



JAARBEURS

# “SAMEN BIJZONDERE MOMENTEN CREEREN”

De naam Jaarbeurs zal bij bijna elke Nederlander een belletje doen rinkelen, maar wat er nou precies allemaal mogelijk is, is vaak minder bekend. Publieks- en vakbeurzen, zo ver komt menig een nog wel, maar de (zakelijke) mogelijkheden in de bijzondere Jaarbeurslocaties zijn eindeloos. “Samen bijzondere momenten en saamhorigheid creëren, daar draait het allemaal om”, aldus Steve Landman, die zich als Key Accountmanager vooral richt op grotere bedrijfsevents in de hallen van Jaarbeurs.

Wie het heeft over Jaarbeurs zal daarbij in eerste instantie vaak denken aan het beroemde hallencomplex in het hart van Utrecht. Bijna iedereen is er wel een keer geweest, is het niet tijdens een publieksevenement dan toch tijdens een van de vele beurzen die er plaatsvinden. Jaarbeurs kent echter meer locaties die uitermate geschikt zijn voor elk soort zakelijke meeting die maar te bedenken is (zie kadertekst,

red.). Lang niet iedereen zal het weten, maar al met twee personen kun je terecht om een ruimte te huren voor bijvoorbeeld een vergadering. Ga je voor groot (vanaf zo'n 1.500 personen) tot zéér groot (tot 100.000 bezoekers), dan zijn het wél de hallen waar je moet zijn. “En ook daar kun je eigenlijk alle kanten op”, vertelt Steve Landman, die sinds februari als Key Accountmanager werkzaam is op de afdeling Beurzen en Evenementen bij Jaarbeurs. Landman is verantwoordelijk voor het binden van bedrijven die hun evenement willen gaan houden in de hallen van Jaarbeurs. “Zo'n evenement kan van alles inhouden”, geeft hij aan. “Een personeelsfeest, een jaarlijkse kick-off of een inspiratiedag bijvoorbeeld. Vaak begint dat met een stukje plenaire programmering, waarbij de gasten van informatie worden voorzien. Even de doelstellingen of de resultaten van het afgelopen jaar doornemen bijvoorbeeld. Daarna is er dan tijd voor een activiteit of bijvoorbeeld een feest met muziek, een hapje en een drankje.”

## DE JAARBEURS – DE MOGELIJKHEDEN.

### HALLENCOMPLEX

In dit artikel gaat het vooral over de hallen van Jaarbeurs. Dit multifunctionele complex kent een zeer uitgebreide infrastructuur en bestaat uit elf hallen met een vloeroppervlakte van meer dan 100.000 vierkante meter. De hallen zijn voorzien van alle mogelijke faciliteiten en zijn daarmee geschikt voor de meest uiteenlopende activiteiten, zoals grotere congressen, beurzen, evenementen, feesten en concerten.

### MEDIA PLAZA

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. Beschikkend over meerdere grote congreszalen die te combineren zijn met kleinere ruimtes voor break-out sessies en barzones voor netwerkborrels. Een stap vooruit met je gasten, daar staat het moderne Media Plaza voor.

### VERGADERCENTRUM MEETUP

Flexibele vergaderzalen voor 2 tot 240 mensen. Zeven dagen in de week geopend en met een eigen parkeerterrein. Hoogwaardig design en optimaal beeld en geluid zorgen voor strak vormgegeven settings die inspireren en uitdagen.

### BEATRIX THEATER

Een ware parel op Nederlands theatergebied en een icoon in Utrecht. Maar vooral ook een zeer geschikte congreslocatie met een uitzonderlijke ambiance. 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.

## KRACHT

Het gaat in de Jaarbeurshallen logischerwijs om de grotere bedrijfs evenementen. “Voor de hallen zijn de beurzen de corebusiness, maar ik richt me echt op de uitstap naar live events”, legt Landman uit. “Er zijn in de hallen zó veel mogelijkheden om zo’n live ontmoeting onvergetelijk te maken. Het is een ideaal instrument om verbondenheid te creëren, die kracht wordt echt nog vaak onderschat. Ook wijzelf merken dat nog steeds. Onlangs hebben we zelf een personeelsevenement gehad. Het ging om een zogenaamd family event, waarbij ook een stukje sport en beweging met elkaar centraal stond. Je merkt dat daar de periode erna echt veel over gepraat wordt op de werkvloer. Vroeger ging het om teambuilding, nu draait het echt om het creëren van betrokkenheid onder de werknemers en relaties.”

## BETROKKENHEID

De markt van bedrijfs events floreert in tijden dat het economisch goed gaat. “Er zijn jaren geweest waarin minder mogelijk was bij veel bedrijven, maar nu zitten we in een goede tijd”, legt Landman uit. “Als er minder te besteden is, dan zijn marketing en personeelsbijeenkomsten zaken waar als eerste in gesneden wordt. Als het dan weer beter gaat, dan werkt het ook andersom. Overigens is het niet alleen het economische aspect dat daarin belangrijk is. Je merkt ook echt in de markt dat het steeds belangrijker wordt om onder medewerkers en relaties verbinding te creëren. De krachten bundelen en gaan voor een wij-gevoel. De live ontmoetingen blijken daar steeds belangrijker in te worden en daar zijn live events perfecte middelen voor.” Landman merkt ook dat het gewaardeerd wordt onder de bezoekers van zo’n live event: “Teambuildingactiviteiten werden vroeger vaak gezien als een ‘moetje’. Je deed mee omdat het nou eenmaal van je verwacht werd. Nu wordt het vaak vrij gelaten. Doe je niet mee, dan is het ook goed. Maar mensen willen er graag bij zijn. Het

resultaat is dat je enthousiaste mensen krijgt en je merkt dat de betrokkenheid dan groeit. Heel mooi om te zien.”

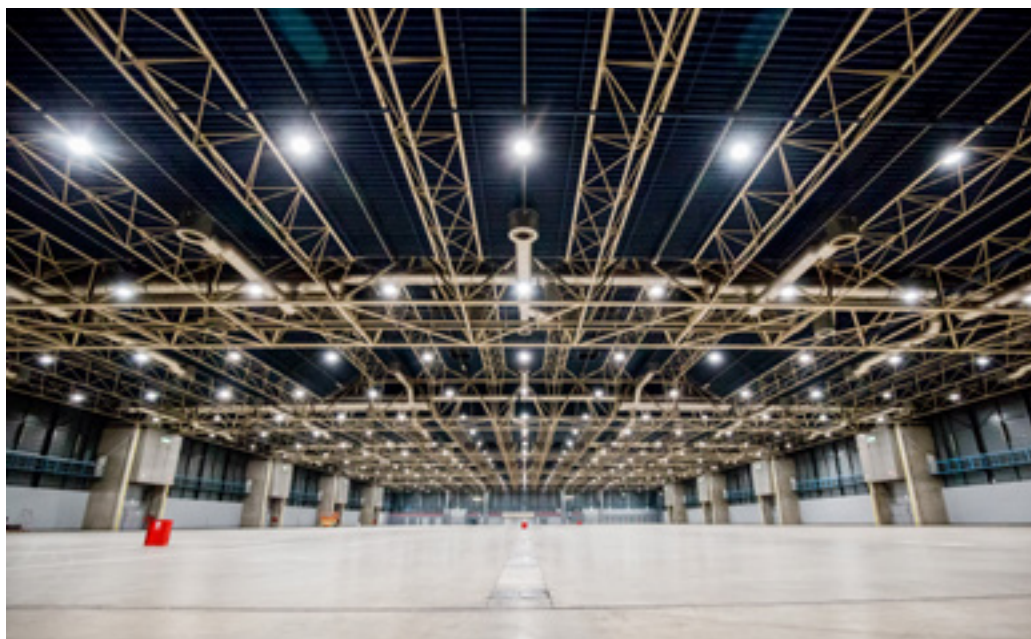
## ALLES BIJ ELKAAR

Een trend die Landman in de markt ziet is dat in de bedrijfswereld steeds meer fusies en samenwerkingen plaatsvinden, puur om elkaars krachten te benutten. “We doen bijvoorbeeld zaken met een grote uitzendpartij met veel verschillende takken, die door het hele land zitten. Sinds afgelopen jaar hebben zij er voor gekozen om één centraal event te organiseren waarbij ze dan al die takken samen laten komen om samen een start in het nieuwe jaar te maken. In plaats van regionaal trek je dan alles landelijk even bij elkaar. Dat is echt iets wat ik steeds vaker zie gebeuren in de markt.”

“Bij de voorbespreking van de wensen van een organisator, staan wij uitgebreid stil bij het doel dat wordt beoogd met het event”, vertelt Steve Landman. “Wij gaan altijd uit van zes hoofddoelstellingen die we samen met de klant concretiseren: kennis delen, motiveren (bijvoorbeeld leads genereren), teambuilding, draagvlak creëren (denk aan het lanceren van nieuwe ideeën), relatiebeheer en imago (het overtuigen van toekomstige klanten bijvoorbeeld). Een event dat blijft hangen, is een ervaring voor iedereen. Dat is het grote verschil met elke andere vorm van marketing.”

## ERVARING

Een van de voordelen van Jaarbeurs in dat opzicht is de centrale ligging in het land, net als het feit dat Centraal Station Utrecht letterlijk naast de deur ligt. “Daarnaast hebben we ook meer dan genoeg parkeergelegenheid naast de hallen en is de infrastructuur rond de Jaarbeurs de laatste tijd enorm verbeterd. Ook qua bereikbaarheid is dit echt een ideale locatie”, geeft Landman aan. Het betekent overigens niet dat de Jaarbeurshallen – of Jaarbeurs in het algemeen – alléén een locatie is. Het is namelijk veel meer dan dat. “Plat gezegd le-





# SAFARI IN AFRIKA?

Tanzania  
Kenia  
Madagaskar  
Oeganda  
Rwanda  
Zimbabwe  
Namibië  
Botswana  
Zambia  
Mozambique  
Seychellen  
Mauritius  
Zuid-Afrika



— *Al sinds 1979 dé Afrika specialist* —

Ruim 100 uitgekiende reizen vindt u op [jambo.nl](http://jambo.nl) en in onze brochure of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat.  
**De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!**



veren we een dak; een ruimte met een stukje facilitair, waarbij we ook prima kunnen voorzien in de catering. Daarnaast kunnen we dankzij onze 102 jaar aan ervaring ook uitstekend meedenken over het creatieve deel van een event. We kunnen dankzij al die kennis en expertise heel goed een adviserende rol spelen bij het uitwerken van ideeën. Daarnaast kennen we ook de meest geschikte leveranciers op het gebied van zaken als licht, geluid en podiumbouw, dus ook daarin kunnen we bijdragen.”

### BEWUSTWORDING

Landman merkt regelmatig dat bedrijven waar hij mee in contact komt het idee hebben dat de hallen van Jaarbeurs voor hen veel te groot zijn om hun event te houden. “Op dat gebied moeten we inderdaad nogal eens een stukje bewustwording creëren. Door middel van aftermovies en foto's kan ik dan aantonen dat het ook met tweeduizend man al heel interessant kan zijn. Je hoeft ook niet alleen te denken aan een personeels-event, maar ook een relatie-event kan heel nuttig zijn. Naast je eigen personeel kun je tijdens een feestavond dan ook relaties de kans geven zich op het podium te laten zien. Bezoekers vergeten zo'n evenement nooit meer. We merken ook dat het voor bedrijven heel mooi is om te kunnen zeggen dat hun event plaatsvindt in de Jaarbeurs. Het straalt echt wat uit.”

### ENTHOUSIAST

Bij Jaarbeurs vinden jaarlijks zo'n zesduizend meetings plaats. Daarbij tellen we dan ook de vergaderingen met twee of drie personen mee, maar bijvoorbeeld ook een feest als Thunderdome, waarbij alle 100.000 vierkante meters van de hallen benut worden en op één avond vijftigduizend mensen hun weg naar de Jaarbeurs vinden. In totaal komt het neer op zo'n 2,3 miljoen bezoekers per jaar, die allemaal mooie momenten willen beleven. Landman: “Dat is voor mij

“IK MERK ECHT  
IN DE MARKT  
DAT ER STEEDS  
MEER BEHOEFTE  
BESTAAT AAN HET  
SAMENKOMEN MET  
ELKAAR EN DAAR  
KUNNEN WIJ HEEL  
GOED BIJ HELPEN.”

ook het mooie van bezig zijn in deze sector. Je bent bezig met een stukje ontspanning van anderen, dat kenmerkt zich door een glimlach op je gezicht. Ik moet zelf enthousiast zijn, dan worden anderen dat ook. Ik hoef daar overigens geen moeite voor te doen. Voor ik hier werkte kwam ik zelf al regelmatig in de Jaarbeurshallen op muziekevenementen en beurzen. Nu kan ik hier andere mensen die mooie momenten bezorgen en dat doe ik met veel plezier. Jezelf voorbijlopen heeft in deze branche geen zin, je moet er gewoon lekker in staan en zorgen dat je de oplossingen bij elkaar kunt bedenken om tot een zo goed mogelijk evenement te komen.”

### GLIMLACH

Samen bijzondere momenten realiseren, daar draait het voor Landman allemaal om. “Ik merk echt in de markt dat er steeds meer behoefte bestaat aan het samenkomen met elkaar en daar kunnen wij heel goed bij helpen. Bedrijven zijn ook altijd welkom om hier eens te komen kijken in de hallen, zodat ze zich kunnen voorstellen hoe het er uit kan zien als zij hier hun evenement gaan laten plaatsvinden. Dan zien ze ook meteen wat de mogelijkheden zijn die Jaarbeurs te bieden heeft. Mochten ze dan inderdaad de keuze maken om zich aan ons te binden, dan zorgen wij er samen met hen voor dat ze de bezoekers bereiken die ze willen bereiken én dat die bezoekers uiteindelijk met een glimlach naar huis gaan...dát is het allerbelangrijkst.”

*Meer informatie: [www.jaarbeurs.nl/hallen](http://www.jaarbeurs.nl/hallen)*

*Heeft u vragen of zou u graag eens inspiratie op gaan doen in de hallen van Jaarbeurs? Neem dan contact op met Steve Landman via [steve.landman@jaarbeurs.nl](mailto:steve.landman@jaarbeurs.nl)*



Foto: Darryl Adelaar