



Festivalisering van events

Tijdens EMEC19 lag de nadruk op een nieuwe, creatieve aanpak van het organiseren van zakelijke bijeenkomsten. De inspirerende sprekers Steve O'Malley (Maritz Travel) en Irfan van Ewijk (Woov, voorheen ID&T) doken in de festivalisering van events.

Fotografie Ramon van Jaarsveld – Clickshots

EMEC19 heeft het jaarcongres op een aantal punten net even iets anders aangepakt dan gebruikelijk is. Dat is ook te zien op de vierde en laatste dag van het congres; de deelnemers mogen in het World Forum Den Haag plaatsnemen in een kruisvormige opstelling. Na een kort welkomstwoord trapt Steve O'Malley, division president bij Maritz Travel, af met zijn ervaring op het gebied van eventorganisatie. O'Malley weet als geen ander hoe je de festivaliseringstrend het beste toe kan passen bij je event design. Neem bijvoorbeeld eenvoud. Het onderwerp van je bijeenkomst moet zo kort en bondig mogelijk kunnen worden samengevat. Zo bondig dat je het bijvoorbeeld

op een t-shirt zou kunnen zetten. Nu is een t-shirt tijdens festivals een geliefd merchandise-product, dus waarom zou je dit niet als gimmick uitdelen? Het creëert bovendien een gevoel van saamhorigheid. Hetzelfde geldt voor het gebruik van culturele symbolen. Deze bieden een mooi aanknopingspunt om met elkaar in gesprek te gaan. Een element om je event beter te laten beklijven, is storytelling. O'Malley noemt kinderverhalen als voorbeeld. Deze zijn zo opgebouwd dat ze de aandacht weten vast te houden. Door een goed onderbouwd verhaal te vertellen, letten mensen op en krijgen ze je boodschap mee. De kruisvormige opstelling benoemt O'Malley als een mooi voorbeeld van vernieuwing, dat eveneens essentieel is. Ook tipt hij om meer aandacht te besteden aan het afscheid, bijvoorbeeld door tegen de deelnemers een welgemeend 'tot ziens' te zeggen. Het is een belangrijk onderdeel van de totaalbeleving en kost niets. Het maakt de kans juist nog groter dat de deelnemers na afloop over je event gaan praten op social media.

GEMIDDELD BESTAAT NIET

O'Malley haalt een aantal onderzoekers en schrijvers aan. Een daarvan is Daniel Pink, auteur van diverse boeken over werk, het zakenleven en gedragswetenschappen. Volgens Pink zit er 's ochtends een duidelijke piek in de aandachtspanne en leercurve van deelnemers, terwijl de meesten aan het begin van de middag een dip ervaren. Voor een grotere impact van je event zou je dus 's ochtends de zwaardere onderwerpen aan bod moeten laten komen

en aan het begin van de middag juist reflectietijd in moeten bouwen. Deelnemers kunnen die tijd dan gebruiken om bijvoorbeeld hun e-mails te lezen. 's Avonds is het ideale moment om te socializen en de informatie te herkauwen.

Ook het boek *The End of Average* van Harvardwetenschapper Todd Rose komt aan bod. Dit boek ontkracht de mythe dat er een gemiddeld persoon bestaat. De maatstaf 'gemiddeld' doet juist onrecht aan de aard en individuele karaktereigenschappen van een persoon. Dit geldt ook zeker voor de gastenlijst van je bijeenkomst. Je doelgroep kun je definiëren aan de hand van aspecten zoals demografie, leeftijd maar ook introversie of extraversie. Hier kun je je eventdesign op aanpassen voor een betere beleving en meer impact. O'Malley noemt een voorbeeld van een eigen bedrijfsevent waarbij hierop in werd gespeeld. Bij de eventregistratie werd gevraagd naar vier dingen die de deelnemers belangrijk vonden. Deze grootste gemene delers kwamen vervolgens terug in vier verschillende goodiebags. Doordat de gemeenschappelijke hobby's en interesses van de deelnemers kenbaar werden gemaakt, zorgde dit voor een connectie – en dus interactie – tussen de deelnemers.

DE I IN ID&T

De tweede spreker van de laatste ochtend is Irfan van Ewijk, mede-oprichter en oud-eigenaar van entertainment- en mediabedrijf ID&T. Tegenwoordig richt hij zich op Woov, een digitale wegwijzer voor eventbezoekers. Volgens Van Ewijk loopt game changing als



rode draad door zijn carrière. In de jaren negentig maakt elektronische muziek diens opkomst en worden er onder andere in RoXY in Amsterdam illegale houseparty's georganiseerd. Vanwege de illegaliteit geven deze feestjes een gevoel van exclusiviteit bij de bezoekers. Het eerste feest van Irfan van Ewijk, Duncan Stutterheim en Theo Lelie (de voornamen vormen ID&T) is *The Final Exam* in de Jaarbeurs in 1992. Ondanks de laagconjunctuur weten zij 7.500 kaarten te verkopen dankzij enkele slimme marketingtrucs. Volgens Van Ewijk is juist die laagconjunctuur en de daarmee gepaard gaande mineurstemming een van de redenen waarom rave en techno dan in opkomst zijn. Later wordt techno mainstream dankzij

de ietwat afgezwakte versies van bekende dj's in de clubs en disco's.

OVER PERFORME

In 2018 vond alweer de 25e editie van Thunderdome plaats. Volgens Van Ewijk is het geheim achter het succes 'under promise en over performe'. Door niet voor het geld te gaan maar juist te blijven investeren in de mooiste decors, shows en goede campings creëer je beleving bij de bezoekers, die de ambassadeurs van het festival worden. Ondertussen is de markt voor dancefestivals een stuk concurrerender geworden en zijn in de loop de jaren het format en het business model steeds vernieuwd. Zo wordt er tegenwoordig veel meer met sponsors gewerkt. Onder andere via social media worden activiteiten ingezet. Ook storytelling is een belangrijk onderdeel van de promotie. Een ander project is 10.000 hours. Deze stichting organiseert samen met dj's, artiesten en festivals diverse vrijwilligersacties zoals opknap- en onderhoudacties in parken waar jongeren aan deel kunnen nemen. Het doel is om bewustwording voor het milieu en maatschappelijke betrokkenheid te creëren en jongeren door middel van vrijwilligerswerk een goed gevoel te geven. Ook dit initiatief doet veel voor de branding van festivals.

Zowel Van Ewijk en O'Malley benadrukken dat vernieuwen essentieel is om succesvol te blijven. Daarbij staat het maken van een echte connectie met je bezoekers en het bieden van inspiratie centraal. Als je dat voor elkaar krijgt, bereik je een optimaal effect en blijf je relevant voor je doelgroep.

