

# Meeting

Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 15 - nr 2 - Meetingmagazine.nl

Heineken Experience

## Vergaderen bij de beroemdste bierbrouwer van Nederland

Locatietour Utrecht stad - Nooit meer saai vergaderingen - Het ultieme programmaboekje voor jouw evenement - Een hackathon als brandstof voor innovatie - Hoe houd je de aandacht vast

A man with a beard, wearing a dark blue suit, light blue shirt, and patterned tie, is smiling and looking to the right. He is standing in front of a large glass window that reflects a cityscape. The window has a green frame and a white railing below it.

## Doing conventions the unconventional way

Laat u verrassen door out-of-the-box ideeën en originele voorbeelden uit de praktijk door onze professionals. Zij zetten uw wensen om in een succesvol evenement. Nieuwsgierig? Maak dan een afspraak voor een vrijblijvende ideeënsessie.



POSTILLION  
HOTELS

POSTILLIONHOTELS.COM

# #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  
ervaar je de rust van de natuur of juist de energie van de stad. Wij bieden je de inspiratie om  
samen te werken, patronen te doorbreken of een sterke toekomst te ontwikkelen op 12 bijzondere  
meeting locaties.



B I L D E R B E R G

[bilderberg.nl/meetings](https://bilderberg.nl/meetings)



# The Manor Amsterdam

*Van burgerziekenhuis naar stadsdeelkantoor,  
nu een inspirerende vergaderlocatie!*



## The Manor Amsterdam

Het mooiste hotel van Amsterdam-Oost, zo wordt The Manor ook wel genoemd. Waar The Manor vroeger dienst deed als burgerziekenhuis en stadsdeelkantoor is het vandaag de dag een modern hotel. Het hotel is makkelijk bereikbaar met de auto en het openbaar vervoer.

The Manor heeft vier inspirerende vergaderzalen, waarvan drie met daglicht en uitzicht op de tuin. Extra bijzonder is de Tuinzaal, die in de tijd als stadsdeelkantoor al werd ingezet als trouwzaal. Sluit de meeting ontspannen af in het eigen Italiaanse restaurant Enoteca. We zorgen ervoor dat het je tijdens je zakelijke verblijf aan niets ontbreekt!

[WWW.THEMANORHOTELAMSTERDAM.COM](http://WWW.THEMANORHOTELAMSTERDAM.COM)



## Meeting Magazine door de jaren heen

Meeting Magazine is dit jaar alweer haar vijftiende jaargang ingegaan. In de afgelopen jaren hebben we verschillende rubrieken de revue laten passeren. De ene rubriek sneuvelde na een paar jaar, de andere wist de tand des tijds te doorstaan en mocht na een grondige revisie weer door. Een van deze vernieuwde rubrieken is de hotelrecensie. Tot nu toe ging steeds een eigen redacteur hiervoor op pad. Vanaf deze editie hebben we besloten om het bezoek te laten doen door een mystery guest van Mystery Review. Overigens komen niet alleen hotels voor deze rubriek, ook vergader- en evenementenlocaties kunnen zich anoniem laten bezoeken. citizenM Rotterdam durfde het aan om het spits af te bijten. Durf jij het aan jouw locatie te laten beoordelen?

Wat we ook nog altijd met veel plezier doen, is een dagje inspiratie opsnuiven tijdens een site visit. Eind maart liepen we mee door Utrecht stad en genoten we van de gastvrijheid. Het verslag van deze geslaagde dag stond al snel online en lees je ook in deze editie terug.

Het gaf ons ook meteen de kans om met onze lezers in gesprek te gaan en te vragen wat zij van het magazine vinden. Maar die input ontvangen we natuurlijk graag van *al* onze lezers. Heb jij een leuk idee, of mis je aandacht voor bepaalde onderwerpen? Laat het ons dan vooral weten!

Veel leesplezier!

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest  
Hoofdredacteur Meeting Magazine  
sofie@vanmunstermedia.nl

**10 Coverstory Heineken Experience**

Per jaar bezoeken maar liefst 1,1 miljoen mensen uit binnen- en buitenland de Heineken Experience. Ook wat betreft de zakelijke bijeenkomsten doet deze bijzondere locatie het erg goed. "Mensen willen graag verrast worden en blij naar buiten gaan. Bij de Heineken Experience doen we er alles aan om dit te realiseren", aldus directeur Lieke Westendorp.

**22 Locatietour: Van overnachten in een hip designhotel tot brainstormen in een pakhuis**

De Locatietour begint een vast begrip in MICE-land te worden. Op maandag 25 maart kreeg een enthousiaste groep meeting- en eventplanners zes bijzondere locaties in Utrecht stad te zien. Dat Utrecht stad zeer compact is en afstanden tussen locaties prima zonder auto te overbruggen zijn, werd gedurende de dag duidelijk.

**44 De kracht van de Regio Zwolle**

De Regio Zwolle is als schakel tussen west, oost en noord Nederland één van de sterkste groeiregio's van ons land. Goed bereikbaar, in een uur met de trein vanuit Amsterdam, en een inspirerende regio met veel gezichten. Je vindt er de dynamiek van de historische Hanzesteden Zwolle, Kampen en Hattem en de gemoedelijke, gastvrije sfeer in de groene, waterrijke omgeving.

**46 Nieuwe rubriek: Mystery visit**

Ons land kent vele bijzondere locaties, maar maken ze ook hun beloftes waar? In deze nieuwe rubriek gaat een mystery guest van Mystery Review voor Meeting Magazine op onderzoek uit. citizenM Rotterdam bijt het spits af.

**72 Interview Elske Doets, rolmodel voor jonge, ambitieuze vrouwen**

Elske Doets is eigenaar van Jan Doets America Tours. Als Zakenvrouw van het Jaar nam zij in 2017 het initiatief voor de Young Lady Business Academy. Een programma voor ambitieuze jonge dames van 15 tot 25 met een droom: een eigen bedrijf starten, CEO worden of minister. "Er zijn kansen genoeg voor vrouwen. Maar ze moeten ze wel zelf pakken."

"De vooroordelen over Nederland wat betreft de kwaliteit van het eten en de zogenoemde zuinigheid zijn tijdens deze bijeenkomst volledig ontkracht."

Mia Bogaert, p 45.







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

**DRUKWERK**  
Balmedia

**HOOFDREDACTIE**  
Sofie Fest

**REDACTIE-ADVIES**  
Jessica Scheffer

**REDACTIEMEDEWERKERS**  
Ingrid Rip, Jessica Scheffer, Marianne Kuiper,  
Aart van der Haagen, Wouter Olland, Samira Salman,  
Rob de Haas, Daphne Doemges-Engelen,  
Hans Eberson, Hans Hajée

**VORMGEVING**  
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman, Lisa Pashouwers

**ADVERTENTIE EXPLOITATIE**  
Van Munster Media B.V.  
Jordey de Joode t: 024-642 3449  
Marie-Louise van Heeckeren t: 024-373 8502  
Advertentietarieven: op aanvraag

**ABONNEMENTEN**  
t: 024-3738505

**COVERSTORY**  
Heineken Experience

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.  
Abonnementsprijs per jaar 39 euro excl. btw.

**COPYRIGHTS**  
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen arti-  
kelen 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: 81



## 77 Hoe houd je de aandacht vast

Knikkebollende luisteraars of afhakers die hun smartphone uit hun tas halen; het is de nachtmerrie van organisatoren en sprekers die er niet in slagen om de aandacht van het publiek vast te houden. Gelukkig zijn er verschillende manieren om de aandachtspanne van het publiek te verlengen, bijvoorbeeld door middel van een smartphone tool of een debat.

### Verder in deze editie

- 14 Leonardo Royal Hotel Amsterdam
- 16 Jubileumjaar Meeting Magazine
- 26 Bilderberg #outofoffice
- 30 ss Rotterdam by WestCord
- 32 Nooit meer saaie vergaderingen
- 38 Het Nederlands Openluchtmuseum
- 40 Interview horecaondernemer Gerard van den Tweel
- 50 Conferentiehotel Kontakt der Kontinenten
- 52 Rosarium Amstelpark
- 54 Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF)
- 56 Inntel Hotels Amsterdam-Zaandam
- 58 MPI NL Academy
- 62 Conferentiehotel Kapellerput
- 64 Conferentiecentrum Bovendonk
- 70 Herinspectie Vergaderhamerkeurmerk

- 88 ACS audiovisual solutions
- 92 FCHM: Food Concepts + Hospitality Management

### In elke editie

- 18 Ingrid interviewt: Ruud Janssen en Roel Frissen, Event Design Canvas
- 29 Goodiepagina - Samira Salman, EventGoodies
- 35 Column Wouter Olland - OMS
- 43 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 82 Momice: Bepaal koers en maak meer impact!
- 84 Sprekershuys: Het ultieme programmaboekje voor jouw evenement
- 86 CLC-VECTA: Een Hackathon als brandstof voor innovatie



Heineken Experience

# Events bij de beroemdste bierbrouwer van Nederland

Per jaar bezoeken maar liefst 1,1 miljoen mensen uit binnen- en buitenland de Heineken Experience. Ook wat betreft de zakelijke bijeenkomsten doet deze bijzondere locatie het erg goed. "Mensen willen graag verrast worden en blij naar buiten gaan. Bij de Heineken Experience doen we er alles aan om dit te realiseren", aldus directeur Lieke Westendorp.

**M**eeting- en eventplanners weten steeds beter hun weg te vinden naar de Heineken Experience. In de afgelopen vijf jaar groeiden de MICE-activiteiten met maar liefst 40%. Op jaarbasis worden er rond de 550 zakelijke bijeenkomsten georganiseerd in dit bijzonder pand aan de Stadhouderskade in Amsterdam. "Hier maken mensen kennis met de geschiedenis, het merk Heineken en alle stappen van het brouwproces", vertelt directeur Lieke Westendorp. "Bij-

zonder is dat de Heineken Experience is gevestigd in de originele brouwerij uit 1867 waar tot 1988 nog bier werd gebrouwen. Overal waar je kijkt, staat het verhaal achter het premium-biermerk centraal. De groei van onze zakelijke bijeenkomsten zit onder andere in het feit dat meeting- en eventplanners steeds meer op zoek zijn naar locaties die een bijzonder verhaal vertellen."

## VERWACHTINGEN OVERTREFFEN

Zelf is Westendorp al 18 jaar werkzaam voor Heineken. In december 2017 begon zij als directeur van de Heineken Experience. "Door mijn aderen stroomt het groene bloed van Heineken. 'We serve smiles' en dat geldt zeker ook voor de meetings en events die wij hier organiseren. Mensen willen verrast worden en blij naar buiten gaan. We doen er alles aan om dit te realiseren en hun verwachtingen



te overtreffen. Bij een premium merk hoort immers een premium beleving. Daarom hebben we een aparte meeting- en eventafdeling die voor elke opdrachtgever een bijeenkomst op maat kan organiseren. Dankzij onze samenwerking met de A'DAM Toren en de rederijen kunnen we hele bijzondere combinaties maken, zoals een boottocht gevolgd door een bedrijfsfeest in de Heineken Experience. Het is ook mogelijk om een bijeenkomst te combineren met een VIP-tour onder begeleiding van een gids. Dan kom je op bijzondere plekken waar reguliere bezoekers geen toegang tot hebben. Uiteraard kunnen gasten ook zelf deelnemen aan de Heineken Experience Tour. Aan deze tour is recent een nieuw onderdeel toegevoegd. De 'Brew You Ride' laat je ervaren hoe het is om als bier te worden gebrouwen, gebotteld en vervoerd. Ter afsluiting volgt een

korte bierproeverij. "Een Brand Experience moet je continu veranderen en innoveren en dat past ook bij het innovatieve karakter van Heineken."

#### HERITAGE QUARTER

In de Heineken Experience zijn zeven verschillende zalen beschikbaar die voor uiteenlopende bijeenkomsten kunnen worden ingezet. Elk van deze zalen had voorheen een specifieke functie binnen het brouwerij en het brouwproces. Een van de populairste zalen is 't Koelschip, gelegen op de bovenste verdieping. Hier werd vanaf de jaren '30 de wort (gerstemout en water dat samen wordt verhit) opgeslagen om af te koelen. "Bijzonder aan 't Koelschip is het balkon met uitzicht op de hele stad", zegt Westendorp. "Deze ruimte wordt veel ingezet als feest-, receptie- of dinerlocatie."





Een verdieping lager ligt de nieuwe Heritage Quarter, waar de complete Heinekencollectie bestaande uit 120.000 objecten is ondergebracht. "Heineken hecht heel veel waarde aan haar erfgoed. Daarom hebben we in november deze Heritage Quarter geopend. In een speciale expositieruimte liggen zo'n tweehonderd voorwerpen zoals oude maquettes, etiketten, reclameposters, flessen en de eerste steen van de brouwerij. Ook kun je hier heel goed zien waar in het nieuwe gedeelte uit 1957 tegen het oude gebouw aan is gebouwd. Het leuke is dat iedereen wel iets van vroeger herkent, of het nu het

gele bierkratje is of een bierviltje. Een deel van de collectie-items is ook terug te vinden in onze zalen."

#### HIDDEN BARS

In de Heritage Quarter zijn twee zalen ondergebracht. De Haystack is geschikt voor vergaderingen en kleine recepties en diners. Deze ruimte is vernoemd naar de Hooiberg, de eerste brouwerij van Gerard Heineken. Via een geheime deur heb je eveneens toegang tot een van de twee hidden bars die enkel voor zakelijke bijeenkomsten worden gebruikt. Ook de VIP-tours eindigen in een van deze bars. "Henry's het





Lieke Westendorp

is gewijd aan Henry Pierre Heineken die scheikundige was. Daarom is deze ruimte vormgegeven als een soort laboratorium. Zakelijke gasten kunnen hier plaatsnemen aan de bar en genieten van een private tasting waarbij bier en hapjes worden gecombineerd. Ook kunnen ze hier meer leren over het Heineken bier. De wanden zijn bekleed met leren panelen die je aan de achterzijde kunt beschrijven met krijt." De andere hidden bar bereik je via een koelkastdeur: dit is de chique Freddy's. "Ook hier vind je bijzondere collectie-items terug en kun je genieten van private tastings."

#### MOUTSILO'S

Grenzend aan de Heritage Quarter ligt de Molenzolder. Hier stond de schrootmolen opgesteld waarin de moutkorrels werden vermalen. De schrootmolen heeft inmiddels plaatsgemaakt voor een massief houten bar. De zaal is sfeervol ingericht met oude foto's en objecten uit de collectie. "Deze zaal is geschikt voor presentaties, diners en feesten. Voor hele grote groepen kunnen we de Molenzolder, de Heritage Quarter en de Moutzolder die een verdieping hoger ligt combineren. Dan kunnen hier 500 tot 600 mensen samenkomen, verdeeld over twee verdiepingen." De Moutzolder ligt tussen 22 moutsilos van 20 meter hoog. In deze silos werd de mout bewaard, één van de bestanddelen van de wort. De inrichting doet denken aan een gezellig Amsterdams bruin café. Ook hier kunnen vergaderingen, presentaties of diners plaatsvinden.



#### KOPEREN BROUWKETELS

De overige twee zalen maken deel uit van de Heineken Experience Tour. Zelf vindt Westendorp de brouwzaal een van de mooiste zalen in het pand. "Hier loop je echt tussen de oude koperen brouwketels en zie je mooie authentieke elementen terug zoals de glas-in-loodramen en de trap." Wil je een wat moderne sfeer, dan kun je terecht in de Best 'Dam Bar, waar ook de tour eindigt. In de voormalige fermentatiekelder is volop ruimte voor bedrijfsfeesten inclusief band of dj. De bar is ingericht volgens de huidige huisstijl van Heineken. De betonnen pilaren geven een industriële sfeer. Na afloop van een vergadering of evenement biedt de Brand Store diverse bijzondere relatiegeschenken om aan de gasten mee te geven. Westendorp: "We kunnen glazen en bierflesjes personaliseren."

#### GESCHIEDENIS

Westendorp krijgt weleens de vraag of de Heineken Experience niet beter verplaatst kan worden naar een plek buiten het centrum. Maar volgens haar kun je het verhaal achter Heineken nergens zo goed vertellen als in de oude brouwerij. "Mensen zijn op zoek naar storytelling en authenticiteit. Hier komt het verhaal van Heineken het beste tot haar recht. Heineken is ook een onderdeel van de geschiedenis van Amsterdam. De hele Pijp maakte onderdeel uit van het voormalige brouwerijterrein. Hier kunnen we die unieke beleving bieden waar meeting- en eventplanners naar op zoek zijn. En hoewel we midden in de binnenstad liggen, zijn we toch relatief goed bereikbaar en ligt er een parkeergarage om de hoek."

[www.heinekenexperience.com](http://www.heinekenexperience.com)



14  
>  
Oprechte aandacht voor gast bij nieuwe Leonardo Royal Hotel Amsterdam

# Now we're talking!

**Half april opende het Leonardo Royal Hotel Amsterdam haar deuren in het Amstelkwartier in Amsterdam. Je kunt er niet alleen comfortabel overnachten, maar ook met vierhonderd mensen vergaderen en dineren. Wat vooral opvalt, is de oprechte aandacht voor de gast. Niet voor niets is het motto: 'Now we're talking!'.**

Tekst Daphne Doemges-Engelen

**S**uper trots is hij: general manager Jakob-Jan Blaauw popelt om de wereld het nieuwe hotel te laten zien, en vooral te laten ervaren. "Op 15 april, de geboortedag van onze naamgever Leonardo da Vinci, gingen de deuren van het hotel open. De kick-off meeting die we met de staff hielden, was al veelbelovend voor de sfeer die hier heerst: iedereen is gemotiveerd en positief om het de gast aan niets te laten ontbreken."

## BALLROOM VOOR 600 GASTEN

Het moderne en kleurrijke hotel beschikt over 490 kamers, een restaurant waar vierhonderd mensen kunnen dineren en elf vergaderzalen van diverse afmetingen waaronder een ballroom die uitermate geschikt is voor congressen en feesten. "De lichte ballroom van negenhonderd vierkante meter en een hoogte van maar liefst zes meter, bevindt zich op de tweede etage en biedt plaats aan zeker 600 gasten. Deze imposante ruimte is uitgerust met de laatste innovaties op het gebied van mediatechnologie, audio-acoustics en presentatiefaciliteiten, inclusief gesynchroniseerd presentatiesysteem door het hele hotel, LCD-schermen, BOSE sound system, ClickShare draadloos presentatiesysteem en akoestische en geluidwerende plafonds en muren. Heel handig is ook het feit dat de ballroom in drie aparte ruimtes kan worden opgedeeld; zo zijn eenvoudige

dig break-outruimtes te creëren binnen dezelfde ruimte. Verder is bijzonder dat de ballroom aan een groot dakterras van driehonderd vierkante meter grenst, dat exclusief beschikbaar is voor ballroomgasten. Het is een mooie plek voor een koffiebreek, avondevent of de presentatie van een product. Zo is het zelfs mogelijk om een auto vanuit de parkeergarage op het dakterras of in de ballroom te zetten!”

#### SPRAAKMAKERS

Het hotel, dat in de top 5 staat van grootste congreshotels van Amsterdam, is verder uitgerust met alle mogelijke faciliteiten die de verwerende gast zich kan wensen, zoals een fitnessruimte, sauna, gezellige lobby-bar en een imposante lobby van elf meter hoog: een echte eyecatcher bij binnenkomst. Het meest indrukwekkende vindt Blaauw echter de hoge mate van hospitality waar de medewerkers speciaal op zijn geselecteerd en getraind. “Onze medewerkers zijn oprecht trots dat ze bij de start van dit nieuwe hotel betrokken zijn. Het zijn mensen die écht contact leggen met gasten; wij noemen het conversation starters of in het Nederlands: spraakmakers. Dat merk je als gast! Niet alleen bij de receptie of aan de bar hebben medewerkers tijd voor een praatje. Zo zal de chef ook uit de keuken komen om contact met de gasten te maken. Dat gaat verder dan een praatje, er zal bijvoorbeeld ook live-



cooking plaatsvinden in het restaurant. We willen gasten een experience bieden.”

#### UITSTEKENDE BEREIKBAARHEID

(Zakelijke) gasten worden op alle mogelijke ontzorgt in het Leonardo Royal Hotel Amsterdam: zo beschikt het hotel over een team van Meeting- & Event Professionals. “Dit ervaren team heeft de expertise om mee te denken, support te bieden en waar nodig te ontzorgen. Van deelnameregistratie tot op- en afbouw van decor of deco-

ratie. Ook beschikken we over specifieke kennis voor het organiseren van congressen. Dat, in combinatie met de uitstekende bereikbaarheid vanuit de snelweg en met het openbaar vervoer, maakt ons hotel een perfecte locatie voor ieder (zakelijk) event.”

[www.leonardoroyalhotelamsterdam.com](http://www.leonardoroyalhotelamsterdam.com)





## Spannende gastronomie

"Pieter is een deskundige kok en een wijnliefhebber. Een unieke combinatie", meent Gerard Jané Úbeda, Spaanse wijnmaker en vanavond te gast bij Le Diner. Uiteraard proeven wij een aantal van zijn wijnen bij de gerechten van Pieter Mooij en zijn chef-kok Remco Kedde. De keuze tussen twee complexe wijnen bij de kalfsoester levert fraaie gesprekstof op. "Ik ga voor de Margalló", vertelt Jan Hein Bartels. "Ik vind juist de Mas Vilella spannend. Hij past goed bij de krachtige kalfsjus", aldus Sandra Mooij, samen met haar man Pieter eigenaar van het Noordwijkse Hof van Holland.

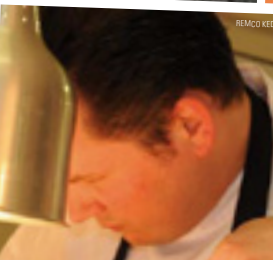
De Margalló en Mas Vilella zijn beide afkomstig van de wijngaard Jané Ventura, waarvan Úbeda en zijn familie eigenaar zijn. De druiven van deze wijnen groeien op zanderige, stevige hellingen in de buurt van Barcelona. De vele zonuren die deze regio kenmerken resulteren in smaakvolle oogst, jaar na jaar. Bij wijze van proef worden vanavond beide wijnen geserveerd bij de kalfsoester. Op voorhand is de Margalló uit 2001, die op de wijnkaart van Pieter en Sandra Mooij is terug te vinden, favoriet bij de meeste gasten. De complexiteit maakt hem verleidelijk. Het malte hoofdgerecht laat zien tot welke spannende sensaties de wijn-spijs combinatie kan leiden. De Mas Vilella presenteert zich nu heel anders. Hij heeft de kracht en complexiteit om de ravioli en kalfsjus,

beide hoog op smaak, naar grotere hoogtes te brengen. De Margalló past ook bij het gerecht, maar leidt tot een minder spannende combinatie", aldus Alfons Kiljan, wijnkenner van JJC Kwast Wijnkopers. Pieter Mooij en Úbeda vinden echter dat de Margalló naadloos bij het gerecht aansluit. "Persoonlijk vind ik de Mas Vilella een mooiere wijn. Ik houd van zijn complexe, elegante tonen. Bij de kalfsoester geef ik toch de voorkeur aan de wat zachtere Margalló", legt de Catalaanse wijnproducent uit.

#### Wijnsuggesties

Een wijn die onmiskenbaar de tongen los maakt, is de Duitse chardonnay uit de Moezel. Kiljan, toch een ervaren vinoloog, is onder de indruk: "Zo iets

heb ik nog nooit geproefd. Het is een heerlijk wijn." Pieter Mooij vertelt er dan ook enthousiast over: "Ik heb hem zelf in Duitsland gehaald. Hij komt uit het noordelijke deel van de Moezel en heeft een zoete, mineraalachtige smaak. Een uniek palet, zeker voor een chardonnay." "Elke slok is een feestje", geeft Sandra Mooij de heersende mening aan tafel fraai weer. Vanwege de kracht van deze chardonnay hebben Pieter en Sandra ervoor gekozen, deze zowel bij de gefrituurde coquilles als de worstjes van Canadese kreeft te serveren. "Een begrijpelijke keuze. Na zo'n mooie wijn is het moeilijk om iets beters te presenteren", vindt Bartels. "Ik heb er ook begrip voor, maar ik zou bij de worstjes van kreeft toch een wijn met meer mineralen hebben gekozen", aldus Úbeda.



#### LE DINER MEET

##### Hart voor de zaak

Jan Hein Bartels is onder de indruk van Hof van Holland: "Iullie hebben je dat merk je. Er heeft een gezellig dra en Pieter Mooij zijn sinds 2004 in de hofca. Ze vertellen Pieter over ervaring. "Ik heb nooit de kokoch ik ben wel vaak samen met Sandra daar heb ik veel van geleerd. Nog is smaakimpressies de basis voor ons wordt regelmatig vernieuwd en ik fris moderne Fransmediterrane gerechten à la carte in het historische moderne elementen. Daarnaast kun een drie of vier gangen menu van Bijzonder is de uitgebreide vegete tevens een aantal keer per jaar wa de website [www.hethofvanholland.nl](http://www.hethofvanholland.nl) lende menu's, gerechten, prijzen en vinden. Zatselijke gezelschappen tot nen genieten van de gastronomische bijzondere sfeer in Hof van Holland. is bovendien de aanwezigheid van hotelkamers en 12 studios.

Vijftiende jaargang Meeting Magazine

# Volop rubrieken

**In 2019 gaat Meeting Magazine alweer het vijftiende jaargang in. Om dit te vieren blikken we een jaar lang terug op de ontwikkelingen in het magazine en in de branche.**

In de afgelopen veertien jaargangen van Meeting Magazine zijn de nodige vaste rubrieken de revue gepasseerd. Zo publiceerden we al vrij snel de culinaire reeks Le Diner waarbij een aantal prominente spelers uit de branche aanschoven voor een culinair meergangendiner in een toprestaurant. De gangen werden uitgebreid besproken, net als de culinaire trends die op dat moment heersten.

In 2008 werd Le Diner voor het laatst georganiseerd en maakte het artikel plaats voor nieuwe rubrieken, waaronder Congres Uitgelicht. In deze rubriek vertelde een PCO over de organisatie van een congres en tegen welke uitdagingen hij of zij aan liep gedurende het organisatieproces. Nog altijd doen we in het magazine verslag van bijzondere bijeenkomsten. Ook vertellen diverse columnisten nog altijd over hun expertise en ervaringen.

In de rubriek Appels en Peren vroegen we tussen 2009 en 2012 steeds bij drie verschillende locaties een offerte voor een fictieve bijeenkomst op. Deze offertes wer-



MEETING CULINAIR

Van de ambiance in hart in het bedrijf en de warme sfeer. Sangerig maar van Hof Van Bijlde achtergrond hier nut van zijn gas- 201 doorlopen, maar uit eten geweest en deeds zijn die falloze kaart. Deze kaart omreikt zich door rechten. Gasten di- restaurant met zijn enen zij kuisen voor maximaal €41,50. Ritische kaart, die dit vervangen. Op kaart terug te 80 personen kun- te kwaliteiten en Niet onbelangrijk 23 comfortabele



# The Maror Amsterdam Het echte Amsterdamse gevoel

Johan Graeff is er geboren en had veel mensen zijn hier verplaat. Het vroemalig burgemeestershuis waarin hotel The Maror Amsterdam is gevestigd, maakt onderdeel uit van de Amsterdamse geschiedenis. Wie een vaat over de Buitendijk met, ervaart direct dat de toewijding van de stad centraal staat op deze bijzondere plek.

**I**n 2012 heeft het stadsbestuur zijn doelen, waarmee het de laatste leving als 'Middelbuisdieren' 'Van Amsterdam' konnen hebben dat ook niet niet het indruisende kerke punt met de stadsbestuur, gingen in het hoo- vande Amsterdam/Van. In 2011 stuurde de Nederlandse hofbestuur Edin Dierks (oudste nog Houtplank) de antwoorden tot hotel. Amsterdam jaar voor en met de vrees van de vrees van de vrees, de lichte om de vrees in het gebied in het vrees van Amsterdam. De hofbestuur deelde kennis op een speciale wijze terug in het vrees van. Dierks Antwerpen, het stadsbestuur van Am-

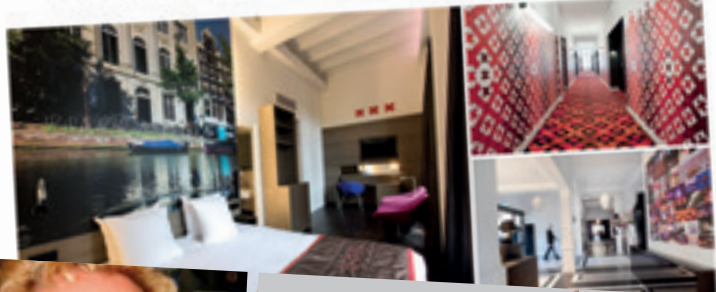
**The Maror Establi**  
The Maror Amsterdam heeft de beste en de beste...  
Hier zijn er de 11 verdiepingen...  
Wie op zoek is naar een comfortabele...  
Het hotel is de beste...  
Het hotel is de beste...  
Het hotel is de beste...

MEETING HOTELRECENSIE

Wacht! Wacht! van The Maror kan heren...  
Het hotel is de beste...  
Het hotel is de beste...  
Het hotel is de beste...



Wacht! Wacht! van The Maror kan heren...  
Het hotel is de beste...  
Het hotel is de beste...  
Het hotel is de beste...



COLUMN MEETING

### PAPIERLOOS CONGRES

Hebt u ooit een congres of evenement georganiseerd zonder ICT? Ik wel en dat was knap lastig. Goed, ik spreek over begin jaren '80, maar toch. Gewoon alle 1000 aanmeldingen op alfabet in een kaartenbak. Maar die kaartenbak klieperde om, chaos alom. Vergelijk het met een gecrashte harde schijf anno 2007.

Kunt u nu nog efficiënt en effectief werken zonder ICT? Ik niet. Een voorbeeld. In 2004 wilde het ministerie van EZ binnen zes weken een congres organiseren voor ambtenaren en bedrijfsleven. Het is gelukt, dankzij een goede e-mail database. Alle informatie en uitnodigingen verstuurden we online, er kwam geen drukwerk aan te pas. Zelfs het verslagboek was uitsluitend digitaal verkrijgbaar. Eerlijk gezegd stonden niet alle deelnemers te juichen: niks om mee naar kantoor of huis te nemen, alles zelf uitprinten. Maar de conferentie. Nog een voorbeeld. Recentelijk wilde een corporate klant niet alleen een event organiseren voor de MICE-branch, maar ook de mening van klanten weten over de locatie. In samenwerking met Hans van Linschoten stuurden we alle deelnemers een online fotoalbum, plus een tweede enquête (één-meting). Zo het salesteam, dat de informatie gebruikte voor de after sales en follow-up bezoeken.

Zelf ben ik groot voorstander van ICT-toepassingen bij congressen en evenementen, maar wel helemaal voorzichtig over de digitale. Het moet een goede zaak zijn. Het moet een goede zaak zijn. Het moet een goede zaak zijn.

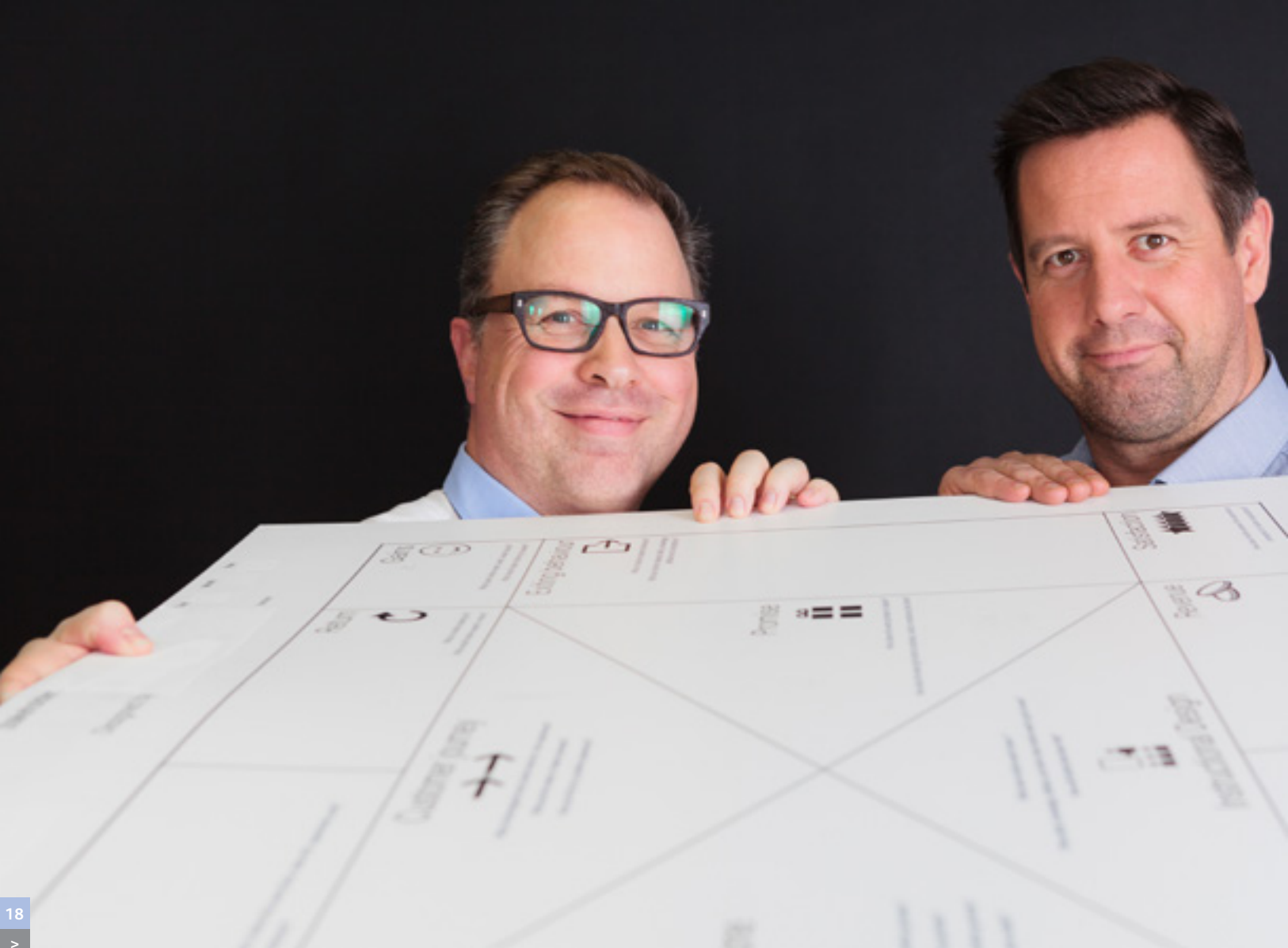
den door Ingrid Rip van bureau RREM en Meeting Magazine beoordeeld. Soms kwamen daar hele duidelijke winnaars uit, soms lagen de resultaten erg dicht bij elkaar. Memorabel was de offerte voor een bijeenkomst opgevraagd bij hotel A. Vervolgens kregen we een offerte voor een ander hotel binnen dezelfde keten toegestuurd. Uiteraard kwam het betreffende hotel niet als winnaar uit de bus. Uit betrouwbare bron weten we dat een andere hotelketen deze rubriek zeer scherp in de gaten hield om dergelijke fouten te voorkomen!

Voor de hotelrecensie reisde een redacteur vanaf 2009 af naar een hotel om daar het hotel, het diner en de overnachting te beoordelen. Deze rubriek heeft dit jaar een nieuwe invulling gekregen. Vanaf nu zal een anonieme mystery guest van Mystery Review de taak op zich nemen om een hotel of vergader/evenementenlocatie te beoordelen. Daarbij worden ook de website en de service meegenomen.

De komende jaren blijven we verder werken aan leuke en inspiratieve artikelen. Voor dit jaar staat een speciale reeks gepland die in samenwerking met studenten

van een Hoge Hotelschool zal worden gemaakt. Wat deze reeks precies inhoudt, houden we nog even geheim!

In de komende edities verschijnen meer edities en artikelen uit veertien jaargangen Meeting Magazine. Heb jij een herinnering aan een bepaald artikel of een bepaald onderwerp uit een eerdere editie? Laat het ons weten via [sofie@vanmunstermedia.nl](mailto:sofie@vanmunstermedia.nl)!



Ingrid interviewt

# Ruud Janssen en Roel Frissen, Event Design Canvas

Een leven lang leren is een van Ingrid's levensmotto's. Het is een van de redenen waarom zij actief is als consultant en trainer. In deze nieuwe serie, interviewt Ingrid iedere keer iemand die haar inspireert, van wie zij wil leren of heeft geleerd. Kennis die zij ook graag anderen gunt.

**I**k kan een heel magazine vullen met de input van Ruud en Roel, oprichters van het Event Design Collective. Ik heb maar 750 woorden #uitdaging! Jaren geleden dachten zij al verder dan logistiek, locatie en meetbaarheid van events. In 2014 werd ik nieuwsgierig

## Aan de slag met het Canvas

Het canvas is gratis in 14 talen te downloaden voor eigen gebruik: [edco.global/subscribe](https://edco.global/subscribe). Download het Canvas en verdiep je er in. Vertrouw het proces en doorloop het helemaal. Als je het volgt, klopt het, waar ook ter wereld. Het leidt tot waardevolle events. Als je het doet, doe het goed! Zorg voor de juiste tools en werkwijze. Denk bijvoorbeeld aan voldoende tijd, een inspirerende ruimte, grote canvassen, voldoende post-its in diverse kleuren: ga staan met het team.

Ruud Janssen en Roel Frissen



maakte de weg vrij om het canvas te ontwikkelen met de bijbehorende materialen en gedachtegoed.

#### METHODOLOGIE TOEPASSEN

Wat doet het Event Design Collective? Roel legt uit dat zij vooral trainen en helpen de methodologie toe te passen. "De tool geeft de opdrachtgever grip op waarde creatie, meetbaarheid en gedragsverandering door evenementen. Ongeacht of dit voor, tijdens of na een evenement gebeurt. Zo kunnen organisatoren verandermanagers worden en hun organisatie strategisch helpen ontwikkelen met behulp van events. Het klinkt gemakkelijk maar het is best lastig. Je heb je als ervaren professional methodes eigen gemaakt waardoor je gauw in oude patronen terugvalt. Toch weten we allemaal dat als je blijft doen wat je altijd deed, de kans op verandering klein is." "Het canvas biedt je de mogelijkheid om het verhaal van zo'n event en de gewenste gedragsverandering, goed te vertellen - beter nog - visueel te maken", vult Ruud aan. "Zodanig dat anderen het verhaal kunnen vertellen en uitvoeren. Het is ook een tool die richting geeft aan strategie. Immers, aan de hand van de stip aan de horizon kan een organisatie stap voor stap bepalen hoe een event een bijdrage moet leveren of heeft geleverd aan strategische doelen.

#### VERDIEPINGSVRAGEN STELLEN

Het succes van het canvas is mede te danken aan de samenwerking met organisaties met high-stake events zoals IOC en de VN. Zij sloegen aan op de toepassing van design thinking op events. Roel: "We hebben er zelf als industrie voor gezorgd dat er een gat is ontstaan tussen (strategische) wensen en het uiteindelijke resultaat, dat is behoorlijk uitdagend." De term 'u roept wij draaien' komt in mij op en ik herken wat Roel beschrijft. Als je vraagt 'kun je dit morgen voor me regelen?', zegt men ja, zonder voldoende verdiepvragen te stellen: Waarom? Waar moet het toe leiden? Voor wie? Het canvas is een tool waarmee je dit gat - als er voldoende tijd is - kunt overbruggen. Design thinking is nog geen vanzelfsprekendheid, daarom is het als canvasgebruiker van belang het 'waarom' goed uit te leggen. Ruud en

De Event Canvas methodologie is een universele taal die ervoor zorgt dat je systematisch en bewust nadenkt over het event (vanuit verschillende stakeholderperspectieven). Het resultaat is een helder verhaal dat je in 60 seconden aan anderen kunt uitlegen. Er is een soort vuistregel om 1% van de totale eventtijd aan design te besteden. Dit lijkt een waanzinnig droge formule. Maar kijk even mee: je organiseert een tweedaags event voor ca. 400 deelnemers. Die reserveren dus ieder minstens 16 uur. 6.400 uur van hun meest schaarse middel investeren ze in jouw event. Is het dan niet logisch dat je ruim tijd besteedt om goed na te denken over het design ervan? Ben je ze dat niet verschuldigd?

Roel vinden het niet echt spannend dat mensen het canvas verkeerd gebruiken. Ruud: "Sommigen zullen het willen leren, zoeken naar kennis, kopen een boek, volgen een training. De gecertificeerde community groeit snel (nu 160 mensen) en daarmee de mate van professioneel toepassen van de methodologie. Young Professionals wereldwijd op alle denkbare opleidingsniveaus leren het, daardoor gaat dit nog sneller."

#### BETERE EVENTS CREËREN

Wat hebben jullie als lezer van Meeting Magazine nu aan deze kennis? Wellicht word je nieuwsgierig en download je het template, leest je het een keer en laat je het daarbij. Misschien twijfel je of het je zal helpen of ga je er juist actief mee aan de slag. Ruud en Roel dromen ervan dat veel mensen aan de hand van het canvas betere events gaan creëren zodat de spelers in de branche sneller tot gedragsverandering kunnen komen. Ze dromen ook van meer plezier op de werkvloer en daar geloof ik ook in. Als je doet wat je leuk vindt, gaat je hart sneller kloppen en kom je in een flow. Werken met passie!

Ingrid Rip is eigenaar van RREM, hét bureau voor training, coaching en projecten binnen de congresmarkt sinds 2003. Vragen? Mail naar [info@rrem.nl](mailto:info@rrem.nl).

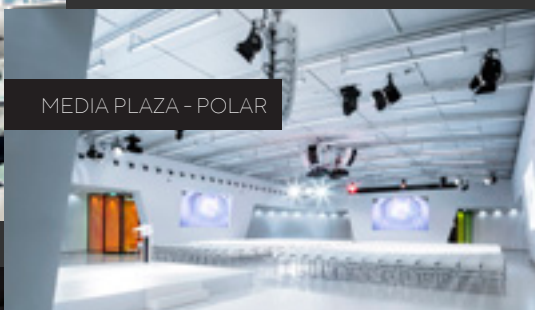
naar hun canvas en dat heeft geleid tot mijn certificering dit jaar. "De eventindustrie is jong en niet meer weg te denken uit de marketing en communicatie", zegt Ruud. "Tegelijk met deze ontwikkeling ontstonden nieuwe ideeën, theorieën en modellen die zich vooral richtten op het waarom, meetbaarheid en meerwaarde van events in plaats van logistiek. Wij wilden meer en zochten een antwoord op de vraag 'Hoe ontwikkel je events die daadwerkelijk gedrag veranderen?'. Het resultaat is het Event Design Collective. Dit is niet zo maar een model, gedachte of tool: het is een doordachte methodologie, gebaseerd op het Business Model Canvas van Alexander Osterwalder. De heren leerden hem kennen en werden geraakt door zijn opmerking: "Je bent geen serieuze professional als je geen serieuze tools hebt." Dat

# VOOR IEDERE BIJZONDERE ONTMOETING DE JUISTE JAARBEURSLOCATIE

WE INSPIREREN, MOTIVEREN EN ACTIVEREN DOOR  
WAARDEVOLLE LIVE EVENTS TE CREËREN. VAN  
GROOTSCHALIGE PUBLIEKS- EN VAKBEURZEN EN  
EVENEMENTEN TOT ZAKELIJKE BIJeenKOMSTEN EN  
CONGRESSEN: DE MOGELIJKHEDEN ZIJN EINDELOOS  
IN ONZE BIJZONDERE JAARBEURSLOCATIES.



MEDIA PLAZA - MISSION



MEDIA PLAZA - POLAR



MEDIA PLAZA - TRANSITZONE



MEDIA PLAZA BARZONE



MEDIA PLAZA  
SESSIEZALEN 2.0



BEATRIX THEATER

## Jaarbeurs Media Plaza

Media Plaza is een van de meest innovatieve congres- en vergaderlocaties in Europa, opgebouwd uit 25 foyers en sessiezalen. Miljoenen led-lampjes, innovatieve toepassingen en ultramoderne faciliteiten in beeldprojectie, geluidseffecten en inrichting geven elke ruimte een uniek karakter. Hier worden zintuigen geprikkeld, interactie gecreëerd en de boodschap helder verwoord. Een stap vooruit met je gasten: daar staat het moderne Media Plaza voor. Beschikkend over meerdere grote congreszalen die te combineren zijn met kleinere ruimtes voor breakout-sessies en barzones voor netwerkborrels.

[jaarbeurs.nl/mediaplaza](http://jaarbeurs.nl/mediaplaza)

## Vergadercentrum Jaarbeurs MeetUp

Jaarbeurs MeetUp biedt flexibele vergaderzalen voor 2 tot 240 mensen, heeft een eigen parkeerterrein en is 7 dagen per week geopend, ook 's avonds. Hoogwaardig design en optimaal beeld en geluid zorgen voor strak vormgegeven settings die inspireren en uitdagen. Het mag duidelijk zijn: over een locatie als deze, hoef je in elk geval niet lang te vergaderen.

[jaarbeurs.nl/meetup](http://jaarbeurs.nl/meetup)

## Jaarbeurs Beatrix Theater

Het Beatrix Theater is met recht een ware parel op Nederlands theatergebied en een icoon in Utrecht. Maar bovenal: een zeer geschikte congreslocatie met een uitzonderlijke ambiance. Je genodigden worden hier uiterst stijlvol ontvangen met zacht, rood tapijt, glimmend zwart marmeren tegels en prachtige kroonluchters en kunstwerken. In de oplopende theaterzaal kunnen 350 tot 1500 personen terecht. Een plenaire sessie is bijna oneindig uit te breiden met de Expozaal en de sessiezalen van Jaarbeurs MeetUp.

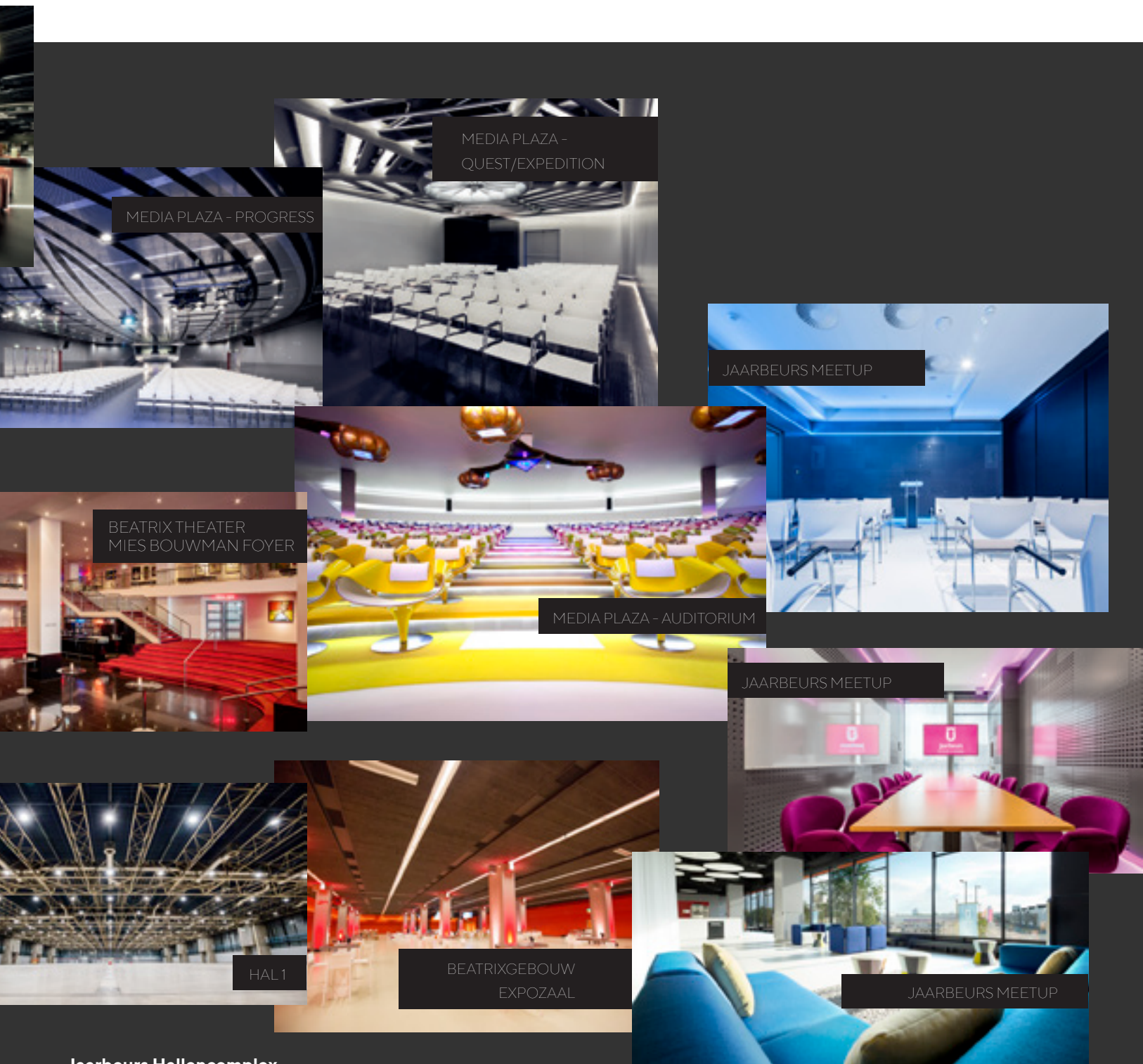
[jaarbeurs.nl/beatrixtheater](http://jaarbeurs.nl/beatrixtheater)

Achter elke vierkante meter van onze bijzondere locaties gaat 100 jaar evenementenervaring schuil. De Jaarbeurs adviseurs maken het verschil in advisering, kennis en executie. Ze denken en helpen concreet mee groei te realiseren. Voor werkelijk elk soort event. Jaarbeurs maakt je groter. Bedenk wat je daar zakelijk allemaal mee kunt bereiken, in het hart van Nederland.

**Neem contact op met een van onze Jaarbeurs experts:**

Telefoonnummer: 030 295 58 81

E-mail: [events@jaarbeurs.nl](mailto:events@jaarbeurs.nl)



### Jaarbeurs Hallencomplex

Iedereen is er wel 1 of 2 keer in zijn of haar leven geweest: de Jaarbeurshallen. Het multifunctionele hallencomplex kent een zeer uitgebreide infrastructuur. De maar liefst 11 hallen zijn voorzien van alle mogelijke faciliteiten en is daarmee geschikt voor de meest uiteenlopende activiteiten waaronder grotere congressen, beurzen, evenementen, feesten en concerten. [jaarbeurs.nl/hallen](http://jaarbeurs.nl/hallen)



Locatietour Utrecht stad

# Van overnachten in een hip designhotel tot brainstormen in een pakhuis

**De Locatietour begint een vast begrip in MICE-land te worden. Op maandag 25 maart kreeg een enthousiaste groep meeting- en eventplanners zes bijzondere locaties in Utrecht stad te zien. Dat Utrecht stad zeer compact is en afstanden tussen locaties prima zonder auto te overbruggen zijn, werd gedurende de dag duidelijk.**

Fotografie Ramon van Jaarsveld / Clickshots.nl

**D**e Locatietour Utrecht stad gaat van start bij de locatie Kanaal30, net buiten het centrum van Utrecht. Na het welkomstwoord van Liza Verkroost stapt een gedeelte van de groep op de fiets. De andere groep maakt gedurende de dag gebruik van de benenwagen en het openbaar vervoer. Hiervoor heeft Utrecht Convention Bureau voor elk van hen een Utrecht Region Pass ter beschikking gesteld. Met deze online te bestellen pas kunnen internationale deelnemers aan een zakelijke bijeenkomst binnen de regio Utrecht en daarbuiten gebruik maken van het openbaar vervoer en een ov-fiets huren. Je betaalt alleen voor de ritjes en diensten die je hebt afgenomen. De pas is gekoppeld aan je creditcard en de factuur ontvang je achteraf.

## CONNECTIVITY EN TREINEN

De eerste tussenstop is het Inntel Hotels Utrecht Centre dat op 14 januari is geopend. General manager Henk Hölscher heet de deelnemers van harte welkom. Hier worden we getraceerd op een rondleiding door het hotel en een presentatie over online reputatiemanagement (zie kader). Het overkoepelde thema van het hotel is 'connections', verwijzend naar de ligging pal naast Utrecht Centraal Station, maar ook naar de link met de stad. Dit uit zich in diverse details zoals de straatklinkers die vanaf buiten doorlopen naar de balie en restaurant The U food & drinks, de muren van de hotelbar die zijn bedekt met oude posters van TivoliVredenburg en de bestuurbare treintjes die in de tafel van de boardroom zijn verwerkt. In alle 162 hotelkamers en op de gangmuren is een speciaal ontworpen print te vinden waarin de kanalen en monumentale panden van de stad zijn verwerkt in een kleurrijk, grafisch lijnenpatroon. In het hotel is veel aandacht voor wellness. Een aantal corner suites is uitgerust met een eigen sauna en vrijstaande whirlpool in de hotelkamer. Vanaf de elfde verdieping heb je zowel vanuit de Spa Dôme (met fitness, een infinity pool, terrassen, massagekamers en een sauna) als de meeting- en eventzalen (maximaal 120 personen)

prachtig uitzicht over de binnenstad van Utrecht en het stationsgebied.

#### HIP DESIGN

Tegen het Inntel Hotel Utrecht Centre aan ligt Creative Valley, een complex van 8.500 m<sup>2</sup> waarin werkplekken, kantoorruimtes, vijftien luxe gemeubileerde short stay appartementen, een restaurant, dakterras en diverse vergaderruimtes zijn ondergebracht. Deze nieuwe 'Urban Hub' is een echte ontmoetingsplek. De betonnen muren en vloeren geven het gebouw een industriële look. Overall vind je opvallende designelementen en -meubels terug die het gebouw een zeer moderne en eigentijdse, maar tegelijkertijd ook huiselijke uitstraling geven. De zes zalen van Creative Valley zijn met name geschikt voor kleinschalige bijeenkomsten, waarbij het auditorium plaats biedt aan maximaal vijftig personen. The Glass House leent zich prima voor scrumsessies tot tien personen. Voor grotere bijeenkomsten wordt samengewerkt met Inntel Hotels Utrecht Centre, die de zalen van Creative Valley graag inzet als bijvoorbeeld break-outruimte. Op de achtste verdieping is er een interne doorgang tussen beide locaties.

#### TREINLOODS MET VERRASSINGEN

Na een uitgebreide lunch bij Creative Valley wandelt een gedeelte van de groep naar de volgende locatie en reizen de andere deelnemers met de Utrecht Region Pass van station Utrecht Centraal naar station Utrecht-Zuilen. De treinreizigers lopen via de wijk Noordwest met sfeervolle arbeiderswoningen in tien minuten naar de Ping Pong Club.



#### In gesprek met de reputatiemanager

Een vast onderdeel van de Locatietour is een MICE-gerelateerde kennissessie. Tijdens de tour door Utrecht Stad verzorgde Robert Spakman van online reviewplatform MeetingReview een sessie over de meerwaarde van online reviews bij je zoektocht naar een geschikte locatie. Voor veel mensen is Google het eerste oriëntatiepunt voor het inwinnen van informatie, en dat geldt ook zeker voor meeting- en eventplanners. Onder andere de online reputatie van een locatie geeft een goed beeld van wat een locatie biedt. Er zijn diverse platforms die reviews van locaties bijhouden, waaronder Google Review en MeetingReview. Volgens Spakman is het verstandig om kritisch te kijken naar de reviews. De hele goede en de hele slechte reviews kun je beter negeren. Dat kunnen in sommige gevallen nep-reviews zijn, of mensen die de locatie bewust extra slecht neer willen zetten. De meeste informatie haal je uit de middenmoot die uiteindelijk ook het gemiddelde cijfer bepaalt. Juist die onafhankelijke beoordelingen van alle organisatoren die je voorgingen, vormen een hele goede bron wanneer je je op een locatie gaat oriënteren.



Deze locatie is gevestigd in een oude loods vlak langs het spoor waar vroeger treinen werden gemaakt. De loods zelf draagt de naam PERON E, verwijzend naar het feit dat zelfs de Argentijnse regering er treinen liet bouwen. Presidentsvrouw Eva Perón zou de loods persoonlijk hebben bezocht. De loods is sinds maart open en de komende 2,5 jaar beschikbaar als evenementenlocatie voor productpresentaties of kick-off projecten. De loods staat in directe verbinding met de Ping Pong Club. Het idee voor deze locatie kregen de initiatiefnemers na een bezoekje aan Bounce, een keten van Ping Pong cafés in Londen en Chicago. De Ping Pong Club bestaat uit twee ruimtes met een doorlopende, gespiegelde bar en diverse zitjes en pingpongtafels. De muren zijn paars en groen geverfd. Deze ruimtes zijn zeer

# Op zoek naar teambuilding met inhoud?



Onderbreek uw vergader- of trainingssessie voor een activiteit midden in de natuur.

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum heeft een eigen landgoed van maar liefst 45 hectare en is dé perfecte locatie om inspanning te combineren met ontspanning.

Kijk op [woudschoten.nl/teambuilding](http://woudschoten.nl/teambuilding) voor meer informatie over de unieke combinatie van teambuilding en onze natuur!





geschikt voor een vergadering of bedrijfsborrel. Naast de zalen ligt een ruim terras met picknicktafels en banken in de vorm van aaneengeschakelde treinstoelen.

#### BRAINSTORMEN IN EEN PAKHUIS

Via de Amsterdamsestraatweg wordt de toer te voet voortgezet richting het centrum van Utrecht. Achter de gevel van O-utrecht blijkt een communicatiebureau te zitten, maar ook een koffiëbar, een grote ruimte voor flexwerkers en diverse vergader- en trainingszalen. O-utrecht is gevestigd in een oud aardappelpakhuis en dat zie je terug in de lage balkenplafonds, de gangetjes met op- en afstapjes en de oude bakstenen muren. In het hoekhuis zijn drie sfeervolle boardrooms te vinden. In het pakhuis zijn drie verdiepingen met elk twee modern ingerichte zalen gerealiseerd. Deze zalen zijn los maar ook als verdieping te huur. Met name de bovenste verdieping is een echte brainstormruimte met hoge tafels en stoelen aan de ene zijde en een ontspanningsruimte met picknicktafels en een sjoelbak aan de andere zijde. Overall vind je boeken terug die je mag lezen en kun je de wanden helemaal vol schrijven en vol plakken, zoals tijdens de rondleiding enthousiast wordt verteld.

#### STADSKASTEEL AAN DE GRACHT

Vanuit O-utrecht lopen de deelnemers in tien minuten naar de sfeervolle Oudegracht waar Stadskasteel Oudaen ligt. Het pand uit 1280 heeft in de loop der eeuwen verschillende bewoners en bestemmingen gekend, waaronder de familie van Oudaen die er eind veertiende eeuw kwam te wonen. Tegenwoordig vind je er een grand café, een restaurant, een brouwerij, een salon en

diverse meeting- en eventzalen waaronder een auditorium voor negentig personen. Je kunt bij wijze van spreken je dag hier beginnen met een gezamenlijk ontbijt en eindigen met een bedrijfsfeest. Oudaen werd in maart vorig jaar na een grootscheepse renovatie opnieuw geopend. De nieuwe, frisse uitstraling combineert uitstekend met historische elementen zoals de plavuizenvloer in het restaurant en de achttiende eeuwse schoorsteenpartijen in het grand café. De Houdaenkamer, een echte stijkkamer met houten lambisering en een imposante antieke boekenkast, is helemaal intact gelaten. In de brouwerij in de kelder van het pand wordt nog altijd 70.000 liter bier per jaar gebrouwen, waarvan de helft witbier. Dit bier wordt ook in enorme ketels in het grand café getapt. Uiteraard mogen de deelnemers hier ook zelf een biertje proeven.

#### CREATIEVE BROEDPLAATS

Na een korte rit met de bus en op de fiets eindigt de Locatietour bij Kanaal30. Deze creatieve broedplaats ligt aan de oever van het Merwedekanaal net buiten het centrum van Utrecht. In de voormalige drukkerij zijn in keetjes, caravans en huisjes diverse creatieve bedrijfjes gevestigd, maar je kunt er ook werkplekken huren. Vergaderen of een training organiseren kan in vijf verschillende ruimtes. Op de eerste verdieping ligt het voormalige directeurskantoor, maar ook een mooie open vide met uitzicht op het kanaal. Voor grote evenementen is er ruimte op de begane grond. Aanvullende diensten kunnen door de ondernemers worden verzorgd. Zo worden de meeting- en eventplanners getraakteerd op een optreden van een illusionist. Terwijl er diverse soepen, salades en snacks worden uitgeserveerd door Kanaal30, stellen de deelnemers zelf hun goodiebag samen bij het Goodie Bag Buffet om vervolgens zeer tevreden naar huis te gaan.

De Locatietour Utrecht stad is georganiseerd door Linda Kerkhoven en Utrecht Convention Bureau. Nieuwsgierig geworden? Op [www.locatietour.nl](http://www.locatietour.nl) kun je de aftermovie van deze Locatietour en eerder georganiseerde tours bekijken. Ook organiseert Linda Kerkhoven dit jaar nog een Locatietour in Amersfoort (24 juni) en Woerden (7 oktober).





Bilderberg-campagne #outoffice meer naar buiten gericht

# Frisse neus doet wonderen

**Al miljoenen jaren speelt het leven van de mens zich voor een belangrijk deel buiten af. Het is dus best apart dat we ons de laatste eeuwen steeds meer terugtrekken in gebouwen. Hotelketen Bilderberg helpt dat patroon te doorbreken met de campagne #outoffice, die zich nog meer dan voorheen op het buitenleven richt. Dat geeft zakelijke gezelschappen veel energie.**

Tekst Aart van der Haagen

■ Een frisse neus halen, die uitdrukking staat al sinds mensenheugenis symbool voor de simpelste vorm van vitalisering: in de buitenlucht vertoeven om lichaam en geest nieuwe impulsen te geven. Toch verliezen we dit element in de drukte van alledag vaak uit het oog en kiezen we er zelfs massaal voor om binnen te sporten. Bilderberg (h)erkent dat en voert vanuit dat perspectief al een tijdje de succesvolle campagne #outoffice, bedoeld om mensen in het drukke bedrijfsleven even afstand te laten nemen van hun dagelijkse routine. Een andere omgeving met verrassende activiteiten werkt inspirerend en prikkelt de hersenen om dingen vanuit een andere invalshoek te bekijken. Elk van de twaalf hotels die tevens congressen en meetings faciliteren vult dit op zijn eigen

manier in, maar altijd met ruimte voor maatwerk en begeleiding van het gezelschap door een Maître B', een servicepartner die alles regelt, de organisator voortdurend ten dienste staat en deze proactief begeleidt.

## KOMENDE MAANDEN NAAR BUITEN

Dit voorjaar ligt bij de campagne #outoffice de nadruk op naar buiten gaan. "Wij geloven er namelijk in dat buitenlucht een positieve invloed uitoefent op een zakelijke bijeenkomst", motiveert marketingmanager Petra van Dreumel. "De frisse lucht zorgt voor meer energie en een vernieuwde concentratie, de natuur brengt je tot rust en de verandering van omgeving zorgt voor nieuwe ideeën en inzichten. Daarnaast zijn wij ervan overtuigd dat als je een intensieve vergadering afsluit met een informele, ontspannen diner in de buitenlucht, je de opgedane informatie beter kunt laten bezinken en dus meer ervan opneemt. Vanuit die wetenschap stimuleren wij organisaties om de komende maanden naar buiten te gaan. Dat doen we door activiteiten en workshops in de buitenlucht. Zo werken we bij Hotel De Bilderberg het concept Summer in the Woods uit: een grote tent op het grasveld, waar maximaal honderd personen in Italiaanse sferen bij elkaar kunnen komen. Denk aan lange tafels met Mediterrane gerechten."

**BOS NAAR BINNEN**

Twee locaties waar de actuele insteek van #outfoffice ten volle tot zijn recht komt vinden we in de Gelderse plaats Garderen, centraal gelegen in Nederland en omringd door het bosrijke landschap van de Veluwe. "Best opmerkelijk, twee Bilderberg-hotels op enkele kilometers afstand van elkaar, maar ze slaan elk hun eigen richting in", vertelt Wouter Wagelaar, directeur van beide locaties. "Bilderberg Hotel 't Speulderbos heeft een toegankelijk karakter, een grote capaciteit voor gezelschappen en zet in op de elementen 'creativiteit' en 'verwondering'. Dat zie je bijvoorbeeld terug in een lange tekenwand om ideeën op uit te werken en een whiteboardroom met kunstgras, hangmatten en zitzakken, ideaal voor brainstormsessies. Verder organiseren we workshops als 'Make your own burger' op de laadbak van een Tuk Tuk, schilderen met opdrachten en het brein prikkelen met woordkunst. Het hotel nadert de afronding van een omvangrijke renovatie, dat wil zeggen de kamers, de Theaterzaal, het plein daartussen, het restaurant, de lobby en de lounge. Daarbij ligt de nadruk op 'landelijke luxe' en het bos van buiten naar binnen brengen, een effect waarvoor we mede een beroep hebben gedaan op Riviera Maison. Mogelijkheden genoeg

voor grote evenementen tot 850 personen, mede dankzij het nieuwe restaurant met Food Court."

**OLYMPIC EXPERIENCE**

Bij Bilderberg Résidence Groot Heideborgh ligt de nadruk volgens Wagelaar op 'body & mind'. "Inspanning en ontspanning gaan hier hand in hand. Een perceel van elf hectare vol natuur biedt geweldige mogelijkheden om intensief vergaderen af te wisselen met bijvoorbeeld een yogasessie, een MTB-tocht of een Olympic Experience onder leiding van topatleet Eelco Sintnicolaas, inclusief een Olympisch ontbijt met uitleg. Ook dit hotel bevindt zich nu in de laatste fase van een allesomvattende renovatie inclusief lobby, lounge, receptie en restaurant, waarbij comfort, luxe en ruimte de sleutelwoorden zijn. Zo bevat elke badkamer nu een ligbad en een aparte douche. We werken met hoogwaardige, warme decoratie en materialen, terwijl bijzondere lichteffecten verwijzen naar de natuur. De vergaderzalen hebben een volledig regelbaar lichtstelsel met alle kleuren en we beschikken over zes inspiratieruimten die een huiskamergevoel opwekken, voor gezelschappen die zich even willen terugtrekken. Het vernieuwde restaurant serveert gerechten uit het seizoen en met aandacht voor de innerlijke mens."

**DE BUITENPLAATS**

Beide Bilderberg-hotels in Garderen halen het maximale uit het buitenleven. Wagelaar: "Bij 't Speulderbos kunnen we op verzoek een compleet foodfestival opbouwen, geheel naar wens van de opdrachtgever. Vaten met sfeerlampjes, lange houten tafels, diverse barbecues en zelfs een Oklahoma Smoker, foodtrucks, alles is mogelijk, waarbij we samenwerken met diverse partners. Bij Résidence Groot Heideborgh lanceren we nu De Buitenplaats, een fantastische opstelling van stretchtenten in bohemianse stijl, houten palen, picknicktafels, wandelpaden van boomschors, goede verlichting, barbecues, een bar en dat alles op korte loopafstand van het hotel. Belevingsactiviteiten, diners tot 300 mensen, niets is te gek. Een andere eyecatcher betreft De Tuinkamer, een glazen veranda voor gezelschappen tot twintig personen. Met deze faciliteiten bieden we nu oneindig veel variatiemogelijkheden om zakelijke gezelschappen inspiratie te laten opdoen in een even inspirerende als ontspannende omgeving." Mooie voorbeelden van waar Bilderberg met de campagne #outfoffice naartoe wil: de buitenlucht benutten om het bedrijfsleven volop nieuwe energie te bezorgen.

[www.bilderberg.nl/meetings](http://www.bilderberg.nl/meetings)





**imex** **FRANKFURT**  
21-23 MAY 2019

# CHANGE IS THE NEW NORMAL

Event planners, your ability to embrace change and adapt is now your most important skill. This resilience and creativity super-charges your own event transformations and drives you to push boundaries.

IMEX in Frankfurt is reset and refreshed every year to showcase your new normal:

**New** suppliers- **The Discovery Zone** for tech & experiential plus brand-new destinations.

**New** education- Now a high profile keynote on **EduMonday** and tracks to suit 'your focus'.

**New** connections- Imagine the creative collisions such a diverse melting pot creates.

**Become an agile lifelong learner and new business wizard.**  
**How? Come to IMEX.**

**THE WORLDWIDE EXHIBITION FOR INCENTIVE  
TRAVEL, MEETINGS AND EVENTS**

2019  
TALKING  
POINT

## IMAGINATION

**We challenge your curiosity!**

**Reserve your place now at**

**[imex-frankfurt.com](http://imex-frankfurt.com)**

**It's free.**



# 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](http://eventgoodies.nl).**

Fotografie Maarten Delobel

## ZAKELIJKE GASTENBOEKEN

Bij een zakelijk evenement denk je niet snel aan een gastenboek. Toch kan dit een hele leuke manier zijn om reacties van bezoekers vast te leggen. Vooral leuk als je om een speciale reden een evenement organiseert, zoals een jubileum. Zelfs zonder speciale reden is het leuk om reacties te verzamelen. Dit kun je naast een gewoon gastenboek op een aantal manieren doen.

## WIT DOEK MET GEKLEURDE STIFTEN

Je zou een mooi wit doek kunnen neerzetten met wat stiften. Alleen zwarte of juist gekleurde die passen bij jouw huisstijl. Laat mensen een berichtje op het doek

schrijven. Vaak moeten ze hier wel op gewezen worden, dus zet er iemand bij die mensen aanspreekt. Na het evenement kun je het doek een mooi plekje geven op kantoor. Een mooie herinnering aan de mooie dag!

In plaats van een wit doek kun je natuurlijk ook iets anders verzinnen. Wat dacht je van een grote foto op doek of een object dat past bij jouw bedrijf? Een grote vlag, bank of fauteuil, tafelkleed, wereldbol of een product van hout bijvoorbeeld.

## POLAROID MET EEN BOODSCHAP

Wil je het combineren met beeld, laat dan Polaroid-foto's maken van je gasten. Op het witte frame kunnen ze er een kort tekstje bij zetten. Plak de foto's op een mooie wand en klaar ben je!

## EEN ILLUSTRATIE

Je kunt je evenement ook vast laten leggen op een grote wand door een illustrator. Ik heb het nog niet eerder gezien, maar je kunt tekeningen natuurlijk ook combineren met een gastenboek. Een illustrator kan in principe alles maken wat je wilt. Dus vraag hem of haar wat ruimte open te laten op de wand waar bezoekers wat in kunnen vullen. Eventueel met een mooi kader erom heen. Je hebt dan een mooie combinatie van een inhoudelijke samenvatting in een tekening én een gastenboek!

Als je meer inspiratie zoekt, dan moet je echt even zoeken naar voorbeelden voor bruiloften. Daar zie je hele creatieve ideeën.



# 'Cruisen' in Katendrecht

**U voelt het al wanneer het ss Rotterdam opdoemt in de verte. Het charisma van 'La Grand Dame' is onmiskenbaar. Ze straalt, aangemeerd in de hippe Rotterdamse wijk Katendrecht. Met elke stap over de loopplank daalt de rijke historie van de majestueuze oceanstomer langzaam op u neer. Hier is het gebeurd. Dit schip heeft wat meegemaakt. Decennialang vervoerde het vlaggenschip van de Holland-Amerika Lijn wereldreizigers en passagiers met een American dream over de wereldzeeën. Nu, ruim een halve eeuw later, is het historische cruiseschip nog steeds springlevend. Elke dag neemt het stoomschip (ss) Rotterdam haar bezoekers mee naar een tijd van avontuur, grandeur en klasse... Op reis aan de kade!**

**H**et bruist aan boord. Zakenlieden arriveren met de watertaxi voor een vergadering of congres. Hotelgasten drinken een cocktail of biertje op het dek. Thrill seekers laten zich opsluiten in de escape rooms. Maar niemand ontsnapt aan die unieke, sprankelende energie aan boord. De dromen van de eerste landverhuizers vormen de ziel van het schip. Hun pioniersgeest heeft het ss Rotterdam nooit verlaten. Deze

levende legende inspireert haar 'passagiers' elke dag. De authentieke details, de stewards op de kade, de vrijwilligers die nog op het schip gewerkt hebben... Het gaat beyond imagineering. Iedereen die aan boord stapt, staat letterlijk in de voetsporen van de Amerikaanse pioniers. Het is onmogelijk om niet meegezogen te worden in het verhaal van het ss Rotterdam.

## "WE WAREN OP HET SS ROTTERDAM..."

De eerste ontmoeting. Het moment dat alle puzzelstukjes op hun plek vallen. Het begin van een jarenlange samenwerking. "Ik weet het nog precies", zegt u jaren later. "We waren op het ss Rotterdam..." Elke dag vormt het schip het decor voor momenten die onze gasten nooit meer vergeten. De unieke details aan boord prikkelen de zintuigen en activeren de verbeeldingskracht. Van de glaswanden en wandkleden tot de talloze art deco versieringen en de retrokleuren van het meubilair. Ze maken het schip tot dé setting voor defining moments.

## GASTVRIJ

"Goedemiddag, zal ik uw koffer nemen? We gaan bijna vertrekken", knipoogt de boarding steward op de kade. Gastvrijheid, hoffelijkheid en een beetje Rotterdamse humor. Ze zitten in de vezels van het schip. Al vanaf haar maiden voyage naar New York op 3 september 1959. Iedereen is welkom aan boord. Zoekt u een inspirerende, onvergetelijke locatie voor uw evenement? Van een 'stomende' vergadering of workshop tot een spetterend congres of een uitbundig cruisefeest. U bent van harte welkom in een van de verschillende zalen in oorspronkelijke staat,

elk met hun eigen stijl en unieke historie. Het theater, de Grand Ballroom, de klassieke Odyssee en de Queens Lounge bieden plaats voor 400 tot 500 bezoekers, terwijl kleinere zalen zoals de multifunctionele Sky en Sun Rooms ideaal zijn voor vergaderingen of diners. Dankzij de professionele ondersteuning in de aanloop naar en tijdens uw evenement zorgt de attente, gastvrije bemanning ervoor dat u net zo veel geniet als uw gasten. Het schip kan 3.500 gasten 'aan', dus wees niet al te terughoudend met het aantal uitnodigingen dat u verstuurt.

#### ONE STOP SHIP

Aan boord is er voor ieder wat wils. Overnacht in één van de 254 authentieke en elegante kamers aan boord van het ss Rotterdam. Geniet van het mooiste uitzicht van Rotterdam onder het genot van een drankje in de Ocean Bar, Captains Lounge of op het dek. Uiteraard kunt u ook heerlijk dineren in Restaurant Club Room of het Lido Grill. Vrijwilligers die vorige eeuw nog op het schip werkten, vertellen met passie de verhalen van weleer en leiden u graag rond. Van de unieke kunstwerken aan boord, veelal speciaal voor het schip vervaardigd, tot het stuurhuis en de ooit stampende en sissende machinekamer.



#### THUIS IN ROTTERDAM

Het voormalige vlaggenschip van de Holland-Amerika Lijn voer tot 1971 als lijndienst van Rotterdam naar New York. Tot 2000 vaart ze als cruiseschip maar liefst 29 keer de wereld rond. Maar na de glorie-dagen op de woelige baren van de Great Ocean, wordt het schip aan de ketting gelegd in de haven van Freeport op de Bahama's. Tien jaar later begint het ss

Rotterdam na een grootschalige renovatie aan een tweede leven, aangemeerd op de kop van Katendrecht. Sinds 2013 hoort het schip bij WestCord Hotels en ontvangt zij dagelijks honderden gasten met jaarlijks minimaal 1200 evenementen. En zo beginnen op het ss Rotterdam elke dag weer nieuwe verhalen.

[ssrotterdam.nl](http://ssrotterdam.nl)





# Nooit meer saaie vergaderingen

Vorige week donderdagmiddag was ik op het stadskantoor van de gemeente Utrecht onbedoeld getuige van een scrum meeting. Tot mijn verbazing zag ik niets anders dan een ouderwetse vergadering zoals we die zo goed kennen. Alleen nu heet de veel te hard werkende voorzitter 'scrum master'. Een groep van zo'n elf mensen zat in een halve cirkel, waarvan driekwart in onverschillige positie, te kijken hoe de scrum master met nog een enkele enthousiasteling al zwoegend de geeltjes van het ene 'veld' op het andere 'veld' plakte. Totdat, je voelt het aankomen, iemand zich hardop afvroeg: "Moeten we dit nu met z'n allen doen? Kan dat niet effectiever?"

Tekst Rob de Haas, auteur 'Ongewoon Goed Vergaderen'

TWEE SCRUMMEN, LEAN, AGILE, ZELFSTURENDE TEAMS  
Alexander Minnaert, hoogleraar aan de Universiteit van Groningen, concludeerde het eens treffend waar het exact mis gaat: "Wij denken dat door te zeggen dat we iets gaan implementeren, wij het al geïmplementeerd hebben." En dat is een hardnekkige misvatting. Dan begint het pas. Met scrummen als aanpak is niets mis, maar dan heb je ook aandacht te besteden aan het hierbij veronderstelde gedrag. Voor scrum meetings geldt net zo goed dat als je het niet goed voorbereidt, en geen stevige uitdagingen aan de orde stelt, de kans op 'old school' vergaderen erg groot is.





#### SPANNENDE VRAAGSTUKKEN EN DILEMMA'S

Kijk even naar de volgende twee omschrijvingen van hetzelfde agendapunt:

1. evaluatie opleidingsprogramma
2. Ons huidige opleidingsprogramma draagt volgens mij nauwelijks bij aan de gewenste professionalisering van onze mensen; moeten we ons opleidingsprogramma aanhouden of afschaffen?

Ervan uitgaande dat je enige betrokkenheid hebt bij het thema, voel je meteen dat die tweede formulering prikkelt. Bij die eerste omschrijving kun je nog rustig denken: 'dan kan ik wel even mijn mails afhandelen, of een vakantie boeken'. Maar in die tweede omschrijving wordt het opleidingsprogramma ter discussie gesteld. Daarmee heeft de eigenaar van dit thema de bespreking op scherp gezet.

#### MEMORABELE MEETINGS

Tijdens mijn interview van Per Kristiaan, mede-oprichter van Lego Serious Play© en voormalig bestuurslid van multinational LEGO, herinnerde hij zich als de dag van vandaag de meeting op '9/11' met de vice-president van LEGO. Toen deze man in die vergadering door zijn hoofd marketing een nieuw logo-concept kreeg voorgeschoteld - een zittende, vrolijk ogende, stevige poes - brieft hij: "Zolang ik CEO ben, zal LEGO nooit geassocieerd gaan worden met een dikke, inactieve poes, hoe schattig ook. Altijd zal LEGO worden verbonden aan spel en actie!"

#### SPANNINGSLOOS, EINDELOOS, OEVERLOOS...

Niets is zo saai als vergaderen over zaken waar maar weinigen iets mee hebben. Meetings waarin voorzitters tegen beter weten in maar blijven trekken en sleuren om mensen er bij te betrekken. Spanningsloze vergaderingen kenmerken zich door:

- herhaling van stokpaardjes;
- elkaar maar blijven bevestigen van waar je het met elkaar overeens bent;
- deelnemers haken geleidelijk aan af, gaan andere dingen voor zichzelf doen.

#### SPANNING MOETEN OPZOEKEN?

Mensen herinneren zich vooral die meetings waarin mensen hun menselijkheid onthullen en vanuit hun ware aard reageren. Niet uit functie, maar als mens geraakt worden. Natuurlijk gaat het er niet om dat je dit altijd moet willen opzoeken, maar als er te weinig spanning op het gespreksthema zit, dan hoeft je er ook niet lang over te discussiëren. Door stevige dilemma's en spannende vraagstukken worden we uit balans gebracht, we worden 'bewogen'. Juist deze bewogenheid zorgt voor aangenaam gedoe en discussies die ergens over gaan.

#### CREËER BEWUST LEVEN IN DE BROUWERIJ

Doordat je eigenaren van vergaderthema's verzoekt om bewust een voorgenomen standpunt in te nemen, liefst behoorlijk provocerend, creëer je spanning. En juist dat zorgt letterlijk voor leven in de brouwerij en biedt meer kans op schurende en komische momenten. Juist deze disbalans duwt ons uit onze comfortzone om samen op zoek te gaan naar nieuwe ideeën en oplossingen.

#### PROBEER HET EENS UIT

De tirade van de vice-president van LEGO zal behoorlijk wat spanning in de vergadering hebben gegeven. Maar als de sfeer veilig en vertrouwd is, dan is daar niets mis mee. We proberen het, we gaan ervoor, en dan kan het vriezen of dooien. Belangrijk is dat er geen angst heerst om dingen verkeerd te doen. Dat we elkaar opzoeken om het beste uit ons te halen voor het hogere doel. Zonder spannende doelen wordt iedere vergadering al snel een mistige ervaring van verspilde energie.

# toMeet



## Thermen Bussloo

"Mooiste businesslocatie op de Veluwe!"

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

conventionbureau.nl

convention  
bureau  
 gelderland



## Is duurzaam geld besparen mogelijk?

Waar slaat het 'opkomen voor de ijsbeer omdat hij gedwongen wordt om te gaan zwemmen bij gebrek aan ijs' om in onredelijk klimaat drammen en te idealistisch activisme? Bekijk je het klimaatprobleem vanuit de wetgever, je bedrijf of vanuit idealisme? Is er een combinatie mogelijk?

Afgelopen jaren is er een wereld voor me opengegaan. Dat is de wereld van 'Duurzaam Geld Besparen'. De hotels, congrescentra en evenementenlocaties waarmee wij samenwerken, besparen enorm op de kosten door eens een goede 'energie besparende audit' te laten uitvoeren op alles wat met energie, afval en vooral Food & Beverage te maken heeft. Tienduizenden euro's besparingspotentieel komen boven water en worden stap voor stap te gelde gemaakt. Goed voor de portemonnee en goed voor het milieu. Een mooie combinatie.

### Informatieplicht

Nu komt er 'een dingetje' bij vanuit de overheid en dat is de informatieplicht vanuit het ministerie van Economische Zaken. En dat levert toch wel wat stress op. Ze noemen het de Energy Efficiency Directive (EED) en betekent dat maatregelen om energie te besparen nu proactief gemeld moeten worden bij het eLoket van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO). Afhankelijk van je omvang en omzet moet dat per 1 juli of 5 december 2019 gebeuren. En dat levert een hoop gedoe op. Zeg maar 'EED | Art. 2.15 stress'. Langs een lat van erkende maatregelen moet je aantonen of je goed bezig bent.

### Mooie combinatie

Een aantal bedrijven heeft haar zaakjes goed op orde. Ze zijn al jaren bezig zijn met duurzaam geld besparen. Zijn vaak al een stap verder door hun CO<sub>2</sub> footprint te compenseren. Het zijn locaties waar 'klimaatneutraal vergaderen' al jaren heel normaal is. Dus waarom niet kosten besparen als het relatief makkelijk kan en ook nog eens een bijdrage levert aan een beter milieu? 'Een mooie combinatie' zeggen veel van de hotels en locaties met wie we werken. Goed voor iedereen denk ik en misschien hoopvol voor de volgende generatie ijsberen!

### *Wouter Olland*

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



## 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!”*

Woudenbergseweg 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



# Het Nederlands Openluchtmuseum als eventlocatie

**Op zoek naar een geschikte vergader- of eventlocatie? Al eens aan het Nederlands Openluchtmuseum gedacht? Dat is meer dan een prachtige locatie, het biedt de mogelijkheid om verbinding te zoeken met het verleden in een of meerdere van de 102 gebouwen. Olivier Zwartkruis (accountmanager Hospitality) legt het uit.**

Tekst Hans Ebersson

**O**livier Zwartkruis is verantwoordelijk voor een deel van de zakelijke sales en events in het museum. "Ik heb best even nagedacht voordat ik hier solliciteerde. Ik heb gereisd, in het buitenland gestudeerd (onder andere aan de universiteit van Shanghai) en ervaring opgedaan in de horeca en FMCG-branche. De stap naar een museum was voor mijn gevoel iets heel anders. Maar ik heb er niet alleen goed over nagedacht, ik heb er ook een dag rondgelopen. Toen zag ik met eigen ogen hoe tof het is om hier te zijn en hoe divers het museum is."

## EXPLOITATIE

Het Nederlands Openluchtmuseum is met jaarlijks zo'n 550.000 bezoekers het best bezochte museum buiten de

"Ons laatste paradepaardje is Loods Goes, een voormalige opslagplaats voor landbouwwerktuigen"

Randstad. Het museum werd in 1912 door een aantal particulieren opgericht, omdat zij als gevolg van de industriële revolutie bang waren dat oude ambachten en traditionele gebouwen voorgoed verloren zouden gaan. De oprichters pachtten 31 hectaren grond van de gemeente Arnhem op voormalig landgoed De Waterberg. Voor het museum was 1991 een belangrijk jaar, want toen ging het verder als Stichting 'Het Nederlands Openluchtmuseum'. De collectie bleef eigendom van het Rijk en voor het beheer en onderhoud ontving de stichting voortaan jaarlijks een bijdrage. Ook kreeg het museum zelf de verantwoordelijkheid voor de exploitatie. Vanaf dat moment werd de koers verlegd; er vond een verschuiving plaats van het leven en werken op het platteland naar de cultuur van het dagelijks leven. In 2017 werd het nieuwe entrepaviljoen met de prikkelende presentatie de Canon van Nederland geopend.

**ZAKELIJKE MARKT**

Dat het museum verantwoordelijk werd voor de exploitatie betekende ook dat er gekeken werd naar nieuwe inkomstenbronnen. “De zakelijke markt was toen nog redelijk nieuw voor ons. Het mooie is dat het park ons fantastische mogelijkheden biedt om bezoekende bedrijven aan de historie te koppelen. Onze locaties zijn zo divers, ze hebben allemaal een eigen verhaal. Ze zijn bij uitstek geschikt voor een bedrijfsuitje, een vergadering of congres, maar ook voor personeelsfeesten en events. Zo hebben we verschillende locaties waar ambachten worden getoond, zoals de scheepswerf, de smid en de drukkerij. Maar ook talloze boerderijen, van een paar eeuwen oud tot heel recent. Bijzonder trots zijn we op onze eigen brouwerij. Met het bier dat daar wordt gebrouwen zijn we volledig zelfvoorzienend in onze horecalocaties. Een deel van onze gebouwen is ingericht om aan specifieke zakelijke vragen te kunnen voldoen. Ons laatste paradepaardje is Loods Goes, een voormalige opslagplaats voor landbouwwerktuigen, die in januari is geopend en helemaal is ingericht op de zakelijke gebruiker.”

**MOOI PRODUCT**

Zwartkruis noemt het Nederlands Openluchtmuseum een bijzonder product. “Onze uitdaging is dat we onze zakelijke klanten over de drempel moeten helpen, ze moeten met eigen ogen zien wat hier allemaal mogelijk is. Dat gaat verder dan een geschikte vergaderzaal met goede horecakoppeling, je hebt het



“Een exclusief avondbezoek aan de Canon van Nederland. Waar vind je dat?”

over een unieke historische locatie met een verhaal, die in overleg op allerlei manieren kan worden ingezet. Dat is maatwerk. Dat gaat van de inzet van het gehele park tijdens familiedagen van bedrijven, een wandeling over het Zaanse plein als break-out tijdens een congres, tot zelfs enkele keren per jaar een exclusief avondbezoek aan de Canon van Nederland. Waar vind je dat?”

**GRUWELIJK LEKKER**

Op 29 maart ging het jaarthema Gruwelijk Lekker van start over de Nederlandse eetgewoonten door de jaren heen. Zwartkruis: “We laten tien smaken door de eeuwen heen zien. Zo komen bijvoorbeeld vet, suiker, bloed en koffie terug. We hebben samen met chef-kok Estée Strooker een culinaire tijdreis samengesteld die als lunch of diner voert langs zes locaties. Deelnemers krijgen er telkens een typisch gerecht geserveerd, zoals bijvoorbeeld vegetarische bloedworst, tulpenbollen of hotdog (hond was in vroegere tijden een heel normaal ingrediënt in de Nederlandse keuken). Zo wordt elk zakelijk event gegarandeerd een unieke en onvergetelijke herinnering.”

[www.openluchtmuseum.nl](http://www.openluchtmuseum.nl)



Olivier Zwartkruis



Tekst Stefan van der Steen



Gerard van den Tweel al 50 jaar sociaal ondernemer

# “Een schouderklopje kost niets”

**De Nijkerkse ondernemer Gerard van den Tweel vierde vorig jaar zijn vijftigjarig jubileum als ondernemer met een serie mini-concerten in Nijkerkse zorgcentra, een reeks helikoptervluchten voor zijn klanten en een groot jubileumfeest voor zijn relaties en een personeelsfeest. Van den Tweel laat mensen om hem heen graag meegenieten van zijn successen. “Als je het goed hebt, moet je ook willen delen.”**

**V**an den Tweel mag zich tot een van de grootste food- en horecaponiers van Nederland rekenen. Zijn imperium omvat onder andere supermarkten, hotels met congrescentra, slijterijen en veel onroerend goed. Het leverde hem een plek op in de Quote Top 500. Wie denkt dat het hem allemaal vanzelf is komen aanwaaien, heeft het mis. “Dit alles heb ik bereikt door hard werken. Fysiek; met handen en voeten, maar ook met mijn hoofd. Nog steeds werk ik 60 tot 80 uur in de week. Ik heb twaalf directeuren, maar geef nog steeds leiding. Als ik de 40-urige week had aangehouden, had ik het nooit zo ver geschopt.”

Gedurende zijn loopbaan is hij tevens grossier in nevenfuncties. In de afgelopen jaren was hij onder andere voorzitter van de Nijkerkse Ondernemers Vereniging en van VVV Nijkerk, maar ook fractievoorzitter van de plaatselijke VVD. “Als ondernemer moet je op de hoogte zijn van de ontwikkelingen binnen de gemeente en lid zijn van ondernemersverenigingen. Ik heb het allemaal gedaan.”

## LEF

Van den Tweel oogt zo fit als een hoentje, onvermoeibaar is hij wanneer het aankomt op het runnen van zijn bedrijf. “Je kunt eindeloos dubben over kansen en bedreigingen, maar uiteindelijk moet je het gewoon doen. Om dingen te bereiken als ondernemer heb je durf, lef en energie nodig.” Lef toonde hij onder andere met de investering van 100 miljoen euro in vijf supermarkten en twee horecagroothandels in het Caribisch gebied. Ook richtte hij ooit de eerste ecologische zuivelfabriek in Nederland op in Drachten, een bedrijf dat inmiddels is overgenomen door Friesland-Campina. Iets waar hij tot vandaag de dag nog bijzonder trots op is. “Tegenwoordig zie je heel veel ecologische producten, maar in de jaren negentig

was dit alleen voorbehouden aan natuurvoedingswinkels. Ik geloofde toen al in de toekomst van ecologische producten.”

## PLEZIER

Ook het plezier hebben in je werk is een belangrijke factor voor succesvol ondernemerschap, meent hij. “Wanneer je plezier uitstraalt, slaat dat over op je medewerkers. Een goede communicatie met je mensen is van groot belang. Laat hen meepraten over de visie van je bedrijf. Je hebt immers draagvlak nodig.” Inmiddels heeft Van den Tweel 2.000 medewerkers voor zich werken. Dat zijn mensen graag voor hem werken, blijkt wel uit het hoge aantal jubilarissen. “De mensen die hier 25 jaar werken zijn niet meer te tellen”, zegt hij trots. “We hebben zelfs verschillende mensen in dienst die hier al meer dan veertig jaar werken.” Dat plezier gunt hij ook de mensen in de maatschappij voor wie dat niet vanzelfsprekend is. De horeca- en supermarktycoon deed al aan maatschappelijk ondernemen voordat deze term was geboren. “Onze maatschappij telt helaas veel mensen die niet volwaardig kunnen deelnemen aan het arbeidsproces. Vroeger gingen deze mensen naar de sociale werkplaats om krijtjes en pot-loden in te pakken. Bij mij lopen deze mensen net als mijn medewerkers op de werkvloer, want ook zij moeten arbeidsvreugde hebben. Als ondernemer heb je in mijn ogen de maatschappelijke taak om ervoor te zorgen dat deze mensen niet buiten de boot vallen. Sociaal ondernemen hoort in ieder bedrijf thuis.”

## JUS D’ORANGE

Op de vraag hoe hij op zijn 74e nog iedere dag de energie kan opbrengen om aan het roer van zijn imperium te staan, zegt hij resoluut: “Gezond leven is het geheim. Ik heb al tien jaar geen druppel alcohol meer aangeraakt. Ik

## Wie is Gerard van den Tweel?

Gerard van den Tweel (1944) is een succesvolle supermarkt- en horecaondernemer. Hij is multifranchiser van onder meer Albert Heijn, Gall&Gall en Etos. Van den Tweel Groep bestaat uit tien supermarkten (onder andere in Nijkerk en Voorthuizen), twee groot-handels en vijf slijterijen. Van den Tweel Investments BV participeert met verschillende belangen in andere ondernemingen. De vastgoedportefeuille bestaat uit de winkelpanden van de in eigendom zijnde Albert Heijn-supermarkten, Gall & Gall-slijterijen en beleggingen in diverse panden in de regio. Daarnaast bevat de groep nog een aparte tak voor projectontwikkeling. De Van den Tweel Horeca Groep bestaat uit drie locaties in Nijkerk. Viersterren Golden Tulip Hotel Ampt van Nijkerk telt 110 hotelkamers en circa 25 vergader- en congreszalen. Congres- en eventcenter Hart van Holland biedt acht verschillende zalen voor evenementen van 50 tot 3.000 personen. Beurslocatie de Loods heeft een vloeroppervlak van 6.000 m<sup>2</sup> en ligt op een steenworp afstand van Hart van Holland.

vlieg tien keer per jaar de oceaan over naar de Verenigde Staten, Zuid-Amerika en de Nederlandse Antillen. De champagne laat ik staan, ik kies liever voor een glaasje jus d’orange. Als ik na een vlucht van tien uur aan de andere kant van de oceaan voet aan wal zet, zet ik mijn klok zes uur terug en begint er een nieuwe werkdag voor mij.”

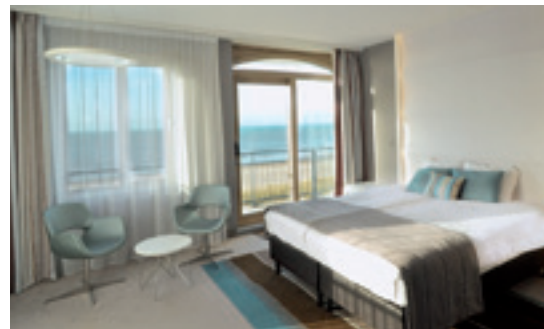
## PENSOEN

Over zijn pensioen wil hij nog lang niet nadenken. “Wanneer je gezond bent en niet al te zwaar lichamelijk werk verricht, hoeft je echt niet met pensioen op je 67ste. Wanneer je de mogelijkheden hebt en de zin er nog is, moet je gewoon lekker door blijven werken. Dat is ook goed voor de economie. Ik moet er niet aan denken om de hele dag bij mijn vrouw thuis te zitten en me met dingen als stofzuigen te bemoeien. Wanneer ik de hele dag thuis zou zijn, zou mijn vrouw zeggen: ‘Ga jij maar een baantje zoeken!’ Ik kan dus beter in mijn eigen bedrijf blijven werken dan een baantje zoeken. Er is niets mooier dan op mijn leeftijd nog volop in het arbeidsproces te zitten!”



Nieuw

Vergaderingen en bijeenkomsten aan zee tot 1500 personen  
35 zalen van 30 - 1000 m<sup>2</sup> 550 kamers



100 meter van het strand - restaurant - feestzalen - vernieuwde wellness, sauna's en zwembad  
bowling - fitnessruimte - vernieuwde brasserie en pub - teambuilding - congresservice



## GIFSLANG

Zonder pardon verdween het bakje met vers gemaakte ansjovispasta in de prullenbak. Ik had het kunnen weten. Nadat ik eerst de opgesomde orders braaf had opgevolgd - schoenen uit, riem af, sjaal af, jas uit - zag ik al vanuit mijn ooghoek dat mijn trolley ruw van de band afgesmeten werd. Terwijl ik eerst intensief gefouilleerd werd door een vrouw met een provocerende blik, werd ik afgevoerd naar een andere gifslang die mij doordringend en intimiderend in de ogen keek.

Wat zou ze in hemelsnaam denken, vroeg ik mij af. Vrouw van middelbare leeftijd, alleen-reizend, vertoont verdacht gedrag (even daarvoor scrolde ik jachtig in mijn telefoon omdat ik mijn boardingpas niet meer terug kon vinden), dus laten we haar eens even grondig doorlichten om een desastreuze misschien wel terroristische ramp te voorkomen? Mijn blauwe trolley werd opengevouwen en uit mijn toilettas viste ze het bakje gevuld met het sterk geurende vismengsel. 'Quoi?' Een preek in rap Frans volgde. Ja, het was weliswaar minder dan 100 gram maar géén etiket, géén merk, géén bewijs dat dit ansjovispasta was. Demonstratief hield ze het bakje als een trofee omhoog. Mijn opmerking 'bon appetit' kon ze niet waarderen. Haar ogen spuwden vuur. Wijselijk hield ik verder mijn mond.

Wat mankeert deze mensen? Worden zij gescreend op een negatieve uitstraling en geselecteerd op extreem hoge mate van onvriendelijkheid? Hebben zij geen plezier in hun werk, is de spanning onderling misschien te snijden? Ik heb geen idee, maar dat Aeroport de Nice geen prijs zal winnen voor de meest reiziger vriendelijke luchthaven is zeker. Overigens al jaren, c'est triste.

Alle coaches in Frankrijk, verenigt u! Hier is werk aan de winkel. Te beginnen met een diepgaand gedragsonderzoek onder alle medewerkers op deze luchthaven, gevolgd door een stoomcursus 'hoe doe ik normaal?' en afsluitend met een stevige sessie teambuilding waarin de eerste beginselen van het glimlachen geoefend worden. Daarna kan er heel voorzichtig gestart worden met een training klantvriendelijkheid.

Grote kans dat teambuilding het meeste effect heeft. Immers, als je het leuk met elkaar hebt dan heb je automatisch meer zin en plezier in je werk. Ik prijs mijzelf gelukkig dat ik eigenlijk altijd met ongelooflijk leuke en gezellige collega's heb mogen werken. Dat er zelfs een tijd was (vaak) dat ik mijn vrije dagen aftelde om weer aan het werk te mogen. Niet voor niets bestaat het merendeel van mijn vriendenkring uit (oud)collega's.

Maar ook bevond ik mij ooit ongewild in een slangenkuil. Het gif spoot in het rond. Met als gevolg dat ik binnen de kortst mogelijke tijd - ter verdediging - ook tot een slang transformeerde. Eentje van ongekend formaat. Gelukkig was dit van korte duur, maar de impact was enorm. Ik heb het voorgoed uit mijn geheugen gewist maar soms, op zo'n moment in Nice, laait het weer eventjes op.

Zonder ansjovis weer terug op kantoor: een warm welkom (was drie dagen weg...), sfeer in optima forma, veelvuldige lachsalvo's die door het kantoor schallen. Onze klanten genieten mee. Een paar weken geleden ging onze collega Jacco met vakantie. Op de eerste Jaccoloze dag ging 's ochtend de bel en ontvingen wij een grote box met een grote ballon erin. De tekst: 'Zoek je mij? Ik ben er binnenkort weer, veel liefs'. Het filmpje wat we sponstaan op LinkedIn plaatsten leverde binnen een mum van tijd > 10.000 views op. Maar ook één giftige reactie. Zou die persoon zich in een slangenkuil bevinden?

*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](http://www.efficienthotelpartner.nl)



# De kracht van de Regio Zwolle

**De Regio Zwolle is als schakel tussen west, oost en noord Nederland één van de sterkste groeiregio's van ons land. Goed bereikbaar, in een uur met de trein vanuit Amsterdam, en een inspirerende regio met veel gezichten. Je vindt er de dynamiek van de historische Hanzesteden Zwolle, Kampen en Hattem en de gemoedelijke, gastvrije sfeer in de groene, waterrijke omgeving.**

**D**e sterke samenwerking en de unieke locaties voor zakelijke bijeenkomsten maken de kracht van de Regio Zwolle. Een regio die accelereert in de sectoren E-commerce en logistiek en de ambitie heeft om uit te groeien tot vierde economische topregio

van Nederland. "Samen met ambassadeurs die onze regio een warm hart toedragen, maakt dit dat we successen boeken en congressen naar de regio weten te halen", aldus Kitty Onder de Linden, accountmanager zakelijk toerisme Regio Zwolle. Zo vonden de afgelopen tijd onder andere het Nationale Deltacongres, de Global Travel Trade Show (een internationaal congres voor touroperators vanuit het NBTC) en een internationale milieuconferentie in Zwolle plaats. "Als onafhankelijke non-profit organisatie kunnen we veel regelen en zijn de lijntjes kort. We bieden een kosteloze service en bemiddelen met plezier in de zoektocht naar sprekers, vervoer, overnachtingen en bijvoorbeeld een ontvangst op het stadhuis."

## ONTDEK DE VIJF PARELS

Het sterke aanbod van Congresregio Zwolle is mede te danken aan de goede samenwerking met de vijf grote locaties, de parels van de regio. De locaties zijn allemaal verschillend in uitstraling, van theater tot buitenlocatie, landelijk en industrieel, zodat voor iedere bijeenkomst een passende locatie kan worden geboden. Deze parels bieden allemaal een uniek product voor bijeenkomsten van 10 tot 3.500 personen. Dat aanbod tegen het decor van de historische Hanzestad, de sterke topsectoren en de service van het Congresbureau vormen de kracht van de Regio Zwolle!



### Mooirivier Hotel & Congres

Stijlvol vergaderen in dit prachtige boetiek hotel met uitgebreide voorzieningen. Groot genoeg voor een congres tot 500 personen, maar ook zeer sfeerful voor een training met een kleinere groep. Vind hier alle ruimte voor inspiratie op een unieke plek aan de Overijsselse Vecht.



### IJsselhallen Zwolle

Dé locatie in Noordoost Nederland voor succesvolle live events. Verwezenlijk jouw event in IJsselhallen Zwolle! Koppel een beurs of ander zakelijk event aan een ple-nair programma en deelsessies van 1.000 tot 3.500 personen.



### Zwolle theaters

Schouwburg Odeon, één van onze karakteristieke theaters. Een rijksmonument van meer dan 175 jaar oud. Gelegen in hartje Zwolle en goed bereikbaar met openbaar vervoer en auto. Met een drietal theaterzalen en twee ruime vergaderzalen zijn er tal van mogelijkheden voor zakelijke bijeenkomsten tot circa 500 personen. Ervaar het zelf en laat u inspireren!



### Lumen Hotel & Events

Lumen Hotel & Events is een dynamisch hotel en congreslocatie en de zakelijke middenstip van de regio! Voorzien van 28 zalen, 125 hotelkamers en capaciteit voor 800 personen. Uniek is de private dining op de middenstip van PEC Zwolle!



### Theater Buitensoos

Laat je verrassen en verwonderen. Hier vertellen al je zintuigen dat je op een bijzondere plek bent. Theater Buitensoos is de locatie waar alles mogelijk is, een setting waar alles kan. Onvergetelijke ontmoetingen en magische momenten. Je beleeft ze in Theater Buitensoos. Capaciteit in theateropstelling tot 955 personen.

## DIVERSE MOGELIJKHEDEN

Volgens Mia Bogaert, adjunct-directeur van de Vlaamse vereniging ROCvzw, blinkt Congresregio Zwolle uit in gezelligheid, service en vriendelijkheid. De ongeveer 300 leden van deze vereniging zijn allen reisleiders die op vrijwillige basis voor diverse touroperators werken en groepsreizen over de hele wereld begeleiden. Om de twee jaar vindt er een congres plaats in een bepaalde regio. Dit jaar koos Bogaert voor Zwolle. Zij ontdekte de stad per toeval en raakte meteen gecharmeerd. Voor het samenstellen van het congresprogramma kreeg Bogaert veel tips en hulp van Kitty Onder de Linden. "Kitty was zeer behulpzaam en efficiënt. Ze heeft meegedacht over geschikte locaties, betaalbare restaurants en interessante sprekers. Dankzij haar hebben we een zeer interessant programma samen kunnen stellen waarbij we in twee dagen veel hebben gezien." Zo lunchten de deelnemers bij Brasserie De Hofvlietvilla en Café Foyé (onderdeel van Schouwburg Odeon), kregen zij een uitgebreide rondleiding van de stadsgidsen door de binnenstad, genoten ze van een diner en de hotelkamers bij Hotel Lumen en

maakten ze busexcursies naar Staphorst en Almere. Bogaert: "De regio biedt heel veel mogelijkheden, zeker in combinatie met de mooie natuurgebieden. Binnen het gestelde budget hebben we ook uitstekend kunnen eten en drinken, veelal op all-inclusive basis. Bovendien zijn we ontzettend verwend met leuke attenties zoals chocolade uit Doesburg en een presentje uit Staphorst. De vooroordelen over Nederland wat betreft de kwaliteit van het eten en de zogenoemde zuinigheid zijn tijdens deze bijeenkomst volledig ontkracht."

Ben jij ook geïnteresseerd in de mogelijkheden voor een zakelijke bijeenkomst in de Regio Zwolle? Neem dan contact op met Congresregio Zwolle voor gratis bemiddeling en advies bij het vinden van de juiste locatie.

[www.congresregiozwolle.nl](http://www.congresregiozwolle.nl)



Mystery visit citizenM Rotterdam

# Goed verzorgde locatie voor kleine bijeenkomsten

Ons land kent vele bijzondere locaties, maar maken ze ook hun beloftes waar? In deze nieuwe rubriek gaat een mystery guest van Mystery Review voor Meeting Magazine op onderzoek uit. citizenM Rotterdam bijt het spits af.

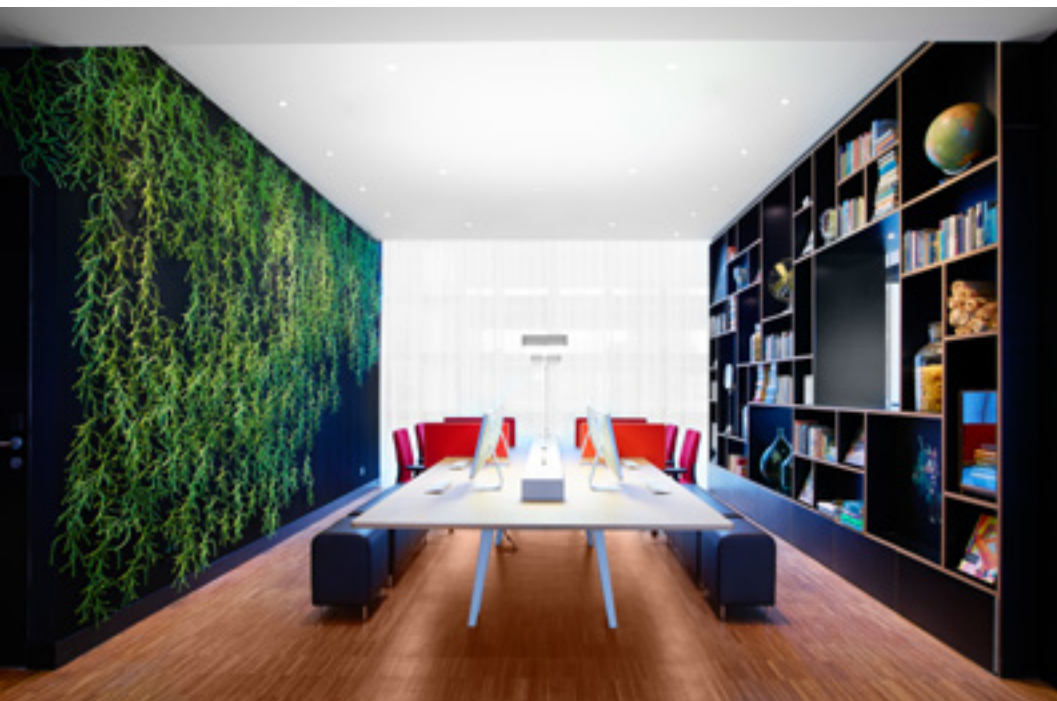
## ONLINE ORIENTATIE

De mystery visit begint met een bezoek aan de website van citizenM Rotterdam waarbij de informatie met betrekking tot zakelijke bijeenkomsten en hotelkamers wordt beoordeeld. De website zelf oogt fris en modern, de teksten zijn enthousiast en wervend. De knop meeting rooms in de navigatiebalk leidt terug naar de corporate site met het aanbod van alle citizenM locaties. Dat kan bij een eerste bezoek verwarrend zijn. De pagina met betrekking tot de meeting rooms van citizenM Rotterdam opent met de mededeling dat een meetingroom enkel via een eenvoudig vijfstappenplan kan worden geboekt. Wanneer het om een groep met meer dan zestien personen gaat, dien je wel contact op te nemen. Voor bedrijven die enkel een vergaderruimte nodig hebben voor een relatief eenvoudige

## Weet jij of de service en kwaliteit die bij je bedrijf hoort ook zo ervaren wordt door je gasten?

Mystery visits zijn hier een perfect middel voor. Mystery guests zijn een weerspiegeling van je gasten en brengen concreet in kaart brengen wat er goed gaat en waar het beter kan. Mystery Review heeft 15 jaar ervaring in onder andere hospitality, retail en facility. Het bedrijf is onderdeel van HS Brands Global, waardoor een internationaal netwerk en hoogwaardige dienstverlening gegarandeerd kunnen worden. [Mystery-review.nl](http://Mystery-review.nl)

bijeenkomst, is het online boekings tool prima. Wanneer het gaat om een complexere bijeenkomst is een andere presentatie wellicht meer uitnodigend. Een eventplanner wil toch ook vaak even contact met de locatie hebben. Wat betreft het achterhalen van informatie over de hotelkamers is het opnieuw zoeken. Op de corporate-site



staat onder het kopje hotels Rotterdam niet vermeld. Wel kun je twee balken lager Rotterdam selecteren. Zoeken via google naar citizenM Rotterdam levert de gewenste informatie op. De navigatiebalk toont direct de beschikbaarheid en prijzen. Ook het is duidelijk van welke faciliteiten de kamers zijn voorzien.

#### ONTVANGST EN RONDLEIDING

Ruim een week voor het bezoek is er met het hotel gebeld om te informeren naar de mogelijkheden voor bijeenkomsten voor 20

personen in september. De mystery guest wordt goed te woord gestaan en uitgenodigd om het hotel te bezoeken voor een eerste indruk. Er wordt beloofd dat wanneer er vooraf even wordt gebeld, er iemand klaarstaat. Dit blijkt bij het bezoek ook zo te zijn, al staat de mystery guest wel eerst ruim 12 minuten in de wacht. Na een tweede poging wordt er na vier minuten opgenomen. Het beeld dat de website schept, sluit goed aan op de werkelijkheid. De locatie is centraal gelegen en uitstekend bereikbaar per eigen en openbaar vervoer. Zoals van een locatie

in Rotterdam kan worden verwacht, moet de auto betaald worden geparkeerd in een parkeergarage of langs de weg. De naam van het hotel is redelijk onopvallend vermeld.

Er is geen vaste receptie aanwezig, wel een vriendelijke Engels-sprekende medewerker in bedrijfskleding met badge die opstaat om te vragen of ze ergens mee kan helpen. Deze ontvangst komt goed en vriendelijk over. De vraag rijst echter wat je als gast moet doen als er niemand aanwezig is. Het hotel is internationaal georiënteerd, waardoor alles in het Engels verloopt. Dit is geen ramp, maar Nederlanders vinden het prettig om in het Nederlands te worden aangesproken. De enthousiaste medewerker heeft de juiste instelling en houding, maar mist enige ervaring waardoor zij niet volledig als professionele gesprekspartner kan fungeren.

#### ZALEN, KAMERS EN CATERING

citizenM Rotterdam is een relatief kleinschalige vergaderaccommodatie voor groepen tot 25 personen. De zalen hebben een moderne, vrolijke en verzorgde uitstraling. De muren zijn bedekt met whiteboard materiaal waarop je kunt schrijven. De rode kuipstoelen in de grootste zaal zien er leuk en vrolijk uit, maar zijn niet geschikt voor een lange zit. Idem voor de zaal zelf waar door een klein raam wat daglicht naar binnenkomt. De koffie- en theefaciliteiten zijn goed. Een garderobe voor natte jassen en paraplu's ontbreekt. De mooie en moderne

NIEUW!

# EVENTLOCATIE LOODS GOES

Op zoek naar een locatie met industrieel karakter? Met ruim 450 vierkante meter biedt Loods Goes plek aan maximaal 450 personen tijdens een event of congres.



NEDERLANDS  
**OPENLUCHT  
MUSEUM**

**ECC LEIDEN**  
EVENT & CONVENTION CENTER

P

PARKEREN  
400



## CONGRESSEN EN EVENEMENTEN

Een congres voor 1000 personen of een uniek bedrijfsfeest tot 2500 werknemers? ECC Leiden biedt genoeg ruimte en ervaring! Bekijk onze 'black-box' (2700 m<sup>2</sup>) met o.a. eigen keuken, bars, audiovisuele middelen, belichting, 200 kamers én parkeergelegenheid.

**Boek onze 'black-box' en  
vergroot je mogelijkheden!**



2700 m<sup>2</sup>  
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

## Ontdek hét event- en congrescentrum van Assen!

- Unieke locatie met all-inclusive mogelijkheid
- Voor elk type zakelijke ontmoeting
- Expert in maatwerk

**de Bonte Wever**  
Assen



[www.debontewever.nl/zakelijk](http://www.debontewever.nl/zakelijk)





#### Tips

- Pas de communicatie op de website aan en voeg Rotterdam toe aan het MICE-aanbod. Benoem ook het aantal kamers.
- Nodig mensen die zakelijke bijeenkomst uit voor een kennismaking (een telefoongesprek of live-ontmoeting) in plaats van hen online aan te geven dat bellen of mailen 'geen zin' heeft.
- Neem wat Nederlands sprekende mensen in dienst, om Nederlanders te woord te staan die zakelijk boeken.
- Laat de signing aan de buitenzijde en binnen beoordelen door diverse bezoekers en maak aanpassingen op basis van veelvoorkomende opmerkingen. De meetingfaciliteiten kunnen overkomen als flexwerkplekken.

hotelkamers zijn van alle gemakken voorzien. De kamers geven een frisse, schone indruk. Er wordt slim gebruik gemaakt van de ruimte wat voor een verrassende inrichting zorgt. Ook de gangen en de lift zijn schoon en leuk ingericht. citizenM heeft geen restaurant, wel een ruimte waar het ontbijt geserveerd wordt voor de hotelgasten. Dit is tevens de hotelbar waar een kleine kaart voor lunch en diner wordt gehanteerd. Voor zakelijke bijeenkomsten wordt gebruik gemaakt van catering van buitenaf, wat vooraf moet worden besteld. Voor een stadshotel is dit zakelijk gezien een slimme keuze. Maar het

maakt het wel lastiger om te anticiperen op veranderingen in aantallen, dieet of andere situaties die je vooraf kunt tackelen, maar op het laatste moment ineens kunnen veranderen.

#### EINDOORDEEL

citizenM wordt beoordeeld als een leuke, goedgelegen, moderne en goed verzorgde locatie die zeer geschikt is voor kleine en relatief kort durende bijeenkomsten. Dankzij de inrichting met planten, design en opvallende kunst wijkt de locatie af van het standaard aanbod. De locatie en de faciliteiten krijgen een dikke acht.

Uitbesteding van alles wat geen koffie of thee is, kan enige twijfel opleveren over het kunnen verzorgen van een hoogwaardige cateringbehoefte. Welkom zijn concrete tips voor lunch of diner buiten de deur door de contactpersoon, in een mail of op de website. Ten slotte is er een compliment voor de jongedame die de rondleiding heeft verzorgd. Met wat hulp en training zal zij ongetwijfeld een professional worden.

[www.citizenm.com](http://www.citizenm.com)



Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten

# Inspirerende en verbindende teamactiviteiten

Het ruime aanbod aan vergader- en congreslocaties en de centrale ligging op de Utrechtse Heuvelrug biedt volop mogelijkheden voor het organiseren van een zakelijke bijeenkomst. Er is echter maar één Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten. Het hotel in Soesterberg onderscheidt zich niet alleen door zijn rijke historie, maar ook door de combinatie van mogelijkheden binnen én buiten. Het is een plek met een unieke sfeer, een plek die inspireert en verbindt, die uitnodigt tot hard werken, maar ook tot ontspanning.

Tekst Hans Ebersson

Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten bestaat uit een voormalig missiehuis en klooster. De historische gebouwen bieden volop ruimte en zijn voorzien van alle gemakken van nu, maar hebben de kloosterlijke en ongedwongen sfeer van vroeger weten te bewaren. De vleugels van het missiehuis zijn vernoemd naar continenten waar de oorspronkelijke bewoners, de missionarissen, vroeger naartoe werden gezonden en de zalen zijn vernoemd naar de landen op die continenten. De levenshouding van de oorspronkelijke bewoners was er een van actie én rust, hard werken én bezinning, verbondenheid én afzondering en dat is nog steeds zo.

**EIGENTIJD**

Vandaag de dag is Kontakt der Kontinenten een eigentijdse locatie met 3 grote congreszalen (tot maximaal 220 personen), 25 modern uitgeruste vergaderzalen en een uitgestrekt bosterrein. Hiermee biedt het de ruimte aan vergaderingen, congressen en events tot 600 gasten. Bovendien telt het 131 comfortabele hotelkamers verdeeld over beide gebouwen. Handig, want zo kunnen gasten voorafgaand of tijdens een meerdaagse bijeenkomst op dezelfde locatie blijven overnachten. In het missiehuis is ook bar en restaurant Proeflokaal De Wereld ondergebracht. Daar genieten gasten van wereldse gastvrijheid en wereldgerechten voor ieder moment van de dag. De wereldportretten aan de muren en het prachtige uitzicht op het terras en de bostuin prikkelen het oog. Sfeervolle zitjes en koffie en thee uit alle windstreken bieden de ruimte om even tot rust te komen. Daarnaast staan er in het voorjaar, zomer en de herfst evenementententen in de tuin opgesteld voor een diner, borrel of barbecue.

**MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ÉN EEN DUURZAAM DNA**

Gezien de historie van beide gebouwen zit maatschappelijk verantwoord en duurzaam ondernemen in de genen. Dat blijkt op allerlei manieren: koekjes komen van de Koekfabriek en zijn gemaakt door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Verhuurfietsen komen van het duurzame Roetz-bike en het hotel draagt al sinds 2012 het Gouden Green Key duurzaamheidskeurmerk. Er is een nauwe samenwerking met Fairwater, dat zorgt voor de aanleg van degelijke waterpompen in de derde wereld.

**TEAMBUILDINGACTIVITEITEN**

Niet alleen de gebouwen en het DNA van Kontakt der Kontinenten zijn bijzonder, ook het uitgestrekte bosterrein is uniek. Er is een groot evenementenveld, er zijn zitzakken en hangmatten en er kan voetbal of volleybal worden gespeeld. Het grote evenementenveld leent zich uitstekend voor teambuildingsactiviteiten. Het ruime aanbod is gegroepeerd in allerlei thema's,

zoals leiderschap, verdieping, creativiteit of vitaliteit. Denk bijvoorbeeld aan schapendrijven, Chi Neng Qigong, boogschieten of spiegelen met honden. Neem de workshop schapendrijven, waarin de deelnemers niet alleen samen een kudde schapen drijven, maar ze ook door middel van een interactieve demonstratie meer leren over de intensieve samenwerking tussen herders en hun bordercollies. De workshop legt de link naar samenwerking en communicatie, leiderschap en rollen in een groep en passie en ambitie. Kontakt der Kontinenten beschikt over alle faciliteiten voor de organisatie van goede teambuildingactiviteiten, maar ook voor vergaderbreaks of activiteiten ter ontspanning of voor de gezelligheid. Was dat ook niet precies de levenshouding van de oorspronkelijke bewoners? Hard werken én bezinning, actie én rust?

[www.kontaktderkontinenten.nl](http://www.kontaktderkontinenten.nl)





Rosarium Amstelpark, even rustig als inspirerend

# Groene wereld in bruisende metropool

**Het leven staat nooit stil in Amsterdam. De internationaal georiënteerde stad bruist 24 uur per dag en straalt energie uit. Hoe mooi is het dat je je midden in die hectiek volledig kunt afzonderen in het groen, omgeven door rust en ruimte, om te vergaderen, te netwerken en inspiratie op te doen? De locatie heet Rosarium, gelegen in het Amstelpark.**

Tekst Aart van der Haagen - Fotografie Rosarium

**W**anneer je de bedrijvigheid en het toerisme achter je laat beland je in een heel andere wereld, in een uitsluitend voor voetgangers toegankelijk park met rozentuinen, waters en mooie doorkijkjes tussen de bomen. Je zou het 'het evenwicht van Amsterdam' kunnen noemen, de tegenhanger van het non-stopleven in sneltreinvaart. Een fraaie full-service-evenementenlocatie vormt het kloppend hart van zakelijke activiteiten in het Amstelpark, zonder te overheersen in de omgeving. Veel

ramen zorgen voor een transparant karakter en een natuurlijke verbinding van binnen en buiten, wat een extra dimensie krijgt wanneer bij zacht weer de openslaande deuren benut worden. "Alle vergaderzalen, tien in totaal en schakelbaar, beschikken over een eigen terras", vertelt Maarten van Eembergen, eigenaar van Rosarium. "Gezelschappen van kantoren op de Zuidas hoeven echt geen verre heisessie te organiseren voor een offsite-meeting. Ze staan binnen tien minuten hier en van die gelegenheid wordt veelvuldig gebruik gemaakt." De technische faciliteiten zijn conform de meest actuele standaarden, met interactieve services als een app die de gasten van alle informatie voorziet over hun programma met het tijdschema, de sprekers met hun achtergrond en andere relevante zaken.

## BEREIKBAARHEID

Dat de zakelijke wereld deze bijzondere locatie gemakkelijk weet te vinden, wekt geen verwondering als je alleen al kijkt naar de bereikbaarheid. Wanneer je met de auto de

Ring A10 nabij Knooppunt Amstel verlaat, sta je binnen enkele minuten aan de rand van het Amstelpark, met parkeerruimte in overvloed. "500 plekken en met on-Amsterdamse tarieven: 8,50 euro voor een hele dag", aldus Van Eembergen. "Je bevindt je hier op steenworp afstand van de Zuidas, de RAI, het VUmc en de Vrije Universiteit, met bovendien diverse hotels in de nabijheid." In die zakelijke omgeving neemt Rosarium een eigen plek in, met duizend vierkante meter aan ruimte voor meetings en evenzoveel oppervlak aan terrassen daaromheen. Zo groot komt het trouwens niet over wanneer je de locatie nadert. Er heerst een intieme sfeer, waarmee zij zich richt op een nichemarkt. "Denk aan meetings met veel break-outs voor 25 tot 350 personen, die zich vanuit de Amsterdamse dynamiek willen terugtrekken om te vergaderen, dineren, netwerken of een presentatie bij te wonen."

#### FOODLAB

Een belangrijk onderscheidend vermogen van Rosarium ligt in de eigen keuken. "Daarmee waarborgen we de kwaliteit en weten we snel in te spelen op de behoeften van onze gasten, ook bij ad-hocverzoeken", stelt Van Eembergen. "Tevens kunnen we terugkerende gezelschappen regelmatig iets nieuws laten ervaren. De keuken, die we intern ook wel 'foodlab' noemen, speelt met kooktechnieken en gerechten volop in op trends. Daarbij fungeert ons à-la-carterestaurant Parker's, dat ook gasten verwelkomt die niet komen vergaderen, als onze showroom. Tijdens een proeflunch of proefdiner laten we opdrachtgevers van gezelschappen kennismaken met wat



we zoal kunnen creëren, juist voor grote groepen. Culinair en qua entourage zitten we op een wat hoger niveau, wat ook in andere opzichten geldt voor onze accommodatie. 'Vijfsterrenkwaliteit voor de prijs van vier sterren'.

#### MVO-GEDACHTE

Vanuit het foodlab blijkt gemakkelijk een bruggetje te slaan naar maatschappelijk verantwoord ondernemen. Van Eembergen: "We bereiden alles zelf en houden ons bewust bezig met het terugdringen van verspilling door elk stuk vlees, vis of groente optimaal te benutten. Verder letten we heel bewust op spaarzaam water- en elektriciteitsgebruik. De verbinding van onze parkzalen met hun eigen terrassen geeft ons de mogelijkheid om veel met natuurlijke temperaturen te werken, naast de ingenieuze energiebesparende systemen die het

gebouw bevat." De MVO-gedachte keert ook terug in het personeelsbeleid van Rosarium Amstelpark. "We zijn een familiebedrijf, dat in 1973 werd opgericht door mijn ouders, toen hier de Floriade plaatsvond. Binnen die structuur geven we jong talent in ons team volop kansen. Wij bieden iedereen een veilige omgeving om zich te ontwikkelen, waarin mensen zich durven te uiten. Iedereen is voor ons even belangrijk en waardevol. We hebben korte lijnen, iets dat overal in onze organisatie terugkeert en dat onze gasten direct zullen ervaren. Niemand voelt zich verloren in deze transparante omgeving met een intieme sfeer, gelegen in het groen met een voor Amsterdam unieke rust."

[www.rosarium.net](http://www.rosarium.net)





Paul Gruijthuijsen van VGF over voorfinanciering en garantstelling

# “Vraag het tijdig aan”

**Steeds meer partijen die een internationaal congres met als basis kennisoverdracht organiseren, weten de weg te vinden naar het Voorfinancierings- & Garantiefonds, kortweg VGF. “Een goede zaak”, vindt Paul Gruijthuijsen, verantwoordelijk voor de marketing, “alleen moeten de aanvragers wel de minimale termijn van acht maanden vóór aanvang van het congres in acht nemen, anders kunnen wij helaas niets betekenen.”**

Tekst Aart van der Haagen

**K**ijkend naar het aantal aanvragen voor een voorfinanciering en een garantstelling durft Gruijthuijsen voorzichtig te spreken van een ‘goed congresjaar’ voor Nederland. “We zien een duidelijke stijging: van zestien in 2018 naar 34 in 2019, waarbij bovendien opvalt dat we met meer verschillende partijen in zee gaan. PCO’s bepalen nog steeds de meerderheid, maar het aantal verenigingen en stichtingen dat zelf rechtstreeks VGF benadert neemt toe. Wel baart het ons enigszins zorgen dat aanvragen soms laat ingediend

worden en in een enkel geval zelfs té laat. We hanteren een termijn van minimaal acht maanden voordat het congres begint. Waarom we dat doen? Kijk, we willen graag een risico afdekken, maar zagezegd geen brandend huis verzekeren. Als tijdens de inschrijfperiode voor deelnemers blijkt dat de belangstelling tegenvalt, kan een organisatie niet ineens bij ons gaan aankloppen om bij te springen. Arriveert een aanvraag te laat, dan moeten we helaas streng zijn en deze afwijzen. Doodzonde, als er een interessant congres in het verschiet ligt en de rest van de voorbereiding goed verloopt, met een gezonde begroting.”

## ACTIEVE PROMOTIE

Het Voorfinancierings- & Garantiefonds geniet een brede bekendheid in de MICE-branche, dankzij een actieve promotie op beurzen, evenementen en steeds meer via sociale media. “We geven onder andere voorlichting tijdens bijeenkomsten vanuit regionale congresbureaus voor hun lokale ambassadeurs, zoals artsen, professoren, wetenschappers en secretaresses”, vertelt Gruijthuijsen. Hoe zien de mogelijkheden er ook alweer precies uit?

“Ervaren organisatoren van internationale, meerdaagse congressen waar kennisoverdracht centraal staat kunnen een beroep doen op twee regelingen. De eerste betreft een volledig kosteloze, dus rentevrije voorfinanciering tot een maximum van 90.000 euro, waarbij de hoogte van het bedrag afhangt van onder meer de begroting, het type congres en ervaringscijfers. Terugbetaling geschiedt na het binnenhalen van inkomsten, maar voor het evenement begint. Daarnaast is er een garantstellingsregeling voor verliezen door plotseling tegenvallende deelnemersaantallen, ongeacht de oorzaak daarvan, zodat het congres gewoon doorgang kan vinden. Hiervoor betaalt de organisator een premie van 2,5 procent van het bedrag waarvoor VGF garant staat.”

#### POSITIE VERSTERKEN

Voor een buitenstaander klinkt het bijna te mooi om waar te zijn, maar er zit een duidelijk doel achter: de positie van Nederland versterken binnen de internationale MICE-branche, met alle voordelen

die dat oplevert voor de economie en de wetenschap. “Het Voorfinancierings- & Garantiefonds opereert sinds 2001 onafhankelijk, maar werd ooit opgezet door NBTC Holland Marketing, het Ministerie van Economische Zaken en zo’n twintig partijen uit de congresbranche, waaronder accommodaties en PCO’s”, schetst Gruijthuijsen de achtergrond. “Het huidige bestuur vertegenwoordigt vijf segmenten, namelijk de wetenschappelijke verenigingen, de universiteiten, NBTC Holland Marketing, het bedrijfsleven in de zin van locaties en organisatoren van congressen, die veelal uit naam van een vereniging opereren. Zij leveren allemaal waardevolle input, die binnen het VGF een beeld schetst van de ontwikkelingen in de sector en de behoeften van de betrokken partijen.”

#### WERELDWIJD UNIEK

Voor stichtingen en verenigingen dekt VGF risico’s af die door zo’n organisatie redelijkerwijs te dragen zijn. Gruijthuijsen: “Veelal schiet de cashflow tekort om de forse aanloopkosten te kun-

nen betalen. Een congres vergt een lange voorbereidingstijd en je moet tijdig een locatie vastleggen, die een aanbetaling van tussen de tien en 25 procent van de totale huursom plus bijkomende kosten zal verlangen. Daarnaast heb je middelen nodig voor promotie, om marketinginstrumenten op te tuigen, bijvoorbeeld een bidpresentatie tijdens een eerdere editie van het congres in een ander land. Dat brengt reis- en verblijfskosten met zich mee.” NBTC Holland Marketing, de locaties en onafhankelijke organisatoren zetten het VGF graag in om Nederland in een bidproces een streepje voor te geven. “Doorslaggevend is het misschien niet, maar drempelverlagend zeer zeker wel”, zegt Gruijthuijsen, die van een wereldwijd unieke faciliteit spreekt. “Het verbaast me nog steeds dat andere landen zo’n fonds niet kennen. Hoe dan ook, wij hameren erop dat organisatoren van congressen gebruik maken van deze mogelijkheid en dan vooral tijdig.”

[www.vgfholland.nl](http://www.vgfholland.nl)



Paul Gruijthuijsen



Inntel Hotels Amsterdam-Zaandam

# Internationale allure in een Zaanse jasje

De binnenstad van Zaandam kent een typisch Zaanse aangezicht, met Inntel Hotels Amsterdam-Zaandam als de voornaamste eyecatcher. De gevel bestaat uit een 3D-puzzel van 70 Zaanse huisjes in vier tinten groen. Eén van de huisjes is blauw, verwijzend naar 'La Maison Bleue' van schilder Claude Monet, die de Zaanstreek vaak als decor gebruikte. De gehele aanblik oogst internationaal veel faam en in 2016 bestempelde nieuwzender CNN het hotel tot 'apartste hotels ter wereld'. General Manager Rob Clerc (43) en Sales Manager Corporate & MICE Jasper Akkerman (28) geven een inkijkje in wat zich achter deze karakteristieke façade afspeelt.

Tekst Julia Bol

## TIJDELIJK THUIS

Inntel Hotels Zaandam-Amsterdam ligt direct naast het station, op elf treinminuten van Amsterdam. Het hotel kent een trouwe schare aan zowel corporate als leisure gasten. "De Zaanstreek is één van de oudste industriegebieden ter wereld en kent een enorme bedrijvigheid. We verwelkomen veel internationale corporate gasten die ons hotel doordeweeks gebruiken als home away from home", aldus Clerc. "Daarnaast kunnen liefhebbers van historie, kunst en architectuur terecht bij diverse musea en natuurlijk is er de Zaanse Schans, na de Efteling de meest bezochte attractie van ons land. Ook merken we hier duidelijk de invloed

van de bekende publieksevenementen in de hoofdstad. We zijn toch 'de achtertuin' van Amsterdam."

## BALANS

Inntel Hotels heeft een aantal strategische speerpunten benoemd voor haar hotels. Jasper Akkerman, Sales Manager Corporate & MICE, licht toe: "In de visie en missie staat voorop dat onze hotels op A-locaties liggen. Daarnaast onderscheidt Inntel zich op het gebied van wellness. Ons hotel in Zaandam heeft een sauna, stoombad, massageruimte, fitness en een zwembad waarin je een volwaardig baantje kunt trekken. Sommige kamers hebben ook eigen wellnessfaciliteiten, zoals een whirlpool."

## DUYVEKATER

Dat het hotel behoort tot een Nederlandse hotelgroep blijkt uit de standaarden op het gebied van huisstijl en menu's. Toch is er genoeg ruimte voor lokale invulling. "We laten 'het oude Zaanse' herleven in een modern jasje", vertelt Clerc. "Het verleden komt onder andere terug in de 159 kamers. Je kunt bijvoorbeeld overnachten in een Smaak Deluxe kamer, geïnspireerd op de smaken uit de streek, zoals chocolade, kaas, biscuit en mosterd. Andere kamertypen refereren aan de fabrieken, ambachten en bekende industriële grondleggers uit de regio, zoals Albert Heijn en Verkade. Eén suite is opgedra-



gen aan het Czaar Petershuisje hier in Zaandam, inclusief bedstee.”

Ook in hotelrestaurant Puur Saen wordt volop gebruik gemaakt van streekproducten. “In de desserts vind je bijvoorbeeld geen standaard biscuit, maar een biscuit gemaakt van Duyvekater, een typisch zoet brood uit deze regio”, aldus Clerc.

#### INFORMEEL MET EEN HOOG SERVICELEVEL

Inntel Hotels Amsterdam-Zaandam telt zes schakelbare meeting- en eventzalen. De zalen hebben natuurlijk daglicht en bieden gezamenlijk ruimte aan maximaal 350 gasten.

Het hotel ontvangt door de centrale ligging, informele sfeer en het hoge service level veel verschillende soorten partijen. Zo was het hotel eerder de host van een internationale autolancering en ontvangt het ieder jaar de deelnemers van de Dam-tot-Damloop, inclusief alle speciale dieetwensen die daarbij komen kijken. Ook kan er getrouwd worden in het hotel. “Het stadhuis is aan de overkant, dus de ambtenaar steekt gewoon over om het huwelijk te voltrekken”, vertelt Akkerman.

#### MAATWERK

Akkerman benadrukt dat hij boekers van meetings en events graag iets te kiezen geeft. “Vroeger vond een boeker het menu dat ik voorstelde al snel goed. Nu bepalen we samen de inhoud.” Dit



maatwerk is volgens Akkerman onmisbaar in een snel veranderende markt.

“Veel bedrijven organiseren meetings in eigen huis en komen dan last-minute bij ons als blijkt dat het intern niet lukt. Hier gaan we als hotel flexibel mee om, zodat we onze zalen zo goed mogelijk blijven vullen.” Clerc benoemt ook de trend van kortere, snelle meetings in kleinere samenstellingen. “Het is nog niet concreet, maar ik speel met de gedachte om hier iets mee te doen in ons hotel.”

#### LOYALITEIT

Een ander speerpunt van Inntel is het personeel. General Manager Clerc is trots op zijn team. “We hebben zo’n 100 medewer-

kers in dit hotel en ons credo is You’ll Be Surprised.” Opvallend is het lage personeelsverloop. Clerc: “Ik ben zelf al zo’n 20 jaar in dienst, maar ben daarin zeker geen uitzondering.” Voor Clerc is de dag geslaagd als hij de namen van zijn medewerkers terugleest in de gastenreviews. “Die namen delen we altijd op de personeelsborden. Neem nou Erik Brinkmann. Als Supervisor Banqueting zorgt hij dat veel eventgasten bij ons terugkomen.” Even later zien we Erik druk in de weer met de voorbereidingen van een borrel. Zijn verklaring voor de positieve reviews is kort maar krachtig: “Nee is geen optie.”

[www.inntelhotelsamsterdamzaandam.nl](http://www.inntelhotelsamsterdamzaandam.nl)



Erik Brinkmann



58 MPI NL Academy

# "Je leert ook van elkaars ervaringen"

Vanuit de MPI Academy van MPI Netherlands Chapter worden elk jaar diverse trainingen en masterclasses georganiseerd voor leden en niet-leden. Op donderdag 11 april stond de training bij Carlton President Hotel in het teken van strategische congresacquisitie.

Fotografie Ramon van Jaarsveld – Clickshots

De MPI NL Academy is in 2016 opgericht en heeft als doel om het vakgebied verder te professionaliseren. Meeting- en eventplanners en suppliers (zowel leden als niet-leden) kunnen via de MPI Academy elke

## Vijf tips voor het benaderen van de associatiemarkt

- Besteed tijd aan het doorgronden van de cultuur van een vereniging. Zorg dat je weet wat er binnen een bepaalde vereniging speelt zodat je geen belangrijke informatie mist.
- Veel organisaties gaan uit van vanzelfsprekendheden. Kijk eens met een andere blik naar het congres en betrek er eens andere mensen bij in plaats van enkel de gebruikelijke stakeholders.
- Hoe meer interactie je inzet tijdens het congres, des te meer er blijft hangen. Maak gebruik van actieve werkvormen zoals brainstorm, debatten of break-out sessies.
- Lobbyen is een heel belangrijk, maar ondergewaardeerd middel in de bidfase.
- Doe je werk met passie en plezier, dat straalt af op onder andere je (potentiële) opdrachtgever. Mooie bijkomstigheid: je output groeit en je creatieve vermogens ook.



maand een training of masterclass volgen om zo een verdiepingsslag te maken. De commissie achter de MPI Academy rouleert jaarlijks en bestaat onder andere uit een PCO, een destinatiebureau en een meetingplanner. Aan de bijeenkomsten nemen gemiddeld 8 tot 12 professionals deel. "Het mooie van de MPI Academy is dat we de branche met elkaar naar een hoger niveau kunnen tillen", vertelt commissielid Ingrid Rip. "We letten erop dat de lesstof ook meteen toepasbaar is binnen de dagelijkse werkzaamheden van de deelnemers." Bijzonder is dat naast het Amerikaanse chapter, Nederland vooralsnog het enige land is waar een MPI Academy actief is.

#### ERVARINGEN DELEN

Ingrid Rip heeft inmiddels 27 jaar ervaring binnen de branche opgedaan en honderden bids uitgebracht. Haar praktijkervaringen heeft ze omgezet in een vijfstappenplan. Aan de hand van dit plan krijgen de zes deelnemers vandaag alle ins en outs over de wereld van associatiecongressen mee. Allereerst mogen de deelnemers hun eigen specifieke leerdoelen noteren en op de muur plakken. Vervolgens worden de vijf stappen uitgebreid doorgelopen. De deelnemers worden actief gevraagd naar hun kennis en ervaringen. Ook gaan ze regelmatig in kleine groepen uiteen om samen te brainstormen of opdrachten uit te voeren. Ingrid geeft de deelnemers zoveel mogelijk inzicht in de associatiemarkt en praktische tips die meteen kunnen worden toegepast. Enkele weken na de training kunnen de deelnemers met de trainer een online coachingsessie inplannen om het geleerde te vertalen naar de individuele situatie. "De meeste deelnemers hebben zelf al de nodige ervaring opgedaan, maar een training zet nog even de puntjes op de i. Daarnaast leer je van elkaars ervaringen."

#### AANVULLING

Na afloop van de training borrelen de deelnemers samen met Ingrid nog even na in het restaurant van Carlton President Hotel. De deelnemers komen uit verschillende hoeken en hebben elk hun eigen reden om deel te nemen aan de training. Sabine Erkelens van The Hague Convention Bureau is bijvoorbeeld heel goed bekend met de ICCA-database en weet precies waar ze alle beschikbare informatie kan vinden, maar ze wil wel graag weten hoe ze vervolgens het beste het proces aan kan pakken. "De tips die ik heb meegekregen, ga ik meteen inzetten bij het opzetten van bidboeken. De online coachingsessie kan ik gebruiken om te klankborden. Ik vond het ook erg leuk om er samen met de andere kandidaten nader op in te gaan en ervaringen uit te wisselen. Een locatie heeft een hele andere insteek dan een convention bureau."

Ook Kitty Onder de Linden van Congresregio Zwolle was op zoek naar theoretische en praktische kennis over de associatiemarkt. "Dankzij de training heb ik een nog betere focus hoe ik de regio het beste op de kaart kan zetten. De kennis en aandachtspunten zijn een hele waardevolle aanvulling op hetgeen ik al wist. Daarnaast zet de training je op scherp en ga je kritisch nadenken over hoe je deze processen zelf aanpakt en hoe dit beter kan. De training is erg dynamisch en actief. Het uiteengaan in kleinere groepjes vond ik een prettige werkwijze."

Alfred Keizer, Senior Lecturer Conference & Event Management bij Hoge Hotelschool Leeuwarden vindt het vooral belangrijk om de contacten met de praktijkkant van het vak te houden. "Onderdeel van de opleiding is het maken van een bidboek en het verrichten van voorbereidend onderzoek. Specifieke kennis over de associatiemarkt komt daarbij zeker van pas. Deze training was de ideale gelegenheid om meer te leren over deze specifieke markt. Het mooie is dat je inzicht krijgt in het totale proces. Ook was de sfeer erg leuk."

**Benieuwd naar de overige trainingen en masterclasses van de MPI Academy? Dit jaar worden er onder andere nog bijeenkomsten over interaction design, presenteren en micro-expressie gegeven. Het complete overzicht is te vinden op [www.mpiweb.nl](http://www.mpiweb.nl).**

# VISIT CONVENTION BUREAU BRABANT



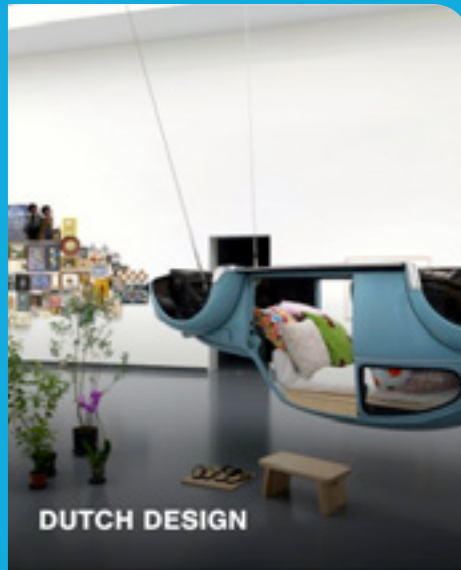
AGRIFOOD CAPITAL



HIGHTECH



AUTOMOTIVE



DUTCH DESIGN

# Meet Brabant

## Business Brains & Hospitality Heart

De inspiratiekracht en innovatiekracht typeren Brabant. Zo is Brabant de plek waar Vincent van Gogh leefde en schilderde. In Brabant stap je in zijn leven, in zijn schilderijen, in zijn inspiratie. Letterlijk. Die creativiteit wordt nu gekoppeld aan High Tech, Design & Agrifood, waarmee de toekomst vormgegeven wordt. Met kennisinstututen als Technisch Universiteit Eindhoven, Design Academy Eindhoven, Design Labs, Food Labs, High Tech Campus, Innovation Centres, Automotive Campus, Universiteit Tilburg en vele andere kennisinstututen meet Brabant zich met de absolute wereldtop. Voel de vibe, Meet in Brabant!



### NH Koningshof

"Grootste congres hotel van de Benelux"

Locht 117 | 5504 RM Veldhoven | T 040 - 258 1900

E mtgns.nhkoningshof@nh-hotels.com

I www.nh-hotels.nl



### Golden Tulip Hotel West-Ende

"Vergader in stijl bij dé ontmoetingsplek in hartje Helmond"

Steenweg 1 | 5707 CD Helmond

T 0492 - 524 151 | E info@westende.nl

www.goldentulipwestende.nl



### Pullman Eindhoven Cocagne

"The place to meet and socialize"

Vestdijk 47 | 5611 CA Eindhoven

T 040 - 232 6111 | E H5374@accor.com

www.pullman-eindhoven-cocagne.com

[www.visitbrabant.com/conventionbureau](http://www.visitbrabant.com/conventionbureau)

VISIT  
CONVENTION  
BUREAU  
BRABANT



### Intel Hotels Art Eindhoven

"Ontdek het authentieke verhaal en geniet van moderne allure"

Lichttoren 22 | 5611 BJ Eindhoven  
T 040 - 751 3500 | E infoeindhoven@intelhotels.nl  
www.intelhotelsarteindhoven.nl



### Conferentiecentrum & Hotel Bovendonk

"Locatie vol inspiratie"

Hofstraat 8 | 4741 AK Hoven  
T 0165 - 507 550 | E reserveringen@bovendonk.nl  
www.bovendonk.nl



### Landgoed Huize Bergen

"Verscholen in een prachtig park met eeuwenoude bomen nabij Den Bosch"

Glorieuxlaan 1 | 5261 SG Vught  
T 073 - 658 0400 | E welkom@huizebergen.nl  
www.huizebergen.nl



### Guldenberg Hotel & Brasserie

"Van nature gastrij"

Guldenberg 12 | 5268 KR Helvoirt  
T 0411 - 642 424 | E info@guldenberg.nl  
www.guldenberg.nl



### GuestHouse Hotel Kaatsheuvel

"Een hotel waar je jezelf kunt zijn, net zoals thuis!"

Gasthuisstraat 118 | 5171 GJ Kaatsheuvel  
T 0416 - 273 567 | E sales@guesthousehotels.nl  
www.guesthousehotel.nl



### Kapellerput Hotel - Meetings - Events

"Inspiratie putten uit de natuur"

Somerensweg 100 | 5591 TN Heeze  
T 040 - 224 1922 | E welcome@kapellerput.nl  
www.kapellerput.nl



### HUP

"Het sportiefste hotel van Nederland"

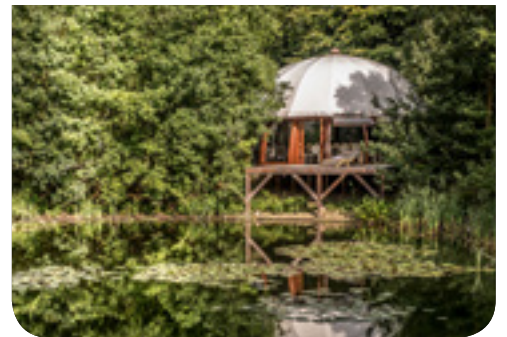
Arkweg 3 - 17 | 5731 PD Mierlo  
T 0492 - 678 911 | E sales@hup.eu  
www.hup.eu



### Van der Valk Hotel Eindhoven

"Verrassend Vanzelfsprekend"

Aalsterweg 322 | 5644 RL Eindhoven  
T 040 - 211 6033 | E eindhoven@valk.com  
www.hoteleindhoven.nl



### EIGENTIJDSERF

"Ontdek deze inspirerende achtertuin van Tilburg en Eindhoven"

Spreeuwesdijk 9 | 5091 KS Westelbeers  
T 013 - 504 1392 | E welkom@eigentijdserf.nl  
www.eigentijdserf.nl



Rik Hüsken

Conferentiehôtel Kapellerput in Brabantse Heeze

# “Als mensen zich thuis voelen, komen ze tot de beste ideeën”

**Wie aan komt rijden bij Kapellerput in het Brabantse Heeze laat als vanzelf de hectische wereld achter zich. Het hotel voor meetings en events ligt op een landgoed omgeven door groen, bossen en vennen. Eenmaal binnen vallen naast de warme ontvangst en het uitzicht op de natuur, vooral de vele kunstwerken en goed uitgeruste en originele vergaderlocaties op. Heb je bijvoorbeeld al eens een brainstormsessie in een boomhut gevoerd...?**

Tekst Daphne Doemges-Engelen

**A**l bij de ontvangst wordt duidelijk dat bij Kapellerput aan alle details wordt gedacht: de gast meldt zich bijvoorbeeld niet bij een standaard balie. “Gasten staan hier naast de medewerkers; dit is typerend voor onze visie op hospitality. Geen afstand scheppen, maar persoonlijke aandacht schenken.” Aan het woord is directeur-eigenaar Rik Hüsken. Hij bruist van de ideeën om innovaties toe te passen in het hotel. “We richten ons op unieke concepten. Standaard vergaderlocaties zijn er al genoeg. Meerwaarde bieden doen we op allerlei gebieden. Neem de omgeving waarin we ons bevinden: de natuur rondom Kapellerput leent zich

uitstekend voor een korte pauze of break-out sessies tijdens een vergadering of conferentie. Een groot terras met fijne zitplekken, maar ook hangmatten en bankjes langs de bosrand.”

## OPENLUCHTTHEATER

Ook de werkruimtes en zalen zijn ‘anders dan anders’. Denk bijvoorbeeld aan ‘HET HUIS VAN’. Wie hier binnenstapt waant zich in een complete woonkamer met keuken uit de jaren zestig: grote eikenhouten tafels, een platenspeler, gashaard. “Gezellig en nostalgisch, maar tegelijkertijd uiteraard met alle moderne techniek die de zakelijke markt anno 2019 verlangt: van beamer tot ClickShare.” Nog zo’n pareltje, uniek in zijn soort, is de KABAN: een riante boomhut in boardroom setting met uitzicht op bossen en ven.

Natuurlijk biedt Kapellerput ook voor grotere gezelschappen (tot 250 personen) allerlei mogelijkheden: diverse ruimtes zijn aan elkaar te koppelen en vanzelfsprekend zijn al deze werkruimtes ook voorzien van alle benodigde faciliteiten. “En wil je echt iets bijzonders voor een groot gezelschap? We hebben op ons landgoed een openluchttheater waar tweehonderd personen op de tribune passen.”

**CULINAIR GENIETEN**

Het MeetingDesign Team van Kapellerput denkt graag met de gast mee om invulling te geven aan het programma. "Ons doel? Dat gasten zich thuis voelen. Als dat lukt, dan komen ze zakelijk gezien ook tot de beste ideeën!" Het culinaire aspect wordt ook in de zakelijke markt steeds belangrijker, daarvan is Hüsken overtuigd. "Ons restaurant is vorig jaar compleet nieuw ingericht. Mensen kunnen naast een all-in formule nu ook à la carte dineren. Voor kleinere board meetings is er daarnaast een private dining room. Ook de zakelijke gast wil verwend worden met een goed ontbijt, gevarieerde lunch en een lekker diner. Gewoon gezond, goed en heerlijk eten. Daarom werken we veel met regionale producten en is al onze zuivel van biologische afkomst."

**DUTCH DESIGN**

Om te zorgen dat zijn bedrijf bij de top hoort en blijft horen, doet Hüsken veel inspiratie op binnen zijn (inter)natio-

nale netwerk. "De meetingindustrie in Scandinavië is enorm groot, maar we kijken ook zeker buiten onze branche naar maatschappelijke trends en ontwikkelingen." Een grote inspiratiebron is de Dutch Design Week. Niet alleen in de openbare ruimtes van Kapellerput is veel kunst te vinden; ook op de hotelkamers komt een zweem 'Dutch design' terug. "We werken met veel designers samen. Veel meubilair is gemaakt door designers uit de regio. Zo is het design van de hoofdborden van 31 nieuwe Design Deluxe hotelkamers speciaal voor Kapellerput op maat gemaakt. En hadden we op het terras al een buitenkeuken van een designer staan lang voordat buitenkeukens trendy werden."

**DUURZAAM RENOVEREN**

Onlangs werden 31 hotelkamers gerenoveerd, waarbij ook sterk naar duurzaamheid werd gekeken. Niet voor niets ontving Kapellerput dit jaar voor de elfde keer de gouden Green Key. "De mooie elementen van ons karakteristieke pand uit

de jaren vijftig zijn nog steeds zichtbaar, maar natuurlijk is het enkel glas vervangen door top-isolerend glas. We verwarmen en koelen met luchtwarmtepompen. Al jaren gebruiken we ecologisch, Fairtrade bed- en badlinnen en Fairtrade doucheproducten. We zoeken altijd naar een balans tussen duurzaamheid en het comfort voor de gast: wél lekker dikke handdoeken, maar dan van ecologisch materiaal. En wél een heerlijke luxe regendouche, maar tegelijk bespaart deze wel zoveel mogelijk water." Of er nog wensen zijn voor de toekomst? Voor de gedreven ondernemer altijd! "Vorig jaar hebben we een begin gemaakt met onze fruit- en groentetuin. De komende jaren wordt dat ook een beleving voor de gast. En ik zou graag in de toekomst een wellness-aspect willen toevoegen aan Kapellerput. Je ziet, we blijven altijd in ontwikkeling."

[www.kapellerput.nl](http://www.kapellerput.nl)





Bovendonk: vergaderen, presenteren, dineren, overnachten in seminarie

# Authentieke parel van Cuypers

Vraag iemand om naast het Centraal Station en het Rijksmuseum van Amsterdam nog een architectonische creatie van Pierre Cuypers te noemen en het wordt stil. Zijn derde grote meesterwerk houdt zich verborgen in West-Brabant: seminarie Bovendonk in Hoeven. Dit uitzonderlijk authentieke rijksmonument verwerft steeds meer bekendheid als conferentiecentrum en hotel.

Tekst Aart van der Haagen

Op decante wijze word je ontvangen door de geur van nostalgie. Prachtige elementen als stenen gewelven, glas-in-loodramen, lambriseringen en een mozaïekvloer met een afwisselend patroon hebben hier meer dan honderd jaar kunnen rijpen en ademen letterlijk en figuurlijk historie. Tijdens een rondleiding door Bovendonk val je van de ene verbazing in de andere, met als hoogtepunt de bibliotheek met zijn fascinerende hangconstructie, een exacte kopie van die in het Amsterdamse Rijksmuseum. “Een unieke belevenis om daar te vergaderen of een presentatie bij te wonen”, meent operationeel manager Tim Berendsen terecht. Vervolgens toont hij de in 2008 gerestaureerde kapel, geschikt om gezelschappen tot 350 mensen te ontvangen. Wijzend op het opvallend diepe altaar met links het orgel zegt hij:

“Ideaal als podium. De modernste audiovisuele middelen en een technicus laten we gewoon invliegen.”

## CIRCULAIRE ECONOMIE

De geheel ommuurde binnentuin biedt mogelijkheden om evenementen voor maximaal zo'n duizend personen te organiseren. Berendsen: “Tussen de open gewelven kun je mooie stands plaatsen. Door de beschutte ligging kom je bovendien goed uit qua akoestiek. Productpresentaties, netwerkbijeenkomsten, break-outsessies, teambuildingsactiviteiten, bedrijfsfeesten, bruiloften, verzijn het en we realiseren het. Trouwens, zie je de put hier? Die vangt al sinds de oplevering van het gebouw in 1906 het regenwater uit de goten op. Het werd van oorsprong al gefilterd, omhoog gepompt naar twee waterbekkens op zolder en vervolgens gebruikt om de toiletten door te spoelen en de was te doen.” Circulaire economie avant-la-lettre vind je terug in bouwmaterialen die eerder verwerkt waren in het voorgaande seminariegebouw, dat tussen 1817 en 1906 op deze plaats stond. Herbestemming past natuurlijk ook perfect in dat plaatje, een proces dat Bovendonk vroeg in de jaren negentig al onderging. “Sinds 26 jaar heeft het een hoofdfunctie als conferentiecentrum en hotel, hoewel de bovenste verdieping nog steeds een priesteropleiding huisvest.”





### VEELZIJDIG COMPLEX

Het complex van 21.000 vierkante meter liep met zijn indeling destijds al vooruit op de huidige bestemming. “We hebben achttien zalen in verschillende formaten, waarvan drie tot honderd personen en dus de grote kapel tot 350 man”, aldus Berendsen. “De horeca, met enerzijds een brasserie en anderzijds een geweldige tweedelige zaal, kan in totaal zo’n 450 mensen ontvangen. Daarnaast beschikken we over 93 hotelkamers. De helft ervan heeft een eigen douche en toilet, de andere helft gaan we in de komende jaren ombouwen tot 24 juniorsuites.” Bovendonk biedt genoeg mogelijkheden voor informele momenten tussen de zakelijke activiteiten door, zoals een wandeling in het park of een workshop bierbrouwen, georganiseerd met de lokale brouwerij op Bovendonk. Ook de catering vindt in huis plaats, met gebruikmaking van streekproducten. “We zitten in het samenwerkingsverband Zand

& Klei, dat alles rechtstreeks bij de lokale agrariërs koopt.”

In het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen geeft Bovendonk de ruimte aan mensen met een arbeidsbeperking, zowel in de keuken als in de groenvoorziening. Verder kunnen studenten van de horecaopleiding er een aantal dagen per week aan de slag, als deel van hun lesprogramma.

### PILOT VOOR NEDERLAND

Sinds oktober 2018 kent Bovendonk de MUST-status voor cultureel erfgoed, de hoogste gradatie die in Noord-Brabant te behalen valt. Na de publieke openstelling vond het management in de Provincie Noord-Brabant een welwillende partner om samen met een ontwikkelaar en een ingenieursbureau in installatietechniek een revitaliseringsplan voor de komende zeven jaar uit te werken, dat naast een

restaurant met behoud van authenticiteit en een uitgebreidere benutting van de beschikbare ruimten een ambitieus doel omvat: energieneutraliteit bereiken. “Op het gebied van erfgoed wordt dat een pilot voor heel Nederland”, vertelt Berendsen. “Het gebouw krijgt 36 verschillende modellen verwarmingstechnieken, toegespitst op de specifieke ruimten en gebruik, van lage- en hogetemperatuurverwarming tot pelletkachels en warmtepompsystemen. De monumentale energiecentrale zal straks de computergestuurde regeltechniek huisvesten. Uiteraard gaan we van het gas af; nu al schakelen we geleidelijk over op elektrisch koken. Overigens reserveren we acht procent van onze omzet voor de restauratie en het onderhoud van Bovendonk, dus onze gasten dragen direct bij aan het behoud van cultureel erfgoed. Naast die maatschappelijke gedachte doe je hier een ervaring op om nooit meer te vergeten.”

[www.bovendonk.nl](http://www.bovendonk.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**

"HÉT KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"

[WWW.VERGADERHAMERS.NL](http://WWW.VERGADERHAMERS.NL)  
[WWW.VERGADERHAMERS.BE](http://WWW.VERGADERHAMERS.BE)

Postbus 62  
 5600 AB Eindhoven  
 T 040-84 82 836  
[info@vergaderhamers.nl](mailto:info@vergaderhamers.nl)



**Van der Valk Hotel  
 Sassenheim-Leiden**

Warmonderweg 8  
 2121 AH Sassenheim  
 T 0252 21 90 19  
 E [sassenheim@valk.com](mailto:sassenheim@valk.com)  
 I [www.hotelsassenheim.nl](http://www.hotelsassenheim.nl)



**New Babylon  
 Meeting Center**

Anna van Buurenplein 29  
 2595 DA Den Haag  
 T 070 205 1200  
 E [info@new-babylon.nl](mailto:info@new-babylon.nl)  
 I [www.new-babylon.nl](http://www.new-babylon.nl)



**Postillion Hotel  
 Amsterdam**

Paul van Vlissingenstraat 8  
 1096 BK Amsterdam  
 T 034 135 64 64  
 E [hotel.amsterdam@postillionhotels.com](mailto:hotel.amsterdam@postillionhotels.com)  
 I [www.postillionhotels.com](http://www.postillionhotels.com)



**Postillion Hotel Utrecht  
 Bunnik**

Kostenrijland 5  
 3981 AJ Bunnik  
 T 010-6569222  
 E [hotel.bunnik@postillionhotels.com](mailto:hotel.bunnik@postillionhotels.com)  
 I [www.postillionhotels.com](http://www.postillionhotels.com)



**Postillion Convention  
 Centre WTC Rotterdam**

Beursplein 17  
 3015 AA Rotterdam  
 T 010 - 405 4462  
 E [wtc.rotterdam@postillionhotels.com](mailto:wtc.rotterdam@postillionhotels.com)  
 I [www.postillionhotels.com/postillion-hotel-wtc](http://www.postillionhotels.com/postillion-hotel-wtc)



**Postillion Hotel Dordrecht**

Rijksstraatweg 30 +31  
 3316 EH Dordrecht  
 T 078 - 655 44 44  
 E [hotel.dordrecht@postillionhotels.com](mailto:hotel.dordrecht@postillionhotels.com)  
 I [www.postillionhotels.com/dordrecht](http://www.postillionhotels.com/dordrecht)



### Postillion Hotel Deventer

Deventerweg 121 +31  
7418 DA Deventer  
T 0570 - 624 027  
E [hoteldeventer@postillionhotels.com](mailto:hoteldeventer@postillionhotels.com)  
I [www.postillionhotels.com/deventer](http://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](mailto:nijmegen@valk.com)  
I [www.valknijmegen.nl](http://www.valknijmegen.nl)



### Landgoed de Rosep

Oirschotsebaan 35  
5062 TE Oisterwijk  
T 013 - 523 21 00  
E [info@rosep.com](mailto:info@rosep.com)  
I [www.rosep.com](http://www.rosep.com)



### Conferentiehotel Kontakt der Continenten

Amersfoortseweg 20  
3769 AS Soesterberg  
T 0346 35 17 55  
E [info@kontaktdercontinenten.nl](mailto:info@kontaktdercontinenten.nl)  
I [www.kontaktdercontinenten.nl](http://www.kontaktdercontinenten.nl)



### Woudschoten Conferentiecentrum

Woudenbergseweg 54  
3707 HX Zeist  
T 0343 49 24 92  
E [info@woudschoten.nl](mailto:info@woudschoten.nl)  
I [www.woudschoten.nl](http://www.woudschoten.nl)



### Pullman Eindhoven Cocagne

Vestdijk 47  
5611 CA Eindhoven  
T 040 23 26 190  
E [H5374-RE2@accor.com](mailto:H5374-RE2@accor.com)  
I [www.pullman-eindhoven-cocagne.com](http://www.pullman-eindhoven-cocagne.com)



### Congrescentrum Bouw & Infra Park

Centuurbaan 2 (gebouw 20)  
3847 LG Harderwijk  
T 0341 - 499 000  
E [info@bouwinfrapark.nl](mailto:info@bouwinfrapark.nl)  
I [www.bouwinfrapark.nl](http://www.bouwinfrapark.nl)



### Hotel- en congrescentrum de Zeeuwse Stromen

Duinwekken 5  
4325 GL Renesse (Zeeland)  
T 0111 - 462040  
E [info@zeeuwsestromen.nl](mailto:info@zeeuwsestromen.nl)  
I [www.zeeuwsestromen.nl](http://www.zeeuwsestromen.nl)



### Landhuishotel De Bloemenbeek

Beuningstraat 6  
7187 LD De Lutte  
T 0541 - 551224  
E [sales@bloemenbeek.nl](mailto:sales@bloemenbeek.nl)  
I [www.bloemenbeek.nl](http://www.bloemenbeek.nl)



### Golden Tulip Hotel Central

Burgemeester Loeffplein 98  
5211 RK N-Hertogenbosch  
T 073 - 6926 926  
E [info@hotel-central.nl](mailto:info@hotel-central.nl)  
I [www.hotel-central.nl](http://www.hotel-central.nl)



### De Bonte Wever Assen

Stadsbroek 17  
9405 BK Assen  
T 0592 - 356 000  
E [info@debontewever.nl](mailto:info@debontewever.nl)  
I [www.debontewever.nl](http://www.debontewever.nl)



### RAI Amsterdam

Europaplein  
1078 GZ Amsterdam  
T 020 - 549 1722  
E [info@rai.nl](mailto:info@rai.nl)  
I [www.rai.nl](http://www.rai.nl)



### Kaap Doorn Conferentiecentrum

Postweg 9  
3941 KA Doorn  
T 0343 - 41 42 41  
E [info@kaapdoorn.nl](mailto:info@kaapdoorn.nl)  
I [www.kaapdoorn.nl](http://www.kaapdoorn.nl)



### Dekker Zoetermeer Sport, Party en Conferentiecentrum

Scheglaan 12  
2718 KZ Zoetermeer  
T 079 - 368 42 00  
E [sales@dekkerzoetermeer.nl](mailto:sales@dekkerzoetermeer.nl)  
I [www.dekkerzoetermeer.nl](http://www.dekkerzoetermeer.nl)



# VERGADERHAMERS

"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](http://erkendcongresbedrijf.nl).

1. Het heeft ruime congresservaring 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

### Erkend Internationaal Congresorganisatiebureau



Postbus 62 - 5600 AB Eindhoven

T +31 40-84 82 836


[info@vergaderhamers.nl](mailto:info@vergaderhamers.nl) - [www.vergaderhamers.nl](http://www.vergaderhamers.nl)



**Congress Care**

Congress Care –  
Uw medisch specialist in  
congressen en symposia

Europalaan 16  
5232 BC 's-Hertogenbosch  
T 073 – 690 1415  
E [info@congresscare.com](mailto:info@congresscare.com)  
I [www.congresscare.com](http://www.congresscare.com)



**PCO** PAUWELS  
CONGRESS  
ORGANISERS

Pauwels Congress  
Organisers

Avenue Ceramique 222  
6221 KX Maastricht  
T 043 - 321 81 80  
E [info@pauwelspc.nl](mailto:info@pauwelspc.nl)  
I [www.pauwelspc.nl](http://www.pauwelspc.nl)



**CONGRESS  
BY DESIGN**



Congress by design

Kloosterweg 6c  
3481 XC Harmelen  
T 088 - 0898101  
E [info@congressbydesign.com](mailto:info@congressbydesign.com)  
I [www.congressbydesign.com](http://www.congressbydesign.com)



**Cygnea**

Cygnea

Achterwetering 23  
2871 RK Schoonhoven  
T 0182 320126  
E [info@cygnea.nl](mailto:info@cygnea.nl)  
I [www.cygnea.nl](http://www.cygnea.nl)



Herinspectie keurmerk Vergaderhamers Van der Valk Veenendaal

# Aandacht voor kwaliteit

**Driejaarlijks bepalen de inspecteurs van het Vergaderhamers keurmerk, aan de hand van een uitgebreide inspectie, welke congres- en vergaderlocaties in Nederland het vergaderhamerschild aan de muur mogen (laten) hangen. Begin april reisde inspecteur Bianca Cuperus af naar Van der Valk Hotel Veenendaal voor de herinspectie van deze vergaderlocatie.**

**V**an der Valk Hotel Veenendaal verwelkomt sinds 2014 zakelijke en leisure gasten. Het hotel beschikt over vijftien multifunctionele zalen, 152 hotelkamers en fitness/wellness faciliteiten. “Normaal gesproken wachten we altijd een jaar met het keuren van de locatie, maar bij Van der Valk Hotel Veenendaal hadden we erg veel vertrouwen in de locatie en vroegen we na vier maanden of ze al voldoende positieve reviews van boekers hadden verzameld om alvast een beeld te krijgen bij de kwaliteit”, vertelt inspecteur Bianca Cuperus. “Na de eerste keuring behaalde de locatie genoeg punten voor vijf vergaderhamers.” “Bij de bouw van dit

hotel is zelfs rekening gehouden met de eisen van het keurmerk”, zegt salesmanager Lianne van Laar. “Bovendien beschikken relatief veel locaties in deze regio over het keurmerk. Daarom vinden we het belangrijk om het keurmerk te behouden.” Bianca Cuperus: “Jullie hechten inderdaad veel waarde aan het keurmerk, maar bij binnenkomst viel het me op dat nergens in de entree het Vergaderhamerkeurmerk wordt vermeld. Wij stellen promotiemateriaal zoals borden en vlaggen ter beschikking die jullie kunnen gebruiken om kenbaar te maken dat ze over het keurmerk beschikken. Maak daar vooral gebruik van om uit te dragen dat jullie garant staan voor kwaliteit.”

## INSPECTIE

Van tevoren heeft Lianne van Laar een uitgebreide inspectielijst ingevuld. Ook wordt gevraagd naar eventuele aanpassingen die zijn gedaan die invloed hebben op bijvoorbeeld de faciliteiten, capaciteit of de zaalafmetingen. Hoewel de uitstraling en inrichting luxueus zijn en de onderhoudstoestand uitstekend is, vallen Cuperus

toch een aantal dingen op terwijl zij drie verschillende vergaderzalen inspecteert. Zo dienen vergaderzalen tot 75 m<sup>2</sup> te zijn voorzien van een ophangmogelijkheid voor ten minste drie flipovervellen (bijvoorbeeld magneten of klemmen) of vergelijkbare schrijffoppervlakken. Schilderstape is hiervoor niet voldoende. Ook zijn de tafels vijf centimeter te kort om aan de eis van 75 centimeter te voldoen. Lianne van Laar vindt die eis zeker terecht. "Ik volgde laatst een interne training en toen merkte ik zelf hoe fijn het is als je zelf ruimte voor je armen hebt." Bianca Cuperus vraagt ook na hoe het zit met het koppelen van de stoelen. "Bij zalen waar meer dan honderd stoelen staan, moeten deze vanwege veiligheidsvoorschriften gekoppeld worden. Bij calamiteiten vallen deze dan niet om en blokkeren ze een snelle vluchtroute niet. Er zijn bedrijven die daar heel specifiek naar vragen en werken met strenge compliance regels die ook gelden tijdens externe vergaderingen." Gelukkig blijkt dat bij Van der Valk Veenendaal helemaal in orde te zijn.

#### SCHERPZETTEN

Bianca Cuperus maakt tevens een aantekening over het feit dat deuren, schuifwanden en meubilair beschadigingen vertonen door dagelijks gebruik. Lianne van Laar knikt: "De tafels slijten erg snel. We hebben ze tussen-

door na laten kijken door de fabrikant, er zijn inmiddels nieuwe bladen besteld." Volgens Bianca Cuperus is het heel herkenbaar dat locaties gedurende de tijd sporen van gebruik laten zien. "Dankzij de inspecties worden alle partijen weer even op scherp gezet om aandacht te besteden aan kwaliteit. Locaties blijven dan op het hoogste niveau opereren en zorgen zo voor de beste gastbeleving."

#### PROACTIEF ONDERHOUD

Op basis van de inspectie komt Van der Valk Veenendaal in aanmerking voor een classificatie van vier hamers. "Maar met wat aanpassingen kunnen ze zeker weer op het niveau van vijf hamers komen." Bianca Cuperus geeft de tip om een kwaliteitsteam samen te stellen die op het onderhoud toeziet. "Op die manier kun je de onvermijdelijke wear & tear verminderen door preventief onderhoud plegen." Lianne van Laar gaat de komende tijd aan de slag met de nodige aanpassingen om terug op het oude niveau van vijf vergaderhamers te komen. "Ik heb er alle vertrouwen in dat dit gaat lukken. Binnenkort prijken die vijf vergaderhamers op onze façade."

[www.vergaderhamers.nl](http://www.vergaderhamers.nl)

[www.hotelveenendaal.com](http://www.hotelveenendaal.com)

Bianca Cuperus en Lianne van Laar



72  
>

Elske Doets rolmodel voor ambitieuze jonge vrouwen

# “Grijze muizen zijn er al genoeg”

Elske Doets is eigenaar van Jan Doets America Tours. Als Zakenvrouw van het Jaar nam zij in 2017 het initiatief voor de Young Lady Business Academy. Een programma voor ambitieuze jonge dames van 15 tot 25 met een droom: een eigen bedrijf starten, CEO worden of minister. “Er zijn kansen genoeg voor vrouwen. Maar ze moeten ze wel zelf pakken.”

Tekst Hans Hajée





#### COACH IN DE EREDIVISIE

Elske Doets heeft een brede interesse. En durft te dromen. Dus steekt ze haar ambitie ooit coach te worden van een Eredivisieclub niet onder stoelen of banken. "Ronald de Boer is jeugdtrainer bij Ajax en ik ben een dag met hem meegelopen. Daar trof ik mensen met een open mind; ik kreeg leuke reacties." Er zijn veel parallellen tussen sport en bedrijfsleven. "In beide gevallen gaat het er immers om, teams met individuele talenten te motiveren en optimaal te laten functioneren. De voetbalwereld is conservatief en gesloten. Het lijkt me een uitdaging om daar met een frisse blik een bijdrage te leveren. Dus wie weet..."

**D**at Elske Doets actief werd in het bedrijf van haar vader Jan kwam niet als een verrassing. "Van jongs af aan was ik geïnteresseerd in het zakelijke wel en wee. In vakanties en op vrije uren was ik in het bedrijf te vinden; stemmen en telexen. Tijdens een rechtenstudie diende zich de keuze aan: wil ik later als jurist faciliterend zijn en vooral anderen problemen oplossen? Of iets creëren en zelf het verschil maken?"

#### LOUTEREND

Het werd – met overtuiging – dat laatste. Elske Doets kwam in het familiebedrijf en nam in 2001 alle aandelen over van haar vader. "De gebeurtenissen van 11 september veranderden de wereld ingrijpend. Ik werd in één keer in het diepe gegooid. Want bedenk goed dat ik na de overname een miljoenschuld had. Die periode was een ultieme test en een louterende ervaring." Doets loodste haar bedrijf met verve door het zware weer. "Voordeel was dat ik zelf alle beslissingen kon nemen, niet geremd door gewoonte of historie." Zij investeerde fors in ICT. "In de reissector zijn de marges laag. Je moet dus efficiënt werken, optimaal grip hebben op de bedrijfsvoering. Anders red je het niet. Waar mogelijk zijn processen geautomatiseerd. Dat stelde ons in staat om met 60% te groeien zonder dat extra mensen nodig waren."

#### OPTIMALE BELEVING

Met een specialisatie in de VS, Canada en IJsland koos Elske Doets ervoor om het aanbod te upgraden. "Een reis met ons betekent een topbeleving. Dat moet ook in een tijd dat mensen via internet veel zelf kunnen regelen. Ik gebruik vaak het Moraine Lake als voorbeeld. Een indrukwekkende plek die je gezien moet hebben als je in Canada bent. Er wordt echter maar een beperkt aantal mensen toegelaten. Regel je het zelf dan kun je er alleen om 7 uur 's ochtends terecht. De impact van deze bijzondere plek is dan beperkt. Wij beschikken over 18 cabins pal aan het water. De beleving daar is optimaal. Dat is onze meerwaarde in een notendop." Het zorgt ervoor dat een groot deel van de klanten Jan Doets kiest op basis van positieve ervaringen van anderen. "40% is een spin-off van tevreden klanten, 30% boekt opnieuw. Er zijn zelfs mensen al vijftig keer met ons op reis geweest."

# SUBLIEM SINDS 1986



SUBLIEM  
GENIETEN

SUBLIEM  
SPARREN

SUBLIEM  
ONTWAKEN

SUBLIEM  
PROOSTEN

**DE ROSEP**  
LANDGOED

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



## Wilkhahn

### mAx klaptafel

- De mAx klaptafel is een gepatenteerde klaptafel.
- Een hogere belasting zorgt voor meer stabiliteit!
- De eerste klaptafel met dragende inhangbladen en uitrolbare frontpanelen.
- Diepte van 45 tot 90 cm.
- Leverbaar in een lengte van 120 t/m 220 cm.
- Voorzien van bladen met een licht gewicht.
- mAx is leverbaar in een breed uitvoeringsniveau.

*Wilkhahn ontwikkelde in 1994 zijn eerste klaptafel en is internationaal marktleider.*

**Bezoek ons in de van Nelle fabriek te Rotterdam.**

Van Nelleweg 2120, 3044 BC Rotterdam, 010-7503390, [info@wilkhahn.com](mailto:info@wilkhahn.com)  
VOOR MEER INFORMATIE: ZIE: [WWW.WILKHAHN.COM](http://WWW.WILKHAHN.COM)

We genieten van wat we doen bij Hermonde

**hermonde**  
born to meet

Verscholen in het bos in Bennekom ligt landgoed de Born, dat stamt uit de jaren dertig. Het is een plek waar zakelijk Nederland knopen kan doorhakken, aan teambuilding kan doen of een heisessie kan houden. Gastvrijheid staat bij ons voorop, dat betekent dat we graag luisteren naar uw wensen en er alles aan doen om u bijeenkomst perfect te laten verlopen.

[hermondelocatie.nl](http://hermondelocatie.nl) | 0318 - 860 213 | Bornweg 12b, Bennekom





### ALTIJD ALERT

De reismarkt is competitief terwijl externe factoren veel impact hebben. “Bosbranden, uitbarstende vulkanen, een shutdown; elk jaar is er wel iets. We moeten altijd alert zijn, voorbereid op het onverwachte. Als er iets gebeurt, wachten we niet tot klanten bellen met vragen maar zoeken zelf contact. Dat wordt zeer gewaardeerd.” Op dit moment zijn mensen terughoudend, merkt Doets. “Zaken als brexit en Trump maken onzeker. Media versterken dat gevoel. Op dergelijke sentimenten heb je als reisorganisatie geen invloed. Wel zorgen we ervoor dat intern alles optimaal op orde is. Als het sentiment weer positief wordt, zijn we er klaar voor.”

### DAMES MET EEN DROOM

De uitverkiezing tot Zakenvrouw van het Jaar in 2017 kwam voor Elske Doets als een verrassing. “Ik wilde deze titel vooral gebruiken om de positie van vrouwen een impuls te geven.” Ook daarin toont Doets zich ondernemend. Ze startte de Young Lady Business Academy. “Een programma voor jonge vrouwen van 15 tot 25 jaar met een droom: een eigen bedrijf, CEO worden of minister. Ambitie en talent zijn daarbij niet genoeg. Zelfvertrouwen is onmisbaar; je moet uit je comfortzone durven komen. In de academy helpen wij daarbij, onder meer door rolmodellen ervaringen te laten delen. Zo zien de jonge meiden dat dromen werkelijkheid kunnen worden. En dat het bijvoorbeeld goed mogelijk is om een topfunctie met een gezin te combineren.”

### RUTTE EN MÁXIMA

De Elske Doets Young Lady Business Academy is een schot in de roos. “Het podium als Zakenvrouw van het Jaar heb ik vooral gebruikt om de academy te promoten. Velen waren onder de indruk van de dromen en drive van de jonge meiden. Premier Mark Rutte gaf een masterclass en koningin Máxima bracht een bezoek aan de academy. Dat zorgde voor een stroomversnelling.”

Begin juli vindt de vierde editie plaats in het Erasmus Centre for Entrepreneurship. Het animo is groot. “Deelnemers vinden het geweldig om een week lang op te trekken met andere gemotiveerde meiden met uiteenlopende achtergronden. Ook voor elkaar zijn ze rolmodellen. En dat is nodig, want hun ambitie stuit regelmatig op weerstand. In Nederland hebben we moeite met mensen die hun dromen uitspreken. Zeker als het jonge meiden zijn. Heel jammer, want er zijn juist mensen met ambitie nodig die boven het maaiveld uitsteken. Grijs muizen hebben we al genoeg.”

### GELUK VEREIST LEF

De uitverkiezing tot Zakenvrouw van het Jaar en de ervaringen met haar academy hebben Doets persoonlijk verrijkt. “Ik ontmoet bijzondere mensen en doe bij tal van gelegenheden mijn verhaal.” Het bracht Doets ertoe, haar ervaringen en visie vast te leggen in een boek: Het lef om gelukkig te zijn. “Veel mensen leven op de automatische piloot, werken vooral voor hun hypotheek. De vraag: ‘Heb ik echt gekozen voor wat me gelukkig maakt?’ wordt amper gesteld. Terwijl deze vraag cruciaal is. Mijn boodschap daarbij: toon lef. Durf te dromen en leg de lat hoog.”

### OP DE APENROTS

Als meer vrouwen de raad van Elske Doets opvolgen, zal hun aandeel in topfuncties stijgen. “Quota zijn betuttelend en daar ben ik niet van. Ook heb ik niets met vrouwen die zich verenigen om samen tegen mannen te strijden, om ze zo van hun positie op de apenrots te stoten. Mannen en vrouwen zijn verschillend en dat is prima. Als ze samenwerken en wat van elkaars eigenschappen overnemen, heeft iedereen daar baat bij.” Kansen zijn er genoeg, benadrukt Doets. “Maar het is aan vrouwen zelf om deze te pakken. Door ambitie te tonen en keuzes te maken, ook privé. Succes komt niemand aanwaaien. Je moet er wel echt voor gaan.”

## Totaal aantal beurzen herstelt. Daling vakbeurzen houdt aan.

Een totaal van 560 beurzen heeft 6,2 miljoen bezoekers getrokken in 2018, verdeeld over 162 vakbeurzen en 398 publieksbeurzen. Het contrast van deze 'beurzenwig' werd de afgelopen jaren steeds groter. Op maandag 15 april werden de branchecijfers van 2018 gepresenteerd tijdens de CLC-VECTA Beurscijfers & Ketenoptimalisatie in Breepark door onderzoeksbureau Respons, die in samenwerking met branchevereniging CLC-VECTA jaarlijks de Beurzen Monitor uitbrengt. Het aantal beurzen is sinds 2017 met 4,3% toegenomen, ondanks dat het totaal aantal bezoekers lichtelijk daalde met 1,2%. Gemiddeld werd er € 353 miljoen uitgegeven door de bezoekers, een bedrag wat met 2,3% steeg ten opzichte van 2017. Het totaal aantal beurzen is sinds 2010 ongeveer gelijk gebleven, maar de verdeling naar publieks- en vakbeurzen is opvallend gewijzigd. Het aantal publieksbeurzen is de afgelopen 8 jaar met 30% gestegen, terwijl het aantal vakbeurzen met 32% is afgenomen. Ook het aantal exposanten, de verhuurde meters en de mediumbestedingen steeg bij de publieksbeurzen en daalde bij de vakbeurzen, hoewel procentueel minder. Dit contrast werd de afgelopen jaren steeds groter, wat ook terug te zien is in het aantal exposanten wat bij de publieksbeurzen zelfs toenam met bijna 18% ten opzichte van vorig jaar, en met mindere mate in de groei van de bezoekersaantallen (+2%) en het aantal verhuurde meters (+3%). De 560 beurzen werden in 2018 georganiseerd door 282 verschillende organisatoren, waarvan 38 vakbeurzen en 16 publieksbeurzen werden georganiseerd door Easyfairs Nederland, die daarbij op nummer 1 en 2 in de respectievelijke top 5 van organisatoren eindigden. De Broodfabriek heeft in 2018 de meeste publieksbeurzen georganiseerd. Easyfairs Nederland staat ook boven aan de top 5 van accommodaties voor vakbeurzen, die verder wordt aangevuld door Jaarbeurs Utrecht, RAI Amsterdam, Expo Houten en Rotterdam Ahoy. De top 5 van accommodaties voor publieksbeurzen wordt aangevoerd door Expo Houten. De gedetailleerde Beurscijfers zijn kosteloos te downloaden voor CLC-VECTA leden, evenals de toelichtende presentatie van Respons.



## Brussels Airlines start met verkoop Premium Economy op langeafstandsvluchten

In februari kondigde Brussels Airlines een nagelnieuwe reiservaring aan aan boord van haar langeafstandsvliegtuigen. Met een volledig nieuwe Business Class, Premium Economy en Economy Class wil de luchtvaartmaatschappij het gevoel van een boetiekhotel op 10 km hoogte creëren. Het eerste vliegtuig met de nieuwe cabines is vorige week, op 29 april in de vloot verwelkomd en de nieuwe Premium Economy Class-verkoop is van start gegaan om te reizen vanaf 1 augustus. Met de introductie van haar nieuwe langeafstandsreiservaring lanceert Brussels Airlines een gloednieuwe cabine. Premium Economy is erop gericht om tegemoet te komen aan de behoeften van langeafstandsklanten die een superieur reiscomfort wensen, zonder de prijs van een Business Class stoel te betalen. De nieuwe Premium Economy is volledig gescheiden van de andere klassen en creëert een rustige en ontspannen omgeving met zachte paarse en blauwe kleuren. Met slechts 21 plaatsen is rust een van de belangrijkste kenmerken van de Premium Economy cabine. Een premium zetel met meer privacy, comfortabele kussens en een uitgebreide armleuning maken het mogelijk om ongestoord te reizen. Een 38" stoelafstand (23% meer beenruimte in vergelijking met Economy Class), een bredere stoel met een grotere hoofdsteun en een royale 40° verstelbare rugleuning zorgen voor een ontspannen slaap. Het warme en vrolijke design is een handtekening van het merk Brussels Airlines. Het 13,3" HD-scherm is een van de grootste HD Premium Economy schermen in Europa. Bovendien is er een grote tafel met AC- en USB-stekkers, om gedurende de hele vlucht productief te blijven. Omdat Premium Economy een volledig nieuw product is voor Brussels Airlines, start de luchtvaartmaatschappij met de nieuwe klasse vanaf het moment dat er 5 vliegtuigen zijn omgebouwd, om de beschikbaarheid van de cabine voor haar klanten te garanderen. De ticketverkoop voor de Premium Economy Class is van start gegaan voor reizen vanaf 1 augustus 2019, eerst op de drie Noord-Atlantische routes, daarna ook gradueel op het Afrikaanse netwerk. Tot die tijd hebben Economy Class-klanten die het geluk hebben om met een vernieuwd vliegtuig te reizen, de kans om hun ticket te upgraden voor slechts 90 euro en de gloednieuwe Premium Economy stoel in première uit te proberen. [brusselsairlines.com/premiuconomy](http://brusselsairlines.com/premiuconomy)

## Koepel Arnhem wordt hotel met horeca

Vorig jaar werd bekend dat de Koepelgevangenis in Arnhem werd overgenomen door Ter Steege Gebiedsontwikkeling en Explorius Vastgoedontwikkeling. In april kondigen de bovengenoemde partijen meer nieuws over de invulling van het terrein aan en maken ze hun samenwerking met EHM Group bekend. De karakteristieke monumentale panden, die voorheen dienstdeden als gevangenis, krijgen een hotel- en horecabestemming. De voormalige gevangenis, die in 1886 door Johan Metzelaar werd ontworpen, kent vele levens: van penitentiaire inrichting tot gevangenis, van huis van bewaring tot opvangcentrum. De volgende bestemming is nu ook bekend: de Koepel in Arnhem krijgt een hotel- en horecafunctie. Wouter Dekker, binnen EHM Group onder meer verantwoordelijk voor ontwikkeling en uitbreiding van de onderneming, geeft aan verheugd te zijn met de aankoop van de Koepelgevangenis. "Onze onderneming is bij uitstek in het leven geroepen om bijzondere hospitalityobjecten te exploiteren. Geweldig dat het ons is gegund de horecaplannen uit te werken en een iconische pleisterplaats te realiseren, passend in de totaalontwikkeling van Ter Steege en Explorius. We kunnen niet wachten te starten: iets creëren wat mensen verbindt, zowel hotelgasten als lokale bevolking, is ons ultieme doel. Het streven is om de deuren voor het publiek te kunnen openen in het derde kwartaal van 2021."



Interactie met het publiek

# Hoe houd je de aandacht vast

Knikkebollende luisteraars of afhakers die hun smartphone uit hun tas halen; het is de nachtmerrie van organisatoren en sprekers die er niet in slagen om de aandacht van het publiek vast te houden. Gelukkig zijn er verschillende manieren om de aandachtspanne van het publiek te verlengen, bijvoorbeeld door middel van een smartphone tool of een debat.

Fotografie Ramon van Jaarsveld – Clickshots



**D**e meeste congressen en bedrijfsevenementen trekken een gespecialiseerd publiek met veel kennis. Dit publiek is eigenlijk net zo belangrijk als de sprekers die op het podium en zou je dus meer bij je evenement moeten betrekken. Nu is dat tijdens een workshop voor tien personen een stuk makkelijker dan tijdens een plenaire sessie waar 900 mensen aan deelnemen. Het is dan slim om de telefoon, de gevreesde afleidende factor, in de zetten als interactietool. Op die manier kunnen de deelnemers luisteren, kijken en communiceren met de sprekers. Doordat de deelnemers zich gehoord voelen, ontstaat er een gevoel van wederkerigheid en gaan zij beter naar de spreker luisteren. Boven-

dien zitten er vaak ook mooie verhalen in het publiek. Als je hen daar niet naar vraagt, worden die ook niet gedeeld.

#### VOTING

Live voting wordt steeds vaker ingezet als tool om interactie met het publiek te creëren. Het komt het best tot zijn recht bij een publiek vanaf 100 mensen. Waar je het publiek over laat stemmen, bepaal je tijdens de voorbereiding van je event. Vraag je allereerst af wat je precies van het publiek wilt weten en maak op basis van die input enkele vragen of stellingen. Denk goed na over hoe je die vragen en stellingen formuleert. Mensen kun-



nen terughoudend zijn om hun directe mening te geven. Vraag in plaats daarvan om dilemma's en ervaringen of juist best experiences en bespreek er enkele. Om te voorkomen dat er een enorme stortvloed aan input komt die alle kanten opgaat, kun je de deelnemers vragen om een bepaalde vraag of stelling eerst met de buurman of buurvrouw te bespreken alvorens deze in de tool door te voeren. Op die manier worden de onderwerpen en richtingen enigszins gekaderd en ontstaat er ook geen stilte in de zaal. Ook is het slim om iemand aan te stellen om interessante input te selecteren. Door vervolgens enkele deelnemers te vragen naar hun input creëer je interactie. Wanneer je besluit om een voting tool te gebruiken,

Dit artikel is geschreven aan de hand van de kennissessie 'Power of Interaction' die plaatsvond tijdens EMEC19. Deze sessie werd verzorgd door Erik Peekel (Aaaaaha! Bureau voor live communicatie), Roderik van Grieken (Nederlands Debat Instituut), Elise Fikse en Rens de Jong (Buzzmaster).

maak er dan ook echt tijd voor vrij in je programma. Maar let er tegelijkertijd op dat je het niet te veel toepast. Dan werkt het averrechts en reageren deelnemers juist steeds minder.

#### GAMIFICATION

Ook met gamification betrek je het publiek meer bij je evenement. Door het spelelement willen mensen ook echt winnen, zeker als er een kleine beloning aan vast zit. Een hele populaire vorm is het houden van een quiz. Het lastigste van deze spelvorm is het bedenken van de vragen. Deze kunnen te moeilijk of juist te makkelijk zijn. Een goede tip is om je vragen eerst op kantoor uit te proberen. Ook kunnen quizvragen al snel te saai zijn. Dat gebeurt met name als er naar droge feitenkennis of te veel naar cijfers wordt gevraagd. Het juiste onderwerp en de juiste formulering zijn dus belangrijk. Vragen slaan het beste aan wanneer ze een leuk verhaal bevatten dat mensen ook graag delen tijdens verjaardagen, die je kunt herformuleren met de bekende openingszin 'wist je dat'. Maar je moet het antwoord natuurlijk wel kunnen raden. Vragen waarbij het antwoord op het puntje van je tong liggen, zijn het meest uitdagend. Ook kun je mensen ontbrekende woorden in zinnen laten invullen.

#### DEBAT

Een populaire manier van communiceren is debatteren. Met name de politiek maakt hier dankbaar gebruik van. Het debat wordt enigszins terughoudend ingezet tijdens congressen en evenementen omdat dat niet zou werken. Of een debat daadwerkelijk een geschikte manier is om interactie te creëren, hangt af van het doel. Wanneer de uitkomst in feite al vaststaat, heeft het niet veel nut om de discussie aan te gaan. Ook moet het onderwerp relevant zijn voor het publiek. Toch kan deze discussievorm zich uitstekend lenen voor een congres, aangezien mensen samenkomen om een bepaald onderwerp te bespreken en van elkaar kunnen leren. Issues die binnen je organisatie spelen, kun je middels een debat in de groep gooien. Bovendien heb je er geen hulpmiddelen voor nodig.



### STELLINGEN

Een goed debat staat of valt met goede stellingen en daar moet je veel tijd aan besteden. De input van de beleidsmakers binnen je organisatie is waardevol. Kijk ook goed naar welke mensen het debat aan zullen gaan en wat voor hen relevant is. Maak van tevoren al een inschatting waar het publiek het wel of niet over eens zal zijn en elke argumenten er op tafel zullen komen. Qua verdeling werkt een minimale verhouding van 70%-30% het beste. Een goede motie behoeft geen uitleg. Wanneer een toelichting toch nodig is, werkt een korte neutrale introductie het beste. Met een niet goed geformuleerde motie loop je het risico dat het debat alle kanten opgaat. Trek ook minimaal een uur per motie uit zodat deelnemers de gelegenheid krijgen om gehoord te worden.

### JUISTE VORM

Een geschikte vorm voor een debat tijdens een congres of evenement hangt af van het doel en de bijeenkomst. Je kunt mensen naar hun mening vragen en hen voor

of tegen laten stemmen. Maar je kunt de groep ook in tweeën splitsen en een mening opleggen. Het voordeel hiervan is dat deelnemers niet persoonlijk beoordeeld worden op wat zij denken. Daarnaast worden zij gedwongen om na te denken over de voor- en tegenargumenten. Deze optie kan worden uitgebreid met een derde groep mensen die niet meedoet aan het debat en een eigen mening mag vormen. Na een eerste stemronde is het aan de groep voor- en tegenstanders om deze derde groep met argumenten te overtuigen. Welke partij dat is gelukt, test je dan met een tweede stemronde.

Naast deze korte introductie op de mogelijkheden van voting tools, quizzes en debatten zijn er nog veel meer middelen om interactie met het publiek te creëren. Dat deze interactie meerwaarde heeft, staat vast. Een publiek dat zich serieus genomen voelt, is bereid om goed te luisteren en dat bied jou als organisator de mogelijkheid om gedenkwaardige ervaringen te creëren.





## Connexxion sluit zich aan bij Event Park Amsterdam

Connexxion sluit zich aan bij Event Park Amsterdam, het Convention Bureau van regio Haarlemmermeer. De vervoersmaatschappij, marktleider in stad- en streekvervoer in Nederland, zorgt er dagelijks voor dat honderdduizenden reizigers op hun bestemming komen. Met dit nieuwe partnership, het 33ste voor Event Park Amsterdam, spelen beide partijen in op de mobiliteitsbehoefte van de markt. "Wij zijn bijzonder verheugd dat wij Connexxion als vervoersmaatschappij aan ons aanbod kunnen toevoegen", aldus Floris Licht, voorzitter van Event Park Amsterdam. "Met Schiphol om de hoek, Amsterdam binnen handbereik én de 3B's (beschikbaar, bereikbaar en betaalbaar), wordt omgeving Haarlemmermeer steeds aantrekkelijker voor evenementen en zakelijke gasten. Daardoor ontstaat een grotere behoefte aan vervoer; al deze mensen moeten van A naar B. Met bushaltes nooit langer dan 200 tot 300 meter lopen, is het openbaar vervoer een prima oplossing om die behoefte in te vullen. Zo zijn de gasten snel bij hun congres, de luchthaven of een andere bestemming." Ook Rick de Vries, Consessie Marketeer bij Connexxion ziet mooie kansen in de samenwerking: "Het is voor ons heel waardevol om op een shortlist te staan omdat het openbaar vervoer een prettige, snelle en duurzame manier van verplaatsing is. Via diverse hotels bieden wij al voorverkooptickets aan waarmee gasten in de regio een aantal dagen onbeperkt kunnen reizen. Dat zouden wij graag op meer plekken onder de aandacht willen brengen. Event Park Amsterdam is daarvoor een mooi platform." Het Convention Bureau heeft als motto de 3 B's: beschikbaar, bereikbaar én betaalbaar. Of, internationaal gezien, de 3 A's: available, accessible, affordable. Locaties zijn vaker beschikbaar dan in Amsterdam zelf, waar je soms al jaren van tevoren een locatie moet vastleggen. Ook is de bereikbaarheid veel beter dan in de drukke binnenstad; er is ook geen gedoe met tourbussen die de stad niet in mogen. En, niet onbelangrijk, de prijzen liggen over het algemeen een stuk lager dan in het centrum.



## AccorInvest rond flinke verbouwing van 610 kamers Novotel Amsterdam City af

Na twee jaar is de grootschalige renovatie van alle 610 kamers van het Novotel Amsterdam City afgerond. Om in de toekomst nog beter in te spelen op de verwachting van de moderne zakenreiziger investeerde eigenaar AccorInvest een aanzienlijk bedrag. Een nog betere gasttevredenheid en een beter aanbod dat meer aansluit bij de verwachting van de moderne zakenreiziger. Met die visie is twee jaar geleden met de grootschalige renovatie van alle 610 de hotelkamers van het Amsterdamse business hotel begonnen. Om de huidige gasten zo min mogelijk overlast te bezorgen, is de renovatie in drie fases verlopen. Het zakelijke hotel met strategische ligging nabij Schiphol en Amsterdam investeerde flink in de in april afgeronde verbouwing. Ad Hoondert, GM van Novotel Amsterdam City legt uit wat er zoal veranderd is: "De kamers zijn gecreëerd vanuit de gedachte dat een hotelkamer, net als thuis, ook een plek moet zijn om te leven. Zo ontstonden de zogenaamde N'Rooms, de nieuwste generatie hotelkamers van Novotel. De uitstraling is kenmerkend licht, modern en tijdloos en wordt versterkt door unieke kunst aan de muur. De hotelkamer is ruim en ecologisch ontworpen met allerlei moderne faciliteiten, zoals een bed HUB en hypermoderne badkamer. Een echte plek om in te leven en heerlijk tot rust te komen."

## 12e editie EventSummit opnieuw in Rotterdam Ahoy

Vanaf nu kan iedereen 30 januari 2020 alvast blokken. Iedereen die zich professioneel bezighoudt met de organisatie van evenementen en festivals zet deze datum met een uitroepteken in zijn agenda. Op geen enkele dag in het jaar vind je zoveel mooie bedrijven, inspirerende sprekers en innovatie bij elkaar. Het is de dag van verbinding binnen onze mooie branche. Arjen Lemstra: "We hebben gesproken met andere beurslocaties, maar uiteindelijk kwam Rotterdam Ahoy als beste uit de bus. Korte lijntjes, vier mooie hallen, stoere stad en een prettige samenwerking. Ook uit de vele ingevulde enquêtes van zowel bezoekers als exposanten kwam Ahoy als zeer positief naar voren."

Op dit moment wordt er al hard gewerkt aan de nieuwe plattegrond en gekeken op welke punten dit eendaagse platform voor de gehele evenementen en festivalbranche verbeterd kan worden. Op het moment van schrijven hebben er al 160 bedrijven hun deelname aan de 12de editie vastgelegd. Voor meer informatie over deelname of inschrijven voor nieuwsbrief: [www.eventsummit.nl](http://www.eventsummit.nl)



# Event pro's: bepaal koers en maak meer impact!

Ik vraag me al jaren af waarom het zo moeilijk is om events te verantwoorden – zéker gezien de budgetten die er in omgaan. Door vele gesprekken met experts uit het veld kwam ik tot het inzicht dat alles draait om doelstellingen en om gedrag. Met andere woorden: weten wat je wilt en hoe je dat voor elkaar krijgt. Momice ging een samenwerkingsverband aan met de Behavior Change Group en ontwikkelde een wetenschappelijke methode om werkelijk impact te maken met events.

## STAP 1: GOEDE DOELSTELLINGEN

Volgens Gert Slob (gedragswetenschapper bij de Behavior Change Group) is het formuleren van goede doelstellingen voor events een uitdaging voor veel organisaties. Het 'inspireren van de aanwezigen' of het 'overbrengen van kennis' zijn niet de werkelijke doelen van het event. De uiteindelijke doelen en bijbehorende (meetbare) doelstellingen gaan vaak over conversie, verkoop, klantenbinding, leadgeneratie of merkbekendheid.

## De Event Blueprint

Mornice ontwikkelde in samenwerking met de Behavior Change Group en Sendsteps een praktische methode die event professionals helpt hun doelstellingen inzichtelijk te maken en na te denken over het gewenste gedrag van de doelgroep: de Event Blueprint. De Blueprint is later deze maand gratis beschikbaar voor alle event professionals op <http://eventblueprint.nl>.

Goede doelstellingen gaan altijd over gedrag. Je wilt immers dat jouw publiek iets gaat *doen* (jouw product kopen, meer informatie aanvragen, zich ergens aan committeren, etc.). Om goed te kunnen sturen is het slim om de hoofddoelstelling van het event op te delen in kleinere,

haalbare subdoelstellingen, die – net als de hoofddoelstelling – over het gedrag van de doelgroep gaan. Zorg er ook altijd voor dat je de doelstellingen SMART (specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden) maakt.

Doelstellingen vormen de kern van het event. Ze helpen je koers te bepalen en keuzes te maken, als een soort kompas. Let op: het bepalen van deze doelstellingen is een behoorlijke klus die kan leiden tot pittige discussies (bijvoorbeeld met de opdrachtgever). Toch zijn het precies déze discussies die leiden tot een kwalitatief hoogwaardig event.

#### STAP 2: OPEN DE BLACK BOX

Het moment dat je deelnemers in de zaal zitten, is hét moment om ze te bereiken. Bedenk hoe je de kernboodschap goed over kunt brengen. Dit vergt dat jij als event professional inzicht hebt in de belemmeringen en drijfveren van de doelgroep. Door de doelgroep te analyseren kun je het inhoudelijk programma van jouw event meer diepgang geven. Hiermee maak je het verschil!

Gert Slob: “Jij bent niet degene die bepaalt of jouw event relevant is voor jouw doelgroep. Jouw doelgroep bepaalt de relevantie.” Houd dit in je achterhoofd, ook in de aanloop naar – en na afloop van – het event.

#### STAP 3: MEET HET RESULTAAT

Het draaiboek van veel eventmanagers eindigt met een blok ‘AFBOUW’. Toch is dit niet het einde van het event! Pas na afloop kun je toetsen of het event de investering waard is geweest. Hiervoor heb je nodig: de vooraf geformuleerde doelstellingen én goede tools om ze te meten. Uit ons onderzoek blijkt dat 64% van de event professionals niet precies weet hoe ze de event doelstellingen moet meten, of hiervoor niet beschikt over de juiste tools. Zonde! Het meten van de doelstellingen is de enige manier om jouw events te verantwoorden.

Een bezoekersenquête is een uitgelezen mogelijkheid om te ontdekken of jouw doelstellingen behaald zijn. Als je van tevoren goed nadenkt over de indicato-

ren (no-show percentage, ticketverkoop, aantal nieuwe leads, NPS, testen van de kernboodschap) is het evalueren van je event een koud kunstje. Ook zijn er interactieve tools als Sendsteps om ook tijdens het event direct te meten of het gewenste effect bereikt is.

#### CONCLUSIE

Veel event managers schieten (te) snel in de productiemodus. Het loont de moeite om – samen met de opdrachtgever – tijd te besteden aan de fase daarvóór: het formuleren van een heldere blauwdruk voor je event. Sta stil bij wat je wilt bereiken (doelstellingen) en hoe je dat gaat doen (gedragsverandering). Dit is niet de makkelijkste fase, maar wanneer je de blauwdruk eenmaal hebt, dient het als een kompas waar je blind op kunt varen. Het helpt je koers te bepalen en achteraf te meten wat het event heeft gebracht.

Rutger Bremer is oprichter en managing director van Momice. Zijn bedrijf ontwikkelt registratie- en ticketsoftware voor eventprofessionals. Reageren op dit artikel? Stuur een mail naar [rutger@momice.com](mailto:rutger@momice.com).



# Het ultieme programmaboekje voor jouw evenement

Het programmaboekje is een belangrijk element en niet meer weg te denken bij een evenement. Bij binnenkomst meld je je aan en krijg je een programmaboekje. Hoe maak je zo'n boekje interessant en welke informatie moet daar allemaal in? In het volgende artikel krijg je een aantal tips.

## OOGAPPELTJE

Het oog wil ook wat. Een mooie aantrekkelijke cover is natuurlijk altijd goed en nodigt uit om het boekje verder te lezen en te bekijken. Om je event meer één geheel te maken, kun je ervoor kiezen om het design te laten aansluiten bij de aankleding van je evenementenlocatie.

Naast dat het boekje aantrekkelijk moet zijn, moet ook de leesbaarheid in orde zijn. Dan hebben we het over de lettergrootte, die niet te klein moet zijn. Zeker wat betreft de punten waar je rekening mee moet houden wanneer je in een donkere zaal zit tijdens bijvoorbeeld een lezing. Je wilt even spieken naar de volgende spreker of wanneer de pauze begint en dan moet je dat natuurlijk wel kunnen lezen. Je telefoon erbij pakken om bij te schijnen is natuurlijk niet gewenst.

## WIE, WAT, WAAR, WANNEER?

De essentie van een programmaboekje is het schema. Wie staat er wanneer op het podium en waar? Wanneer is er een pauze en hoe laat begint de borrel? Er moet een duidelijk schema in staan zonder dat je ernaar hoeft te zoeken. In één oogopslag moet duidelijk zijn welke podia er zijn en op welke tijden er welke spreker staat ingepland.

## INHOUDELIJKE INFORMATIE

Grote kans dat er iemand op het podium staat die je nog niet kent. Hartstikke leuk natuurlijk! Daarom is het handig om aan-

vullende informatie over de spreker toe te voegen in het programmaboekje. Dit hoeft niet bij het schema vermeld te worden, maar mag verderop in het boekje geplaatst worden. Zo kunnen de deelnemers zich rustig inlezen en verdiepen in de sprekers of na een lezing wat aanvullende informatie tot zich nemen. Hierbij zijn foto's heel belangrijk. Actuele en aansprekende foto's kunnen de lezer vooraf al inspireren!

## LEKKER PRAKTISCH

Het programmaboekje is bij uitstek de plek voor praktische zaken. Denk bijvoorbeeld aan de WiFi-code, zodat je daar niet langer dan nodig naar hoeft te zoeken. Maar denk bijvoorbeeld ook aan hoe je na het event de parkeerplaats verlaat (is er een uitrijkaart beschikbaar?), denk aan een #hashtag van die dag, een link naar de website, etc. Alles naar eigen wens!

## VERLENG JE EVENT

De gast gaat naar huis en het boekje wordt achtergelaten in de prullenbak. Zonde! Om dit te voorkomen kun je er extra informatie in verwerken die de bezoeker thuis verder kan bekijken. Kwamen er interessante onderwerpen voorbij of hele inspirerende sprekers? Vermeld dit dan en maak het boekje van waarde. Zo zou je er ook bijvoorbeeld een aanbieding of kortingscode aan toe kunnen voegen.

## ACHTERGRONDINFORMATIE

Naast informatie over het programma en de sprekers kun je meer achtergrondinfor-

## Sprekershuys

Het programma met sprekers en dagvoorzitters samenstellen is een uitdaging. Het Sprekershuys denkt hierin graag met je mee. Door goed te weten wat het doel is, wat er verwacht wordt en wie het publiek is, kan er een juiste spreker of dagvoorzitter aan het event gekoppeld worden. Daarom wordt het Sprekershuys het liefst zo vroeg mogelijk betrokken bij het proces. Mail gerust naar [info@sprekershuys.nl](mailto:info@sprekershuys.nl) of bel 030 304 00 25. We helpen je graag!

matie of verhalen laten zien, zo ook over je eigen bedrijf. En uiteraard kunnen sponsoren ook hun eigen verhaal vertellen.

## EEN DIGITAAL VERLENGSTUK

Vind je het programmaboekje een beetje ouderwets en wil je denken aan het milieu? Je kunt ook kiezen voor digitale vormen. Denk bijvoorbeeld aan een app of aan digitale schermen verdeeld over de locatie. De plaatsing van deze schermen is essentieel. Moeten zoeken naar deze schermen is vervelend. Daarnaast is het bij deze digitale opties van belang om kort maar krachtig te zijn. Een bezoeker moet in één opzicht kunnen vinden wat hij of zij zoekt en eventueel in het geval van een app kunnen doorklikken naar meer informatie. Daarnaast is het voordeel van een app dat je ook digitale netwerkmogelijkheden kunt faciliteren.

Kortom, er zijn ontzettend veel mogelijkheden om het programmaboekje in te vullen en vorm te geven.



CLC-VECTA partner STUDIO.WHY

# Een Hackathon als brandstof voor innovatie

**Mankracht beschikbaar stellen, slapeloze nachten, georganiseerde chaos, strakke planning, liters koffie en tenslotte komt alles bij elkaar in 24 uur - een hackathon voor jouw organisatie. Waarom zou je hier in 24 uur doorheen willen gaan? Wat is het doel en wat bereik ik met een hackathon?**

**I**n onze snel veranderende wereld is het noodzakelijk dat organisaties wendbaar en adaptief worden. En dat terwijl die organisaties zich de afgelopen decennia hebben ontwikkeld tot efficiënte systemen die uitblinken in 'operational excellence', wat hun innovatievermogen niet ten goede komt. Het organiseren van een hackathon is hierin vaak een goede eerste stap. Ze lenen zich voor het genereren van nieuwe inzichten voor complexe vraagstukken die een creatieve oplossing vereisen. De bijvangst is dat je nieuw (jong) talent leert kennen en aan je bindt.

Als voorbeeld noemen we The Event Industry Hackathon 2018 die in november in RAI Amsterdam plaatsvond. 40 hackers uit het binnen- en buitenland, ingedeeld in

multidisciplinaire teams, kwamen samen om binnen 24 uur innovatieve oplossingen te creëren voor vraagstukken uit de eventindustrie. Een deel van de deelnemers bestond uit medewerkers van de RAI zelf. In de 24 uur zag je een beweging van 'volgend' naar 'creërend en ondernemend'. Om dit te realiseren bundelen we eigenwijsheid en stellen we de status quo ter discussie. Het is de start en brandstof voor innovatie binnen een organisatie. We nemen je graag mee in het waarom en hoe we dit doen:

- Gebundelde eigenwijsheid

Tijdens de hackathon zetten we in op een nieuwe manier van talentontwikkeling waarbij we innovatief en ondernemend gedrag activeren. We volgen daarbij de multidisciplinaire innovatie-aanpak van Dutch Design Thinking. We bundelen de eigenwijsheid van de hackers (niet alleen IT'ers!) en versnellen zo het vernieuwingsproces. Als we ruimte geven aan dit talent en de eigenzinnigheid van de hackers ontstaan er onbeperkte mogelijkheden. Ze verzamelen eerst in korte tijd inzichten over de eindgebruiker en genereren vervolgens doorgaans andere en vaak meer ideeën dan 'traditionele' innovatiewedstrijden.

- No status quo

Het feit dat mensen met verschillende achtergronden samen ideeën genereren op basis van inzichten van diverse stakeholders zorgt ervoor dat de status quo van de eventbranche uitgedaagd wordt: hoe ziet de eventbranche er over 10 jaar uit? We dagen uit, stellen vragen, prikkelen de teams om ideeën en concepten te bedenken die buiten de al reeds bestaande

“Je wordt uitgedaagd door mensen die helemaal niet in die industrie zitten en die vanuit een heel andere invalshoek zeggen: Hoezo? Of Waarom? En daarom zie ik bij een elke beurs een kans om z'n hackathon te organiseren.”

**Claar van Ittersum - RAI Amsterdam**

paden gaan. We gaan niet uit van de huidige resultaten, we zoeken het onbekende op. Niets is zo zonde om tijdens deze waardevolle 24 uur in de status quo te blijven: ‘Zo hebben we het altijd gedaan’. Als we de mindset hebben van ‘Wat als...?’ kunnen we echt nieuwe wegen verkennen.

#### MINDSET RULES

Onze facilitators dagen de hackers uit na te denken over: ‘Hoe kunnen we kansen



omzetten in waarde voor anderen?’ Dit vergt een nieuwsgierige houding en een ondernemende mindset. De aanpak begint bij de eindgebruiker van het vraagstuk. Daarvoor is inlevingsvermogen, loslaten en nieuwsgierigheid nodig. Vervolgens eindigen de teams met innovatieve oplossing die zijn gericht op de behoeften en fricties van de eindgebruiker.

Je kan een dergelijke hackathon heel goed combineren met een beurs. Er ontstaat dan een triple win situatie: talenten krijgen een podium voor hun vernieuwende ideeën en leggen connecties waarmee ze deze ideeën verder kunnen ontwikkelen. Organisaties die een vraagstuk indienen, krijgen nieuwe inzichten voor complexe vragen

en uitdagingen en worden betrokken bij het proces als experts. De eindgebruikers, de bezoekers van jouw evenement, krijgen een interessanter evenement dat aansluit op de vernieuwingen en behoeftes van vandaag de dag. Realiseer je hierbij dat de uitkomsten van het event niet het eindpunt zijn maar de brandstof voor de innovatie binnen jouw organisatie en die van de participanten op de beurs.

Heb lef, geniet van de energie en dynamiek van de teams, gebruik de uitkomsten en leer van het proces. De voordelen van het houden van zo'n hackathon kunnen legio zijn en helpen bij het opdoen van nieuwe inzichten en het leggen van nieuwe verbindingen. Zoals Paul Riemens het verwoordde tijdens The Event Industry Hackathon in de RAI: “Het hart van de eventindustrie is niet het event, het is de community. Deze hackathon is een integraal onderdeel van de uitkomst.” Ben jij klaar om deze brandstof in de motor van jouw organisatie te gieten?



Het is de missie van STUDIO.WHY om de huidige status quo te doorbreken. We zien hierin een noodzakelijke verschuiving in gedrag en cultuur van ‘volgend’ naar ‘creërend en ondernemend’. Dit doen we middels trainingen, traineeships en experiences zoals Hackathons. [www.studiowhy.nl](http://www.studiowhy.nl)



ACS audiovisual solutions transformeert congressentra in heel Europa

# Van interne dienst naar complete congressen op maat

**Binnen Nederland zullen de meeste mensen ACS kennen als AV leverancier voor diverse locaties en venues. Onbekender is dat ACS ook een Europese tak heeft om internationale congressen te faciliteren. Een geschikte accommodatie vinden om een groot internationaal congres te organiseren is één, maar hoe ga je vervolgens regelen dat er voldoende zalen beschikbaar zijn voor alle sessies, zonder dat er onderling (geluids)hinder wordt veroorzaakt? Daar ligt de expertise van ACS audiovisual solutions, dat samen met partners een geavanceerd en allesomvattend dienstenpakket biedt.**

Tekst Aart van der Haagen Fotografie Ad Bogaard, Nico Alsemgeest

**S**ommige organisaties ontstaan bijna letterlijk van binnenuit en daarvan zien we hier een treffend voorbeeld. “ACS is sinds 2004 zelfstandig, maar ging oorspronkelijk door het leven als de interne audiovisuele dienst van de RAI in Amsterdam”, beschrijft marketingmanager Anneke Postma de opmerkelijke bedrijfsgeschiedenis in een notendop. “We hebben de tijd van de overhead- en diaprojectoren nog actief meegemaakt, in de jaren tachtig. Toen al verhuurden we de eerste videoapparatuur tijdens congressen en merkten we hoe zich in de loop der tijd steeds meer behoefte aan moderne audiovisuele faciliteiten ontwikkelde. De afdeling groeide, zeker



toen ACS erin slaagde om grote congressen die in de RAI plaatsvonden, aan zich te binden. We gingen in veel gevallen meereizen met klanten (vaak medische congressen) naar andere locaties in Europa waar ook behoefte was aan tijdelijke voorzieningen in congrescentra. Want ga maar eens een plek vinden om tienduizend mensen onder te brengen. Vanwege het grote aantal deelnemers en de vele subs, was het wenselijk om naast de zalen die de venue beschikbaar heeft, één of meerdere tijdelijke zalen neer te zetten en in te richten, wat uitdagingen met zich meebracht zoals het beperken van de onderlinge geluidsoverlast. Destijds pionierden we naar optimale oplossingen, die sindsdien een flinke evolutie hebben doorgemaakt. Nog steeds behoort het faciliteren van tijdelijke zalen tot onze unique selling points."

#### IN-HOUSE-SERVICE

Met het overnemen van audiovisuele bedrijven in Amsterdam en Rotterdam alsmede het zelf opzetten van een gelijksoortige vestiging in Utrecht groeide ACS uit tot een belangrijke speler op dit gebied in West- en Midden-Nederland, met ruim tachtig eigen

medewerkers en een netwerk van freelancers. "Dat is waar ACS in Nederland het bekendst van is. Vaak zijn dit vaste relaties", zegt Postma. "Denk aan congresvenues, maar ook aan vier- en vijfsterrenhotels. Bij het Okura, het Park Inn by Radisson en de RAI hebben we zelfs een in-house-service, met permanente opslag van apparatuur en medewerkers op locatie. Naast dit alles verlenen we ICT-diensten aan de congresbranche via onze brand Eventresult, die zich onder andere toelegt op het ontwikkelen en beheren van presentatiemanagementsystemen. Dat vormt een zinvolle aanvulling op onze andere disciplines: het faciliteren van tijdelijke zalen en bijbehorende audiovisuele middelen."

#### 33.000 DEELNEMERS

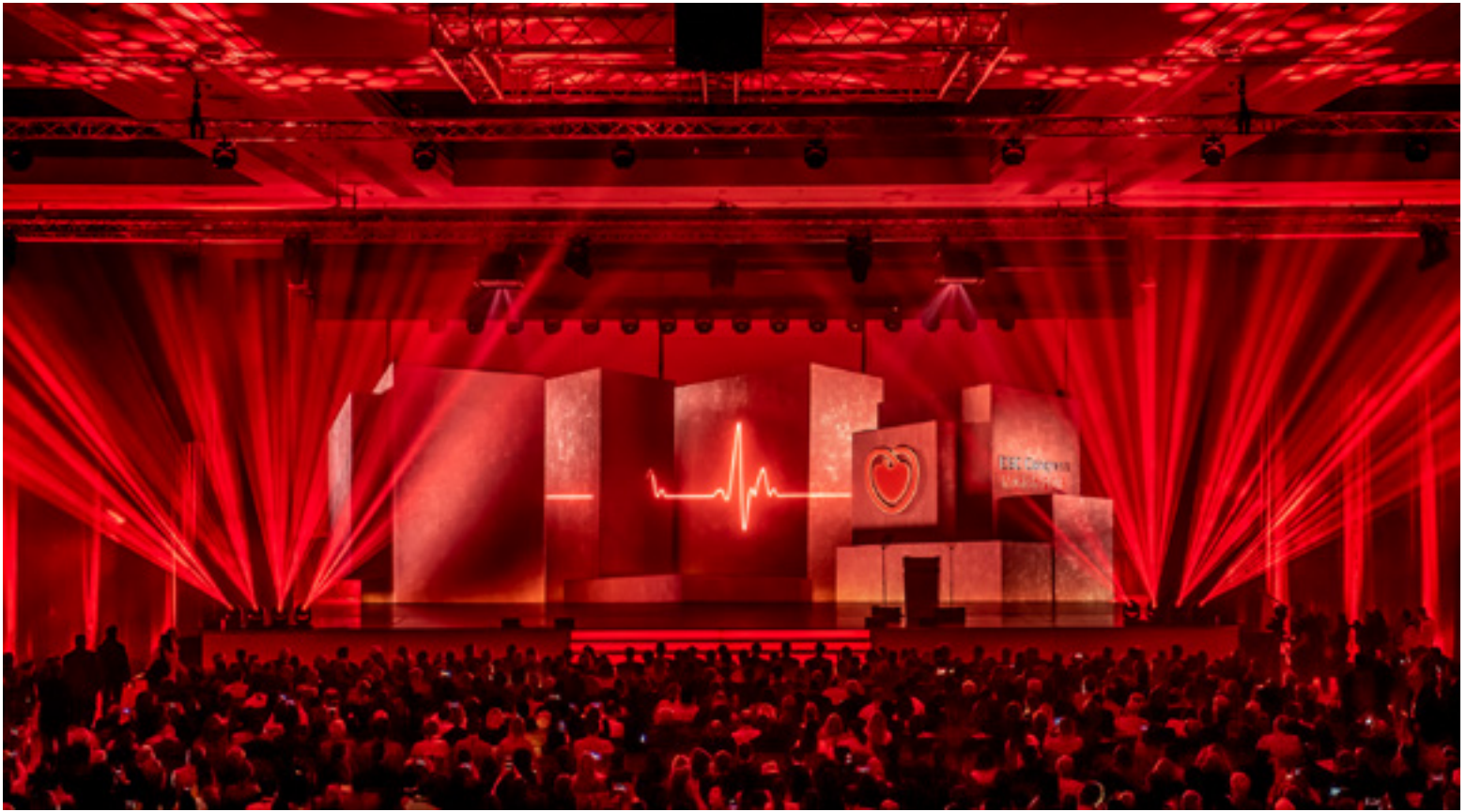
Postma geeft een kijkje achter de schermen bij het faciliteren van grote congressen, waarbij ze de jaarlijkse internationale bijeenkomst van de European Society of Cardiology (ESC) als voorbeeld aanhaalt. "Een van onze grootste klanten", geeft ze aan. "Het congres trekt gemiddeld zo'n 33.000 deelnemers en rouleert over accommodaties in steden als Londen, Parijs,

Rome, Barcelona, München en Amsterdam. In 2013 ontving de RAI het gezelschap en volgend jaar zal dat weer gaan gebeuren. Over het algemeen plant ESC dit zo'n vijf jaar vooruit, want een evenement van dit kaliber vraagt om een zorgvuldige afstemming van de voorzieningen ter plaatse. Het openbaar vervoer, hotelkamers, restaurants en natuurlijk de accommodatie zelf, alles moet geschikt gemaakt worden. Samen met de opdrachtgever bekijken wij hoe we de venue tijdelijk moeten inrichten, gerelateerd aan het programma en het aantal verwachte personen. In de regel bouwen we één plenaire zaal voor enkele duizenden mensen en circa twintig kleinere ruimten met een capaciteit van 200 tot duizend man, maar dit kan verschillen per locatie."

#### SLECHTS AANTAL DAGEN

Op basis van de plattegrond en specificaties van de venue tekent ACS het concept in en volgt een 3D-visualisatie om een en ander beter tastbaar te maken. "Daarna bepalen we in overleg met de opdrachtgever hoe we alles gaan aanpakken qua mensen, tijd, transport, apparatuur, stoelen, tapijt, gordijnen en podiuminrichting", vertelt Postma.





“Veelal zetten we bestuurstafels en katheders in, met een geïntegreerd beeldscherm richting de aanwezigen in de zaal en een ‘afkijkscherm’ voor de spreker zelf, zodat hij of zij hetzelfde ziet als de toeschouwers. Daaraan koppelen we desgewenst ICT-oplossingen, zoals een presentatiemanagementsysteem, waarover ik dadelijk zal uitweiden. Wanneer dat allemaal vastligt in het plan, gaan we ons met de praktische invulling bezighouden, zoals het regelen van alle mensen ter plaatse. Je hebt stage hands nodig, audiovisuele en lichtspecialisten, floor- en projectmanagers, ICT'ers, noem maar op en je moet voor hen faciliteiten regelen als catering en overnachting. De voorbereiding bestrijkt veel tijd, maar voor de opbouw krijgen we meestal slechts een aantal dagen de tijd, gezien de vaak volle agenda's van congresaccommodaties met andere evenementen en het beschikbare budget.”

#### OVERFLOWRUIMTES

De technische evolutie staat nooit stil en hangt voor een belangrijk deel samen met maatschappelijke ontwikkelingen. “Mensen nemen informatie op een andere manier tot zich dan in het verleden”, weet Postma. “Naast het gebruik van smartphones, tablets en laptops zie je dat ze heel wisselend gedrag vertonen in de zin van participatie, waarmee we bij het faciliteren van de tijdelijke zalen rekening moeten houden. Te denken valt aan een meer open karakter zodat mensen kunnen zien wat er gebeurt, maar we werken ook met zogenaamde ‘overflowruimtes’. Daar kunnen de bezoekers op afstand via een beeldscherm een presentatie volgen of even de sfeer proeven en bekijken of

ze willen aanhaken, zonder dat ze een grote zaal hoeven te betreden. Deze ruimtes zijn in alle soorten en maten mogelijk, bijvoorbeeld in een V-vorm direct voor de ingang van de congreszaal, met sta- en/of zitplaatsen. Het hangt maar net van de wensen en het budget van de opdrachtgever af.”

#### WELL-BEING

In de congreswereld tekent zich volgens de marketingmanager een transitie af naar ‘well-being’. Feitelijk krijgt dit binnen het bedrijf al tientallen jaren lang invulling op auditief gebied, via geluidsisolatie van de zalen. “We werken met tussenliggende loze ruimten en speciale gordijnen. Verder bestaan er allerlei manieren om geluid van buiten naar binnen te richten, denk bijvoorbeeld aan een ‘geluidsdouche’. Sta je buiten de desbetreffende cirkel, dan hoor je vrijwel niks. In 2018 hebben we als één van de eerste bedrijven in onze sector grootschalig geïnvesteerd in ledverlichting, die we verhuren aan onze klanten. Dit geeft niet alleen winst in energieverbruik, maar dringt ook de warmteafstraling fors terug. Verder komt er steeds meer aandacht voor het toelaten van daglicht, omdat mensen zich daar prettiger bij voelen. Voorheen wilde je een zaal zo donker mogelijk maken voor presentaties, nu zorgt ledtechniek in beeldschermen voor een zodanig hoge lichtopbrengst en contrastvorming dat dat in mindere mate noodzakelijk is. In het kader van well-being creëren we, afhankelijk van de wensen van de klant, in de centrale ruimtes tussen de zalen vaak een comfortabele, sfeervolle omgeving voor deelnemers om te werken of met elkaar te praten.”

**IN CONTROL**

De brand Eventresult van ACS richt zich op ICT-diensten en onderscheidt zich in de markt met een doordacht presentatiemanagementsysteem. Postma: "Met veel zalen en veel sprekers wil je als organisatie graag een overzicht hebben en het proces kunnen beheren. Bij ons systeem upload je als spreker je presentatie naar een database en wordt deze gescreend op zaken als beeldverhouding, resolutie van afbeeldingen en de werking van filmpjes. We zetten een gepersonaliseerde inlogpagina op, die de organisatie een beeld geeft van de voortgang van het uploadproces van de sprekers en inzicht biedt in de inhoud. De spreker kan zelf nog controleren of zijn naam en functie klopt en tot op het laatste moment aanpassingen doorvoeren. Zodra hij - na korte oefening via het Speaker Service Center - in de zaal staat, roept hij met één druk op de knop de presentatie op en sluit deze aan het eind net zo makkelijk weer af. Tevens beschikt hij over tools als een timer en een geïntegreerde laserpointer. Het systeem staat ook livestreaming en opnames voor later toe, bijvoorbeeld om digitaal aan de deelnemers ter beschikking te stellen na



afloop van het congres. Het grootste voordeel zit echter in het feit dat het de kans op technische en gebruikersfouten minimaliseert en daarmee de professionaliteit verhoogt." In control zijn, dat loopt feitelijk als een rode draad door de dienstverlening van ACS audiovisual solutions. Het bedrijf durft

met een gerust hart de verantwoordelijkheid voor het technisch faciliteren van grote congressen te dragen en vormt met zijn even gedegen als innovatieve werkwijze tevens een solide partner voor kleinere opdrachtgevers.

[www.acsaudiovisual.com](http://www.acsaudiovisual.com)





FCHM: Food Concepts + Hospitality Management

# Thematisch denken

**Als cateraar kun je je uitleven in eindeloze culinaire variaties en de gasten een geweldige smaakbeleving bezorgen. FCHM oftewel Food Concepts + Hospitality Management gaat nog een heel stuk verder en werkt complete thema's uit, al dan niet in combinatie met het exploiteren van een accommodatie. Die zetten mensen aan het denken.**

Tekst Aart van der Haagen

**A**an kennis en ervaring geen gebrek, want achter FCHM zit het ruim 55 jaar oude familiebedrijf Van der Linde Catering + Evenementen, dat vanuit Berkel en Rodenrijs geheel Zuid-Holland bedient en indien gewenst ook graag over de grenzen van de provincie kijkt. "We hebben een geschiedenis als traiteur en met eigen horecazaken in Rotterdam", vertelt directeur Robin van der Schuyt. "In de jaren tachtig maakten we de switch naar partycatering, inhakend op de grootschalige opkomst van evenementen." Vandaag de dag geldt de innovatief ingestelde onderneming nog steeds als een vooraanstaande speler op dat gebied, met alleen al zo'n twintig preferred partnerships in Zuid-Holland. "Onder andere de Van Nellefabriek en de Laurenskerk in Rotterdam, The Hague Beach Stadium in Scheveningen, De Broodfabriek in Rijswijk, de Hooglandse Kerk in Leiden en Klooster Art & Design in Noordwijk. We voorzien deze locaties in de breedst mogelijke zin van hoogwaardig en verantwoord eten, drinken en gastvrijheid daaromheen."

## BEHOEFTE AAN FORMAT

Twee jaar geleden zette Van der Linde Catering + Evenementen een nieuwe tak op: FCHM, Food Concepts + Hospitality Management. "We merkten dat bij musea, theaters, sport- en andere culturele locaties behoefte bestond aan het ontwikkelen van een format om de doelgroep aan te spreken", licht Van der Schuyt toe. "Vanuit de innovatiecultuur binnen ons bedrijf besloten we daarop in te spelen met maatwerkconcepten in horeca, pop-upformules en exploitatiemanagement, dat wil zeggen het operationeel en commercieel runnen van accommodaties. Hierin kunnen we terugvallen op onze kennis van partycatering en onze creativiteit om producten en een sfeer vanuit een thematische gedachte op de doelgroep aan te passen. Het brengt met zich mee dat we onze ideeën constant moeten vernieuwen, want het is de kunst om zowel onze klanten als hun opdrachtgevers telkens weer te verrassen."

## STORYTELLING

Het verhaal komt vanzelf tot leven wanneer Van der Schuyt het illustreert aan de hand van een aantal opvallende voorbeelden. "Hortus botanicus in Leiden vroeg ons om een concept te ontwikkelen tegen voedselverspilling, met een link naar de planten en bloemen in de tuin. Het heeft in samenspraak met ons het interieur qua styling omgetoverd tot een rustgevende huiskamer voor de 200.000 bezoekers die er per jaar komen, met veel natuurlijke elementen, relaxte zitjes en een zonnige

serre. De menukaart legt een verbinding met wat in de tuin groeit en informeert de gasten over waar ze dat kunnen terugvinden, maar geeft ook een toelichting op de herkomst van kruiden en specerijen en hoe deze verwerkt zijn in de gerechten. Een stukje storytelling, dus. Voor kinderen hebben we een educatieprogramma bedacht, met onderwerpen als duurzaam koffie verbouwen en de vraag of je fruit wel van ver weg moet halen. In de strijd tegen voedselverspilling zetten we in op no waste, door de juiste porties te serveren en afspraken te maken met leveranciers, zodat we hun overschotten kunnen verwerken."

#### TRIGGEREN

Bij een opdracht voor het COMM, het Museum voor Communicatie in Den Haag, werkte FCHM eveneens samen met een interieurbouwer in om een toepasselijke horecaformule te realiseren. "Zo vind je op het servies en de deuren van de toiletten teksten terug die mensen triggeren: alles is communicatie. De medewerkers dragen het thema uit door interactie te zoeken met de gasten, dus niet alleen mensen welkom te heten, maar ook oprechte interesse te tonen en een thuisgevoel te creëren. Kortom, gastheerschap, zoals je dat in de betere hotels ziet. Dat begint al met persoonlijke ontvangst aan de voordeur." FCHM speelt ook in op tijdelijke thema's, zoals het jaar van de Gouden Eeuw bij Museum Prinsenhof in Delft. "We laten kenmerkende items uit die tijd terugkeren, zoals rijkdom, specifieke kleurstellingen en Hollandse gerechten van toen, gebaseerd op onder meer wortels, diverse koolsoorten en aardappelen. Vrijwel alle producten kopen we lokaal in, zoals brood, banket, quiches en taartjes."

#### FOODFESTIVALS

Een grootschalige exploitatie met publieke catering vindt zijn toepassing in het Rotterdamse Sparta-stadion, onder de vlag van Via Sparta Events. Van der Schuyt: "Er komen alleen al 10.000 bezoekers bij de gemiddelde voetbalwedstrijd, naast activiteiten als toernooien, feesten, congressen, presentaties en productlanceringen. Vanwege de lange historie van de club leggen we veel nadruk op traditie, wat we omschrijven als 'Op z'n Spartaans'. Sowieso is dit het enige voetbalstadion in Nederland met een eigen kasteel. We





# PREMIUM HOSPITALITY UEFA EURO 2020

UEFA EURO 2020 komt naar Amsterdam. Er is een breed scala aan premium hospitality mogelijkheden voor uw ontvangst en wedstrijdbezoek beschikbaar. Van exclusieve skyboxen tot levendige lounges en restaurants met de heerlijkste gerechten.

Nodig uw gasten uit voor hét toernooi van het jaar.

Beschikbaar vanaf 12 juni 2019. Interesse? Meld u aan via [hospitalityeuro2020@johancruiffarena.nl](mailto:hospitalityeuro2020@johancruiffarena.nl) en blijf op de hoogte.

T/ 020 311 1306 E/ [hospitalityeuro2020@johancruiffarena.nl](mailto:hospitalityeuro2020@johancruiffarena.nl) W/ [johancruiffarena.nl/zakelijk](http://johancruiffarena.nl/zakelijk)

**JOHAN CRUIJFF  
ARENA**



werken veel met zwart-witelementen, rode en gouden accenten en spreken het publiek culinair aan met stoer streetfood. Voor de topsport verzorgen we ook complete foodfestivals, zoals bij het World Port Tournament, waaraan honkbalteams van over de hele wereld deelnemen. Het terrein, dat enkele duizenden bezoekers per dag ontvangt, richten we in met entertainment, feesttenten en foodtrucks, waarmee we elke dag een thema invullen rondom de spelende landen.”

#### POP-UPRESTAURANTS

FCHM realiseert ook pop-uprestaurants, bijvoorbeeld tijdens evenementen als de Museumnacht Leiden en het Delft Chamber Music Festival. “Dan creëren we een unieke sfeer op een plek waar mensen normaal nooit komen, zoals in de Oranjerie van Hortus botanicus in Leiden of de kloostertuin van Museum Prinsenhof in Delft. Bij zo’n project nemen we heel nauwkeurig de wensen en de capaciteit onder de loep, vanuit het streven naar een maximale bezettingsgraad, want

je wilt het liefst dat zo’n locatie de hele periode vol zit. Er gelden twee doelstellingen: voor een korte tijd heel succesvol zijn en een thema helder uitdragen. Dat unieke, dat eenmalige spoort mensen aan om er gebruik van te maken. Het idee van ‘nu of nooit’, zeg maar. We gaan nu zelfs tijdelijke wildrestaurants ontwikkelen in jachtgebieden op de Veluwe en in Noord-Brabant, die we onderbrengen in oude schuren. Daar zullen jagers rondleidingen verzorgen en laten we de gasten op een heel andere manier zuiver Hollands wild proeven, bijvoorbeeld van de barbecue.”

#### BEWUST EN VERANTWOORD

Als innovatieve onderneming wil Van der Linde Catering + Evenementen (en dus ook FCHM) bedrijfsbreed een voorbeeldfunctie vervullen op het gebied van bewust en verantwoord omgaan met voedsel, waarbij duurzaamheid en betrouwbaarheid een belangrijke rol spelen. “Ons assortiment bevat voor het grootste deel ingrediënten van Nederlandse bodem”, vertelt Van der Schuyt. “Verder houden

we tegenwoordig lagere grammages vlees en vis aan, bereiden we meer vegetarische gerechten en bannen we conserveermiddelen zo veel mogelijk uit, momenteel al voor tachtig procent. Daarnaast zijn we ISO-gecertificeerd op het gebied van voedselveiligheid en gaan we op alle fronten verspilling tegen. Zo geven we bij buffetten alles geportioneerd uit en vervoeren de producten gekoeld. Ik noemde al het benutten van overschotten bij onze leveranciers, wat binnen een aantal van onze preferred partnerships een dagelijks wisselende menukaart oplevert. Op die manier zorgen we meteen voor variatie, uiteraard met aandacht voor het thema ter plaatse. Dat levert voor onze opdrachtgevers en hun gasten elke keer weer een unieke en verrassende ervaring op.”

[www.vanderlindecatering.nl](http://www.vanderlindecatering.nl)

[www.fchm.nl](http://www.fchm.nl)

# AANBEVOLEN LOCATIES

Kijk op [WWW.MEETINGMAGAZINE.NL/LOCATIES/AANBEVOLEN](http://WWW.MEETINGMAGAZINE.NL/LOCATIES/AANBEVOLEN)  
voor een uitgebreide beschrijving van alle locaties



Zuid-Holland

## ● Evenementenhal Gorinchem

Franklinweg 2 | 4207 HZ Gorinchem  
T 0183-680680

E [gorinchem@evenementenhal.nl](mailto:gorinchem@evenementenhal.nl)  
I [www.evenementenhal.nl/gorinchem](http://www.evenementenhal.nl/gorinchem)



Noord-Holland

## ● Leonardo Royal Hotel Amsterdam

Paul van Vlissingenstraat 24 | 1096 BK Amsterdam  
T 020 - 250 0140

E [events.royalamsterdam@leonardo-hotels.com](mailto:events.royalamsterdam@leonardo-hotels.com)  
I [www.leonardoroyalhotelamsterdam.com](http://www.leonardoroyalhotelamsterdam.com)



## ● Unique Venues of Amsterdam

Damrak 243 | 1012 ZJ Amsterdam  
T 020 - 586 0710

E [info@uniquevenuesofamsterdam.com](mailto:info@uniquevenuesofamsterdam.com)  
I [www.uniquevenuesofamsterdam.com](http://www.uniquevenuesofamsterdam.com)



Noord-Brabant

## ● Landgoed Huize Bergen

Glorieuxlaan | 5261 SG Vught  
T 073-6580400

E [welkom@huizebergen.nl](mailto:welkom@huizebergen.nl)  
I [www.huizebergen.nl](http://www.huizebergen.nl)



## ● Eigentijdserf

Spreeuwelsedijk 9 | 5091 KS Westelbeers  
T 013-5041392

E [welkom@eigentijdserf.nl](mailto:welkom@eigentijdserf.nl)  
I [www.eigentijdserf.nl](http://www.eigentijdserf.nl)



Gelderland

## ● Hotel-Restaurant De Os & het Paard

Dolsedijk 73-75 | 4158 EG Deil  
T 0345-651616 | E [info@osenpaard.nl](mailto:info@osenpaard.nl)

I [www.osenpaard.nl](http://www.osenpaard.nl)

Noord-Holland

Zuid-Holland

Zeeland

Noord-Brabant

Utrecht

Flevoland





### ● Laurenskerk Rotterdam

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



### ● Meeting House

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



### ● Alexander Hotel

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



### ● Beurs van Berlage

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



### ● KNVB Campus

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



### ● Landgoed de Reehorst

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



### ● BluePoint Antwerpen

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



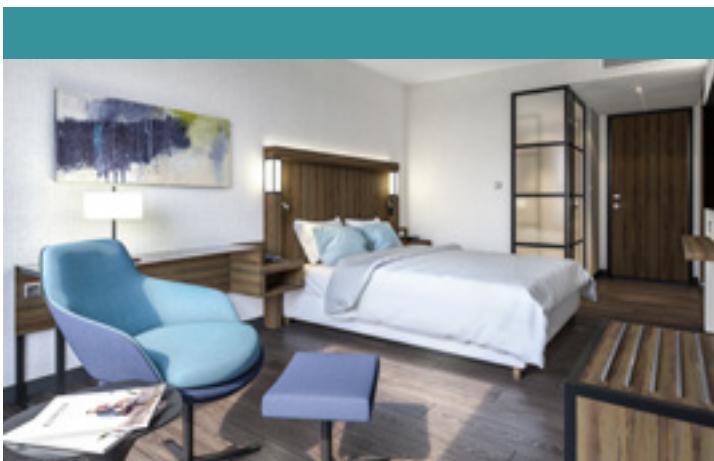
### ● BluePoint Brussels

80 Bd. A. Reyers | 030 Brussels  
T +32 (0)2 706 88 00  
E infobrussels@bluepoint.be  
I www.bluepoint.be



### ● BluePoint Liège

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



## Courtyard by Marriott Amsterdam Airport in laatste fase uitbreiding

Met de recentelijke metamorfose van het Courtyard by Marriott Amsterdam Airport hotel is Claus Park Collection straks klaar voor de toekomst. Om nog beter te kunnen inspelen op de zakelijke markt investeerde de organisatie in 6000 m<sup>2</sup> uitbreiding, modernisering en verbouwing van het bestaande complex. Toen het hotel in 2002 opende was het een van de grotere hotels, nu inmiddels een van de kleinere; er is veel bijgebouwd in de afgelopen jaren. Het is essentieel om een bepaalde kritische grootte te hebben zodat je kan blijven concurreren qua prijs. Met die visie is vorig jaar met de grootschalige uitbreiding en modernisering van het Courtyard by Marriott Amsterdam Airport begonnen. In juni zal de laatste fase van de uitbreiding van het zakelijke hotel worden afgerond. Niet alleen komen er nieuwe hotelkamers, parkeerplaatsen en meeting zalen bij, ook wordt het hotel met het naastgelegen Claus verbonden middels een overdekte passage. Tezamen met de andere locaties Papa's Beach House en Claus zal hiermee een verbeterd, moderner en groter aanbod ontstaan voor de zakelijke markt. Martijn Beekhuis, general manager Courtyard by Marriott Amsterdam Airport legt uit wat de zakengast straks kan verwachten: "Begin juni worden de laatste van de in totaal 112 nieuwe hotelkamers opgeleverd. We krijgen er ook twee nieuwe kamertypes bij. Zo worden er 108 comfort king rooms van 24 tot 27 m<sup>2</sup> gerealiseerd en 4 shortstay rooms van 40m<sup>2</sup>. Deze shortstay kamers beschikken onder andere over een volledig ingerichte kitchenette en een living room area en zijn volledig ingericht op langdurig verblijf. Ook komen er vijf nieuwe meeting zalen, waaronder een auditorium met 130 zitplaatsen dat uitgebreid kan worden tot 330 zitplaatsen en 100 nieuwe parkeerplaatsen bij." De hotelkamers worden allemaal ingericht volgens de specificaties van Courtyard by Marriott, de hoge kwaliteitseisen waar ieder Courtyard hotel aan moet voldoen. Beekhuis: "Wel hebben we ervoor gekozen om de kamers iets eigentijdser, stoerder, meer Europees en energiezuinig in te richten. Zo hebben we bijvoorbeeld veel staal laten terugkomen in de kamers in het volledig gasloze nieuwe gedeelte. Ook is gelet op slimme en energiebesparende oplossingen zoals oriëntatieverlichting over de vloer, smart tv's en mobile keys. Daarnaast is de entree van het hotel vernieuwd en in de tuin aan de achterzijde een hele gave Jeu de Boulesbaan aangelegd."



## Samenwerking Amstel Boathouse en VIBE Events

Na enkele uren actief vergaderen is het een goed idee om een break in te lassen, de neuzen dezelfde kant op en na een activiteit kan iedereen weer met vernieuwde energie aan het werk. Vanaf april 2019 is dit mogelijk door een nieuwe samenwerking tussen evenementenlocatie Amstel Boathouse en Vibe Events, hierdoor behoren (teambuilding)activiteiten in het naastgelegen Martin Luther Kingpark én op het water tot de nieuwe mogelijkheden. Wie is de Mol, Expeditie Robinson, XXL uitdaging, SUPPEN, Pub Quiz of yoga sessie zijn slechts een kleine greep uit activiteiten die te boeken zijn. Tijdens Expeditie Robinson zijn de activiteiten gericht op kracht, inzicht, tactiek en uithoudingsvermogen. Welk team is het sterkste en gaat de proef uiteindelijk winnen? Elke aanvraag wordt op maat gemaakt en aangepast naar de wensen van de klant en door het aanbieden van een totaalofferte wordt het de klant heel makkelijk gemaakt. Amstel Boathouse is gelegen op een unieke plek in Amsterdam. Midden in het Martin Luther Kingpark en de mogelijkheden buiten én binnen zijn ongekend. Het park en de Amstel bieden het ideale decor voor activiteiten in de buitenlucht. Om deze nieuwe samenwerking te vieren bieden beide partijen een korting van 10% op de eindfactuur aan. Deze actie is geldig in de maanden juli en augustus 2019 en van toepassingen op reserveringen vanaf 10 personen.

## Maak kennis met de website

Op [www.meetingmagazine.nl](http://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](mailto:sofie@vanmunstermedia.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**



DIERGAARDE  
**BLIIDORP**  
ROTTERDAM ZOO

# MET JE HELE BEDRIJF NAAR DE HAAIEN?

**ONTDEK DE VELE MOGELIJKHEDEN VOOR EEN  
BIJZONDERE FAMILIEDAG OF BEDRIJFSUITJE!**

[Diergaardeblijdorp.nl/zakelijk](https://diergaardeblijdorp.nl/zakelijk) | 010-443 14 31