

# Meeting

Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 15 - nr 4 - Meetingmagazine.nl



Zestig jaar ss Rotterdam – by WestCord

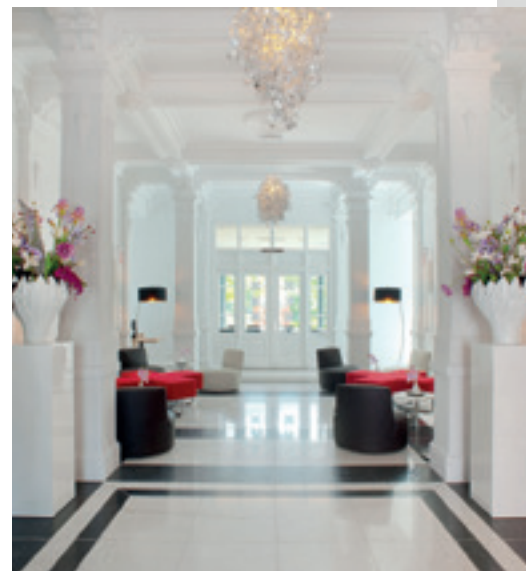
## De rijke geschiedenis van La Grande Dame

---

Rotterdam Special - **Opkomst van influencer marketing** - Meetings met impact -  
**De meest populaire Europese bestemmingen** - Zo wordt jouw eventstrategie een succes

# 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)



**‘In deze hal werden  
de contacten gelegd  
die onze beursgang  
mogelijk maakten’**

# Het start vanuit het hart

Een event organiseren met het idee je verkoopcijfers te boosten of marktaandeel te vergroten. Om klanten te overtuigen van jouw product of dienst. Jaarbeurs biedt je de perfecte omgeving in het hart van Nederland. Wat je ook wilt bereiken met je event, wij geven je alle ruimte, onze passie en jarenlange ervaring.

[jaarbeurs.nl/eec](https://jaarbeurs.nl/eec)

**JAARBEURS**

attract - engage - accelerate

# #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)





WAAROM OP KANTOOR BLIJVEN,  
ALS HET HIER ZO MOOI IS?



[KONTAKTDERKONTINENTEN.NL/TEAMBUILDING](https://www.kontaktderkontinenten.nl/teambuilding)



## Online research

Hoewel de meeting- en eventbranche draait om kennis delen, persoonlijke ontmoetingen en samen dingen vieren, heeft digitalisering de nodige invloed op de branche. Dat begint al bij de zoektocht naar een passende locatie. Een zoekterm invoeren bij Google en het bekijken van een aantal websites is voor bijna iedereen de eerste stap. Als dat tijdens die digitale oriëntatiefase een goede eerste indruk van een locatie oplevert, volgt er al snel een e-mail of telefoontje voor een afspraak en een live kennismaking. Mede dankzij de nieuwe generatie meeting- en eventplanners maken ook andere online kanalen hun entree zoals reviewplatforms en social mediakanalen. Ook influencer marketing, nu nog relatief klein, maakt een voorzichtige opkomst. Wij besloten we hier wat uitgebreider aandacht aan te besteden.

Social mediakanalen worden ook steeds vaker ingezet voor, tijdens en na een congres of evenement. Het is immers een goedkoop, snel en meetbaar middel. Toch worden er veelvoorkomende fouten gemaakt. Wij verzamelden enkele aandachtspunten voor je social media-campagne.

Mocht je toevallig nog een leuke locatie in Rotterdam zoeken, vergeet dan ook vooral niet even door onze Rotterdam Special te bladeren!

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest  
Hoofdredacteur Meeting Magazine  
sofie@vanmunstermedia.nl

**10 Coverstory ss Rotterdam: De rijke geschiedenis van La Grande Dame**

Toen het ss Rotterdam zestig jaar geleden haar maiden trip van de Maasstad naar New York maakte, wist de Holland Amerika Lijn al dat dit schip geschiedenis zou gaan schrijven. Na vele reizen en avonturen over de wereldzeeën is La Grande Dame sinds 2010 weer een vast onderdeel van Rotterdam als evenementenlocatie met een uniek verhaal.

**20 De locaties in Rotterdam die je moet kennen**

Naast het ss Rotterdam kent de Maasstad natuurlijk nog veel meer locaties waar zakelijke bijeenkomsten alle ruimte krijgen en meeting- en eventmanagers op topperservice kunnen rekenen. Wij selecteerden er zes voor je.

**44 Mystery visit Louwman Museum: Imposant en professioneel**

Ons land kent vele bijzondere locaties, maar maken ze ook hun beloftes waar? In deze rubriek gaat een mystery guest van Mystery Review voor Meeting Magazine op onderzoek uit. Ditmaal gaat het Louwman Museum de uitdaging aan.

**62 Aandacht voor de belevingswereld van de eventplanner**

Influencer marketing lijkt bij b2c bedrijven onmisbaar te zijn geworden. Volgens online marketingplatform Frankwatching wordt er zelfs voorspeld dat er de vijf komende jaar vijf tot tien miljard dollar in zal worden geïnvesteerd. Deze vorm van marketing doet nu ook voorzichtig haar intrede binnen de meeting- en eventbranche.

**66 De meest populaire Europese bestemmingen**

Afgelopen zomer publiceerde Cvent, marktleider op het gebied van technologie voor de meeting-, event- en gastvrijheidsbranche, de jaarlijkse lijst met de top 25 bestemmingen voor meetings en events in Europa.

**74 Werkkostenregeling wordt verruimd**

De werkkostenregeling wordt in 2020 aangepast. De vrije ruimte voor vergoedingen neemt toe waardoor werkgevers hogere onbelaste bedragen kunnen besteden aan hun werknemers.

“Wij nemen de laatste hobbels weg om wetenschappers in staat te stellen belangrijke thema’s wereldkundig te maken en waardevolle kennis te delen.”

Philip van der Wees, p. 48

10



14





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, Hans Hajée, Rob de Haas,  
Daphne Doemges-Engelen, Wouter Olland

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

**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**  
ss Rotterdam – by WestCord

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: 83



## 76 Zo wordt jouw eventstrategie een succes

Een goede eventstrategie voorkomt ad-hoc beslissingen, verkleint de kans op onnodige discussies en vergroot de impact van events. Als jouw organisatie twee of meer events per jaar organiseert, levert een overkoepelende aanpak al veel op. Maar wat houdt een goede eventstrategie in? En hoe zorg je dat andere stakeholders jouw strategie omarmen?

### Verder in deze editie

- 14 Intel Hotels Rotterdam Centre
- 16 Savoy Hotel Rotterdam
- 18 Bibliotheek Rotterdam
- 19 De Doelen
- 37 Stayokay Soest
- 48 Voorfinancierings- en Garantiefonds
- 50 HUP in Mierlo
- 54 Bilderberg Kasteel Vaalsbroek
- 56 Recensie ONE, Roermond
- 72 Aandachtspunten voor je social media-campagne
- 82 Hoe is het met jouw eigen hospitalityniveau gesteld?

### In elke editie

- 26 Ingrid interviewt: Hans Janssen, oprichter DenkProducties
- 32 Ongewoon Goed Vergaderen: Meetings met impact
- 35 Column Wouter Olland - Olland Marketing Solutions
- 41 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 78 Sprekershuys: Hoe zit een goed draaiboek in elkaar?
- 81 CLC-VECTA start kwalitatief onderzoek
- 84 Aftermoviepionier WE ARE THE NIGHT

Zestig jaar ss Rotterdam – by WestCord

# DE RIJKE GESCHIEDENIS VAN LA GRANDE DAME

Toen het ss Rotterdam zestig jaar geleden haar maiden trip van de Maasstad naar New York maakte, wist de Holland Amerika Lijn al dat dit schip geschiedenis zou gaan schrijven. Na vele reizen en avonturen over de wereldzeeën is La Grande Dame sinds 2010 weer een vast onderdeel van Rotterdam als evenementenlocatie met een uniek verhaal.

**D**e geschiedenis van het ss Rotterdam gaat terug naar de naoorlogse periode van wederopbouw in Rotterdam. De destijds Nederlandse vaarmaatschappij Holland Amerika Lijn (HAL), met de haven van Rotterdam als thuisbasis, liet door de Rotterdamse Droogdok Maatschappij een opvolger voor de Nieuw Amsterdam bouwen. Omdat de directeur van de HAL toen al wist dat KLM op termijn de transatlantische vaart zou gaan vervangen, moest het ss Rotterdam als passagierschip én als cruiseschip worden ingezet. In de geest van de wederopbouw en onder het Rotterdamse motto 'sterker door strijd' werden kosten noch moeite gespaard om van La Grande Dame het mooiste en meest luxe schip van die tijd te maken. Een team van architecten en kunstenaars werd aangesteld om elke ruimte een unieke sfeer en uitstraling te geven. Vooraanstaande bedrijven zoals de Koninklijke Porceleyne Fles en de Koninklijke Nederlandse Meubelfabriek H.P. Mutters & Zn N.V. (eveneens verantwoordelijk voor het interieur van de Titanic) werkten mee. "De Holland Amerika Lijn hanteerde twee klassen, maar een cruiseschip kent dit systeem natuurlijk niet", weidt general manager Ton Wesselink uit. "De architecten wisten dit slim op de lossen door bijvoorbeeld het dubbele trappenhuis zo te ontwerpen dat je met behulp van glaswanden de beide klassen van elkaar kon scheiden. Elke klasse had een eigen dinerzaal die qua grandeur en uitstraling niet voor elkaar onderdeden, maar in de zaal voor de eerste klasse was de service wel van een iets hoger niveau."



#### BEHOUD VAN HET SCHIP

In zestig jaar tijd heeft het ss Rotterdam veel meegemaakt. "Dit schip heeft de wereldzeeën bevaren en trok als eerste in 80 dagen de wereld over van Alaska naar Nieuw-Zeeland", vertelt Wesselink. "Veel grote jazz-artiesten hebben hier opgetreden, waaronder Frank Sinatra. Tijdens de opnames van de James Bond-film "Never Say Never Again" op de Bahama's lag het ss Rotterdam daar aangemeerd. In de film zie je een dame op een waterski langs het schip af varen terwijl Sean Connery op het terras zit." Toch kende het schip een onzekere periode toen de latere eigenaar Premier Cruises, die het schip in 1997 omdoopte tot Rembrandt, in 2000 failliet ging en het schip in de Caribische Zee werd opgelegd. In 2005 werd het schip door de Rotterdamse ondernemer Joep van Nieuwenhuizen aangekocht en kwam het ss

Rotterdam na restauratiefases in Gibraltar, Cádiz, Gdansk en Willemshaven in 2008 weer in de Rotterdamse haven terecht. In 2010 kreeg het al een hotelfunctie en in 2013 nam WestCord Hotels het schip onder haar hoede. "Hoewel men niet heeft kunnen voorkomen dat objecten zoals het verzilverde tafelbestek werden gestolen, is het ss Rotterdam het enige schip uit de jaren 50 waarvan het originele interieur bewaard is gebleven en de brug en de machinekamer intact zijn", zegt Wesselink trots. "Harry Westers, directeur van WestCord Hotels was destijds al bijzonder gecharmeerd van het schip en wil het in authentieke staat behouden. Hier vind je dus geen dekken van kunststof, wat tegenwoordig gebruikelijk is, maar van teakhout. Van de verdwenen wandtapijten die in Restaurant Club Room hingen, zijn op basis van de oude tekeningen van ontwerpster Giselle van Waterschoot van der Gracht, replica's gemaakt door textielkunstenaar Joke Haverkorn van Rijsewijk. Zij heeft destijds de originele tapijten vervaardigd."

#### AUTHENTIEKE INRICHTING

Het ss Rotterdam wordt tegenwoordig als bijzondere evenementenlocatie ingezet. Op het Main Deck, Upper Promenade Deck, Sun Deck en het Bridge Deck zijn 29 zalen aanwezig, waaronder tien eigentijds ingerichte meeting rooms. Ook beschikt het schip over twee restaurants. Het merendeel van de zalen heeft de authentieke, luxe inrichting in de stijl van de jaren 50. Een prachtig voorbeeld is de Grand Ballroom



met originele ornamenten die in het teken staan van de belevingswereld van vissen. De muurschildering van kunstenaar Kuno van der Stenen beeldt het leven in en rond de Egeïsche Zee uit, terwijl het plafond is voorzien van buisjes die weergeven wat vissen zien wanneer de zon onder water schijnt. Het kostbaarste kunstwerk van het hele schip is de bronzen trap van Cor Brom in de vorm van een monster die kleine vissen van emaille in grote netten jaagt. De kleurrijke Smoking Room heeft nog altijd een plafond met leren vlakken. Je kunt er plaatsnemen aan de originele tafels met een uitschuifbaar paneel voor een glas whiskey en een asbakje, of op de leren banken met draaibare rugleunigen voor zicht op zee of de zaal.

#### COMPLEET PROGRAMMA

Naast de vele leisure gasten die zich vergapen aan de pracht en praal van het ss Rotterdam, heeft ook de meeting- en eventbranche het schip ontdekt als unieke locatie. "Onze evenementenafdeling organiseert jaarlijks minimaal 1.200 evenemen-

ten. Het team krijgt veel aanvragen voor bijeenkomsten zoals vergaderingen, diners en feesten", vertelt Wesselink. "Sommige partijen huren zelfs het hele schip af, wat mogelijk is voor congressen tot 500 personen en feesten tot maximaal 2.300 personen. Met name tijdens een- en meerdaagse bijeenkomsten krijgen gasten de verschillende zalen en sferen goed mee. De Queen's Lounge, de Odyssee Room en de La Fontaine Room kunnen zowel voor een plenaire sessie, een sfeervol diner of een feestavond worden ingezet. Bij mooi weer is het Upper Promenade Deck een aanrader. Zelfs de kade hebben we al ingezet voor een bijeenkomst, waaronder voor een autoshow. Als het programma het toelaat, kunnen gasten gebruik maken van de drie Escape Rooms die zich bij het oude zwembad bevinden. Ook een rondleiding op de brug en het museum is mogelijk. Uitstapjes naar de stad zijn heel makkelijk te organiseren dankzij het boarding platform voor de watertaxi waar ook rondvaartboten kunnen aanmeren. En overnachten kan in de 254 sfeervol ingerichte hotelkamers."





#### BELEVING

Het schip spreekt natuurlijk bedrijven uit de maritieme wereld enorm aan, maar ook een bedrijf uit Parijs zette het schip twee jaar geleden al op haar verlanglijstje. Wesselink: "Daarnaast hebben we verschillende internationale associatiecongressen mogen hosten, hebben we een eigen Captain's Club van ondernemers uit de haven en de stad en is het ss Rotterdam het clubhuis van de Marine Club Rotterdam." Naast zakelijke evenementen haakt het schip graag als locatie aan bij lokale evenementen zoals het WK en EK Beachvolleybal en het festival De Nacht van de Kaap om de band met de stad te versterken. Tevens doet het schip regelmatig dienst als opnamelocatie voor films en televisieprogramma's. Volgens Wesselink zit de populariteit van het ss Rotterdam in de beleving die het schip biedt. "We willen mensen het gevoel geven dat ze hebben gevaren, dat ze er even tussenuit zijn geweest. Daarom loopt ons team in uniform rond en staan er op diverse plekken op het schip vrijwilligers klaar die de mensen kunnen begeleiden en alles weten van de geschiedenis van het schip. Het merendeel van deze shiphosts

heeft namelijk zelf op het ss Rotterdam gevaren. Ze zijn enorm trots en enthousiast."

#### MEERWAARDE

Om de beleving voor de zakelijke bijeenkomsten te versterken, wordt bij elke bijeenkomst een duidelijke link met het schip gezocht. "Een van de thema's waar ik ter inleiding van een bijeenkomst over praat is gastvrijheid. Hier op het schip heerste vroeger een zeer strenge hiërarchie onder het personeel. Vrijwilligers die destijds in de machinekamer stonden, komen nu pas de voormalige medewerkers op de brug tegen. In dat opzicht zijn de tijden enorm veranderd. Ook de verhalen achter de kunstwerken hebben vaak een connectie met het thema van een bijeenkomst. Zo is de La Fontaine Room voorzien van keramiekreliëfs van Nico Nagler die de dierenfabels van de Frans klassicistische schrijver Jean de La Fontaine weergeven. Tussen het verhaal over de vos en de ooievaar zijn parallellen te trekken met bijvoorbeeld het management binnen een bedrijf of organisatie. Er is met elk thema en met elk bedrijf wel een haakje te vinden, zo veelzijdig is het ss Rotterdam."

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

Uitzicht bij Inntel Hotels Rotterdam Centre nooit hetzelfde

# Waanzinnig panorama

**'On top of the world', dat gevoel maakt zich van je meester wanneer je vanaf de vijftiende of zestiende etage van Inntel Hotels Rotterdam Centre uitkijkt over de indrukwekkende skyline van de Maasstad. Zakelijke meetings vinden letterlijk op hoog niveau plaats en dat werkt inspirerend. Het panorama is hier altijd groots, maar nooit hetzelfde, dankzij de dynamiek van de havens en het intensieve waterverkeer.**

Tekst Aart van der Haagen

// De ontwikkeling van deze stad staat nooit stil", zegt Linda van den Berg, director of sales van Inntel Hotels Rotterdam Centre. "Elke vijf tot tien jaar zie je het beeld veranderen." Daar openbaart zich de mentaliteit van 'aanpakken', die de Rotterdammers zo typeert. Ze namen de uitdaging aan om hun stad na de bombardementen in de Tweede Wereldoorlog opnieuw op te bouwen en vandaag de dag proef je in de straten de trots op wat deze doeners

bereikt hebben. Als je dat ergens in één oogopslag waarneemt, dan is dat wel op de twee hoogste etages van dit viersterren-plushotel, gelegen aan de voet van de Erasmusbrug. De van beneden naar boven doorgetrokken ruiten bieden een waanzinnig panorama, dat bijna 360 graden rondloopt. De indrukwekkende skyline sorteert het effect van een metropool met een bloeiende economie, vormgegeven in talloze architectonische hoogstandjes.

## AFSTAND VAN HECTIEK

Binnen enkele tientallen seconden krijg je de Kop van Zuid, het multifunctionele torengebouw De Rotterdam, de Willemsbrug, de Leuvehaven en de Euromast in het vizier. "Kijk", wijst Van den Berg, "met dit mooie weer zie je ginds zelfs De Kuip liggen." Ondertussen meren in een gestaag tempo indrukwekkende schepen aan en af bij de cruiseterminal. "Je kunt hier blijven staren, het verveelt nooit; altijd is er die dynamiek van het waterverkeer." Vanaf het balkonterras op de zestiende etage hoor je de





zware motoren zachtjes dreunen, binnen heerst een serene rust en neem je afstand van de hectiek die zich ver beneden je voltrekt. De toevoeging van de donkerblauwe panoramatoren in 2010 gaf Inntel Hotels Rotterdam Centre, dat dit jaar zijn 30-jarig jubileum viert, duidelijk een extra dimensie. Hij helt enigszins naar voren, precies in lijn met De Boeg, een herdenkingsmonument voor de gevallen koopvaarders in de Tweede Wereldoorlog.

#### VRIJE INDEELBAARHEID

Alle negen ruimtes voor zakelijke meetings zijn verheven boven de stad en bieden een ongeëvenaard uitzicht. Op de vijftiende verdieping bevinden zich vier zalen met flexibele wanden en een vrije indeelbaarheid. "Heel geschikt voor kleinschalige bijeenkomsten tot maximaal honderd mensen", aldus de director of sales. "De zestiende verdieping, met vijf zalen en verplaatsbare wanden op een totale oppervlakte van 375 vierkante meter, leent zich het best voor grotere gezelschappen tot 300 personen en zelfs 350 bij recepties. Een sit down dinner voor 250 mensen behoort ook tot de mogelijkheden; de etage beschikt over een eigen keuken en bar. Hier vinden meetings in alle denkbare vormen plaats, tot en met bruiloften, kerstborrels en nieuwjaarsrecepties. Moet je je voorstellen wat zich hier afspeelt met Oud en Nieuw, als iedereen vanaf het balkon naar Het Nationale Vuurwerk staat te kijken." Vanzelfsprekend heeft Inntel Hotels Rotterdam Centre voor zakelijke presentaties alle moderne apparatuur beschikbaar. Verder verzorgt het een aankleding naar wens, ook qua meubilair, bijvoorbeeld

afgestemd op een thema of de huisstijl van de opdrachtgever. Moodverlichting helpt de juiste sfeer te bepalen.

#### WATER ALS RODE DRAAD

Inntel Hotels Rotterdam Centre ademt de sfeer van de stad, met 'water' als rode draad. Dat komt terug in de kleuren en de afwerking, maar ook in elementen als een bar in de vorm van een zeecontainer en druppels aan het plafond op de begane grond. Daar bevindt zich ook de brasserie, waar gasten bijvoorbeeld van een ontbijt, lunch, borrel of high tea kunnen genieten. Van den Berg: "Je kijkt hier uit op de Leuvehaven, de oudste haven van Rotterdam." Dezelfde aanblik krijg je vanuit de helft van de 150 hotelkamers in het Maasgebouw, terwijl de andere helft uitzicht biedt op het stadshart.

"Die worden dit jaar allemaal gerenoveerd. Daarnaast hebben we 115 kamers met een fantastisch panorama in de toren." Inntel Hotels Rotterdam Centre ligt op een mooi centrale plek in de stad, dicht bij de belangrijkste winkelstraten en de Markthal, maar is volgens de director of sales toch gemakkelijk bereikbaar. "De metro en de tram stoppen hier voor de deur en twee grote parkeergarages met gezamenlijk duizend plaatsen bevinden zich in de directe nabijheid." Die afstand valt totaal in het niet bij het indrukwekkende uitzicht over de skyline van een bruisende havenstad. Vooral voor gasten op de vijftiende en zestiende etage laat Rotterdam zich van zijn meest dynamische en internationale kant zien.

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





Savoy Hotel Rotterdam gerenoveerd in geest van omgeving

# Etalage van lokale historie

**De wederopbouwjaren na de Tweede Wereldoorlog hebben hun eigen geschiedenis gevormd. Savoy Hotel Rotterdam maakt daar in zijn directe omgeving deel van uit en etaleert dat met trots, zeker sinds de recente renovatie. Hier beleef je op een eigenzinnige en interessante manier de jaren vijftig en zestig, omringd door alle moderne faciliteiten.**

Tekst Aart van der Haagen

**H**et Hoogkwartier ademt tot in de diepste nissen de periode van wederopbouw, met de voor de Rotterdammers zo kenmerkende daadkracht, de mentaliteit van 'mouwen opstropen'. "Een opkomende wijk", constateert Simone van der Veen, general manager van het Savoy Hotel, die al zeventien jaar in de stad werkt. "De Markthal ligt hier pal naast en dat trekt veel toerisme. Steeds meer hippe winkels, leuke boetiekjes en trendy horecazaken vestigen zich hier en je ziet dat de leegstand erg goed opgevuld wordt." Het Hoogkwartier verdient een nadere kennismaking, bijvoorbeeld om de rechte structuur van aaneengesloten expeditiestraten te ontdekken, bedacht om winkels aan de achterkant te bevoorraden. Jarenlang hadden weinig mensen oog voor de sobere, strakke architectuur met robuuste materialen en platte daken, maar het geheel is door de tijd gerijpt en voegt een nieuw hoofdstuk aan de bewogen historie van de Maasstad toe.

## HISTORIE NAAR BINNEN

Binnen die geschiedenis bezet het Savoy Hotel Rotterdam, onderdeel van Eden Hotels, sinds de opening in 1961 zijn eigen plek. Volgens het oorspronkelijke plan zou het als Womotel doelgroepen als studenten, alleenstaanden en kinderloze echtparen onderdak bieden, maar het kreeg direct zijn functie als volwaardig hotel en groeide uit tot - vandaag de dag - viersterrenniveau. "Met de kernwaarden 'energiek', 'daadkrachtig', 'stoer' en 'duurzaam' past het bij de omgeving en bij Rotterdam als stad, zeker sinds de recente, totale renovatie", meent Van der Veen. "Typisch voor Eden Hotels is dat het zijn eigen karakter mag uitdragen. We hebben architect Feran Thomassen ingeschakeld om het project te leiden, met als uitgangspunt dat het hotel de lokale historie naar binnen zou trekken. Die weerspiegelt zich in kleurstellingen en patronen, zoals het 3D-behang, maar ook in de foto's die je in de gangen en in elke kamer ziet hangen. In het trappenhuis en op de gangen zijn veel oorspronkelijke materialen gebruikt. De foto's komen uit het stadsarchief en worden begeleid door een verklarende tekst. Ook liggen er boekjes klaar die onze gasten inzicht in de Rotterdamse geschiedenis geven."

## PIET LE BLANC SUITE

De 94 kamers kenmerken zich onder meer door vergrote badkamers met een inloopdouche. Verder beschikken ze over een platenspeler en retro-designmeubels van Vitra



en Montis, waarbij de bladen zijn ingelegd met Kvadrat-stof. In de kelder bevindt zich de verborgen trots van het Savoy Hotel, de Piet le Blanc Suite, vernoemd naar de Rotterdamse jazzsaxofonist (1921-1996) die lokaal als 'de Saxman' bekend stond. "Voorzien van een 160 centimeter breed flatscreen en een digital surround-geluidsinstallatie biedt deze geïsoleerde ruimte aan vier tot zes gasten een ongelimiteerde entertainmentbeleving, van gaming tot muziek luisteren via Spotify of een film bekijken via Netflix", zegt Van der Veen. "Er staan comfortabele clubfauteuils en er hangen rode veloursgordijnen die het slaapgedeelte afschermen, waar zich opklapbare bedden bevinden. Daarmee leent deze suite zich ook uitstekend voor zakelijke brainstormsessies of boardroom-meetings. Concertpianist en componist Michiel Borstlap houdt er binnenkort zelfs een kamerconcert. Hij heeft voor het hotel tevens de playlists samengesteld die de gasten te horen krijgen in de comfortabele lobby met zijn open karakter."

#### INTRODUCEREN IN OMGEVING

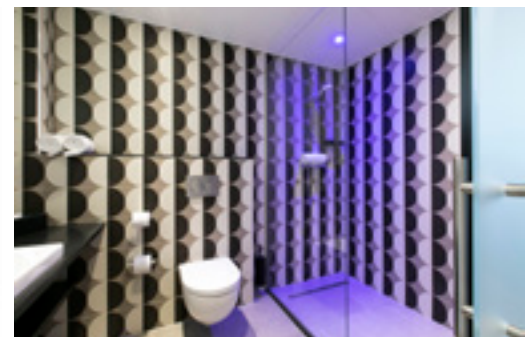
Vanuit een streven naar 'een 9 in reviews, op alle vlakken' geeft Savoy Hotel Rotterdam de hoogste prioriteit aan gastgerichtheid. Van der Veen: "Na de digitale

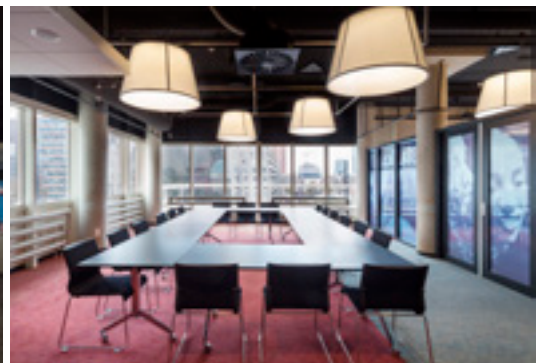


check-in, die heel efficiënt verloopt, zorgen wij direct voor een persoonlijke ontvangst en een korte rondleiding. Gasten die dat interessant vinden introduceren we graag in de omgeving, in het Hoogkwartier. In eerste instantie doen we dat via een plattegrond met alle hotspots, maar we zijn ook plannen aan het ontwikkelen voor een rondwandeling met een gids. Een andere link met de wijk leggen we via onze deelname aan Too Good To Go, waarbij we eten en drinken dat overblijft van het ontbijt en de lunch tegen een kleine prijs beschikbaar stellen aan mensen die niet

zo veel te besteden hebben. Dat past binnen ons actieve duurzaamheidsbeleid; overigens dragen wij al jaren het Green Key Gold-keurmerk." De manier waarop Savoy Hotel Rotterdam zich verbindt aan de omgeving getuigt van maatschappelijk denken en toekomstbestendige visie, met inspiratie uit de hier zo tastbare daadkracht van de stad.

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





Vergaderen in de bibliotheek

# Een inspirerende ervaring

In het centrum van Rotterdam, aan de Hoogstraat en de Binnenrotte (waar ook twee keer per week de markt huist), tegenover de Markthal en naast de Kubuswoningen, staat een van de drukstbezochte plekken van Rotterdam: de Centrale Bibliotheek. De bibliotheek is hét kenniscentrum en culturele podium van Rotterdam. Naast de uitgebreide collectie en de vele evenementen biedt Bibliotheek Rotterdam ook voor de zakelijke markt een belangrijke dienst: de Zaalverhuur. Voor vrijwel ieder type bijeenkomst is er een geschikte zaal in het iconische en Rotterdamse gebouw.

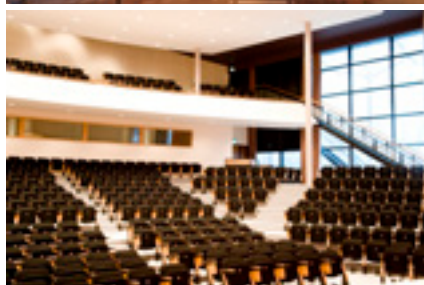
De afgelopen jaren heeft Bibliotheek Rotterdam geïnvesteerd in de vergader- en presentatiezalen, waardoor het voor vele (Rotterdamse) organisaties inmiddels een vaste vergader- of conferentieplek is geworden. Het aanbod aan zalen is divers: van volledig uitgeruste vergaderzalen tot een uniek en karakteristiek Bibliotheektheater. Uiteraard van alle gemakken voorzien. Dat maakt de Zaalverhuur bij Bibliotheek Rotterdam zo veelzijdig. Daarnaast zijn

er nog drie belangrijke kernwaarden: de ligging; centraal gelegen en perfect te bereiken met het openbaar vervoer. De laagdrempeligheid en het bekende karakter van de bibliotheek; wie kent de Rotterdamse bibliotheek niet? Tot slot het professionele team. Vele (vaste) huurders prijzen de persoonlijke benadering en de betrokkenheid van de eventmanagers. Samen met huiscateraar Bistrobar Binnenrotte en de technici maken zij van ieder evenement een succes.

## ERASMUSARRANGEMENT

Sinds kort biedt het team van Verhuur ook iets nieuws aan: het Erasmusarrangement. De Centrale Bibliotheek heeft namelijk de grootste Erasmuscollectie ter wereld in huis en sinds 2016 ook een interactieve Erasmus Experience over het gedachtegoed van de bekende Rotterdamse filosoof. Er is al een vergader- en presentatiezaal naar hem vernoemd: de Desideriuszaal. Nu is de bibliotheek ook tegemoet gekomen aan de vraag om de Erasmus Experience te betrekken bij de Zaalverhuur. Het Erasmusarrangement is bij te boeken bovenop je vergadering in de Desideriuszaal, maar is eventueel ook los te boeken. Het arrangement duurt 2 tot 2,5 uur en bestaat uit een begeleid bezoek aan de Erasmus Experience zelf, een keuze uit een van de drie filosofiewerkshops, een koffie/thee arrangement met een Erasmusgebakje én tot slot gaat de hele groep naar huis met een fijne goodie bag. Daarmee is vergaderen in de bibliotheek een inspirerende ervaring.

[www.bibliotheek.rotterdam.nl](http://www.bibliotheek.rotterdam.nl)



De Doelen in Rotterdam

# State-of-the art congresgebouw op A-locatie

**De Doelen is niet alleen een drukbezocht muziekpodium, maar ook een grote speler op de (inter)nationale congres- en evenementenmarkt. Gastvrijheid staat er hoog in het vaandel, en dat op een absolute A-locatie in Rotterdam.**

Tekst Daphne Doemges-Engelen

**B**ij de Doelen vinden jaarlijks talloze concerten plaats: van klassieke muziek tot pop of jazz. “Dat maakt de Doelen een heel dynamische locatie”, vertelt Gerrie Dahler, verantwoordelijk voor de evenementenwerving. “Het pand dateert uit 1966; toentertijd zijn twee concertzalen gebouwd die volop in gebruik zijn. In 2000 is er een groot congrescomplex bijgebouwd, waardoor we niet alleen de culturele maar ook de zakelijke markt uitstekend kunnen bedienen.”

## JARENLANGE ERVARING

De Doelen is gespecialiseerd in associatiecongressen. “Verenigingen voelen zich thuis in de Doelen en bovendien is de lig-

ging voor de bezoekers perfect: recht tegenover het Centraal Station van Rotterdam en dus ook midden in de stad. In het congrescomplex kunnen we maximaal zevenhonderd personen herbergen. Maar in het Grote Zaal Quartier hebben we een capaciteit van maar liefst tweeduizend mensen!” De kracht van de Doelen? “Onze professionaliteit en onze jarenlange ervaring, waardoor we weten waar klanten behoefte aan hebben. Niet voor niets hebben we veel vaste relaties, die ieder jaar weer hun (zakelijke) evenement bij ons laten plaatsvinden.”

## FACILITEITEN EN SFEER

Gastvrijheid is voor het team van de Doelen erg belangrijk, vertelt Dahler.

“Naast alle benodigde faciliteiten en een fijne sfeer, ziet de gast ons oog voor detail bijvoorbeeld ook terug op het bord. We hebben eigen catering in huis en maken gebruik van twee vaste partners om grotere gezelschappen culinair te verwennen.”

## GRANDEUR VERSUS SEREEN

De Doelen biedt niet alleen zalen voor grote gezelschappen; er zijn ook mogelijkheden om in een meer intieme setting bijeen te komen. “De zalen die voor concerten worden gebruikt, stralen echt grandeur uit door het gebruik van veel marmer en sfeervolle kroonluchters. Het gebied rondom de Willem Burger Zaal is juist wat strakker en serene qua sfeer. Dankzij veel daglicht is het een ideale plek voor zakelijke bijeenkomsten.”

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

An aerial photograph of Rotterdam, Netherlands, taken at sunset. The city is illuminated by the warm orange and red glow of the setting sun, with lights from buildings and streets beginning to appear. The city is situated along the Scheldt river, which is visible in the foreground and middle ground. The sky is filled with soft, wispy clouds, and the overall atmosphere is serene and picturesque.

# De locaties in Rotterdam die je moet kennen

Naast locaties zoals de Doelen en ss Rotterdam die je tot nu toe in onze destinatiespecial bent tegengekomen, kent de Maasstad natuurlijk nog veel meer locaties waar zakelijke bijeenkomsten alle ruimte krijgen en meeting- en eventmanagers op topservice kunnen rekenen. Wij selecteerden er zes voor je.

Fotografie: Gerhard van Roon



### Rotterdam Marriott Hotel

Het Rotterdam Marriott Hotel is één van de meest toonaangevende hotels van Rotterdam. De centrale ligging, tegenover het Rotterdam Centraal Station, maakt het Rotterdam Marriott Hotel een ideaal startpunt voor het beleven van deze bruisende stad. Het hotel beschikt over 228 elegante en ruime kamers, welke alle zijn gerenoveerd in 2017. Het Rotterdam Marriott Hotel beschikt, naast vier boardrooms, over ruim 250 m<sup>2</sup> aan multi-functionele vergaderruimtes. Met het Marriott Meetings Imagined concept creëert het hotel memorabele bijeenkomsten en maakt de locatie speciale evenementen nog spectaculairder. Het team betreft en verrast de deelnemers, van kleine bijeenkomsten tot grote evenementen om succes te garanderen!

228 hotelkamers      Capaciteit: tot maximaal 120 personen  
Twee zalen              [www.marriottrotterdam.nl](http://www.marriottrotterdam.nl)  
Vier boardrooms



### Rotterdam Ahoy

Met ruim 500 evenementen en meer dan 1,5 miljoen bezoekers per jaar weet Rotterdam Ahoy precies hoe je van een bijeenkomst een succes kunt maken. De locatie beschikt over een oppervlakte van maar liefst 60.000 m<sup>2</sup>, verdeeld over de Ahoy Arena, zes hallen, een conference room en acht vergaderruimtes. Na de verbouwing die eind 2020 zal worden afgerond, komt daar het Rotterdam Ahoy Convention Centre met een extra zaal (in te zetten als auditorium en als concertzaal) en 35 break out rooms bij, waardoor de huidige totale capaciteit met de helft wordt uitgebreid. De verbouwing van Ahoy maakt onderdeel uit van het project Hart van Zuid, waarbij Zuid tot een tweede stadscentrum voor Rotterdam wordt getransformeerd. Dat betekent dat Rotterdam Ahoy de komende jaren qua faciliteiten en qua ligging vooruit kan!

60.000 m<sup>2</sup> huurbare ruimte                      Ahoy Arena  
Zes beurs- & evenementenhallen              Conference room  
Acht vergaderruimtes                              2.000 eigen parkeerplaatsen  
[www.ahoy.nl](http://www.ahoy.nl)

### Bibliotheek Rotterdam

Meeting- en eventplanners met een voorkeur voor centraal gelegen locaties kunnen uitstekend terecht bij Bibliotheek Rotterdam. Hier loop je tussen de boeken door naar de vergader- en congresruimtes. Het Bibliotheektheater heeft een capaciteit van 179 mensen en huur je inclusief de foyer waar de ontvangstruimte is en de catering plaatsvindt. Verdeeld over de verdiepingen liggen diverse vergaderzalen die variëren van een capaciteit van tien tot vijftig personen. Een zakelijk programma is eenvoudig uit te breiden met een Erasmusarrangement wat bestaat uit onder andere een bezoek aan de Erasmus Experience en een filosofieworkshop. Het café op de begane grond en het stadsterras op de eerste verdieping - met uitzicht op de Markthal en het Rotterdamse Marktplaats - zijn zeer geliefd als borrellocatie.

Tien zalen (plus centrale hal)  
Capaciteit: 6-179 personen  
[www.bibliotheek.rotterdam.nl/diensten/zaalverhuur](http://www.bibliotheek.rotterdam.nl/diensten/zaalverhuur)





### RDM Events

Het RDM-terrein was tot 1996 de werf van de Rotterdamsche Droogdok Maatschappij, waar onder andere het ss Rotterdam - het grootste Nederlandse passagiersschip van Nederland - werd gebouwd. Nog altijd is dit gebied het decor voor baanbrekende technologische ontwikkelingen op het gebied van innovatie en duurzaamheid. Naast bedrijvigheid, onderzoek en onderwijs is er ook volop ruimte voor zakelijke evenementen die in de RDM Onderzeebootloods en in het RDM Congrescentrum kunnen plaatsvinden. De recent gerenoveerde RDM Onderzeebootloods heeft een industrieel karakter en kan volledig naar wens worden ingericht. Het RDM Congrescentrum is in het oude hoofdkantoor van de Rotterdamsche Droogdok Maatschappij gevestigd. De Art Deco Directiekamer, de Commissarissenkamer en de Marmeren Hal hebben hun authentieke sfeer behouden en vormen een prachtig decor voor je zakelijke bijeenkomst.

**Veertien ruimtes (25-4.400 m<sup>2</sup>)**

**Bereikbaar per waterbus/watertaxi,  
per auto en openbaar vervoer**

**Capaciteit: 5-5.000 personen**

**600 gratis parkeerplaatsen  
[www.rdmevents.nl](http://www.rdmevents.nl)**

### Innovatiekracht

Green.DNA treedt graag buiten de gebaande paden met het doel om meeting- en eventplanners te verrassen en te inspireren met innovatieve concepten, evenementen en locaties. Een van die bijzondere locaties is Innovatiekracht, net onder de rook van Rotterdam in Spijkenisse. Deze stoere vergader- en evenementenlocatie ligt op een groene landtong aan de Oude Maas en kijkt uit over het Rotterdamse Havengebied. Innovatiekracht is zelf ontworpen en eigenhandig gebouwd, waarbij behalve moderne technische snufjes ook veel gebruik is gemaakt van natuurvriendelijke en gerecyclede materialen. De locatie leent zich uitstekend voor één- of meerdaagse zakelijke bijeenkomsten, events en festivals. Maar Innovatiekracht biedt ook ruimte aan vergaderingen en trainingen. Met het vergaderconcept Mr.Green creëert Green.DNA in de vier subruimtes de ideale omstandigheden voor eigentijdse en inspirerende meetings tot 50 personen. Tussendoor behoefte aan een break? De landtong en het omliggende water bieden genoeg mogelijkheden tot activiteiten en vermaak.

**Zes subruimtes (plus tuin van vier hectare)**

**Gratis parkeren op eigen terrein**

**[www.green-dna.nl/congreslocaties/innovatiekracht](http://www.green-dna.nl/congreslocaties/innovatiekracht)**

**Capaciteit: 5-375 personen**

**Shuttleservice vanaf station**



Fotografie Iris van den Broek

### Drijvend paviljoen

Vergaderen op het water kan op meerdere plekken in Nederland, maar in Rotterdam kan dat ook midden in de stad! In de Rotterdamse Rijnhaven ligt het Drijvend Paviljoen. Deze duurzame en flexibele locatie bestaat uit drie drijvende halve bollen en heeft een totaal vloeroppervlak van vier tennisbanen. Het paviljoen wordt verwarmd met zonne-energie en gekoeld met oppervlaktewater. Ook wordt het toiletwater gezuiverd en worden alleen de zalen in het paviljoen verwarmd die ook daadwerkelijk gebruikt worden. Het Drijvend Paviljoen is deels of exclusief af te huren voor diverse zakelijke bijeenkomsten en kan flexibel en naar eigen wens worden ingericht. In de twee grootste koepels is de foyer gevestigd (400 personen). Het auditorium heeft een iets kleinere capaciteit en is eveneens geschikt voor plenaire bijeenkomsten zoals presentaties en workshops. Vanaf het terras heb je een prachtig uitzicht over de Kop van Zuid. Via de brede toegangsbruggen kunnen er auto's worden geplaatst, tenten worden opgebouwd of zelfs cateringconcepten zoals de Rollende Keukens worden neergezet. Ook kunnen schepen er aanmeren.

**Zes zalen**

**Capaciteit: 3-400 personen**

**[www.drijvendpaviljoen.nl](http://www.drijvendpaviljoen.nl)**

A man with a beard, wearing a dark blue suit, light blue shirt, and patterned tie, stands in a modern office with large windows. He is smiling and looking to the right. The background shows a multi-story building with many windows.

## 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.





Ingrid interviewt

# Hans Janssen, oprichter DenkProducties

**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.**

**D**it keer praat ik uitgebreid met Hans Janssen, oprichter van DenkProducties. Iedereen kent dit wel: MBA in één dag met Ben Tiggelaar of Forward Thinking Leadership, het event waarvoor hij Barack Obama naar Nederland haalde en dat qua lobby en organisatie een bijzonder uitdagend event was. Zelf ken ik DenkProducties van een aantal seminars die ik er volgde. Ik gun mezelf ieder jaar één cursus of seminar en een aantal keer eindigde ik 'in de bankjes' bij Hans. Altijd actieve, leuke, leerzame dagen en daarna kan ik de nieuwe kennis direct vertalen naar de praktijk.

## GEEN COMPROMISSEN

Hans en zijn team bieden tien tot vijftien seminars per jaar aan op het gebied van leiderschap, beïnvloeding en persoonlijke productiviteit; de 'zachte' kanten van het zakendoen. In vijftien jaar is hij erin geslaagd om de topaanbieder te worden. De seminars zijn stuk voor stuk grote producties die pas relevant worden als er minstens 100 deelnemers zijn. De toegevoegde waarde zit hem verder in de kwaliteit van 'zijn docenten'; mensen die in staat zijn om een programma didactisch zo vorm te geven en te dragen dat de kennis zich diep in het brein van deelnemers nestelt en deze maximaal wordt geprikkeld om er iets mee te doen.

Mensen komen blij naar buiten kan ik beamen. Hans schetst het beeld van leerzame dagen, waarin bijvoorbeeld een zakenman van A tot Z wordt bijgepraat over een bepaald thema dat hij direct kan toepassen in de praktijk. Als je op zoek bent naar een training met veel een-op-een aandacht, veel introspectie en diepe feedback, zullen deze seminars wellicht niet de juiste snaar

raken. Voor alle anderen die houden van veel inhoud, actief leren in een inspirerende omgeving dan zit je bij de strak geproduceerde seminars van DenkProducties goed.

## PRIKKELEN, IMPACT, BEÏNVLOEDEN EN OVERTUIGEN

De uitdaging zit hem vooral in het samenstellen van een mooi evenwichtig portfolio in combinatie met iedere keer weer nieuwe deelnemers in de zaal krijgen. Programma's ontwikkelen zich continu en worden na iedere versie verbeterd. Het verleiden van nieuwe deelnemers is een continue marketinguitdaging, zoals iedere ondernemer dat kent. "Mensen denken altijd dat het bij ons vanzelf gaat, maar niets is minder waar", geeft Hans aan. Er komen best veel deelnemers via mond-tot-mond reclame maar marketing blijft altijd een bottleneck. Hoe trigger je mensen om zich in te schrijven voor een seminar? Het heeft alles te maken met prikkelen, impact, beïnvloeden en overtuigen.

Een belangrijke ontwikkeling die Hans ziet, is een verschuiving naar internet-gedreven economie. Hij is daar ook mee bezig binnen Elephant Road, waar hij partner is. Ze bieden programma's aan met medewerking van bestsellerauteurs. Hij merkt daar meteen bij op dat dit pas echt succesvol is als er sprake is van blended leren, dus een combinatie van online aangevuld met live bijeenkomsten. Alleen online maakt het lastiger mensen aan te zetten tot actie. Zo'n live sessie werkt dan niet alleen als stok achter de deur, vanzelfsprekend biedt het een extra aanvulling op het inhoudelijke programma. De vragen die je hebt verzameld bij de online sessies, kun je daadwerkelijk stellen aan de docenten, wat mensen als meerwaarde ervaren.

## INSPIRATIE DIE JE MOET ERVAREN

Hans haalt zelf inspiratie uit twee events die hij jaarlijks bezoekt. The Next Web draait om technologische ontwikkelingen: kennis delen, ontdekken, uitvinden en verbeteren en dat in een event waar beleven centraal staat. Tijdens het Nordic Business Forum Finland wordt hij geïnspireerd door het bomvolle, uitdagende programma, de mensen die hij er ontmoet en het verhaal achter dit event. Het inspireert hem zo dat hij dit jaar met zijn hele team gaat.

## NIETS WILLEN MISSEN

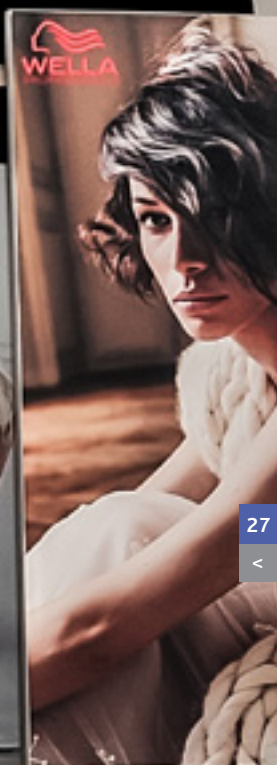
Zijn gedrevenheid en enthousiasme werkt aanstekelijk. Als ik hem vraag waar hij nog van droomt, zegt hij met een brede glimlach, "een jaarlijks terugkerend signature event. Een event waar de fans van DenkProducties als vanzelfsprekend naar toe komen omdat je onderdeel wilt zijn van die bubbel. Waar je kunt vernieuwen. Waar leren centraal staat en natuurlijk beleven." Hans is een groot voorstander van adaptieve verandering, waarbij je mensen de gelegenheid geeft zich aan de omstandigheden in hun omgeving aan te passen. Ik zie het al gebeuren: zo'n dag die je jezelf jaarlijks cadeau doet omdat het zorgt voor inspiratie, voor inhoud die vraagt, nee oproept tot nadenken, waar je je volle aandacht aan kunt geven. Even alle prikkels aan de kant, want - dat is wel duidelijk - zo zitten de seminar van DenkProducties ook in elkaar: je wilt er niets van missen!

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

Ingrid Rip is een gedreven event-professional. Haar specialisatie is de (wetenschappelijke) associatiemarket. Ze is gecertificeerd meeting designer, trainer en projectmanager en helpt organisaties zoals convention bureaus, venues en verenigingen resultaten te verbeteren.

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

DE MARKT ZIT VOL MET  
GATEN





# KNVB | CAMPUS

## BUSINESS EVENTS OP TOP (SPORT) NIVEAU

De KNVB Campus is dé plek waar o.a. de Leeuwinnen zich voorbereiden voor hun topprestaties. Het is dé plek waar teams gevormd worden!

- Wilt u met uw bedrijf ook een topprestatie neerzetten?
- De aftrap van uw event op dé persconferentie locatie van Oranje?
- Scoren met voeding?
- Teambuilding op het heilige gras van Oranje?

Neem dan nu contact met ons op!

## VOOR DE TEAMS VAN MORGEN!

Woudenbergseweg 56-58  
3707 HX Zeist

T 0343 - 491 424

E [info@knvbcampus.nl](mailto:info@knvbcampus.nl)  
I [www.knvb.nl/campus](http://www.knvb.nl/campus)



Hotel & Conferentiecentrum



## EEN SFEERVOL KERSTDINER OF EEN KNALLEND EINDEJAARSFEEST?

## FEESTRUIJTE CADEAU!

Voor elke feestelijke gelegenheid zoals een eindejaars- of nieuwjaarsbijeenkomst, geven wij u in december en januari de perfecte feestruimte **cadeau**. Sfeervol én midden in de bossen.

Kijk voor meer informatie op [woudschoten.nl/feestdagen](http://woudschoten.nl/feestdagen).

evenementen | congressen | vergaderen | overnachten

het is  
**onze  
natuur**



## Center Parcs introduceert nieuwe concept Bizcation

Met comfortabele, sfeervolle accommodaties midden in de natuur, multifunctionele locaties voor vergaderingen en een ruim aanbod van teambuildingactiviteiten biedt Center Parcs alle ingrediënten voor een geslaagde Bizcation: een zakelijk event met een perfecte balans tussen werk, teambuilding en samen-zijn met je collega's. In de eerste helft van 2019 is er een stijging van 15% zichtbaar van dergelijke gecombineerde boekingen in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar. Center Parcs speelt hiermee in op een nieuwe trend waarbij tijdens een bedrijfstrip het zakelijke en het vakantiegevoel met elkaar worden gecombineerd, zodat je tussen alle meetings door ook écht samen kunt zijn met collega's. Bedrijven die op zoek zijn naar een locatie voor een vergadering of bedrijfsuitje en behoefte hebben aan een bijzonder alternatief voor het gebruikelijke hotel of de zoveelste standaard vergaderlocatie, zijn bij Center Parcs aan het juiste adres. Veel van haar vakantieparken bieden namelijk alles wat nodig is om hiervan een succes te maken: van vergaderen in multifunctionele vergaderzalen en boardrooms tot samen met je collega's overnachten in één van de talrijke luxe en comfortabele cottages - van Comfort tot VIP - hotelkamers, woonboten en zelfs in een Jungle Cabana in de Jungle Dome. Center Parcs biedt alle gewenste services op maat, zodat het je collega's of zakenrelaties aan niets ontbreekt. Bovendien beschikt elk park over verschillende restaurants, bars en feestlocaties en worden allerlei in- en outdoor activiteiten aangeboden: ideaal voor een dagje teambuilding. Voor elk gezelschap stelt Center Parcs desgewenst een passend activiteitenprogramma samen: van mountainbiken, zeilen, duiken en blokarten tot bowlen, boogschieten, Adventure Golf, Escape Room en de High Adventure Experience. Bedrijven die het groots willen aanpakken, kunnen voor hun bedrijfsuitje of event zelfs een heel vakantiepark afhuren. Met Bizcation biedt Center Parcs onder het motto 'Where Business meets pleasure' de ideale 'all-in-one' oplossing voor het organiseren van een vergadering of bedrijfsuitje in een ontspannen sfeer. Center Parcs Business Solutions heeft verschillende locaties in Nederland, België, Duitsland en Frankrijk die allemaal hun eigen inspirerende omgeving bieden te midden van de natuur, aan de kust of juist in de bergen. Deze locaties bieden overnachtingsmogelijkheden voor ruim 3.500 gasten, een keuze uit verschillende restaurants en een Business Center op verschillende parken. Ook zijn er bijzondere themalocaties, zoals de Jungle Dome en Discovery Bay. [www.bizcation.nl](http://www.bizcation.nl)



## Beleef de Waddeneilanden en ontdek écht bijzondere meetcentives

Zand in de rand van je broekspijp, zon op je wangen. Duingras om je heen en vliegeraars op het strand. De prachtige Waddeneilanden - op slechts een uur rijden van Amsterdam - zijn met hun rauwe natuur en duurzaam leven de perfecte locatie voor unieke meetcentives. Meet in Friesland laat het je meemaken tijdens een site event op 10 en 11 oktober. Op de Waddeneilanden heeft de natuur de regie. Kilometers lange stranden, dieppaarse duinheide, bossen vol cranberries en een landschap dat met ieder eb en vloed verandert. De eilanders passen er goed op, in 2020 willen ze zelfs volledig zelfvoorzienend zijn. En geef ze eens ongelijk; de eilanden zijn uniek. Niet voor niets verkoos Lonely Planet ze tot een van de mooiste bestemmingen van Europa. Deze unieke omgeving leent zich dan ook uitstekend voor originele teambuilding en inspirerende heisessies. Meer informatie en aanmelden kan via: [www.meetinfriesland.nl/siteevent](http://www.meetinfriesland.nl/siteevent).

## 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).

# toMeet



Food



Health



Sport



Energie- en Milieutechnologie



## Thermen Bussloo

"Mooiste businesslocatie op de Veluwe!"

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



## Golden Tulip Ampt van Nijkerk

Het succes van uw bijeenkomst, daar draait het om bij Golden Tulip Ampt van Nijkerk!

Berencamperweg 4 | 3861 MC Nijkerk | T 033-2471616 reserveringen@goldentulipamptvannijkerk.nl www.goldentulipamptvannijkerk.nl



## Strandclub en Evenementenlocatie Watergoed!

"Unieke en sfeervolle evenementenlocatie!"

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

## Gelderland Inspirerende Kennisregio

### Daarom 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:

- ✓ Je locatie op rijafstand
- ✓ Natuur biedt je de ruimte voor creativiteit
- ✓ Je bevindt je in het centrum van innovatie
- ✓ Jouw event is goed te combineren met een toeristisch uitstapje

convention  
bureau  
gelderland

conventionbureau.nl



### Hotel Papendal

"Ontdek het geheim van Papendal"

Papendallaan 3 | 6816 VD Arnhem | 026-4837911  
hotel@papendal.nl | www.papendal.nl



### Hotel Restaurant de Echoput

'Combineer uw vergadering of feest met uitgebreid diner en luxe overnachting'

Amersfoortseweg 86 | 7346 AA Hoog Soeren | 055-5191248  
reserveringen@echoput.nl | www.echoput.nl



### Omnisport Apeldoorn

'Verrassend veel opties voor zakelijke evenementen'

De Voorwaarts 55 | 7321 MA Apeldoorn | T 055-3684611  
info@omnisport.nl | www.omnisport.nl



### Safari Meeting Centre midden in Koninklijke Burgers' Zoo

"De avontuurlijkste eventlocatie midden in het dierenpark"

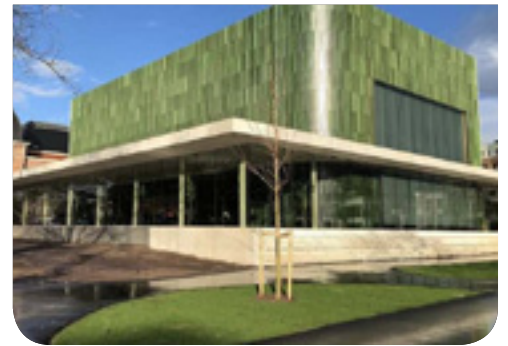
Antoon van Hooftplein 1 | 6816 SH Arnhem | 026-3537 201  
www.safarimeetingcentre.nl | events@burgerszoo.nl



### Fort Lent

"Ongekende mogelijkheden voor uw feest, bruiloft, bedrijfsfeest, diner of vergadering"

Bemmelsedijk 4 | 6663 KZ Lent | T 024-32 317 46  
info@fortlent.nl | www.fortlent.nl



### Musis Stadstheater

"Musis & Stadstheater is al meer dan 100 jaar het kloppende culturele hart van Arnhem"

Velperbinnensingel 10 | 6811 BP Arnhem  
T 026 - 37 207 10 | evenementen@musisenstadstheater.nl  
www.musisenstadstheater.nl



### The Green Meeting Centre

"Klimaatneutraal vergaderen in hartje Arnhem"

Nieuwe Stationsstraat 10 | 6811 KS Arnhem  
026 - 353 78 40 | welkom@thegreenarnhem.nl  
www.thegreenarnhem.nl



### Hotel en Kasteel Parc Spelderholt

"Lommerrijk landgoed op de Veluwe, waar iedereen welkom is!"

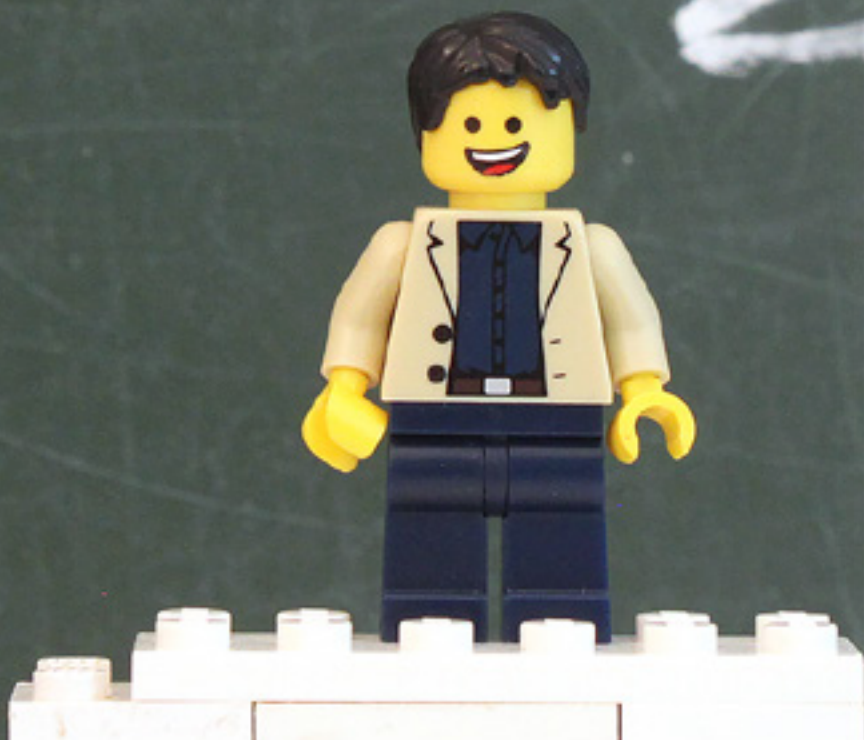
Spelderholt 9 | 17361 DA Beekbergen | T 055-506 88 05  
info@parcspelderholt.nl | www.parcspelderholt.nl



### Apenheul

"Een zakelijk evenement in een natuurpark met honderden apen..."

J.C. Wilsaan 21 | 17313 HK Apeldoorn | T 055-357 57 00  
reserveringen@apenheul.nl | www.apenheul.nl





Meetings met impact

# En de vice president van LEGO stond kalm op...

**In een interview met Per Kristiansen, co-creator van LEGO Serious Play in Kopenhagen, deelde hij met mij een vergadering die hem nog altijd bij stond. Het was de vergadering van 11 september 2001 (wat later de geschiedenis is ingegaan als '9/11') in de boardroom van het hoofdkantoor van LEGO in Billund, Denemarken. Daar gebeurde twee bijzondere dingen bijna tegelijkertijd. Per en de rest van de board zaten nog bij te komen van het bericht over de aanslag op de Twin Towers in New York, wetende dat hun collega's van LEGO USA daar zo'n twee blokken verder zaten, en Per besepte dat hij daar over een dag of tien ook zou zitten...**

Tekst Rob de Haas, Ongewoon Goed Vergaderen

**S**amen met de andere leden van de board zaten ze in een wat bizarre, onwerkelijke 9/11- roes, toen een projectteam van interne en externe mensen een nieuw icoon voor LEGO aan de board presenteerde: een zittende kat. Na de presentatie bleef het misschien maar een minuutje stil, alvorens de vice-president rustig opstond en briepte: "Deze zittende kat kan nooit ons bedrijf voorstellen, daar het volledig niet in lijn is met het DNA van ons bedrijf. Al ons LEGO-materiaal staat voor actie en zal dat altijd blijven doen." Met deze gedenkwaardige woorden op die bijzondere vergadering van 9/11 herijkte de vice-president, aldus Per, voor altijd het merk waar LEGO voor staat en voor altijd zal blijven staan.

## MEETINGS DIE JE PERSOONLIJK RAKEN

Zo'n vice-president van LEGO die dan gewoon opstaat en vanuit zijn hart zijn team toespreekt; dat maakt dan kennelijk een hele bijzondere indruk. "De belangrijkste meetings in mijn leven", zo begint Laila Pawlak, mede-oprichtster van Singularity University Kopenhagen, "zijn vooral die meetings die een transformerend effect hebben voor het hele team. Ze voelen letterlijk als een enorme acceleratie, nog heel lang resonierend. Zo herinner ik mij een bijzondere bijeenkomst met onze kerngroep waarbij wij met behulp van LEGO Serious Play individueel en samen op zo'n bijzonder persoonlijke wijze onze betrokkenheid met de strategische keuzes deelden: kwetsbaar, gepassioneerd en vol vertrouwen!"

## UITZONDERLIJK GEDRAG

Op de 'Happiness at work' conferentie van 18-19 mei 2017 in Kopenhagen deelde manager Michael Lindgaard

Hedemann een voor hem onvergetelijke bijeenkomst bij zijn bedrijf: "In 1992 de Middelfart Sparekasse zat voor het eerst in haar rijke historie in zwaar weer. Voor het eerst werd verlies geleden, en er heerste veel onrust en spanning in het bedrijf. Veel mensen waren bang om hun baan te verliezen. De toenmalige president nam het besluit om iedereen in de eerste week van april dat jaar toe te spreken en zijn visie op de zaak te geven. Nadat hij op die bewuste bijeenkomst was aangekondigd, stapte hij naar voren en bleef ten overstaan van al zijn medewerkers zeven minuten zwijgen... De spanning was te snijden, je kon een speld op de grond horen vallen. En het werd muis- en muisstil. De president van de bank stapte rustig het podium op en liet een stilte vallen van maar liefst zeven minuten, zeven onvergetelijke minuten, om vervolgens het woord te nemen voor een - wat later bleek - historische toespraak:

*"Beste mensen, het is tijd voor verandering. Echte verandering. We hoeven helemaal niet naar buiten te kijken om nieuwe mensen aan te nemen. U, dames en heren, bent ons grote voordeel in de concurrentiestrijd. Het moment van de waarheid, is het moment waarop u in persoonlijk contact bent met de klant. Dat is het moment waarop wij voor de klant het verschil zullen gaan maken. Ik zorg er persoonlijk voor dat binnen 24 uur alle regels en afspraken worden afgeschaft. U en ik moeten samen nieuwe afspraken maken die dat moment van de waarheid volledig ondersteunen. Er is niets anders wat we hoeven te doen."*

Sindsdien worden voorstellen voor nieuwe afspraken en regels binnen deze bank altijd door een delegatie van alle afdelingen beoordeeld op 'in hoeverre zij bijdragen aan onze momenten van waarheid', en na die zware periode heeft de bank slechts een kwartaal verlies gedraaid; het kwartaal na 9/11. Momenten van oprechte, authentieke betrokkenheid vormen het onzichtbare weefsel voor onderlinge verbinding en het gevoel van 'erbij horen', de sleutel voor duurzaam succes.



## LOCATIE

# De Rijtuigenloods

**E**en industrieel rijksmonument op een historisch spoorcomplex. Midden in Nederland en op loopafstand van station Amersfoort. De Rijtuigenloods is zo'n locatie die alles mee heeft!

## FACTS & FIGURES

- » Geschikt voor beurzen, congressen en bedrijfsfeesten
- » Grote zaal (2.850 m<sup>2</sup>) en 15 subzalen (30 - 150 m<sup>2</sup>)
- » Midden in Nederland, goed bereikbaar per auto en OV
- » 200 - 2.000 personen
- » Parkeren op eigen terrein

De Rijtuigenloods is niet voor niets als jaren een zeer populaire locatie voor middelgrote en grote evenementen. Jouw gasten lopen straks via een industrieel terrein dit rijksmonument binnen. Binnen herinneren de originele spoorrails, takels aan het dak en oude treinwagons aan het histori-

sche spoorverleden. Door het hoge dak valt veel licht binnen, het trendy interieur en de hypermoderne faciliteiten maken het plaatje compleet. Als dat geen wow-gevoel bij je gasten oplevert!

Ook praktisch kan je alle kanten op. De locatie beschikt over 3.300 m<sup>2</sup> vloeroppervlak (gelijkvloers) en grote transportdeuren waardoor je moeiteloos al je behoeften naar binnen brengt. Break-outs en workshops geef je in één van de historische treinwagons, terwijl je gasten bij food corners genieten van hapjes en drankjes.



Eindejaarsevent of kerstborrel organiseren? Bekijk 10.000 m<sup>2</sup> aan mogelijkheden op [derijtuigenloods.nl](http://derijtuigenloods.nl)





## KLM beleving

Mijn nachtmerrie is werkelijkheid geworden. De eerste keer dat ik deze droom had, was de nacht voor vertrek naar Stockholm voor een salestrip toen ik als Sales Representative startte bij het mooie Hotel Okura Amsterdam in 1989. Wat was de nachtmerrie? Dat ik mijn vlucht miste. Horrorscenario. Zakelijk een groot probleem maar privé ook geen lekker verhaal. Daarom bereid ik altijd alles goed voor. Nooit te laat en nooit stress.

Behalve twee weken geleden. Door mijn eigen toedoen ging er al veel fout in het voortraject. Na een 'wake-up'-drama - waarvan ik de details achterwege laat - kon ik niet parkeren bij station Weesp. Dus week ik uit ergens langs de provinciale weg en in tien minuten rende ik terug naar het station en pakte ik een trein later. Pff. Ik zit. Hijgend met het zweet op mijn hoofd en twee grote tassen op mijn schoot. Trein bomvol en veel chagrijnige gezichten die in doodse stilte naar hun smartphones turen. Maar ik niet! Ik ga klimmen in de mooie bergen van Zwitserland en vlieg naar Genève! Het 'grote genieten' is bijna aangebroken!

Maar dan begint de nachtmerrie. Ik kijk nog even op mijn ticket en schrik me kapot. Ik ben een uur te laat! Hoe kan ik zo stom zijn? Razendsnel denk ik na over de scenario's. Trein komt om 09.48 aan en 'bagage drop' sluit om 09.58 uur. Dat gaat nooit lukken. Toch ga ik rennen van de trein naar de incheckbalies. Mooie conditietest. Met de tong op de schoenen en een totaal oververhit rood hoofd kom ik de hal binnenrennen. Als een 'warrior' schat ik mijn kansen in. Kansloos. Lange rijen. Dan kies ik als laatste redmiddel voor 'drama' als ik in de verte drie KLM-stewardessen zie staan. Ik ren op ze af en behoorlijk hysterisch roep ik ze toe: 'Ik ga mijn vlucht missen, kunt u mij helpen?'.

Ik word wakker in het vliegtuig. Heb ik dit gedroomd? Was dit nou weer die hardnekkige nachtmerrie? Nee, het is echt gebeurd en de KLM was die ochtend in één keer honderd keer meer waard! De stewardessen hebben fantastisch geholpen door me voorrang te geven. Bij een andere balie, een andere route en de lange rijen omzeilend. In één keer zat alles mee. Security ging snel en ondanks dat ik nog 'even' naar D87 moest rennen, haalde ik mijn vlucht. Wat zijn die drie dames van de KLM goud waard! Ik riep ze nog na: 'Ik zou jullie alle drie wel een kus willen geven, maar we kennen elkaar nog niet zolang'. Vriendelijk lachten ze me toe. Weer een 'happy traveller' dachten ze waarschijnlijk. Graag gedaan.

Stel nou dat iedereen af en toe wat extra's doet en de regels even terzijde schuift? Dat je de vrijheid krijgt om iemand dat speciale gevoel te geven en iets oplost ook al heeft de klant het zelf veroorzaakt? Dat je het samen leuk vindt om mensen een positieve ervaring te bezorgen die ze nooit meer vergeten? Wat zou dat een mooie wereld zijn. KLM, dankjewel!

*Wouter Olland*

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



Rent  
Around.nl

Dé online showroom en kassa van  
elke AV Verhuurder

MÉÉR DAN 25.000  
PRODUCTEN OP

RENT  
AROUND!

T 055 - 3125450 - E INFO@RENTAROUND.NL

I WWW.RENTAROUND.NL

Op zoek naar een unieke locatie voor uw event?

[www.vandervalkamsterdam.com/vergaderen](http://www.vandervalkamsterdam.com/vergaderen)



VAN DER VALK  
AMSTERDAM - AMSTEL

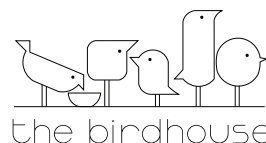
WICKEDGROUNDS



Creatieve ruimtes in Amsterdam en Rotterdam

## THE BIRDHOUSE

Restaurant en bar The Birdhouse, geïnspireerd op de vogeltuinen van het tegenovergelegen Artis, ligt midden in de Plantagebuurt. Van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat ben je hier aan het juiste adres voor heerlijke bites, smakelijke gerechten, fijne koffie, lokale bieren en ciders, birdhouse cocktails en nog meer lekkers.



Plantage Middenlaan 46 • 1018 DH Amsterdam • [info@thebirdhouse.nl](mailto:info@thebirdhouse.nl)  
@thebirdhouseamsterdam • [f The Birdhouse Amsterdam](https://www.facebook.com/TheBirdhouseAmsterdam) • [www.thebirdhouse.nl](http://www.thebirdhouse.nl)

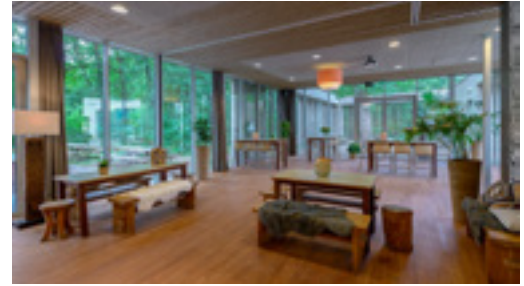


## SPECIALLY FOR YOU

Groepen van 10 tot 150 personen kunnen rekenen op speciale menu's en arrangementen in de tuinzaal, die uitzicht biedt op de mooie binnentuin. Of je nu kiest voor een borrel en bites, een lunch of diner, koffie met huisgemaakte taarten of een winetasting; bij The Birdhouse is alles mogelijk. Van tevoren of erna overnachten doe je in het bijbehorende boutique hotel The Lancaster Hotel.



Voor reserveringen,  
een offerte of meer  
informatie, bel met  
+31 (0)20 85 25 200



# Vergader midden in de natuur!

**Stayokay Soest: niet alleen een duurzaam hostel, maar ook uitgeroepen tot één van beste vergaderlocaties van Nederland. Dit jaar heeft deze locatie namelijk de eerste prijs van de Nationale Meeting Award in de categorie M in de wacht gesleept.**

ligt het hostel op nog geen 10 minuten wandelen vanaf station Soest-Zuid. Komt er toch veel reistijd bij kijken of wordt het een lange vergaderdag? Dan is het natuurlijk altijd mogelijk om een kamer te boeken in het hostel. Zo kan je heer-

lijk uitrusten en ervaar je bovendien het Stayokay vakantiegevoel!

**KIES VOOR DEZE VERGADERBELEVING**  
Jouw meeting naar een ander level tillen? Vraag nu een offerte aan via [soest@stayokay.com](mailto:soest@stayokay.com) of bel naar (0)35 601 2296. Een 8-uurs vergaderarrangement boek je al voor 39,50 p.p. per dag.

We kunnen niet wachten om je te verwelkomen in ons hostel!  
[stayokay.com/soest](https://www.stayokay.com/soest)

## WAT MAAKT DEZE PLEK ZO BIJZONDER?

Stayokay Soest staat bekend om zijn gastvrijheid, de fijne sfeer en het echte 'out-of-the-office-gevoel'. Met de drie hectare rust en ruimte heb je alle vrijheid om goed te brainstormen. De locatie beschikt over zes multifunctionele zalen, een bar, grote terrassen voor een borrel en een gezellig restaurant voor een groepslunch. Voor een extra inspiratierondje kun je ook altijd een bezoek brengen aan de Soester Duinen. Dit natuurgebied vind je op loopafstand!

## CENTRAAL GELEGEN

Nog een groot pluspunt: Soest ligt centraal in het land. Dit maakt het voor iedereen makkelijk bereikbaar. Bovendien



# SUBLIEM SINDS 1986



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

### Aula stapelstoel

- Verticaal stapelbaar, geen verloop, onbeperkte hoogte.
- Licht gewicht kunststof - 6 kg - i.s.m. BASF (recyclebaar).
- 6 kleuren met alle stoffeeropties.
- Afneembare of toevoegbare arMLEUNINGEN en / of schrijftablet.
- Verschuifbare koppeling onder de zitting.
- Koppeling zonder armen, met 1 arm of 2 armen met 1 koppeling.
- Alle gangbare certificaten verkrijgbaar.

**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





## LOCATIE

# Midden Nederland Hallen

**E**en energieneutraal evenementencomplex in het midden van het land, waar je door de combi van ruime en hoge ruimtes elk soort bedrijfsevenement kunt houden?

350 personen) zijn al sfeervol voor je gestyled, waardoor je met een paar kleine aanpassingen de sfeer neerzet die past bij jouw merk en evenement.

## FACTS & FIGURES

- » Geschikt voor beurzen, congressen en bedrijfsfeesten
- » Grote expohal, auditorium en 20 subzalen
- » In het midden van het land, direct aan de snelweg A30
- » 100 - 2.500 personen
- » 1.750 parkeerplaatsen

Maak kennis met de Midden Nederland Hallen. Een turn-key locatie mét de vrijheid en flexibiliteit die je zoekt. In de expohal (2500 m<sup>2</sup>, 14 meter hoog) en het auditorium (tot 2500 zitplaatsen) kun je jouw evenementenconcept volledig tot leven brengen. De 20 sub- en ontmoetingsruimtes (50 tot

## Winterse sferen

De hele maand december is de expohal van de Midden Nederland Hallen omgetoverd in winterse sferen, met sfeerhaarden, kersverlichting, winterfoodcorners en een grote ijsbaan. Perfect voor een kerstborrel of eindejaarsfeest.

Eindejaarsfeest organiseren? Bekijk 10.000 m<sup>2</sup> aan mogelijkheden op [middennederlandhallen.nl](http://middennederlandhallen.nl)



Foto: Rogier Bos

Foto: Rogier Bos

**THE HAGUE**  
CONFERENCE CENTRE

*New Babylon*



# THE HAGUE CONFERENCE CENTRE

OPENT HAAR DEUREN IN SEPTEMBER 2019

- Maar liefst 20 zalen variërend van 20 tot 650 personen
- Waanzinnig bereikbaar naast Den Haag Centraal
- 1400 parkeerplaatsen onder het gebouw
- Unieke branding mogelijkheden

✉ [events@thehagueconferencecentre.com](mailto:events@thehagueconferencecentre.com)

🌐 [www.thehagueconferencecentre.com](http://www.thehagueconferencecentre.com)

☎ +31 (0)70 205 1200





## BUFFERBUFFET

Een prachtige kamer met magnifiek zicht op de spiegelgladde azuurblauwe Middellandse Zee vol witte zeilbootjes en in de verte - bij helder weer - de grillige krijtrotten van Corsica. Dit was alvast een veelbelovend begin van de vakantie. Wat wil een mens nog meer? In ons geval in geen geval bezoek aan musea, middeleeuwse kerken die op het punt van instorten staan of ander cultureel gedoe. Altijd al een bloedhekel aan geschiedenis gehad. Ook geen oervervelende (goh, het was toch verder dan gedacht) toertjes in de bloedhitte naar de top 10 bezienswaardigheden die de moeite van het zien niet waard blijken. Wij willen vooral eten, heel lekker eten, te beginnen met een uitgebreid ontbijtbuffet.

Nieuwsgierig begaven we ons naar het restaurant, wat voor lekkers zou ons te wachten staan? Op het terras stond een tafel met een enorme mand vol fruit. Goedkeurend liepen we erlangs op weg naar het buffet. Fruit is een sluitpost tijdens de vakantie. Fruit, alleen als er heel misschien nog een gaatje over is. Bovenmatig gezond eten doen we wel weer als we thuis zijn. Eerst eens kijken wat het buffet te bieden heeft. We keken links, we keken rechts, binnen, buiten, nergens een buffet te bekennen.

Enigszins in verwarring gingen we alvast aan een tafeltje zitten. 'Misschien wordt het ontbijt ouderwets uitgeserveerd', merkte mijn reisgezelschap hoopvol op. 'Ik ga het wel even vragen', antwoordde ik en liep naar binnen. Onderweg zag ik overal borden met fruit, fruit en nog eens fruit op de tafeltjes staan en zag mensen ontspannen perziken schillen, kiwi's uithollen en ander fruit ontdoen van velletjes of pitten. Het werd mij langzaam duidelijk...

'U kunt nemen zoveel u wenst', wijzend op de fruitmand zei de dame die onze bestelling voor één kop koffie óf thee opnam. We konden kiezen uit vier soorten croissants: naturel, crème, jam of chocola. Maximaal één croissant per persoon. 'Wilt u meer? Dat kan tegen bijbetaling'. Beteuterd keken we elkaar aan. Ik had de reis geboekt, had ik soms niet goed gelezen? Ik, de locatie-expert die iedereen altijd graag überkritisch mijn commentaar opdringt, had nu zelf iets heel belangrijks over het hoofd gezien: de perfecte start van de ultieme vakantiedag. Ik zweeg. En at fruit.

Een week lang. De eerste dag nog met frisse tegenzin maar als snel begon ik het ultravers geplukt fruit te waarderen. Zo van de boom of struik op tafel. Soms met een beurs of schimmelig plekje, reuze nectarines, goddelijke druifjes, sappige peertjes. Alles geweldig van smaak. Na een paar dagen begon het ons op te vallen dat het eten van louter fruit een verzadigende werking heeft. Bijkomend voordeel: een gezonde trek rond lunchtijd. Geen dips, geen hongergevoel. Zelfs 's avonds geen bunkeraanvallen meer. Het beviel goed, heel goed zelfs. Ik besloot ter plekke dit nieuwe 'dieet' als nieuwe levensstijl voort te zetten.

Op doorreis naar een andere vakantiebestemming brachten we als 'stop over' de nacht door in het Hilton op Schiphol. Een ruime kamer, comfortabel bed, een balzaal als badkamer en ook hier spectaculair uitzicht. Inclusief ontbijt. Een buffet zo lang dat je het einde niet kon zien. Mijn innerlijke stem dirigeerde mij naar het fruit. 'Neem ons, wij zijn lekker en goed voor je'. Ondertussen verbaasde ik mij over wat zo'n buffet voor gedrag uitlokt. Langs het buffet stonden de gasten, balancerend als circusartiesten met hun borden torenhoog opgestapeld. Pakken wat ze pakken konden. Meer, nog meer. Ik zag zelfs mensen een buffer samenstellen voor de lunch, take-away, gewikkeld in servetten.

Maar niemand nam fruit. En ik? Dat laat zich raden...

*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)



## LOCATIE

# Amsterdome

**O**f je nu valt voor de indrukwekkende architectuur, het unieke verhaal of het circulaire karakter; wie een zakelijk evenement in Amsterdam organiseert, kan niet om de Amsterdome heen.

## FACTS & FIGURES

- » Geschikt voor bedrijfsfeesten, congressen en productpresentaties
- » Plenaire congreszaal, horecapaviljoen en 16 subruimtes
- » Aan de A5, dicht bij station Amsterdam Sloterdijk en Schiphol
- » 200 - 1.000 personen
- » Parkeren op loopafstand

De iconische koepel van het voormalige nationale luchtvaartmuseum is zo'n plek met de wow-factor. Ook binnen, waar het strakke lijnenspel en industriële interieur (van gebruikte materialen!) opvallen. Maar vergis je niet, deze locatie heeft niet alleen de looks. De plenaire congreszaal (met 17

meter breed scherm) is een blackbox waar je alle kanten in op kan en de akoestiek top is. Vlak onder het koepeldak vind je een tweede plenaire zaal, vanaf het horecapaviljoen heb je een prachtig uitzicht en dan zijn er nog 16 flexibele subruimtes voor break-out-sessies. Amsterdome is bovendien een verantwoorde keuze: de locatie is opgebouwd uit hergebruikte materialen, de locatie is gasloos, de stroom komt van zonnepanelen en je lunch of diner wordt gemaakt van streekproducten. Alle reden om deze locatie snel te ontdekken!



Eindejaarsevent of kerstborrel organiseren? Bekijk 5.000 m<sup>2</sup> aan mogelijkheden op [amsterdome.nl](http://amsterdome.nl)





## Nederlands hotelmarkt breekt alle records

De Nederlandse hotelmarkt heeft het afgelopen jaar een absolute piek bereikt, zo blijkt uit onderzoek van Horwath HTL. De bezettingsgraden, gemiddelde kamerprijzen en omzetten zijn hoger dan ooit tevoren. De gemiddelde bezettingsgraad van de Nederlandse hotels is gestegen van 77,2% in 2017 naar 77,7% in 2018. Daarmee evenaren de hotels het record van 1998. De bezettingsgraad is de afgelopen jaren sterk hersteld. Na de meest recente crisis was de bezettingsgraad in 2012 gedaald tot 66,7%. De gemiddelde kamerprijs is vorig jaar gestegen van € 112 naar € 120, een stijging van ruim 7%. Het is het vijfde jaar op rij dat de kamerprijzen stijgen. In totaal is de gemiddelde kamerprijs in deze vijf jaar gestegen met 26%. De gemiddelde kamerprijs is op absoluut recordniveau, sinds het begin van de metingen in 1978. Voor het eerst het niveau van 2002 gepasseerd, toen de vorige recordprijs van € 114 werd gerealiseerd. Als gevolg van de hoge bezettingsgraden en kamerprijzen heeft de omzet per hotelkamer eveneens een record gevestigd. Gemiddeld door het jaar heen levert een Nederlandse hotelkamer in 2018 € 93 per dag op aan kamerhuur. Dit is 7% meer dan in 2017, en 40% meer dan in 2013. Uit het onderzoek van Horwath HTL blijkt dat de Nederlandse hoteliers de komende jaren geen sterke groei meer verwachten. De toenemende onzekerheid over de wereldeconomie, onder invloed van onder meer de Chinees-Amerikaanse handelsconflicten en de aanhoudende Brexit-perikelen, leidt ook tot zorgen bij de hoteliers. Van de ruim 400 ondervraagde hoteliers verwacht minder dan de helft, 49%, dat de bezettingsgraad in 2019 nog verder zal stijgen. Circa 10% verwacht een stabiele bezetting te kunnen realiseren, terwijl 41% rekening houdt met een daling. Desondanks zullen de kamerprijzen naar verwachting nog wel blijven stijgen: 65% van de hoteliers verwacht een prijsstijging, 6% een stabilisatie en 29% een daling.



Nieuwe serie:

## De toekomstige managers in de gastvrijheidsindustrie

De komende vier jaar gaan Meeting Magazine en Efficient Hotel Partner zes studenten van Hotelschool The Hague (vestiging Amsterdam) volgen. Twee keer per jaar vragen we hen naar hun ambities, hun dromen, hun visie op de hospitalitybranche en welke onderwerpen zij belangrijk vinden. Als aftrap van deze serie interviewde Marianne Kuiper, eigenaar van Efficient Hotel Partner en de Music Meeting Lounge, directeur Paul Griep over de opleiding en uit welk hout de studenten zijn gesneden. Dit artikel verscheen in de juli-editie en is online terug te lezen. Ook vind je hier de video waarin de zes toekomstige managers in de gastvrijheidsindustrie zich voorstellen. In het najaar verschijnen de eerste interviews.

## Hotel Bos & Ven wordt luxueus mansion

Het befaamde hotel aan het Oisterwijkse Klompvsn sluit haar deuren voor een transformatie tot luxueus Mansion met veertien ruime villa-appartementen. Het historische pand en de Engelse tuin blijven echter volledig intact en behouden daarmee het unieke en karakteristieke aanzicht. De familie Verhoeven – sedert dertig jaar eigenaar van het hotel – blijft bovendien zelf mede-eigenaar van enkele appartementen voor de verhuur. De verbouwingswerkzaamheden worden in eigen beheer uitgevoerd en starten naar verwachting nog dit jaar. De toekomstige bewoners kunnen dan medio zomer 2020 hun intrek nemen. Mansion Hotel Bos & Ven in de huidige vorm opende in september 1992 haar deuren. De hotelcapaciteit van 40 kamers en de ligging in een luxe villawijk stonden al enige tijd op gespannen voet met de wenselijke en noodzakelijke groei van het viersterrenhotel. Dit heeft de eigenaren doen besluiten alle horeca-activiteiten te concentreren in het amper twee kilometer verderop gelegen Landgoed De Rosep. Sinds 1986 dankt dit luxe verwenoord haar naam en faam vooral aan de vele nationale en internationale voetbalteams die er neerstreken. Ook als zakelijke vergaderlocatie geniet De Rosep grote bekendheid. Met 70 hotelkamers, culinair à la carte restaurant en een ruime zalencapaciteit biedt het hotel ruim voldoende werkgelegenheid voor alle medewerkers van Bos & Ven.



Mystery visit Louwman Museum

# Imposant en professioneel

**Ons land kent vele bijzondere locaties, maar maken ze ook hun beloftes waar? In deze rubriek gaat een mystery guest van Mystery Review voor Meeting Magazine op onderzoek uit. Ditmaal gaat het Louwman Museum de uitdaging aan.**

## ONLINE ORIËNTATIE

De website van het Louwman Museum is prachtig en zeer informatief. Doorklikken naar relevante zakelijke informatie is gemakkelijk. Het fotomateriaal is uitnodigend en per zaal is duidelijk aangegeven wat de kosten zijn en wat daarbij inbegrepen is. Er kan worden doorgelinkt naar onder andere een plattegrond van het gebouw met de locatie van de zalen, informatie over banners en spandoeken, gegevens van hotels in de omgeving en naar vergaderarrangementen. Een duidelijke, prominente verwijzing naar de cateraar en diens kwaliteit ont-

breekt, terwijl de catering een belangrijk aspect van een event is. Opvallend is de vermelding dat bij meer dan 60 personen een meerprijs geldt.

Op de contactpagina van het zakelijke gedeelte staan drie eventmanagers vermeld. De eerste telefonische poging tot contact eindigt in het verzoek om een e-mail kan sturen. Via een contactformulier, waar telefonisch niet naar verwezen wordt, stuurt de mystery guest diens vraag in. Binnen een werkdag belt Anouk, die de mystery guest enthousiast en vriendelijk te woord staat. Er wordt direct gekeken naar de praktische kant van de vraag, de datumplanning en er volgt een concreet voorstel. Anouk stuurt dezelfde dag alvast een globale offerte. Die geeft de indruk dat de vraag goed begrepen is en geeft een welkom gevoel.

Op de website staat uitgebreide informatie over de bereikbaarheid. Wel doet de locatie er goed aan om de OV-informatie op de website te controleren, aangezien de informatie over de tijdelijke verbinding van bus 444 uit 2017 stamt.

## ONTVANGST EN RONDLEIDING

De locatie is makkelijk te vinden en prima bereikbaar. Betaald parkeren kan in de ondergrondse garage. Voertuigen van 40 jaar en ouder mogen gratis op het

grote plein voor de ingang worden geparkeerd, en dat geldt ook voor voertuigen die een mindervalide persoon vervoeren. De entree is indrukwekkend. Een oprijlaan met aan beide zijden een stenen leeuw op een zuil en mooi gesnoeide hagen leidt naar een imposant gebouw. Vanwege de zomervakantie staat er bij de receptie een rij, deels buiten. Dit doet wat kneuterig aan bij een gebouw van deze omvang. De vriendelijke receptioniste is niet op de hoogte van de afspraak met Anouk, die kort na haar belletje bij de receptie verschijnt om de mystery guest op te halen. De route naar de zalen is niet direct duidelijk, al komt dat mede door het feit dat de Grote Hal veel indruk maakt. De zalen zien er pico bello uit. Het meubilair oogt goed onderhouden en alles staat er netjes bij. Het is overal erg schoon. In de gang bij de zalen zijn voldoende toiletten. De garderobe is bij de ingang van het museum, en deze is onbewaakt. Het museum heeft geen rookruimte. Er mag buiten voor de ingang gerookt worden waarvoor na sluitingstijd de deur even van het slot kan.

Het restaurant bevindt zich op het Museumplein; een overdekte, sfeervolle ruimte binnen in het gebouw die volledig in jaren 20-stijl is ingericht. Net als in de Grote Hal en de Shoichiro Toyota zaal staan er historische auto's geparkeerd. De medewerkers zien er representatief uit.



De bediening is vriendelijk en prettig. Huiscateraar House of Lords is volgens Anouk erg klantvriendelijk en verzorgt persoonlijke en exclusieve catering volledig naar de wens van de opdrachtgevers. Ook zijn er verschillende mogelijkheden wat betreft het serveren van de gerechten. Alle zaken met betrekking tot de catering kunnen opdrachtgevers direct met House of Lords afstemmen. Anouk zal hen vragen contact op te nemen. Wat betreft de hotelkamers wordt verwezen naar de selectie op de website. Anouk geeft aan dat één van de hotels zich op 1,5 kilometer van het museum bevindt. Er zijn er geen

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 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)



speciale afspraken met de hotels. Wel is er een samenwerking met een partner die het boeken van hotelkamers volledig kan verzorgen.

#### EINDOORDEEL

Het Louwman Museum is een uniek museum dat het verhaal van de ontwikkeling van de automobiel op een boeiende manier vertelt. Het gebouw is imposant en straalt professionaliteit uit. Qua sfeer en grootte is er een ruime keuze. Complimenten zijn er voor Anouk die als professionele en enthousiaste gastvrouw het museum uitstekend weet te verkopen. Ook vraagt ze gericht naar het vervoer, het doel van de bijeenkomst, de doelgroep en de gewenste sfeer. Ze geeft goede suggesties. De mystery guest kan deze locatie dan ook van harte aanbevelen.



# EHP **EFFICIENT HOTELPARTNER** 21 JAAR!

## JIJ DE COMPLIMENTEN, WIJ HET WERK!

HOTELKAMERS RESERVEREN?  
VERGADERLOCATIE NODIG?  
CONGRES ORGANISEREN?

Zorgeloos uitbesteden?  
**Let's make a deal!**

- Oplossingen die passen bij jouw wensen
- Onverwachte suggesties die een bijdrage leveren aan jouw bijeenkomst en evenement
- Voorstellen waar je zelf nooit op gekomen was

Efficient Hotel Partner, al 21 jaar een betrouwbare partner in het zoeken en boeken van hotels en externe vergaderlocaties.

Badlaan 1 BIS | 1182 JJ Amstelveen | [mail@hotelpartner.nl](mailto:mail@hotelpartner.nl) | 020 345 23 22 | [www.efficienthotelpartner.nl](http://www.efficienthotelpartner.nl)

## 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.



**BOEK ALVAST VOOR HET NAJAAR**

NEDERLANDS  
**OPENLUCHT  
MUSEUM**



#### ENKELE VERBETERPUNTEN:

- De vergaderarrangementen komen beter uit wanneer deze elk een eigen pagina hebben, dat geeft een minder vol beeld en de informatie wordt daardoor toegankelijker.
- De informatie over de cateraar en diens kwaliteit is summier. Deze mag wat prominenter in beeld wat meer inhoudelijke informatie bevatten.
- Een meerprijs bij groepen groter dan 60 personen komt vreemd over. Volume verlaagt de kosten per persoon, al gelden er natuurlijk treden. Dit zou moeten worden opgenomen in een gemiddelde prijs per persoon.
- Een duidelijk plattegrondje hier en daar aan de muur is handig; de bezoeker weet op de benedenverdieping soms niet waar hij of zij zich in het gebouw bevindt.
- Voor evenementen zijn mobiele garderobes een aanrader; van aanvang tot en met de borrel bij de zaal en pas na sluitingstijd van het museum bij de uitgang.
- Een aparte rookruimte die ook na sluitingstijd toegankelijk is zonder het museum te moeten verlaten of de voordeur (bij de onbewaakte garderobe) van het slot te moeten doen, oogt netter.
- Tijdens drukke periodes kan de organisatie bij binnenkomst beter zo geregeld worden dat er geen rij ontstaat of wel dat de rij binnen staat. De uitgang moet vrij blijven voor degenen die het museum willen verlaten.

#### Reactie van Anouk van der Plas, Travel Trade & Eventmanager

"Wij hebben het bezoek van de Mystery Guest als zeer positief ervaren. Fijn dat er een goed en enthousiast beeld is verkregen over het Louwman Museum als evenementenlocatie! Wat betreft de preferred partners: Onze locatie is vrij van catering, wel hebben we een huis-cateraar genaamd House of Lords. Ook op het gebied van AV, meubilair & decoratie werken we met preferred partners samen. Wij bespreken altijd met onze opdrachtgevers met welke partner we gaan werken, dit kan ook een vaste leverancier van de opdrachtgever zelf zijn. Wij zijn daarin flexibel. Het Louwman Museum is inderdaad goed bereikbaar met het openbaar vervoer. De informatie op de website is aangepast, dank voor de tip! Aangaande de entree: We hebben deze zomer een druk bezochte tentoonstelling gehad. Erg trots zijn wij dan ook op de rij bij de entree! Nu was het ook vakantie en was het drukker in het museum dan op een normale doordeweekse dag. Wanneer er een bijeenkomst plaatsvindt in het museum wordt er duidelijk onderscheid gemaakt tussen de reguliere- en zakelijke bezoekers. Er is een aparte registratiebalie en we plaatsen bewegwijzering (indien gewenst met logo en tekst op maat) naar de zalen en toiletten. Ook is een bewaakte garderobe en rookruimte op maat mogelijk."





Philip van der Wees, bestuurslid VGF

## “Trigger om idee te realiseren”

Tussen een interessant thema en het organiseren van een congres ligt een grote drempel, weet Philip van der Wees vanuit zijn eigen wetenschappelijke achtergrond. Recentelijk trad hij toe tot het bestuur van het Voorfinancierings- en Garantiefonds (VGF). Hij beschouwt het als een belangrijke opdracht om deze financiële ondersteuning nu onder de aandacht te brengen van wetenschappers en universiteiten met een waardevol idee.

Tekst Aart van der Haagen

**A**ls hoogleraar paramedische wetenschappen (fysiotherapie, ergotherapie, diëtiek en logopedie) aan het Radboudumc en de Radboud Universiteit in Nijmegen is Van der Wees al vele jaren in de onderzoekswereld actief. “In het verleden heb ik zelf een actieve rol gespeeld in de voorbereiding en organisatie van het Wereldcongres Fysiotherapie en een congres van het Guidelines International Network, beide in Amsterdam. Zo kwam ik indirect in aanraking met het VGF. Weliswaar slaagden we er destijds in om het plaatje met financiële zelfstandigheid rond te krijgen, maar ik vond deze buffer in de voorfinanciering en een stukje risicoafdekking wel interessant genoeg om in het achterhoofd te houden. In mijn rol als bestuurslid zal ik nu, samen

met Paul Gruijthuijsen, actief het fonds promoten binnen universiteiten, hogescholen en onderzoeksinstituten. We brengen daarbij onze netwerken samen. Een andere belangrijke taak binnen het bestuur betreft het zicht houden op congressen waarvan de organisatoren om ondersteuning vragen. In principe voert onze directeur meestal een screening uit en kan zij met ons klankborden. Dan gaat het niet alleen over de inhoud van het congres, maar vooral ook over de begroting, met een inschatting van de deelnemersaantallen, de kosten en de opbrengsten.”

### LAATSTE HOBBEL

Binnen zijn eigen netwerk ziet Van der Wees nog wel eens dat een goed idee voor een interessant congres niet altijd tot wasdom komt. “Er zit natuurlijk enorm veel kennis bij wetenschappers en binnen universiteiten, maar de stap om een interessant thema internationaal te introduceren en bespreekbaar te maken, is erg groot voor een individu of een kleine organisatie. De weg naar een





#### VGF

Het VGF oftewel Voorfinancierings- & Garantiefonds behelst twee componenten, zoals de naam al impliceert. "Allereerst 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", vertelt Paul Gruijthuijsen, die de marketing voor VGF verzorgt. "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."

[www.vgf holland.nl](http://www.vgf holland.nl)



PCO oftewel een professionele partner voor de uitvoering van een congres weten zij over het algemeen wel te vinden, maar ze hebben veelal te maken met krappe budgetten. In het voortraject komen allerlei kosten om de hoek kijken die je pas later terugverdient, bijvoorbeeld voor het reserveren van een locatie en promotie van het evenement. Daarnaast bestaat het risico van tegenvallende bezoekersaantallen; hoe ga je dat afdekken? Op deze fronten kan het VGF zich als een waardevolle partner bewijzen. In feite nemen wij met onze stichting de laatste hobbel weg om wetenschappers in staat te stellen belangrijke thema's wereldkundig te maken en waardevolle kennis te delen."

#### GEEN ADDERTJES

Van der Wees beschikt over veel ingangen bij universiteiten en merkt vanuit zijn eerste ervaringen dat de boodschap die hij brengt positief wordt ontvangen. "Ik merk wel dat mensen die een congres zouden willen organiseren er in eerste instantie niet altijd op durven te rekenen. Als je vervolgens de randvoorwaarden scheidt, merken ze dat er geen addertjes onder het gras zitten, dat ze niet hoeven te vrezen voor wat in de kleine lettertjes staat. We stellen ons op als een flexibele, toegankelijke partner en hopen dat de kennisgeving met het VGF een trigger vormt om een idee te realiseren. Dan blijkt de stap naar het organiseren van een congres ineens een heel stuk minder groot, ook al komt er veel bij kijken. Het is belangrijk om de ondersteuning van het Voorfinancierings- & Garantiefonds goed onder de aandacht te brengen bij wetenschappers, zodat zij internationaal kennis kunnen delen, wat een positieve uitstraling geeft aan de Nederlandse inbreng in het desbetreffende vakgebied."



HUP in Mierlo

# Business as unusual

**Wie een team letterlijk en figuurlijk in beweging wil krijgen, kan bij HUP in het Brabantse Mierlo alle kanten op: de locatie beoogt niet alleen het sportiefste hotel van Nederland te zijn, maar biedt ook verrassende vergaderarrangementen met het accent op een actieve setting. Plezier en een tikje rebelsheid, daar houdt general manager Robert van Heeswijk wel van. Niet voor niets is het motto van HUP: business as unusual!**

Tekst Daphne Doemges-Engelen

**H**UP is onderdeel van de Carlton Hotel Collectie en bestaat als hotel en sportlocatie al tientallen jaren. “We behoren nog steeds tot de Carlton-groep, maar voeren sinds een paar maanden de naam HUP. Deze korte en krachtige naam belichaamt ons vernieuwende concept: we zetten mensen graag in be-

weging!” Vijf jaar geleden begon Van Heeswijk met zijn team aan een conceptverandering met als werktitel ‘het sportiefste hotel van Nederland’. “Vroeger bestond deze locatie uit een hotelgedeelte en een sportlocatie van meer dan tienduizend vierkante meter. Dat actieve element werd in de nieuwe positionering het uitgangspunt.”

## VLOER UIT GYMZAAL

Het Belgische ontwerp bureau Creneau tekende voor het interieur van HUP. Resultaat is een verrassende, frisse en energieke uitstraling. “Van oudsher zijn we één van de bekendere voetbalhotels van het land; we hebben hier topteams uit de hele wereld ontvangen. Dat sportieve aspect van onze locatie komt in al onze ruimtes terug in cijfers, quotes, kleuren en belijning. De houten vloer in de hotelbar en lounge ruimte komt bijvoorbeeld uit een oude gymzaal. Tegelijk is het niet alleen maar sport wat de klok slaat hier. We richten ons vooral ook op vervullen van een sociaal element: elkaar ontmoeten en tijd hebben voor elkaar. Gezinnen en actieve koppels weten onze locatie ook daarvoor steeds meer te vinden.”

## NEEM DE GLIJBAAN

Het aantal boekingen neemt gestaag toe sinds de vernieuwingen, geeft Van Heeswijk aan. Ook de zakelijke markt wordt door de vele faciliteiten sterk aangetrokken. “Sinds jaar en dag zijn we al een vergaderlocatie dankzij onze vele vergaderzalen op de eerste etage. Al deze

zalen zijn volledig gerenoveerd en bieden plaats aan groepen van acht tot duizend personen. Naast het corporate programma zorgen we ervoor dat iedereen de hele dag vol energie zit. We bieden diverse vergaderarrangementen aan op het gebied van teambuilding en fun. Maar het zit ook in kleine details: vanuit een vergaderruimte op de eerste etage dagen we mensen uit om met de glijbaan naar beneden te gaan voor een uitgebreide lunch.”

#### BREAK-OUT IN BALLENBAK?

Een rondje langs de zalen maakt duidelijk waar het onderscheidende aspect van HUP 'm nu in zit: er zijn ruimtes met tribunes, ideaal voor pitches en presentaties. “Naast de diverse work & flexzones, hebben we ook een ballenbak, die wel eens voor break-out of brainstormsessies wordt gebruikt. Er staat zelfs een vergadertafel in ons voetbalmuseum. De bioscoop op de begane grond is een geliefde plek om een dagprogramma aan een team te presenteren. En op onze giga tafelfootbal kunnen mensen in de pauze even stoom

afblazen. We hebben het liefst dat organisaties door het hele gebouw uitwaaien en gebruikmaken van al onze faciliteiten.”

#### COACHES

HUP wil triggeren, stelt de bevrogen general manager. “Ik zeg altijd: bij HUP werken coaches die zorgen voor de gast. Voor de meetingmarkt zijn we hard bezig om de programmering nog meer divers te

#### HUP in cijfers

- Bij HUP werken 120 medewerkers, de HUP-coaches. Het sportcentrum is volledig in eigen beheer.
- Er zijn vijftien verschillende vergaderzalen, variërend in grootte van 28 tot 663 vierkante meter.
- Het levenswerk van Oranjerfan en verwoed verzamelaar Jos Lenssen heeft bij HUP een prominente plek gekregen. Het museum op de eerste etage telt 650 originele wedstrijdshirts van clubs en nationale elftallen, 800 bekende voetbalboeken en nog veel meer bijzondere voetbalmemorabilia.
- Op ruim 10.000 vierkante meter kun je sporten, sporten en nog eens sporten: van fitness tot bowlen, van fietsen tot tennissen en van voetballen tot golfen en basketballen. Allemaal onder professionele begeleiding.

maken. Zo zijn we gestart met nieuwe vergaderarrangementen in HUP-stijl waarbij we linkjes leggen naar thema's als vitaliteit, gezondheid en voeding. De vraag naar actieve programma's neemt sterk toe. Juist door een origineel programma te bieden, kunnen we organisaties in beweging brengen.”

[www.hup.eu](http://www.hup.eu)



# 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



### Novotel Eindhoven

"Innovatief & inspirerend"

Anthony Fokkerweg 101 | 5657 EJ Eindhoven  
T 040 - 2914 506 | E H1018-RE@accor.com  
www.novotel-hotel-eindhoven.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"

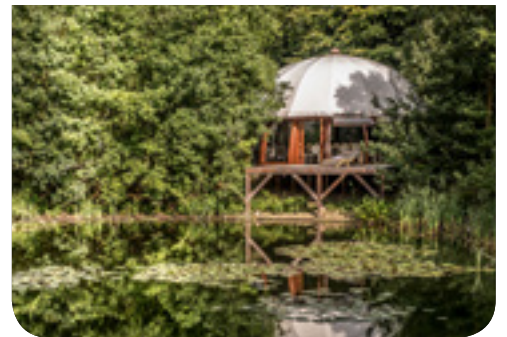
Arkweg 3 - 17 | 5731 PD Mierlo  
T 0492 - 678 911 | E sales@hup.eu  
www.hup.eu



### 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



Bilderberg Kasteel Vaalsbroek

# Andere wereld van 18 hectare

De naam Bilderberg Kasteel Vaalsbroek spreekt al tot de verbeelding. Diep in het zuidelijkste puntje van Limburg strekt het landgoed van achttien hectare zich uit over een prachtig dal, waar je je in een andere wereld waant, zeker tijdens meerdaagse meetings. Hier wordt elke vierkante meter ingezet om een bijeenkomst of evenement impact te geven.

Tekst: Aart van der Haagen

“Wanneer onze gasten de snelweg verlaten en via slingerende binnendoorweggetjes met lieflijke huisjes ernaast en koeien in de wei onze oprijlaan bereiken, hoeven wij ons hotel niet meer te verkopen”, glimlacht Mariëlle Haenen, Director of Conference Sales. Inderdaad raak je hier vanzelf in een vakantiestemming, ook al bezoek je Bilderberg Kasteel Vaalsbroek met een zakelijk doel. “Wij noemen het hier ook wel ‘een stukje binnenland in het buitenland’. Het scheelt ook niet veel, want het Drielandpunt op de Vaalserberg bevindt zich in de directe nabijheid. Onze locatie trekt al sinds het ontstaan van de hotelfunctie internationale gezelschappen aan, ook op zakelijk niveau. Naast het unieke karakter van deze grensregio die Nederland, België en Duitsland verbindt, vormt de aanwezigheid van een kasteel vaak een reden om een kamer of een zaal te boeken.”

Opvallend genoeg torent het niet boven een berg uit, maar ligt het juist in een dal, met een glooiend eigen landgoed dat wordt omringd door groene heuvels. Zuid-Limburg op zijn mooist.

## BLOEDLIJN MET DSM

De opgetekende historie gaat in ieder geval terug tot 1420. Zoals gebruikelijk kende het kasteel door de eeuwen heen verschillende eigenaren, totdat de Tweede Wereldoorlog eindigde en het in handen kwam van achtereenvolgens twee stichtingen die voor NV Staatsmijnen het beheer voerden. “Het functioneerde als ontvangst- en opleidingscentrum”, vertelt Haenen. “Zo loopt er nog altijd een bloedlijn met DSM, één van onze grote vaste klanten.” In 1999 transformeerde een Amerikaans concern het in een hotel en daarmee verwierf het internationale bekendheid. Tien jaar later liet Bilderberg haar oog op deze betoverende plek vallen en kocht het volledige landgoed met de gebouwen, wat een mooie uitbreiding van de portfolio naar het uiterste zuiden van Nederland betekende, met België en Duitsland in de directe nabijheid. Kasteel Vaalsbroek past precies bij de Nederlandse hotelgroep, die zich onder andere wil onderscheiden met unieke locaties.

## 22 ZALEN

Het hart van het landgoed bevat feitelijk twee gebouwen. Allereerst een separaat hotel met 130 comfortabele kamers, twee luxe boardrooms, een bistro, een à la carterestaurant en een wellnesscentrum, dat binnenkort een volledige renovatie ondergaat. Het ontbijt vindt plaats in het kasteel, waar bovendien voor grotere gezelschappen de lunch en het diner (met sinds kort ook live cooking) verzorgd worden. “We kunnen de beleving ‘s avonds bourgondisch comple-

teren met streekgerechten, zoals zoervleisj, bommeriger hoen, livarfilet of knien in 't zoer. Desgewenst ontvangen we de mensen op de binnenplaats, die we bij slecht of kouder weer overkappen. Dan houden we daar bijvoorbeeld een barbecue voor tientallen tot honderden zakelijke gasten. Als we alle ruimtes in het kasteel meetellen, kunnen we tot duizend personen tegelijk ontvangen. Het bevat 22 zalen met alle moderne faciliteiten, geschikt voor alle doelgroepen, van twee mensen die een bespreking willen houden tot 350 gasten die in het Morettipaviljoen met zijn theateropstelling een presentatie komen bijwonen." Dat Bilderberg Kasteel Vaalsbroek een heel speciale sfeer oproept ten opzichte van het gemiddelde vergader- en conferentiecentrum, behoeft geen betoog. "Het voelt hier echt als weg van huis, weg van kantoor. Je komt hier in een andere gemoedstoestand en dat zorgt ervoor dat de boodschap van het verhaal beter zal blijven hangen."

#### BOOGSCHieten, SCHERMEN, VALKERIJ

Bilderberg introduceerde twee jaar geleden het concept #outoffoffice, dat sterk inzet op het bovenstaande. Elk van de locaties stelt haar eigen unieke programma van activiteiten samen, bedoeld om zakelijke gezelschappen in een ontspannen en inspirerende setting te brengen. Daarin spelen de lokale mogelijkheden, natuur en cultuur een hoofdrol. "Wij stellen onszelf ten doel om bij wijze van spreken elke vierkante meter van onze achttien hectare te benutten", zegt Haenen. "De activiteiten lopen uiteen van bootcamp op één van de twee parcoursen tot een Deux Chevaux- of een Tesla-rally en workshops boogschieten, schermen, valkerij



en vloten bouwen, met onze vijver om ze te testen. Laatst kwam hier een hele groep kamperen in het kader van een Expeditie Robinson-sessie. Samen met onze partners in de regio regelen wij dan alle benodigdheden. Het idee hierachter is dat mensen veel inspiratie opdoen. Ze lopen vaak rond met goede ideeën, maar hebben de juiste setting en ingrediënten nodig om die eruit te laten komen. Met onze locatie en de ondersteunende rol van een Maître B' kunnen wij meerdaagse groepen en grote internationale gezelschappen even #outoffoffice brengen, zodat ze ruimte krijgen voor creativiteit, verbinding met elkaar aangaan en tastbaar resultaat halen uit de bijeenkomst."

#### INTERESSANTE WISSELWERKING

Voor een heel bijzonder effect zorgt de workshop schapendrijven; mooi te koppelen aan een zakelijke meeting. Haenen: "Je moet de dieren in een juiste richting begeleiden en

iedereen pakt dat op zijn eigen manier aan, wat een heel interessante wisselwerking in een groep geeft. Weer een heel andere beleving geeft een wijnproeverij in Vijlen bij een wijnboer, wat veel mensen niet direct in Limburg verwachten. 's Avonds tijdens het diner kunnen we het cultureel completeren met streekgerechten, zoals zoervleisj en bommeriger hoen. Met name internationale gezelschappen vinden het vaak interessant om iets rondom het Drielandenpunt te doen, wat wij desgewenst culinair ondersteunen. Mogelijkheden te over, dus. Samen met de opdrachtgever kijken we naar wat het best bij de groep en de doelstellingen van het bedrijf en de bijeenkomst past." Daarmee bezorgt Bilderberg Kasteel Vaalsbroek het gezelschap een onvergetelijke ervaring in een prachtig stukje Nederland, vër buiten het kantoor.

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





Restaurant ONE van Bethany DeLong en Edwin Soumang heeft de afgelopen jaren een behoorlijke ontwikkeling doorgemaakt

Restaurant ONE

# Puur genieten

**Een oude fabriek is niet de eerste de beste locatie waar je aan denkt voor een restaurant. Elegant tafellinnen en graffiti op de muur gaan echter uitstekend samen, zo bewijst restaurant ONE in Roermond, dat in handen is van het enthousiaste ondernemersduo Edwin Soumang en Bethany DeLong. Dat het eten er al net zo bijzonder is als de entourage ontdekte Meeting Magazine onlangs.**

**H**et restaurant heeft de afgelopen jaren een behoorlijke ontwikkeling doorgemaakt. Gestart in 2007, haalde het restaurant in 2010 een Michelinster en verhuisde in 2012 naar het ECI (Electro Chemische Industrie) complex. Dit gebouw kent een lange historie met diverse bestemmingen. In 1798 begon de industriële exploitatie van het gebied aan de Roer. Sinds 1926 draagt het pand de naam ECI. Na diverse invullingen stopte de laatste productielijn in 1974 definitief en raakte het pand langzaam maar zeker in verval. Nu ruim veertig jaar later bruist het weer als nooit tevoren. Vandaag de dag is ECI Roermond een unieke locatie waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, werken en ontspannen. Een plek om te eten, te vergaderen, bijeenkomsten, exposities en cursussen te organiseren en diverse film-, theater- en popvoorstellingen te bezoeken. Allemaal verzameld onder één monumentaal dak.

## EIGEN MOESTUIN

Via een brug bereiken we het restaurant. De lichtjes op de brug doen denken aan een sterrenhemel. Eenmaal binnen

## EDWIN EN BETHANY

Edwin is in Beek geboren, volgde de hotelschool in Wageningen en werkte vervolgens bij verschillende sterrenrestaurants. Zijn vrouw Bethany ontmoette hij in Australië. Restaurant ONE was uiteindelijk hun gezamenlijke droom. Edwin neemt als chef-kok het creatieve deel voor zijn rekening en Bethany zorgt dat het zakelijke deel soepel verloopt.

valt ons oog op een gigantisch werk van de internationaal bekende kunstenaar Claudy Jongstra, waarbij eetbare verfplanten en verroest ijzer het kleurenpalet voor het kunstwerk 'Vertical Garden' vormen. Met het kunstwerk wordt een link gelegd naar de rechthoekige groentebedden van de eigen moestuin van het restaurant en de industriële oorsprong van het historische ECI Gebouw.

Leuk detail is dat Jac Nijskens, die in Nederland 'de vergeten groenten' op de kaart heeft gezet, betrokken was bij het opzetten van de tuin. Inmiddels hebben Edwin en de zeven koks van Restaurant ONE de beschikking over een flinke moestuin van duizend vierkante meter waar de koks dagelijks hun fruit, kruiden en bloemen vandaan halen.

## NEW DUTCH CUISINE

We nemen plaats in de comfortabele fauteuils en bestuderen de menukaart aandachtig. We zien uiteraard veel ingrediënten uit de eigen moestuin en het valt op dat er met





de seizoenen mee wordt gekookt. Er wordt nauwelijks gebruikt gemaakt van overbodige toevoegingen, hier eet je overduidelijk op z'n puurst. Volgens Edwin laat zijn keuken zich het beste omschrijven als 'New Dutch Cuisine' waarbij goede en gezonde voeding voorop staat.

We besluiten ons mee te laten nemen op een culinaire reis, waarbij we de één na de andere verrassing voorgeschoteld krijgen. Tijdens ons bezoek is het nog hartje zomer en genieten we van een frisse zomersalade met boontjes, pulpo en chorizo. Een ware smaaksensatie. Vervolgens wordt een coeur de boeuf geserveerd met aubergine, burrata en sjalot. Een prachtig kleurrijk gerecht. De schol met limoenblad, kruidenolie en venkel en kabeljauw met basilicum, rammenas en koolrabi zijn beide zo zacht geeraard dat ze smelten op de tong.

#### IN DE WATTEN LEGGEN

De wijnen zijn zorgvuldig uitgekozen en omlijsten het arrangement. Prettig is dat alles aan tafel op een laagdrempelige manier wordt uitgelegd, waarbij ook ruimte is voor een kwinkslag. De mensen van ONE zijn er duidelijk op uit om hun gasten een avondje in de watten te leggen, waarbij voorop staat dat de gast zich thuis voelt in het restaurant. We continueren ons diner met de dry aged double Dutch rund met snijbiet, bloemenboter, aardappel churros en kruiden. Zo mals, dat je het liefst je vingers erbij af zou willen likken. Ook de geschaafde foie gras kan ons bekoren.

#### PARADEPAARDJE

Het dessert in de vorm van rood fruit, lavendel en vlierbloesem is al prachtig om te zien, maar het paradepaardje van de avond

#### ONE ZAKELIJK

##### Private dining

Een licht en open ruimte met de uitstraling van een loft is het ideale decor voor een Private Dining experience. De ruimte is geschikt voor maximaal 35 personen. Met statafels kunnen er zelfs 50 personen terecht. Voor zakelijke bijeenkomsten is een projector en flip chart aanwezig.

##### Chef's table

Wie graag een kijkje achter de schermen van restaurant ONE neemt, kan dineren aan de Chef's Table. Hier volg je het keukenteam op de eerste rij; een culinaire voorstelling voor een beperkt gezelschap. Er is plek voor vijf gasten aan deze tafel om te genieten van het Tasting Menu.

##### Catering

De culinaire belevingen van ONE kunnen ook op locatie worden gebracht.

is wat ons betreft toch echt de rabarbertaart die geserveerd wordt met een milkshake. Door het bladgoud wat er is gebruikt, schittert het dessert je aan alle kanten tegemoet. Het gerechtje is zo mooi, dat het bijna zonde is om op te eten. Terugkijkend op de avond komen we tot de conclusie dat we blij worden van een restaurant als ONE, waar met veel passie en vakmanschap gekookt wordt. Houd je van pure gerechten die een lust zijn voor het oog? Ga hier dan beslist een keer eten!

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

# Kies voor zekerheid

## Kies voor accommodaties met vergaderhamers

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



### VERGADERHAMERS

"HET KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"

[WWW.VERGADERHAMERS.NL](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)



De Bonte Wever Assen

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



De Zeeuwse Stroom -  
Hotel + Business Meeting  
& Inspiration Center

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



Conferentiehôtel  
Kontakt der Kontinenten

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



Hotel Zuiderduin

Zeeweg 52  
1931 VL Egmond aan Zee  
T 072 - 750 2000  
E [info@zuiderduin.nl](mailto:info@zuiderduin.nl)  
I [www.zuiderduin.nl](http://www.zuiderduin.nl)



### Kaap Doorn Conferentiecentrum

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



### Landgoed de Rosep

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



### Landhuishotel De Bloemenbeek

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



### Pullman Eindhoven Cocagne

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



### Postillion Hotel Amsterdam

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



### Postillion Hotel Utrecht Bunnik

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



### RAI Amsterdam

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



### 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 Assen

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

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



### Van der Valk Hotel Sassenheim-Leiden

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



### Woudschoten Conferentiecentrum

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



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

## UW BIJEENKOMST IN DE BESTE HANDEN

# 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@pauwelspco.nl](mailto:info@pauwelspco.nl)  
I [www.pauwelspco.nl](http://www.pauwelspco.nl)



**CONGRESS  
BY DESIGN**

It's all about partnership!

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**

A perfect day

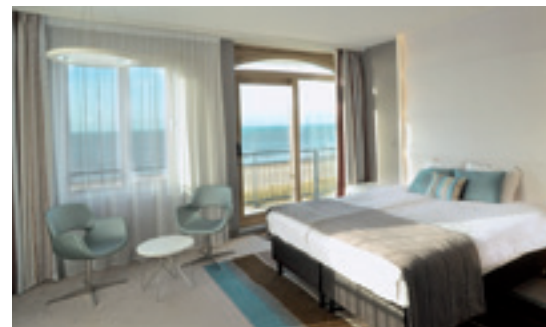
Cygnea

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



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

Opkomst van influencer marketing

# Aandacht voor de belevingswereld van de eventplanner

**Influencer marketing lijkt bij b2c bedrijven onmisbaar te zijn geworden. Volgens online marketingplatform Frankwatching wordt er zelfs voorspeld dat er de vijf komende jaar vijf tot tien miljard dollar in zal worden geïnvesteerd. Deze vorm van marketing doet nu ook voorzichtig haar intrede binnen de meeting- en eventbranche.**

**I**nfluencer marketing bestaat uit content waarin een product of dienst is verwerkt. Het fenomeen an sich - mond-tot-mond reclame en beïnvloeding van consumentengedrag door een leider of iemand waar je tegen opkijkt - is niet nieuw. Wel heeft deze marketingvorm zich veelal verplaatst naar online kanalen, en dan met name social media. Consumenten, zeker de jongere generaties, laten zich graag leiden en inspireren door influencers die alle trends over onderwerpen zoals reizen, mode en interieur moeiteloos lijken op te kunnen lepelen. Hun kanalen worden steeds vaker gebruikt door consumenten die zich willen oriënteren op een bepaald product of dienst. De universiteit van Dubai is zelfs op 8 september met een social media influencer opleiding gestart om influencers te trainen in strategische communicatie en het produceren van effectieve content.

#### POSITIEVE IMPACT

Bedrijven die influencer marketing inzetten, zijn van mening dat influencer engagement een positieve impact heeft op het verhogen van merkwaarde en -zichtbaarheid,

het genereren van leads, de ondersteuning van sales en de customer loyalty strategie. Om duidelijkheid over de aard van de content te verschaffen, zijn influencers tegenwoordig verplicht om bij een post waarin een gesponsord product of dienst wordt genoemd #Ad te vermelden. De meeste influencers claimen dat zij enkel samenwerken met merken en producten waar zij zelf achter staan en die passen bij hun kanaal en persoonlijkheid. Gesponsorde content lijkt hun volgers vooralsnog niet af te schrikken.

#### TIJDSGEEST

De populariteit van influencer marketing past bij de huidige tijdgeest waarbij veel research via online kanalen wordt gedaan. Dat geldt ook zeker voor de meeting- en eventbranche. De website van een locatie of een toeleverancier wordt als eerste bezocht, al dan niet gestimuleerd door een artikel in een nieuwsbrief of vakblad. De keuze wordt ook bepaald door ervaringen van anderen. Aanbevelingen komen vanuit het eigen offline netwerk, maar ook van onbekenden die online hun meningen en ervaringen delen. Dit verklaart de groeiende populariteit van online reviewplatforms zoals MeetingReview.

#### BELEVING

Influencer marketing is binnen de meeting- en eventbranche nog geen gemeengoed. Daar wil Mariska Kesteloo verandering in brengen. Met Word of MICE ontwikkelt zij influencer marketing-campagnes voor locaties en leveranciers. Kesteloo startte haar bedrijf vanwege



haar frustratie over het gebrek aan inlevingsvermogen van locaties richting hun doelgroep. “Ik was voorheen freelance eventplanner. Wanneer ik een beurs bezocht en aan een hotelketen vroeg wat hun meerwaarde was, gingen zij nooit in op de interesses van mijn doelgroep zoals beleving en inspiratie. Dat is binnen de toeristische sector, waar ik tot acht jaar geleden nog actief in was, juist heel anders. Die sector maakt volop gebruik van bloggers en vloggers. Juist de beleving en de ervaring die een influencer over kan brengen, kan een eventplanner tijdens het oriëntatieproces helpen om een goede indruk van een locatie of product te krijgen en doen besluiten om wel of niet contact op te nemen.”

#### MICRO-INFLUENCERS

Bij Word of MICE zijn ongeveer vijftig influencers aangesloten en dat aantal is groeiende. De meesten van hen zijn zelf actief als eventplanner. Zij vallen binnen de categorie micro-influencers, wat betekent dat zij tussen de 5.000 en 25.000 volgers hebben. Deze categorie biedt volgens Frankwatching voordelen waar mega-influencers zoals Nikki de Jager (Nikki Tutorials) met meer dan 1.000.000 volgers niet van profiteren. De posts van micro-influencers sluiten beter aan bij de belevingswereld van hun volgers. Hoe beter de band tussen influencer en volger is, des te hoger de engagement rate is (het aantal interacties per post gedeeld door het aantal volgers). De engagement rate wordt gebruikt om te meten hoe goed een post of bepaalde content scoort op social media. Micro-influencers combineren hun blog- of vlogactiviteiten vaak met andere werkzaamheden. Omdat zij niet financieel afhankelijk zijn van deze activiteiten, zijn zij vaak extra gepassioneerd over hun online activiteiten en zijn zij ook eerder geneigd om een stapje extra te zetten. En dat komt de beleving die zij over willen brengen weer ten goede.

Kesteloo kan dit beamen: “De eventplanners die als influencer bij ons zijn aangesloten, zijn ontzettend enthousiast over hun vak en willen die passie delen. Mede om die reden praat ik zelf niet over influencers maar over experts of Key Opinion Leaders (KOL). Deze term geeft duidelijk aan dat zij over de juiste kennis en ervaring beschikken. Bovendien heeft elke KOL een eigen stijl en eigen invalshoeken, waardoor we ook een diversiteit aan volgers kunnen bereiken.”

#### GELOOFWAARDIG

De onderwerpen die de Key Opinion Leaders namens de opdrachtgevers van Word of MICE bespreken, sluiten goed aan bij de belevingswereld van meeting- en eventplanners. “Het is de kunst om echt door de bril van de eventplanner te kijken”, zegt Kesteloo. “Juist een KOL besteedt aandacht aan die simpele, maar zo belangrijke aspecten van een locatie of leverancier waar deze klanten zelf misschien niet zo snel aan zouden denken. Neem bijvoorbeeld de loopafstand van het station naar een hotel. Voor een hotel is dit een heel sterk punt dat een influencer door middel van een vlog duidelijk in beeld





kan brengen. Omdat iemand anders dit laat zien, komt het geloofwaardiger over. Hetzelfde geldt voor het testen van locaties op daglicht in de zalen, of een kijkje in de keuken of de kamers. Ook aanbevelingen in de vorm van een podcast of vlog waarbij een CEO of eventplanner wordt geïnterviewd over de keuze van een locatie is interessant. Er zijn heel veel momenten om content te produceren." Overigens blijft het niet bij online uitingen. "Deze experts kun je ook tijdens een beurs laten vertellen over hun doelgroep, of hen social media-trainingen voor de werknemers van de klant laten verzorgen. Zij staan in contact met de doelgroep van locaties en leveranciers weten dus precies wat wel en wat niet aanslaat."

#### MEER AANDACHT

Op dit moment is Kesteloo aan het pionieren met haar bedrijf, al merkt ze wel dat de aandacht binnen de branche voor influencer marketing groeit. "De meeting- en eventbranche staat open voor nieuwe ontwikkelingen, maar die verandering komt zeer langzaam tot stand. Toch zal de branche mee moeten. De huidige en nieuwe generatie meeting- en eventplanners oriënteert zich steeds meer online en zoeken steeds vaker met hashtags op social media. Wanneer je als locatie, bestemming of leverancier niet op die kanalen actief bent, val je uiteindelijk buiten de boot. In het begin waren het met name de conventionbureaus die aanklopten. Nu zijn er ook steeds meer hotels die er de meerwaarde van inzien. Sinds deze zomer neemt het aantal aanvragen flink toe."

#### EXPERTS

Om duidelijk te maken wat er allemaal bij influencer marketing komt kijken, geeft Kesteloo veel presentaties. In 2020 organiseert zij samen met CLC-VECTA een masterclass over b2b influencer marketing. Ook krijgt ze de komende drie jaar tijdens IBTM World een podium om influencer marketing onder de aandacht brengen. "Tijdens de beurs in november geven de influencers en ikzelf interviews over dit onderwerp. De experts vertellen over hun werkzaamheden en hoe zij in samenwerking met klanten campagnes hebben opgezet." Daarnaast lopen er gesprekken met het hoofdkantoor van MPI (Kesteloo zat zes jaar in het bestuur van MPI Belgium Chapter, waarvan twee jaar als voorzitter). "Influencers zijn niet zomaar millennials, het zijn experts met ervaring en expertise in de branche. Om dit te onderbouwen wil ik speciale certificaten voor influencers en een opleiding ontwikkelen. Influencer marketing is echt geen hobby maar een beroep. Het is bij uitstek een geschikt middel om te laten zien wat de branche allemaal kan. Dat moeten we echt veel meer laten zien!"

Opvallende verschillen tussen corporate- en associatiemarkt

# DE MEEST POPULAIRE EUROPESE BESTEMMINGEN

Afgelopen zomer publiceerde Cvent, marktleider op het gebied van technologie voor de meeting-, event- en gastvrijheidsbranche, de jaarlijkse lijst met de top 25 bestemmingen voor meetings en events in Europa.





**D**eze top 25 werd samengesteld op basis van de meeting- en eventboekingsactiviteiten op de locatiezoeksites van Cvent, inclusief het Cvent Supplier Network waar in 2018 meer dan 16 miljard dollar in omging. Cvent keek binnen haar eigen data hoe bestemmingen scoorden op factoren zoals toegankelijkheid van de bestemming en de faciliteiten, faciliteiten, prijs en prijsflexibiliteit, kwaliteit van de faciliteiten en service, persoonlijke veiligheid van de deelnemers en onderscheidende factoren. Meer dan 11.000 steden wereldwijd werden getoetst en gerankschikt op het aantal ontvangen unieke request for proposals en aanvragen voor kamers, het aantal daadwerkelijk toegekende request for proposals en geboekte kamers, het percentage gekwalificeerde meetinglocaties en het aantal profielweergaven.

#### LONDEN FAVORIET

Volgens de ranking van Cvent is Londen voor het vijfde jaar op rij de meest geliefde bestemming voor vergade-

ringen en evenementen. Naast Londen staan Dublin, Birmingham, Manchester en nieuwkomer Edinburgh in de lijst. Duitsland heeft vier steden in de top 25 staan; Berlijn, Frankfurt, München en Hamburg. De Oost-Europese steden zijn in opkomst. Volgens de cijfers van Cvent staat Praag opnieuw in de top 25, terwijl Istanboel haar debuut maakt. Ook Boedapest en Warschau staan in de lijst.

Amsterdam is en blijft de enige Nederlandse stad die op internationaal niveau meedoet in hoogste regionen van Cvent. Onze hoofdstad is ten opzichte van vorig jaar wel een plek gezakt van 4 naar 5. Dit komt door de stijging van Parijs met twee plekken naar nummer 4. Het lijkt erop dat Parijs de klap na de aanslagen weer te boven is gekomen. Ook Brussel heeft een mooie veertiende plaats. Ondanks de bouwwoede van de afgelopen jaren blijft Amsterdam met 250 meetinghotels behoorlijk achter bij steden zoals Londen, die er maar liefst 1.012 heeft.





### ASSOCIATIECONGRESSEN

Het bedrijfsleven kan Amsterdam dus nog steeds waarderen. Dat geldt in iets mindere mate voor de markt van associatiecongressen. Volgens de ICCA-lijst met Europese steden waar in 2018 de meeste congressen zijn georganiseerd, staat Amsterdam op de negende plaats. Andere Nederlandse steden vallen buiten de top 25: Rotterdam (33), Maastricht, Den Haag, Utrecht (alle 68), Delft (74), Groningen (87), Leiden (98), Nijmegen (150), Eindhoven, Noordwijk (beide 180) en Wageningen (200).

Opvallend is dat de steden die in beide lijsten staan voor 80 procent overeenkomen (zie kader). Wel is de ranking van deze 20 steden anders. In de lijst van Cvent staan in de top 25 de steden Frankfurt, Birmingham, Manchester, Hamburg en Instanbul vermeld. Deze vallen in de Europese ranking van ICCA buiten de top 25. De steden Oslo, Helsinki, Porto, Ljubljana en Krakau die er wel in staan, staan (nog) niet in de top 25 van Cvent.

Een vergelijking tussen beide lijsten geeft aan dat veel steden bij zowel de corporate als de associatiemarkt in trek zijn, maar dat er toch ook enkele verschillen zijn. Heb jij een favoriete Europese stad die niet in deze lijsten vermeld staat? En waarvan je het geheim wil delen? Mail je reactie naar [socie@vanmunstermedia.nl](mailto:socie@vanmunstermedia.nl).

### Top 25 van populairste Europese steden volgens Cvent (corporate)

1. Londen
2. Berlijn
3. Barcelona
4. Parijs
5. Amsterdam
6. Madrid
7. Frankfurt
8. Rome
9. Praag
10. München
11. Dublin
12. Lissabon
13. Wenen
14. Brussel
15. Birmingham
16. Boedapest
17. Milaan
18. Athene
19. Kopenhagen
20. Manchester
21. Hamburg
22. Edinburgh
23. Instanbul
24. Warschau
25. Stockholm

### Top 25 van populairste Europese steden volgens ICCA (associaties)

1. Parijs
2. Wenen
3. Madrid
4. Barcelona
5. Berlijn
6. Lissabon
7. Londen
8. Praag
9. Amsterdam
10. Kopenhagen
11. Brussel
12. Dublin
13. Stockholm
14. Boedapest
15. Rome
16. Athene
17. Edinburgh
18. Warschau
19. Oslo
20. Helsinki/Porto
22. München
23. Milaan
24. Ljubljana
25. Krakau



## Nieuwe serre Golden Tulip Hotel Central

Golden Tulip Hotel Central ondergaat een groot renovatieproject. Naast onder andere de vernieuwing en toevoeging van Live Cooking aan de 14e-eeuwse gewelvenkelder de Hoofdwacht, brasserie Cé, realisatie van een luxe penthouse en de renovatie van de eerste 30 van de totaal 125 hotelkamers, werd de afgelopen maanden ook een volledig nieuwe serre en ingang gerealiseerd. Dit compleet nieuwe aanzicht van het hotel werd in september feestelijk en officieel geopend door niemand minder dan de Commissaris van de Koning: Prof. dr. W.B.H.J. (Wim) van de Donk. Het ontwerp is een eigentijdse interpretatie van de klassieke smeedijzeren luifel met glazen lessenaarsdak uit 1900, passend bij de gepleisterde lijstgevel van het hotel. De plint is gemaakt van Belgisch hardsteen. Smeedijzeren spanten en hekwerken zijn speciaal ontworpen en op maat gemaakt. Daarnaast heeft de serre een bijzondere raamconstructie bestaande uit verticale schuiframen van 3 meter breed. De middelste ramen kunnen omhoog geschoven worden, zodat gasten over de hele breedte vanuit de serre van de zon kunnen genieten. De naastgelegen entree van Brasserie Cé kon uiteraard niet achterblijven en kreeg ook een facelift door de luifel en het tourniquet te vervangen. De vernieuwde serre is onderdeel van het grootschalige renovatieproject van Golden Tulip Hotel Central dat in 2016 startte met de vernieuwing van de 14e-eeuwse gewelvenkelder de Hoofdwacht en de realisatie van een luxe penthouse van maar liefst 150 m<sup>2</sup>. Het jaar daarop volgde de vernieuwing van Brasserie Cé en keuken. Vorig jaar was de Moriaenbar aan de beurt. Ook worden alle 125 hotelkamers worden compleet gerenoveerd en zullen naar verwachting eind 2020 klaar zijn. [www.goldentulip.com](http://www.goldentulip.com)



## Festivak breidt uit met prachtige locaties voor corporate events

Al 23 jaar is Festivak de toonaangevende vakbeurs op het gebied van grootschalige evenementen. Daarnaast richt het tweedaagse event in de Brabanthallen in Den Bosch zich op organisaties van grootschalige meetings en congressen. Festivak bestaat uit vier elementen: publieksevenementen, bedrijfsevenementen, Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (MICE) sector en entertainment. Dit jaar is één van de keynote sprekers Pinkpops eigen Jan Smeets. Ook is gastheer Brabanthallen/Libéma vertegenwoordigd met een eigen Viplounge. Daarnaast heeft het Convention Bureau Gelderland de handen ineen geslagen met Het Nederlands Openluchtmuseum, het Safari Meeting Centre in Koninklijke Burgers' Zoo en Hotel Papendal. Zij delen een stand en laten hierin zien dat samenwerken ontzettend belangrijk is voor succes. De drie unieke en bijzondere locaties zijn individueel sterk in de organisatie van diverse (zakelijke) evenementen maar kunnen elkaar ook enorm versterken binnen de organisatie van een groot evenement waar beleving voorop staat. Nieuw zijn de Netwerk Tours. Het werkt als een silent disco: je zet een koptelefoon op en schakelt met de andere deelnemers naar dezelfde frequentie. Een groep van twintig personen loopt langs verschillende stands. Elke standhouder geeft een pitch die over de silent disco koptelefoon te horen is. Geen gedoe meer met slecht hoorbare sprekers en te veel ruis op de achtergrond. Tijdens deze locatietour word je langs een selectie van locaties geleid en heb je achteraf natuurlijk de kans om de exposanten te spreken. Wees er snel bij, want de tour wordt iedere dag voor een selecte groep gehouden. Festivak vindt plaats op 6 en 7 november. Eventprofessionals kunnen zich nu al gratis registreren via [www.festivak.nl/nl/de-beurs/aanmelden-bezoekers](http://www.festivak.nl/nl/de-beurs/aanmelden-bezoekers).

## KNVB en Woudschoten sluiten nieuwe overeenkomst

De KNVB en Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum hebben een nieuwe samenwerkingsovereenkomst gesloten. De verbintenis loopt tot en met 1 augustus 2024. Woudschoten is al sinds de oplevering van de KNVB Campus exploitatiepartner van de KNVB. Beide directies zetten in Zeist de benodigde handtekeningen onder de overeenkomst en verlengden daarmee de samenwerking, die in februari 2015 gestalte kreeg. Die samenwerking betreft, naast de exploitatie van de congres- en vergaderfaciliteiten en het teamhotel op de Campus, vooral het verblijf van de nationale A-elftallen, mannen en vrouwen. Hiervoor is twee jaar geleden een vleugel van Woudschoten geheel gerenoveerd, zodat het aan alle eisen voldoet die de topteams van vandaag stellen. Sinds 2017 zijn alle nationale teams weer thuis in Zeist. Zij bivakkeren tijdens trainingskampen en voorbereidingen op interlands en toernooien in het kloppend hart van het Nederlands voetbal: de KNVB Campus. Het innovatieve centrum heeft perfecte trainings-, opleidings-, en medische faciliteiten. Ook is de KNVB Campus een moderne vergaderlocatie voor voetbalgerelateerde vergaderingen, presentaties en overige bijeenkomsten.

# Aandachtspunten voor je social media campagne

Social mediakanalen worden steeds vaker ingezet bij de promotie van congressen en evenementen. Het plaatsen van posts voor, tijdens en na je bijeenkomst is immers gratis en kan bijzonder doeltreffend zijn. Let er dan wel op dat je de volgende aandachtspunten in je achterhoofd houdt.

WERKKOSTENREGELING WORDT VERRUIMD - ZO WORDT JOUW EVENTSTRATEGIE EEN SUCCES - HOE ZIT EEN GOED DRAAIBOEK IN ELKAAR?  
- KWALITATIEF ONDERZOEK NAAR DIVERSE ASPECTEN VAN EVENTINDUSTRIE - HOE IS HET MET JOUW EIGEN HOSPITALITYNIVEAU GESTELD? -  
AFTERMOVIEPIONIER WE ARE THE NIGHT

**E**en goede social mediacampagne start idealiter zes weken voordat het evenement plaatsvindt. Dat betekent dat je voor die tijd al je doelgroep(en) en de doelstellingen hebt vastgesteld en de juiste kanalen hebt geselecteerd. “Kijk goed op welke kanalen jouw doelgroep actief is”, geeft social media-expert Marjolein Bongers van House of Social Media aan. “Als je dat niet goed in beeld kunt krijgen, overweeg dan om een advertentie op een aantal kanalen te plaatsen en te kijken wat de respons is. Doelgroepen zoals advocaten of cardiologen zijn goed te targeten.” Volgens Bongers is LinkedIn bij uitstek een zeer geschikt social mediakanaal om zakelijke bijeenkomsten te promoten. Maar ook Instagram groeit gestaag door. “Met Instagram Stories (reeksen verticale afbeeldingen en video’s die je achter elkaar bekijkt en waar je doorheen kunt swipen. Na 24 uur verdwijnen deze weer), kun je bijvoorbeeld heel goed inspelen op de fear of missing out. Door bijvoorbeeld een kijkje achter de schermen te geven bij de opbouw of tijdens een evenement.”

#### AMBASSADEURS

Aandacht vragen voor je evenement werkt het beste met goede, inhoudelijke content die jouw doelgroep aanspreekt. Vertel wie je sprekers zijn of laat ze zelf in een vlog aan het woord, geef aan wat de deelnemers kunnen verwachten en waarom het de moeite waard is om deel te nemen. Om te zorgen dat je posts goed onder de aandacht komen van je doelgroep, kun je overwegen om te adverteren. Zelf geeft Bongers de voorkeur aan ambassadeurs die je content kunnen delen binnen hun eigen netwerk. “Dit zijn je eigen medewerkers, maar ook je

“Aandacht vragen voor je evenement werkt het beste met goede, inhoudelijke content die jouw doelgroep aanspreekt”







sprekers en de mensen die zich al hebben aangemeld. Post op de juiste tijden wanneer je doelgroep online is. Stel vragen en plaats een oproep om tips in te sturen, daarmee zorg je voor meer interactie en dat verhoogt je bereik. Plaats je veel content op LinkedIn, overweeg dan om af en toe een post met een mooie foto maar zonder links te plaatsen. LinkedIn wil namelijk zoveel mogelijk gebruikers op het platform zelf houden en linkjes verkleinen je bereik. En vergeet natuurlijk niet om een goede hashtag te communiceren. Dit kan bijvoorbeeld de naam van het evenement zijn. Controleer wel altijd van tevoren of en hoe vaak die hashtag wordt gebruikt door partijen die niet tot jouw doelgroep behoren. Hoe unieker je hashtag is, hoe beter. En blijf die hashtag ook tijdens en na je event gebruiken.”

#### HORIZONTAAL OF VERTICAAL

Naast inhoud is het ook verstandig om te kijken naar de vorm en de uitvoering van de content. Op social media wordt steeds vaker gebruik gemaakt van video's. Maar om die video's optimaal tot hun recht te laten komen, moet je rekening houden met het kanaal waarop je deze video gaat plaatsen. “Voor elk medium gelden optimale afmetingen. Wanneer je bijvoorbeeld op LinkedIn een vierkante foto plaatst, komt deze 78% prominenter in beeld dan een diagonale video of foto. Bovendien is

“Hoe unieker je hashtag is, hoe beter. En blijf die hashtag ook tijdens en na je event gebruiken”

LinkedIn een stil medium, dus moet je altijd zorgen voor ondertiteling die ook op je smartphone goed te lezen is. Op Instagram komen schermvullende video's het beste over, maar dan moet je juist verticaal filmen. Voor YouTube werkt een horizontaal gefilmd item het beste.”

#### AFTERMOVIE

Wanneer je bijeenkomst is afgelopen, is het belangrijk om de aandacht van je deelnemers en je potentiële deelnemers die er niet bij waren vast te blijven houden. Zorg dat je na het event actief blijft op social media. Post na je bijeenkomst video's, foto's, korte samenvattingen van sessies of lijstjes met tips op de kanalen die je hebt geselecteerd. Ook een sfeerimpressie op YouTube doet natuurlijk altijd goed. Bedank sprekers en anderen en vraag om feedback, maar houd vooral de community warm ter voorbereiding op je eerstvolgende event.



Aanpassingen in 2020

# Werkkostenregeling wordt verruimd

**De werkkostenregeling wordt in 2020 aangepast. De vrije ruimte voor vergoedingen neemt toe waardoor werkgevers hogere onbelaste bedragen kunnen besteden aan hun werknemers. Ander element van de aanstaande wijziging: de vergoeding die de werkgever aan de werknemer betaalt voor het aanvragen van een verklaring omtrent gedrag (VOG) valt onder de gerichte vrijstellingen en is niet langer belast.**

Tekst Hans Hajée

**M**et de werkkostenregeling (WKR) wilde het ministerie van Financiën de regels rond onbelaste vergoedingen aan werknemers vereenvoudigen. Het grote aantal uitzonderingen en bijzonderheden zorgt er echter voor dat de regeling dit doel grotendeels voorbijschiet. Uitgangspunt van de huidige WKR is dat voor vergoedingen of verstrekkingen aan werknemers die als loon

worden aangemerkt en niet gericht zijn vrijgesteld, een vrije ruimte geldt van 1,2% van het totale fiscale loon. Over deze vrijstelling is geen loonbelasting verschuldigd. Overstijgen de vergoedingen de vrijstelling dan moet over het bedrag boven de 1,2% een eindheffing van 80% worden afgedragen. Werkgevers mogen deze eindheffing niet verhalen op hun medewerkers.

## GERICHTE VRIJSTELLINGEN EN INTERMEDIAIRE KOSTEN

Er zijn ook kosten die überhaupt niet als loon worden gezien. Dit zijn zogenaamde intermediaire kosten die de werknemer voor zijn werkgever maakt en vervolgens declareert. Denk aan zakelijke maaltijden of parkeerkosten. Verder is er een aantal gerichte vrijstellingen, bijvoorbeeld voor cursussen en opleidingen, treinkosten, vergoedingen voor woon-werkverkeer (tot 19 eurocent/km) en zakelijke overnachtingen. Vergoeding van deze kosten is onbelast en heeft geen invloed op de vrije ruimte.



### NIHILWAARDERING

Een derde categorie zijn de vergoedingen die worden beschouwd als nihilwaardering. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om in natura ter beschikking gestelde consumpties op het werk, inrichting van de werkplek plus apparatuur (mits voor 90% zakelijk gebruikt) en bedrijfskleding. Alle resterende vergoedingen worden gezien als loon. Hiervoor geldt de bovengenoemde vrijstelling van 1,2%, daarboven moet 80% belasting worden betaald.

### € 100 MILJOEN

De werkkostenregeling is in 2011 ingevoerd en werd verplicht per 2015. Begin vorig jaar werden de resultaten bekend van een evaluatie. In vervolg daarop ging staatssecretaris Snel van Financiën in overleg met het bedrijfsleven om de regeling te verbeteren en knelpunten weg te nemen. Hiervoor is € 100 miljoen beschikbaar. Dit bedrag werd vorig jaar gereserveerd om de lasten van arbeid voor het MKB te verlagen.

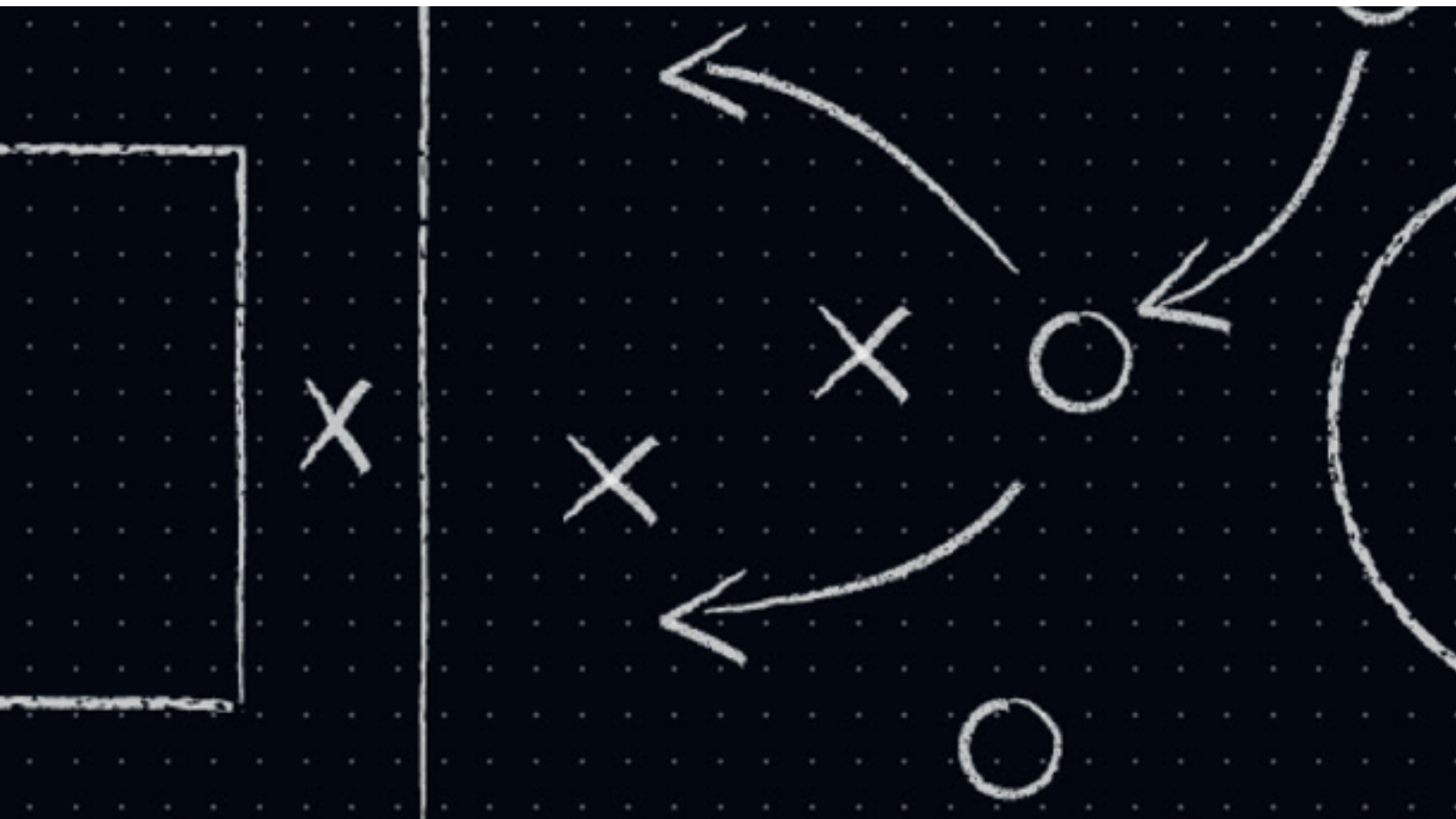
### VOORAL MKB PROFITEERT

In februari jongstleden werden de voorgenomen aanpassingen al bekend. Nu is duidelijk dat deze inderdaad worden opgenomen in het Belastingplan 2020 dat op Prinsjesdag gepresenteerd wordt. De werkkostenregeling krijgt een tweeschijvenstelsel waardoor de vrije ruimte toeneemt. Voor de eerste € 400.000 wordt deze

verhoogd naar 1,7% van de loonsom. Boven dit bedrag blijft het percentage van 1,2% gehandhaafd. Dit betekent dat de onbelaste mogelijkheden voor bijvoorbeeld een extern personeelsfeestje, eindjaarspakket of financiële maaltijdvergoeding worden vergroot. Door de drempel heeft vooral het MKB baat bij de maatregel. Bij een loonsom van 400.000 euro kunnen werkgevers volgend jaar 6.800 euro onbelast beschikbaar stellen in plaats van 4.800 euro nu. Als zij over datzelfde bedrag 80% eindheffing zouden moeten betalen, had dat een kostenpost betekend van € 1.600.

### VRIJSTELLING VOOR VOG

Tweede maatregel uit de WKR-aanpassing betreft de kosten voor een verklaring omtrent gedrag (VOG). Voor bepaalde functies is zo'n verklaring wettelijk verplicht. Denk aan onderwijzers, taxichauffeurs en gastouders. Maar ook in andere branches wordt nieuwe medewerkers steeds vaker om een VOG gevraagd. Een werknemer heeft hier geen voordeel van. Daarom wordt voor zo'n VOG per 2020 een extra gerichte vrijstelling in het leven geroepen. Werkgevers kunnen de verklaring dan onbelast vergoeden zonder dat dit ten koste gaat van de vrije ruimte.



# Zo wordt jouw eventstrategie een succes

**Een goede eventstrategie voorkomt ad-hocbeslissingen, verkleint de kans op onnodige discussies en vergroot de impact van events. Als jouw organisatie twee of meer events per jaar organiseert, levert een overkoepelende aanpak al veel op. Maar wat houdt een goede eventstrategie in? En hoe zorg je dat andere stakeholders jouw strategie omarmen?**

## RAAKVLAKKEN MET MARKETING, COMMUNICATIE EN SALES

Om ervoor te zorgen dat jouw eventstrategie slaagt, heb je andere afdelingen binnen de organisatie nodig (Marketing, Communicatie, Sales). Over een aantal onderdelen van de strategie is vaak al uitgebreid nagedacht. Zo niet, dan is dit een mooie kans om samen een stevige basis te ontwikkelen.

### 1. Persona's en propositie

Om te beginnen moet je weten hoe je de doelgroep het beste aanspreekt. Daarvoor is het ontwikkelen van buyer persona's een belangrijke stap - en vaak heeft de marketingafdeling ze gewoon al op de plank liggen. Formuleer vervolgens een overkoepelende (event)pro-

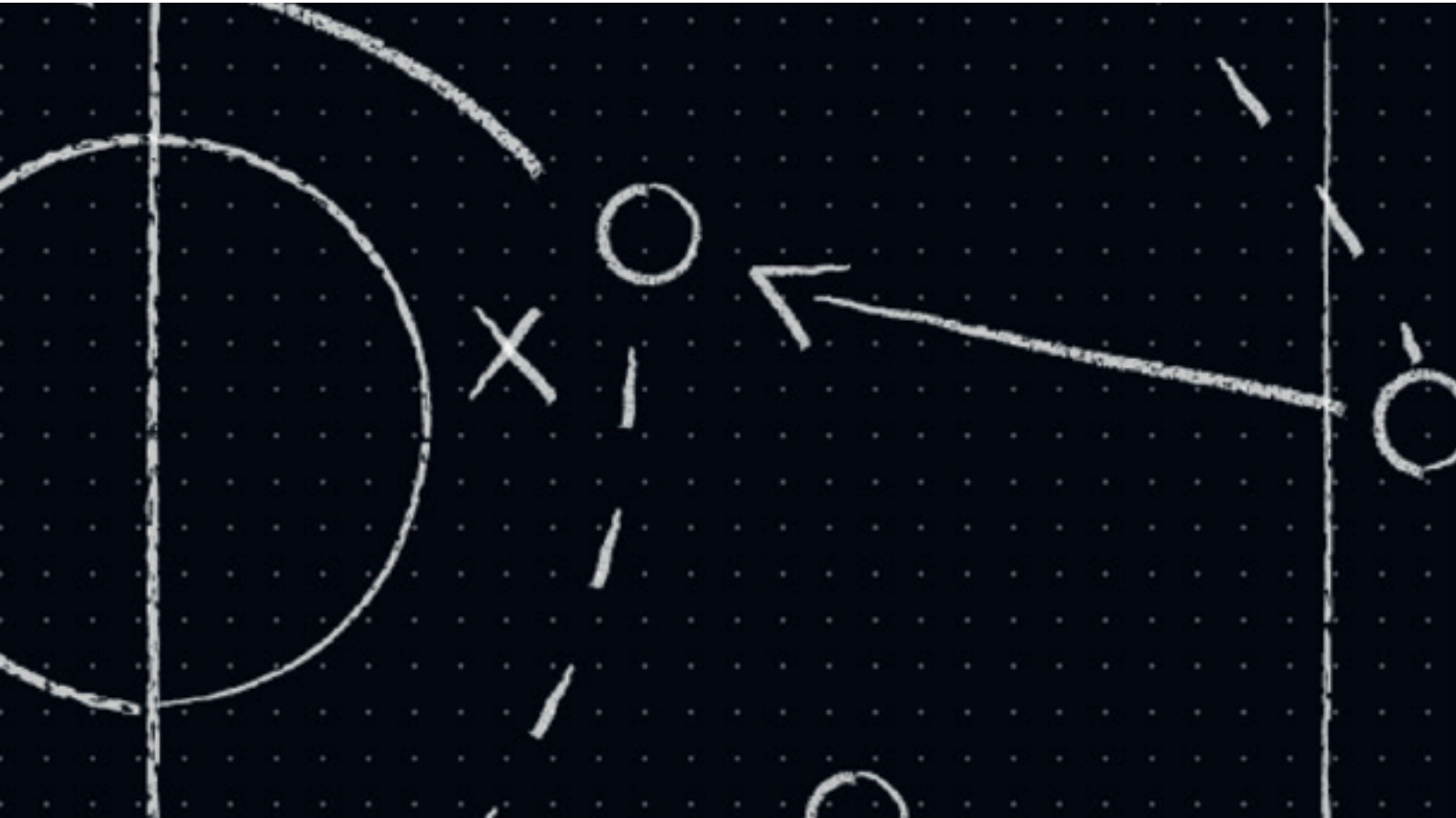
positie: een belofte aan de klant die de rode draad vormt voor al je events.

### 2. Potentie

Events bieden een mooie mogelijkheid om in contact te komen met klanten en leveren belangrijke data over de doelgroep. Denk daarom goed na over de potentie van events als geheel: wat hoop je dat ze opleveren? Je kunt hiervoor verschillende indicatoren gebruiken, zoals bereik, NPS, aantallen bezoekers of (potentiële) omzet. Deze indicatoren geven richting aan de overkoepelende eventstrategie, doelstellingen en budgetten. Vraag ook andere afdelingen welke informatie zij nodig hebben.

### 3. Content approach

In jouw content approach bepaal je met welke thema's je de doelgroep gaat aanspreken. Probeer je te beperken tot een aantal hoofdthema's die de propositie van de organisatie ondersteunen. Later kun je per event een thema kiezen zolang het maar aansluit op de overkoepelende strategie. Bedenk ook hoe events de andere (online en offline) marketingcommunicatiekanalen kunnen versterken.



#### 4. Impact meten

Zorg dat de overkoepelende strategie meetbaar is - en stel per event de doelstellingen, kernboodschap en actiepunten vast. Met de indicatoren uit punt 2 kun je achteraf de resultaten bepalen. Vertaal ze door naar concrete vragen in de bezoekersenquête en meet de impact van het event, zodat je weet je of het event voldoende heeft bijgedragen aan de overall doelstellingen. Stuur zo nodig bij: de overkoepelende strategie is zowel het startpunt als het eindpunt van elk event.

#### DRAAGVLAK EN MANDAAT BEPALEN HET SUCCES

Twee dingen zijn bepalend voor het slagen van de strategie: draagvlak en mandaat. Zware termen, als je ze zo leest, maar oh zo belangrijk!

#### DRAAGVLAK

Draagvlak voor jouw events begint bij een gedeelde visie. Hiervoor is maar één manier: praat met elkaar! Elke afdeling heeft een eigen drijfveer. Zo wil Sales de relatie met de klant versterken en nieuwe potentiële klanten ontmoeten, is

Marketing op zoek naar conversies, leads en klantdata, en vindt Communicatie een consistente boodschap en uitstraling belangrijk.

Probeer de drijfveren te begrijpen, leg uit wat voor jou belangrijk is en ga op zoek naar het gemeenschappelijke doel. Op deze manier vergroot je het draagvlak voor events in het algemeen én voor jouw positie als eventmanager.

#### MANDAAT

Mandaat betekent letterlijk: de opdracht om voor anderen iets te regelen. Wanneer jij als eventmanager binnen de organisatie verantwoordelijk bent voor het goed uitvoeren van events, is het belangrijk dat je anderen in beweging kunt krijgen. Degene die gaat over de eventbudgetten moet daarom het belang van events inzien.

Jij als eventprofessional moet kunnen aantonen wat events opleveren. Verzamel harde cijfers over elk event door middel van een bezoekersenquête en toon de waarde aan met een professionele rapportage. Zo versterk je jouw

positie en is de kans groter dat je steun krijgt voor jouw strategie!

#### CONCLUSIE

Een succesvolle eventstrategie schuilt niet alleen in de inhoud van het document, maar ook in de weg hiernaartoe. Betrek stakeholders bij de ontwikkeling, ontdek elkaars belangen en werk samen, zodat er draagvlak ontstaat. Zorg dat de resultaten meetbaar zijn, zodat jij als eventmanager de impact per event kunt aantonen en de strategie kunt bijsturen waar nodig.

Rutger Bremer is oprichter en managing director van Momice. Zijn bedrijf ontwikkelt registratie- en ticketsoftware voor eventprofessionals. Op 10 oktober organiseert Momice het event Connecting the Dots, Events start with Strategy. Hier leren eventprofessionals alles over het maken van een goede eventstrategie.



# Hoe zit een goed draaiboek in elkaar?

**Een draaiboek moet staan als een huis! Het dient als fundering van je event en kan je bijeenkomst echt naar een hoger niveau tillen. Maar hoe zit nou een goed draaiboek in elkaar en waar moet je op letten?**

## WAT STAAT ER ZO AL IN?

Een draaiboek gaat van wie de gasten ontvangt, tot waar de ballonnen liggen en wie de dagvoorzitter is. Alles is onderverdeeld in verschillende categorieën: tijd, wat er moet gebeuren, door wie, waar en contactinformatie.

## TOT IN DETAIL

In het draaiboek staat álles wat er moet gebeuren. Van grote en belangrijke dingen tot aan kleine klusjes. Het lijkt en voelt misschien overbodig om al deze stappen erin te verwerken, maar in de aanloop naar een event ben je blij dat iedereen zijn eigen taak heeft en dat daar duidelijkheid over is. Iedereen weet zo waar hij of zij aan toe is. Op deze manier gaat het op- en afbouwen het snelst en meest efficiënt. Daarnaast gaat het vaak om zoveel kleine stapjes dat je er snel één vergeet.

## VLIEGENDE KEEP

Zorg voor één aanspreekpunt voor, tijdens en na het event. Zo voorkom je dat iedereen door elkaar gaat werken en praten. Als één persoon voor alles wordt aangesproken, blijft alles zoveel mogelijk gestroomlijnd. Het is natuurlijk wel handig wanneer deze persoon goed tegen stress kan, goed kan communiceren en geen moeite heeft om ad-hocbeslissingen te nemen. Om echt rekening te houden met onvoorziene omstandigheden, is het verstandig om deze persoon nauwelijks vooraf al ingeplande werkzaamheden te geven. Een soort vliegende keep! Bij een groot event is het ook verstandig om voor deze vliegende keep een assistent aan te wijzen. Deze assistent is de rechterhand die onverwachte werkzaamheden kan verrichten en de eventmanager kan helpen.

## WIE ZIJN JOUW AANSPREEKPUNTEN?

Op jouw beurt moet jij als eventmanager weten wie jouw aanspreekpunten zijn; op locatie, bij de catering, techniek en ga zo maar door. Mét telefoonnummer uiteraard. Op deze manier kun je snel handelen als er iets dreigt mis te gaan. Andersom ook: zorg dat ze jouw telefoon-



nummer hebben en eventueel nog van iemand anders, wellicht van je assistent gedurende de dag.

#### **PRAKTISCH**

Parkeren, het exacte adres van de locatie, waar wat te vinden is. Al dit soort informatie is van belang om het event soepel te laten verlopen. Zorg dat het overzichtelijk is.

#### **BRIEFING**

Je hebt hard gewerkt om het draaiboek zo optimaal mogelijk te krijgen voor iedereen. Om er dan voor te zorgen dat alles zo soepel mogelijk en volgens het draaiboek verloopt, is het aan te raden om alles met iedereen van tevoren door te nemen en een eventueel extra bestand te maken met uitleg en achtergrondinformatie. Als er bijlagen zijn die relevant kunnen zijn (een plattegrond, gastenlijst, bestellijst, of andere documenten), deel deze dan en zorg ervoor dat iedereen van tevoren gebriefd is.

#### **MAAK MEERDERE DRAAIBOEKEN**

Er is een draaiboek voor het personeel, voor de sprekers en dagvoorzitter en voor leveranciers. Allen hebben hun eigen

informatie nodig en het werkt voor iedereen het prettigst als zij direct weten waar ze aan toe zijn. Zo is het voor de leverancier handig om het exacte adres te weten plus welke ingang zij moeten gebruiken en wie op dat moment de contactpersoon is. En voor de dagvoorzitter is het natuurlijk essentieel om precies te weten hoe de dag eruitziet en hoe laat wat begint en eindigt.

#### **CHECK!**

Helemaal rechts van het schema zou je een checklist kunnen invoegen. Zo weet degene die de boel in de gaten houdt precies wat de status is en wat er nog moet gebeuren.

#### **IN GEVAL VAN NOOD**

Better save than sorry. Neem een noodplan mee in het draaiboek. Weet waar de nooduitgangen zijn, noteer het vaste nummer van brandweer, politie en ambulance (EHBO of huisartsenpost). Naast de belangrijkste noodnummers moet er een noodplan opgesteld zijn, waarin duidelijk is wat er moet gebeuren in het geval van een noodsituatie.

#### **ONVOORZIENE OMSTANDIGHEDEN**

Hoe goed je event organisatorisch ook in

elkaar zit en hoe goed je draaiboek ook is, er verlopen altijd dingen niet volgens schema. Daarom is het belangrijk dat een eventmanager weet om te gaan met het nemen van ad-hocbeslissingen en dat hij of zij zich er bewust van is dat dingen hoe dan ook anders gaan lopen. Dit maakt het vak natuurlijk juist ook weer hartstikke leuk!

#### **LEER VAN ALLES**

Na het event is het slim om het event eens kritisch door te lopen. Wat ging er goed, wat ging er minder goed, wat was leuk en wat was minder leuk. Om de beste reflectie te kunnen maken, wil je het liefst input van alle betrokkenen. Dus van het personeel maar ook van de sprekers, dagvoorzitter en natuurlijk het publiek.

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

Het Sprekershuys kan je helpen om jouw event naar een hoger niveau te tillen zodat de impact vergroot wordt. Bel gerust naar 030 304 00 25 of mail naar [info@sprekershuys.nl](mailto:info@sprekershuys.nl).



Ziet u door de bomen het bos niet meer?



## EEN EVENEMENT ORGANISEREN EN DE WEG KWIJT IN DE AV-JUNGLE?

Loopt u, als inkoper van AV, ook vaak tegen een onoverzichtelijke jungle aan van technische begrippen, afkortingen en jargon? Onze medewerkers zijn daarin de ideale gids en helpen u graag de weg te vinden.

MEER INFORMATIE? Bel met 020 606 93 40 of stuur een email naar [info@acsaudiovisual.com](mailto:info@acsaudiovisual.com) | [www.acsaudiovisual.com](http://www.acsaudiovisual.com)



### 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 m²) met o.a. eigen keuken, bars, audiovisuele middelen, belichting, 200 kamers én parkeergelegenheid.

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



2700 m²  
BLACKBOX



CENTRAAL  
RANDSTAD



**ECC Leiden**  
Haagse Schouwweg 10  
2332 KG Leiden  
Nederland

+31 (0)71 53 55 523  
[info@eccleiden.com](mailto:info@eccleiden.com)  
[ECCLEIDEN.COM](http://ECCLEIDEN.COM)



HOTELKAMERS  
200



SNELWEG  
A44



Ontdek hét event-, congres- en vergadercentrum in prachtig Drenthe!

- ✓ Unieke diversiteit aan zalen en faciliteiten
- ✓ Voor elk type zakelijke ontmoeting
- ✓ Expert in maatwerk



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





# CLC-VECTA start kwalitatief onderzoek naar diverse aspecten van eventindustrie

**Al jarenlang is er de wens om een kwalitatief onderzoek te starten dat inzicht geeft in de diverse aspecten van de eventindustrie. Een onderzoek dat de kracht en impact kan duiden, dat informatie biedt bij investeringen aan banken, investeerders en partners, maar dat ook ondersteunende informatie biedt voor lobby. Een doorlopend onderzoek dat professionals in de branche de noodzakelijke vergelijkende kennis biedt.**

**C**LC-VECTA heeft in het verleden diverse pogingen ondernomen om een onderzoek op te starten, maar iedere keer strandde het initiatief al in de ontwikkelfase. Met name de benodigde financiële middelen en de keuze van de juiste software bleken moeilijk te nemen hindernissen. “We kunnen nu met gepaste trots melden dat we echt kunnen gaan starten”, aldus Riemer Rijkema, directeur CLC-VECTA.

## ONDERZOEKSPORTAAL

De ambitie is om met de branche een onderzoeksportaal te ontwikkelen waar professionals en bedrijven uit de eventindustrie, leden en niet-leden van CLC-VECTA, kunnen deelnemen aan onderzoeken die heel direct aansluiten bij hun wensen. CLC-VECTA werkt hiervoor samen met Compare 2 Compete, die het portaal levert en die gaan ondersteunen bij de uitvoering van de onderzoeken.

## PILOTONDERZOEK ONDER CONGRES- EN VERGADERLOCATIES

Dit najaar start het eerste pilotonderzoek onder aanbieders van congres- en vergaderlocaties. In 2020 zullen meerdere onderzoeken volgen onder verschillende

doelgroepen binnen de branche. De onderzoeken zullen zich richten op kwalitatieve en kwantitatieve informatie die de deelnemers helpt beter inzicht te krijgen in hun prestaties en hun verbeterpotentieel. Een basis vragenlijst met als insteek de drempel voor deelname te verlagen en zo veel mogelijk deelnemers te enthousiasmeren vormt de aftrap. Alle deelnemers ontvangen vervolgens in januari 2020 de eerste resultaten en een uitnodiging voor een verdiepend onderzoek waarin diverse vergelijkingen mogelijk zijn.

De onderzoeken zullen zich richten op kwalitatieve en kwantitatieve informatie die de deelnemers helpt beter inzicht te krijgen in hun prestaties en hun verbeterpotentieel.

## VALIDE BENCHMARK

“We realiseren ons dat de tijd vraagt om een valide benchmark binnen de eventindustrie”, vervolgt Rijkema. “Het is voor deelnemers waardevol om hun ontwikkeling in de tijd te vergelijken met de markt. Eenmalige onderzoeken hebben doorgaans minder waarde dan herhalende onderzoeken, tenzij het onderzoek zelf van zeer hoge toegevoegde waarde is. We

hebben met diverse professionals gesproken en daar uit de inschatting gemaakt dat het twee tot drie jaar kost om het hele onderzoeksprogramma samen met de branche, met de diverse verdiepingen, te ontwikkelen.”

## ANONIMITEIT GEWAARBORGD

Krachtig aspect van de tool waarmee gewerkt gaat worden, is dat anonimiteit is gewaarborgd en dat individuele marktpartijen en/of verenigingen ook hun eigen specifieke onderzoeken met de tool kunnen uitvoeren. In de zoektocht naar de beste partner op het gebied van kennis, ervaring en platform (software) is CLC-VECTA na een uitgebreide selectie uitgekomen bij Compare 2 Compete. Een software- en onderzoeksorganisatie die brancheverenigingen helpt bij het succesvol uitvoeren van onderzoeken onder haar leden en binnen de branche. Zij hebben een krachtige en veilige tool (Benchmarking Survey Tool) ontwikkeld waarmee eenvoudig data kan worden verzameld via online vragenlijsten en waarmee flexibel rapportages kunnen worden gegenereerd voor de deelnemende organisaties, zodat zij zich kunnen vergelijken met voor hen interessante en relevante referentiegroepen. Naast deze tool beschikt Compare 2 Compete over veel benchmarkingkennis waarmee zij CLC-VECTA gaan helpen de onderzoeken succesvol in de markt te zetten en uit te voeren.

# HOSPITALITY

## Hoe is het met jouw eigen hospitalityniveau gesteld?

**Als eventplanner weet je natuurlijk als geen ander wat hospitality inhoudt en wat je van alle betrokken partijen, waaronder de locatie en de leveranciers, mag verwachten om de bijeenkomst van je opdrachtgever tot een succes te maken. Maar de beleving van de opdrachtgever begint al vanaf het eerste contactmoment met jou. Hoe is het met jouw eigen hospitalityniveau gesteld?**

**H**ospitality draait om de beleving van de gast. Eventplanners zijn daar bij het organiseren van een bijeenkomst vaak zeer strikt in. Is de locatie schoon? Zijn de medewerkers gastvrij? Kan de leverancier ook echt die high-tech beamer leveren of heeft deze een hoogwaardig alternatief? Het doel is een unieke bijeenkomst die voor de opdrachtgever vlekkeloos verloopt en het liefst ook nog eens de doelstellingen behaalt en een unieke ervaring aan de deelnemers meegeeft. Waarschijnlijk lukt het jou prima om een uniek concept te ontwikkelen dat ook nog eens voldoet aan alle eisen van de opdrachtgever. Goed luisteren naar de wensen en ver-

wachtingen van de klant is immers een eigenschap die de meeste spelers in de branche hebben. Maar het verkopen van jouw bedrijf en diensten draait ook om hoe je zelf overkomt. Met deze tips kun je wellicht net even de puntjes op de i zetten. En staat er voor jou niets nieuws tussen? Dat ben je helemaal bij!

### EN ROUTE

Wanneer een opdrachtgever voor de eerste keer langskomt, zijn er diverse factoren die invloed kunnen hebben op diens gemoedstoestand. Denk aan file, vertraging in het openbaar vervoer of geen parkeerplaats kunnen vinden. Met name in de grote steden beschikken bedrijven niet altijd over eigen parkeerplaatsen en zijn gasten vaak overgeleverd aan parkeergarages die soms lastig te vinden zijn. Ook willen straten wegens wegwerkzaamheden nog wel eens zijn opgebroken. Kan het vinden van je kantoor voor een opdrachtgever die voor het eerst langskomt voor een uitdaging zorgen? Attendeer je gast hier even op of verwijs naar je website als daar een duidelijke beschrijving staat.



#### PARKEREN

Beschikt het bedrijf over een eigen parkeerterrein met slagboom? Dan heb je daar al je eerste mogelijkheid om een gastvrije indruk te maken. Verwelkom je gast wanneer je de slagboom opent, geef aan waar iemand het beste kan parkeren en geef dan ook meteen even door waar hij of zij zich het beste kan melden.

#### ENTREE

Hetzelfde geldt voor het moment waarop de opdrachtgever binnenkomt. Ligt hal er netjes bij? Is de schoonmaker al geweest maar heeft een collega zonder het te merken ergens koffie geknoeid? Zijn eventuele vuile kopjes opgeruimd? Ook is het prettig wanneer er in de hal een paraplubak staat. Het gastvrijheidsgevoel wordt nog eens extra versterkt wanneer een informatiescherm de namen van de gasten vermeldt. Al doet een algemeen welkomstbord natuurlijk ook veel.

#### OPFRISSEN

Na een lange reis is het prettig om je eerst even op te kunnen frissen, zeker als het buiten erg warm is of hard waait. Een damestas bevat vaak een beperkte selectie aan toiletartikelen, maar het is wel zo prettig als er ook bij de toiletten bijvoorbeeld deodorant, handcrème, maandverband, tampons en haarlak beschikbaar zijn. Een extra bonuspunt scoor je wanneer je bij de receptie een panty of een stropdas klaar hebt liggen. Niets is zo vervelend

om met een ladder in je panty of een vlek op de stropdas een afspraak in te gaan. Bovendien geef je je gast al meteen het gevoel dat jij in staat bent om alle zorgen uit handen te nemen.

#### EN TOEN WAS ER

Koffie aanbieden is een vast onderdeel dat gelukkig geen enkel bedrijf overslaat. Komt een gast vaker, dan is het natuurlijk attent als je onthoudt hoe hij of zij de koffie drinkt, maar het is tegelijkertijd een valkuil om ervan uit te gaan dat de keuze nu weer valt op zwarte koffie. Vraag gewoon of ze het gebruikelijk willen, maar wijs ze ook vooral op de mogelijkheden die je koffie-automaat heeft. Extra indruk maak je met een lekker koekje, niet van die voorverpakte koffiekoekjes die je in de supermarkt zelf ook niet in je winkelmandje zou leggen.

#### VERTREK

Staat de gast op het punt om te vertrekken? Laat de receptie even het weer, het verkeer en de NS-reisplanner checken. Staat er een lange reis op de planning, vraag dan of koffie of water voor onderweg gewenst is. Regent het? Loop dan even mee naar de auto als de parkeerplaats niet overdekt is. Extra attent zijn bedrijfsparaplu's bij de receptie die klanten kunnen lenen.

Bron: [facto.nl](http://facto.nl)



WE ARE THE NIGHT

# “Met gerichte content je waarde vergroten”

Afgelopen voorjaar verscheen een openhartige documentaire rondom het tienjarig bestaan van ‘WE ARE THE NIGHT’. In de documentaire is te zien hoe het bedrijf is ontstaan vanuit partywebsite Superfeesten.nl en door de jaren heen uitgroeide tot de absolute pionier van de aftermovies. Tegenwoordig is het bedrijf als volwaardig contentmarketingbureau veel meer dan dat, zo blijkt in gesprek met eigenaar Wilco Jung: “We hebben onszelf opnieuw uitgevonden.”

Fotografie ©WeAreTheNight.com / Joyce Goverde

**W**ie het verhaal van WE ARE THE NIGHT (WATN) optekent, ontkomt er niet aan om eerst de geschiedenis van het bedrijf uit de doeken te doen. Want hoewel het bedrijf op het moment van spreken op de dag nauwkeurig elf jaar bestaat, gaat de ontstaansgeschiedenis nog een stuk verder terug. Feitelijk begint het hele verhaal in 2001, wanneer Olaf Veldkamp met twee vrienden op het idee komt om foto’s van

feestjes online te gaan delen met de aanwezigen. Het was de geboorte van Superfeesten.nl, een van de eerste partywebsites en pionier van de aftermovie. In 2003 sloot Wilco Jung zich aan bij het gezelschap: “Eigenlijk als hobby, maar het is nogal uit de hand gelopen”, lacht hij.

## KRACHT

In de begintijd kwam het eigenlijk neer op het volgende: gewapend met een camera trokken de jongens over de dansvloer en maakten ze foto’s en video’s die uiteindelijk op internet gedeeld werden met het partypubliek. “Zoiets bestond nog niet en het bleek ontzettend aan te slaan”, vertelt Jung nu. “We zagen al heel vroeg de kracht van bewegend beeld en zijn daar meteen ingestapt. Daarom hebben we altijd vooropgelopen.” Na een jaar of vijf besloot Jung zijn baan op te zeggen om zich volledig te storten op de transitie van partywebsite naar video-productiehuis. Dat was het begin van WATN, dat binnen enkele jaren uitgroeide tot een speler van wereldformaat. Jung toerde als vaste cameraman van Tiësto de hele

wereld rond en ook partijen als Matrixx, Par-T en Alda Events huren WATN in om hun content te produceren.

#### OPNIEUW UITVINDEN

Het waren de hoogtijdagen van de aftermovie en juist daarin had WATN zich gespecialiseerd. “De aftermovie was echt het gouden ei. Het kon niet gek genoeg en werd bijvoorbeeld ook steeds filmischer, maar de laatste jaren merkten we dat er een kentering kwam”, legt Jung uit. Waar het op neer kwam is dat de aftermovie in zijn originele vorm niet meer aansluit op de manier waarop mensen de content vandaag de dag consumeren. Jung: “De kijkcijfers van aftermovies gaan omlaag en de waarde van content wordt toch bepaald door hoeveel mensen het uiteindelijk zien. De aftermovie bleek dood en als dat dan je belangrijkste pijler is, dan heb je een probleem.” Het zorgde voor een moeilijke tijd voor Jung en zijn team, geeft hij aan: “We hebben onszelf echt opnieuw moeten uitvinden en dat was niet makkelijk. We zijn gaan nadenken over hoe we het dan wél moesten gaan aanpakken om toekomstbestendig te zijn én weer voorop te lopen.”

#### PIJLERS

Het heeft uiteindelijk gezorgd voor een keerpunt voor het bedrijf, dat zich heeft ontpopt tot een volwaardig contentmarketingbureau dat organisatoren van festivals en andere live evenementen de totale zorg op contentgebied uit handen kan nemen.



Jung: “We zijn heel goed gaan kijken naar wat onze klanten nou eigenlijk willen en hoe wij hen daarmee kunnen helpen. Tegenwoordig bestrijken onze diensten drie verschillende lagen. Allereerst heb je de strategische laag. Daarin denken we mee over de grote lijnen. Het liefst ook langdurig, omdat je dan de meeste waarde kunt toevoegen. Na de strategische laag heb je de tactische laag. Daarin zet je de visie die je binnen de strategische laag hebt ontwikkeld om in een contentplan dat past bij de wensen en doelen van de

klant. In de operationale laag zorgen we ervoor dat dit contentplan uitgevoerd wordt en er bruikbare content wordt ontwikkeld. Dat kan van alles zijn, van een docu tot een livestream, tot korte social clips. We kijken nu op een heel andere manier naar een evenement en het mooie is dat we ook echt niet per se alles willen doen. We kunnen opdrachtgevers ook helpen om na te gaan wat ze willen maken, hoe ze dat kunnen doen en hoe ze het vervolgens het beste kunnen inzetten. Hebben ze dan een vaste partij waar ze het uiteindelijk mee willen uitvoeren? Prima, daar willen wij ook best mee werken. Praat met ons en kijk hoe wij je kunnen versterken, daar komt het eigenlijk op neer.”

#### BRUIKBARE CONTENT

WE ARE THE NIGHT is dus niet meer enkel en alleen een productiebedrijf. Het gaat veel dieper dan dat. Bovendien komt het al helemaal niet meer alleen neer op ‘we hebben een evenement en dat moet even geregistreerd worden’, geeft Jung aan. “Er wordt goed gekeken naar voor wie je iets maakt. Het gaat erom dat je bruikbare content creëert. Je maakt het namelijk niet voor jezelf, maar voor je klant. Zijn waarde moet uiteindelijk worden vergroot en dat kan alleen door de juiste middelen op de juiste manier in te zetten. Mooi voorbeeld daarvan is wat we eerder dit jaar bij Music On Festival hebben gedaan. We hebben daar voor het eerst meegedacht in de contentplannen en





Wilco Jung temidden van zijn team, bestaande uit vast personeel en freelancers, tijdens Electric Love Festival 2019.

ook een stuk uitvoer gedaan. We hebben in totaal zo'n honderd verschillende clipjes gemaakt. Allemaal korte recaps van een paar seconden lang. Meteen klaar en delen maar. Dat veroorzaakt veel meer buzz dan alleen een aftermovie, zo is ook gebleken. Op het festival zelf zijn tussen de tien- en vijftienduizend bezoekers, maar je bereik wordt vele malen groter."

#### ELECTRIC LOVE FESTIVAL

Een goed voorbeeld van hoe WATN graag te werk gaat is het Oostenrijkse Electric Love Festival. "We zijn daar zes jaar geleden ingestapt toen ze net begonnen en het is in die zes jaar tijd een enorm festival met zo'n zestigduizend bezoekers geworden. We denken daar ook mee over hun contentstrategie en vinden onszelf daar ook steeds weer opnieuw uit. Live integreren met het maken van content, snel dingen uitsturen, korte clips uit de livestreams halen en daarmee meerwaarde creëren voor het festival, maar

zeker ook voor sponsors en artiesten. Met onze content hebben we afgelopen zomer tijdens het festival zo'n 1,3 miljoen mensen bereikt. Dat is dus inderdaad heel wat meer dan die zestigduizend mensen op het terrein."

#### NEXT LEVEL

Ook op evenementen als Harmony of Hardcore en 7th Sunday Festival komt voor WATN alles samen. "Met organisator Par-T werken we al een jaar of vijftien samen, dat stamt al uit de tijd van Superfeesten", legt Jung uit. "Elk jaar kijken we samen met hen naar wat we gedaan hebben. Wat heeft gewerkt? Wat heeft minder gewerkt? Wat willen we bereiken en hoe kunnen we dat nog beter doen? Dat vul je elk jaar opnieuw in. Vijf jaar geleden maakten we alleen een aftermovie. Dat is niet meer te vergelijken met wat we nu doen. Nu hebben we heel veel verschillende dingen gemaakt, in verschillende formaten. Je moet het namelijk goed

afstemmen. Is het voor Facebook of bijvoorbeeld voor Instagram of YouTube? Dat vergt een andere aanpak. De livestream hebben we daar dit jaar in 4K geschoten, dat was ook weer 'next level'. Dan zie je ook dat een plan gaat vliegen als je mooie dingen maakt. Wij leveren dan een contentteam en een live team en produceren de content die past bij de strategie zoals we die samen met Par-T vooraf hebben bepaald."

#### DATA

Het gaat er om met gerichte content zoveel mogelijk (en de juiste) mensen te bereiken. Dat kan nog verder gaan dan op dit moment het geval is, geeft Jung aan: "We zijn nu aan het kijken naar wat we kunnen gaan doen met data. Hoe kun je dat koppelen aan je content? Als je die twee dingen combineert, dan ga je echt op basis van informatie dingen maken. Wat kijken mensen? Moet je bepaalde artiesten juist wel of niet meenemen? Je gaat nog veel

gerichter te werk. Op een groot festival staan misschien wel 140 artiesten, je kunt je afvragen of het zinvol is om die allemaal in beeld te brengen. Vooraf kijk je samen met de promotor naar wat relevant is voor de bezoeker én toekomstige bezoekers. Daarom is het ook goed als je als contentpartij zo vroeg mogelijk in het traject betrokken wordt bij de productie. Je moet er eigenlijk al bij zijn als de line-up wordt gemaakt. Wij moeten dan namelijk al zaken gaan regelen met de artiesten, maar kunnen ook meekijken naar de aankleding van de podia. Als wij vooraf zien wat de hoeken gaan worden, dan kunnen we al aangeven of bepaalde ideeën gaan werken of niet.”

#### VERANDEREN

WE ARE THE NIGHT is van de langdurige relaties. “Dan werken onze plannen ook het beste”, vertelt Jung. “Content is ook niet iets van vandaag. We zijn nu bezig voor volgend jaar, het jaar daarop en misschien wel een jubileum dat over tien jaar een keer plaatsvindt. Dan is het goed om de strategie helder te hebben, zodat op het juiste moment de juiste content beschikbaar is.” Jung en zijn team willen er graag zijn voor hun opdrachtgevers en hen helpen hun waarde te vergroten.



“Promoters zien het aantal views van aftermovies naar beneden gaan, maar ze hebben er zelf geen oplossing voor. Wij hebben die oplossing wel. Het betekent wel dat je manier van werken moet veranderen en dat vinden veel partijen eng. Toch is het nodig, want ik geef je op een briefje dat bepaalde promoters op dit gebied echt de boot gaan missen als ze doorgaan op deze manier. Het werkt

gewoon niet meer zo. Straks komen er nieuwe partijen die dit grapje wel snappen en dan is het te laat. Vanuit je strategie content maken, daar gaat het om. En dat hoeft niet duurder te zijn. Sterker nog, je ROI is groter omdat we met die content data creëren die je nieuwe inzichten oplevert. Vanuit die inzichten ga je (bij)sturen en zo wordt het proces steeds beter, slimmer en effectiever.”



# AANBEVOLEN LOCATIES

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

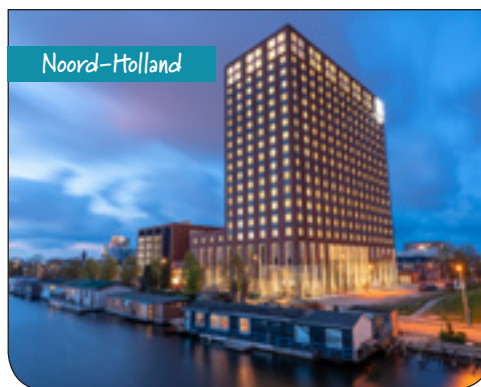


Zuid-Holland

## ● 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 infoliege@bluepoint.be  
I www.bluepoint.be



# HOSPITALITY UEFA EURO 2020

Johan Cruijff Arena is geselecteerd als exclusieve sales agent voor de verkoop van officiële UEFA EURO 2020 hospitality pakketten voor particulieren en bedrijven die in Nederland gevestigd zijn. Alleen via de Arena zijn officiële pakketten te verkrijgen, zowel

voor de vier voetbalduels in de Arena als voor de overige UEFA EURO 2020 wedstrijden.

Neem voor meer informatie contact op met ons sales team via **020 311 1414** of [hospitalityeuro2020.nl](http://hospitalityeuro2020.nl).

T/ 020 311 1414 E/ [hospitalityeuro2020@johancruijffarena.nl](mailto:hospitalityeuro2020@johancruijffarena.nl) W/ [hospitalityeuro2020.nl](http://hospitalityeuro2020.nl)

**JOHAN CRUIJFF  
ARENA**

**ClickShare**

Plug into simplicity.

TAP INTO

amazing




**CSE-200**

### 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/>.**



**‘In deze hal  
werden onze 5.000  
medewerkers weer  
één team’**

**Het start  
vanuit  
het hart**

Een event organiseren met het idee je verkoopcijfers te boosten of marktaandeel te vergroten. Om klanten te overtuigen van jouw product of dienst. Jaarbeurs biedt je de perfecte omgeving in het hart van Nederland. Wat je ook wilt bereiken met je event, wij geven je alle ruimte, onze passie en jarenlange ervaring.

[jaarbeurs.nl/eec](https://jaarbeurs.nl/eec)

**JAARBEURS**

attract - engage - accelerate