveranciers, restaurants en ruimte voor ontspanning. We kunnen hier alles faciliteren. Je hoeft niet eens



Fotografie: Goulmy Design & Fotografie

Haarlemmermeer uit!" Licht: "De bookers die al voor deze regio kiezen, worden nu vooral aangetrokken door de naam 'Schiphol Amsterdam' die veel locaties bewust in hun naam hebben opgenomen. Vervolgens worden ze verrast door hetgeen Haarlemmermeer zelf aan toegevoegde waarde te bieden heeft. Wij zijn ervan overtuigd dat wij bookers met onze nieuwe site bewust kunnen maken van de kansen en mogelijkheden die onze prach-

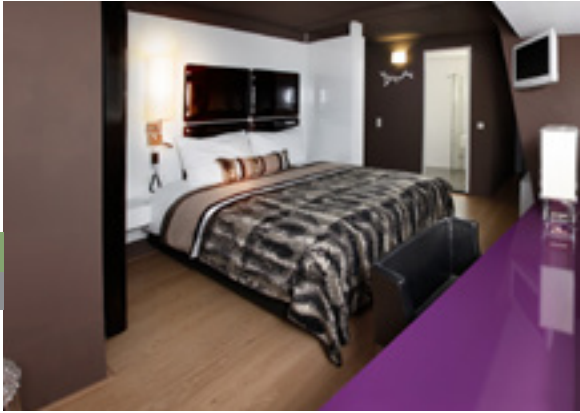
tige bestemming Haarlemmermeer te bieden heeft. Vanzelfsprekend hopen wij dat wij dat kunnen omzetten in een jarenlange succesvolle samenwerking. Convention Bureau Event Park Amsterdam biedt hen kosteloos advies."

"De keuze voor de profilering als onderdeel van Amsterdam is bewust", benadrukt Smilde. "Dat triggert met name de internationale MICE-professionals om een kijkje te nemen. Zodra je de website bezoekt, gaat het echt om Haarlemmermeer zelf, het groene Event Park naast Amsterdam. Verder gaan we famtrips voor internationale meetingplanners organiseren en onszelf profileren op internationale beurzen. Op lange termijn hebben we de intentie om te onderzoeken of we ons MICE-gerelateerde werkgebied kunnen uitbreiden door intensiever samen te werken met de aanwezige partijen binnen de Metropool Regio Amsterdam."

Op dit moment zijn er al tweeëntwintig partners aangesloten. Naar verwachting zal dit snel doorgroeien naar dertig. Smilde: "De partners en wijzelf zijn ontzettend enthousiast. We weten dat we een mooi merk in handen hebben, dat we met behulp van alle beschikbare technologie en gevoed door de continue ontwikkelingen in de regio goed in de markt kunnen zetten. Het is nu nog een kwestie van uitrollen."



Fotografie: Goulmy Design & Fotografie



Woudschoten: vertrouwd met een nieuwe uitstraling

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist heeft een uitstekende naam als het gaat om het organiseren van congressen, trainingen en andere bijeenkomsten. Naast alle zakelijke evenementen met overnachtingen is het hotel ook steeds populairder bij particulieren voor een weekendje weg. Alle gasten – zakelijk en particulier – vonden het hotel in eerste instantie via de website. “En juist daar moesten we een upgrade doen”, zegt Susanne Wijchman, Manager Marketing & Communicatie. “Want de site paste niet meer bij de ambities van Woudschoten.”

Onderdeel van die vernieuwde website is een kennisplatform. “Dat heet ‘Onze natuur’. Dit is een content-platform, met verhalen en video’s van gasten en van zakelijke accounts over de natuur van Woudschoten: wat is Woudschoten, wie zijn de mensen erachter, waarom kiezen gasten voor Woudschoten, wat is hun beleving, ervaring?”

GASTERICHTHEID

Wijchman vervolgt: “Woudschoten is omringd door de natuur. Letterlijk, maar onze tweede natuur is de gastgerichtheid. De afgelopen tien jaar is er sprake geweest van een constante en intense vernieuwings-slag. Dat heeft er onder meer toe geleid dat recent de entree is aangepakt, de sociëteit, de lounge, de foyer en de hotelkamers gemoderniseerd zijn. In 2009 is er een compleet nieuwe vleugel gebouwd (Het Atrium), en in 2017 is de Kapel helemaal gerenoveerd. Twee jaar geleden is een partnership afgesloten met de KNVB Campus. Je moet blijven vernieuwen. Als je ambitie hebt en je wilt een optimale beleving bieden aan al je gasten, dan moet het gewoon goed zijn.”

STAPJE VOOR

De gasten zijn veeleisender, merken ze bij Woudschoten. “In de zin van: dingen die

vroeger bijzonder, extra waren, worden nu als vanzelfsprekend beschouwd. Maar wij willen ze altijd een stapje vóór zijn. Om een voorbeeld te noemen: we hebben net een nieuw wifi-netwerk aangelegd op glasvezel, daar kunnen 1.000 gasten per keer op, tegelijk. Dat is openbaar, maar je kunt ook je eigen wifi-netwerk in laten regelen. Dan heb je als organisatie tijdens je conferentie je eigen dedicated netwerk. Daar is steeds meer vraag naar, met name tijdens internationale conferenties. Wij kunnen dat voor hen verzorgen. We zijn een van de weinige spelers op de markt die dat heeft, zo groot en zo snel. Wij proberen de wensen altijd een stapje voor te zijn, dat het ook geen issue is, dat het gewoon werkt.”

WEBSITE

Al die vernieuwingen en upgrades zijn bevorderlijk voor de beleving van de gasten, zowel zakelijk als particulier, maar de eerste kennismaking met Woudschoten – en eigenlijk met elke locatie – vindt steeds vaker plaats via de website. En die van Woudschoten was aan een upgrade toe. “Met name op het gebied van gastgerichtheid, de customer journey”, aldus Wijchman, die sinds mei dit jaar bij Woudschoten werkt. “Dat was een van mijn eerste opdrachten: kijk daar eens naar. Dan

is het een voordeel dat je met een frisse blik ernaar kijkt, als nieuw in de branche én nieuw voor Woudschoten. Ik heb het echt als gast benaderd. Zowel als weekendgast, als zakelijke gast die een geschikte ruimte inclusief faciliteiten, eten en drinken wil reserveren voor een congres, vergadering, training of evenement. Hoe kijk ik dan naar de website, wat mis ik en welke verbeteringen kan ik aanbrengen? Samen met de websitebouwer zijn we aan de slag gegaan.”

KARAKTER

“Tijdens de vernieuwingen kwamen we er achter dat de huisstijl eigenlijk ook niet meer goed bij het karakter past dat we willen uitstralen. Daarom hebben we die ook onder handen genomen. Het logo blijft grotendeels hetzelfde, maar we hebben het enigszins aangepast aan een modernere stijl. Wat vriendelijker, een ander lettertype, een andere kleur. “Het is onze natuur’ is de nieuwe pay-off. Alle vernieuwingen waren gewoon nodig om de uitstraling beter te maken, maar ook om het plaatje kloppend en compleet te maken. Het past in de tijd waarin we zitten, in de groei die we doormaken, op het zakelijke vlak maar ook op het particuliere vlak. We zitten echt in een mooi groeiproces met z’n allen, met de gehele branche, maar Woudschoten zeker. Via de website en de diverse social media krijgt de gast nu een veel beter idee van wat we kunnen, maar ook waar we voor staan. Gastgerichtheid is onze natuur.”

www.woudschoten.nl





Het jaar goed afsluiten met relaties of collega's

Van intiem diner met de directie tot een knalfeest met wel 500 collega's. Het team van Green Village zorgt voor een goede afsluiting van het jaar.



FULL SERVICE LOCATIE



DIVERSE ARRANGEMENTEN



CENTRAAL GELEGEN



GRATIS PARKEREN





GOODIES

Welke toffe goodies kun je inzetten voor je evenement en hoe zet je dit dan slim in? Samira Salman van EventGoodies selecteert voor Meeting Magazine een goodie en een toepassing hiervoor. Meer locaties, gadgets, entertainment, bijzondere catering en tips zijn te vinden op eventgoodies.nl.



Foto: Ruben May

BEZOEKERS HELPEN HUN WEG TE VINDEN

Een evenement, festival of beurs kan nogal overweldigend zijn. Zeker als er veel verschillende ruimtes en pleintjes zijn en het ook nog eens heel druk is. Een goede host helpt hun bezoekers een beetje op weg. Dat kan op verschillende manieren, maar dit keer wil ik ingaan op het geven van rondleidingen. En niet zomaar een rondleiding, maar op een ludieke manier!

EEN RONDLEIDING MET SILENT DISCO

Een van de manieren hoe je bezoekers op een leuke en handige manier een rondleiding kan geven, is met behulp van silent disco. Of eigenlijk: met draadloze koptelefoons. De techniek kennen we van silent disco, vandaar dat die naam nog wel eens wordt gebruikt. Het voordeel hiervan is dat de deelnemers van de rondleiding de gids goed kunnen horen, ook als ze helemaal achteraan lopen of op een drukke beurs.

FESTIVALSAFARI: IMPROVISATIE-THEATER IN EEN KARRETJE

Wil je het nog ludieker, dan kan dat bijvoorbeeld met de Festival Safari (concept van Partofit). Dit is een improvisatieact waarbij twee acteurs enkele bezoekers meenemen in een karretje. Terwijl ze over het festivalterrein rijden, spelen ze in op wat er gebeurt. Zo wordt jouw bezoeker vermaakt, terwijl ze tegelijkertijd het terrein verkennen. Een leuk idee waar je zelf ook een eigen draai kan geven. Wil je geen improvisatietheater, laat je dan inspireren door dit idee en laat acteurs of gidsen focussen op het geven van de rondleiding.

Welke vorm je ook kiest, het is een gastvriendelijke manier om je bezoekers thuis te laten voelen op je evenement. Je kunt een algemene rondleiding geven of kies voor een thema.



Fotografie: Cloudshots NL



Specialistische vakkennis en sfeervolle locaties maken regio aantrekkelijk:

Steeds meer zakelijke bezoekers kiezen voor de regio Zwolle

Als mooie historische Hanzestad heeft Zwolle bezoekers onder meer op cultureel en culinair gebied veel te bieden. Wist je dat de regio ook op zakelijk gebied talloze mogelijkheden biedt? Niet alleen zijn er mooie congreslocaties in overvloed; ook aan vakkennis van diverse topsectoren ontbreekt het in Zwolle en omgeving niet!

Tekst Daphne Doemges-Engelen

E-commerce, kunststoffen, health en agrifood: dat zijn de sectoren waar de regio Zwolle economisch sterk in is, en waar dus ook veel kennis over aanwezig is. Deze regio bestaat uit twintig gemeenten verdeeld over vier provincies. "Met brede kennis over al deze topsectoren in de regio kunnen we ons goed onder-

scheiden; daar ligt onze expertise", aldus Kitty Onder de Linden, accountmanager zakelijk toerisme Regio Zwolle van Marketing-Oost, en verantwoordelijk voor het merk Congresregio Zwolle. Dit conventionbureau fungeert als intermediair, bijvoorbeeld tussen een opdrachtgever die een congres wil organiseren en de partijen die in of om Zwolle zaken als locatie, vervoer en catering verzorgen. "Naast zulke praktische zaken begeleiden we vooral ook bij het zoeken naar de juiste kennispartners. Je kunt wel zeggen: we verbinden mensen. Opdrachtgevers die een expert op het gebied van kunststoffen of e-commerce zoeken, een burgemeester vragen om een congres te openen, of een health-specialist zoeken als spreker bij een zakelijke bijeenkomst: het kan allemaal. Dat doen we niet alleen in de stad Zwolle, maar ook in het groene en waterrijke achterland."

VEEL KEUS IN SFER EN GROOTTE

Van theaters tot een voetbalstadion, van een klooster tot congreslocaties: de regio Zwolle biedt talloze plekken waar de zakelijke bezoeker terecht kan voor een vergadering, (netwerk)diner, congres of lezing. "Onze grote regio heeft zoveel te bieden, niet in de laatste plaats omdat het economisch gezien een sterk groeiende regio is. De regio Zwolle wordt gezien als de verbindende schakel tussen West-, Oost- en Noord-Nederland. De stad Zwolle, als kloppend hart van de regio, is natuurlijk een mooie, historische Hanzestad, waar veel leuke locaties op loopafstand van elkaar liggen. Daarnaast liggen we centraal in het land, en met de Hanzelijn sta je vanuit Amsterdam in een uur rechtstreeks in Zwolle, dat een middelpunt is van kennis, onderwijs en cultuur. Ook de grote regio om de stad Zwolle heen heeft veel te bieden. Het leuke van de locaties die er zijn, is dat ze variëren in sfeer maar ook in grootte: van de IJsselhallen die ruim tienduizend mensen kunnen herbergen, tot een intiem zaaltje voor een klein gezelschap. Of wat dacht je van een prachtige buitenlocatie zoals Mooirivier hotel & congres?", aldus Onder de Linden.

KRACHTIGE PRESENTATIE EN KENNISDELING

Neem de Zwolse theaters als voorbeeld, dat bestaat uit Schouwburg Odeon en Theater de Spiegel. Beide locaties hebben hun eigen charme, stelt Robert Vugteveen van Zwolse theaters. "Odeon is een stadsschouwburg, een rijksmonument van 175 jaar oud. Het heeft drie theaterzalen en twee vergaderruimtes. De grootste theaterzaal biedt plaats aan bijna vijfhonderd stoelen, maar er is ook een intieme ruimte geschikt voor twintig personen. Schouwburg Odeon heeft een klassieke sfeer. Wie juist op zoek is naar een moderne uitstraling, raden we aan om gebruik te maken van de mogelijkheden van Theater de Spiegel. Dit moderne theater straalt internationale allure uit. Hier worden bijvoorbeeld grote landelijke musicals gespeeld; er is een zaal met ruim negenhonderd stoelen en grote foyers met meeting-mogelijkheden. Mensen kunnen bij ons dus kiezen: wordt het intiem historisch of groots en modern?"

Vugteveen geeft aan dat de zakelijke markt steeds vaker de weg weet te vinden naar de Zwolse theaters. "De afgelopen jaren is de toeloop vanuit ondernemers steeds groter geworden. Momenteel verzorgen we

ongeveer tweehonderd evenementen per jaar; van meetings en kleine vergaderingen tot feestavonden, diners en congressen, en zelfs de televisieopnames van het programma Holland's Got Talent."

De kracht van Congresregio Zwolle is de professionele wijze waarop zij de regio Zwolle vertegenwoordigt in het land, stelt Vugteveen. "De meetinglocaties in Zwolle worden door Congresregio Zwolle een eenheid. Hierbij staat niet één meetinglocatie centraal: de regio Zwolle is belangrijker dan iedere locatie apart. Daarnaast zorgt Congresregio Zwolle behalve voor een krachtige presentatie naar buiten, óók voor kennisdeling en inspiratie tussen de partners."

MEDISCH CONGRES

Ook het Zwolse Isala ziekenhuis huisvest regelmatig congressen en andere events bij Schouwburg Odeon of Theater De Spiegel. Managementassistent bij het Klinisch Chemisch Laboratorium, Winy Laan, licht toe: "Beide theaters liggen in het centrum van Zwolle vlakbij het station. Voor veel deelnemers aan medische congressen, die per trein naar Zwolle reizen, is dat heel handig." De keuze voor Zwolle als medische congreslocatie is voor de hand liggend, gezien in de regio de topsector Health krachtig vertegenwoordigd is. Dat blijkt onder meer uit de aanwezigheid van het Health Innovation Park (HIP) in Zwolle. Op 21 en 22 november organiseert de Nederlandse vereniging

voor Cytometrie (NVC) een congres in Schouwburg Odeon. Winy Laan en haar collega-managementassistent Ilse van der Zon zitten in de organisatiecommissie van het congres, waar tweehonderd gasten uit de Benelux naartoe zullen gaan. Ilse van der Zon benadrukt dat ze tijdens de organisatie specifiek kozen voor een Zwolse locatie: "We willen heel graag Zwolle promoten; het ligt centraal, midden in het land, maar het is ook een heel krachtige stad die veel te bieden heeft. Mensen verbazen zich altijd over de culturele mogelijkheden, over de musea en uitgaansmogelijkheden. Daarnaast er is heel veel kennis aanwezig, ook op medisch gebied."

Onder de Linden sluit zich daar volledig bij aan: "We hebben veel ambassadeurs die stad en regio op de kaart willen zetten. Mensen die Zwolle en de regio een warm hart toedragen en graag aan vakgenoten informatie overdragen. De regio vormt een vruchtbare voedingsbodem voor innovaties en verbindingen tussen ondernemingen, onderwijs, onderzoek en overheid. Er komen de laatste tijd ook steeds meer internationale zakelijke bezoekers naar de regio. Die boost; dat zit 'm in de vibe van de mini-metropool regio Zwolle. We zijn niet voor niets de sterkste groeiregio buiten de Randstad!"

Ook geïnteresseerd in de mogelijkheden voor zakelijke events in de regio Zwolle? Congresregio Zwolle biedt professioneel en kosteloos advies. www.congresregiozwolle.nl



Kitty Onder de Linden

De Meerpaal

Uw event in de spotlights

Van sfeervol zakendiner tot bedrijfsfeest: het kan bij De Meerpaal! Met een capaciteit van 2 tot 2000 personen werken we graag samen met u aan een succesvol evenement.

Neem voor meer info contact op met Emile de Vries, 0321 388 768.



www.meerpaal.nl

SUBLIEM SINDS 1986

SUBLIEM
GENIETEN

SUBLIEM
SPARREN

SUBLIEM
ROOSTEN

SUBLIEM
ONTWAKEN



Oirschotsebaan 15 5062 TE OISTERWIJK (NL) +31 (0)13 - 523 21 00 [E info@rosep.com](mailto:info@rosep.com) | WWW.ROSEP.COM



'Gastgevangen'

Drie weken was ik met mijn man en jongste zoon in Marokko. Zo'n reis waar de een van gruwelt en de ander voor warm loopt. Zeg maar zo'n reis waarbij je precies niets vooraf regelt (ok, eerlijkheidshalve wel de vlucht en de eerste overnachting) en je met een rugzak de wijde wereld intrekt.

Mijn man en ik vinden dat een feest en onze kinderen ook (ze weten niet beter). Het is avontuurlijk, het voelt vrij, je kunt oprecht open staan voor alles wat er op je pad komt en er is altijd wel een hotelkamer te regelen. Wat genoten we van de geuren, de kleuren, de smaken, de geluiden, de groene oasen, de ruige bergen, de adembenemende woestijn en ja ook van de in onze ogen chaotische tafereel in de steden. Wat een prachtig en afwisselend land is dit toch!

Wat bijzonder waren de vriendelijke ontvangsten op zo veel verschillende plekken in het land. Van de nomaden die in Merzouga hun 'hotel' runden en die werkelijk het vuur uit hun sloffen liepen om je de ervaring van je leven te geven, inclusief 's nachts een dromedaris aan mijn hoofdeinde (ik sliep buiten onder de sterren). #woestijn=één_groot_feest!

Of de mannen van ons hostel in Mirleft aan de oceaan waarbij hetzelfde gold. De Riad in Fez. Het onooglijke restaurantje op het dak van de stad waar niets op voorraad was. "Wat wil je drinken?" en floeps weg was hij om cola, water of sinaasappelsap te regelen. Tafels en stoelen werden uit hoeken en gaten getrokken zodat we uitkijkend op de Bab Boujloud heerlijk konden eten. De gids in Essaouira met wie we een dag paard reden en die had gezorgd voor een geweldige picknick tussen de Eucalyptusbomen.

Was het allemaal zo'n feest? Nou nee, in Marrakesh vond ik veel mensen hooguit naar, opdringerig, onaardig en vervelend. Ik voelde mij daar 'gastgevangen' onthaald. Als je niet alert was, besprongen ze je. Dan kun je zeggen "dat is gewoon, het is hun aard, beetje meespelen", maar waarom was het dan alleen daar? Zelfs Marokkanen in andere steden zijn bang dat hun landgenoten in Marrakesh het verzieken voor anderen.

Voor ons was duidelijk dat we in de gastvrije, vriendelijke steden onze aandelen zouden kopen. Daar waar je het gevoel hebt serieus te worden genomen, waar men oprechte interesse toont in je wensen, waar men de tijd voor je neemt om uit te leggen of je te laten zien, hoe iets wordt geproduceerd in plaats van zo snel mogelijk betalen en op naar de volgende klant.

Gastvrijheid betaalt zich uiteindelijk altijd terug, dat weten wij in onze branche maar al te goed. De tijd zal het hen leren.

Ingrid Rip

Eigenaar van RREM, hét bureau voor training, coaching en projecten binnen de congresmarkt sinds 2003.



Flexibiliteit als vanzelfsprekend

De onbeperkte mogelijkheden van De Bonte Wever, Assen

De Bonte Wever is een begrip, niet alleen in de drie noordelijke provincies maar ook landelijk. Het hotel, event- en congressentrum biedt alle faciliteiten die een bedrijf maar wensen kan. Door de aanwezigheid van onder meer verschillende leisure-activiteiten en een naastgelegen bos kan het nuttige met het aangename worden gecombineerd. Een zakelijke bijeenkomst kan zo een geheel eigen karakter krijgen. Wat elders misschien een standaard evenement met standaard resultaten zou zijn wordt bij De Bonte Wever een bijeenkomst op maat met beklijvende herinneringen.

Tekst Jeroen Kuypers

Zakelijke en particuliere gasten hebben elk hun eigen ingang bij De Bonte Wever. Voor meerdaagse bijeenkomsten is het hoe dan ook een pluspunt dat De Bonte Wever over zoveel sport- en ontspanningsfaciliteiten beschikt. Zo worden ook de avonden veraangenaamd, waarbij gezellige feestavonden mogelijk zijn. De omliggende natuur is in alle seizoenen even prachtig en de binnenstad van Assen is zo dichtbij dat ze op loopafstand ligt.

TIEN ZALEN

“Sinds het gereedkomen van onze nieuwbouw vorig jaar is onze omvang bijna verdubbeld en zijn onze zakelijke mogelijkheden in wezen onbeperkt geworden”, zegt Anita

ter Veld, manager Sales & Events. “We beschikken over tenminste tien zalen met ieder een eigen sfeer, die ook nog eens allemaal met elkaar verbonden kunnen worden. In acht daarvan kun je terecht voor vergaderingen variërend van twintig tot driehonderd mensen per zaal en alles daartussenin. De twee overige zijn onze congres- en theaterzaal en daarnaast is er nog een Grand Café. De congreszaal is circa negenhonderd vierkante meter groot en heeft een tribune met een capaciteit van 454 stoelen. Uiteraard kunnen hier nog extra stoelen bijgezet voor een gezelschap tot ruim zeshonderd gasten. Als je de tribune weghaalt, is er ruimte voor nog eens circa achthonderd mensen. Wij kunnen zelfs bijeenkomsten organiseren voor duizenden gasten wanneer we de congreszaal bijvoorbeeld combineren met onze grootste zaal ‘Plaza’. Alle zalen zijn flexibel in te richten en uiteraard kan men beschikken over de modernste audiovisuele apparatuur.”

MEEDENKEN

De Bonte Wever biedt elke zakelijke gast één aanspreekpunt voor de hele organisatie van de bijeenkomst, maar die ene medewerker kan terugvallen op een heel team waarin ieder zijn of haar eigen specialisatie heeft. De collectieve ervaring in het organiseren van bijeenkomsten is groot, en ze wordt alleen maar groter doordat de brede waaier aan mogelijkheden de creativiteit stimuleert. “Het is onze kracht onze gast een bijeenkomst op maat te geven”, zegt

Ter Veld. “We denken graag mee om precies dat te realiseren wat hem voor ogen staat.”

FORMULES VOOR BEDRIJFSFEESTEN

De boog kan, zoals bekend, niet voortdurend gespannen staan. Het vergaderen, presenteren of debatteren kan in De Bonte Wever op allerlei manieren worden afgewisseld met meer fysieke activiteiten. “De combinatie van een vergadering met bijvoorbeeld een uurtje sportiviteit of ontspanning is niet ongewoon. Ook voor het informele deel erna hebben wij veel mogelijkheden. Onze horeca bestaat uit een Grand Café, het à la carte restaurant Dapper en het buffetrestaurant Flinck. In dat laatste hebben we ook een semi-afgeschermd gedeelte voor zakelijke gasten in een eigen omgeving. Voor wie een bedrijfsfeest wil organiseren, hebben we een heel scala aan mogelijkheden. We bieden bijvoorbeeld de formule aan van een barbecuefeest en een moorddiner, compleet met acteur, of een heerlijke feestavond met dj of band. We kunnen de zaal omtoveren in een casino, inclusief speeltafels en croupiers. Maar uiteraard kan een bedrijfsfeest ook geheel op maat worden georganiseerd.”

VIERHAMER CLASSIFICATIE

Bij De Bonte Wever werken enkele honderden mensen. Die kunnen niet alleen zo goed

meedenken en originele ideeën en wensen in praktijk brengen omdat er zoveel faciliteiten zijn, maar ook omdat de bedrijfsleiding creativiteit doelbewust stimuleert. De Bonte Wever maakt geen deel uit van een keten. Niet voor niets werd het bedrijf genomineerd als ‘Drentse Onderneming van het jaar 2018’. Daar hoort ook een doorgedreven kwaliteitsstreven bij. De Bonte Wever heeft het gouden Green Key keurmerk verworven, wat betekent dat het voldoet aan de hoogste eisen voor duurzame bedrijfsvoering. De vergaderfaciliteiten hebben de vierhamerclassificatie, de een na hoogste onderscheiding binnen de vergader- en congresmarkt. En toch gaat dit hoge kwaliteitsniveau niet gepaard met de hoogste prijzen.

REËLE PRIJZEN

“We zijn er trots op dat we reële prijzen hanteren”, zegt Ter Veld. “Het feit dat wij overal zeer goed over hebben nagedacht, dat we het hotel bijvoorbeeld zo hebben ingericht en georganiseerd dat een gezelschap dat een meerdaags evenement bijwoont kamers krijgt die bij elkaar liggen, hoeft zich niet te vertalen in een hogere prijs. Je kunt het als zakelijke gast in De Bonte Wever net even uitgebreider krijgen, net even anders, maar niet net even duurder. Onze flexibiliteit beschouwen we als een vanzelfsprekendheid, als onderdeel van onze identiteit.”

REËLE AFSTAND

De reële prijzen passen ook bij de reële afstand. Eén van de uitdrukkingen die De Bonte Wever hanteert is ‘Assen ver weg? Dat valt reuze mee’. De perceptie heeft de stad wel eens tegen, maar “Assen ligt op amper 75 kilometer van Zwolle en nauwelijks anderhalf uur rijden van Amsterdam”, aldus Ter Veld. “Als je nagaat dat je binnen de Randstad soms langer onderweg bent over kortere afstanden, door de vele files, is er dus geen reden een vergadering, congres of feest niet daarbuiten te beleggen. De Bonte Wever ligt bovendien pal aan de snelweg A28, heeft een bushalte voor de deur die rechtstreeks vanaf het NS-station rijdt en ligt trouwens op amper twintig minuten loopafstand van dat station zelf en de binnenstad.”

De hoogste kwaliteit en de meeste mogelijkheden voor een zakelijk evenement liggen dus binnen het bereiken van een brede doelgroep van bedrijven. Noch de afstand, noch de prijs hoeven een belemmering te zijn voor een bijeenkomst die dankzij de inzet van de medewerkers grote kans maakt een uitbinker te worden. Eigenlijk kan de gast het zo bont niet maken met zijn wensen of De Bonte Wever weet er een eigen mouw aan te passen.

www.debontewever.nl





Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten:

Verantwoorde doorontwikkeling van wereldse gastvrijheid

Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten in Soesterberg ondergaat wat directeur René Giel een strategische transitie noemt. Naast het verder ontwikkelen van deze bijzondere organisatie zelf is er fors ingezet op investeringen in de gebouwen en het buitenterrein. Diverse onderdelen van het hotelcomplex zijn al aangepakt, vernieuwd, maar er staat nog veel meer op het programma. "We hebben ambitieuze plannen, we willen de komende jaren mensen blijven samenbrengen, verbinden en inspireren en hen op proactieve wijze nieuwsgierig maken naar onze 'wereldse' diensten en producten. Dat is en blijft onze missie!"

Het conferentiehôtel als professionele speler in de hospitalitybranche maakte de afgelopen vijf jaren een mooie gestage groei door. De organisatie achter Kontakt der Kontinenten, een stichting met een ideologische doelstelling met als rode draad wereldburgerschap, duurzaamheid, mondialiteit en het streven naar een rechtvaardige samenleving, vond het nodig om eens heel goed te kijken naar het strategisch fundament van de organisatie, maar ook naar het strategisch kader voor de middellange termijn. Ben Gerrits, Projectcoördinator Hospitality & Concept: "Uit het onderzoek blijkt dat we in verhou-

ding tot de verhuurbare zaal vierkante meters vierkante meters tekort komen op het gebied van serviceruimten en productiecapaciteit en hebben wij behoefte aan het verder ontwikkelen van onze werkorganisatie en ons productportfolio."

CAPACITEIT EN AANBOD

Dus werd besloten tot een grondige aanpak van de capaciteit en gastbeleving. Giel: "Want 'nee' moeten verkopen aan mensen die hier graag willen verblijven omdat je ze gewoon niet goed kunt bedienen is onwenselijk! De voorgenomen uitbreiding is dan ook geen blinde groeiambitie, maar gebaseerd op een verantwoorde groeipotentie op basis van vraag uit de markt." Een van de eerste elementen die een grondige verbouwing heeft ondergaan is de keuken. Die is inmiddels operationeel en van de modernste apparatuur voorzien. Het volgende project is het restaurant. Gerrits: "We gaan een compleet nieuw restaurantpaviljoen bouwen. Hier gaan wij onze gasten samenbrengen om te genieten van al het moois dat wij te bieden hebben op het culinaire vlak, in een prachtige bosrijke en natuurlijke ambiance. Onze eigen warme en 'wereldse' sfeer moet voelen als een souvenir dat mensen mee naar huis nemen na een bezoek aan ons conferentiehôtel."



Tijdens de bouw van het restaurant, die volgend jaar zal plaatsvinden, kan het hotel volgens Giel nog gewoon gasten ontvangen, zij het in wat gematigder vorm. “Net als in de eerste bouwfase zal de mogelijke bouwoverlast voor onze gasten weer tot een minimum worden beperkt. De bouwwerkzaamheden worden optimaal aangepast aan lopende boekingen en zaalcapaciteit. Lukt dit wellicht niet, dan hebben wij nog uitwijkmogelijkheden. Dat wil zeggen dat onze gasten, als we op het hoofdgebouw overlast verwachten door werkzaamheden, in klooster Cenakel terecht kunnen, ons andere prachtige pand.”

WAARDE TOEVOEGEN

De markt trekt aan, merkt Giel. “Het aanbod op het gebied van conferentiehôtels is vrij groot, zeker hier op de Utrechtse Heuvelrug. De uitdaging is dan om te laten zien dat we meer zijn dan alleen maar een verhuurder van vierkante meters met tafels en stoelen. Want dat heeft iedereen, dus wat is onze onderscheidende kracht? Die zit, naast het geheel eigen karakter, met name in de gastbeleving, de ligging, maar ook in de vele mogelijkheden die we kunnen bieden aan de organisator van een training, vergadering of extra evenement. Wij kunnen waarde toevoegen aan een bijeenkomst in plenaire beleving, teambuildingactiviteiten, maar ook bijvoorbeeld in combinatie met wellness, waar tegenwoordig veel vraag naar is.” Gerrits gaat daar op in: “Voor ons is het dan ook een cadeautje dat we Thermen Soesterberg letterlijk in onze achtertuin hebben liggen.”

COMBINATIE

“Het gevaar met een sterke groei”, aldus Giel, “is dat je je eigen karakter verliest, en bij ons is het dan de kunst om de combinatie te realiseren van de grootschaligheid die je op sommige momenten kunt hebben als je al die zalen bezet hebt, met het huiselijke en het intieme, waar onze kracht zit. De massaliteit voel je bij ons niet. Persoonlijk contact

met onze gasten is de basis van onze visie op gastvrijheid.” Toch kan het hotel grotere groepen makkelijk aan. Giel vertelt: “Een mooi voorbeeld waarbij we alle registers hebben opentrokken, was een partij van een grote zakelijke dienstverlener die hier verbleef met 300 gasten voor twee dagen. Ze hadden een plenaire sessie gevolgd door subsessies in de breakout rooms. ‘s Middags gingen ze het landgoed op voor een meerkamp met allerlei sport- en spelactiviteiten en teambuilding waarbij we op verschillende plekken op het landgoed standjes met culinaire versnaperingen hebben verzorgd. ‘s Avonds een walking dinner in de wintertuin van Klooster Cenakel met aansluitend een feestavond inclusief dj. Vervolgens allemaal blijven slapen en de volgende dag draait het programma nog even door. Dat zijn voor ons de evenementen waar we kunnen laten zien wat bij ons ‘onder één dak’ allemaal mogelijk is.” Gerrits vervolgt: “Daar zie je ook de verscheidenheid aan diensten die we onze gasten kunnen bieden. De crossovers die we graag maken.”

Giel geeft nog een voorbeeld: “Afgelopen mei hebben we hier een mooi evenement verzorgd, daarvan is een filmpje te bekijken via <https://vimeo.com/274077617>. Dat geeft wel een beeld van: hé, is dat Kontakt der Kontinenten? Dat was van Railsport, dat ging over sportiviteit, vitaliteit, gezondheid.”

Giel sluit af: “Kontakt der Kontinenten is en blijft een stichting met een ideologische doelstelling, en wil ook dicht bij haar doelstelling blijven. Naast het feit dat we een professioneel eigentijds, onderscheidend conferentiehôtel zijn, willen we ook een podium blijven voor mondiale vraagstukken rondom duurzaamheid en interreligieuze en interculturele dialoog. We blijven mensen samenbrengen en verbinden.”

www.kontaktderkontinenten.nl



CONGRESSEN EN EVENEMENTEN

Onze 'black-box' (2700 m²) biedt alle ruimte voor een congres (1000 personen), uw unieke evenement (2500 personen), bedrijfsfeest, productpresentatie of receptie. Met ruime parkeergelegenheid en 200 hotelkamers.

**Een totaalconcept
onder één dak!**



2700 m²
BLACKBOX



CENTRAAL
RANDSTAD



HOTELKAMERS
200



SNELWEG
A44

ECC Leiden
Haagse Schouwweg 10
2332 KG Leiden
Nederland

+31 (0)71 53 55 523
info@eccleiden.com
ECCLEIDEN.COM



**Rent
Around.nl**

*Dé online showroom en kassa van
elke AV Verhuurder*

MÉÉR DAN 25.000
PRODUCTEN OP
**RENT
AROUND!**

T 055 - 3125450 - E INFO@RENTAROUND.NL
WWW.RENTAROUND.NL



**DAGELIJKS OPEN VOOR
UW ZAKELIJKE AFSPRAAK**

- OPEN VAN 8:00 UUR TOT 22:00 UUR
- 5 MINUTEN VAN DE A27 - AFSLAG 30
- EIGEN PARKEERGELEGENHEID
KIJK OOK OP WWW.MITLAND.NL



WINST DOOR VERRASSESENDE PARTNERS

'Find new allies'

Organisaties die een partner zoeken, kijken vooral naar partijen die goed passen. Zakendoen wordt beheerst door conventies. Het zijn juist partnerships tussen schijnbaar onverenigbare partijen die verrassende resultaten opleveren.

De locatiemarkt is een overvolle, hoog competitieve wereld. Dat komt omdat – mede door de recessie van enkele jaren geleden – de totale markt van evenementen en congressen is verkleind, maar vooral omdat er steeds meer locatieaanbieders zijn bijgekomen. De taart is kleiner geworden en moet in meer stukken gesneden worden. Als je dus niet blijft innoveren en onderscheiden als locatieverschaffer zal je uiteindelijk niet overleven.

TOEGEVOEGDE WAARDEN

Succesvol ondernemen in deze branche is daarom ook geen sinecure en er wordt van locatiehouders meer gevraagd dan pakweg vijftien jaar geleden. Toen werd er vooral beconcurrerd op harde gegevens. Denk aan beschikbare vierkante meters, hoeveelheid parkeerplaatsen of aanwezigheid van goede techniek. De onderscheidende waarden van toen gaan nu niet meer op. Het gaat nu veel meer om toegevoegde waarden en met name het onderscheidende vermogen van je locatie.

EENHEIDSWORST

Mijn compagnon Adriaan en ik zijn er daarom dagelijks mee bezig onze drie locaties dusdanig te blijven ontwikkelen dat we ons duurzaam onderscheiden in de bomvolle markt. Een markt waarin de eerste bewegingen zichtbaar zijn dat vergaderzalen en services, als 'commodity goods' worden aangeboden en geveild. Net als hotelkamers die voor de laagste prijzen weggaan bij Expedia of Booking.com. Qua onderscheidend vermogen zijn we dan weer terug bij af en vooral gericht op prijs en de aloude harde gegevens. Het is aan de locatiehouder hierin een keuze te maken; laat je je leiden door de grillen van de markt of steek je je nek uit en wil je het verschil blijven maken voor je opdrachtgever en waardes blijven toevoegen. Wij kiezen heel duidelijk voor het laatste en proberen dagelijks het sprankelende verschil te maken voor onze opdrachtgevers en haar gasten. Toch moeten wij er ook voor waken dat we niet meegaan in de eenheidsworst die 'locatie Nederland' aan het worden is. En dus zorgen wij dat we regelmatig getriggerd worden en uit onze comfortzone stappen.

ANDERS DURVEN ZIJN

Een wijs man heeft ons jaren geleden al duidelijk gemaakt dat het begint met de partnerships die je aangaat met toeleveranciers, en de inner-circle van je bedrijf. Hier moet je anders in durven zijn. Dus niet verwachten dat innovatie komt vanuit de gebruikelijke toeleveranciers van een locatie. Innovaties komen negen van de tien keer van buiten je bedrijfskolom, dat heeft de geschiedenis wel bewezen. Een goed voorbeeld van onverwachte samenwerkingen is bijvoorbeeld de samenwerking tussen het Utrechtse Werkspoorkathedraal met Holland Opera. Zomaar een voorbeeld dat aantoont dat partnerships tussen schijnbaar onverenigbare partijen verrassende resultaten kan opleveren. Meer dan euro's alleen. Vaak in eerste instantie als inspiratiebron of interne motivatie om het verschil te willen blijven maken voor je opdrachtgevers. Durf die stap te nemen met elkaar en kijk verder dan de gebruikelijke samenwerkingen!

Pieter Aalbers

Co-owner The Attention Group: Mariënhof Amersfoort, Muntgebouw Utrecht, Landgoed Brakkesteyn, interim, advies en concepten.

www.theattentiongroup.nl

toMeet



Landgoed Hotel Groot Warnsborn

"Net even meer!"

Bakenbergseweg 277 | 6816 VP Arnhem | T 026-44 557 51
info@grootwarnsborn.nl | www.grootwarnsborn.nl



Landgoed Rhederoord

"Rhederoord geeft zuurstof aan uw zakelijke bijeenkomst!"

Parkweg 19 | 6994 CM De Steeg | T 026-4959104
info@rhederoord.nl | www.rhederoord.nl



Strandclub en Evenementenlocatie Watergoed!

"Unieke en sfeervolle evenementenlocatie!"

Tielsestraat 129 | 6675 AC Valburg | T 0488-410222
info@watergoed.nl | www.watergoed.nl

Een congres, vergadering of zakelijke bijeenkomst organiseren?

Welkom in Gelderland!

Ben je op zoek naar een passend congrescentrum, een bijzondere vergaderruimte of een inspirerende evenementenlocatie voor jouw evenement? Op deze pagina tref je een overzicht van inspirerende locaties in Gelderland. In Gelderland vind je een uniek aanbod voor zakelijke bijeenkomsten, want Gelderland:

- ✓ ligt centraal in Nederland;
- ✓ biedt goed bereikbare professionele vergaderruimtes en evenementenlocaties;
- ✓ is thuisbasis van kennisuitwisseling en innovatie voor Food, Health, EMT en Sport;
- ✓ biedt inspirerende steden als Arnhem, Nijmegen en Apeldoorn;
- ✓ heeft een prachtige natuurlijke omgeving;
- ✓ heeft een zichtbare rijke historie met prachtige kastelen en landgoederen;
- ✓ biedt topattracties als Burgers' Zoo, Paleis het Loo, de Apenheul, Nederlands Openluchtmuseum.



Amrâth Hotel Belvoir

"Nabij het historische hart van Nijmegen!"

Graadt van Roggenstraat 101 | 6522 AX Nijmegen
T 024-3232344 | info@belvoir.nl | amrathhotelnijmegen.nl



Hotel de Echoput

"Goes Wild!"

Amersfoortseweg 86 | 7346 AA Apeldoorn | T 055 - 519 1248
reserveringen@echoput.nl | www.echoput.nl



Thermen Bussloo

"Mooiste businesslocatie op de Veluwe!"

Bloemenksweg 38 | 7383 RN Voorst | T 055-3682 615
events@thermenbussloo.nl | www.thermenbussloo.nl



WAAROM GELDERLAND?

Geen anonieme kantoorpanden in Gelderland, maar duizenden hectare ongerepte zandvlaktes, eeuwenoude bossen en zuurstofrijke lucht. Gelderland barst van de plekken waar je ongestoord kunt brainstormen en met collega's en relaties van gedachten kunt wisselen. Gelderland is een mooie en verfrissende provincie die zakelijk veel te bieden heeft. Het is niet voor niets dat Gelderland tot de top 5 van toeristische bestemmingen in Nederland behoort.

De bakens verzetten en de boel even opschudden? Dat kan nergens beter dan in Gelderland. Bij ons is een heisessie écht een heisessie. En ben je op zoek naar een prikkelende vergaderruimte of congreslocatie waar je je fantasie de vrije loop kunt laten? In Gelderland kun je vergaderen te midden van wilde dieren of tussen wereldberoemde schilderwerken.

Kortom, Gelderland is *de* omgeving voor jouw zakelijke bijeenkomst!

Door de bomen het bos weer zien

Verscholen in het bos in Bennekom ligt landgoed de Born, dat stamt uit de jaren dertig en een rijke historie kent. In een vleugel van het gebouw bevindt zich Hermonde. Zodra u het landgoed op komt, ervaart u de rust die zo gewenst is als u doelgericht en geconcentreerd wilt vergaderen, trainen of brainstormen.

hermonde
born to meet

We genieten van wat we doen bij Hermonde

Deze plek straalt iets bijzonders uit; dat versterken we door gastvrijheid voorop te zetten. Ons team van gastvrouwen voelt zich verbonden met de locatie en de historie. Zij staan klaar met koffie en thee, in de middag een lunch en snacks tussendoor. We doen er alles aan om bijeenkomsten perfect te laten verlopen.

Knopen doorhakken

Het is een plek waar zakelijk Nederland knopen kan doorhakken, aan teambuilding kan doen of een heisessie kan houden. Een plek waar gasten zich welkom voelen en waar zij graag weer terugkomen.

Procesbegeleiding

Vergaderingen, presentaties of brainstormsessies kunnen ook worden begeleid door ons. Wij kunnen ondersteunen als trainer, dagvoorzitter, acteur of procesbegeleider. Op dat gebied hebben we veel ervaring en expertise in huis.

Prachtig uitzicht voor een inspirerend inzicht

Het pand ligt op een open plek in het bos, dat zorgt ervoor dat de zalen zeer veel lichtinval hebben. We hebben meerdere zalen in verschillende opstellingen, zoals een blok-, theater- of U-opstelling. De grote zalen hebben ruim voldoende techniek voor presentaties. Daarnaast kunt u de kleinere zalen huren voor intiemere sessies of workshops, zoals bijvoorbeeld onze salon met ontspannen fauteuils.



hermondelocatie.nl | info@hermonde.nl | 0318 - 860 213 | Bornweg 12b, Bennekom





Verbinden en ontmoeten. Dat kan #OpPapendal

Papendal, thuisbasis van TeamNL is al jarenlang een inspirerende omgeving voor zowel sporters als zakelijke gasten. Want niet alleen sporters werken hier aan topprestaties, ook zakelijke gasten komen hier om goud te behalen met hun bijeenkomsten. Een van deze gasten is Inge Langwerden van de Gelderse Omgevingsdiensten.

Op donderdag 19 april organiseerden de Gelderse Omgevingsdiensten een medewerkersdag #OpPapendal vanwege het vijfjarig bestaan. Inge Langwerden was verantwoordelijk voor de organisatie van deze medewerkersdag. "Tijdens deze dag stond verbinding en ontmoeting, naast kennis- uitwisseling en ontwikkeling, tussen de medewerkers van

de zeven omgevingsdiensten in Gelderland centraal. Het thema van de dag was 'Kracht'. Kracht stond daarbij symbool voor de kracht van onze individuele medewerkers, de kracht van iedere afzonderlijke dienst en de kracht van het Gelders samenwerkingsverband. Het ochtenddeel bestond uit een plenair programma en in de middag konden de medewerkers workshops volgen. De dag werd afgesloten met een diner in buffetvorm onder muzikale begeleiding van een dj."

SPORTIEVE START

Langwerden koos voor Papendal omdat de locatie beschikt over een grote plenaire ruimte in combinatie met een groot aantal subruimtes. "Maar ook omdat de locatie mooi aansloot bij onze thematiek en onze bedrijfscultuur. Papendal staat voor een groene omgeving, een restaurant dat

Over de Gelderse Omgevingsdiensten

De Gelderse Omgevingsdiensten werken samen aan een veilige, duurzame en gezonde leefomgeving. In Gelderland bundelen de zeven afzonderlijke omgevingsdiensten hun krachten. De Gelderse Omgevingsdiensten zorgen, in opdracht van gemeenten en provincie, voor vergunningverlening, toezicht en handhaving (VTH) op het gebied van milieu.

werkt met lokale producten en ook aan het milieu denkt. Ook dachten ze goed met ons mee in onze wensen en droegen ideeën aan. Zo hebben ze ons geadviseerd in de keuze van een gastspreker (Edith Bosch) en een sportieve start van de dag met een HAKA openingsdans." Langwerden en haar collega's kijken terug op een geslaagde dag. "Een dagje empowerment, zowel individueel als met en voor elkaar!"

www.papendal.nl



Inspirerende locaties met oog voor de omgeving

Onderstaande meeting- en eventlocaties zetten in op Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, waarbij winst voor mens, maatschappij en milieu centraal staan in hun handelen.



Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent

“Verassend vanzelfsprekend”

Hertog Eduardplein 4, Nijmegen | **T** 024 792 02 00
nijmegen@valk.com | www.valknijmegen.nl



Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum

“Nice to meet!”

Woudenbergsesweg 54, Zeist | **T** 0343 492 492
info@woudschoten.nl | www.woudschoten.nl



Hotel Mitland

“Gelegen op een van de mooiste locaties van Utrecht”

Ariënslaan 1, Utrecht | **T** 030 271 58 24
info@mitland.nl | www.mitland.nl



de Baak Seaside

“De Baak Seaside verfrist”

Koningin Astrid boulevard 23, Noordwijk
T 071 369 01 79 | welcome@debaakseaside.nl
www.debaakseaside.nl



Landgoed de Horst

“Rust en inzicht in het bos”

De Horst 1, Driebergen | **T** 0343 55 61 79
welcome@landgoeddehorst.nl
www.landgoeddehorst.nl



Kontakt der Kontinenten

“Wereldse gastvrijheid”

Amersfoortsestraat 20, Soesterberg | **T** 0346 351 755
info@kontaktderkontinenten.nl
www.kontaktderkontinenten.nl



Johan Cruijff Arena

“Altijd doeltreffend”

ArenA Boulevard 1, Amsterdam | **T** 020 311 1333
info@amsterdamarena.nl
www.amsterdamarena.nl



Antropia, Cultuur- en Congrescentrum

“Gastvrijheid en duurzaamheid komen op het landgoed op natuurlijke wijze samen.”

Hoofdstraat 8, Driebergen | **T** 0343 53 1818
reserveringen@antropia.nl | www.antropia.nl



CORPUS congress Centre

“Lijf communicatie”

Willem Einthovenstraat 1, Oegstgeest
T 071 751 0200 | info@corpuscongresscentre.nl
www.corpuscongresscentre.nl



De Bonte Wever

“Onbegrensde mogelijkheden”

Stadsbroek 17, Assen | **T** 0592 356 000
info@debontewever.nl | www.debontewever.nl



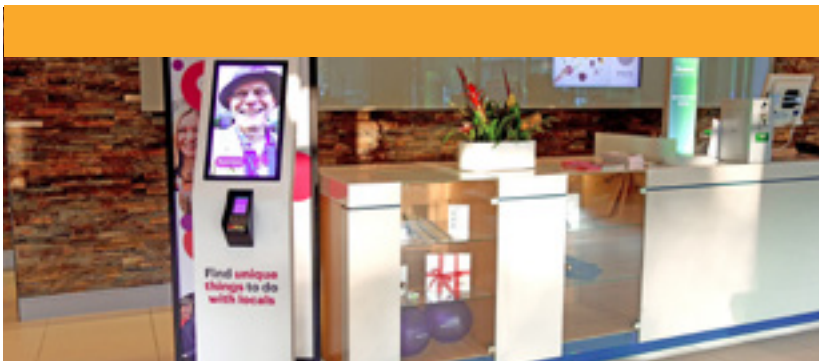
ECC Leiden

“Dé eventlocatie centraal in de Randstad”

Haagse Schouwweg 10, Leiden | **T** 071 535 5523
info@eccleiden.com | www.eccleiden.com

TASTE Summit: het tegengaan van welvaartsziekten

Bewerkt voedsel is de kern van de wereldwijde gezondheidsproblematiek en bewustwording daarvan is een eerste stap naar een gezondere samenleving. Dat is het hoofdthema van TASTE Summit, het gastronomisch congres dat plaatsvindt op dinsdag 9 oktober in MECC Maastricht. Onder de noemer 'Vital Food' werpen verschillende internationale foodprofessionals die dag hun kritische blik op ongezond, bewerkt voedsel en geven zij uitleg over het belang van eerlijke, gezonde producten. TASTE Summit vindt plaats op dag twee van horecavakbeurs BBB Maastricht/ Folie Culinaire en wordt georganiseerd door BBB Maastricht en Hotel Management School Maastricht. TASTE Summit presenteert een indrukwekkende line-up van sprekers die in verschillende sessies hun kennis delen met de aanwezige food professionals. Hun visie op de huidige voedselindustrie en de gezondheidsrisico's van Ultra Processed Food zal een eye-opener zijn voor menig deelnemer. Zo uit de Braziliaanse voedingswetenschapper Carlos Augusto Monteiro zijn zorgen over de wereldwijd stijgende consumptie van sterk bewerkt fabrieksvoedsel, waar essentiële voedingsstoffen zoals vitamines en mineralen vaak missen. Deze voedingsmiddelen leveren een belangrijke bijdrage aan de toename van allerlei welvaartsziekten zoals obesitas, diabetes type 2, hart- en vaatziekten en sommige vormen van kanker. Monteiro deed onder andere onderzoek voor de World Health Organization (WHO) en is schrijver is van de Braziliaanse voedingsrichtlijnen voor onbewerkt voedsel. Kijk voor meer informatie op www.taste-summit.com



Novotel Amsterdam City zet in op bijzondere belevenissen met lokale bevolking

Novotel Amsterdam City biedt haar gasten sinds deze zomer de mogelijkheid om de stad samen met een lokale bewoner te ontdekken. Via het online platform Withlocals kunnen de gasten in contact komen met echte locals die hun passie willen delen. Met deze samenwerking zet het hotel in op de steeds groter wordende vraag van gasten naar lokale belevenissen. Waar sommige reizigers zich van tevoren dagen, weken of zelfs maanden voorbereiden op een reis of citytrip, is er ook een grote groep die de avond van tevoren of pas tijdens het ontbijt besluit wat zij die dag gaan doen. Geregeld vragen zij dan advies bij de receptie van het hotel waar zij verblijven. Om de gasten op zo'n moment iets bijzonders aan te kunnen bieden, is Novotel Amsterdam City de samenwerking aangegaan met Withlocals. De informatiezuil van het online platform in de lobby van het hotel wekt al sinds het begin veel interesse bij de hotelgasten. Dirk Beljaarts, General Manager van Novotel Amsterdam City: "Waar gasten voorheen zouden kiezen voor een Airbnb of boetiekhotel om als 'local' een stad te kunnen ontdekken, kunnen onze gasten nu ook buiten de gebaande wegen kennismaken met onze hoofdstad. Wij krijgen sinds de start in juli veel enthousiaste reacties van gasten die een excursie hebben geboekt met een echte local. We zien het daarom als een goede aanvulling voor de lokale beleving van onze gasten." Volgens Bas Vissers, Chief Commercial Officer bij Withlocals, zitten reizigers niet langer meer te wachten op excursies waarbij je met dertig anderen achter een vlaggetje aanloopt en langs allerlei toeristische trekpleisters wordt geleid: "De reiziger van vandaag wil op een eigen manier en op een eigen moment een bestemming ontdekken met iemand waarmee zij een goede klik hebben. Privé ervaringen en betaalbaar, dát is de toekomst. Via ons platform kiest een reiziger daarom niet alleen voor een soort ervaring, maar ook voor een local die bij hem of haar past. Alleen zo kunnen wij de belevenissen 100% persoonlijk maken."

Brand Your Party slaat brug tussen merken en consumenten

Online marketing in combinatie met offline brand experience is een succesvolle manier voor merken om hun doelgroep te bereiken. Het bedrijf Brand Your Party is met een voor Nederland nieuw concept, gebaseerd op deze strategie, in anderhalf jaar tijd gegroeid van startup naar scale-up. Via Brand Your Party kunnen mensen zich online opgeven als host voor een beleving rond een merk of product, zoals een lunch-, gintonic-, vaar- of sportparty. Door Brand Your Party geselecteerde hosts kunnen hun vrienden uitnodigen voor de party en krijgen een partypakket toegestuurd met producten en exclusieve gadgets van het betreffende merk. Foto's en video's van de party's kunnen worden gedeeld via social media. Carlijn Offergelt heeft met dit concept een gat in de markt gevonden en het anderhalf jaar geleden geïntroduceerd in Nederland. Ze heeft inmiddels met grote merken samengewerkt, zoals l'Oréal, Kesbeke, Maaslander, Maza, Danone, Heks'n en Saints & Stars. "Ik zag een behoefte bij merken aan andere manieren van marketing", vertelt zij. "Millennials bijvoorbeeld kijken vrijwel geen televisie meer en zijn als doelgroep lastig te bereiken voor veel merken. Met ons marketingconcept bereiken we deze groep wél, juist door de unieke combinatie van online en offline. Ook de leeftijdsgroep 35 tot 55 jaar spreken we hiermee aan. Via een Brand Your Party campagne wordt exponentieel uniek bereik binnen de doelgroep behaald, en verkrijgen we inzichten in het merk en authentieke content vanuit de doelgroep zelf." Een voorbeeld van een succesvol verlopen campagne is de campagne met Maza. Die had een erg hoog en uniek bereik binnen de juiste doelgroep: vrouwen van 25 tot 34 jaar. De engagement ratio was met 16,4% ongekend hoog. Ook de doorklikratio op Facebook (1%) en de conversie (clicks van posts en ads naar de inschrijving) van ruim 17% zijn een stuk hoger dan gemiddeld in een 'normale' marketingcampagne.



Changing the Game

Drie jaar. DRIE JAAR. Zolang duurde het om MPI Amerika te overtuigen dat het anders kan. Anders moet zelfs. Gebaseerd op een quote uit de Netflix hit *Peaky Blinders* begon ons EMEC bid met 'We don't want to play the game, we want to change it.' Dat was even slikken in de States.

De European Meetings and Events Conference (EMEC) vindt van 9 tot 12 februari plaats in Den Haag. Nederland is gastheer en organisator. Verantwoordelijk voor concept, inhoud en productie. Winst en verlies. Niet het draaiboek van de vorige edities is uitgangspunt, maar drie designsessies met ruim zestig meetingprofessionals uit binnen- en buitenland om te komen tot een nieuw concept.

De Nederlandse meeting- en eventindustrie staat er internationaal goed op. We kunnen organiseren en durven te experimenteren. Met eventformats, thema's, verdienmodellen en meer. In februari hebben we de kans om deze kennis en ervaring te delen met internationale collega's. Te laten zien wie we zijn en waar we voor staan.

MPI Nederland is initiatiefnemer van EMEC19. Planners en suppliers van binnen- en vooral ook buiten MPI, andere brancheverenigingen, mediapartijen en studenten dragen bij aan de realisatie ervan. EMEC19 is toegankelijk voor iedereen. Een internationaal congres met een klein Nederlands sausje. Voor en door de branche met als doel om educatie, zakelijk netwerken en fun te combineren. De doelstelling is gelijk, de invulling anders.

Al dat anders is wennen. Spannend, of zelfs eng. Maar verandering is nodig om dit congres en onze industrie naar een hoger niveau te brengen. Niet veranderen om het veranderen, maar omdat het beter kan en moet. Kennelijk zijn we eraan toe. Is dit het moment voor die verandering. De oproep om mee te denken over een nieuw concept werd zo positief ontvangen dat er niet één, maar drie sessies plaatsvonden. Meetingprofessionals vanuit Nederland en ver daarbuiten omarmen het resultaat. Reacties op het nieuwe concept zijn uitsluitend positief.

Met het uitbrengen en winnen van het bid hebben we een grote broek aangetrokken. Steken onze nek uit. Met een team van steeds meer professionals die zich op vrijwillige basis melden, werken we aan het waarmaken van de beloftes die we onszelf en anderen deden.

EMEC19 wordt een Game Changer. Of dat gaat lukken is geen vraag. Of zoals we het bid drie jaar geleden afsloten: 'We won't drop the ball on this. Period.'

Sven Boelhouwer

Eigenaar van No Desk en actief MPI-lid. Sven is projectleider voor de European Meetings & Events Conference 2019 in opdracht van MPI Nederland.



Muntgebouw Utrecht, Mariënhof Amersfoort, Landgoed Brakkesteyn

Gasten recht in 't hart raken

Droomlocaties zijn het, het Muntgebouw in Utrecht, de Mariënhof in Amersfoort en Landgoed Brakkesteyn in Nijmegen. Zulke accommodaties stellen een exploitant wel voor uitdagingen, maar binnen beperkingen wordt de meeste creativiteit geboren. Historie en hedendaagse trends ontmoeten elkaar er op verbluffende wijze, met één doel: de gasten recht in het hart raken, onder het mom van "building memories".

Tekst Aart van der Haagen

// "Omschrijf Adriaan Derksen en mij als 'jeblieft niet als eigenaren'", begint Pieter Aalbers van The Attention Group zijn relaas. "Wij beschouwen onszelf als pandbewaarders, want historisch erfgoed is van ons allemaal. Natuurlijk weten we dat de accommodaties een benchmark vormen, maar daar berusten we niet in. Onze strategie luidt dat we dagelijks op een sprankelende wijze het verschil willen maken om aan een mooiere wereld bij te dragen, waarin we het monumentale erfgoed teruggeven aan de maatschappij. Dat doen we via 'andersdan-anders'-horecaconcepten. Trouwens, we moeten wel, gezien de beperkingen van zulke locaties. Zo kun je in de Mariënhof nu eenmaal geen foodtrucks neerzetten

om festivals aan te kleden. Op Landgoed Brakkesteyn overigens wel; daar hebben we laatst een festival georganiseerd voor 5.000 mensen. Weet je, juist in die omstandigheden ontstaat creativiteit. Ze dwingen ons om heel andere concepten te lanceren, waarmee we ook heel andere doelgroepen aanspreken. Hoe gaaf is het om in een rijksmonument vol historie een fantastisch evenement rondom een innovatief ICT-bedrijf op te bouwen? Juist dat contrast zorgt voor een verrassingselement."

ASSOCIATIE

Het geheim zit volgens Aalbers in associatie. "We omringen onze gasten met bijzondere effecten die bij iedereen wel iets oproepen,

zoals sound perfume in de tuin, een unieke compositie van klanken die verleden, heden en toekomst doen samensmelten. Zo hoor je bij het Muntgebouw in Utrecht het slaan van de persen en flarden van een toespraak van koningin Juliana, terwijl bij de Mariënhof in Amersfoort de klokken van de Onze Lieve Vrouwetoren, het gerinkel van glas tijdens feesten en kindervoetstapjes als verwijzing naar het vroegere weeshuis klinken. Bij een bedrijfsevenement hangen we niet overal vlaggen met logo's op, maar werken we met kleuren en andere elementen die iedereen aan de huisstijl zal koppelen, bewust of onderbewust. Aan de zijkant van de Mariënhof verhuren we ruimte aan BUUF in de Serre, een jonge onderneming waarmee we nauw samenwerken. Die bakt op een ambachtelijke manier taarten en de geur daarvan doet je gelijk aan vroeger denken, aan je oma. Bij speciale gelegenheden stellen we profile dishes samen. Stel dat een directielid afscheid neemt, dan zoeken wij via het bedrijf en sociale media uit waar de passie van die persoon ligt en stemmen daar alles op af: visueel, smaaktechnisch en qua service."



SCHILD LATEN ZAKKEN

Waarom zoveel aandacht voor associatie? “Wanneer je mensen echt in het hart raakt, laten ze hun schild zakken, dan stellen ze zichzelf open om kennis op te nemen”, aldus Aalbers. “Iedere meetinglocatie kent wel het beeld van gasten die binnenkomen en zich op hun smartphone concentreren, omdat ze zich onwennig voelen. De sound perfume die ze bij ons ervaren neemt daar al een stukje van weg en de andere elementen, inclusief een warme gastvrijheid door ons personeel, doet de rest. Wanneer iemand zich op zijn gemak voelt, zal hij zich sneller kwetsbaar durven op te stellen en daar ligt het fundament voor het aangaan van goede gesprekken en het op je laten inwerken van informatie. Uiteindelijk staat de overdracht van een boodschap centraal voor onze opdrachtgevers. Dat geldt voor zowel het Muntgebouw in Utrecht en de Mariënhof in Amersfoort, als ook voor Landgoed Brakkesteyn in Nijmegen dat sinds 1 september in ons portfolio zit.” Een doordacht verhaal dus, dat zeker zal hebben bijgedragen aan topscores bij de Nationale Meeting Award en reviewcijfers tussen de 8,9 en 9,3.

AUTHENTIEKE MENSEN

Met trots spreekt Aalbers over de energieke teams van jonge medewerkers, die hij op veel punten de vrije hand geeft. “Wij zijn gek op deze generatie, die een goede

Landgoed Brakkesteyn

VERSCHOLEN PAREL IN NIJMEGEN

“Binnen The Attention Group hebben we de unieke kans gekregen om Landgoed Brakkesteyn te verwerven, ook wel ‘de best bewaarde buitenplaats van Nijmegen’ genoemd”, vertelt Aalbers. “Het ligt verscholen in een park, vlak naast de universiteit en geldt als een begrip in de omgeving. Wij hebben deze locatie klaargestoomd als een perfecte plek voor meetings en congressen, ideaal gelegen om relaties uit bijvoorbeeld Oost-Nederland en Duitsland uit te nodigen. De villa biedt op de eerste etage een plenaire ruimte voor maximaal tachtig personen en verschillende subzalen, het recent verbouwde koetshuis met zijn prachtige serre kan tot 350 mensen in totaal ontvangen. In geval van echt grote evenementen betrekken we het park erbij en creëren we moeiteloos een pop-uplocatie voor meer dan 5.000 gasten. Een eigen team verzorgt de culinaire invulling en sprankelende ontvangst in het koetshuis en het ‘fine dining concept’ van restaurant Beau, dat zich in de villa bevindt. Daarnaast telt de accommodatie drie suite-appartementen, die een bijzondere overnachting op het landgoed garanderen en de unieke ervaring compleet maken. De dagdagelijkse leiding is in handen van Kees Aalbers, die als ondernemer mee participeert in het landgoed.”

balans tussen zakelijk en privé weet te vinden en uitsprekt wat zij wel en niet wil. Als werkgever moet je je dan niet rigide opstellen, maar deze mensen de ruimte bieden om zelf verantwoordelijkheden en beslissingen te nemen, in een klimaat waarin ze fouten durven te maken en niet uit angst hoeven te handelen. Wij nemen hen aan op persoonlijkheid en competenties; ervaring vinden we veel minder belangrijk. Skills kunnen we hen wel bijbrengen. Stagiairs mogen zelfs twee dagen met mij meelopen om te ervaren wat er zich op managementniveau afspeelt en het valt ons op hoeveel doorstroming er

plaatsvindt. Soms komt iemand binnen twee, drie jaar al op een key-positie terecht. Echte, authentieke mensen, daar gaan we voor. De jonge, frisse teams helpen om ons concept van ‘old meets new’ te verwezenlijken in een omgeving die historie ademt en die we zo graag met iedereen willen delen. Met het Muntgebouw, de Mariënhof en Landgoed Brakkesteyn hebben we fantastische merken, waar we cirkels omheen bouwen. We verkopen geen vierkante meters, maar verhalen.”

www.theattentiongroup.nl
www.schitterende-erfgoedparels.nl
www.landgoedbrakkesteyn.nl



'Great meetings by Novotel' in Eindhoven

In het hart van de innovatie

Het valt uit de naam al af te leiden: innovatie loopt als een rode draad door Novotel, al meer dan een halve eeuw lang. Wat dat betreft bevindt de locatie in Eindhoven zich in een inspirerende omgeving, waar Brainport zich de komende tijd sterk ontwikkelt.

Tekst Aart van der Haagen - **Fotografie:** Ad Vereijken

Vrijwel op loopafstand van Eindhoven Airport en direct aan de snelwegafslag van de stadsring ligt het Novotel verbazingwekkend strategisch. Van die infrastructuur krijg je trouwens amper iets mee wanneer je aan de achterzijde van het gebouw op het aangename terras vertoeft, omgeven door bebossing en een glooiende grasmat, met als bijzondere attractie een buitenzwembad. "Dat kenmerkt veel Novotels", weet Ronald Slomp, general manager van de accommodatie in Eind-

hoven, die onlangs een renovatie onderging en weer helemaal up-to-date is. "Bij de oprichting van deze formule in 1967 stond innovatie voorop en dat zit nog steeds in het DNA. Destijds introduceerde de keten in de bovenkant van het middensegment als eerste de kleurentelevisie, het ontbijtbuffet en per kamer een eigen badruimte en een separaat toilet. Vandaag de dag zie je het in ons hotel bijvoorbeeld terug in de nieuwste audiovisuele technieken, de pilot 'Great meetings by Novotel' en een actieve rol in maatschappelijk verantwoord ondernemen."

ECONOMISCHE MOTOR

Het bruist van de activiteit rondom Novotel Eindhoven. Een vliegveld heeft naast alle drukte die het zelf genereert een aanzuigende werking op bedrijvigheid en dat wordt hier, in Brainport nummer drie van Nederland, gekoppeld aan innovatie in een inspirerend klimaat. "Pal aan de overkant van ons hotel verrijst momenteel de Brainport Industries Campus, waarvan het eerste deel nu opengaat", aldus Slomp. "Het bereikt straks vijf keer de omvang van de High Tech Campus. Tel daarbij op de ambities van de luchthaven om in capaciteit te verdubbelen, dan mag je gerust spreken van de economische motor van Eindhoven. Wij dragen hieraan graag een steentje bij door uitgebreid te netwerken en activiteiten te organiseren, zoals een informatiesessie over de groei en de toekomstige infrastructuur

voor ondernemers. Meerdere keren per jaar ontvangen wij de Brabantse chapters van Business Network International, waarbij BNI Mainport Eindhoven elke vrijdag een bijeenkomst in ons hotel houdt. Voor onze zakelijke gasten kunnen we altijd lijntjes leggen naar de business in de omgeving, bijvoorbeeld door een spraakmakende presentatie, masterclass of rondleiding te organiseren.”

AFTERLUNCHDIP VOORKOMEN

Het recent gerenoveerde Novotel Eindhoven biedt negen moderne vergaderzalen met schakelmogelijkheden tot een capaciteit van 220 personen, allemaal voorzien van razendsnelle een wiferverbinding en de nieuwste audiovisuele apparatuur, te bedienen via één knop. Slomp: “We willen ten koste van alles voorkomen dat onze gasten worstelen met het technisch voorbereiden van hun presentatie, want dat levert stress op. In onze interactieve boardroom bevindt zich een Athom Homey, het spraakgestuurde apparaat om centraal alle functies in de ruimte te bedienen, van het televisiescherm en het geluid tot de Philips Hue-lampen met instelbare moodverlichting en van de gordijnen tot de in hoogte verstelbare tafel. Die maakt het mogelijk om ter afwisseling staand te vergaderen of te brainstormen en daarmee bijvoorbeeld een afterlunchdip te voorkomen.”

NIEUWSTE TRENDS

In Eindhoven loopt momenteel de pilot ‘Great meetings by Novotel’, erop gericht om zakelijke gezelschappen het maximale uit hun bijeenkomsten te laten halen, met hulp van een meeting manager die altijd in de buurt is om mee te denken en flexibel te ondersteunen in service. “Een belangrijk element hierin vormt ‘Take a break & social spot’: tussendoor even buiten de zaal de benen strekken, neerstrijken in de Extreme Lounging Bags en samen bij de koffiemachine socializen”, zegt Slomp. “Door de dag heen zorgen we voor frisse energie via een vierledig Foodconcept, dat bestaat uit Mood & Functional Food, Health & Beauty Food, Comfort Food en Brain Food, met zorg geselecteerd en bereid door onze keukenbrigade. Verder faciliteren en stimuleren we nieuwe trends in vergadervormen, zoals world café, open space en fish bowl. In de brochure die we verstrekken, lichten we de specifieke kenmerken daarvan toe en onze medewerkers geven graag nadere ondersteuning. Om het maximale uit zo’n dag te halen, blijft de combinatie met een ontspannende activiteit een beproefd concept. Binnen ons netwerk bestaan legio mogelijkheden, je fietst zo naar de stad toe en als je iets sfeervols op onze eigen locatie wilt, organiseren we bijvoorbeeld een masterclass, high tea of barbecue rondom het zwembad.”

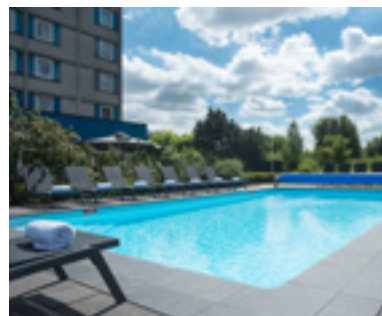
PLANET 21

Maatschappelijk verantwoord ondernemen staat centraal bij Novotel. Slomp: “We maken deel uit van AccorHotels en ondersteunen het wereldwijde programma Planet-21, een duurzaamheidsproject met stappen die er écht toe doen en veel verder gaan dan ISO-normen. In elke accommodatie hangt een scorebord, waarop zaken als energiezuinig werken worden bijgehouden. We vervangen overal de verlichting door led, maken afspraken met onze leveranciers over afvalverwerking, trainen onze medewerkers jaarlijks met een e-learning over sustainability en bekijken continu welke recyclebare alternatieven er bestaan voor bijvoorbeeld plastic. Daarnaast belonen we onze gasten die willen meedenken en er bewust voor kiezen om hun kamer vanuit duurzaamheidsoogpunt niet per se dagelijks te laten schoonmaken. Zij ontvangen dan van ons housekeeping-team een kortingsvoucher voor het restaurant.” Kortom, Novotel Eindhoven is een innovatieve overnachtings- en meetinglocatie, gelegen in een dito regio en omgeven door een passend netwerk.

novotel.accorhotels.com



General manager Ronald Slomp





Zuiderduin: een geheel nieuwe beleving

Hotel Zuiderduin in Egmond aan Zee heeft een ware metamorfose ondergaan. Het hotel is volledig vernieuwd en aangepast aan de hedendaagse standaard die een eventorganisator wenst van een venue. Richard Nan, verantwoordelijk voor Marketing en PR: "De laatste drie jaar heeft het hotel echt een transformatie ondergaan."

Eerder waren al de kamers vernieuwd en de lounges, het restaurant en de receptieruimte gemoderniseerd. De afgelopen periode werden – naast de vergaderzalen – ook de andere faciliteiten geüpgraded.

GECONCENTREERD

Met gepaste trots leidt Nan ons rond en we zijn onder de indruk van de metamorfose die de accommodatie heeft ondergaan. De kinderspeelplaats met klimrekken, de squashbaan en de bowlingbaan zijn nog steeds op hun

'oude' locatie, maar de andere faciliteiten zijn verplaatst en meteen gemoderniseerd. Nan vertelt: "De beautysalon zit nu naast het zwembad en de sauna, alle wellness voorzieningen zijn dus geconcentreerd. Het is nu één compleet spa-gedeelte, Zenmoodz genaamd." De inrichting is strak, modern en bijzonder stijlvol. Het geheel straalt klasse en luxe uit, zonder overdadig te worden.

Waar vroeger de salon zat, zit nu een nieuwe brasserie. Met een eigen keuken en bar is die geschikt voor grote groepen, maar biedt toch de eventueel gewenste privacy dankzij een slimme indeling. Ook hier is de inrichting en decoratie stijlvol, zij het dat die warm en uitnodigend aandoet. De pub O'Donnell's is het volgende pareltje dat Nan ons toont. Je voelt je echt in een Ierse pub, met – natuurlijk – Guinness op tap. Als laatste wijst Nan op het zwembad, waar de ietwat verouderde Griekse stijl vervangen is door een inrichting die mooi aansluit bij de



stijl van de wellness-faciliteiten.

“Daarmee is eigenlijk het plaatje wel compleet, tenminste voor wat betreft de faciliteiten”, vertelt Nan. “Het enige wat we hier nog gaan doen is de gang opknappen.”

MASTERPLAN

Maar daarmee is het ‘masterplan’ voor het hotel nog niet voltooid. “Als laatste gaan we in april volgend jaar de grote congreszaal, de Zuiderduinzaal, aanpakken. Uiteraard wordt er dan meteen rekening gehouden met licht en geluid, er komen state-of-the-art technische voorzieningen. Voordeel is dat het geen theaterzaal is, want in dat geval heb je een podium op een vaste plek en ben je al snel gebonden aan een bepaalde inrichting. Bij ons kan het podium aan alle kanten staan. Als die grote zaal gerestyled is, zijn we klaar en voorbereid op een mooie toekomst.”

UITSTRALING

Het voordeel van Zuiderduin is de combinatie van ligging, capaciteit en faciliteiten,

Totale capaciteit

40 zalen
620 kamers
1.320 bedden

aldus Nan. “Het mooie is dat we nu ook de uitstraling hebben. We hebben nu een product staan waarmee de salesafdeling uitstekend uit de voeten kan en we merken dat ook al in de aanvragen en boekingen.” Vaste klanten zullen een geheel nieuwe beleving meemaken, al zal de service van het vertrouwde hoge niveau zijn. Een andere USP van Zuiderduin is dat het onafhankelijk is, geen onderdeel van een keten. “Je kunt dan veel sneller schakelen, je hoeft niet eerst met een hoofdkantoor te overleggen of iets wel kan. Als Sales & Banqueting een bijzondere, uitdagende vraag krijgt van een klant, kan snel worden overlegd met het management. De terugkoppeling is direct en het moet wel heel erg gek zijn als het niet kan. Flexibiliteit is echt

een USP van het hotel. Dat zegt iedereen, dat weet ik, maar als je afhankelijk bent van anderen, dan ben je niet zo flexibel.”

FILOSOFIE

Die flexibiliteit vinden we ook terug in de capaciteit: naast Zuiderduin heeft de holding meerdere locaties: Strandhotel Golfzang en Hotel De Boei, eveneens in Egmond aan Zee, en een kleine twee jaar geleden is daar Strandhotel Het Hoge Duin in Wijk aan Zee bijgekomen. “November volgend jaar gaat dat hotel tijdelijk dicht, dan wordt het grondig verbouwd en uitgebreid. De ligging bovenop een duin is echt uniek, 40 meter boven de zeespiegel. De mogelijkheid tot vergaderen is al aanwezig, maar dat gaan we ook uitbreiden. En je bent als venue weer flexibeler, want je hebt nog een uitwijkmogelijkheid met kamers voor grote groepen.”

Het project valt binnen het concept van Zuiderduin: alle hotels zijn strandhotels en Het Hoge Duin is daarin een mooie aanvulling. Service staat voorop bij de Zuiderduin filosofie en mede daarom wordt gekeken naar de mogelijkheid om het vervoer tussen de diverse accommodaties, en bijvoorbeeld het nabij gelegen Alkmaar, in eigen beheer te organiseren. Over klantgerichtheid gesproken...

www.zuiderduin.nl

Kies voor zekerheid

Kies voor accommodaties met vergaderhamers

Bent u op zoek naar een vergader- of conferentie-accommodatie en wilt u van tevoren naast bijvoorbeeld de beschikbare capaciteit en toegankelijkheid ook weten welke kwaliteit er geboden wordt? Met de Congres- en Vergaderclassificatie kunt u het service- en kwaliteitsniveau van een locatie controleren dankzij het objectieve meetsysteem van 1 tot en met 5 hamers. De Congres- en Vergaderclassificatie maakt zich sterk voor het vergroten van de kwaliteit en professionaliteit van de branche, het onderscheiden van professionele bedrijven en het promoten van transparantie naar de gasten toe. U herkent de geclassificeerde accommodaties aan het logo, vergezeld van het aantal hamers dat een locatie heeft weten te behalen.



VERGADERHAMERS

"HET KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"

WWW.VERGADERHAMERS.NL
WWW.VERGADERHAMERS.BE

Postbus 62
5600 AB Eindhoven
T 040-84 82 836
info@vergaderhamers.nl



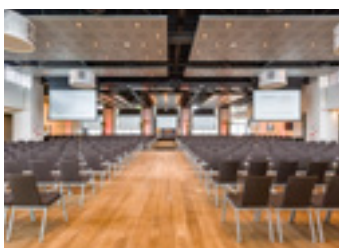
**Van der Valk Hotel
Sassenheim-Leiden**

Warmonderweg 8
2171 AH Sassenheim
T 0252 21 90 19
E sassenheim.valk.com
I www.hotelsassenheim.nl



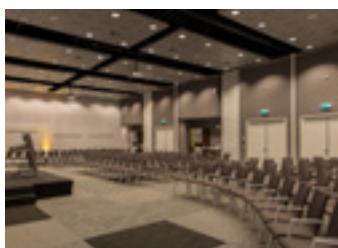
**New Babylon
Meeting Center**

Anna van Buerenplein 29
2595 DA Den Haag
T 070 205 1200
E info@new-babylon.nl
I www.new-babylon.nl



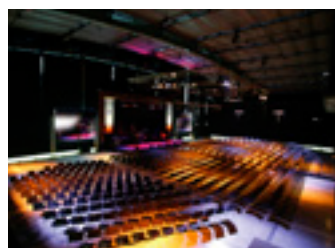
**Postillion Hotel
Amsterdam**

Paul van Vlissingenstraat 8
1096 BK Amsterdam
T 034 135 64 64
E hotel.amsterdam@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com



**Postillion Hotel Utrecht
Bunnik**

Kosterijland 8
3981 AJ Bunnik
T 030-6569222
E hotel.bunnik@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com



**Postillion Convention
Centre WTC Rotterdam**

Beursplein 37
3011 AA Rotterdam
T 010 - 405 4462
E wtc.rotterdam@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com/postillion-hotel-wtc



Postillion Hotel Dordrecht

Rijksstraatweg 30 +31
3316 EH Dordrecht
T 078 - 618 44 44
E hotel.dordrecht@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com/dordrecht



Postillion Hotel Deventer

Deventerweg 121 +31
7418 DA Deventer
T 0570 - 624 022
E hotel.deventer@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com/deventer



Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent

Hertog Eduardplein 4
6663 AN Nijmegen-Lent
T 024 - 792 02 00
E nijmegen@valk.com
I www.valknijmegen.nl



Landgoed de Rosep

Oirschotsebaan 15
5062 TE Oisterwijk
T 013 - 523 21 00
E info@rosep.com
I www.rosep.com



Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten

Amersfoortseweg 20
3769 AS Soesterberg
T 0346 35 17 55
E info@kontaktderkontinenten.nl
I www.kontaktderkontinenten.nl



Woudschoten Conferentiecentrum

Woudenbergsesweg 54
3707 HX Zeist
T 0343 49 24 92
E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl



Pullman Eindhoven Cocagne

Vestdijk 47
5611 CA Eindhoven
T 040 23 26 190
E H5374-RE2@accor.com
I www.pullman-eindhoven-cocagne.com



Congrescentrum Bouw & Infra Park

Ceintuurbaan 2 (gebouw 20)
3847 LG Harderwijk
T 0341 - 499 000
E info@bouwinfrapark.nl
I www.bouwinfrapark.nl



Hotel- en congrescentrum de Zeeuwse Stromen

Duinwekken 5
4325 GL Renesse (Zeeland)
T 0111 - 462040
E info@zeeuwsestromen.nl
I www.zeeuwsestromen.nl



Landhuishotel De Bloemenbeek

Beuningerstraat 6
7587 LD De Lutte
T 0541 - 551224
E sales@bloemenbeek.nl
I www.bloemenbeek.nl



Golden Tulip Hotel Central

Burgemeester Loeffplein 98
5211 RX 's-Hertogenbosch
T 073-6926 926
E info@hotel-central.nl
I www.hotel-central.nl



De Bonte Wever Assen

Stadsbroek 17
9405 BK Assen
T 0592 - 356 000
E info@debontewever.nl
I www.debontewever.nl



RAI Amsterdam

Europaplein
1078 GZ Amsterdam
T 020 - 549 1722
E info@rai.nl
I www.rai.nl



Kaap Doorn Conferentiecentrum

Postweg 9
3941 KA Doorn
T 0343 - 41 42 41
E info@kaapdoorn.nl
I www.kaapdoorn.nl



Dekker Zoetermeer Sport, Party en Conferentiecentrum

Scheglaan 12
2718 KZ Zoetermeer
T 079 - 368 42 00
E sales@dekkerzoetermeer.nl
I www.dekkerzoetermeer.nl



VERGADERHAMMERS

"HÉT KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"



**Van der Valk
Hotel Amersfoort-A1**

Ruimtevaart 22
3824 MX Amersfoort
T 0334 540 000
E sales@amersfoort.valk.com
I www.hotelamersfoort1.nl



**Van der Valk Hotel
Apeldoorn – de Cantharel**

Van Golsteinlaan 20
7339 GT Apeldoorn
T 055 541 44 55
E sales@vandervalkapeldoorn.nl
I www.vandervalkapeldoorn.nl



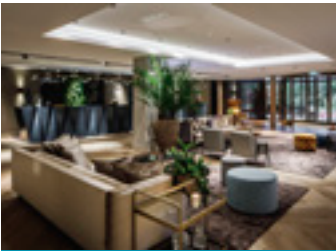
**Van der Valk
Hotel ARA**

Veerweg 10
3336 LM Zwijndrecht
T 078 623 17 83
E sales@hotelara.nl
I www.hotelara.nl



**Van der Valk
Hotel Arnhem**

Amsterdamseweg 505
6816 VK Arnhem
T 026 482 11 00
E sales@arnhem.valk.com
I www.hotelarnhem.nl



Van der Valk Hotel Assen

Balkenweg 1
9405 CC ASSEN
T 0592 85 16 51
E sales@assen.valk.nl
I www.hotelassen.nl



**Van der Valk
Hotel Cuijk-Nijmegen**

Raamweg 10
5431 NH Cuijk (A73 afrit 4)
T 0485 33 51 23
E cuijk@valk.com
I www.hotelcuijk.nl



**Van der Valk
Hotel De Bilt – Utrecht**

De Holle Bilt 1
3732 HM De Bilt
T 030 6358736
E sales@bilschehoek.valk.com
I www.bilschehoek.valk.com



**Van der Valk
Den Haag Wassenaar**

Zijdeweg 54
2245 BZ Wassenaar
T 070 511 93 44
E denhaag-wassenaar@valk.com
I www.hoteldenhaagwassenaar.nl



**Van der Valk
Hotel Eindhoven -
040 Congress & Events**

Aalsterweg 322
5644 RL Eindhoven
T 040 211 60 33
E reservations@eindhoven.valk.com
I www.hoteleindhoven.nl



**Van der Valk
Hotel Gilze-Tilburg**

Klein Zwitserland 8
5126 TA Gilze
T 0161 454 951
E receptie@hotelgilzetilburg.nl
I www.hotelgilzetilburg.nl



**Van der Valk Hotel
Hilversum – de Witte Bergen**

Rijksweg 2
3755 MV Eemnes
T 035 5395800
E sales@wittebergen.valk.nl
I www.hoteldewittebergen.nl



**Van der Valk
Hotel Leusden-Amersfoort**

Philipsstraat 18
3833 LC Leusden
T 0334 345 345
E sales@leusden.valk.com
I www.hotelleusden.nl



**Van der Valk
Hotel Ridderkerk**

Krommeweg 1
2988 CB Ridderkerk
T 0180 64 69 10
E sales@ridderkerk.valk.com
I www.hotelridderkerk.nl



**Van der Valk Hotel
Volendam**

Wagenweg 1
1145 PW Volendam-Katwoude
T 0299 36 56 56
E marketing@hotelvolendam.com
I www.hotelvolendam.com



**VAN DER VALK
BUSINESS**

Meetings | Incentives | Congres | Events | Corporates
67 locaties | één centraal aanspreekpunt

Van der Valk Business

T +31 (0) 88 024 64 00
E info@valkbusiness.com
W www.valkbusiness.com

kies voor zekerheid

KIES VOOR EEN ERKEND CONGRESORGANISATIEBUREAU

Een "Erkend Congresorganisatiebureau" voldoet aan strenge kwaliteitseisen rond professionaliteit, deskundigheid, documentatie en continuïteit (zowel financieel als organisatorisch). Bekijk de details op erkendcongresbedrijf.nl.

1. Het heeft ruime congresserving en beschikt over voldoende mensen. Bij grote internationale ervaring is het predicaat "Certified International Congress Organizer" gerechtigd
2. Het voldoet aan strenge eisen rond financiële transparantie, risicobeheersing, algemene voorwaarden en communicatie
3. Het bureau is transparant over organisatie en dienstverlening, direct naar opdrachtgevers en via de website
4. Het is verzekerd tegen aansprakelijkheid
5. Het stelt de belangen van opdrachtgevers en hun gasten voorop
6. Het onderwerpt zich aan strenge periodieke inspecties

UW BIJEENKOMST IN DE BESTE HANDEN



Postbus 62 - 5600 AB Eindhoven


T +31 40-84 82 836

info@vergaderhamers.nl - www.vergaderhamers.nl



Congress Care –
Uw medisch specialist in
congressen en symposia

Europalaan 16
5232 BC 's-Hertogenbosch
T 073 – 690 1415
E info@congresscare.com
I www.congresscare.com



Pauwels Congress
Organisers

Avenue Ceramique 222
6221 KX Maastricht
T 043 - 321 81 80
E info@pauwelspc.nl
I www.pauwelspc.nl



Congress
BY DESIGN

Congress by design

Kloosterweg 6c
3481 XC Harmelen
T 088 - 0898101
E info@congressbydesign.com
I www.congressbydesign.com



Cygnea

Achterwetering 23
2871 RK Schoonhoven
T 0182 320126
E info@cygnea.nl
I www.cygnea.nl

Eerste MarketingOost Symposium voor de vrijetijdssector

Het gaat goed met de Overijsselse vrijetijdssector. Als een van de weinige sectoren liet de vrijetijdseconomie ook gedurende de crisisjaren een groei zien. Inmiddels is het aantal directe bestedingen in Overijssel circa 348 miljoen euro. Aanleiding voor MarketingOost, de organisatie verantwoordelijk voor de stads- en regiomarketing van de Overijsselse regio's, op 15 november haar eerste symposium voor de sector te organiseren. "Toerisme en recreatie zijn continu in beweging. De afgelopen tien jaar groeit de sector in de provincie sterk. Belangrijk om die groei vast te houden en door te zetten. We moeten blijven inspelen op nieuwe ontwikkelingen en trends. Meebewegen met de behoeften van de gast. Nieuwe, buitenlandse markten aanboren. Maar zeker ook zorgen voor het behoud van onze natuur en de kwaliteit van ons leefklimaat", aldus Henk van Voornveld, directeur van MarketingOost. "Belangrijk dus om als sector met elkaar in gesprek te blijven, je te laten inspireren en te informeren. Daarom organiseert MarketingOost een symposium voor alle stakeholders binnen de vrijetijdssector." Het symposium vindt op 15 november plaats in Hangar 11, op vliegveld Twenthe in Enschede. Een unieke locatie die alle ruimte biedt aan zowel bezoeker als exposant. Het programma is uit drie onderdelen opgebouwd. Zo worden er diverse, inspirerende keynote sprekers uitgenodigd, kunnen bezoekers deelnemen aan workshops en is er een beurs- en netwerkvloer waar ondernemers zich kunnen laten inspireren en informeren. Partners van MarketingOost hebben gratis toegang tot het symposium. Niet-partners zijn ook van harte welkom en kunnen een entreeticket kopen via www.marketingoostsymposium.nl.



Ervaren professionals vergroten team van The Oval Office

The Oval Office stelt je graag voor aan twee nieuwe 'officers'. Het Nederlandse team is onlangs uitgebreid met Isabelle van Hedel (Senior Project Manager) en Marjolein van der Donck (Senior Account Manager Communications). Isabelle versterkt het event team en gaat onder andere aan de slag met internationale projecten voor Google. Met haar hotel-school achtergrond en ruim acht jaar event ervaring bij onder andere Events in Business een waardevolle aanvulling op het team. Marjolein is een allround communicatiespecialist en gaat zich binnen het team richten op de projecten waarbij het zwaartepunt op marketingcommunicatie ligt. Ze heeft ruime ervaring opgedaan bij onder andere AEGON (communicatie en events) en binnen de non-profitbranche bij De Hartstichting en Make-A-Wish Nederland. "Met de komst van Marjolein en Isabelle hebben we er niet alleen twee zeer ervaren professionals bij, maar ook twee collega's die met veel passie en creativiteit te werk gaan. Niet alleen een aanwinst voor ons team in Nederland, maar ook onze opdrachtgevers, zoals Bol.com, Google, Adobe en de gemeente Den Haag, zullen genieten van de expertise en betrokkenheid van deze twee specialisten", aldus Bart van Wanrooij, managing director van The Oval Office in Nederland.

Maastricht & regio ontpopt zich als nieuwe Bio-hub

Maastricht ontpopt zich als een ware bio-hub nu drie belangrijke, internationale congressen uit deze sector plaatsvinden in MECC Maastricht. Allereerst is er het jaarlijkse European Conference on Biomaterials dat 9 t/m 13 september georganiseerd werd, gevolgd door European Congress on Biotechnology in 2020 en Congress of the European Society of Biomechanics (ESB) in 2021. In het aantrekken van deze grote, internationale congressen is door MECC Maastricht en het Maastricht Convention Bureau niet alleen intensief samengewerkt met provincie en gemeente, maar zeker ook met partijen als Maastricht University, Brightlands Health Campus, MUMC+, DSM, TU Eindhoven en Chemelot. Maastricht en regio is, mede dankzij de ontwikkelingen op de Brightlands campussen, één van de grootste groeigebieden waar het gaat om onderzoek naar biomaterialen en de toepassing ervan in de klinische praktijk. De laatste jaren hebben talloze bedrijven in de regio zich toegelegd op de ontwikkeling van innovatieve biomaterialen, die gebruikt kunnen worden in het menselijk lichaam of andere levende systemen. Daarbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan de ontwikkeling van complete hartkleppen, weefsel voor botreconstructies of minuscule kunstmatige 'bolletjes' van een honderdste millimeter gevuld met antibiotica die exact op de plek van een ontsteking het medicijn loslaten. Tijdens het congres dat hier volgende week plaatsvindt, waar zo'n 950 internationale experts aan deelnemen, passeren de nieuwste innovaties op het gebied van biomaterialen de revue.



“Mijn collega komt zo bij u”

Te weinig personeel is een oorzaak voor oplopende wachttijden. Het speelt in diverse sectoren, ook in de horeca. Je vindt het niet leuk om lang te moeten wachten op een eerste contact, op de menukaart, op je bestelling of op de rekening. Zelfs het legendarische “mijn collega komt zo bij u” ontbreekt als ze je niet eens aankijken. Het personeelstekort dwingt tot efficiencymaatregelen en slimme oplossingen. Een paar suggesties van een betrokken leek.

Ervaren medewerkers

Zoek in reviews op ‘goede bediening’ en ga eens kijken hoe succesvolle collega’s het aanpakken. Vaak hebben ze meer, oudere en ervaren medewerkers. Die goed kunnen multi-tasks, de gast adviseren, nooit met lege handen lopen en steeds rondkijken. Met hun ervaring verdienen ze zich dubbel en dwars terug door betere recensies, een hogere efficiency, hogere omzet en meer terugkerende klanten.

Six Sigma

Leer logistiek van een fabriek, zonder er zelf een te worden natuurlijk. Je hoeft geen hijgerige Amerikaanse vreeschuur te worden om toch de logistieke processen vlotjes te laten verlopen.

Kijk eens hoe in productiehallen en magazijnen ‘Six Sigma’ en ‘Lean Management’ helpen om materiaal- en tijdverspilling te beperken. Soms worden doorlooptijden en het aantal handelingen met tientallen procenten gereduceerd. Alleen al met handheld bestel- en betaalkastjes kun je de processen aangenaam bespoedigen.

Zelfbediening

Een alerte en vriendelijke bediening heeft natuurlijk een strategische waarde in een restaurant. Maar toch kunnen er best wat verfijnde vormen van zelfbediening ingezet worden.

In een ontbijtzaal is het normaal dat je voor een extra broodje of glaasje jus opstaat, tot op zekere hoogte zou dat ook kunnen bij diners. Vertel gasten wat ze desgewenst zelf kunnen (bij)halen. Zet de bestelde wijn als fles op tafel, zet er een fles mineraalwater bij en reken af wat de gast er zelf van genomen heeft. Ik zag bij Downtown Gourmet Market in Eindhoven dat gasten alles ook via een app kunnen bestellen als ze willen. Een ontwikkeling die zeker in opmars is.

Triage

Kijk eens hoe ziekenhuizen op de Spoedeisende Hulp de methodiek van ‘Triage’ toepassen. Eén ervaren kracht beoordeelt op ieder moment wie het eerst geholpen moet worden. Dit gaat dus voorbij aan het eerlijke maar risicovolle of inefficiënte ‘first-in-first-out’. Mutatis mutandis voor de horeca: bepaal zowel tactisch als ter plekke wie of wat haast heeft en omzet- of klachtgevoelig is. De een is blij met een lange avond van verwennerij, de ander wil beslist snel en zonder knipmessenbediening weer spoedig buiten staan. Misschien passen ervaren medewerkers zelf wel onbewust een vorm van triage toe, maar het is toch een interessant management-onderwerp om te bespreken. Want één ding is zeker, voor niemand is het leuk als een extra wijntje of portie frietjes zo lang op zich laat wachten dat het als mosterd na de maaltijd komt.

Ton Soons

directeur Vergaderhamers, het kwaliteitslabel voor de congres- en vergadermarkt.

Reageren? Schrijf naar info@vergaderhamers.nl



Erfgoed Bossem

Sterren kijken vanuit je bed

Lattrop-Breklenkamp is een klein dorpje in Overijssel. Toch geniet het dorp landelijke bekendheid doordat hier sinds de jaren negentig Sterrenwacht en planetarium Cosmos gevestigd is, de donkerste sterrenwacht van Nederland. Wil je geheel in stijl blijven overnachten? Dan boek je een heuse sterrenkubus bij het naastgelegen Erfgoed Bossem.

De dag dat wij afreizen naar Lattrop zal de bloedmaan aan de hemel verschijnen. Hoewel het daarvoor extra druk is, merken wij daar weinig van wanneer we bij Erfgoed Bossem arriveren. Deze locatie ligt verscholen tussen de bossen en straalt een en al rust uit. De locatie wordt al vanaf 1272 wordt bewoond. Het bedrijf is sinds 1847 in handen van de familie Rerink. Zo'n 25 jaar geleden startten de ouders van Dennis met een minicamping. In 2007 namen Dennis en Annette het bedrijf over. Stap voor stap werd de minicamping uitgebouwd naar een locatie waarbij de verbinding tussen de boerderij, eten en gasten centraal staat. Op deze biologische veehouderij ontvangen Dennis en Annette Rerink met plezier gasten die het pure landleven kunnen waarderen.

Sterrenwacht en planetarium Cosmos zakelijk

Sterrenwacht en planetarium Cosmos beschikt over een vergaderzaal voor 50 personen. De zaal is geschikt voor congressen, vergaderingen, opleidingen, seminars, themadiners, relatiebijeenkomsten en dergelijke. Bovendien kan de zaal gebruikt worden voor het vertonen van eigen filmmateriaal, voor kleine optredens (Cosmos kan bemiddelen bij het vinden van gastsprekers) of andere vormen van presentaties. Er kan bovendien een persoonlijke rondleiding gegeven worden. Een lunch of dinerbuffet behoort tevens tot de mogelijkheden.

COMFORT VAN EEN HOTEL

We checken in bij de Saksische boerderij, waar zich onze kamer bevindt. De sterrenkubussen zijn heel populair en waren allemaal al volgeboekt. Logeren in de boerderij zelf is een goed alternatief, zo blijkt wanneer wij onze bagage op onze kamer zetten. Je logeert bij de boer, maar hebt het comfort van een luxe hotel. Onze ruime Koestersuite is onder andere voorzien van een fijne boxspring en een douche met infrarood. De kamer is heel geschikt voor gezinnen, doordat zich tevens een open bedstede voor twee personen op de kamer bevindt.

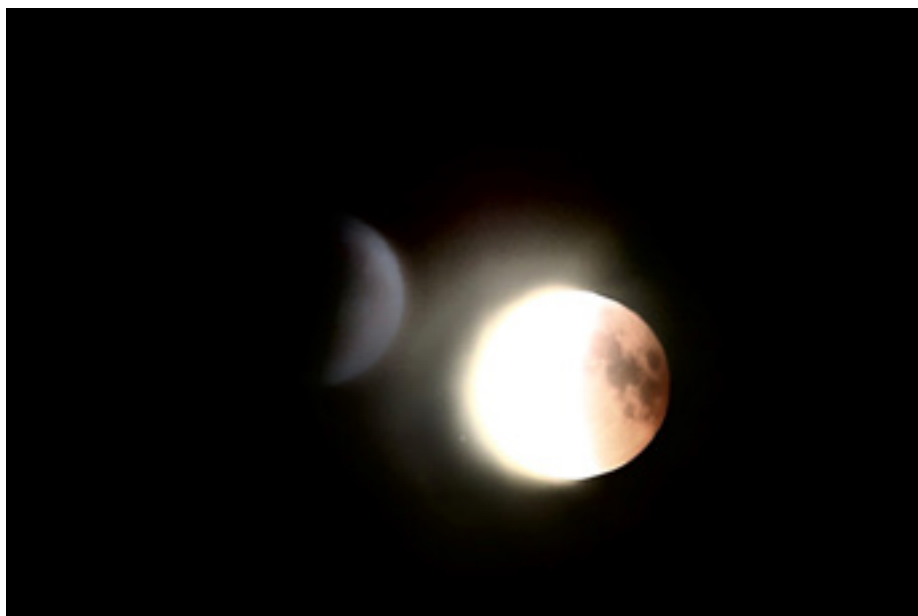
SLOW FOOD

's Avonds schuiven we aan bij Martins Tafel voor een verrassingsdiner van driegang. Chef-kok Martin heeft

zich overduidelijk laten inspireren door de seizoenen en heeft een voorkeur voor lokale biologische ingrediënten. Erfgoed Bossem is lid van Slow Food, hierbij zijn inmiddels bijna 100.000 leden uit 132 landen aangesloten die vinden dat voedsel lekker, puur en eerlijk moet zijn. De ribeye die we voorgeschoteld krijgen, is afkomstig van de eigen Branderode runderen. We hebben niet zo heel veel tijd omdat we nog naar de sterrenwacht moeten, maar de keuken past zich hier feilloos op aan. Binnen een mum van tijd hebben we heerlijk gegeten.

DONKER

Sterrenwacht en planetarium Cosmos ligt op steenworp afstand van Erfgoed Bossem. Je vindt er onder andere verschillende expositieruimtes, het Astro Theater en een prachtig planetarium. Bij geen enkele sterrenwacht in Nederland is het zo donker als in Lattrop. Het is dan ook al een drukte van belang wanneer we arriveren. Mensen uit heel Nederland zijn afgereisd naar de sterrenwacht en zelfs het NOS Journaal is vertegenwoordigd met een cameraploeg. Eenmaal binnen nemen we de trap naar het observatorium, waar zich een van de grootste computergestuurde telescopen van Nederland



Erfgoed Bossem Zakelijk

Wil je echt even loskomen uit de dagelijkse werkomgeving voor een team- of trainingsbijeenkomst, dan is de eeuwenoude boerderij van Erfgoed Bossem de aangewezen plek. 's Zomers onder de walnotenbomen, met guur herfstweer in de gezellige Veurkamer, in de winter voor het knapperende haardvuur en in het voorjaar tussen de koeien...Elk seizoen is het op Erfgoed Bossem aangenaam vertoeven om je geest te luchten. Tijdens het verblijf worden gasten culinair in de watten gelegd. Voor alle maaltijden is er zoveel mogelijk gekozen voor het natuurvlees van de eigen boerderij en mooie, lokale producten volgens het Slow Food principe 'think global, eat local'. Het vergaderen kan desgewenst onderbroken worden voor een wandeling of een outdooractiviteit op het erfgoed of in de nabije omgeving.



bevindt. Na een tijdje wachten komt de bloedmaan tevoorschijn. De rode kleur geeft de maan een mysterieus tintje. Toch is het vooral de plek die het tot een bijzondere belevenis maakt. We zien sterren, planeten, de Melkweg en luisteren gefascineerd naar de uitleg van de medewerkers van Cosmos. Na afloop wandelen we in het licht van de maan naar onze kamer terug.

TRANSPARANTE KOEPEL

's Ochtends worden we wakker van de fluitende vogels. Een uitgebreid ontbijtbuffet staat op ons te wachten. Ook hier zien we weer veel verse en lokale producten. Na het uitchecken besluiten we nog even een kijkje te nemen op het terrein. Hierbij passeren we de sterrenkubussen. De kubussen zijn maar negen vierkante meter, maar hebben een complete uitrusting. Zo is er een tweepersoonsbed, een zithoek met een slaapbankje, een ingerichte kitchenette met onder andere koelkast, fornuis,

magnetron en keukengerei en is er centrale verwarming. Uiteraard ontbreekt de telescoop niet, meestal wordt de telescoop buiten gebruikt. Door de koepel kijk je vanuit je bed. De kubussen zijn bijzonder geschikt voor groepen, aangezien er meerdere verhuurd worden die allemaal bij elkaar staan. Ook leuk voor groepen zijn de sfeervolle lodgetenten. Voorzien van comfortabele bedden, een volledig ingerichte kitchenette, een zithoek met een kacheltje en een veranda. De grotere lodgetenten hebben bovendien een houten badtobbe. Leuk voor gasten die 'back to basic' willen. Terwijl we naar onze auto lopen, passeren we de beschutte plaatsen van de camping die bij de locatie hoort. Erfgoed Bossem is een ontzettend veelzijdige locatie. Ook als je niet van plan bent om sterren te gaan kijken, maar op zoek bent naar rust en natuur, ben je hier aan het juiste adres.

www.bossem.nl

www.cosmossterrenwacht.nl



MEETING ABROAD

Meeting Trophy 2018

Zwitserland presenteert zich

Al voor de veertiende keer heeft het Switzerland Convention & Incentive Bureau de Meeting Trophy georganiseerd. Het blijkt een ijzersterke formule en de internationale belangstelling voor dit event is groot. Naast ons eigen team uit de lage landen namen nog zeven andere teams deel: Noord-Amerika, België, UK en Ierland, Duitsland, Frankrijk, Scandinavië en Rusland.

Tekst Toon van Winden



Voor de 2018-editie van dit vierdaagse internationale event was een kennismakingsrally uitgezet van Basel via Bad Ragaz naar Sankt Moritz/Pontresina. Er waren negen Nederlandse eventmanagers uitgenodigd om samen ons land te vertegenwoordigen. Het team stond onder leiding van Lisette van Dolderen, key account manager MICE van Zwitserland Toerisme in ons land.

KENNISMAKING

Nieuwsgierig naar wat Zwitserland en deze Meeting Trophy ons te bieden hadden, reisden we af naar de eerste halteplaats Basel. Het bezoek aan deze historische universiteitsstad, die velen slechts kennen als passant naar zuidelijker vakantiebestemmingen, bleek de moeite waard. De levendige binnenstad kent volop klassieke historische gebouwen en daarnaast is een deel van de stad ingevuld met strakke moderne architectuur zoals het Hyperion Hotel**** en het pal ernaast gelegen grote Beurs en Conferentiecentrum. De sfeervolle boomrijke binnenplaats van het Restaurant Kunsthalle en Campari Bar vormde het decor voor de eerste kennismaking met eigen teamgenoten en deelnemers uit andere landen. De Zwitserse organisatie bleek al meteen tot in de puntjes

verzorgd en zelfs met de weergoden leek men een en ander te hebben afgestemd. Het weer was perfect en dat zou gedurende het hele evenement zo blijven.

PILLEN DRAAIEN

Het feitelijke startschot werd de volgende ochtend gegeven na het ontbijt in het centraal in de stad gelegen Volkshaus Basel, een locatie die flinke groepen aan kan (en ook weer met een lommerrijke binnenplaats). Een gewichtig moment bij de start was de uitreiking van het Meeting Trophy Roadbook, voor ieder team één, waarin alle opdrachten en vragen stonden die gedurende het hele evenement moesten worden afgehandeld. Deze vragen die onderweg beantwoord moesten worden, nodigden uit tot een bezoek aan diverse karakteristieke gebouwen in de oude binnenstad. Voor MICE-geïnteresseerden waren dit steeds locaties die het een en ander aan faciliteiten te bieden hebben zoals het Restaurant Löwenzorn en de Teufelhof. Ook stond een bezoek aan het Apotheek-museum van de universiteit op het programma. Met succes zagen de deelnemers daar kans wat pillen te draaien (een van de opdrachten in de rally) en we hadden de gelegenheid een flietsrondgang door het museum te maken. Er is daar veel te zien en het





geheel is er op een historische en sfeervolle manier gepresenteerd.

BAD RAGAZ

Na een enerverende actieve ochtend in Basel stond als volgende etappeplaats Bad Ragaz een kleine 200 km verder op het programma. Het was een uitdaging voor de Zwitserse organisatie om een groep van zo'n honderd personen efficiënt te verplaatsen en alle deelnemers fit, positief gestemd en nieuwsgierig naar nieuwe uitdagingen op de nieuwe halteplaats te laten arriveren. Het bleek dat je zoiets gerust aan de Zwitsers kan overlaten.

Het eerste deel van deze dagtrip verliep per trein naar Zurich waarbij onderweg een smakelijke lunch werd genoten. Vervolgens maakte ons gezelschap een wandeling naar de haven aan het meer van Zurich. Helemaal onopgemerkt ging dat niet want als Nederlandse groep waren we uitgedost in oranje poloshirts en de andere teams hadden ook zo hun eigen fleurige uitmonstering. Na deze stadswandeling gingen we aan boord van een comfortabele boot die ons na een verfrissend tochtje afzette aan de zuidoever van het meer bij een treinstationnetje waar een speciale trein voor de groep klaar stond:

De Red Arrow Churchill, een nostalgische trein die dateert uit 1939. Deze trein met een capaciteit van 110 personen is inzetbaar op het hele Zwitserse spoorwegnet en wordt ingepland tussen het gewone treinverkeer. Ideaal dus voor maatwerk-transport van groepen waarbij onderweg ook nog cateringfaciliteiten voorhanden zijn.

WATERPROEVERIJ

In Bad Ragaz werden we verwelkomt in het chique Grand Resort Bad Ragaz****. Aan alles is hier te zien dat we hier met een eerste klas spa-hotel te maken hebben. Het kan worden gekarakteriseerd als



prestigieus, beetje formeel, statig en (uiteraard) buitengewoon servicegericht. Het Routeboek daagde ons uit kennis te maken met de Spa-suites ondergebracht in een naast het hotel gelegen strak hypermodern gebouw. Deze suites, qua oppervlak variërend van zeer ruim tot gigantisch, zijn eigentijds en smaakvol ingericht en bieden alle denkbare comfort. Een andere opdracht bracht ons naar de waterbar van het resort. Hier werden we door een heuse watersommelier onderwezen in de diverse soorten water en de bijbehorende karakteristieken. De opdracht was vervolgens uiteenlopende soorten water te proeven en te herkennen. Ons oranje team scoorde hierbij bijzonder goed volgens sommigen vanwege buitengewoon ontwikkelde smaakpapillen en volgens anderen vanwege meer geluk dan wijsheid.

Bij de borrel aan het eind van deze rallydag werd de tussenstand in het klassement van de diverse teams bekendgemaakt. Anders dan men wellicht zou denken, keken de teams hier met spanning naar uit. Het in de rallyformule ingebouwde wedstrijdelement had het enthousiasme van de deelnemers behoorlijk opgewekt. Het Noord-Amerikaanse team bleek tot dan de beste

prestatie te hebben geleverd. Voor ons team zeker geen reden de moed te laten zakken; er volgde immers nog een dag met nieuwe opdrachten en uitdagingen. Onze teamcaptain liet zich hierbij niet onbetuigd: ze vuurde ons aan tot nog groter enthousiasme, wees op de grote kwaliteiten die inmiddels in ons team gebleken waren en de gemakkelijk overbrugbare achterstand die we hadden opgelopen. Het smakelijke diner dat ons ten slotte in de grote zaal van het hotel werd voortgezet (140 personen in opperbeste stemming aan fleurig gedekte tafels) besloot de tweede rallydag.

SANKT MORITZ

De volgende dag stond de route van Bad Ragaz naar Sankt Moritz op het programma. Dit deel van de rally werd afgelegd per auto. De organisatie had via EuropCar gezorgd voor drie comfortabele auto's per team waaronder diverse cabrio's. De te volgen route was, zoals vroeger, aangegeven op papier. In een gezelschap dat nu niet anders gewend is dan de TomTom in te schakelen, gaf dit wel enkele hickups. Het werd een heerlijke rit op een meanderende weg door een adembenemend mooi berglandschap. De aankomstplaats van deze etappe was

bij Sankt Moritz, de bakermat van de wintersport. We hielden stil naast het meer dat zich voor de stad uitstrekt om daar nog een aantal quizvragen te beantwoorden. Zo leerden we dat op dit meer in de periode januari/februari polowedstrijden worden gehouden.

Voor een lunch in de open lucht verzamelden we ons bij een vlakbij gelegen kaasboerderij. De kaasbereiding op traditionele manier was hier in volle gang en de kaasboer werd niet moe alles hierover uit te leggen. Het belangrijkste onderdeel van de lunch zal niet verbazen: Inderdaad diverse soorten kaas. Na de lunch kwamen de laatste fysieke opdrachten aan bod: ouderwetse spelletjes met een Zwitserse inslag zoals hindernisbanen, blikgooien en boomstamzagen. Niet iedereen kon hier

winnen maar iedereen, deelnemers en toeschouwers hadden hierbij volop plezier.

BERGPLATEAU

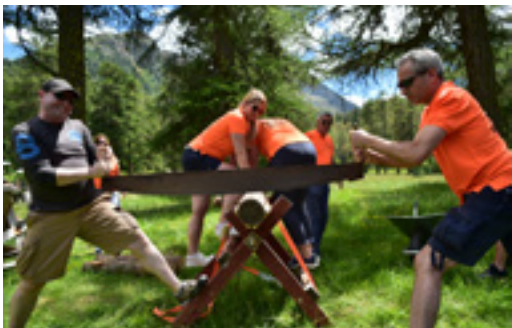
Van de kaasboerderij naar ons volgende onderkomen hotel Saratz in Pontresina kon gebruik gemaakt worden van klaarstaande fietsen voor een heerlijk tochtje door een rivierdal.

Voor wie dacht dat nu alle vervoermiddelen de revue wel hadden gepasseerd volgde 's avonds nog een verrassing. Met een kabelbaan werden we tot bijna 3.000 meter hoogte gebracht naar een schitterend bergplateau, waar we werden opgewacht door een kwartet alphoornblazers in een adembenemend decor van alpentoppen en een machtige gletsjer. In het hier gelegen Berghaus Diavolezza, een restaurant met regionale specialiteiten,

volgde ten slotte het eiddiner van deze bijzondere trip met natuurlijk bekendmaking van de einduitslag. De Amerikanen bleken gewonnen te hebben en die vierden dit, terecht, uitbundig. Alle overigen voelden zich echter, na zo'n interessante, leerzame en gezellige rally, zeker geen verliezers!

Toen we de volgende dag op de terugweg naar het vliegveld in Zurich ook nog plaats konden nemen in luxe in oude stijl gerestaureerde Pullmanwagons en de trein ons over enkele spectaculaire viaducten in de bergen voerde, was ons sprookje compleet. Chapeau Zwitserland!

www.myswitzerland.com/nl-nl/meetings



IBTM World 2018

Focus op innovatie en techniek

De voorbereidingen op IBTM World zijn in volle gang. Eind november worden de deuren van de Gran Via venue in Barcelona opnieuw geopend voor de internationale MICE-professional.

Tijdens de vorige editie van IBTM World presenterden bijna 3.000 standhouders uit meer dan 150 landen hun bedrijf aan 3.463 hosted buyers en duizenden bezoekers. In drie dagen tijd vonden er meer dan 74.000 vooraf geplande ontmoetingen plaats. Dit jaar zijn er in de Gran Via venue diverse nieuwe standhouders te vinden, waaronder Sixt, Hong Kong Tourism, China a la Carta, Alternative Athens, Global Passen-

ger Network, Tourism New Zealand, Plus DMC Group, Standard International Management hotel group en het creatieve technologiebedrijf Codemodeon dat door middel van baanbrekende virtual reality-, augmented reality en mixed reality-technologie unieke belevingen creëert. Terugkerende partijen zijn onder andere Hyatt Hotel Group, Hilton, Kempinski Hotels, German Convention Bureau, Switzerland Convention & Incentive Bureau, Slovenia Meetings, Malaysia Convention & Exhibition Bureau, VisitScotland and partners en Barcelona Convention Bureau.

KENNISPROGRAMMA

Het driedaagse kennisprogramma van IBTM World bestaat dit jaar uit 54 sessies die betrekking hebben op de thema's innovatie; technologie; creativiteit; branchetrends; betrokkenheid en belevingen; veiligheid en beveiliging; duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen; professionele ontwikkeling, werving en welzijn; business development en strategie; marketing en digitaal. Shane Hannam, Portfolio Director IBTM, is erg tevreden met dit uitgebreide kennisprogramma. "Dit jaar staat technologie centraal en hoe dit elk aspect van het organisatieproces van bijeenkomsten kan verbeteren. We gaan nader in op het analyseren en





Scensio won in 2017 de Tech Watch Award, Scensio



Shane Hannam



Duncan Wardle



Dex Torricke-Barton

begrijpen van de trends, maar ook hoe je deze trends door middel van creativiteit kan inzetten om betere en meer waardevolle connecties te maken.”

DISNEY EN FACEBOOK

Onlangs kondigde IBTM World twee van de drie key note speakers aan die elk een dagelijkse aftrap van het kennisprogramma zullen verzorgen. Op dag 2 zal Duncan Wardle als eerste op het podium staan. Hij werkte 25 jaar lang als een van de drijvende creatieve krachten bij The Walt Disney Company. Wardle maakte onderdeel uit van het team dat verantwoordelijk was voor de ontwikkeling van EuroDisney en de Disney cruises. Inmiddels is hij actief als zelfstandig innovatie-consultant en werkt hij samen met bedrijven zoals Coca Cola, Ford en Johnson & Johnson. Tijdens zijn sessie vertelt Wardle over zijn ervaring met het leiden van een team van creatieve consultants en hoe creatief denken kan leiden tot onverwachte bedrijfsresultaten.

Op dag 3 verzorgt Dex Torricke-Barton de kick-off. Hij is voormalig hoofd communicatie bij SpaceX, Executive Communications Manager bij Facebook en Executive bij Google. Op dit moment schrijft hij een boek over de impact van technologie bij het oplossen van sociale verdeeldheid wereldwijd. Torricke-Barton gaat tijdens zijn sessie in op zijn ervaringen bij zijn voormalige werkgevers en evalueert de opkomst van macro maatschappelijke trends, inclusief de toeneemende globalisatie en nationalisme, en de opkomst van technologie zoals virtual reality en live-streaming. Hij zal voorspellen welke technologie gaat domineren en hoe deze technologie de MICE-sector, werk en bedrijfsprocessen blijvend zal veranderen.

TECH WATCH AWARD

Tot en met 7 september konden bedrijven met een technologisch product of dienst toegepast in de MICE-branche zich inschrijven voor de Tech Watch Award. Elk product wordt getoetst op de punten

innovatie, concept/business model en toegevoegde waarde. De jury selecteert uiteindelijk zes finalisten die tijdens IBTM World hun product mogen demonstreren bij het publiek. De winnaar wordt tijdens de beurs bekendgemaakt. “De Tech Watch staat hoog aangeschreven binnen de MICE- en technologische branche, dankzij de exposure die de winnaars krijgen en de deskundige jury. De award biedt bedrijven een mooie gelegenheid om nieuwe producten en oplossingen aan een groot internationaal publiek te laten zien. Eerdere finalisten en winnaars lieten ons weten dat zij dankzij de mogelijkheid om hun product te demonstreren tijdens de beurs, hun bedrijf een enorme boost hebben kunnen geven”, aldus Hannam.

IBTM World vindt dit jaar plaats van 27 tot en met 29 november in de Gran Via venue in Barcelona. Meer informatie: www.ibtmworld.com

Vind (té)gekke vergaderplekken via OrigineelVergaderen

Effectief vergaderen vraagt om een inspirerende omgeving en dat maakt dat de behoefte naar creatieve en 'anders dan anders' locaties groter is dan ooit. OrigineelVergaderen.nl is een nieuw, online platform dat hierop inspringt met té gekke vergaderplekken die je een instant 'WOW'-gevoel geven. Van boomhut tot watertoren en van een voormalige gevangenis tot zandtrechters. Op OrigineelVergaderen.nl vind je de leukste locaties voor een succesvolle vergaderingen, teambuilding, workshops of andere zakelijk evenement. Alle locaties op het platform zijn 'Officieel Origineel' en wijken dus af van het standaard vergaderhok in een saai kantoorgebouw. Kies voor bijzondere locaties in de natuur, aan de kust, op het water of in het bos. Maar ook in de stad vind je een groot aanbod van nog nauwelijks ontdekte (té) gekke vergaderplekken. Voor elke stijl en binnen elk thema vind je een passende vergaderlocatie. OrigineelVergaderen heeft het meeste unieke aanbod van vergaderlocaties in Nederland.



Grootste cardiologiecongres (ESC) tekent meerjarige overeenkomst met ACS

Het jaarlijkse congres van de European Society of Cardiology (ESC) was dit jaar opnieuw een overweldigend succes. Bijna 33.000 professionals uit 156 landen bezochten dit grootste en meest invloedrijke medische congres in Europa - en de grootste cardiovasculaire conferentie ter wereld - dat van 25 t/m 29 augustus plaatsvond in Messe München. Vlak voor de start kondigde ESC aan een 4-jarige overeenkomst met ACS te tekenen voor de bouw van tijdelijke zalen en de levering van audiovisuele faciliteiten in diverse congrescentra in Europa. Dit gebeurde na een tenderprocedure, waarbij het aanbod van ACS uitgebreid werd vergeleken met dat van andere leveranciers op de markt. In München was ACS verantwoordelijk voor de bouw en inrichting van 13 tijdelijke zalen, elk geschikt voor 200 tot 1.000 personen. Samen met Messe München faciliteerde ACS ook de levering van audiovisuele faciliteiten in de 9 vaste zalen van het congrescentrum, waaronder het grote auditorium voor 3.000 bezoekers. Het congres was in alle opzichten een groot succes.

Terwijl het ESC-congres 2018 net is afgelopen zijn de voorbereidingen al begonnen voor het ESC Congres 2019 in Parijs en 2020 in Amsterdam, de thuishaven van ACS.

Oscars van EDM vierden 21ste editie met OD Hotels

Op 11 september organiseerde Ibiza de 21st Editie DJ Awards. Deze internationale ceremonie eert 's werelds beste dj's. Onder het aanwezige talent: Carl Cox, Roger Sánchez, Hernán Cattaneo en Jamie Jones. Een van de voorkeurslocaties voor dit internationale evenement was OD Ocean Drive Hotel, dat deelnemende dj's heeft verwelkomd en toegejuicht. De link van het hotel naar muziek vanaf de inhuldiging in 2009 heeft er een van de iconische locaties van het eiland van gemaakt. OD Hotels is een Spaanse boetiekhotelketen die breekt met traditionele benaderingen van het toerisme op basis van vijf pijlers: een open en inclusief karakter, een kosmopolitische geest die overal de beste locaties zoekt, een besluit om verlaten of ongebruikte gebouwen op te knappen, de ondersteuning van kunst in al zijn vormen en een streven naar duurzaamheid. OD Hotels, en meer specifiek zijn vlaggenschip OD Ocean Drive, is een muzikale maatstaf voor Ibiza's dj's vanaf de opening in 2009 en wilde opnieuw actief bijdragen aan het DJ Awards initiatief. OD Hotels ondersteunt het muzikale talent dat de kern is van EDM, met onder andere house, techno, bass en trance. OD Hotels ondersteunt evenzeer toonaangevende dj's, gevestigde veteranen als ook nieuwe talenten. Onder de meer dan twintig namen die dit jaar de lijst met genomineerden voor de DJ Awards vormden, behoren enkele van de bekendste dj's en dj's van de internationale scene. 's Middags werd er een receptie gehouden voor de media en genomineerden; de locatie was OD Ocean Drive Hotel (Puerto Deportivo Marina Botafoch, 07800 Ibiza). De werksessies werden afgesloten met de avondprijsuitreikingceremonie waar genomineerden, winnaars en iedereen op de gastenlijst de editie van dit jaar hebben gevierd. www.od-hotels.com



MEETING EVENTZ

Kerst- en eindejaarsbijeenkomsten

“Het is en blijft een traditie”

December lijkt nog ver weg. Toch vinden nu al de eerste voorbereidingen plaats voor de bijeenkomsten die in deze feestmaand gaan plaatsvinden. De redactie van Meeting Magazine is benieuwd of deze doorgaans traditionele bijeenkomsten aan trends onderhevig zijn en vroeg een aantal partijen naar hun ervaringen.

SUCCESSEN VIEREN MET HYGGE - COLUMN WOUTER OLLAND - UPDATE NATIONALE MEETING AWARD -
EEN EVENT, MAAR GEEN PUBLIEK? - CHOCOLADE ALS BELEVING



Volgens Dana Venema, regiomanager Noord-Holland/Flevoland van de NVD, draait het bij het organiseren van een bijeenkomst om het vinden van de juiste balans. “Dat heeft niet alleen betrekking op de prijs-kwaliteitverhouding van een externe locatie, maar ook op het bedrijf zelf. Voor de crisis konden de budgetten niet op en werden de meest luxe locaties en hapjes geboekt. Tijdens de crisis moest er juist extra op het budget worden gelet en bestond de catering eerder uit een kop soep met een broodje of een sateetje. Nu het economisch weer wat beter gaat, wordt er op gelet dat een bijeenkomst in balans is met het bedrijf of de organisatie. Wanneer een reorganisatie wordt aangekondigd, kan een externe locatie als blijk van waardering worden ingezet. Bij deze boodschap past dan eerder een low profile diner of buffet. Wanneer het een bedrijf voor de wind gaat, kun je je personeel juist verwennen met een mooi feest of een kleiner feest met een mooie goodiebag. De keuze voor een chique locatie of een wat meer informele locatie hangt af van hoeveel je medewerkers gewend zijn. Je moet rekening houden met hun ervaringen en wat hen aanspreekt, maar ook met de verwachtingen van de CEO of de manager.”

Venema heeft wel het idee dat er wat meer behoefte is aan exclusiviteit. “Mensen willen verrast worden. Ze zijn privé steeds meer gewend qua muziek en catering en worden dus veeleisender. Dat zien we bij onze eigen leden, en zeker ook bij onszelf. In de regio Noord-Holland/Flevoland worden negen bijeenkomsten per jaar georganiseerd, waaronder een eindejaarsbijeenkomst. Onze leden moeten aan de hand van die bijeenkomsten inspiratie op kunnen doen. Bij het selecteren van de locatie kijken we altijd bij welke begunstiger nog geen bijeenkomst heeft gehost. Verder moet de locatie een passende uitstraling hebben, inspiratie bieden, goed bereikbaar zijn, voldoende parkeergelegenheid hebben, goede catering verzorgen en kundig personeel hebben.”

STORYTELLING

Ook Bianca van Hest, Team Lead Commercie Meeting & Events bij de Efteling, merkt dat er bij bedrijven weer wat meer ruimte is om bij speciale momenten stil te staan, waaronder het vieren van de feestdagen aan het einde van het jaar en de aftrap van het nieuwe jaar. “In december wordt het jaar afgesloten. Bedrijven willen hier een feestelijk tintje aan geven en van de gelegenheid gebruik-

maken om medewerkers te bedanken. Als extra blijk van waardering nodigen ze dan ook vaak het gezin uit." Van Hest denkt dat bedrijven op zoek zijn naar verbinding en evenementen ook vaker inzetten om medewerkers te binden. "De War on Talent binnen bijvoorbeeld de bouw- en ICT-sector is groot. Bovendien is een evenement een mooi alternatief voor een kerstpakket. Een andere setting, de tijd van het jaar en die verbondenheid spreekt mensen aan. Je kunt een eigen verhaal en sfeer neerzetten. En de Efteling is bij uitstek een plek waar storytelling tot zijn recht komt." Volgens Van Hest weten bedrijven om die redenen de Efteling steeds vaker te vinden in december en januari. "Het digitale tijdperk waar we in zitten kan nog wel eens als vluchtig worden ervaren. De Winter Efteling biedt een intieme, winterse sfeer die het gevoel van samen-zijn versterkt en een echte beleving biedt." Steeds meer bedrijven huren (een deel van) het park af. "Wanneer een bedrijf in december een zogenoemd Reuzenfeest boekt, kunnen de gasten 's avonds exclusief genieten van de attracties, de overdekte schaatsbaan en de diverse winterse acts zoals gospelkoortjes. De catering, de ontvangst met vreugdevuren en het live entertainment wordt aan de Winter Efteling aangepast. Daarmee maken we de beleving compleet."

INFORMEEL KERSTFEEST

Het feit dat decemberbijeenkomsten onverminderd populair zijn, deed evenemen-



In december wordt het jaar afgesloten. Bedrijven willen hier een feestelijk tintje aan geven en van de gelegenheid gebruik maken om medewerkers te bedanken

tenbureau XSAGA besluiten om dit jaar twee speciale kant-en-klare eventconcepten te lanceren. Onder de klinkende namen Gour'met Elkaar en Silent Night Disco zijn Bob Veerman en Wendelien Hijdra van XSAGA verantwoordelijk voor het uitrollen van deze concepten. "Kerst en Oud en Nieuw blijven belangrijke momenten om even bij stil te staan", vertelt Hijdra. "Bedrijven willen in deze periode iets teruggeven aan het personeel, zeker nu de economie weer aantrekt. Men kiest bewust voor een bijeenkomst met een informeel, feestelijk karakter waarbij saamhorigheid centraal staat." Normaalgesproken richt XSAGA zich op projecten op maat voor bedrijven en organisaties. "We kregen echter steeds vaker de vraag of we ook voor een informeel kerstfeest een concept konden ontwikkelen. Met de totaalconcepten Silent Night Disco en Gour'met Elkaar kunnen we een bredere doelgroep bedienen en het aanbod voor onze huidige klanten uitbreiden." Voor de Silent Night Disco levert XSAGA de dj met mobiele booth, koptelefoons, bierviltjes, versieringen en confetti-shooters, zodat er op de werkvloer een instant feestje kan worden gevierd. Bij Gour'met Elkaar gaan medewerkers gezellig samen gourmetsen op de werkvloer. "Ook hiervoor geldt dat het totale concept door ons wordt geleverd en ingericht om de klant te ontzorgen. We werken samen met cateraar MPS zodat het eten ook van kwalitatief hoog niveau is. Naast dat beide concepten gunstig in te passen zijn in de werkkostenregeling, is het een laagdrempel-



lige en sympathieke wijze om het harde werk van collega's te belonen en versterkt het tevens de teamspirit."

KERSTSFEER

De decembermaand is hét moment om uit te pakken met de aankleding van een evenement. Dat geldt niet alleen voor de bijeenkomsten, maar ook voor de bedrijven zelf. Bij Ambius, leverancier van interieurbepanting, groene wanden en geurbeleving, worden in juli al gesprekken met de vaste klanten gevoerd over de kerstdecoratie. "De kerstsfeer wordt steeds belangrijker bij bedrijven", zegt Laila Vernooij, marketing manager Benelux. "Het zorgt voor verbinding en sfeer. Wanneer je op 6 december op kantoor komt en er ineens een prachtige kerstboom staat, dan doet dat echt wat met de medewerkers. Ook hogescholen en ziekenhuizen kiezen bewust voor professionele kerstdecoratie. Een entree in kerstsfeer geeft bezoekers en leerlingen een welkom gevoel. Hetzelfde geldt voor hotels. Zij willen het decembergevoel benadrukken en pakken echt uit door te investeren in een passende look and feel. Hun gasten verwachten dat ook." De eyecatcher is vaak de kerstboom bij de entree, soms niet één maar zelfs een set van bomen bij elkaar voor een nog grootser effect. De

rest van de decoratie, bijvoorbeeld glaswerk of guirlandes wordt afgestemd op de boom. "Belangrijk is dat de boom in de ruimte past; een kleine kerstboom in een grote ruimte oogt niet mooi. De boom moet een goede uitstraling hebben met mooie ballen en verlichting zodat mensen echt verrast zijn. Bovendien moet alle kerstdecoratie veilig zijn. Al onze kerstproducten zijn brandvertragend geproduceerd, daar zijn we uniek mee. Onze klanten vragen daar zelf ook naar." Ambius biedt twaalf verschillende kleurpakketten in verschillende trendkleuren. Elk jaar kijkt het bedrijf welke nieuwe kerstdecoraties er op de markt komen. "Het concept hangende kerstboom was dit jaar een noviteit."

STYLINGTRENDS

Bij Van der Maarel Eventstyling komen de aanvragen voor Kerst ook in augustus en september al binnen. "Het is en blijft traditie om bij deze belangrijke periode van het jaar stil te staan", vertelt Joosje Bellaart, medewerker marketing & communications. "Nu de budgetten weer wat ruimer worden, is er weer meer ruimte voor creativiteit. Samen kijken we met de klant wat past bij het bedrijf. Dat geldt zowel voor externe eindejaarsevenementen als de kerstdecoratie bij de bedrijven zelf. Het ene bedrijf wil na





De decembermaand is hét moment om uit te pakken met de aankleding van een evenement. Dat geldt niet alleen voor de bijeenkomsten, maar ook voor de bedrijven zelf.

Sinterklaas het gehele gebouw in kerststijl. Denk aan theaters waar veel mensen over de vloer komen. Andere bedrijven beperken de decoratie tot de entree en de kantine. Wat betreft het type decoratie is er nog steeds veel vraag naar een traditionele kerstsfeer. Maar we zien zeker een verschuiving richting een voorkeur voor meer eigentijdse, innovatieve decoratie." Voor het ontwikkelen van eigentijdse decoratie en styling volgt het trendsteam van Van der Maarel de laatste trends en ontwikkelingen in de interieurbranche en vertalen zij deze door naar de concepten die zij het hele jaar door aanbieden. "Die trends vertalen wij ook door naar de kerstdecoratie, al is er altijd wel enige vertraging ten opzichte van de interieurbranche. De Scandinavische trend zie je bijvoorbeeld terug in het gebruik van design, strakke meubels en objecten, veel wit en houten details waardoor de bezoeker



zicht waant in een waar winterwonderland. Denk aan een bijzondere eyecatchers met winterse decoratie, geweien, hout en veel sneeuw en wittinten. Houten materialen worden ook gebruikt voor het creëren van een vintage sfeer, aangevuld met bijvoorbeeld kerstbomen op stalen pin, decoratie in stalen frames geaccentueerd door koper en grof hout. Ook de botanische trend heeft haar intrede gedaan. De kerstdecoratie die hierop geïnspireerd is, wordt gemaakt van voornamelijk natuurlijke materialen. Om de groene beleving te versterken, wordt de kerstboom gecombineerd met planten, takken en bloemstukken."

GEZELLIGHEID EN VERBONDENHEID

Het hele jaar door weet de MICE-branche de meest waanzinnige evenementen neer te zetten, de een nog vernieuwender dan de ander. Maar als het op eindejaarsbijeenkomsten aankomt, dan lijken opdrachtgevers vooral behoefte te hebben aan de wat meer traditionele sfeer en aankleding om juist de nadruk te leggen op gezelligheid en verbondenheid. En dat er bij Kerst en Oud en Nieuw wordt stilgestaan, is volgens de geïnterviewden een vaststaand feit. Of een bedrijf nu 5 of 5.000 personeelsleden in dienst heeft.



Bilderberg heeft creatieve ideeën voor einde- of nieuwjaarsbijeenkomst

Successen vieren met Hygge

Een (bedrijfs)jaar vliegt om, zeker als iedereen de schouders eronder zet. Toch is het essentieel om af en toe de flow even te onderbreken en stil te staan bij ontwikkelingen, successen, het behalen van doelen en de collegiale sfeer. De winter leent zich daar uitstekend voor en Bilderberg biedt met #outoffice een aantal verrassende settings voor een onvergetelijk evenement.

Tekst Aart van der Haagen

// Tijdens de crisis werd er bezuinigd op successen vieren, maar inmiddels mogen we weer”, stelt Petra van Dreumel, Marketing Manager bij hotelgroep Bilderberg. “Leidinggevend realiseren zich dat het organiseren van een onvergetelijke beleving voor het team belangrijk is. Het bevordert niet alleen het wij-gevoel, maar motiveert medewerkers ook voor

de toekomst. Psycholoog Fred Bryant beschreef in zijn boek ‘Savoring’: ‘Iedere keer als je het welverdiende succes van een prestatie viert, wordt endorfine in de hersenen aangemaakt. Zo train je het brein als het ware dat succes een beloning waard is, waardoor je er meer van wilt en hard blijft werken. Als je daarentegen niet de tijd neemt om bewust te genieten van prestaties of mijlpalen, geef je je hersenen het signaal dat wat je doet niet zo belangrijk is, waardoor motivatie en prestatie zullen afnemen.’ Maak tijdens bijeenkomsten herinneringen met elkaar, dat versterkt de collegiale band en zal ervoor zorgen dat mensen zich bereid tonen om net iets harder te lopen, voor elkaar en voor het bedrijf.”

INTERNAL BRANDING

Hoewel het begrip ‘beleving’ tegenwoordig aardig uitgemolken is, vormt dat wel degelijk de kern van het

bovenstaande. Van Dreumel: “De term ‘bedrijfsuitje’ roept ietwat suffe associaties op. Bouw het om tot een echt evenement met een dieper doel dan alleen maar samen borrelen. Daarmee werk je aan je ‘internal branding’, met je eigen medewerkers als ambassadeurs van het bedrijf.” Hoe pak je dat dan aan? “Ongedwongen is het toverwoord voor het ultieme vieren anno 2018. Kies voor een creatieve invulling die je mensen niet zien aankomen, die hen totaal verrast. Het hoeft niet over the top, zoals voor de crisis, als je de intimiteit maar centraal stelt. Maak het persoonlijk en zorg ervoor dat je medewerkers een bijzondere herinnering meekrijgen, zonder overdreven glitter, maar wel een beleving die nog vaker ter sprake zal komen dan alleen de eerste maandagochtend bij het koffiezetapparaat. Sowieso haalt een andere, inspirerende omgeving het beste in mensen naar boven: ze laten makkelijker hun vaste patronen los en staan meer open voor nieuwe prikkels. Zo kom je als team tot nieuwe ideeën en visies, maak je keuzes en groei je met elkaar. Het begin of het eind van het jaar vormt het beste moment om samen terug en vooruit te kijken.”

RUN YOUR RESTAURANT

Met de campagne #outofoffice beoogt Bilderberg het juiste klimaat te scheppen voor zulke vruchtbare bijeenkomsten met een uitgewogen balans tussen formele en informele elementen. De Marketing Manager laat een aantal originele activiteiten de revue passeren, die bij één of meer hotels georganiseerd kunnen worden, speciaal in de periode december-januari. “Wat te denken van een winterbarbecue? Dat doe je in het bos, aan lange picknicktafels, met vlees aan het spit, aardappels begraven in de grond en vuurkorven om iedereen warm te houden. Koppel het eventueel aan slederijden met huskyhonden of, bij Kasteel Vaalsbroek, winterspelen. We hebben ook een walking breakfast: lopend door het bos, desgewenst begeleid door een gespreksleider, kom je op verschillende plaatsen standjes tegen met heerlijke ontbijtgerechten. Beweging, goede gesprekken en bezinning vormen de sleutelwoorden. Blijf je met het gezelschap liever binnen, kies dan voor een muziekavond, een pubquiz, een escaperoom in de kelders van Hotel Wolfheze, een bright future-brainstormsessie, een kerstdiner met als thema ‘zakelijk flirten’ of een

wijnproeverij met Ronnie Brouwer van sterrenrestaurant De Kromme Dissel, sommelier van het jaar. Wil je echt iets unieks, dan hebben we ‘Run your restaurant’: een avond lang ben je met je team verantwoordelijk voor het restaurant en de keuken, waarmee je je dinerende klanten of collega’s een onvergetelijke avond bezorgt.”

GLAZEN KAS

Iets unieks voor de koude maanden is Winter in the Woods bij Hotel De Bilderberg in Oosterbeek. “Er komt een glazen kas op het landgoed te staan, gevuld met lichtjes en warmte. Buiten vind je een groot kampvuur met heksenketels, glühwein en chocolademelk, binnen lange tafels met banken, schapenvachten en kaarsen. We laten ons daarbij inspireren door Hygge, het Deense gevoel van knusheid en verbondenheid. Ons belangrijkste doel is dan ook om die avond mensen in verbinding te brengen, als basis om terug te kijken op het afgelopen jaar, successen te vieren, elkaar te bedanken

en over en weer waardering uit te spreken. Je kruipt niet naast je vaste collega, maar gaat juist eens met iemand anders het gesprek aan. Wij zorgen voor muziek en vermaak, zoals een pubquiz en een verhalenverteller. De kas valt exclusief af te huren voor gezelschappen vanaf vijftig personen en bedrijfsgerelateerd te personaliseren. Je kunt zelf de avond samenstellen, bijvoorbeeld met een workshop cadeaus inpakken of een stoomcursus glühwein maken. Voor kleinere groepen organiseren we aanschuifavonden, waar verschillende bedrijven met elkaar bijzondere momenten creëren. De glazen kas zal er vanaf begin december tot en met eind januari staan. Hij is dus niet per se alleen voor kerstvieringen, maar juist ook voor kick-offmeetings, nieuwjaarsborrels en personeelsdagen. Maak eventueel een combinatie met een winterse boswandeling, een brainstormsessie of een andere activiteit, dan wordt het even effectief als onvergetelijk.”

www.bilderberg.nl/winterinthewoods





Winter Wonderland midden in de zomer!

Eind augustus was het bij evenementenorganisator Advance Events al hartje winter! Tijdens de Kerst & Winter Live Experience werden de gasten meegenomen naar Winter Wonderland. Speciaal georganiseerd om klanten en relaties inspiratie op te laten doen voor de invulling van het kerst- of eindejaarsfeest.

Besneeuwde kerstbomen, knetterend haardvuur, Artic tipi-tenten en lichtjes – heel veel lichtjes. Buiten, op het parkeerterrein, werd je meegenomen in het Winter Festival, een concept dat zowel binnen als buiten kan plaatsvinden. Verrassende foodtrucks, après-ski banken, vrolijke muziek en winterse decoraties... Het was er allemaal. Je kon zelfs je eigen marshmallow bereiden boven de vuurkorven.

Bijzondere Kerst- en Winterfeest concepten

Het magazijn was omgebouwd tot feestruimten waar de gasten kennismakten met drie andere thema's, die uitstekend voor het eindejaarsfeest gebruikt kunnen worden. Voor een tikkeltje extravagant, werelds en een beetje gek, konden de gasten hun hart ophalen bij de Bohemian X-mas Party. Voor stijlvol en klassiek, was het kerstconcept Chique Classique ingericht. Stijlvol zwart meubilair, in combinatie met rode pluche loungebanken en prachtige gouden kerstdecoraties.

Buon Natale! Kerst in Toscane

Uniek was de kennismaking met het Toscaanse Kerstfeest. Eeuwen oude tradities, karakteristieke versieringen en gerechten waar je je vingers bij aflikt. Kerstmis is het grootste familiefeest in Toscane. Met de nadruk op familie, en dat zie je goed terug: grote familietafels, sharing dinner, gezellig samen rondom de grote kerstboom en prachtige Toscaanse winterdecoraties. En natuurlijk heerlijk eten, want de Toscaanse keuken blijft verrassen. Houten borrelplanken met antipasti, diverse

pasta's en pizza's geserveerd vanuit de Piaggio. Ook de echte Toscaanse specialiteiten zoals gefrituurde inktvisringen, bistecca alla Fiorentina (steak) of pici (dikke spaghetti) kwamen voorbij. Een geweldig feestconcept voor als je eens iets anders wilt!

Kerstmarkt voor bedrijven

In de X-mas Experience Room, is een complete Kerstmarkt ingericht. Deze setting blijft tot begin december staan en is de komende maanden, op afspraak, nog te bezoeken. Kom samen met je collega's op de kerstmarkt zelf je kerstpakket bij elkaar te shoppen. Het Kerstmarkt concept wordt gebracht in combinatie met een bedrijfsfestival of bedrijfsfeest en is al mogelijk vanaf 100 personen. De kerstmarkt kan zowel binnen als buiten plaatsvinden.

Familiebedrijf met meerdere labels

Advance Events is 12,5 jaar geleden opgericht door ondernemersechtpaar Arie en Marina Brouwer. Inmiddels heeft ook zoon Artem zijn intrede in het bedrijf gedaan. Samen met een groot team enthousiaste en gedreven eventprofessionals, organiseert Advance Events meer dan 150 bedrijfsevenementen per jaar. Van klein tot groot, zoals officiële openingen, Open Dagen, bedrijfsjubilea, personeelsfeesten, compleet verzorgde groepsweekenden en bijvoorbeeld teambuilding activiteiten. Op de website www.advance-events.nl krijg je een indruk van de veelzijdigheid van het bedrijf. Sinds vorig jaar is naast Advance Events een tweede label op de markt gebracht: Festival op het Bedrijf. Dit label is speciaal bedoeld voor

de organisatie van bedrijfsfestivals op het bedrijf van de opdrachtgever. Festival op het Bedrijf is hip, dynamisch en helemaal van deze tijd. Op de website www.festivalophetbedrijf.nl kun je de diverse festivalconcepten terugvinden.



Advance Events
telefoon 010 – 7504400
www.advance-events.nl

Festival op het Bedrijf
telefoon 085 – 047 14 87
www.festivalophetbedrijf.nl



De hospitality van de Italiaanse berghut

Nog even ben ik een weekje naar de bergen vertrokken. Niet voor het onderzoeken van de Italiaanse gastvrijheid, maar voor het beklimmen van een aantal toppen van de Monte Rosa. Dit massief ligt op de grens van Zwitserland en Italië tussen de Matterhorn en de Mont Blanc en biedt tien vierduizenders die beklommen kunnen worden. Van eenvoudig tot zwaar en moeilijk.

Bergtochten maken is al mijn hele leven mijn grote passie en ook deze week lukte het ons om zes mooie bergen te beklimmen. Erg leuk team, mooi weer en daar komt ie, vooral bijzondere gastvrijheid van de vier Italiaanse berghutten! Nu wil ik de Zwitserse gastvrijheid niet afvallen, maar het kan geen toeval zijn dat we ons overal in alle opzichten 'gast' voelden. En dat is in sommige landen nog weleens anders. Daar is de zogenaamde 'Huttenwirt' de absolute baas. Je mag blij zijn als je er mag slapen en men verwacht dat je de regels van de hut (en dat zijn er nogal wat) strikt opvolgt. Dit was een hele andere ervaring. En dat zit hem natuurlijk weer vooral in de mens. Misschien wel de Italiaan.

Laat ik de ervaring en de teams van de Italiaanse berghutten even samenvatten als: blij, enthousiast, communicatief, aardig, joviaal, grappig en tot slot vooral ook erg dienstbaar en erg servicegericht. Allemaal logische gastvrijheidsbeginselen en eigenlijk normaal zou je wellicht denken. Wat maakte het dan zo speciaal? Misschien wel omdat ik in een van de hutten, de Mezzalama hut uit 1934 op ruim 3.000 meter hoogte en nog steeds in vrijwel oorspronkelijke staat, werd uitgenodigd om in de keuken een grappa te drinken. En tegen al mijn principes in als het gaat om het nuttigen van alcohol in de bergen deed ik dat. En dat werden er natuurlijk drie. Omdat er niet zoveel gasten waren aan het einde van het seizoen, werd het bijna een 'bonte avond' en leek de staff van de hut eerder een clubje vrienden dan de afstandelijke gereserveerde houding van medewerkers die ik vaak in het verleden zag.

Meerdere mensen gaven aan dat dit ook wel typisch Italiaans is en dat heel veel hutten zich realiseren, ook in Zwitserland, dat ze wat aardiger en attenter moeten zijn tegen de wandelaars en de klimmers. Wat een verademing. In het verleden waren we af en toe bijna bang voor een 'huttenwirt'.

Hospitality is nu echt in opmars in de bergen en de meeste medewerkers die ik sprak beheersen vloeiend het Engels. In het Zwitserland werd ik nog weleens op mijn nummer gezet of boos aangekeken als ik een woord verkeerd uitsprak. Die tijd lijkt voorbij! Ga zo door! Nu maar hopen dat die gletschers niet allemaal zijn weggesmolten, want dat gaat veel te snel. En tot slot ook in het mooie Zwitserland de gastvrijheid in de berghutten gaan onderzoeken om objectief te blijven. Daar is vast hetzelfde gaande! Toch?

Wouter Olland

Eigenaar van Olland Marketing Solutions. Met zijn bureau OMS geeft hij advies en trainingen op het gebied van sales en hospitality.



Patrick Siemons Fotografie

De winnaars van 2018

Inschrijving Nationale Meeting Award geopend

Ondernemerschap, kwaliteit en gastervaring centraal

In maart 2019 zal de Nationale Meeting Award voor de vierde keer worden uitgereikt. Voordat het zover is, legt de organisatie achter deze prijs de laatste hand aan het vernieuwde beoordelingsproces. Gastervaring, kwaliteit en ondernemerschap blijven centraal staan.

De Nationale Meeting Award is een algemene, onafhankelijke prijs die wordt uitgereikt aan de beste meeting- en eventlocatie van Nederland die uitblinkt in kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap. Motivatie voor deze nieuwe award vanuit founding partner Meeting Magazine was het feit dat er in Nederland nog geen algemene en onafhankelijke prijs bestond voor de beste meeting- en eventlocatie. Naast Meeting Magazine maken ook MeetingReview, Vergaderhamers en CLC-VECTA deel uit van de organisatie van de Nationale Meeting Award.

SURVEY EN REVIEWS

De Nationale Meeting Award kent vijf categorieën: Small (tot 25 personen), Medium (tot 100 personen), Large (tot 250 personen), Extra Large (tot 500 personen) en Extra Extra Large (meer dan 500 personen). Het beoordelingsproces voor elke categorie kent drie rondes. De eerste ronde bestaat uit twee onderdelen. Nieuw is de online survey die de locaties moeten invullen. Deze is samengesteld door Sequoia Venue Solutions en Vergaderhamers. De vragen in deze survey toetsen de kwaliteit en het ondernemerschap. Aan elke vraag wordt een aantal punten toegekend. Ondertussen moeten de deelnemers aan hun gastervaring en online reputatie werken door minimaal tien reviews via MeetingReview te verzamelen. Daarmee classificeren zij zich voor de Publieksprijs van MeetingReview. Deelnemen aan de eerste ronde kan tot en met 31 december 2018. Op 1 januari 2019 worden de scores van beide onderdelen van ronde 1 bij elkaar opge-



Fotografie Marcel Krijgsman

De winnaars van 2016

teld. De tien locaties met de hoogste score per categorie gaan door naar ronde 2.

INTERVIEW

Voor de tweede ronde worden de toen locaties die in ronde 1 de meeste punten hebben behaald uitgenodigd voor een interview met een vakjury in januari 2019. Op basis van de interviews kent de jury punten aan de deelnemende locaties toe. De totaalscore van ronde 1 en ronde 2 bepalen vervolgens de top 3 per categorie. Ook deze ronde is nieuw.

LOCATIEBEZOEK

Gedurende de derde ronde krijgt de top 3 per categorie in februari 2019 bezoek van een jury van brancheprofessionals en meetingplanners. Deze jury zal de locaties aan een inspectie onderwerpen. Opnieuw wordt er gelet op ondernemerschap, kwaliteit en gastervaring. De jury kent aan de hand van deze bezoeken opnieuw punten toe. Per categorie wordt de locatie met de hoogste totaal-

score uit ronde 1, 2 en 3 de winnaar van de Nationale Meeting Award. Alle beoordelingen worden omgezet in een puntentelling die in een transparant scoremodel wordt bijgehouden. Dit scoremodel wordt na afloop van elke uitreiking op de website gepubliceerd.

INSCHRIJVEN

Locaties die mee willen dingen naar de Nationale Meeting Award kunnen zich nu al inschrijven via www.nationalemeetingaward.nl en direct meedoen aan ronde 1. De deadline voor het invullen van de survey en het verzamelen van minimaal tien reviews via MeetingReview is 31 december 2018. De Nationale Meeting wordt uitgereikt in maart 2019.

Benieuwd naar deze onafhankelijke prijs? Meer informatie is te vinden op www.nationalemeetingaward.nl. Ook kun je de updates volgen via Twitter, LinkedIn en Instagram.



Patrick Siemons Fotografie

De winnaars van 2017



ZIJ GINGEN JE VOOR

De Nationale Meeting Award is inmiddels drie keer uitgereikt. Voor de eerste editie hanteerde de organisatie drie categorieën en twee publieksprijzen. Voor de tweede editie werden drie categorieën beloond. Omdat de aangemelde locaties voor de derde editie qua capaciteit wat uit elkaar liepen, werden in 2018 de categorieën XL en XXL toegevoegd. Net als in 2018 zullen in 2019 winnaars in vijf verschillende categorieën worden geselecteerd.

Winnaars 2016

- Categorie S: deVLOER
- Categorie M: Kontakt der Kontinenten
- Categorie L: NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky
- Publieksprijs Warme Deken: Gerard Oude Nijeweme van Bilderberg Hotel de Keizerskroon
- Publieksprijs Meest Bijzondere Locatie: Art Centre Delft

Winnaars 2017

- Categorie S: geWoonboot
- Categorie M: Conferentiecentrum Kaap Doorn
- Categorie L: Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent

Winnaars 2018

- Categorie S: geWoonboot
- Categorie M: Park Inn by Radisson
- Categorie L: Bilderberg Europa Hotel Scheveningen
- Categorie XL: Van der Valk Hotel Sassenheim-Leiden
- Categorie XXL: Postillion Hotel Utrecht-Bunnik

Komt jouw locatie ook in deze eregalerij te staan? Schrijf je in via www.nationalemeetingaward.nl!



Een event, maar geen publiek?

Een event is al lang meer dan alleen een leuk feestje of een gezellige bijeenkomst. Met een goed event kun je onder andere onderlinge contacten verstevigen, je kunt er ervaringen uitwisselen, mensen verrassen, activeren en inspireren. Het begint allemaal met een effectief uitnodigingstraject. Hoe zorg ik voor een hoge opkomst bij mijn doelgroep?

KEN JE DOELGROEP!

Voordat je mensen gaat uitnodigen moet je weten wie de doelgroep is. Verdiep je dan ook in de doelgroep van je event. Het is belangrijk dat het belang van je doelgroep centraal staat bij het uitnodigingstraject. Wat zal het bezoek aan jouw event de doelgroep opleveren? Een passende titel, een prikkelend onderwerp en een kort en krachtige uitleg moeten hier meteen antwoord op geven.

PERSONALISEER

Geef de genodigden het gevoel dat ze uniek zijn. Dit kun je doen door de naam van de ontvanger boven de uitnodiging te zetten, op zowel een online als offline uitnodiging. Bij een event met een grote verwachte opkomst kun je de genodigden indelen in een aantal groepen. Je zou de eerste alinea dan aan kunnen laten sluiten op één van deze groepen.



Wat nog meer impact heeft, is om de genodigden individueel te laten weten dat je hun komst erg op prijs stelt. Wanneer je relaties uitnodigt, zorg dan dat collega's die het klantcontact houden met de genodigden een actieve rol spelen bij het benaderen. Een uitnodiging van iemand die ze persoonlijk kennen, werkt veel beter dan wanneer die uitnodiging centraal is verzonden.

WELKE CONTENT MOET IK GEBRUIKEN?

De belangrijkste content is het programma, de datum, het tijdstip, de locatie en eventuele kosten. Dit moet allemaal helder zijn voor de genodigden. Wanneer het event eerdere edities kent, is het aan te raden om de videobeelden, foto's, quotes

of aanbevelingen van deelnemers van een vorige bijeenkomst en positieve recensies in te zetten. Zo creëer je van tevoren al een duidelijk beeld van je event.

Gebruikmaken van een open gastenlijst werkt ook positief. De genodigden kunnen van elkaar zien wie er komen en dit kan hen overtuigen om ook te komen. Hoe interessanter het netwerk dat aanwezig zal zijn, hoe interessanter het event. Belangrijk hierbij: zorg er wel voor dat de genodigden ervoor kunnen kiezen om anoniem te blijven en niet zichtbaar te zijn in de openbare gastenlijst omwille van privacyredenen.

Je kunt ook sleutelfiguren uit je branche uitnodigen en ervoor zorgen dat zij mond-

tot-mond reclame maken voor jouw event. Ook kun je de sprekers van het event inzetten, door te vragen een aanbeveling te doen of een stukje video op te nemen waarin ze vertellen waarom het de moeite waard is om te komen.

VERLAAG DE DREMPEL

Elke doelgroep is anders. Maar wat voor iedereen geldt, is dat het simpel moet zijn om je aan te melden. Met een goed werkend online platform waar jouw e-mails, contactmomenten en registratie aan gekoppeld zijn. Dit is niet alleen makkelijk voor de genodigden maar ook voor jezelf, je hebt te allen tijde de juiste informatie over aanmeldingen bij de hand.

Voordat je mensen gaat uitnodigen moet je weten wie de doelgroep is. Verdiep je dan ook in de doelgroep van je event. Het is belangrijk dat het belang van je doelgroep centraal staat bij het uitnodigingstraject.

VERGEET HET NATRAJECT NIET!

Hou contact, óók na afloop van het event. Trigger door bijvoorbeeld een aftermovie of een samenvatting van de dag met alle belangrijke (leer)punten te sturen. Vergeet niet de genodigden die er niet zijn geweest en laat hen zien hoe het was zodat ze weten dat ze er de volgende keer zeker bij moeten zijn!

Het Sprekershuys is een eigentijds en innovatief sprekersbureau waar vak-kennis, transparantie, persoonlijkheid en meedenken de kernwaarden zijn. De verbinders van het Sprekershuys hebben intensief contact met zowel klanten als huysgenoten en gaan regelmatig mee naar events waar de huysgenoten geboekt worden. Reageren kan via info@sprekershuys.nl.



De kracht van live

Chocolade als beleving

Beleving draagt bij aan de verkoop van een product. En juist aan de live communicatiebranche kun je het neerzetten van een beleving prima toevertrouwen. Voor de lancering van een speciale productlijn voor de Nederlandse hotellerie schakelde Godiva de hulp van The Hospitality Group in. Diverse inkopers en eigenaren van vier- en vijfsterrenhotels maakte in het luxe penthouse De Loft in de A'DAM Toren kennis met de mogelijkheden die dit luxe chocolademerk biedt. Corneel van Jaarsveld vertelt meer over dit evenement.

WAT WAS DE PROBLEEMSTELLING?

“Godiva heeft speciaal voor de hotellerie een productlijn ontwikkeld. Omdat deze B2B-markt in Nederland niet specifiek wordt aangesproken als het om luxe chocolademerken gaat, wilde Godiva deze productlijn op een bijzondere manier in de markt zetten.”

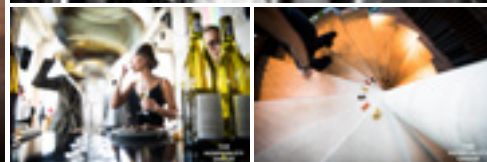
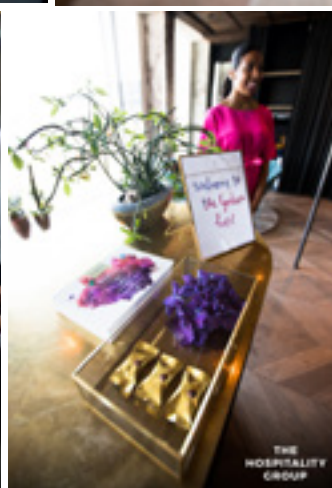
Facts & figures:

- Naam IDEA-bureau: The Hospitality Group
- Naam klant: Pladis Global – Godiva Chocolate
- Titel event: Hotel Godiva
- Doelgroep/segment: B2B
- Datum: 28 juni 2018
- Locatie: De Loft, A'DAM Toren
- Partners: A'DAM Events (locatie & catering), Eric Borrias (storyteller), Trendsetters (decor), Espressionisme (barista service), Lotte Wolfs (sommelier), Jennifer Laarman (bloemist), Dorine Fox (dj)

HOE IS DE PROBLEEMSTELLING

VERTAALD NAAR EEN CREATIEF CONCEPT?

“Omdat het om een product gaat waarmee hoteliers de gastvrijheid in hun eigen locatie kunnen versterken, hebben we ervoor gekozen om de doelgroep op een herkenbare manier aan te spreken. Zij werden uitgenodigd in een setting die qua luxe en uitstraling gelijkenissen vertoonde met hun eigen hotel. De mogelijkheden die Godiva chocolade kan bieden, werden bij alle klassieke momenten van een hotelbeleving aangegrepen; vanaf de aankomst in de parking tot aan checkin, breakfast, lunch, dinner & bedtime. Dat maakte de toepassing



van het product als een krachtige gastvrijheidstool voor de hotellier zo concreet mogelijk."

HOE IS HET CONCEPT UITGEWERKT?

"Het merk is bij uitstek geschikt voor belevingsevenementen. Hoteliers konden deelnemen aan diverse activiteiten waarbij het proeven en ervaren van de productlijn centraal stond. Zo was er een live chocolatie workshop. Tijdens een coffee- en

Over IDEA

IDEA verenigt de leading agencies in live-communicatie. IDEA is een community van bevoegen specialisten die elkaar helpen en inspireren en zich sterk maken voor het vak. Die campagne-breed denken en geloven dat live-communicatie een onmisbaar onderdeel is van elke volwaardige marketingstrategie. Wie samenwerkt met een IDEA-bureau kan rekenen op een strategisch partner en een berg expertise: van strategie- en conceptontwikkeling tot de productie van events en campagnes waar events deel van uitmaken. IDEA en haar leden staan voor creativiteit, vakmanschap en financiële stabiliteit. www.ideaonline.nl

Godiva aan het woord

"De introductie van Godiva in het B2B segment was een primeur in Nederland. Een merk als Godiva moet je beleven en dat gaat volgens ons niet zomaar door middel van een brochure of proefpakket. THG heeft ons team begeleid in het creëren van een uniek event waarbij de veelzijdigheid en historie van het product tot uiting kwam. Wij zijn erg trots op het resultaat."

winepairing, en in combinatie met oesters en steak tartare, werden gasten uitgedaagd om de smaak van de chocolade diepgaand te onderzoeken. In de 'hotelshop' konden gasten hun favoriete smaken uitzoeken. Daarnaast was er aandacht voor de ontwikkeling van het product. Woordgoochelaar en dichter Eric Borrias vertelde over de geschiedenis van de 'pillowchocolate'. De locatie met prachtig uitzicht hielp ook zeker bij het neerzetten van de beleving. De sterke merkbeleving van product en verpakking werden gespiegeld in het decor."

WAT WAS DE CAMPAGNE/COMMUNICATIE-STRATEGIE RONDOM HET EVENT?

"Het event werd aangegrepen als eerste persoonlijke contact en introductie bij de potentiële klanten. In het uitnodigingstraject werd al veel informatie geboden over het productlijn. Hierdoor konden klanten zich van tevoren oriënteren en tijdens het event gerichte vragen stellen en specifieke kennis opdoen. De verzamelde informatie en leads zijn na afloop gebruikt om de verkoop van het product nader door te zetten."



Zorgt nieuwe wet voor balans?

Draaien aan de knoppen van de arbeidsmarkt

De afgelopen jaren kon de Wet Werk en Zekerheid (WWZ) op veel kritiek rekenen. Werkgevers- en werknemersorganisaties lukte het niet om samen alternatieven te ontwikkelen voor de zo noodzakelijke verandering van de arbeidsmarkt. Het kabinet is aan zet en minister Koolmees komt met de Wet Arbeidsmarkt in Balans. Zorgt deze voor echte vernieuwing of is het vooral een poldercompromis?

De Wet Werk en Zekerheid (WWZ) werd in 2014 ingevoerd als opvolger van de Wet Flexibiliteit en Zekerheid, ook wel Flexwet genoemd. Ten tijde van deze voorganger nam het aantal flexibele banen sterk toe. Er kwam steeds meer kritiek op de toenemen-

de flexibilisering. Tijd voor een nieuw evenwicht, vond Kabinet Rutte II. De tweedeling op de arbeidsmarkt tussen mensen met een vaste baan en flexwerkers moest worden verkleind. Daartoe werden via de WWZ regels voor ontslag gestroomlijnd en werd de ontslagvergoeding een transitievergoeding, bedoeld om de overgang naar een andere baan te vergemakkelijken. De rechtspositie van flexwerkers moest verbeterd worden om oneigenlijk en langdurig gebruik van flexibele arbeid tegen te gaan. Verder werd de maximale WW-duur verkort.

GEEN LOVEBABY

Ondanks de goede voornemens was de WWZ alles behalve een lovebaby, ondervond verantwoordelijk



minister Lodewijk Asscher. Er kwam veel kritiek; werkgevers- noch werknemersorganisaties waren er blij mee. In een aantal gevallen werd het tegenovergestelde bereikt van wat was beoogd. Flexibele arbeid bleef steeds meer terrein winnen, waarmee ons land een uitzondering is. Het gemiddelde percentage flexwerk in de EU groeide de afgelopen vijftien jaar niet en bedraagt zo'n 22%. In Nederland werd dit aandeel ruim anderhalf keer zo groot. Dertig procent van de Nederlanders heeft nu een flexbaan of werkt als zzp'er. Na Polen, Spanje en Griekenland brengt ons dat op de vierde plaats in de EU.

MISLUKT OVERLEG

Over de wenselijkheid van aanpassing van de WWZ waren zowel werkgevers- als werknemersorganisaties eensgezind. In SER-verband is veertien maanden lang

onderhandeld over hoe de zo noodzakelijke vernieuwing van de arbeidsmarkt eruit zou moeten zien. Consensus in de vorm van een sociaal akkoord bleek niet mogelijk. Belangrijkste breekpunten in het mislukte polderoverleg: beperking van de flexibilisering en loondoorbetaling bij ziekte.

CONTOUREN

De bal lag dus bij het kabinet, in de persoon van verantwoordelijk minister Wouter Koolmees van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Onder zijn auspiciën wordt een opvolger van de WWZ ontwikkeld: de Wet Arbeidsmarkt in Balans, kortweg WAB. Hiermee wil het kabinet het voor werkgevers aantrekkelijker maken mensen in vaste dienst te nemen. De contouren van de wet zoals deze in april 2018 werden gepresenteerd, zien er als volgt uit:

TRENDBREUK EEN FEIT?

De conjunctuur trekt zich niets aan van wetten en regels maar heeft een eigen dynamiek. Door de economische groei loopt de spanning op de arbeidsmarkt in hoog tempo verder op. In een aantal sectoren leidt het personeelstekort ertoe dat opdrachten noodgedwongen moeten worden geweigerd. Gezien de verwachte instroom in de toekomst wordt de krapte alleen maar groter. Deze ontwikkeling lijkt een belangrijke driver voor een kentering bij de groeiverhouding tussen vast en flex. Volgens het CBS nam in het eerste kwartaal van 2018 het totale aantal banen met 76.000 toe. Vaste banen groeiden met 2,4% sterker dan flexwerk met 2%. Dat is voor het eerst sinds begin 2009.

Echte vernieuwing of een adequaat poldercompromis?

PROEFTIJD

In een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd mag een proeftijd van vijf maanden worden opgenomen. Nu is dat twee maanden. Bij een overeenkomst voor bepaalde tijd wordt de proeftijd drie i.p.v. twee maanden. Dit zou de drempel voor het aanbieden van een vast contract moeten verlagen.

GECOMBINEERDE ONTSLAGGROND

De WWZ telt acht ontslaggronden. Ontslag is pas mogelijk bij steekhoudende onderbouwing van een van deze gronden. Vaak was in de praktijk echter sprake van meerdere redenen die individueel niet volledig onderbouwd konden worden. Het nieuwe wetsvoorstel bevat een negende ontslaggrond, een optelsom van minimaal twee gronden. Bedrijfseconomische redenen zijn hiervan uitgesloten. Bij ontslag op meerdere gronden kan de transitievergoeding wel hoger uitvallen.

KETENBEPALING

Nu mogen maximaal drie opeenvolgende arbeidsovereenkomsten worden gesloten in twee jaar. Die periode wordt drie jaar. Nog steeds moeten zes maanden verstrijken om de keten te doorbreken. Per cao kan dit worden teruggebracht naar drie maanden als het gaat om terugkerende tijdelijke arbeid (denk aan seizoenswerk) van maximaal negen maanden per jaar.

PAYROLLING

Payrolling wordt scherper gedefinieerd. Onder meer krijgen werknemers op payrollbasis dezelfde arbeidsvoorwaarden als hun collega's die rechtstreeks in dienst zijn van de werkgever.

TRANSITIEVERGOEDING

De transitievergoeding wordt berekend vanaf het begin van de arbeidsovereenkomst. Nu begint deze pas na twee jaar te lopen. De verhoging van de transitievergoeding voor werknemers die langer dan tien jaar in dienst zijn, vervalt. Voor alle werknemers wordt de transitievergoeding berekend op basis van een derde maandsalaris per dienstjaar.

OPROEPCONTRACTEN EN WW

Oproepkrachten en werknemers met een nuluren- of min/maxcontract krijgen betere bescherming. Zo moet een oproepkracht ten minste vier dagen van tevoren schriftelijk of elektronisch worden opgeroepen. Hoeft deze bij nader inzien toch niet te komen, moet wel loon worden betaald.

Werknemers die een jaar hebben gewerkt op basis van een nuluren- of min/maxcontract moeten een aanbod krijgen voor minimaal de gemiddelde arbeidsomvang over dat jaar.

De WW-premie die werkgevers betalen, wordt lager voor vaste dan voor flexibele medewerkers.

SECTORINDELING

De premiehoogte wordt bepaald door de sector waarin een bedrijf is ingedeeld. Deze indeling sluit niet meer aan bij de huidige economie. Ook “shopten” werkgevers tussen sectoren om te komen tot

een zo laag mogelijke premie. Daarom wordt de sectorindeling in de premieheffing voor WW afgeschaft; op termijn ook voor ZW en WGA. Om piekbelasting bij de Belastingdienst te voorkomen, is een aantal maatregelen al doorgevoerd.

278 REACTIES

Bij een internetconsultatie over de WAB kwamen maar liefst 278 openbare reacties binnen. Een ongekend aantal. Alle hoeken en gaten van de polder lieten zich horen. Veelgehoord punt van kritiek: de gevolgen voor branches waarin seizoensinvloeden een rol spelen, zoals horeca en landbouw. Hiervoor pakken de nieuwe plannen ongunstig uit. Minister Koolmees zond de wet voor de zomer naar de Raad van State voor advies. Het is mogelijk dat er nog aanpassingen komen voor het wetsvoorstel waarschijnlijk in september naar de Tweede Kamer gaat.

GEMISTE KANS

Gaat na de Flexwet en WWZ de nieuwe wet wel het beoogde effect hebben, name-

lijk substantiële terugdringing van het aantal flexibele contracten ten faveure van vaste overeenkomsten? De WAB bevat een mix van maatregelen die werkgevers (cumulatiegrond bij ontslag) en werknemers aanspreken (premedifferentiatie WW, transitievergoeding bij kortdurende contracten). Net als bij de WWZ hebben zowel werkgeversorganisaties als vakverenigingen kritisch gereageerd op het wetsvoorstel. Dat zou kunnen duiden op een adequaat poldercompromis. Tegelijkertijd blijft echte vernieuwing uit. Net als bij de twee voorgaande wetten wordt vooral gefinetuned met de verworven elementen van het arbeids- en ontslagrecht. Een beetje meer van dit, net wat minder van dat. Rekening houden met de stakeholders. Dat die er samen niet in geslaagd zijn om afspraken te maken, gaf de minister wel degelijk mandaat om op een aantal punten echt door te pakken; daadkracht boven draagvlak. Daarvan getuigt de nieuwe wet niet en dat is een gemiste kans.





Inschrijving 'Expeditie Apeldoorn' van start

Op 29 oktober houdt Convention Bureau Gelderland in samenwerking met Apeldoorn Congresstad een exclusieve Expeditie voor meeting- en eventplanners. Het doel van deze dag is om de mogelijkheden van Apeldoorn als congresstad te ontdekken en inspiratie op te doen voor aankomende evenementen. De meest unieke locaties van Apeldoorn Congresstad worden bezocht en alle zintuigen zullen geprikkeld worden. Convention Bureau Gelderland organiseert Expeditie Apeldoorn vanuit haar rol als kennisinstituut voor haar partners. Doel is om inzicht te geven in de mogelijkheden die Apeldoorn, als grote stakeholder in Gelderland, te bieden heeft op het gebied van evenementen, congressen en zakelijke bijeenkomsten. Tijdens Expeditie Apeldoorn worden de deelnemers op een interactieve manier meegenomen door Apeldoorn als congresstad. In de grote 'Expeditie Apeldoorn-challenge' gaan de deelnemers op pad in een Oldtimer Mini, worden er puzzels opgelost en laten de partners van Apeldoorn Congresstad hun pareltjes zien. Expeditie Apeldoorn is niet alleen interessant voor de eventplanners zelf, maar ook voor congresbureaus, directiesecretarissen, marketingmedewerkers en andere organisatoren van zakelijke bijeenkomsten. Het programma start met een gezamenlijke brunch in Theater & Congres Orpheus. Na een kort welkom en een kennismaking met de diensten van het Convention Bureau Gelderland, wordt de grote Expeditie Apeldoorn-challenge uitgelegd. De deelnemers worden uitgedaagd en zullen in groepen Apeldoorn als congresstad op een ludieke wijze te ontdekken. Na de challenge staat een heerlijke lunch op het menu waarbij de mogelijkheid is om te netwerken. Tevens kunnen de deelnemers de locaties van Apeldoorn congresstad nog beter leren kennen. Dit wordt mogelijk gemaakt door middel van 'speeddate sessies' met de vertegenwoordigers van de locaties. Tijdens de geplande borrel worden de prijswinnaars van de challenge bekend gemaakt. De winnaars zullen een leuke prijs in ontvangst nemen. Als afsluiter kunnen de aanwezigen een persoonlijke goodiebag samen te stellen van een goodiebuffet om vervolgens weer in stijl terug te reizen naar Theater & Congres Orpheus. Aanmelden is mogelijk via expeditieapeldoorn.nl.



Toegankelijkheid evenementen en congressen in de kinderschoenen

Voor mensen met een beperking is het vaak een hele tour om een festival, feest, vergadering of congres te bezoeken. Terwijl het helemaal niet moeilijk is om een bijeenkomst zo in te richten dat iedereen zich gastvrij onthaald voelt. Je moet alleen even weten waar je op moet letten. In het boek *Maak je event toegankelijk* laat Marianne Dijkshoorn zien hoe je je evenement met simpele ingrepen toegankelijk maakt voor mensen met een beperking. Dijkshoorn is expert op het gebied van toegankelijkheid van evenementen. Ze is ook ervaringsdeskundige: ze is slecht ter been, organiseert regelmatig zakelijke evenementen én is gek op festivals. Met haar bedrijf *Welkom Toegankelijkheid & Evenementen* adviseert zij organisatoren en locaties. Ze geeft lezingen en doet toegankelijkheidsonderzoeken. Haar missie is dat iedere bezoeker op een evenement zich welkom voelt. In haar boek schetst ze indringende casussen van gasten die leuke feestjes en bijeenkomsten missen omdat ze de trap niet op konden of niet uit de voeten konden op het terrein of met een lopend buffet. Ze geeft adviezen over toegankelijkheid, de inrichting van een locatie en het veilig verlaten van een evenement bij calamiteiten.

Maak je event toegankelijk
Voor festivals, B2B-events en locaties
Marianne Dijkshoorn
Isbn 9789491757655, 108 blz, € 22,50

Maak kennis met de website

Op www.meetingmagazine.nl vind je altijd het actuele nieuws uit de MICE-branche. Heb je zelf iets interessants te melden zoals een jubileum, een bijzondere bijeenkomst, een uitbreiding van het team, een nieuw initiatief of een nieuw product of dienst? Meeting Magazine publiceert dit graag voor je op de website. Persberichten kun je doormailen naar hoofdredacteur Sofie Fest via sofie@vanmunstermedia.nl.

Aanbevolen LOCATIES



1 Evenementenhal Gorinchem

Franklinweg 2
4207 HZ Gorinchem
T 0183-680680
E gorinchem@
evenementenhal.nl
I www.evenementenhal.nl/
gorinchem



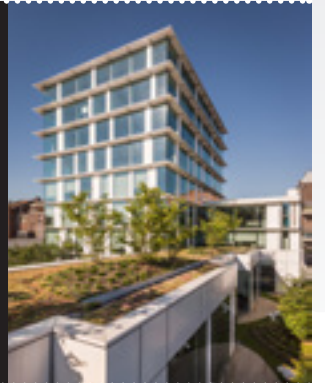
2 Meeting House

Johan de Wittstraat 2
3311 KJ Dordrecht
T 078-6146724
E info@meetinghouse.nl
I www.meetinghouse.nl



3 BluePoint Liège

Boulevard Emile
de Laveleye 191
4020 Liège
T +32 (0)4 340 35 06
E infoliege@bluepoint.be
I www.bluepoint.be



4 Landgoed Huize Bergen

Glorieuxlaan 1
5261 SG Vught
T 073-6580400
E welkom@huizebergen.nl
I www.huizebergen.nl



5 EIGENTIJDSERF

Spreeuwelsedijk 9
5091 KS Westelbeers
T 013-5041392
E welkom@eigentijdserf.nl
I www.eigentijdserf.nl





KNVB Campus

Woudenbergseweg 56-58
3707 HX Zeist
T 0343 - 491 424
E info@knvbcampus.nl
I www.knvb.nl/campus

6

7

BluePoint Antwerpen

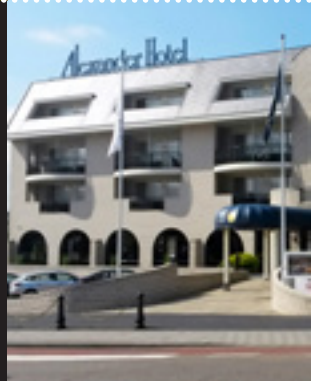
Filip Williotstraat 9
2600 Berchem
T +32 (0)3 280 45 11
E infoantwerpen@bluepoint.be
I www.bluepoint.be



8

Alexander Hotel

Oude Zeeweg 63
2202 CJ Noordwijk
T 071 - 361 8900
E info@alexanderhotel.nl
I www.alexanderhotel.nl



9

Landgoed de Reehorst

Hoofdstraat 8
3972 LA Driebergen
T 0343-531818
E reserveringen@antropia.nl
I www.antropia.nl



10

BluePoint Brussels

80 Bd. A. Reyers
1030 Brussels
T +32 (0)2 706 88 00
E infobrussels@bluepoint.be
I www.bluepoint.be



11

Laurenskerk Rotterdam

Grotekerkplein 27
3011 GC Rotterdam
T 010 - 4131494
E info@laurenskerkrotterdam.nl
I www.laurenskerkrotterdam.nl



12

Hotel-Restaurant De Os & het Paard

Dolsedijk 73-75
4158 EG Deil
T 0345-651616
E info@osenpaard.nl
I www.osenpaard.nl



13

Unique Venues of Amsterdam

Damrak 243
1012 ZJ Amsterdam
T 020 - 586 0710
E info@uniquevenuesof-amsterdam.com
I www.uniquevenuesof-amsterdam.com



14

Beurs van Berlage

Damrak 243
1012 ZJ Amsterdam
T 020 - 531 33 55
E events@beursvanberlage.com
I www.beursvanberlage.com



Financiële zekerheid voor uw internationale congres in Nederland!

Een congres organiseren, maar u ziet op tegen de financiële risico's. De stichting Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF) neemt uw zorgen weg!

U overweegt een internationaal congres in Nederland te organiseren, maar wat nou als er minder deelnemers komen dan verwacht? En hoe gaat u de aanloopkosten financieren, als er nog geen inkomsten zijn vanuit de deelnemers of sponsors?

Het Voorfinancierings- & Garantiefonds biedt uitkomst. Opgericht door het Ministerie van Economische Zaken en het Nederlandse Bureau voor Toerisme & Congressen, kent het VGF twee regelingen die bijdragen aan het minimaliseren van deze risico's:

Via de Voorfinancieringsregeling kunt u geheel gratis en rentevrij tot maximaal € 90.000,- lenen om uw opstartkosten te financieren!

Via de Garantstellingsregeling verzekert u uw congres tot maximaal € 90.000,- tegen een negatief resultaat dat ontstaan is door tegenvallende deelnemersaantallen!

Kijk op www.vgfholland.nl en ontdek hoe onze non-profit stichting er mede voor zorgt dat u een uitermate geslaagd en financieel gezond congres in Nederland kunt organiseren!

Wij staan u graag persoonlijk te woord op 070 – 370 57 05 of via info@vgfholland.nl



Voorfinancierings-
& Garantiefonds

WWW.VGFHOLLAND.NL



ClickShare

Plug into simplicity.

TAP INTO

amazing



Make sharing easy and leave an impression

Meetings, incentives, congresses and events today need to be amazing, smooth and most of all equipped with the best technology. If you want to offer the best meeting experience to your customers, ClickShare is just the ticket. Barco's wireless collaboration system allows users to simply share what's on their laptop or mobile device on a presentation screen. No installation, no technical hiccups, no training. Just quick, confident sharing to make all your events truly professional and outstanding.

Don't just take our word for it. You can try it yourself with our 4-week ClickShare CSE-200 try-out.

Start your free trial today: <https://trynow.barco.com/clickshare/>.



CSE-200

UW BEDRIJFSUITJE BIJ HOLLAND CASINO SCHEVENINGEN?



Ga naar hollandcasino.nl/scheveningen of neem contact op met de Marketing & Sales afdeling op 070-3067863



HOLLANDCASINO.NL
VOOR MEER INFORMATIE EN ONZE VOORWAARDEN

