

Meeting Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 17 - nr 1 - Meetingmagazine.nl

De (on)mogelijkheden van online events

Terugblikken op een roerig jaar met de winnaars van de Nationale Meeting Award -
Het hospitality hart blijft kloppen - Echte verbindingen na 365 dagen lockdown -
Hoe protocol kan helpen bij online events - De social media trends voor 2021



VGF biedt Financiële Zekerheid

voor uw internationale congres






De stichting Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF) ontzorgt al 25 jaar congresorganisatoren

U wilt een internationaal congres in Nederland organiseren — maar wat nou als er minder deelnemers komen dan verwacht? En hoe financiert u de opstartkosten? De stichting Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF) biedt uitkomst.

Al meer dan een kwart eeuw verstrekt het VGF kosten- en renteloze leningen tot wel € 90.000,- aan congresorganisatoren. Ten behoeve van opstartkosten, maar ook om eventuele verliezen als gevolg van tegenvallende bezoekersaantallen af te dekken. VGF staat dan financieel voor u garant.

Samen zorgen we ervoor dat u straks met een gerust hart een geslaagd én financieel gezond congres organiseert!

Meer informatie

-  www.vgfholland.nl
-  info@vgfholland.nl
-  +31 (0)70 370 57 05

Het VGF bestaat al meer dan 25 jaar en is een initiatief van het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, het Ministerie van Economische Zaken en 20 partijen uit de congresbranche.



De lange weg terug naar live

Een jaar geleden kwam in mijn voorwoord voor het eerst het coronavirus aan bod. Niet iedereen zag toen de ernst van de situatie in. Er werd vooral gebaald van het feit dat Nederland in lockdown ging maar er heerste ook optimisme. Dit virus was waarschijnlijk later in het voorjaar wel weer weg.

Een jaar na onze kennismaking met deze bezoeker die niemand op zijn event wil, hebben we te maken met lockdown nummer drie, inclusief avondklok. We zijn gewend aan een werkend leven dat grotendeels uit digitale contacten bestaat. Waar we in maart en april 2020 een kwartier voor de start van de vergadering via Teams of Zoom zenuwachtig keken of alles wel werkte, komen we nu net als bij live bijeenkomsten vlak voor de start online binnen-vallen. We zijn allang de tel kwijt van het aantal digitale borrels, bingo's, beurzen en trainingen waar we aan hebben deelgenomen. De techniek werkt (meestal), je blijft met elkaar in contact en iedereen is het erover eens; het haalt het gewoon niet bij live.

Gaan we nog een jaar van enkel en alleen online contact tegemoet? Zeker niet. Inmiddels is Nederland als langzaamste jongetje van de klas volop bezig met vaccineren. Fieldlab Evenementen trapte op 15 februari af met het eerste testevent in het Beatrix Theater in Utrecht. En liet dit nu net een zakelijke congres zijn. Nog nooit wilden we zo graag bij een live event aanwezig zijn en elkaar weer in de ogen kijken. De gezichten van de deelnemers op de foto's spraken boekdelen. Vooral bij de gelukkigen die dat vervloekte mondkapje mochten afdoen. Inmiddels hebben er ook voetbalwedstrijden en festivals plaatsgevonden en kijkt iedereen reikhalzend uit naar de resultaten. Zou het? Kan het? En hoe dan?

Iedereen die ik het afgelopen jaar heb gesproken, heeft de hoop gevestigd op het najaar van 2021. Ook bij de winnaars van de Nationale Meeting Award 2020 druppelen de boekingen voor september langzaam binnen. Maar waar je die vroeger gewoon kon inboeken, moet je nu meerdere scenario's uitwerken en gewoon afwachten wat er tegen die tijd mogelijk is. Gelukkig is na een jaar online events organiseren de rek nog steeds niet uit onze veerkracht. We gaan gewoon nog even door.

Veel leesplezier!

Sofie Fest
Hoofdredacteur Meeting Magazine
sofie@vanmunstermedia.nl

“Tijdens een live event gaat er veel aandacht uit naar wie er op het podium staat en wat er wordt geserveerd, terwijl online juist de focus op content ligt. Wat betreft netwerken is er zeker een gebrek aan kennis en ervaring.”

Jean Paul Wijers, p 58.

6 Terugblik op een roerig jaar

Bijna een jaar geleden maakten Meeting Magazine, MeetingReview, CLC-VECTA en Vergaderhamers tijdens een online uitreiking de winnaars van de Nationale Meeting Award bekend. De euforie van de winst was toen merkbaar, net als de impact van de coronacrisis. Inmiddels zijn we een roerig jaar verder en blikken we samen met de vijf winnaars terug.

14 Het hospitality hart blijft kloppen

Vier jaar lang volgen Meeting Magazine en Efficient Hotel Partner zes studenten van Hotelschool The Hague (vestiging Amsterdam). Twee keer per jaar vragen we hen naar hun ambities, hun dromen en hun visie op de hospitality branche. Het tweede jaar van hun studie liep uit op een aaneenschakeling van tegenslagen en teleurstellingen. Inmiddels zijn ze begonnen aan hun derde jaar. Een pittig jaar waarin strategie centraal staat en de tijd doortikt.

48 Studenten organiseren e-sportevent: “Met creativiteit en inspanning iets moois bereiken”

Hoe houd je studenten met al die online lessen gemotiveerd en laat je hen tegelijkertijd aan een mooie stage-opdracht werken? Bij MBO College Poort combineerden twee opleidingsmanagers deze twee uitdagingen tot een droomstage; vijftien studenten organiseren onder begeleiding van twee ervaren eventprofessionals een e-sport event voor alle mbo-studenten in Nederland.

52 Terug naar echte verbindingen na 365 dagen lockdown

Nadat er alweer 365 dagen in lockdown waren verstreken sinds de officiële uitbraak van de pandemie, vond boekingsplatform Onemeeting.com het hoog tijd om de persoonlijke verbinding op te zoeken met de opdrachtgevers. In slechts zes weken tijd werd het event UNMUTE uit de grond gestampt. Commercieel manager Kevin van Grondelle blikt terug op het organisatieproces.





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

UITGEVER
Michael van Munster

DUKWERK
Balmedia

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIE-ADVIES
Jessica Scheffer

REDACTIEMEDEWERKERS
Ingrid Rip, Jessica Scheffer, Marianne Kuiper,
Wouter Olland, Daniel Seesink, Monica Rijpma

VORMGEVING
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

ADVERTENTIE EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Jordey de Jooode t: 024-642 3449
Ruben Jansen t: 024-373 8502
Aysun Mahubessy-Saruhan t: 024-373 2585
Advertentietarieven: op aanvraag

ABONNEMENTEN
t: 024-3738505

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.

COVER
Op 16 maart organiseerde MPI Nederland een event over
online showcases. Het event vond plaats in SugarCity.
Fotografie: Jan Buteijn

Aantal verschenen edities: 90



58 Hoe protocol kan helpen bij online events

Hoewel we steeds meer bedreven raken in het digitaal vergaderen en het organiseren van online events, worstelen we nog steeds met aspecten die tijdens offline events vanzelf lijken te gaan. Hoe kun je bijvoorbeeld alsnog mensen de gelegenheid bieden om te netwerken? Volgens experts Jean Paul Wijers en William Hanson liggen de antwoorden bij twee voor Nederlanders ietwat beladen begrippen: protocol en etiquette.

Verder in deze editie

- 22 Postillion WTC Hotel Rotterdam
- 24 ECC Leiden
- 26 Venlo Convention Bureau
- 28 Kwaliteitsmerk YOIN excellent meeting places
- 34 Mystery visit: WestCord Hotel WTC Leeuwarden
- 38 Zijn we klaar voor groen?
- 44 The Rotterdam Experiment
- 46 Interview Pieter Schure, PINO
- 50 TOBACCO - Livestream Studios Amsterdam
- 56 Voorfinancierings- & Garantiefonds
- 60 Event insurance en testevenementen
- 66 Event Canvas

- 68 Het nieuwe bijeenkomen
- 72 Social media trends voor 2021
- 76 Nieuwe kansen buiten de branche

In elke editie

- 13 Column Wouter Olland - Olland Marketing Solutions/Merk Fryslân
- 31 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 43 Column Daniel Seesink - Bewust Zoo
- 64 MPI Nederland
- 78 Het Sprekershuys

WINNAARS NATIONALE MEETING AWARD 2020

TERUGBLIK OP EEN ROERIG JAAR

Bijna een jaar geleden maakten Meeting Magazine, MeetingReview, CLC-VECTA en Vergaderhamers tijdens een online uitreiking de winnaars van de Nationale Meeting Award bekend. De euforie van de winst was toen merkbaar, net als de impact van de coronacrisis. Inmiddels zijn we een roerig jaar verder en blikken we samen met de vijf winnaars terug.

WIM VAN VELZEN EN MARIJKE HOLWERDA, KLEIN WITTENOORD (CATEGORIE S)

“KOOKWORKSHOPS GEVOLGD EN ONDERNEMERS ONDERSTEUND”

In maart moesten Wim en Marijke de deuren van hun locatie tijdelijk sluiten. Marijke: “Na het winnen van de Nationale Meeting Award kregen we ontzettend veel positieve reacties van opdrachtgevers, leveranciers en ondernemers uit de buurt. Ook onze vrienden en familie waren onder de indruk van deze prijs. Het leidde tot een stijging van het aantal aanvragen. Maar veel van die aanvragen moesten we helaas laten gaan. We hebben vanwege de coronamaatregelen maar ruimte voor zes personen in plaats van veertien. De twee bijeenkomsten die wel doorgingen, waren van gasten die echt heel graag langs wilden komen. Eén opdrachtgever paste hiervoor zelfs het programma aan. Om de gasten veilig te kunnen ontvangen, hebben we de inrichting en de routing aangepast. De deelnemers lieten we van tevoren een gezondheidsverklaring invullen. Omdat we de mensen die langskwamen goed kennen, was er ook wat meer sociale controle. Iedereen hield zich netjes aan de verplichte afstand.”

Horeca steunen

De keuken vormt het hart van Klein Wittenoord. Gasten komen er graag langs voor een bijeenkomst in combinatie met een kookworkshop. Het concept aanpassen of overgaan tot



het organiseren van online of hybride events biedt voor Wim en Marijke helaas geen uitkomst. Maar dat wil niet zeggen dat ze stilzitten. Wim: “We zijn liever bezig met het verzinnen van nieuwe dingen en kijken hoe we ons concept nog aantrekkelijker kunnen maken. Zo ben ik nog altijd nieuwe recepten aan het uitproberen en houd ik de trends in de gaten. Op dit moment richt ik me op de mediterraanse, de moderne Indiase en Israëlische keuken. Ook heb ik de Indonesische keuken weer van stal

gehaald. Daarnaast hebben we diverse online kookworkshops en proeverijen gevolgd. Deels om onze kennis bij te spijkeren, deels om de horeca te ondersteunen. We halen de ingrediënten zoveel mogelijk uit de directe omgeving. Ook hebben we veel maaltijden laten bezorgen. Dat zorgt voor verbinding onder de ondernemers in de buurt.”

Hoop voor het najaar

Ondanks de tegenvallende inkomsten hoor je Wim en Marijke absoluut niet klagen. “In tegenstelling tot collega-locaties zitten wij in de luxe positie dat we financieel niet afhankelijk zijn van de inkomsten uit de zaalverhuur van Klein Wittenoord”, zegt Wim. “We hebben geen personeel in dienst. Het gebrek aan inkomsten vang ik op met mijn werkzaamheden als financieel adviseur.” Marijke heeft nog altijd haar coachingspraktijk. “Ik merkte na een kleine dip in maart en april dat de agenda juist voller werd. Maar uiteindelijk hopen we weer gasten te kunnen ontvangen. Ik denk dat we dankzij het vaccineren in het derde kwartaal weer meer vrijheid hebben. Ondertussen gaan we door met onze passie voor dit vak zodat we straks weer hetgeen kunnen doen wat we het allerliefste doen; mooie bijeenkomsten organiseren waarbij onze gasten volledig in de watten worden gelegd.”

MONIEK SPRUIT, VRIJ IN CULEMBORG (CATEGORIE M)**"JE OMZET RAAK JE KWIJT, NIET JE NAAM EN REPUTATIE"**

Eigenlijk wilde Moniek in 2020 tijdens de vele events op haar locatie wat meer naar de achtergrond treden en met name achter de schermen actief blijven. Het beloofde ook een mooi jaar te worden, maar corona had een ander verloop in petto. "De eerste 2,5 maanden draaiden we een topperiode. Toen VRIJ dicht moest, zijn we achter de schermen aan de slag gegaan. Verderop op het terrein hebben we 't Bakhuisje gecreëerd, een vergaderruimte voor tien personen met eigen terras en eigen parkeerplaatsen. Toen in juni de versoepelingen werden aangekondigd, hebben we tot en met medio september nog een aantal bijeenkomsten kunnen organiseren voor maximaal veertig personen. Dat waren vooral vaste opdrachtgevers die het erg fijn vonden om hun collega's weer live te zien en er even tussenuit te zijn. De bruiloften die we normaal in de zomer hebben, bleven vorig jaar helaas grotendeels uit. Maar wat ik misschien nog wel het meest jammer vind, is dat mijn trouwe medewerker en goede vriendin Linda uiteindelijk voor een andere uitdaging buiten de branche heeft gekozen. Linda is echt een aanpakker, dus die keuze was volkomen begrijpelijk."

Kostenposten

Sinds het aantrekken van de maatregelen in het najaar van 2020 is de agenda leger, maar zeker niet leeg. "Ik verhuurde de locatie eerder al regelmatig voor fotoshoots en video-opnames. Dat loopt gewoon door. 't Bakhuisje is elk weekend geboekt door particulieren. En Bar Brasserie STREEK, mijn tweede locatie, is sinds kort in het weekend weer



open voor take-away-maaltijden." Om het gebrek aan inkomsten enigszins te compenseren, kijkt Moniek goed op welke posten ze kan besparen. "Het vertrek van Linda gaf wat extra lucht op de balans. Verder heb ik tijdens de bijeenkomsten die doorgingen zoveel mogelijk zelf op de vloer gestaan. Niet-noodzakelijke investeringen laat ik achterwege. Normaal koop ik bijvoorbeeld nieuwe borden als ik mooie exemplaren tegenkom of koop ik producten die mijn gasten tijdens het vergaderen kunnen gebruiken."

Minder stress

Ondanks de tegenvallende inkomsten en dankzij die legere agenda ervaart Moniek wel minder stress. "De avonden hoef ik namelijk niet meer te werken.

Die momenten gebruik ik om op te laden. Voor het wandelen met de hond maakten mijn partner en ik altijd al tijd vrij, nu lopen we een extra lange ronde. Ondertussen ben ik met mijn marketingbureau in de afrondende fase van een vernieuwde huisstijl en website voor 't Bakhuisje en VRIJ. Ik vind het fijn dat ik me toch met meerdere dingen bezig kan bezighouden. Ik merk namelijk dat ik met een drukke agenda meer gedaan krijg dan met een lege agenda."

Aanvragen

Moniek gaf vorig jaar jaar na het winnen van de Nationale Meeting Award aan dat mindere tijden ook bij het ondernemen horen. Denkt ze daar nog steeds zo over? "De kaarten liggen zoals ze liggen. Daar kun je weinig aan veranderen.

Zodra je het vertrouwen helemaal kwijtraakt, dan is het pas echt voorbij. Het is nu inderdaad hard werken voor weinig omzet en wat betreft VRIJ en STREEK ben ik natuurlijk dubbel getroffen, maar je naam en je reputatie ben je niet kwijt." Moniek hoopt dat de vergadermarkt en de verhuur van werkplekken in het tweede kwartaal weer op stoom komt. "Het voordeel van VRIJ is dat we hier de groepen ontvangen die qua grootte straks weer als eerste mogen. Ondertussen druppelen de eerste aanvragen binnen en ben ik met enkele bruidsparen in gesprek. Het geeft goede moed!"

DIANA BARTELS EN BRAM KOSTERINK, BILDERBERG EUROPA HOTEL SCHEVENINGEN (CATEGORIE L)**“MEER TIJD OM NOG EEN STAPJE EXTRA TE ZETTEN”**

Op de dag van het interview met general manager Diana en sales manager Bram vinden er maar liefst twee events in het Scheveningse hotel plaats; een hybride event met acht personen en een online event van 300 personen. Bram: “Klanten blijven met ons kijken naar de mogelijkheden en dat geeft energie. Zo keken wij een jaar geleden nog samen met de klant naar een groot ‘offline evenement’ in het Bilderberg Europa Hotel. Na een aantal weken werd toch besloten het event hybride in te gaan delen. Maar corona was ook toen nog niet klaar met ons, dus. Uiteindelijk hebben we samen met de klant alles online uitgewerkt. Als klap op de vuurpijl ging dit specifieke evenement van 150 offline naar ruim 300 deelnemers online! Ook het winnen van de Nationale Meeting Award in april vorig jaar gaf een boost. Dat was net in de periode dat onze deuren gesloten waren.”

Moeilijk jaar

Ondanks deze events heeft Bilderberg Europa Hotel Scheveningen een uitdagend jaar achter de rug. Diana: “Gelukkig hadden we in juli en augustus nog flink wat leisure gasten. Wat betreft de zakelijke events hadden we in september en begin oktober weer even een opleving, ook mede vanwege de in maart geplande events die waren doorgeschoven. Maar toen werden de maatregelen weer aangescherpt. Binnen Bilderberg zien we inmiddels wel wat herstel in de nationale, zakelijke MICE-markt, met name bij de landelijk gelegen hotels in het midden en zuiden van het land. Ons hotel heeft toch iets meer de perceptie van een stadshotel in Den Haag, terwijl we 198 stappen van strand zitten. Zelf hopen we op een goed vierde kwartaal van dit jaar. Ook verwachten we dat de leisure gasten ons in de zomermaanden weer zullen vinden. Een



volledig herstel voor de internationale markt, daar durf ik in 2023 pas op te hopen.”

Positieve draai

Ondertussen blijft het team in Scheveningen gasten verwelkomen. Bram: “In de zonnige weekenden zien we dat de leisure bezetting weer toeneemt. Omdat we in het restaurant geen ontbijt, lunch en diner mogen serveren, hebben onze gasten de mogelijkheid dit nu op hun kamer te gebruiken. Gasten mogen zelf hun eigen take away diner ophalen in de keuken en kregen een persoonlijke toelichting van de chef.” Diana: “We kijken vooral naar wat wel kan en geven daar een positieve draai aan. Bilderberg breed leven de testevents van Fieldlab Evenementen ook. De eerste resultaten zijn in ieder geval hoopgevend. Ik ga ervan uit dat het tweesporenbeleid van vaccineren en maatregelen treffen snel weer dingen mogelijk maakt.”

Invulling gastvrijheid

Bilderberg Europa Hotel Scheveningen won in totaal twee keer de Nationale

Meeting Award. Beide malen werd door de jury de gastvrijheid en de persoonlijke aandacht geprezen. Kan daar op 1,5 meter nog een goede invulling aan worden gegeven? Diana: “We hebben nog steeds de Maitre B’, die nu volledig kan assisteren bij de technische audiovisuele aspecten. Ook hebben we nu juist tijd om alternatieven te bedenken zodat je toch dat stapje extra kunt zetten. Mensen waarderen die kleine gebaren nu des te meer.” Bram: “We schuiven een persoonlijk handgeschreven welkomstkaartje onder deur, daarnaast maken wij er een feestje van als gasten wat te vieren hebben. De persoonlijke aandacht, dat is waar onze gasten voor bij Bilderberg komen.” Diana: “We zijn oprecht blij met elke gast die in ons hotel verblijft. Maar ondertussen verlangen we ernaar om alle gasten, dus ook de conferentiegasten, een mooie ‘volledige ervaring’ te bieden. Wanneer ik door het hotel loop, zie ik al helemaal voor me hoeveel energie dat iedereen weer zal geven.”

MARIËLLE HAENEN, DIRECTOR OF CONFERENCE SALES BIJ BILDERBERG KASTEEL VAALS BROEK (CATEGORIE XL)
"ALTERNATIEVE SCENARIO'S EN EEN VIRTUELE TOUR"

Toen de coronacrisis uitbrak en steeds meer events werden gecancelled, was Mariëlle vooral bezig met het bellen van opdrachtgevers en gasten. Eigenlijk is er in een jaar tijd niet heel veel veranderd en staan de zakelijke events nog steeds op een laag pitje. "We hebben vorig jaar wel enkele hybride en online events georganiseerd. Zo mochten we in oktober in samenwerking met onze vaste partner Media Service Maastricht nog een groot online congres verzorgen met tien sprekers op locatie. Toen in het najaar van 2020 bleek dat alle evenementen opnieuw moesten worden verplaatst, kozen veel opdrachtgevers ervoor om uit te wijken naar het voorjaar van 2021. Maar helaas ziet het eruit dat er de komende weken nog niet veel mogelijk is."



kamerbezetting. We hebben zelfs op een mooie herfstdag in het paviljoen nog een bruiloft gehad die al een aantal keer was verzet. Ook het tweede weekend van januari, toen in Limburg de eerste sneeuw was gevallen, werden er ineens spontaan vijftig kamers geboekt." De regelgeving maakt het soms echter lastig om gasten te faciliteren. "Ontbijt, lunch en diner mogen we alleen als take away aanbieden. Daarnaast moet je gasten voortdurend op de maatregelen wijzen. Afgelopen zomer hebben we soms echt de boeman moeten spelen. Wat het extra lastig maakt, is dat mensen hoge verwachtingen hebben, terwijl je noodgedwongen een aangepast product biedt. We kregen bijvoorbeeld vaak de vraag waarom het zwembad gesloten is."

Nieuwe aanvragen

Nast de evenementen die verplaatst moeten worden, komen er nieuwe aanvragen voor september binnen. "Veel opdrachtgevers verwachten dat we vanaf september weer groepen van honderd personen mogen ontvangen. Ze willen het liefst een bijeenkomst zoals vanouds met een teambuildingsactiviteit en een feest. Maar je weet gewoon niet wat er tegen die tijd mogelijk is. Daar spelen we met onze voorwaarden en een flexibele houding op in. We blijven in contact met de opdrachtgevers en kijken per event naar alternatieve scenario's. Denk aan het opsplitsen in kleinere groepen of een hybride variant. Om die reden zijn we nu ook de laatste hand aan het leggen aan een virtuele tour zodat klanten op afstand kunnen meekijken."

Internationale beperkingen

Omdat het hotel op het drielandpunt ligt, heeft Mariëlle ook nog eens te maken met drie verschillende pakketten aan maatregelen. "Dan moet je tijdens een telefoongesprek met een Duitse of Belgische opdrachtgever uitleggen dat bepaalde wensen vanwege de Nederlandse regelgeving niet of enkel in aangepaste vorm kunnen worden uitgevoerd. Dat druist heel erg tegen onze aard in. Ook voor de opdrachtgevers zelf zorgen die verschillende regelgevingen voor complexe situaties."

Boeman spelen

Wat betreft de leisure markt is de bezettingsgraad gelukkig beter. "In de zomer van 2020 hadden we een hele goede

Perspectief

Met een normale agenda van 10.000 zakelijke overnachtingen per jaar hoopt Mariëlle dat er snel weer wat perspectief komt. "Mensen zijn het online samenkomen beu en hebben behoefte aan persoonlijk contact. Bovendien weten onze gasten dat ze hier alle ruimte hebben om op 1,5 meter afstand in een veilige omgeving een event kunnen organiseren. Maar hoe de situatie er over een maand ook uitziet, uiteindelijk zijn we blij met elke zakelijke gast die we straks weer mogen ontvangen. Waar we voorheen energie kregen van een groot event voor 500 personen, worden we nu even blij van een vergadering voor vier."



Livestreamstudio Felix Meritis

Van hybride event tot volledig online, alles is mogelijk in de livestreamstudio in Felix Meritis! Met state of the art techniek in onze monumentale Zuilenzaal bereik je jouw publiek digitaal vanaf de Keizersgracht in Amsterdam.

**Benieuwd naar de mogelijkheden?
Neem contact met ons op voor
meer informatie.**

sales@amerpodia.nl
020 589 16 80

Amerpodia



Kasteel Groeneveld Baarn

aan de A1/A27

De mogelijkheden zijn legio, de omgeving is inspirerend

Kasteel Groeneveld heeft de inrichting van haar zalen herzien, zodat u conform de richtlijnen van het RIVM toch kunt vergaderen op een wel heel bijzondere locatie.

www.kasteelgroeneveld.nl



Wilkhahn

Wilkhahn
Van Nelle Fabriek
Van Nelleweg 2120
3040 BC Rotterdam
010-7503390
info@wilkhahn.nl

Occo



Occo, verbindt uitstekend comfort voor o.a. vergaderruimten en restaurants. Met stalen of houten frames. Geproduceerd uit hoogwaardig kunststof in 6 kleuren. Vele varianten ongestoffeerd of gestoffeerd. Ook als barkruk (stapelbaar) en tafel (o.a. statafel) leverbaar. Occo is er met armen, zonder armen en als hoogwaardige "conference" met volledige stoffering. Een universele stoel met een tijdloze uitstraling.

LIDIA BERNAERT, COMMERCIËEL MANAGER DEFABRIQUE EVENEMENTENLOCATIE (CATEGORIE XXL)
“INGEWIKKELDE TIJD HEEFT MOOIE DINGEN VOORTGEBRACHT”

Bij DeFabrique staat van huis uit de relatie met opdrachtgevers voorop. Dat betekende vorig jaar dat ook Lidia Bernaert en haar collega's samen met hun opdrachtgevers evenementen moesten annuleren en verplaatsen. De online events maakten in sneltreinvaart hun opmars. "In juli 2020 organiseerden we met Momice, het Sprekershuys en Bijman Audiovisueel het event 'Wat Nu' om samen met opdrachtgevers te kijken waar de uitdagingen lagen en hoe zij online en hybride events beleefden."

Interactie, relevantie en toegevoegde waarde

Daar kwamen volgens Lidia zeer interessante lessen uit. "Wanneer je online en fysiek integreert, neemt in de praktijk onbewust een van de twee de overhand en daar moet je voor waken. Daarnaast moet je de betrokkenheid van de deelnemers online heel anders faciliteren dan fysiek. Hoe krijg je die interactie voor elkaar? Budgettair is de kostenverdeling ook veranderd en zie je dat de technische kosten vaak worden onderschat. Dit heeft weer te maken met de beperkte kennis die veel organisatoren nog hebben over dit onderdeel. Het is voor velen echt een kwestie van events opnieuw uitvinden. Het mooie van online events is wel dat je bepaalde aspecten beter kunt meten. Juist dan kun je zien waar je het voor doet en dat zien opdrachtgevers ook in. Dit zorgt ervoor dat er nog beter gekeken wordt naar de relevantie en de toegevoegde waarde van events. Daar word ik heel blij van. We hebben in 2020 al een aantal mooie events neer kunnen zetten, zoals een hybride variant van de NIMA Marketing Day in september en de online versie van Chaos in de orde."

Aanbod herzien

Volgens Lidia is het nog steeds mogelijk om mooie events te organiseren, maar de kostenopbouw is anders. "Daar moet



je samen met de opdrachtgevers een weg in zien te vinden. Om die reden hebben we heel goed gekeken naar ons aanbod in het belang van onze opdrachtgevers en vanuit dat oogpunt niet meer afhankelijk te hoeven zijn van eventuele aangescherpte maatregelen. Zo hebben we ons prijsbeleid aangepast. Waar we voorheen onze zalen standaard inclusief meubilair, aankleding en fysieke services verhuurden, kijken we nu per event of dit nodig is. Ook hebben we intern naar onze organisatiestructuur gekeken om nog servicegericht naar onze opdrachtgevers te zijn. Uiteraard stellen we zelf hoge eisen aan de online en hybride events die hier worden georganiseerd. Daarom zijn we samenwerkingen aangegaan met partners die gespecialiseerd zijn in zaken zoals een relevant platform, techniek, maar vooral ook goede content en inhoud kunnen verzorgen. Per event kijken we welke partners we nodig hebben om tot een optimaal resultaat te komen."

Doorontwikkelen

Ondanks het nieuwe aanbod organiseerde DeFabrique vorig jaar een stuk minder evenementen: "Het stond zeker ter discussie om open te blijven, maar het zit niet in onze aard om dicht te gaan. Wij willen onze opdrachtgevers ontzorgen bij de organisatie van hun evenement zodat zij hun (merk)verhaal of boodschap tot leven kunnen brengen bij de doelgroep. Onze branche is de mooiste waarbinnen je kunt werken. De strategische koers is en blijft vooruit denken en innoveren; nu en in de toekomst. De studio's die we hebben en publieksevenementen die op stapel staan, zijn hier mooie voorbeelden van."

Wensenlijstje

Uiteindelijk heeft de lastige periode die nu al een jaar duurt ook mooie dingen voortgebracht. Lidia: "We kregen al een tijdje de vraag of er tv-opnames konden worden gemaakt, maar dat paste steeds niet in onze agenda vanwege de live events. Vorig jaar kon dat dus wel en werd hier onder andere de bekendmaking van The Battles van The Voice Of Holland opgenomen." Voor de consumentenmarkt ontstonden er eveneens nieuwe kansen. "We hadden al een tijdje een wensenlijstje met concepten die we wilden organiseren samen met onze collega's van de Kartfabrique. Een initiatief dat hieruit is ontstaan, is de Winterfabrique; een ijsbaan die afgelopen december werd gerealiseerd in samenwerking met Ice-World. Dit concept gaan we doorontwikkelen tot een publieksevenement. Zo zie je maar weer wat omdenken en de juiste partners om je heen verzamelen kan doen. Er ontstaan mooie samenwerkingen en concepten waar we eerst alleen maar van droomden!"



ZUIVER
VERGADEREN
TUSSEN
VINYL

MUSIC MEETINGLOUNGE

EEN UNIEKE EN INSPIRERENDE VERGADERLOCATIE IN HET OUDE DORP VAN AMSTELVEEN

Als eerste vergaderlocatie in Nederland heeft Music Meeting Lounge haar ruimte voorzien van een gepatenteerd luchtzuiveringssysteem. Dit systeem is het enige systeem in zijn soort ter wereld dat met succes COVID-19 specifieke klinische onderzoeken heeft ondergaan en de binnenlucht voor 99,9% zuivert van bacteriën, pollen, schimmels en virussen, waaronder het COVID-19 virus wat onze samenleving teistert en samenkomen bemoeilijkt.

Music Meeting Lounge zet naast al eerder genomen strenge maatregelen met de aanschaf van de Aura Smart Air, weer een belangrijke stap in de juiste richting om haar klanten een onvergetelijke maar ook veilige vergaderomgeving te bieden.



020 - 345 2322 | vergaderen@musicmeetinglounge.nl | www.musicmeetinglounge.nl

SUBLIEM SINDS 1986

SUBLIEM
GENIETEN

SUBLIEM
SPARREN

SUBLIEM
ONTWAKEN

SUBLIEM
PROOSTEN



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



Gelukkig bestaat 'normaal' niet

'Doe eens normaal', werd ons ooit verteld toen we als vervelende pubers op de middelbare school in de klas veel lachers op onze hand kregen. En we begrepen deze opmerking van onze docent wel, maar ook weer niet. Lachen was een doel op zich en was voor ons normaal. Clowntjes waren we, en trots ook! Wat is nou normaal? Het was een kwestie van verschil van inzicht en helemaal afhankelijk van de context, wie je bent, wat je doet en waar je van houdt.

Nu heb ik als 'oudere jongere' wat meer levenservaring en ben ik vier grote internationale wereldrecessies verder. Altijd waren er grote veranderingen en ging het vrijwel nooit terug naar het 'oude normaal'. Maar ook niet naar een 'nieuw normaal'. Dat is namelijk voor iedereen verschillend. Dus ik stel mezelf steeds vaker de vraag; wat heeft het mij persoonlijk gekost en wat ben ik kwijt? Maar veel interessanter; wat heeft het me opgeleverd?

Ik zal die lijst niet hier met je gaan delen, maar ik ben wel erg veel gaan nadenken. Ik heb vooral mijn persoonlijke kompas en intuïtie hun werk laten doen. Dat is niet altijd makkelijk, maar het heeft me veel inzicht gegeven, zowel privé als zakelijk. De lijst met positieve veranderingen is voor mij gelukkig groter dan de negatieve ontwikkelingen. Heb je dat ook wel eens gedaan? Inventariseren wat het je heeft opgeleverd?

'Hoop is uitgestelde teleurstelling', zegt men. Best wel cynisch en misschien is 'vertrouwen' beter. Het vertrouwen dat het goed komt. Zeker nu ik vandaag lees dat het kabinet een subsidieregeling presenteert voor evenementen bij annulering vanaf 1 juli. We kunnen weer gaan plannen en het is vanaf nu normaal dat bij annulering 80% vergoed wordt. Wie had dat 1,5 jaar geleden kunnen bedenken?

Er is veel kritiek op de overheid. Soms heb ik die ook, maar ik ben me ook bewust van de prettige bijkomstigheid dat we een van de rijkste landen ter wereld zijn. Een rijk land dat ondanks de enorme ellende waarschijnlijk niet zo slecht uit deze crisis komt. Maar ook een veranderd land en een nieuwe wereld. Misschien wel sterker en beter, maar niet normaal. Dat is het namelijk nooit. Gelukkig niet!

We staan aan de vooravond van gezellige tuinfeesten, mooie concerten, interessante congressen, opwindende festivals en lange avonden op het terras. Live contact. Ik zie het helemaal voor me. Het komt er aan en het hangt in de lucht! Yeah, party time!

Wouter Olland

Interim Marketeer & Sales Management Coaching.



DE NIEUWE GENERATIE HOSPITALITY MANAGERS

HET HOSPITALITY HART BLIJFT KLOPPEN

Vier jaar lang volgen Meeting Magazine en Efficient Hotel Partner zes studenten van Hotelschool The Hague (vestiging Amsterdam). Twee keer per jaar vragen we hen naar hun ambities, hun dromen en hun visie op de hospitality branche. Het tweede jaar van hun studie liep uit op een aaneenschakeling van tegenslagen en teleurstellingen. Inmiddels zijn ze begonnen aan hun derde jaar. Een pittig jaar waarin strategie centraal staat en de tijd doortikt.

Tekst Marianne Kuiper, Efficient Hotel Partner/Music Meeting Lounge

Ondanks de beperkte mogelijkheden voor de studenten is er voor Director of Alumni & Industry Relations Paul Griep geen reden tot zeuren. "Per slot van rekening is ons selectiebeleid van studenten niet alleen gericht op hun IQ en EQ, maar zeker ook op hun AQ", legt Paul uit. "Dat staat voor Adaptability Quotiënt oftewel het aanpassingsvermogen. Onderzoek heeft aangetoond dat een sterke correlatie tussen EQ en AQ een gouden combinatie geeft. Veel van onze studenten bezitten deze combinatie wat zo veel betekent dat zij een hoge mate van omdenken, veerkracht en stabiliteit in huis hebben. Eigenschappen die de weg naar een toppositie plaveien." Het AQ van onze zes is dan wel heel erg op de

proef gesteld. Paul beaamt dit: "We weten nu al dat deze lichter nog meer in staat zal zijn om in de toekomst tegenslagen te overwinnen. Hun stage in het buitenland werd ruw afgebroken, het MO-blok (het onderdeel waarin zij leiding mogen geven aan de eerstejaarsstudenten in de diverse outlets zoals keuken en receptie, red) verhuisde naar online en de 'outdoor challenge' werd afgeblazen. Ga er maar aan staan om zoveel teleurstellingen achtereenvolgens te moeten wegslikken. Maar we weten ook dat tegenslag een mens sterker maakt. Ik voorspel een aparte generatie. Voor deze generatie zijn gebaande paden vol gestrooid met grillige obstakels waar zij mee aan de slag moesten."

PILOT MET SNELTESTSTRAAT

Hoe gaat de hotelschool met de huidige situatie om? “We spelen niet massaal blindemannetje, we weten exact wat er speelt. Een ding staat als een paal boven water: je kiest niet voor een hospitality school om continu achter je laptop te zitten. Maar achter de schermen gebeurt heel veel. Er is intensief overleg met de regering. Inmiddels zijn we in samenwerking met de VU en de overheid gestart met een pilot om zo snel mogelijk weer volledig open te kunnen gaan. De pilot bestaat uit een tweedelig onderzoek; een enquête om te bereidheid tot het ondergaan van sneltesten te onderzoeken en de sneltesten zelf, waarvoor de bovenverdieping van de campus in Amsterdam is omgebouwd tot snelteststraat. Deelname aan de enquête en de sneltest is geheel vrijwillig. Wij willen met deze pilot graag bijdragen aan belangrijk onderzoek. Bovendien geloven we dat de COVID-19 sneltestfaciliteit op de HTH-campus Amsterdam een belangrijke rol kan spelen bij het indammen van het aantal besmettingen en het voorkomen van uitbraken.”



Tom



Marie en Sam

PROJECTTEAM VOOR MENTALE PROBLEMEN

Voor studenten die kampen met mentale problemen is er een projectteam samengesteld. Ook is er een fonds opgericht voor diegenen met financiële problemen. “De grootste bottleneck is het feit dat de meesten van onze internationale studenten noodgedwongen terug naar huis zijn gegaan. Zij willen en kunnen geen huisvesting in Amsterdam betalen nu er geen bijbaantjes in de horeca meer zijn en het onderwijs online plaatsvindt. Dat kan dus gewoon thuis. En helaas wordt hybride onderwijs bemoeilijkt door de verschillende tijdzones.”

INHAALSLAG

Ondanks deze maatregelen heeft de lichterling waartoe onze zes studenten behoren te maken met gecancelde stages en zijn het leiderschapsblok en de outdoor challenge komen te vervallen. Komt er nog een inhaalslag voor deze lichterling? “Dat is op dit moment moeilijk te zeggen en hangt af van

de versoepelingen”, zegt Paul. “Er zijn in ieder geval verregaande gesprekken met de organisatie van het WK-voetbal in Qatar en de directie van een groot resort elders in de wereld. In beide gevallen zouden we voor meer dan 150 studenten stageplaatsen kunnen afdwingen in de vorm van een partnership. Dat is super spannend en ik hoop van harte dat dit gaat lukken. Voor het leiderschapsblok moeten de outlets weer open zijn, dat is een kwestie van afwachten. En als hotelschool vinden we het ook heel belangrijk om alsnog de ‘outdoor challenge’ te kunnen organiseren. De outdoor challenge is intens en heftig en dit maakt dat ze apetrots zijn als ze ‘overleefd’ hebben. Dit onderdeel wordt vrijwel altijd als meest waardevol gewaardeerd door de studenten. Zonder uitzondering kijkt iedere student hier vol bewondering op terug tijdens de graduation. We weten alleen nog niet of het een inhaalslag op vrijwillige basis zal zijn of verplicht wordt.”

UITDAGINGEN

Ook als de stages, het leiderschapsblok en de outdoor challenge niet ingehaald kunnen worden, dan staan de studenten nog volop uitdagingen te wachten. “Het derde jaar scoort hoog op de ladder van waardering. In dit jaar staan strategie en consultancy centraal. De studenten kunnen zich aanmelden voor een zogenaamde ‘case company’. Als je hiervoor geselecteerd wordt, dan ga je met



Mark

een groep als professionele consultants een opdracht uitwerken voor een gerenommeerd bedrijf. De afgelopen jaren zijn we hiervoor met groepen in Miami, Berlijn en Londen geweest." Ten slotte vestigt Paul, als bedenker en oprichter, de aandacht op zijn Sustainable Hospitality Challenge. Dit project is vergelijkbaar met de Solar Challenge. "In het kort: baanbrekende oplossingen bedenken op het gebied van duurzaamheid binnen de hospitality industrie. 32 hotelscholen wereldwijd doen mee en Hotelschool The Hague is dit jaar doorgedrongen tot de halve finale. Het wordt heel spannend. De jury bestaat uit twaalf CEO's, de finale is in september in Dubai. Voor de volgende editie van deze challenge kunnen studenten zich in hun derde of vierde jaar weer aanmelden en geselecteerd worden. In het laatste jaar vindt ook nog een tweede stageperiode plaats. Voor deze 'coronalichting' zal dat dus de eerste stage worden. Kortom, er wacht nog een zeer energerende tijd. Vooral als er steeds meer mogelijk wordt en de crisis snel uitdooft."

IN GESPREK MET DE STUDENTEN

De visie van Paul over het AQ is mooi, maar denken de studenten er ook zo over? Of liggen zij dagenlang depressief in bed met het dekbed tot ver over hun oren? Om elkaar weer eens in de ogen te kunnen kijken zonder scherm ertussen, komen de studenten (op Razvan na die nog steeds in Roemenië is) een voor een langs bij Efficient Hotel Partner & Music Meeting Lounge.

VRIJHEID TERUG

Razvan deelt zijn ervaringen via de inmiddels welbekende digitale weg. "Tijdens de kerstdagen ben ik voor familiebezoek naar Roemenië gegaan. Daar ontving ik het bericht van de hotelschool dat de lessen definitief online vervolgd werden. Ik besloot te blijven. Hier zijn de restaurants en de winkels inmiddels weer open en is meer dan de helft van de bevolking gevaccineerd. We hebben hier onze vrijheid terug. Ik focus mij op eind april, dan hoop ik terug te keren naar Amsterdam. Mijn stip op de horizon is dat ik (naar alle waarschijnlijkheid) mijn MO-blok weer live/offline op school mag doen." Razvan is van nature vrij gedisciplineerd ingesteld, maar merkt dat hij zichzelf tijdens de online-lesperiode extra hard moet aanpakken. "Een stevige uitdaging, maar het lukt eigenlijk best goed."

TOBBEN MET ONLINE LESSEN

Marie daarentegen tobt met de online lessen. "Mijn huis is school geworden, en school mijn

huis. Ik zit hier tussen vier muren die behoorlijk op mij afkomen. Gelukkig deel ik ons schoolhuis met Sam, dat geeft afleiding en biedt de nodige gezelligheid. De studie gaat me op zich redelijk af. Om gemotiveerd te blijven en niet af te dwalen, maak ik dagelijks een schema. Mijn MO-blok heb ik gelukkig voor 50% live mogen doen."

Sam vertelt dat ze flink achterop geraakt is met haar studie en twijfelt of ze een blok (half jaar) vertraging zal nemen. Ook heeft ze nog getwijfeld om terug te gaan naar haar ouders in Spanje. Maar uiteindelijk is ze in Amsterdam gebleven. "Marie en ik leren aan de keukentafel en dat werkt dus niet. Zit de een online te presenteren, moet de ander

muisstil zijn. Ik heb nu een bureautje aangeschaft, misschien helpt dat om weer back on track te komen." Ook constateert ze dat het contact met haar medestudenten behoorlijk verwaterd is. "Maar ik verwacht dat dat wel weer goed komt zodra de school weer open gaat."

STAGE LOPEN IN ABCOUDE

Mark heeft eveneens met de gedachte gespeeld om een 'block delay' aan te vragen. "Ik ervaar steeds maar het gevoel van een lange zomervakantieperiode waarin je je verheugt om je medestudenten weer te zien. Die periode duurt nu wel heel erg lang. Mijn perspectief is dat ik een deel van mijn afgebroken stage mag inhalen. Ik ga volgende maand tien weken stage lopen in



Razvan

restaurant De Eendracht, in mijn woonplaats Abcoude. Maar dat is natuurlijk wel heel anders dan een 5* hotel in Dublin. Eerlijk gezegd kijk ik nu al uit naar het vierde jaar waarin de stage opnieuw een belangrijk onderdeel vormt. Ik kan niet wachten om dan alles wat ik geleerd heb in praktijk te mogen brengen. En natuurlijk verheug ik mij ook op het maken van mijn scriptie.”

HOOFDPIJN EN HOGE CIJFERS

Fauve heeft misschien wel de meeste pech van allemaal. Waar de anderen het MO-leiderschapsblok nog voor de helft live mochten doen, zit zij al maandenlang aan haar laptop gekluisterd. Daardoor heeft ze vaak hoofdpijn. Ondanks de moeilijke omstandigheden haalt ze wel hoge cijfers. Lichtpuntjes en afleiding zoekt ze in het inrichten van haar huisje. “Een vriendin vroeg mij of ik haar huisgenoot wilde worden. Samen hebben we veel tijd besteed aan het zoeken naar de juiste woning (een vrijwel onmogelijk opgave in Amsterdam). Ook heb ik veel plezier beleefd aan het bij elkaar sprokkelen van leuke spullen. De woonkeuken is het centrale punt in ons huis en onze vrienden en vriendinnen (bijna allemaal hotello's, waarmee tijdens het eerste jaar op het Skotel hechte vriendschappen zijn ontstaan) schuiven vaak aan. Zo blijven we gelukkig in contact met elkaar.” Een hoogtepunt was haar 21-diner samen met haar beste 21 vrienden. Precies tussen de twee lockdowns in. “We teren er nog op!”, vertelt ze lachend.

ONDERNEMERSCHAP LONKT

Ex-hotello Tom is een van de vrienden die geregeld in de woonkeuken van Fauve aanschuift. Hij moest vorig jaar helaas de hotelschool verlaten en koos voor de studie 'International Business' aan de HvA. Hij behaalt mooie cijfers. “Veel leerstof heb ik al gehad tijdens het eerste jaar aan de hotelschool. Ik merk nu pas hoe ontzettend veel ik geleerd heb in dat startjaar. De studie aan de hotelschool is veel zwaarder.” De overstap heeft kennelijk zo moeten zijn want Tom vertelt dat ondanks of juist dankzij de coronacrisis het ondernemerschap lonkt. “Ik ben altijd bezig, mijn hoofd tolt van de ideeën en ik heb nu meer tijd om iets met deze ideeën te doen. Ik ben samen met de eigenaar van Plan West (noodgedwongen gesloten vanwege de crisis) bezig om een plan voor een Dark Kitchen te bedenken. Dit is een nieuwe trend waarbij de nadruk ligt op bestellen, afhalen en bezorgen. Je draait in feite een productiekeuken zonder restaurant. Het concept waar we op inzetten is AFC: Asian Fried Chicken. Daarnaast werk ik met school aan een project om een handboek te maken voor ouderen die hun biografie willen schrijven (voor bijvoorbeeld mensen die aan een beginnende vorm van dementie lijden). Zo'n handboek is er nog niet en wij denken dat dit een behoefte invult.”

KLOPPEND HOSPITALITY HART

De enige zekerheid die deze studenten nu en in de toekomst hebben, is de zekerheid van continue



Fauve

verandering. Je kunt je ertegen verzetten, vast blijven houden aan het oude, of je aanpassen en de verandering als een kans zien! De zes studenten zijn inderdaad in het bezit van een aardig Adaptability Quotiënt (ook wel Adversity Quotiënt genoemd). De een wat meer dan de ander, maar gelukkig ligt er niemand depressief onder de dekens terwijl dit angstbeeld wel degelijk een hot item is. Ze houden elkaar in de gaten en wanneer er iemand mentaal wat afzakt, is er voldoende power in de groep aanwezig om die persoon weer op te pepen. Tom's visie sluit hierbij aan: “Wij mensen zijn sociale dieren, maar hotello's hebben net dat beetje extra hang naar sociale contacten. Daar halen wij voor een groot deel juist onze energie uit. Bovendien hanteren hotello's een bepaalde etiquette in gedrag, houding en manier van praten. Met ons groot kloppend hospitality hart willen we het nu eenmaal iedereen graag naar de zin maken.” Opvallend genoeg praat Tom in de wij-vorm en beschouwt hij zichzelf nog steeds als een hotello. Dit bevestigt misschien wel het feit dat je niet per se de opleiding aan de hotelschool gevolgd hoeft te hebben om (straks) carrière in de hospitality branche te maken. Maar het laat ook zien dat deze opleiding een ongelooflijk goed fundament biedt om verder door te groeien naar welke richting dan ook.



OPRICHTERS SPREKERSHUIS OPENEN STUDIO WERKSPOOR

Vanaf 1 maart 2021 is Studio Werkspoor geopend als nieuwe opnamestudio vanuit de Werkspoorkathedraal in Utrecht. De opnamestudio is ideaal voor online (interactieve) events, webinars, podcasts, e-learning, digitale presentaties en videoproducties. De studio is zo ingericht en uitgerust met high-end materialen, dat je direct live kunt met jouw verhaal. De studio heeft een modulaire set-up voor verschillende online formats, van een rondetafelgesprek en huiskamer-setting tot een presentatie met scherm of presentator met desk.

De klant kan kiezen uit drie pakketten waarin technische specificaties en ondersteuning zijn vastgelegd. Hiermee is de studio toegankelijk voor klanten die met één spreker en camera aan de slag willen, maar ook wanneer je met meer mensen een event wilt hosten. De studio is onder andere voorzien van drie camera's, streaming, draadloze microfoons, verschillende beeldschermen en live chatfuncties. Indien nodig kan het Sprekershuys technische ondersteuning bieden, de professionele grafische vormgeving verzorgen of een showreel, aftermovie of compilatievideo maken.

studiowerkspoor.nl



UNLIMITED CREATIVES LANCEERT NIEUW ONLINE RADIOCONCEPT POP-UP RADIO

Al bijna een jaar lang moeten mensen zoveel mogelijk vanuit huis werken, waardoor het contact met collega's tot het minimum wordt beperkt. Veel organisaties hebben dan ook moeite om de interactie te behouden met hun werknemers, omdat alles thuis of online plaatsvindt. Pop-Up Radio introduceert daarom een nieuwe manier voor bedrijven om met elkaar in contact te blijven: een op maat gemaakte radioshow op locatie, die online gestreamd kan worden! Pop-Up radio is een gloednieuw concept dat bedrijven en medewerkers op een speelse en interactieve manier met elkaar in contact brengt. Het radioprogramma wordt online gestreamd en kan overal worden opgebouwd, ook binnen je eigen bedrijf. Door middel van een logo, stijlen en het gebruik van specifieke kleuren, kan een huisstijl volledig nagebootst worden. De volledige radioshow kan worden afgestemd op de organisatie, zoals infotainment, intern nieuws, games tussen medewerkers, muziek en een eigen gepersonaliseerde radio-jingle. Dit alles zal beheerd worden door professionele radio-DJ's.

De radioshow wordt uitgezonden via een eigen Pop-Up Radio portaal online. Hierdoor kan de show vrijwel overal bijgewoond worden, zolang er een internetverbinding aanwezig is. Een chatfunctie maakt het mogelijk om met elkaar te praten of om bijvoorbeeld een verzoeknummer aan te vragen bij de DJ. Je kunt in- en uit-tunen op het moment dat het jou uitkomt. Na het evenement kan de show terug bekeken worden in de archieven.

yourpopupradio.com

EVENTSUMMIT WIL PRIMEUR ALS EERSTE LIVE BEURS

EventSummit wil in de Jaarbeurs dé eerste live beurs van 2021 zijn. Samen met de Jaarbeurs is een draaiboek ontwikkeld, waarmee het mogelijk is om binnen drie tot vier weken de beurs te organiseren, rekening houdend met alle voorzorgsmaatregelen die op dat moment gelden.

Deze hybride editie zal in de loop van het tweede kwartaal 2021 plaatsvinden. De plattgrond is al klaar, 60% van het aantal beschikbare stands is al verkocht en de ticketing zal snel starten. "Zodra de overheid toestemming geeft, gaan wij een dinsdag of donderdag prikken. De tijd tussen beslissen en uitvoering ligt rond de drie tot vier weken. Dit vergt flexibiliteit van zowel exposanten, toeleveranciers en bezoekers. Gelukkig worden door het unieke beursconcept met uniforme standbouw de exposanten geheel ontzorgd", aldus organisatoren Arjen Lemstra en Joris Bots.

Door de positieve berichten, die Arjen en Joris tot nu toe ontvangen hebben, blijkt dat er veel bereidheid is binnen de branche om te laten zien dat het wél kan. Een beurs wordt gezien als doorstroomlocatie en zal waarschijnlijk als één van de eerste events weer worden toegestaan. Zowel stands als tickets zullen schaars zijn. Dus als je bij dit feestelijke livemoment aanwezig wilt zijn, is het raadzaam snel een stand te boeken. Tickets zijn alleen voor corporate eventmanagers beschikbaar en de registratie zal binnenkort starten.

www.eventsummit.nl



Food Valley



Energie & milieutechnologie



Health & High Tech



Groen & duurzaamheid



Thermen Bussloo

“Mooiste businesslocatie op de Veluwe!”

Bloemenksweg 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

Vind je ideale zakelijke locatie op de Veluwe, in de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen

Op zoek naar een echt goede locatie voor je congres of bijeenkomst op of rond de Veluwe, Arnhem en Nijmegen? Profiteer van onze rijke voedings-bodem, vooral in de health-, food- en milieutechnologie. Midden in de groene long van Nederland, buiten de drukte van de Randstad en gunstig gelegen ten opzichte van snelwegen en goede treinverbindingen.

Wij helpen je onafhankelijk en kosteloos om de juiste omgeving en aansprekende evenementlocatie te vinden. Ontdek hoe je zakelijke bijeenkomst bij ons een succes wordt, kijk voor inspiratie op conventionbureau.nl.

conventionbureau.nl

convention bureau
veluwe | arnhem | nijmegen



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 I 7321 MA Apeldoorn I T 055-3684611
info@omnisport.nl I www.omnisport.nl



Safari Meeting Centre midden in Koninklijke Burgers' Zoo

“De avontuurlijkste eventlocatie midden in het dierenpark”

Antoon van Hooffplein 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

“Muis & 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



Landgoed Brakkesteyn

“Een buitengewone evenementenlocatie in het stadspark van Nijmegen”

Driehuizerweg 285 I 6525 PL Nijmegen I 024 -553949
info@landgoedbrakkesteyn.nl I www.landgoedbrakkesteyn.nl



Hotel en Kasteel Parc Spelderholt

‘Lommerrijk landgoed op de Veluwe, waar iedereen welkom is!’

Spelderholt 9 I 7361 DA Beekbergen I T 055-506 88 05
info@parcspelderholt.nl I www.parcspelderholt.nl



Apenheul

‘Een zakelijk evenement in een natuurpark met honderden apen...’

J.C. Wilsaan 21 I 7313 HK Apeldoorn I T 055-357 57 00
reserveringen@apenheul.nl I www.apenheul.nl



Virtual influencer
Esther Olofsson



POSTILLION HOTEL WTC ROTTERDAM

VAN CONVENTION CENTRE NAAR COMPLEET HOTEL

Op vrijdag 2 april gingen de deuren van het nieuwe Postillion Hotel WTC Rotterdam officieel open. In combinatie met de reeds aanwezige MICE-faciliteiten in het WTC Rotterdam biedt de Nederlandse hotelketen in de Maasstad een compleet aanbod voor organisatoren van congressen en evenementen.

Voor de kamers in het nieuwe hotel heeft Postillion Hotels 3.000 vierkante meter bijgehuurd in het WTC Rotterdam, wat betekent dat alle faciliteiten in één gebouw worden ondergebracht. “Er komen in totaal 168 kamers, verdeeld over vier etages”, licht algemeen directeur Erik-Jan Ginjaar toe. “Naast deze kamers realiseren we een uitgebreide bar waar je ‘s ochtends kunt ontbijten en ‘s avonds kunt borrelen. Voor lunch en diner kun je kiezen uit het enorme aanbod aan eettentjes dat in het centrum van Rotterdam te vinden is.”

CITY CENTER PRODUCT

Voor de look and feel van het nieuwe hotel is inspiratie opgedaan in de Maasstad zelf. “Postillion Hotel WTC Rotterdam

heeft een unieke ligging midden in het bruisende centrum van de tweede stad van Nederland. Daarom hebben we hier heel specifiek gekeken naar wat een city center product moet bieden en met welke faciliteiten je wat meer kunt toespitsen op de stadse omgeving. We hebben bijvoorbeeld veel aandacht besteed aan het ontwikkelen van een handig meubel voor de koelkast en het koffiezetapparaat.”

WTC

De hotelkamers zijn nieuw, maar Postillion Hotels is al langer actief in Rotterdam. De ruimtes voor zakelijke bijeenkomsten in het WTC Rotterdam worden sinds 2015 gefaciliteerd door Postillion Convention Centre WTC Rotterdam. Erik-Jan: “Dit congrescentrum heeft 27 zalen

die voorzien zijn van de unieke Postillion look and feel in de kleuren zwart en oranje. In de Rotterdam Hall kunnen we 200 personen op 1,5 meter afstand in theateropstelling laten plaatsnemen. De drie voormalige graanbeurshallen bieden 3.500 m² ruimte voor diners, exposities en beurzen. En dan liggen er om de Rotterdam Hall nog eens 26 zalen van verschillende afmetingen waarvan een aantal naar wens kunnen worden op- en afgeschaald voor breakout-sessies of kleine congressen.”

VIRTUAL INFLUENCER

Voor de promotiecampagne van Postillion Hotel WTC Rotterdam op de leisure markt ontwikkelde communicatiebureau RauwCC de eerste virtual influencer van Nederland: Esther



Olofsson. Deze brandambassador bestaat uit bits en bytes en kan overal aanwezig zijn. Esther is prominent betrokken bij de feestelijke onthulling en opening. “Ze heeft al diverse posts over het hotel en

diverse Rotterdamse hotspots op haar eigen accounts op LinkedIn en Instagram geplaatst. Onlangs kondigden we onze speciale opening aan waarbij 168 naamgenoten van onze Esther kans maakten op een gratis sleep-over voor twee personen (zie kader). Na de opening blijft deze brandambassador 24/7 beschikbaar als ‘most trusted city guide’.”

POSITIONERING

De opening van Postillion Hotel Rotterdam maakt onderdeel uit van de strategie om uit te breiden naar het westen, én om de keten als internationale congresspecialist te positioneren. “Dat we uitstekend in staat zijn om grote, meerdaagse congressen voor de nationale en internationale markt te organiseren, hebben we in Utrecht en Amsterdam al ruimschoots bewezen”, geeft Erik-Jan aan. “Inmiddels weten we uit ervaring dat je voor de internationale markt gewoon die combinatie van zalen en kamers nodig hebt. Dat merkten we in Amsterdam toen daar eerst het Convention Centre Amsterdam opende en later in 2018 Postillion Hotel Amsterdam. Rotterdam doorloopt hetzelfde stappenplan. Ook onze nieuwe locatie in Den Haag gaat in fases open. Op 15 maart zijn we in HSK Offices naast Holland Spoor van start gegaan met een Meeting Centre van 2.000 m². In januari 2022 gaan de deuren van het volledige

Speciale opening

Ter gelegenheid van de opening kondigde Postillion Hotel WTC Rotterdam kondigde in maart een speciale opening aan voor 168 Esthers. Zij zijn samen met een introducé en met Postillion-brand ambassador en virtueel influencer Esther Olofsson op aanwezig bij de opening van Postillion Hotel WTC Rotterdam en mogen vervolgens gratis blijven overnachten. Ook dames die een Esther kennen, maken kans op een gratis overnachting door ‘hun’ Esther te attenderen op deze actie.

Winactie Meeting Magazine

Meeting Magazine mag ter gelegenheid van de opening van het nieuwe hotel een arrangement weggeven. Dit arrangement bestaat uit een overnachting voor twee personen met ontbijt (op basis van een standaardkamer). Dit arrangement is geldig tot en met 31 december 2021 (op basis van beschikbaarheid). Wil je kans maken? Stuur dan vóór vrijdag 30 april een e-mail naar info@meetingmagazine.nl.

Convention Centre (ruim 6.500 m², congresscapaciteit 1.400 personen) open. Uiteindelijk zullen ook hier hotelkamers worden gerealiseerd.”

MEET WORK STAY

Bij Postillion Hotels merken ze dat er veel behoefte is aan kleinere, flexibele zalen en die behoefte zal volgens Erik-Jan de komende tijd nog wel blijven. “Mensen willen graag een uitgebreide werkplek waar ze in groepen van drie of vier personen kunnen overleggen en samen aan een project kunnen werken. Het Meet Work Stay-concept dat wij jaren geleden al introduceerden, sluit perfect aan op die behoefte. Hier in Rotterdam zijn in het Business Center van het WTC kleinere zalen ondergebracht die als boardroom of een rustige werkplek kunnen worden gebruikt. Gasten kunnen altijd bij onze hotels terecht om te werken, te vergaderen en te verblijven.”

www.postillionhotels.com





NIEUWE CORONAPROOF ZALEN EN CONCEPTEN VOOR ECC LEIDEN

Eind vorig jaar werkte het team van ECC Leiden negen weken lang aan een complete restyling. Het resultaat: vijftien totaal vernieuwde zalen met een speelse inrichting en een flinke voorraad aan creatieve concepten, volledig coronaproef. "Zelfs de burgemeester van Leiden was verrast over de mogelijkheden", aldus trotse general manager Carmen Alvarez Perez.

Trouwe bezoekers van ECC Leiden die voor het eerst de nieuwe zalen, de lounge en de algemene ruimtes bekijken, weten meteen waar de inspiratie voor de moderne, industriële stijl vandaan komt. "We hebben de look van het Event & Convention Center doorgetrokken naar de rest van het pand", vertelt Carmen. "Alle ruimtes die voor zakelijke bijeenkomsten worden ingezet, vormen nu één geheel. Namen als The Loft, The Imperial en The Cabin geven duidelijk de nieuwe uitstraling van de zalen aan in dit nieuwe decennium. Wat het extra bijzonder maakt, is dat het commerciële team de look heeft

bedacht en de meubels heeft ingekocht. We hebben met z'n allen het tapijt uit de zalen getrokken. Dat gaf veel positieve energie!"

EIGEN COFFEE CORNER

Het eindresultaat is prachtig. Het plafond en de muren hebben een frisse makeover gekregen en de nieuwe opstelling is optimaal ingericht op 1,5 meter afstand. Daarnaast maakt het nieuwe meubilair, waaronder verrijdbare tafels, het een stuk makkelijker om de opstelling aan te passen aan de wensen van de gasten. Het meest in het oog springend zijn toch wel de coffee corners die in elke vergaderzaal

zijn ingericht. "Het zijn informele zitjes met comfortabele banken, planten en poefen. We wilden voor onze gasten een soort woonkamer creëren zodat ze tussendoor even kunnen ontspannen met een kop koffie, zonder dat ze de zaal hoeven te verlaten. De ruime lounge is van dezelfde inrichting en meubels voorzien. Ook daar kun je je rustig terugtrekken of langkomen voor een coffee to go."

NIEUWE CONCEPTEN

Naast een nieuwe inrichting heeft het team van ECC Leiden kritisch nagedacht over nieuwe concepten. Carmen: "Het is nu belangrijker dan ooit om vooruit



te denken en mee te bewegen met de markt. Bovendien nodigt een nieuwe setting uit om creatieve concepten te introduceren. Zo willen we van ons zwembad een innovatieve zaal maken zodat gasten er bijvoorbeeld een vrijdagmiddagborrel in urban jungle sfeer kunnen organiseren. Ook de lounge biedt nu volop ruimte voor events of tv-opnames. Of we bouwen gewoon een studio in één van de zalen voor bijvoorbeeld webinars of andere online events." Voor deze nieuwe manier van organiseren werkt ECC Leiden samen met diverse partners.

"We beschikken over een uitgebreid netwerk en kijken per event met welke partijen we het beste kunnen samenwerken, bijvoorbeeld op het gebied van AV of om een eventconcept te finetunen." Wat betreft de catering heeft ECC Leiden een vaste partner in handen genomen. "Het lokale cateringbedrijf Dames Dietz bedenkt de leukste foodconcepten en kan alles verzorgen, van starter of lunch tot afternoon break of borrel. Bovendien zijn het gezonde maaltijden met verse ingrediënten die voorverpakt en in de juiste porties worden geleverd."



Leren van het vaccineren

De grote evenementenruimte van ECC Leiden doet minimaal tot aan de zomer van 2021 dienst als vaccinatielocatie van de GGD. Er komen bijna 2.000 mensen per dag over de vloer en er worden zo'n 1.000 vaccinaties per dag gezet. "Vanuit maatschappelijk oogpunt dragen wij graag bij aan het bestrijden van het coronavirus. Bovendien is het ontzettend leerzaam om te zien hoe de GGD dit organiseert. Zelf voorzien wij alle personeelsleden en gevaccineerden van koffie en thee, maar we krijgen ook vaak telefoontjes binnen van mensen met praktische vragen over de priklocatie en het vaccineren. Die beantwoorden we met alle plezier. De samenwerking verloopt heel prettig en we worden in alle communicatie meegenomen. We doen het echt samen."

NIEUWE WEBSITE

Om gasten goed op de hoogte te houden van de mogelijkheden, is er ten slotte ook een nieuwe, interactieve website gelanceerd. "Via het nieuwe reserveringssysteem kunnen gasten heel makkelijk een zaal boeken. Als een soort menukaart blader je door de opties en kun je aangeven wat je precies wil. Daarnaast kunnen gasten extra makkelijk en snel met ons in contact komen via WhatsApp en Facebook Messenger."

FLEXIBELER DAN OOIT

De gasten die tot nu toe van de vergaderzalen gebruik hebben gemaakt, zijn volgens Carmen zeer positief. "Met name de coffee corners zijn heel goed ontvangen. We hebben ook Henri Lenferink, de burgemeester van Leiden, op bezoek gehad en hij was echt verrast over de mogelijkheden die we ondanks de beperkingen hebben gecreëerd. Zelf hopen we dat we dit jaar uiteindelijk naast de kleinere vergaderingen ook weer wat grotere evenementen mogen organiseren. In onze black-box evenementenruimte van 1.775 m² kun je bijvoorbeeld prima 400 personen op 1,5 meter afstand laten plaatsnemen. Ook wat betreft hybride bijeenkomsten hebben we alle middelen in huis om er een mooi en interactief event van te maken. We zijn met onze nieuwe zalen en concepten flexibeler dan ooit en kunnen perfect inspelen op de coronamaatregelen. Dit alles dankzij de inzet van mijn team!"

www.eccleiden.com



Domani



De Maaspoort -
Petra Lenssen



Brightlands Campus
Greenport Venlo



Kasteel De Keerbergh



Theaterhotel Venlo

VENLO CONVENTION BUREAU GAAT DIT VOORJAAR VAN START

Wie in Limburg een congres of zakelijk evenement wil organiseren, denkt al snel aan Maastricht en omstreken. De regio Venlo biedt echter net zoveel mogelijkheden en Venlo Convention Bureau gaat deze vanaf dit voorjaar promoten.

KENNISCONGRESSEN

Venlo Convention Bureau richt zich met name op organisatoren van kleine en middelgrote kenniscongressen (100-750 personen in normale opstelling). “Voor deze kenniscongressen vind je in Venlo en omstreken diverse inhoudelijke aanknooppunten”, zegt projectleider Boy Haenen. “De sectoren agrofood, logistiek, de maakindustrie en toerisme zijn hier sterk vertegenwoordigd. In en om Venlo zitten diverse innovatieve bedrijven én kennisinstellingen zoals de Brightlands Campus Greenport Venlo, Maastricht University, Fontys Hogeschool en de HAS Hogeschool.” Ook op het gebied van duurzaamheid neemt de regio een prominente plaats in. Het stadskantoor van Venlo is nog altijd een toonaangevend voorbeeld van circulair bouwen. Het duurzame stadhuis van de gemeente Peel en Maas maakt zelfs gebruik van ijsverwarming. Daarnaast heeft Venlo de ambitie uitgesproken om in 2025 de gezondste regio van Nederland te worden en hiervoor zijn volop projecten ontwikkeld.

BIJZONDERE LOCATIES

Wat betreft het locatieaanbod valt er in Venlo en de omringende gemeenten veel te kiezen. “Heb je een voorkeur voor een stedelijke omgeving, dan liggen er vanaf station Venlo op vijf minuten loopafstand al vijf interessante locaties zoals Theater de Maaspoort en het Limburgs Museum. Maar ook in de omliggende stadsdelen en gemeenten kun je terecht bij bijvoorbeeld Kasteel de Keerbergen in Kessel, Equestrian Centre de Peelbergen of Château De Raay in Baarlo. Dat deze

locaties in de smaak vallen, merken we onder andere aan het feit dat veel congresbezoekers die Düsseldorf als bestemming hebben, opvallend vaak in Venlo en omgeving overnachten. De locaties zijn dan ook uitstekend bereikbaar via de A2, A67 en A73. Op termijn wordt dat nog beter met de komst van een directe treinverbinding tussen Venlo en Düsseldorf.”

WEBSITE

Naar verwachting zal de website van Venlo Convention Bureau officieel in april van dit jaar worden gelanceerd. “Congresorganisatoren vinden op deze website een overzicht van mooie locaties. Daarnaast geven we kosteloos advies, bijvoorbeeld tips voor het samenstellen van het congresprogramma, het selecteren van geschikte locaties of een leuke activiteit als afwisseling op de inhoudelijke sessies. Een partij die geïnteresseerd is in agrofood zou bijvoorbeeld een congres op de Brightlands Campus Greenport Venlo kunnen organiseren met sprekers uit het regionale bedrijfsleven, om vervolgens op de elektrische steps van hotel-restaurant Maashof een bezoek te brengen aan enkele innovatieve bedrijven.” Op termijn wil Boy ook site visits gaan organiseren. “Iedereen die de regio bezoekt, is aangenaam verrast. Er is heel veel mogelijk in deze regio en Venlo Convention Bureau is de perfecte manier om te laten zien wat er allemaal gebeurt.”



KEURMERK VERGADERHAMERS GAAT DOOR ALS KWALITEITSMERK YOIN EXCELLENT MEETING PLACES

FOCUS OP KWALITEIT, KENNIS EN NETWERKEN

Een bord met drie, vier of vijf hamers aan de muur was jarenlang de trots van elke congreslocatie met het Vergaderhamerkeurmerk. Steeds meer locaties lieten vanaf 1995 hun faciliteiten keuren en hoopte hiervoor in aanmerking te komen. In 2020 nam CLC-VECTA het keurmerk over en was het tijd voor een vernieuwingsslag. Onlangs werd de opvolger gelanceerd: het kwaliteitsmerk YOIN excellent meeting places.

De keurmerken Vergaderhamers en Erkend Congresbureau werden destijds opgericht door het Ministerie van Economische Zaken en enkele congresbranche-organisaties. Zij wilden de diverse overheidsinstanties die congressen organiseerden een duidelijk overzicht bieden van geschikte locaties en betrouwbare congresorganisatoren. Anno 2020 waren deze doelen niet meer actueel. "Het Vergaderhamerkeurmerk is vertrouwd en betrouwbaar, maar vrij statisch", zegt CLC-VECTA directeur Riemer Rijpkema. "De inspecteurs vinkten

de eisen waar een locatie aan voldeed af en op basis daarvan werd het keurmerk en het aantal hamers toegekend. De kwaliteit die de locaties met het keurmerk bieden, is uiteraard nog steeds relevant. Sterker nog, het garandeert een basiskwaliteit waarover elke locatie vandaag de dag zou moeten beschikken. Daarom hebben we met YOIN excellent meeting places een verdiepingsslag gemaakt naar een kwaliteitsmerk in de breedste zin van het woord. Het begeleiden en verbinden van de locaties staat centraal, net als het delen van kennis. De nieuwe naam YOIN



verwijst hiernaar: Een naam die uitnodigt om aan de slag te gaan, aan te sluiten en je te onderscheiden op kennis en kwaliteit.”

AUDITS

Om YOIN excellent meeting places goed in de markt te zetten, is brancheprofessional Marie-Louise Buckens aangesteld om de op zichzelf staande organisatie te ontwikkelen en te laten groeien. “We kijken naar het hele plaatje. Aspecten zoals kwaliteit, veiligheid, bereikbaarheid, flexibiliteit, en het functioneren van de gastheer of -vrouw zijn nog steeds belangrijke factoren. Nieuw is dat tijdens de tweejaarlijkse audits ook moderne ontwikkelingen zoals de faciliteiten voor hybride en online events worden meegenomen. Ook is er meer aandacht voor soft skills zoals de scholing van het personeel. Via een digitaal dashboard kunnen de locaties inzien waar de verbeterpunten liggen.” Het team dat deze audits uitvoert bestaat naast de oud-gedienden Bianca Cuperus en Simone Verdaasdonk uit Michiel Smilde, Annika

“HET BEGELEIDEN EN VERBINDEN VAN DE LOCATIES STAAT CENTRAAL, NET ALS HET DELEN VAN KENNIS.”

van Stuivenberg, Mariëlle Willems en Sandra van den Berk. Daarnaast voeren de locaties ook een zelfaudit uit en krijgen ze een mystery onderzoek aangeboden. Deze toetst de locatie door de ogen van een potentiële opdrachtgever. De resultaten van de zelfaudit en het bezoek van de auditeur bepalen samen of de locatie het kwaliteitsmerk kan behouden of indien nieuw; krijgt toegekend.

MARKTMONITOR

Naast het meten van de kwaliteit van de faciliteiten biedt YOIN excellent meeting places een kennisplatform en een uitgebreid netwerk. “Via enquêtes en marktonderzoeken vragen we regelmatig naar de behoeftes van onze deelnemers”, licht Marie-Louise toe. “Op basis van de resultaten kunnen we specifieke workshops organiseren, rapporten opstellen en artikelen publiceren. We starten binnenkort met de

marketingmonitor waarbij we onze deelnemers vragen naar hun activiteiten, kennis, wensen en budgetten wat betreft hun eigen marketing. Op basis van de reacties hebben we samenwerkingspartner Venue Marketing gevraagd om de deelnemers een advies op maat te geven waardoor zij handvatten hebben om hun marketing verder uit te bouwen. Dit voorbeeld, maar zo volgen er meer, helpt locaties bij hun communicatie richting de eindgebruiker. We voorzien alle gecertificeerden van een online toolkit om trots hun toelating tot het kwaliteitslabel uit te dragen.”

“Omdat netwerken en ervaringen delen voor iedereen waardevol is, krijgen de locaties bovendien toegang tot het grote netwerk dat CLC-VECTA in de afgelopen jaren heeft opgebouwd”, vult Riemer aan.

ERKEND CONGRESBUREAU

Voor het keurmerk Erkend Congresbureau, dat congresbureaus beoordeelt op kwaliteit, deskundigheid, betrouwbaarheid en service, zijn de veranderingen minder ingrijpend. “Deze naam is heel herkenbaar en de bureaus die het predicaat hebben, dragen dit

met veel trots uit”, benadrukt Marie-Louise. “Wel breiden we het keurmerk ook hier uit tot een kwaliteitsmerk. Net als bij de locaties polsen we aan de hand van

“DE BUREAUS DIE HET PREDICAAT HEBBEN, DRAGEN DIT MET VEEL TROTS UIT.”

marktmonitors waar de behoeftes van de congresorganisatoren liggen en delen we kennis in de vorm van artikelen en workshops.” “Het mooie van deze bureaus is dat ze heel veel kennis hebben op het gebied van congresorganisatie en veel locaties van binnen hebben gezien. Zij kunnen deze kennis zelf ook weer delen binnen het enorme netwerk van YOIN excellent meeting places en viceversa”, zegt Riemer. “Op die manier bieden we een groot kwaliteitsnetwerk met een enorme schat aan kennis en ervaring. En daar wordt de branche uiteindelijk ook beter van.”

Benieuwd naar wat YOIN excellent meeting places en Erkend Congresbureau te bieden hebben? Kijk op www.yoinexcellentsmeetingplaces.com en www.erkendcongresbureau.nl

LUCHTZUIVERING

INSPIREAIR 72 (VERPLAATSBAAR)

CREËER EEN VEILIGE
OMGEVING OP
KANTOOR EN
VERLAAG HET
ZIEKTEVERZUIM
DANKZIJ
LUCHTZUIVERING.



AERAMAX (WANDMODEL)

EERSTE MAAND GRATIS*

kijk op schone-lucht.nl

*vraag naar de voorwaarden.



POEL VAN VERDERF

Ik wandel graag een rondje om de Poel van Amstelveen. Op een steenworpafstand van onze Music Meeting Lounge ligt een prachtig heimelijk stukje natuurgebied, ongemoeid, roerloos en in het voorjaar vol met broedende vogels en eendjes die elkaar kwetterend verleiden tot het stichten van een nieuw gezin. Her en der staan fijne bankjes, sommige verscholen in het riet. Tevreden zit ik daar, liefst met een zonnetje op mijn gezicht, net uit de wind, ogen dicht en luisterend naar vrolijk vogelgetjilp. Ultiem genieten. Heel af en toe passeert er iemand of springt er een leuke hond in de plas.

De Poel is omzoomd met moerassige zompige veengrond en als je op de smalle paadjes loopt dan voel je de grond licht veren. Het is er soms zo stil dat ik mijzelf weleens bezorgd afgevraagd heb hoe lang het zou duren voordat ik gevonden zou worden als ik bij een uitglijder onverhoopt in het moerasgedeelte gekukeld was (of ik überhaupt gevonden zou worden).

Das war einmal. Sinds Nederland massaal aan de wandel is, is de Poel ontdekt. En hoe! Het o zo rustige paradijs is door alle thuiswerkers in Amstelveen en omstreken in bezit genomen. In lange rijen marcheren ze rond de Poel, snacks in de ene hand, mobiele telefoon in de andere hand, luid pratend, een aantal draagt zelfs een rugzak. De vierdaagse is er niets bij. Tot overmaat van ramp heeft de gemeente een bord met fraaie wandelroutes geplaatst (zodat je niet verdwaalt?). Nou, dat was nergens voor nodig hoor. *Follow the new leader(s)...*

Nu pretparken en andere vermaak-walhalla's op slot zijn, heb ik tot mijn grote schrik ook de opkomst van kinderfeestjes gesignaleerd. Een speurtocht, verstoppertje of ouderwets tik-kertje wordt georganiseerd om de toch al zo geplaagde kinderen een onvergetelijke verjaardag te bezorgen. En als ik ergens een hekel aan heb dan zijn het verjaardagspartijtjes. Het feestvarken zelf staat stijf van de stress, krijgt regelmatig een huilbui omdat er altijd (ja, echt altijd!) een pestkop tussen zit die het feestje probeert te verstieren en de overdosis suikers die uitgedeeld worden doen de groep ook geen goed. En geloof me, met komkommer en andere 'snoep'groente hoef je niet aan te komen. Zelfs niet geinig verpakt. Als liefdevolle moeder heb ik mij lange tijd geschaamd voor deze antipathie maar nadat ik de biografie van Roald Dahl gelezen had (deze geweldige schrijver had niet alleen een bloedhekel aan kinderfeestjes maar sowieso aan andermans kinderen) is dat gevoel volledig verdwenen.

Mijn Poel is overbevolkt. Afgeladen met coronawandelaars in joggingpak, bezwete hardlopers, vogelspotters (waar zijn ze toch?), honden en hun uitlaters, coaches met hun cliënten (sterk in opkomst!), hangjongeren met gettoblaster die zich eindeloos vervelen en overal ligt rotzooi. De vogels zijn gevlogen. En dan moet de optocht naar het Kersenbloesempark nog beginnen. Er ontstaat een poel van verderf. Ik voel geregeld de behoefte opkomen om iedereen erin te duwen. Niet echt des hospitality natuurlijk, maar alleen al de visualisatie ervan lucht enorm op. Ik ben ook maar een mens en het incasseringsvermogen heeft zo z'n grenzen bereikt na een eindeloos durend jaar volgeplemt met coronaleed en een minimum aan sociale contacten.

Haaks op deze harde werkelijkheid staat onze promotie om toch vooral snel weer bij ons te komen vergaderen. Dé ideale locatie. Dichtbij het kabbelend water van de Poel en het aangrenzende Amsterdamse Bos. De 45-minuten wandelbreak die we hartstochtelijk aanprijzen maar die nu zeker een half uur langer duurt vanwege het file-wandelen. Ik weet er even geen oplossing voor. Dus wandel ik nu toch maar weer een rondje om mijn geliefde Poel in de hoop dat de rust, merels en andere mooie vogels zijn wedergekeerd. Immers, een nieuwe lente, een nieuw geluid. Hoor ik daar gefluit?

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

Toplocaties UTRECHT



Amersfoort



De Dom



Utrechtse Heuvelrug



Hoog Catharijne



DierenPark Amersfoort

"De leukste locatie van Nederland!"

Barchman Wuytierslaan 224 | 3819 AC Amersfoort
T 033-4227100 | feestenenvergaderen@dierenparkamersfoort.nl
www.dierenparkamersfoort.nl/feesten-en-vergaderen



Mercure Hotel Amersfoort Centre

"Midscale hotel voor zakenreizen of vakanties"

De Nieuwe Poort 20 | 3812 PA Amersfoort | T 033 285 1000
H8996-RE@accor.com | www.mercure.com



Muntgebouw Utrecht

"Indrukwekkend en centraal gelegen"

Leidseweg 90 | 3531 BG Utrecht
T 030-721 04 00 | zaalverhuur@muntgebouw-utrecht.nl
www.muntgebouw-utrecht.nl

**Utrecht: centraal,
verbindend, inspirerend**
Daarom Utrecht!



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 de provincie Utrecht.

- ✓ Je locatie altijd op rijafstand
- ✓ Natuur én stad bieden ruimte voor creativiteit
- ✓ Je bevindt je in het centrum van innovatie
- ✓ Je meeting of event is goed te combineren met een toeristisch uitstapje



Restaurant Op Sypesteyn

“Met passie gerund door een team van enthousiaste mensen”

Nieuw Loosdrechtsedijk 150 | 1231 LC Loosdrecht
035- 6228880 | restaurant@opsypesteyn.nl | www.opsypesteyn.nl



Expo Houten

“Meeting & Events”

Meidoornkade 24 | 3992 AE Houten | T: 030-6349100
info@expohouten.nl | www.expohouten.nl



Mariënhof Amersfoort

“Onbeschrijfelijk stadsklooster met hart en ziel”

Kleine Haag 2 | 3811 HE Amersfoort | 033-4632979
zaalverhuur@marienhof.nl | www.marienhof.nl



Kontakt der Kontinenten

“Wereldse gastvrijheid”

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



Stadsschouwburg Utrecht

“Een unieke theater- en evenementenlocatie”

Lucasbolwerk 24 | 3512 EJ Utrecht | 030 - 232 41 50
verhuur@ssbu.nl | www.ssbuzaalverhuur.nl



KNVB Campus

“Voor de teams van morgen”

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



Van der Valk Hotel Amersfoort-A1

“Een luxe viersterrenhotel in Amersfoort, direct gelegen aan de A1”

Ruimtevaart 22 | 3824 MX Amersfoort | 0334 540 000
sales@amersfoort.valk.com | www.hotelamersfoorta1.nl



Landgoed de Horst

“Voor vergaderingen trainingen en congressen”

De Horst 1 | 3971 KR | Driebergen-Rijsenburg
0343 556 455 | welcome@landgoeddehorst.nl
www.landgoeddehorst.nl



Oud London Horeca Groep

Oud London Hotel Restaurant | Catering | Slot Zeist |
Restaurant Hermitage | Golfbaan Sluispolder

Woudenbergsesweg 52 | 3707 HX Zeist | T 0343 - 491 245
sales@oudlondon.nl | www.oudlondon.nl



MYSTERY VISIT WESTCORD WTC HOTEL LEEUWARDEN

RUIME ZALEN EN UITERST VRIENDELIJKE MEDEWERKERS

Ons land kent vele bijzondere locaties, maar maken ze ook hun beloftes waar? In deze rubriek gaat een mystery guest voor Meeting Magazine op onderzoek uit. Ditmaal ging WestCord WTC Hotel Leeuwarden de uitdaging aan. Wat heeft deze locatie te bieden voor een opdrachtgever van een hybride event?

ONLINE ORIËNTATIE

Op de homepage van de website wordt pas halverwege iets over evenementen vermeld. De foto's in de brochure over hybride events geven een duidelijk beeld van de locatie. Het ziet er zeer professioneel uit en er staan goede prijzen weergegeven. De contactpersoon wordt vermeld, wat prettig is om te weten. Ook staat de technische partij helder aangegeven. De computeranimatie geeft een goed beeld van alle mogelijkheden voor een hybride evenement op anderhalve meter afstand. Wat ontbreekt, is informatie over de audiovisuele ondersteuning. Bewegend beeld zou daar nog meer informatie over kunnen geven. Ook is het niet duidelijk wie de catering verzorgt.

De kamers zien er clean en zakelijk uit. De foto's geven de indruk dat je hier zowel kan relaxen als werken. Prijzen zijn niet direct zichtbaar, wel biedt de locatie diverse arrangementen. Wanneer je op meer informatie klikt, word je eerst gewezen op de coronamaatregelen. Pas later, als je daadwerkelijk een boeking wilt maken, kun je de prijzen zien. Een vanafprijs op de homepage van de hotelwebsite zou dit duidelijker maken.

VOORTRAJECT EN AANKOMST

Het voortraject verloopt heel professioneel. Na het indienen van een aanvraag via de website wordt de mystery guest vrij vlot gebeld om een afspraak in te

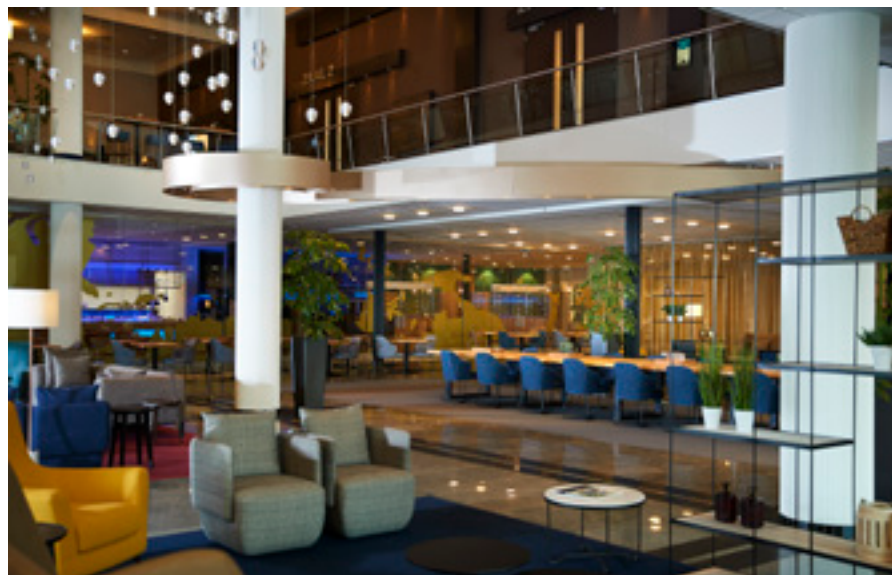
plannen. Op de dag van het bezoek blijkt de guest bij vertrek iets vertraging te hebben. Deze belt met de receptie om dit door te geven. Bij het noemen van de naam van de mystery guest geeft de receptioniste een blijk van herkenning. Ze geeft de boodschap door aan de contactpersoon en vertelt dat de auto bij B2 en B3 mag worden geparkeerd. Bij aankomst staat de parkeerplaats heel duidelijk aangegeven. Bij het uitstappen doet het de locatie vanwege de ligging bij de haven wel wat industrieel aan.

ONTVANGST

Buiten bij de ingang staan drie mensen te roken, waardoor de mystery guest door de rook naar binnen moet lopen. Ook staat er pal voor de ingang iemand te boxen met een instructeur. Bij binnenkomst staat een desinfectiezuil en een bordje met het verzoek een mondmasker op te doen. De ontvangstruimte is zeer ruim. De receptioniste loopt op de mystery guest af, vraagt of ze van dienst kan zijn en of deze even wil plaatsnemen. Agnes, degene met wie de mystery guest een afspraak heeft, komt al vrij snel naar de guest toe en stelt zich netjes voor. Agnes werkt nauwkeurig, stelt goede vragen, maakt veel oogcontact en glimlacht veel (zelfs achter haar mondmasker is dat te zien).

RONDLEIDING

Agnes geeft een rondleiding langs de zalen en legt de mogelijkheden uit. Wanneer de mystery guest aangeeft ook hotelkamers te willen boeken voor de crew en de sprekers,



Rolf Jan van Zeyl, General Manager van WestCord WTC Hotel Leeuwarden:

"We zijn Meeting Magazine enorm dankbaar voor de mystery visit. We voelen ons vereerd en lezen met veel plezier terug dat onze locatie als professioneel en verzorgd wordt ervaren. In het jaar 2020 hebben wij samen met onze audiovisuele partner MHB er alles aan gedaan om ons hybride aanbod te kunnen realiseren. We zijn blij op deze manier een bijdrage te kunnen leveren in de dagelijkse continuïteit van verschillende organisaties. We nemen de genoemde feedback ter harte en zijn reeds aan de slag gegaan met de optimalisatie. Ons F&B aanbod krijgt een prominentere plek in het hele proces. Restaurant élevé is onlangs bekroond met een Bib Gourmand, waar we natuurlijk erg trots op zijn. We zien u graag terug in onze prachtige locatie, slechts 1,5 uur rijden van de Randstad. Oant Gau!"

vraagt ze of de guest de hotelkamers wil zien. Na het tonen van een kamer zijn het restaurant en de omliggende ruimtes op de elfde verdieping aan de beurt. Helaas komt hier de dinerkeuze

niet aan bod, terwijl de guest tijdens het bezoek een aantal maal naar de F&B heeft gevraagd. Informatie over de catering wordt pas in de offerte vermeld.

Tijdens een drankje laat Agnes op een iPad de video's en foto's van hybride events zien en neemt ze de opties door. Ze denkt goed mee en geeft de indruk dat ze echt iets van het event wil maken. Bij het afsluiten van het gesprek vraagt de Agnes of alle vragen beantwoord zijn en of ze nog iets voor de mystery guest kan betekenen. Ook biedt ze een flesje water aan voor onderweg. Agnes neemt vriendelijk afscheid en geeft aan dat ze een mooie offerte zal samenstellen. Zeker nu het rustig is, heeft ze daar ruim de tijd voor en doet ze dat graag.

EINDOORDEEL

De mystery guest kan deze locatie van harte aanbevelen. Er zijn veel parkeerplaatsen, de kamers en de zalen zijn professioneel en ruim opgezet en de





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 | www.acsaudiovisual.com

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

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

- Gratis wifi
- Rolstoelvriendelijk
- Gratis parkeren
- Viersterrenhotel
- VERGADERHAMERS

www.debonteweaver.nl/zakelijk

UNIEK VERGADEREN BIJ ECC LEIDEN

Vergaderen bij het geheel vernieuwde ECC Leiden is een unieke ervaring! Met **re-designed vergaderzalen**, een ge-upgrade lobby, healthy catering 2.0 en een rustige en industriële omgeving wordt iedere vergadering een succes. Vanzelfsprekend houden we altijd rekening met de RIVM richtlijnen en denken we graag met je mee voor de perfecte meeting.

Nieuwsgierig geworden naar onze geheel **vernieuwde locatie**? Neem contact met ons op!

ECC Leiden
Haagse Schouwweg 10
2332 KG Leiden
Nederland

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



medewerkers zijn uiterst vriendelijk. Voor een meer informele setting is de locatie net iets te 'kil' en 'strak'.

De zaal voor hybride bijeenkomsten oogt professioneel. Met de wetenschap dat er een externe partij aanwezig is die dit allemaal ontzorgt, is dit echt een aanbeveling wanneer je een goed hybride event wilt neerzetten.

Agnes is jong, ambitieus en wil het beste voor de klant. Hopelijk blijft dit zo wanneer er tien aanvragen per dag binnenkomen. In haar offerte is duidelijk meegenomen wat er bij de prijs inbegrepen zit. De offerte is vrij van taalfouten en de naam van de mystery guest is goed gespeld. Wel ontbreekt de visuele ondersteuning in de offerte. Dat zou het nog iets professioneler hebben gemaakt.

ENKELE VERBETERPUNTEN

- De zaal voor hybride bijeenkomsten wordt niet genoeg gepromoot en dat is een gemiste kans. Het hotel mag veel meer laten zien wat het in huis heeft om ook mensen van iets verder weg richting Leeuwarden te trekken.
- De zijkant van het hotel is een betere plek om een rookzone in te richten. Ook de boxzak van de trainer zou beter iets verder van de ingang kunnen staan.
- Tijdens het verkoopgesprek is meerdere malen gevraagd naar de F&B mogelijkheden. Hoewel het restaurant gesloten is, zou het een goede toevoeging geweest zijn als Agnes wel alvast het een en ander kon laten zien van de gerechten of de menukaart tijdens het najaar (ervan uitgaande dat het restaurant dan weer open is). Pas in de offerte komen de mogelijkheden aan bod.
- Het plannen van de afspraak en het verplaatsen op de dag zelf ging wellicht iets té makkelijk. Dat geeft het idee dat de medewerkster echt niets te doen heeft en ze eindelijk weer eens voor een klant aan het werk mocht. In deze tijd is dat heel begrijpelijk, maar commercieel gezien is het tactischer om niet te vermelden dat je niets te doen hebt. Het kan namelijk ook de indruk wekken dat de locatie niet in trek is, te duur is of niet kan leveren wat de opdrachtgevers wensen.



Weet jij of de service en kwaliteit die bij je bedrijf hoort ook zo wordt ervaren door je gasten? Mystery visits is een perfect middel om hier inzage in te krijgen. De mystery guest zijn een weerspiegeling van je gasten en brengen concreet in kaart wat er goed gaat en waar het beter kan. HS Brands (voorheen Mystery Review) heeft al ruim zestien jaar ervaring in het uitvoeren van mystery visits in onder andere hospitality, retail en facilitair. Kijk voor meer informatie op hsbrands.eu



ZIJN WE KLAAR VOOR GROEN?

Kermit de kikker wist het al; groen zijn is niet makkelijk. Groen zijn vraagt om het maken van keuzes, bewust consumeren, eerlijke en groene kringlopen controleren en het stimuleren van het gebruik van openbaar vervoer.

Tekst Monica Rijpma

Eerder dit jaar presenteerde de Commissie voor de Europese Green Deal het Klimaatpact, een forum bedoeld om de woorden van de EU Green Deal om te zetten in acties. “Het Europees klimaatpact wil iedereen in Europa helpen in hun dagelijks leven in actie te komen en daarmee elkaar te inspireren om mee te doen aan de groene transitie”, zegt Frans Timmermans, uitvoerend vicevoorzitter van het Klimaatpact.

De grote thema's zijn natuurlijk CO₂- en stikstofuitstoot en de steeds groter wordende 'plastic-zee'. Het raakt de reis- en meetingwereld van alle kanten. Plastic verpakkingen en portie-packs staan al jaren ter discussie in de horeca en vergadercentra. De oplossin-

gen zijn bekend, maar nog niet urgent: afval scheiden, herbruikbare verpakkingen, statiegeld en terugname door de producent (voor landen zonder goede recycling), de van-boer-tot-bordgedachte laten meewegen in de keuzes voor F&B-aanbod bij evenementen.

VRAAG EN AANBOD

De 'Coca-Cola's' van deze wereld kunnen in hun productieproces enorme verschillen maken, maar ook de Coladrinkers kunnen de urgentie vergroten door aanpassing in hun gedrag. Als het gaat over iets dat zo groot is als klimaat en ecologie blijft een gedragsverandering afdwingen moeilijk. Hulp kwam het afgelopen jaar uit onverwachte hoek; een minuscuul virus

zorgde voor de grootste vermindering van CO₂-uitstoot sinds het begin van de eeuw. Nu is de vraag of het vrijwillige kringloopgedrag ook na de pandemie zal worden doorgezet. Blijven bedrijven kiezen voor minder onnodige zakenreizen en duurzamer vergaderen? Kiest de consument meer groene vakanties? Of is het terugdringen van verspilling alleen mogelijk onder dwang en zijn bewuste acties om de footprint te verminderen een naïeve droom?

INCENTIVE OF VERANTWOORD CONSUMEREN?

De aanbieders lijken de uitdagingen van de EU Green Deal aan te gaan, deels ook omdat deze hand in hand gaan met mooie subsidies. Maar ook bij de gebruiker ligt een groot ongebruikt potentieel. Al jaren spreken we in de branche over de legacy van een evenement. Dat gaat nu vooral over mega sportevenementen zoals de Olympische Spelen maar waarom zou een wereldcongres van een farmaceutisch bedrijf niet hand in hand kunnen gaan met een impactvolle actie in een land waar dit nog mensenlevens zou kunnen redden? Bedrijven staan hier voor een oud dilemma; geef je een incentive aan de verkoper of maak je verantwoord kopen en consumeren aantrekkelijk?

HOUDBARE GROEI

Een aantal Nederlandse multinationals - waaronder FrieslandCampina, DSM en Unilever - werkt samen binnen de Dutch Sustainable Growth Coalition (DSGC). Eerder dit jaar voltooide KLM-Air France de eerste Europese commerciële vlucht die deels op door Shell geleverde biobrandstof werd gevlogen. Nu bio-fuel 'technisch' mogelijk is, gaat Shell versneld inzetten op commer-

Groene mobiliteit

De Business Travel & Mobility Club wijdde het eerste online seminar van dit jaar aan de implicaties voortkomend uit de EU Green Deal voor mobiliteit en zakenreizen. De pandemie heeft gezorgd voor een ommezwaai. Met name voor individuele zakenreizen wordt verwacht dat een deel van dit segment voorgoed veranderd zal zijn, ook als reizen weer veilig is. Hoofddoel van de EU Green Deal is klimaatneutraliteit in 2050 door middel van een rechtvaardige en inclusieve transitie. In 2030 - over negen jaar - moet de CO₂-uitstoot al met 55% zijn verminderd.

De financiering van de klimaattransitie is 50/50 verdeeld over overheid en private financiering. Op basis van de kernthema's energietransitie, circulaire economie, bouw, biodiversiteit en mobiliteit worden activiteiten ontwikkeld die duurzame industrieën stimuleren en niet-duurzame industrieën afstoten.

Transport is verantwoordelijk voor een kwart van de CO₂-uitstoot. Met een target van 90% minder uitstoot van broeikasgassen in 2050 heeft de EU vijf speerpunten benoemd waaraan de transportsector moet werken:

Smart Mobility (slimme stoplichten, file-regulering), alternatieve brandstoffen, de vervuiler betaalt, schonere luchthavens en de Single European Sky (SES). Dit project wil een gemeenschappelijke Europese luchtverkeersleiding realiseren die 10% kan bijdragen aan de beoogde uitstootvermindering. Door de nationale versnippering van verantwoordelijkheden op te heffen, zullen vliegtuigen de kortste weg naar hun bestemming kunnen vliegen en dat alleen al kan flinke besparingen opleveren.

ciel haalbare groene brandstof. Het zijn niet de kleinste jongens en als deze grote bedrijven zowel aan de kant van productie als consumptie serieus doorzetten op het terugdringen van vervuiling en verspilling, krijgt de kringloopeconomie een boost en de klimaatcrisis een deuk.

BESTENDIGE MELKBOEREN

Een van de medeoprichters van de DSGC is Cees 't Hart, voormalig CEO van FrieslandCampina. Dit bedrijf met vestigingen in 38 landen streeft

ernaar duurzaamheid te integreren in een economisch haalbaar model. Duurzaamheidsprincipes worden zowel aan de productie- als aan de consumptiekant omgezet.

Op de website van het bedrijf staat duurzaamheid als een aparte button meteen op de homepage en die duurzaamheidspagina geeft voorbeelden van implementaties aan de productiekant, zoals een broeikasgasmonitor die is aangebracht bij elk boerenbedrijf waarmee



wordt samengewerkt. Ook moet gemeld worden dat FrieslandCampina een coöperatie is dus de ruim 18.000 boeren die lid zijn, zijn tevens aandeelhouder.

In het reisbeleid staan duidelijke doelstellingen. Naar aanleiding van een audit van de zakenreizen (nog voor corona) is het wereldwijde reisbeleid aangepast en iedereen wordt geacht een bewuste keuze te maken. Is het nodig om met meerdere personen naar dezelfde locatie en/of voor hetzelfde doel te reizen? Is het mogelijk om meerdere doeleinden te combineren? Is er een digitaal alternatief? Als de reis noodzakelijk is, wordt gevraagd een bewuste keuze te maken wat betreft het type vervoer; neem de trein voor korte afstanden, boek een directe vlucht waar mogelijk. Het bedrijf heeft in 2015 als doel gesteld over de gehele linie de broeikasgasuitstoot verder te verlagen met minstens een derde in 2030.

AI-AANGESTUURDE RAPPORTAGE

Meetingselect werd vijftien jaar geleden opgezet door Anouk Roohé en Judith Huisman. Inmiddels is het bedrijf aardig uit de kluiten gegroeid en een deel van die omzet komt uit boekingen voor overheidsinstanties. Meetingselect kan naast selectie van meetinglocaties ook strategisch meeting-management voor hun klanten verzorgen. Judith vertelt dat er bedrijven zijn die nu al hun duurzaamheidsdoelen rapporteren in de jaarcijfers terwijl anderen 'beginnend geïnteresseerd' zijn.

Op de website van het bedrijf staan nog geen buttons voor duurzaamheid, maar ze zijn wel degelijk officieel Ecovadis Gold gecertificeerd en geven in hun nieuwsbrieven regelmatig tips over duurzaam vergaderen. Groene vragen van klanten gaan over locaties op loopafstand van openbaar vervoer tot



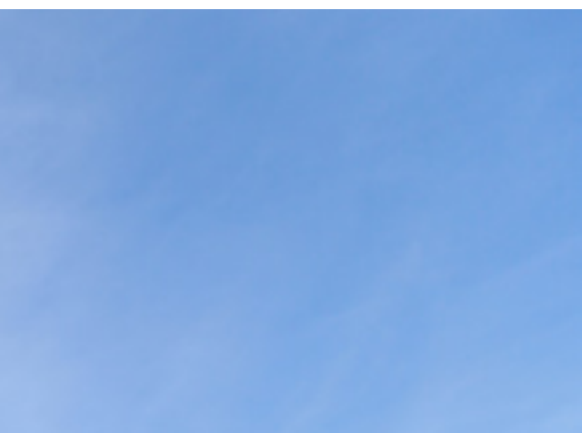


de resultaten te analyseren.” Voor sommige klanten komt duurzaamheid terug in de KPI (Kritieke Prestatie-Indicatoren zijn variabelen om prestaties van ondernemingen te analyseren. Vaak zijn hierop een stuk van het salaris en/of bonussen gebaseerd).

DUURZAME PRINCIPES

Klanten van Meetingslect vragen ook inzage in de duurzame principes die het bedrijf zelf hanteert. Dat gaat van werken met duurzame leveranciers bij de inkoop van goederen, een elektrisch wagenpark tot en met samenwerking met groene locaties en de voortdurende ontwikkeling van het boekingsplatform. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt uitgedragen binnen het bedrijf en het thema diversiteit is belangrijk, wat te zien is in de medewerkers van verschillende achtergronden, culturen, leeftijden tot en met het aannamebeleid van medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt. Op het platform zijn mooie locaties aangesloten waar mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt werkzaam zijn. Judith vertelt dat klanten bereid zijn om voor duurzaamheid te betalen. “Zelfs tijdens de pandemie is duurzaamheid op de agenda blijven staan en blijft duurzaamheid als koopargument groeien.”

duurzame locaties zoals het (luke) hutje op de hei, glamping of een eco-lodge. Duurzaamheid gaat prima samen met comfort, hoogwaardig design en dienstverlening. “Onze AI-gestuurde boekingtools helpen klanten duurzaamheidsdoelstellingen te halen door meten, slimmer vergaderen, duurzame keuzes maken, bijvoorbeeld door te kiezen voor locaties met een groen label tot en met gedetailleerde rapportage om





MVO koplopers in de branche

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



Gooiland

*“Uw volgende evenement in een ruim,
licht en duurzaam monument”*

Emmastraat 2, 1211 NG Hilversum | T 035 - 700 97 97
events@gooiland.nl | www.gooiland.nl



Erfgoed Bossem

“Puur eten en slapen op een echte boerderij”

Dorpsstraat 7 | 7635 NA Lattrop-Breklenkamp
T. +31 (0)541 22 13 92 | info@bossem.nl
www.erfgoedbossem.nl | www.sterrenkubus.nl



Museon

“Ontdek de wereld”

Stadhouderslaan 37 | 2517 HV Den Haag
T 070 338 1338
info@museon.nl | www.museon.nl



Dutch Design Hotel Artemis

*“Die Port van Cleve is een authentiek
en onderscheidend 4-sterren hotel
in het centrum van Amsterdam”*

John M. Keynesplein 2 | 1066 EP Amsterdam
T 020 714 1000 | info@artemisamsterdam.com
www.aeonplazahotels.com



Hotel- en Congrescentrum de Zeeuwse Stromen

*“Bewust Zeeuws, duurzaam voor onze
omgeving, gasten en uw bijeenkomst.”*

Duinwekken 5, Renesse | T 0111 462040
congrescoach@zeeuwsestromen.nl
www.zeeuwsestromen.nl



Handreiking

En ze vlogen weg, samen op een vliegend tapijt, de wijde wereld in. In deze tijd van thuiswerken krijg ik veel mee van de dagelijkse naschoolse activiteiten van de kinderen. Naast het spelen van bordspellen als Stratego en het Keezenspel wordt er ook genetflix en gedisneyplust.

En waar Aladdin in 'zijn' film Jasmine uitnodigt op zijn magische tapijt, worden wij door onze branche uitgenodigd om de vernieuwde evenementenwereld in te vliegen. Het ene na het andere online initiatief wordt geboren. De ene na de andere beeld- en geluidsstudio wordt opgericht en gepromoot. Allemaal met hetzelfde doel; via de digitale snelweg mensen bereiken met inspirerende verhalen, met trainingen en coachingsessies, met webinars en zakelijke netwerkbijeenkomsten. De eindbazen van Eventsummit steken intussen al een jaar hun nek uit om via Digital Day I en II naar een hybride vorm van dé eendaagse evenementenbeurs van het jaar te groeien. Maar veel liever nog hadden Joris en Arjen ons ten tijde dat ik dit schrijf allemaal persoonlijk willen begroeten in de Jaarbeurs.

Het zit er helaas nog even niet in. En toch kwam daar een handreiking van de Nederlandse overheid voor het organiseren van een Fieldlab-experiment in het Beatrix Theater in Utrecht. Een congres in uitgekledede vorm, maar zo voelde dat niet. Wat waren de deelnemers en organisatoren blij dat er weer leven kwam in onze branche. Zij wilden desgevraagd wel delen hoe zij het event hadden ervaren. Bijna unaniem gaven zij de reactie "Het was wel even wennen." Vervolgens kwam er de coronaproof theatershow van Guido Weijers en gingen velen uit hun dak tijdens het Back To Live Dance-event in de Ziggo Dome. Welhaast onwerkelijke taferelen. Wat een drukte! Kon dat wel goed gaan? We zagen immers mensen zonder mondkapjes veel te dicht op elkaar staan. Organisator Fieldlab stelde de kijkers gerust: "Dat hoort bij het experiment. We willen zien wat het effect is op het gedrag van mensen." Het ingecalculerde risico om - ondanks de testen vooraf - toch besmettingen te krijgen, hoorde er dus bij. En ging het goed? Ja hoor, het ging goed. Trots werd in de dagen en weken erna gemeld dat er nul besmettingen waren vastgesteld, of misschien één dan.

Dat biedt hoop en misschien wel weer wat meer vertrouwen in de toekomst. Desondanks blijft de branche voorlopig gesloten. Horeca-ondernemingen mogen nog steeds niet open, terwijl daar de mensen veel beter gescheiden kunnen worden dan tijdens de proeven evenementen. Het vertrouwen in de overheid wordt daardoor toch wel ondermijnd.

Over vertrouwen gesproken; er is wetenschappelijk bewijs dat het samen ondernemen van activiteiten zorgt voor verhoogde concentraties van het hormoon oxytocine in ons lichaam. Een hormoon dat in onze hersenen wordt aangemaakt. Oxytocine is in hoge mate verantwoordelijk voor het ervaren van sociale binding, zoals een moeder die met haar kind heeft. Daarnaast heeft het hormoon een positief effect op ons empathisch vermogen en ons vertrouwen. We worden er dus vriendelijker van. Daarom deze handreiking aan de overheid mijnerzijds: breng zo snel als mogelijk onze oxytocine-niveaus weer op peil. De branche zit klaar op ontelbare vliegende tapijtjes.

"Vertrouw je me?"

Daniel Seesink (Bewust Zoo)

verzorgt verrassende lezingen en masterclasses voor bedrijven en overheden. Daarin gebruikt hij de biologie van het gedrag van dieren als spiegel voor het gedrag van mensen. Het gedrag van apen vormt daarbij de voornaamste inspiratiebron. Daniel is aangesloten bij Speakers Academy.



WAARDEVOLLE KENNIS OPDOEN TIJDENS THE ROTTERDAM EXPERIMENT

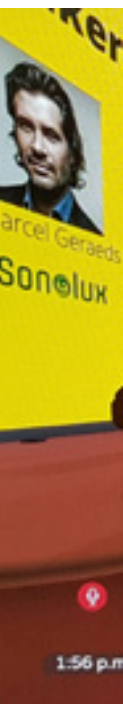
Door de coronacrisis, die op zichzelf al een enorme impact heeft op de meeting- en eventindustrie, is een aantal maatschappelijke ontwikkelingen in een stroomversnelling gekomen. De aandacht voor klimaatverandering en digitalisering gaan uiteindelijk bepalen hoe we in de toekomst samenkomen. Met The Rotterdam Experiment werpt Rotterdam Partners een blik op verschillende interessante trends die fysieke en hybride events kunnen ondersteunen.

Rotterdam houdt niet van stilzitten en dat geldt ook zeker voor Rotterdam Partners Convention Bureau & Tourism Board. “De kerntaak van het convention bureau is het aantrekken van internationale beurzen, congressen en evenementen”, vertelt manager Eveline van der Pluijm-Degenhart. “Nu dat niet mogelijk is, kijken we naar de gevolgen voor de eventindustrie op de lange termijn en welke trends van nu een rol kunnen spelen in de ontwikkeling die onze branche de komende jaren gaat doormaken. Samen met Yuri van der Geest

(oprichter Singularity University) hebben we meerdere thema’s geselecteerd, waaronder VR, gamification, health & safety, big data, en storytelling). Deze trends zijn door de groeiende aandacht voor de klimaatverandering in een stroomversnelling gekomen en hebben allemaal raakvlakken met technologie en digitalisering.”

THE ROTTERDAM EXPERIMENT

De verschillende thema’s vormen de basis van The Rotterdam Experiment; een reeks van events die op





Eveline van der Pluijm-Degenhart,
manager Rotterdam Partners
Convention Bureau & Tourism Board

een wisselende Rotterdamse locatie plaatsvindt. “Tijdens elk event staat één thema centraal, waar Yuri tijdens een uitgebreide introductie meer over vertelt. Vervolgens laten we de deelnemers meedoen met een experiment en vertellen partijen uit verschillende sectoren hoe zij binnen hun organisatie met dit thema aan de slag zijn gegaan. Ook vindt er een panelgesprek plaats met experts en ervaringsdeskundigen. Het grote voordeel van Rotterdam is dat het een stad van experimenteren, onderzoeken en samenwerken is, dus die partijen zijn makkelijk te vinden.”

VR-BRIL

Tijdens het eerste event over mixed reality mochten de deelnemers in de studio een VR-bril opzetten. Zij kwamen als avatar in een virtuele plenaire zaal terecht waar zij een rondleiding kregen. Ook hadden we een aantal online deelnemers een VR-bril toegestuurd zodat zij konden meedoen aan dit experiment en virtueel met elkaar konden netwerken. Eveline: “Als online deelnemer raak je dankzij de VR-bril minder afgeleid door wat er in je fysieke omgeving gebeurt. Je bent even in een andere wereld en hebt toch een soort van direct contact met de andere deelnemers.”

GAMES

Het tweede event stond in het teken van gamification. Tijdens het event kwam aan bod hoe je een game inzet om tot een creatieve oplossing voor je probleem te komen. “Wat je onder andere van dit onderwerp kan leren, is hoe je een betrokken community opbouwt”, vertelt Eveline. “De organisatoren van het internationale Shipcon event vertelden hoe zij online events organiseren en daarbij de aandacht van de jonge deelnemers weten vast te houden. Games kunnen op verschillende manieren worden ingezet. Laat bijvoorbeeld je medewerkers spelenderwijs kennismaken met de nieuwe bedrijfsstrategie of mensen samen in een virtuele wereld aan een oplossing werken. Tijdens een medisch congres kunnen deelnemers operaties uitvoeren met behulp van live hologram leds.”

SONGFESTIVAL

Wanneer de overige evenementen plaatsvinden, is nog niet bekend. “Dat laten we mede afhangen van de maatregelen en de verdere ontwikkelingen. We willen in ieder geval het Eurovisie Songfestival als casus in een van de events uitlichten. Dat zou bijvoorbeeld prima in het thema health & safety passen, aangezien er volgens het huidige scenario artiesten uit verschillende landen afreizen naar Rotterdam en op één locatie samenkomen. Ook voor de events die nog gaan plaatsvinden, geldt dat we na afloop de aftermovie en de learnings op onze website en op LinkedIn plaatsen. We hopen dat iedereen van de resultaten leert en dat de innovaties die we uitlichten bijdragen aan de meeting- eventindustrie.”

The Rotterdam Experiment is een initiatief van Rotterdam Partners, de officiële Destination Marketing Organisatie & Investment Agency van de stad Rotterdam. Deze organisatie heeft als doel om te bouwen aan een duurzame groei van de Rotterdamse economie. Alle informatie over en de learnings van de eerste twee events vind je op en.rotterdampartners.nl/the-rotterdam-experiment. Hier staan ook de updates over de overige events. Wil je deelnemen aan een event, stuur dan een e-mail naar conventions@rotterdampartners.nl.





INTERVIEW PIETER SCHURE (PINO CONCEPT, COMMUNICATIE, ORGANISATIE)

"ONLINE EVENTS HEBBEN ONS VEEL POSITIEVE DINGEN GEBRACHT"

Inmiddels hebben alle eventbureaus ervaring opgedaan met online events. Ook Pieter Schure en zijn team van PINO Concept, Communicatie, Organisatie maakten de overstap. "Online events hebben ons veel positieve dingen gebracht, al missen we live wel heel erg."

De persconferentie op 12 maart 2020 omschrijft Pieter als het gevoel alsof je met een snelheid van 200 kilometer per uur tot stilstand komt tegen een betonnen muur. "Het voelde als een harde knal waarbij iedereen met de schrik vrijkwam. Ik moest de eerste weken echt bijkomen van de klap voordat ik kon omschakelen, terwijl andere collega's meteen in actie kwamen. We doken in de online events en deden onderzoek naar platforms en tools. Verder hadden we veel annuleringen en verplaatsingen. Klanten vroegen aan ons wat er mogelijk was, terwijl ze zelf eigenlijk niet zo goed wisten wat ze wilden. Wij wisten op dat moment zelf nog niet precies wat we konden bieden."

Uiteindelijk vond het PINO-team opnieuw zijn draai, werden de ambities bijgesteld en ontwikkelden ze een nieuw businessmodel voor online events. "Twee weken na de lock-

down organiseerden we al ons eerste online event: de Dutch Marketing Awards 2020, een live talkshow vanuit een mooie studio."

VARIABLEN

PINO heeft zich toegelegd op verschillende online activiteiten. Zo organiseert het eventbureau webinars, masterclasses en kennissessies in platforms als Zoom en Cisco Webex en produceren ze complete livestream talkshows. De ene keer vanuit hun kantoor in Utrecht, de andere keer in hun eigen studio Pakhuis in Den Haag, bij de opdrachtgever op kantoor of op een externe locatie. Pieter: "Net als bij live evenementen zitten er ook tussen al die online bijeenkomsten altijd een paar uitschieters. Eind januari organiseerde het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat de online Climate Adaptation Summit (CAS) 2021, een 24-uurs event met 300 sprekers, 160 side

events en meer dan 18.500 geregistreerde deelnemers. Samen met Obsession en Nathan Wiersma hebben wij het ministerie geholpen bij het programmeren van de inhoud. Hoe zorg je voor een pakkende en afwisselende opbouw van je online programma? Met de vele variabelen die een rol speelden bij dit event was dat een flinke puzzel. Daarnaast merkten we dat de bereidheid van regeringsleiders om mee te doen aan een online event heel groot was. En wanneer VS-klimaatgezant John Kerry na de deadline aangeeft mee te willen doen, zegt het ministerie natuurlijk geen nee. Je hebt eigenlijk geen deadline en het voorbereidingsproces is nooit af. Ook online is flexibiliteit dus echt belangrijk."

CONFRONTEREND

Na ruim elf maanden sinds de uitbraak van de pandemie vindt Pieter een online event

soms nog spannender dan een live event. “Je circle of influence is tijdens een Webex-meeting voor zestig mensen veel kleiner dan tijdens een live event voor 1.500 personen. Je bent heel erg afhankelijk van de apparaten die je deelnemers gebruiken en de kwaliteit van hun internetverbinding. Het is ook een kwestie van heel veel communiceren. We sturen de deelnemers in dit geval de instructies liever een keer te veel dan te weinig, maar de volledige controle heb je nooit. Dat besef is voor ons als organisator wel confronterend. Live heb je de situatie juist veel meer in handen. Wanneer er een microfoon kapot is, kan de presentator een grapje maken terwijl de technicus het probleem verhelpt. Deelnemers zien dat er actie wordt ondernomen. Online krijg je dat niet mee en dat zorgt voor stress en onzekerheid. Ook hier is het weer een kwestie van snel schakelen en communiceren naar deelnemers.”

INTERACTIE

Veel organisatoren vinden het een uitdaging om tijdens een online event interactie tussen de sprekers en deelnemers op gang te brengen. Ook voor Pieter blijft dit lastig. “Wij blijven zoeken naar oplossingen. Maar wanneer je je afvraagt wat interactie nu precies is, dan kom je tot de conclusie dat het vooral gaat om sociaal welzijn. Tijdens een live event draait interactie vaak niet om de spreker op het podium, maar om het gesprek dat je na afloop voert in de regen bij de auto. Of die ene deelnemer die de hele tijd in gesprek was en die je alsnog in de lobby tegenkomt. Het gaat om de spontane ontmoetingen waardoor gesprekken en nieuwe ideeën ontstaan. Aan de andere kant bieden online platforms ook veel nieuwe manieren van ontmoeten. Denk aan een carousel of match-making tool, waarbij je ineens digitaal met iemand aan tafel schuift, die je anders wellicht



niet aan had gesproken. Toch denk ik dat we ondanks die mooie oplossingen moeten accepteren dat een online event wat betreft interactie de next best thing is. Je kunt een borrel simuleren, maar de drempel om na een online event iemand te bellen is een stuk hoger. En daarmee is de kracht van live bewezen.”

UITDAGING VAN HYBRIDE

PINO heeft inmiddels flink wat vlieguren gemaakt met online events, maar over de hybride varianten is Pieter nog wat sceptisch. “Zelf merken wij dat veruit de meeste aanvragen die wij binnenkrijgen nog voor online events zijn. Dat heeft ook te maken met het feit dat vorig jaar het maximum aantal deelnemers steeds veranderde. Zelf twijfel ik nog over hoe je met een hybride concept je doelen écht kunt bereiken. Een spreker kan tijdens

een live event prima een half uur aan het woord zijn, online is dit al snel te lang. Daarnaast geven sprekers zelf aan dat ze het erg lastig vinden om hun aandacht te verdelen tussen de deelnemers in de zaal en de camera voor de deelnemers thuis. Online krijg je als deelnemers niet alles mee wat in de zaal gebeurt. Het vallen van een sprekerskaartje is grappig in de zaal. Ga je de grap online uitleggen, dan sla je de plank volledig mis. Hybride events gaan er zeker komen, maar moeten nog ‘uitgevonden’ worden. Weer een nieuwe uitdaging, zodra de vraag er naar is.”

NOODZAAK VAN EVENTS

Net als veel andere organisatoren hoopt Pieter dat er vanaf september van dit jaar weer kleine live events kunnen worden georganiseerd. “Ik verwacht niet dat we uiteindelijk weer helemaal terug zullen gaan naar de frequentie en omvang van vóór de coronacrisis. We gaan steeds kritischer kijken naar de noodzaak van live events. Ook vermoed ik dat het afwisselen en combineren van live en online events blijft. Daarnaast vraag ik me af welke partners en leveranciers er na de terugkeer naar live nog overeind staan. Net als cateraars en locaties hebben zij het nu een stuk zwaarder dan de eventbureaus. Kun je straks nog steeds met één telefoontje een aantal LCD-schermen regelen? Het ecosysteem waarin we floeierden, verandert enorm. Wat wel duidelijk is, is dat iedereen live heel erg mist; het contact met elkaar, de interactie die sprekers met hun publiek hebben. Online events hebben ons veel positieve dingen gebracht, maar live blijft toch het mooiste.”





STUDENTEN ORGANISEREN E-SPORTEVENT

“MET CREATIVITEIT EN INSPANNING IETS MOOIS BEREIKEN”

Hoe houd je studenten met al die online lessen gemotiveerd en laat je hen tegelijkertijd aan een mooie stage-opdracht werken? Bij MBO College Poort combineerden twee opleidingsmanagers deze twee uitdagingen tot een droomstage; vijftien studenten organiseren onder begeleiding van twee ervaren eventprofessionals een e-sport event voor alle mbo-studenten in Nederland.

Veel stages en bijbehorende praktijkopdrachten gingen voor de studenten van MBO College Poort in Almere het afgelopen jaar niet door. “Dat is heel jammer, aangezien onze studenten echte doeners zijn en het ontzettend leuk vinden om

evenementen te organiseren”, vertelt Annika van der Lee, opleidingsmanager Hospitality & Leisure. “Mijn collega Eefke Stagge, opleidingsmanager Sport & Beweging, en ik wilden hen een positieve boodschap meegeven. Eefke speelde al langer met



het idee om haar studenten een e-sport event te laten organiseren. Ik wist vanuit mijn netwerk buiten het mbo (Annika werkte voorheen in de travel- en hospitalitysector) dan alles steeds meer naar online verschuift. Daarom besloten we een mooie stage in de vorm van een actief e-sport event te ontwikkelen, waarbij de studenten worden begeleid door twee ervaren eventprofessionals. Het uitgangspunt is dat het event medio juni moet plaatsvinden en dat alle mbo-studenten in Nederland hieraan mee mogen doen. De rest moeten ze zelf bedenken.”

POP-UP EVENEMENTENBUREAU

Met dit event zijn inmiddels vijftien studenten van diverse opleidingen van MBO College Poort aan de slag

gegaan. Samen runnen zij een pop-up evenementenbureau. Vijf van hen zijn derdejaars, voor hen is dit hun eindstage waarbij ze onder andere hun vaardigheden als leidinggevende verder ontwikkelen. Voor tien eerste- en tweedejaars studenten is het een tweedaagse stage.

PRODUCTIEFASE

De naam van het event is inmiddels bekend: MBO Moves! Hét online sportevent. “Aan de hand van het Event Canvas hebben we een concept ontwikkeld dat we hebben gepitcht bij de opdrachtgevers”, vertelt derdejaars student-stagiaire Kimberley Peereboom (Hospitality & Leisure). “Nu zitten we in de productiefase en hebben we de verschillende taken verdeeld. Binnen de afdeling sponsoring en ambassadeurs ben ik samen met een medestudent verantwoordelijk voor het samenstellen van de sponsorpakketten en de communicatie richting deze partijen. Daarnaast willen we enkele bekende Nederlanders of topsporters aantrekken. Dat lijkt ons heel goed voor de motivatie van de studenten.”

BEGELEIDING

De studenten worden begeleid door Michiel Smilde (Eventerim, Special events) en Else Baelde (THAT’S ELSE). “Het begeleiden is intensief, maar heel erg leuk”, vertelt Michiel. “De studenten zijn heel enthousiast en kijken met een frisse blik naar het project. Voor Else en mijzelf is het bovendien fijn om bij te dragen aan een event terwijl het werk in onze branche voor een groot deel op zijn gat ligt. Binnen het project vertalen wij alle stappen van het creatie-, plannings- en organisatieproces naar lesblokken. Gelijktijdig begeleiden en bewaken wij het proces, waarbij wij onder andere de voortgang en de deadlines in de gaten houden. Medio juni moet er tenslotte wel een

succesvol e-sportevent plaatsvinden. Afgelopen week zijn we samen met de studenten met het Event Canvas aan de slag gegaan.” Michiel en Else hebben diverse partijen uit de branche bereid gevonden om een gastcollege te geven aan de vijftien studenten. “Denk aan inrichters en techneuten, maar ook Matthijs Vink van de H20 Esports Campus en manager Norman Lenden van de RAI.”

“HET IS MOOI OM TE ZIEN HOE DE STUDENTEN TIJDENS DE COLLEGES SAMEN MET MICHIEL EN ELSE ZO SNEL IETS TOT STAND HEBBEN LATEN KOMEN.”

Kimberly is erg te spreken over de begeleiding door Michiel en Else en de inspiratie die de gastcolleges bieden. “We leren precies hoe we een online event moeten organiseren, waarbij Michiel

en Else ingaan op de details. Maar uiteindelijk moeten we het helemaal zelf doen. Zo weten we bijvoorbeeld niet hoe de situatie er in juni voor staat. Dat betekent dat we creatief moeten zijn en meerdere scenario’s moeten bedenken.”

Ook Annika is blij met het verloop van de stage tot nu toe. “Het is mooi om te zien hoe de studenten tijdens de colleges samen met Michiel en Else zo snel iets tot stand hebben laten komen. Het lijkt op dit moment misschien alsof er niets kan, maar deze studenten bewijzen met deze stage dat je met creativiteit en inspanning iets moois kunt bereiken.”

Benieuwd naar het eindresultaat op woensdag 16 juni? Houd de ontwikkelingen in de gaten via www.mbomoves.nl.

TOBACCO - LIVESTREAM STUDIOS AMSTERDAM

“EEN AUTHENTIEKE STUDIO IS ZOVEEL BETER DAN EEN GROEN SCHERM”

Vind je het lastig om van een online event een spetterende bijeenkomst te maken die de aandacht van de deelnemers weet vast te houden? In hartje centrum van Amsterdam ligt TOBACCO Theater - de livestream hotspot van Amsterdam.

Ook directeur Erik van Wilsum en zijn team moesten vorig jaar omschakelen van live naar online. “Een week na de uitbraak van de coronacrisis hadden we al snel door dat dit nog wel eens heel lang zou kunnen gaan duren. Na een interne heisessie besloten we dat we nog steeds culturele evenementen wilden organiseren zoals optredens voor (destijds) dertig personen en de bekende concepten Red Light Jazz en Open Bac op dinsdagavond. Maar we moesten ook kijken hoe we alsnog wat geld konden gaan verdienen met mooie evenementen. Het antwoord lag bij livestream, want die kennis en techniek hadden we al in huis. Mede vanwege onze locatie in hartje Amsterdam hebben we elk jaar veel internationale bedrijven te gast die hun evenement voorzien van een livestream. We konden dus al snel aan de slag en aan onze live events opdrachtgevers laten zien wat hier allemaal mogelijk is.”

FOCUS OP LIVESTREAM

Voor het verzorgen van livestreams werd het TOBACCO Theater omgedoopt tot TOBACCO - Livestream Studios Amsterdam. Zoals de naam al aangeeft, staat het verzorgen van livestreams centraal. “Onze tien zalen zijn standaard ingericht als studio. De Theaterzaal en The Brickwall zijn volledig uitgeruste zalen, inclusief techniek. Daarnaast hebben we acht zogenoemde styling studios die voor een online break-out sessie kunnen worden ingezet. Alle studio's hebben een eigen inrichting en een eigen sfeer. Je kunt dus zelf de keuze maken welke studio het beste bij de uitstraling van je

online event past; de Foyer, de Bibliotheek of toch de Wijnkelders? En mocht het straks weer mogelijk zijn om hybride events te organiseren, dan kunnen we de Theaterzaal voorzien van een groot podium en tachtig gasten op 1,5 meter afstand in de zaal laten plaatsnemen.”

HOGЕ KLANTWAARDERING

Dat TOBACCO uiterst succesvol is in het verzorgen van livestreams, blijkt uit het feit dat steeds meer vaste evenementenbureaus terugkeren om er hun volgende online event te organiseren. Een voorbeeld van een geslaagd event is de driedaagse Techleap Summit 2021 die op 2, 3 en 4 februari plaatsvond. “Gedurende drie dagen kwamen er veertig sprekers aan het woord, waaronder minister-president Mark Rutte, Philips-CEO Frans van Houten, Mollie-oprichter Adriaan Mol en Techleap-ambassadeur prins Constantijn van Oranje. Met diverse sprekers in een studio en 4.500 online deelnemers heb je te maken met hele andere draaiboeken dan bij een live event. Maar liefst drie van mijn collega's waren hier gedurende twee maanden fulltime mee bezig. Maar al die inspanning betaalt zich zeker terug. Vóór de coronacrisis hadden we een gemiddelde klantwaardering van 9,3. Sinds de laatste drie maanden hebben we die score opnieuw behaald dankzij de kwaliteit van onze livestreams.”

TRIGGEREN

Die hoge klantwaardering komt mede voort uit het feit dat Erik en zijn team precies weten hoe je online deelnemers kunt

triggeren. “TOBACCO is nog altijd het culturele epicentrum van Amsterdam”, zegt Erik trots. “Dat spreekt ook bij online events tot de verbeelding. Verder weten we precies hoe we in kunnen spelen op de aandachtscurve van online deelnemers. We hebben meerdere zalen zodat je regelmatig van beeld en sfeer kan wisselen. Ook variëren in camerastandpunt mede ingegeven door de grote hoogte van de theaterzaal houdt het boeiend. En maak, als dat mogelijk is, vooral gebruik van de omgeving buiten. Wellicht past het in je programma om net als bij televisieprogramma's buiten live opnames te maken. Dan kun je wat van Amsterdam en in het bijzonder ons culturele hoofdstraatje de Nes laten zien. Daarnaast is interactie een belangrijke factor en dat staat of valt met de kwaliteiten van de host. Hij of zij moet in staat zijn om de aandacht te verdelen over de zaal, de sprekers en vragen die via de live chat binnenkomen, al dan niet met hulp van iemand die achter de schermen de vragen monitort.”

ENTERTAINMENT

Wat volgens Erik eveneens werkt, is entertainment. “Het spoelt je brein als het ware even leeg zodat je klaar bent voor de volgende ronde. Uiteraard moet je wel goed nadenken over wat online goed overkomt. Een live act voor online deelnemers heeft een maximale lengte van zeven minuten. Een bekende zangeres zoals Trijntje Oosterhuis of Do vraag je dan in plaats van een compleet live optreden, nu maar twee nummers te vertolken. Ook een tissue-act in combinatie met live flamenco muziek en klassieke zang is een mooi voorbeeld. Met een goede belichting spat dit van het scherm.”

KOKEN MET STERREN

Op dit moment is Erik bezig met een nieuw entertainmentconcept: Koken met Sterren. “We hebben een pracht van een horecakeuken waar een bekende topkok zoals Alain Caron of Dennis Huwaë samen met de directeur van een bedrijf en een bekende zangeres gaat koken, onder begeleiding van een warme, flamboyante host. Ondertussen kan de directeur op een luchtige manier de boodschap overbrengen naar de medewerkers die thuis meedoen. De online deelnemers gebruiken ook tijdens de hilarische bingo de ingrediënten uit de box die we van tevoren toesturen. De combinatie van een inspirerende studio, een creatief concept en passend entertainment doet elk online event slagen. Een event komt echt beter tot z'n recht in een studio dan voor een groen scherm!”

tobacco.nl/livestream-studios-amsterdam





Tafelgasten Elise, Kim, Michel, Karlijn en Stijn als dagvoorzitter tijdens de laatste sessie Whats Next?!

EVENT UNMUTE

TERUG NAAR ECHTE VERBINDINGEN NA 365 DAGEN LOCKDOWN

Nadat er alweer 365 dagen in lockdown waren verstreken sinds de officiële uitbraak van de pandemie, vond intermediair Onemeeting.com het hoog tijd om de persoonlijke verbinding op te zoeken met de opdrachtgevers. In slechts zes weken tijd werd het event UNMUTE uit de grond gestampt. Commercieel manager Kevin van Gron-delle blikt terug op het organisatieproces.

Het idee achter UNMUTE begon heel klein. “We wilden een jaar na de eerste lockdown graag weer eens om tafel gaan met onze klanten, partners en locaties om te kijken waar voor hen precies de uitdagingen liggen”, vertelt Kevin. “Inmiddels waren er al heel wat online events georganiseerd, maar daar kwamen steeds dezelfde onderwerpen aan bod en zagen we steeds

dezelfde mensen aanschuiven. Toen ontstond het idee om de corporate planners een online podium te bieden, aangezien zij een essentiële stakeholder zijn binnen onze branche. UNMUTE, de naam van het event, verwees naar het feit dat we een jaar lang op mute hebben gestaan en geen goede gesprekken met elkaar hebben kunnen voeren. Door tijdens het event op unmute te gaan, wilden we kijken hoe we

de zakelijke markt weer bij elkaar kunnen brengen. Want juist dan ontstaan de creatieve oplossingen en de innovatieve ideeën.”

CHEMIE

Een klein team van vier salesmensen was verantwoordelijk voor de organisatie, met ondersteuning vanuit de marketingafdeling van Onemeeting.com. Kevin: “We hebben heel veel tijd besteed aan de inhoud. Uiteindelijk kwamen we op drie onderwerpen die we tijdens een online talkshow met de gasten wilden bespreken. Bij het selecteren en het indelen hebben we goed gelet op hun kennis en hun verschijning. Er moest namelijk ook chemie aan tafel ontstaan. De gasten hebben we zorgvuldig begeleid en geïnformeerd. Van tevoren hielden we een-op-een sessies die de basis vormden voor diverse teasers. In het organiseren, plannen en editen van de teasers ging veel meer tijd zitten als dat we van tevoren hadden bedacht.”

AVATARS

Om te voorkomen dat de deelnemers van het online event opnieuw drie uur naar een scherm zouden moeten turen, kozen Kevin en zijn collega's ervoor om het event via het platform GoMeet te streamen. Dit is een virtuele 3D-campus waar deelnemers zich als avatar kunnen voortbewegen en via de avatars met elkaar kunnen praten of samen een

Dieter Möckelmann – mede-oprichter GoMeet

Dieter en zijn compagnons ontwikkelden het virtuele platform GoMeet als alternatief voor online communicatiekanalen zoals Microsoft Teams en Google Hangout. “Deze kanalen doen geen recht aan de beleving en de relevante ontmoetingen die je normaal gesproken tijdens een event meekrijgt. Om ook tijdens een online event deelnemers de mogelijkheid te geven om spontane ontmoetingen en gesprekken aan te gaan, ontwikkelden we een virtueel 3D-eiland met een campus waar deelnemers als avatar rond kunnen lopen. Via deze avatar kun je met mensen communiceren.”

Avatars

De deelnemers van UNMUTE mochten vrij rondlopen op de campus en namen voor de sessies plaats in het auditorium. Om dat te kunnen doen, moesten ze eerst zelf een avatar aanmaken. “We raden iedereen die een event via GoMeet gaat bijwonen aan om van tevoren – en dus niet op de dag zelf – alvast rond te kijken. Want ook al is het programma makkelijker te downloaden en te installeren, het vraagt wel wat van je. Daarom hebben we Kevin en zijn collega's aangeraden om duidelijk in de mail uit te zetten wat er van de online deelnemers werd verwacht. Tijdens het event zelf waren er twee collega's op de virtuele campus aanwezig.”

Nadruk op wat kan

Dieter mocht tijdens UNMUTE als gast aanschuiven in de studio. “Tijdens het event lag de nadruk vooral op wat wel kon en dat is destijds ook de drijfveer geweest achter het opzetten van GoMeet. Het was fijn om weer fysiek samen te zijn en een kijkje achter de schermen bij andere bedrijven te nemen. Ook was het heel leerzaam om het team van AVEX te werk zien gaan. De voorbereiding van het event en de marketing waren top. Wat mij betreft is de samenwerking voor herhaling vatbaar.”

activiteit zoals een spel kunnen doen. Kevin had zelf al eerder als deelnemer aan een online event op de campus rondgelopen. “Het mooie van GoMeet is dat je interactie en netwerken mogelijk maakt, iets wat iedereen de afgelopen 365 dagen heeft gemist. Om

mensen te stimuleren het platform te downloaden, hebben we vrij snel meerdere uitgebreide mails met tips en informatie gestuurd. We wilden zo veel mogelijk deelnemers vooraf een avatar laten aanmaken zodat ze er alvast een gevoel bij kregen. In de huidige tijd zijn wij gewend om een link te ontvangen die ons direct naar een Teams- of Zoom-omgeving brengt. Wij wisten dat om deel te kunnen nemen aan GoMeet je wel wat voorbereiding nodig hebt (5-10 min). We vonden het belangrijk dat iedereen het live programma op tijd kon volgen, daarom hebben we twee uur voor aanvang van het event de links naar de livestream via YouTube en Vimeo gedeeld.”

TALKSHOWSTUDIO

Een andere partij die bij het event werd betrokken, is vaste AV-partner AVEX. “Mijn collega Susan Sterenberg kende dit bedrijf nog uit de periode dat ze bij Ocean Diva werkte. AVEX heeft het afgelopen jaar flink geïnvesteerd in het opzetten van eigen online studio's. Voor UNMUTE konden we in hun talkshowstudio in Utrecht terecht.

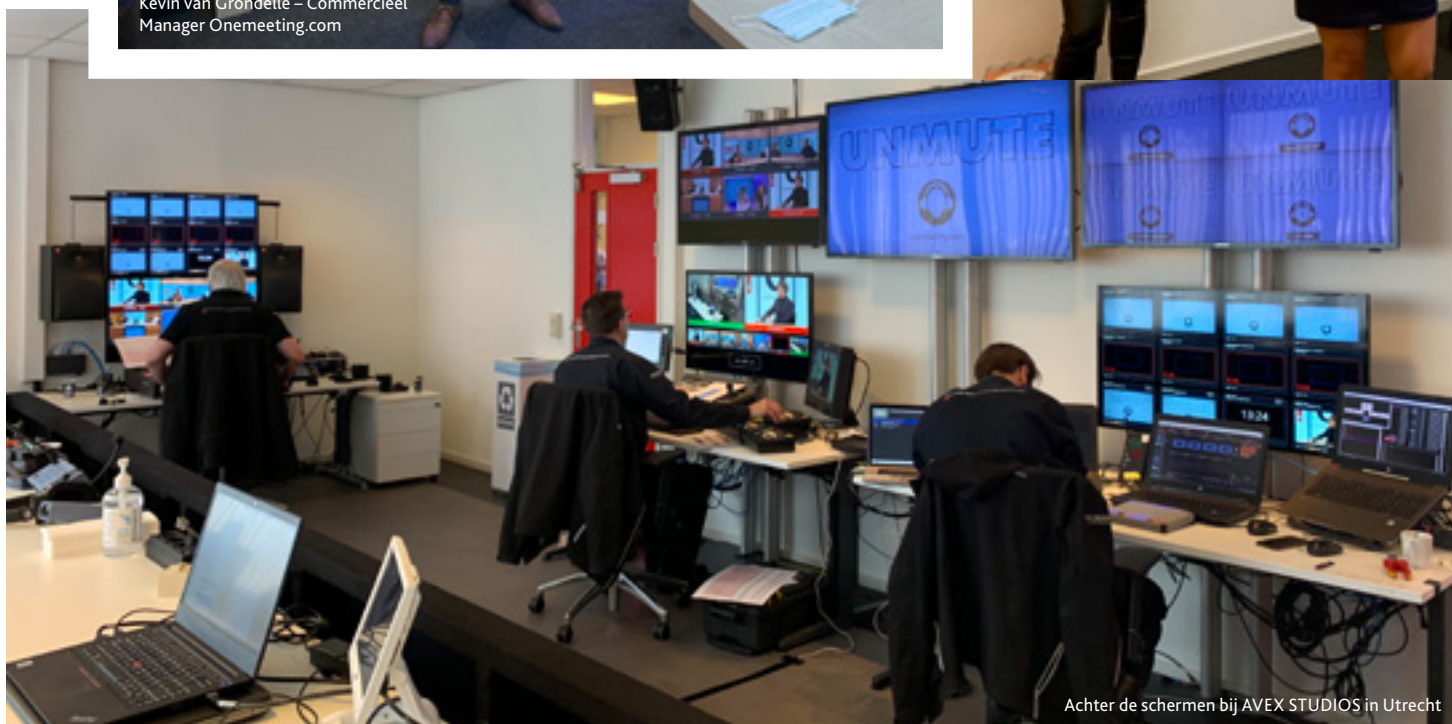


Organisatieteam tijdens de voorbereiding



Kevin van Grondelle – Commercieel
Manager Onemeeting.com

Na afloop van UNMUTE: het salesteam Susan, Lucie,
Ingrid, Kevin en Laura van de afdeling marketing



Achter de schermen bij AVEX STUDIOS in Utrecht

AVEX heeft ons ook goede richtlijnen gegeven voor het opstellen van het draaiboek. Dat moest heel gedetailleerd en op de minuut worden uitgewerkt. Online is de drempel om af te haken namelijk heel laag. Het is essentieel om je kijkers vast te houden.”

DEBUUT ALS HOST

Om de sessies tijdens UNMUTE in goede banen te leiden, werd Stijn Oude Vrielink van Venue Marketing als gespreksleider gevraagd. “Stijn heeft veel positieve energie en dat sluit goed aan bij ons

team en bij UNMUTE. Stijn was het afgelopen jaar vaker als talkshowgast aangeschoven bij online events die door de branche zijn georganiseerd. Hij speelde zelf met het idee om een keer als gespreksleider deel te nemen. Toen Susan hem benaderde, zei hij meteen ja.” Stijn kreeg een aantal stellingen en verdiepende vragen gepresenteerd die moesten dienen als leidraad tijdens de sessies. “We wilden niet zoals bij een talkshow alles scripten. Dan is er geen ruimte voor spontane ingevingen. We hebben zelfs geen generale repetitie met de gasten gedaan.”



HET EVENT

Zes weken na het idee om van de gesprekken met opdrachtgevers een online event te maken, was het op 15 maart dan eindelijk zover. De gasten namen plaats in de talkshowstudio van AVEX. De talkshow werd gestreamd in het auditorium van GoMeet en via de livestream. Susan hield achter de schermen als moderator de chat bij. Collega Lucie presenteerde als sidekick de polls die werden uitgezet. Terwijl collega Ingrid achter de schermen alle tafelgasten een hartelijk welkom gaf. De virtuele deelnemers namen plaats in het auditorium van GoMeet en konden tussen de sessies door op de campus groepsgesprekken voeren of een privégesprek in de blauwe cirkels beginnen. Een team van zeven man van AVEX droeg zorg voor de setting, de techniek en het bedienen van de camera's.

VERBETERPUNTEN

De doelstelling van het UNMUTE-team was om honderd kijkers per sessie te trekken. "In totaal hebben we op de dag zelf 731 kijkers gehad. Ook hebben inmiddels meer dan 300 mensen het event in

Julian Streuper – accountmanager Online Event Facilities bij AVEX

Voordat Nederland in lockdown ging, waren cameraregistraties tijdens congressen en evenementen onderdeel van het complete pakket dat AV-expert AVEX bood. Na diverse aanvragen en telefoontjes van klanten in april vorig jaar bleek al snel dat een nieuw product voor online events nodig was. "Onze opdrachtgevers wilden graag een herkenbaar alternatief voor de evenementen die door moesten gaan. Uit noodzaak bouwden we een pop-up studio in ons logistieke centrum in Utrecht. Dit bleek al zo snel succesvol, dat we besloten om er een volwaardige studio van te maken. Inmiddels beschikken we over zes verschillende studio's en hebben we ook bij diverse opdrachtgevers een vaste studio ingericht."

Achter de schermen

UNMUTE vond plaats in de talkshowstudio van AVEX in Utrecht. "We verzorgde voor het event de livestream in GoMeet en via YouTube en Vimeo. Een team van vier technici, een projectleider en een regisseur droeg zorg voor de regie, camerabeelden, het licht en het geluid. Zelf mocht ik als spreker aan tafel schuiven. De sfeer was erg goed en de gesprekken waren laagdrempelig. Wat mijn collega's enorm waardeerden, is dat er tijdens de sessie aandacht was voor wat er achter de schermen gebeurde en wat er allemaal bij een online event komt kijken."

Draaiboek

Net als bij andere online events had AVEX bij UNMUTE een grotere rol dan bij een fysiek event. Het bedrijf helpt onder andere om de inhoud te vertalen naar een online event. "Voorheen werden we pas verderop in het organisatieproces erbij betrokken. Nu helpen we tijdens online events met de branding van het bedrijf en vragen we de organiserende partij een draaiboek op te stellen. 80% van de voorbereidingen kun je in dat draaiboek vastleggen, bijvoorbeeld wanneer de wisseling tussen de programma-onderdelen moet plaatsvinden. Het is ook belangrijk om dat draaiboek samen goed door te lopen, want de online deelnemers krijgen elk schakelfoutje mee. Het team van Onemeeting.com heeft dit heel goed opgepakt. We konden merken dat ze gewend zijn om op de inhoud en de voorbereiding te zitten. Ook de interviews vooraf en de communicatie richting de gasten en de deelnemers ging uitstekend. Het samenwerken vond plaats in een hele goede flow. Wij werken graag mee aan de toekomstige events."

de dagen erna bekeken via YouTube." Deze doelstelling was dus behaald, maar net als bij elk ander event kwamen er tijdens en na het event leer- en verbeterpunten op tafel. "We wisten dat GoMeet niet voor iedereen bestemd zou zijn omdat het een zwaar programma is om te downloaden, maar we hebben de deelnemers er in ieder geval wel kennis mee laten maken en laten zien dat je ook op een innovatieve manier verbinding met elkaar kan maken. De volgende keer gaan we nog uitgebreidere informatie toesturen. Wat tijdens het event niet lekker liep, waren de polls en de live verbinding vanuit het Verenigd Koninkrijk tijdens de tweede sessie. Voor de polls gaan we in ieder geval

een alternatief bedenken. We twijfelen nog of we tijdens een volgend event weer een sessie in het Engels gaan aanbieden."

KICKSTART

Voor herhaling vatbaar is het organiseren van een dergelijk event in ieder geval wel. Kevin: "Het is geweldig om een event te bouwen op relaties en vertrouwen, zeker gezien het feit dat iedereen met veel enthousiasme heeft meegewerkt. Wij zien UNMUTE als een kickstart voor meer events. In welke vorm en wanneer weten we nog niet, maar we willen vaker events organiseren die onze klanten, partners en locaties met elkaar in verbinding brengen."

VGF VERSOEPELT VOORWAARDEN GARANTSTELLING

MEER HOUVAST VOOR CONGRES- ORGANISATOREN

De congresmarkt is na het positieve nieuws over de vaccinaties weer voorzichtig vooruit aan het kijken. Ook bij het Voorfinancierings- & Garantiefonds komen de eerste aanvragen voor 2021 en 2022 binnen. Om congresorganisatoren nog een extra steuntje in de rug te geven, heeft het VGF besloten dat men vanaf 1 januari 2021 geen premie meer hoeft te betalen wanneer men gebruik maakt van de garantstelling.

Het Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF) heeft van begin af aan het doel gehad om organisatoren die in Nederland internationale, meerdaagse congressen gericht op kennisoverdracht organiseren, financieel te ondersteunen. “De coronacrisis maakt het organiseren van deze congressen erg lastig”, vertelt projectleider Paul Gruijthuijsen. “PCO’s en organisatoren moeten meebewegen met de ontwikkelingen en maatregelen die vanuit de overheid worden opgelegd. Wij spelen daar op in en geven congresorganisatoren wat meer houvast door onze voorwaarden verder aan te scherpen. Dit houdt onder andere concreet in dat we geen premie meer in rekening brengen over het bedrag waarvoor het VGF garant staat. Voorheen bedroeg deze premie 2,5% van dit bedrag. Deze versoepeling scheelt een organisator weer extra kosten. Wij zijn van mening dat alle kleine beetjes helpen, dus ook deze beslissing.”

GOEDE WIL

De beslissing om de premie voor de garantstelling te schrappen is medegenomen op basis van goede ervaringen uit het verleden. “Als je kijkt naar de congressen die wij hebben mogen ondersteunen, waren er negen van de tien succesvol. Bij dat ene congres dat minder succesvol bleek, was een organisator soms iets te optimistisch geweest en dan moesten we financieel bijspringen. Ook een congres dat voor het eerst plaatsvindt, brengt meer risico’s met zich mee. Ondertussen bouw je wel samen

met een organisator ervaring op zodat je er de volgende keer een succes van kunt maken. Uiteindelijk is het VGF een stichting en dat betekent dat we andere voorwaarden hanteren dan een commerciële verzekering. Deze heeft bij wijze van spreken een uitsluitingsclausule van een aantal pagina’s, die van ons is slechts een half A4’tje lang. Wij gaan uit van de goede wil van de congresorganisatoren en werken samen op basis van vertrouwen.”

HYBRIDE CONGRESSEN

Het schrappen van de premie is de meest recente aanpassing van het reglement. Vorig jaar besloot het VGF dat congressen die gepland stonden voor het voorjaar van 2020 en werden verplaatst naar het najaar of naar 2021, nog altijd in aanmerking kwamen voor de eerder aangevraagde voorfinanciering en garantstelling. Ook voor hybride congressen kan sinds vorig jaar ondersteuning worden aangevraagd. “Maar we stellen wel als eis dat meer dan de helft van het (internationale) deelnemersaantal fysiek moet deelnemen. Daarnaast moeten de organisatoren die de bijeenkomst verplaatsen met het VGF in gesprek blijven over de impact van de corona-crisis op hun congres. Zij zullen de komende periode moeten blijven inspelen op verschillende scenario’s, waardoor de baten/lasten en daarmee ook de begrotingen onderhevig aan veranderingen zijn. De transitie van een fysiek congres naar een hybride congres kan bijvoorbeeld invloed hebben op de deelnemersfee.”

Toen het Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF) in het leven werd geroepen, hadden NBTC Holland Marketing, het Ministerie van Economische Zaken en een twintigtal partijen uit de branche een duidelijk doel voor ogen: organisatoren die internationale, meerdaagse congressen gericht op kennisoverdracht een financieel vangnet bieden, zodat het aantrekkelijker wordt om deze zakelijke bijeenkomsten in Nederland te organiseren. Een congresbezoeker besteedt immers iets meer dan € 1.000,- per bezoek en zorgt daarmee voor een stimulans van de Nederlandse economie en directe en indirecte werkgelegenheid. Sinds 2020 kunnen ook organisatoren van hybride congressen een beroep op het VGF doen, mits meer dan de helft van de genodigden fysiek deelneemt.

Het VGF biedt een voorfinanciering en een garantstelling. De voorfinanciering is een kosteloze, rentevrije lening tot maximaal 90.000 euro zodat organisatoren een aanbetaling kunnen doen op de locatie of eventuele marketingactiviteiten kunnen ondernemen op het moment dat er nog geen inkomsten van de deelnemers zijn. De hoogte van het bedrag is afhankelijk van onder meer de begroting, het type congres en ervaringscijfers. Het bedrag moet worden terugbetaald na het binnenhalen van inkomsten, maar voor het evenement begint. Organisatoren die deze voorfinanciering hebben ontvangen voor hun verplaatste congres en al kosten hebben gemaakt, hoeven deze dus nog niet terug te betalen. De garantstelling is een soort verzekering waarbij het VGF vooraf afspraken maakt met de organisatie tot welke hoogte het VGF garant staat. Enkel een eventueel verlies dat ontstaat doordat een tegenvallend deelnemersaantal wordt vergoed.

Hoewel er meer Europese landen en Nederlandse steden zijn die een subsidieregeling bieden, is de opzet van het VGF als zelfstandige en onafhankelijke stichting uniek in Europa.

TEKEN VAN HERSTEL

Ondertussen komen bij het VGF aanvragen binnen voor congressen die gepland staan voor het najaar van 2021 en 2022. “We merken dat congresorganisatoren zich weer voorzichtig aan het oriënteren zijn op live congressen. Het ene congres is wat realistischer qua deelnemersaantallen dan het andere, maar het is zeker een positief teken van herstel. Daar willen wij met onze versoepelde voorwaarden aan bijdragen.”

www.vgfholland.nl





William Hanson is de oprichter van The English Manner, het belangrijkste trainingsinstituut op het gebied van etiquette en protocol in het Verenigd Koninkrijk.

HOE PROTOCOL KAN HELPEN BIJ ONLINE EVENTS

Hoewel we steeds meer bedreven raken in het digitaal vergaderen en het organiseren van online events, worstelen we nog steeds met aspecten die tijdens offline events vanzelf lijken te gaan. Hoe kun je bijvoorbeeld alsnog mensen de gelegenheid bieden om te netwerken? Volgens experts Jean-Paul Wijers en William Hanson liggen de antwoorden bij twee voor Nederlanders ietwat beladen begrippen: protocol en etiquette.

Bij protocol denken we al snel aan het koningshuis en regels die aangeven hoe je je moet kleden en gedragen. "In Nederland hebben we een aangeboren afkeer voor formaliteiten", zegt Jean Paul Wijers van het Protocolbureau. "Protocol is een vies woord waar je bijna niet over mag praten. Zelfs de koning gaf in 2013 vlak voor zijn aantreding aan hij geen protocol-fetisjist is. Toch zijn het bij uitstek de koningshuizen en ambassades die begrijpen wat de meerwaarde van protocol is; het is hun core business. Al eeuwenlang wordt aan het hof protocol ingezet om in korte tijd zo veel mogelijk mensen te leren kennen. En in feite sluit dat perfect aan bij onze tijd. Ook wij willen

in korte tijd een uitgebreid netwerk opbouwen om onze business in stand te houden en uit te breiden. Protocol vergroot het effect van het netwerken. Het biedt structuur voor het verkrijgen van toegang tot juiste netwerken. Als je geen protocol hanteert, krijg je chaos en ontstaan er ongemakkelijke situaties. Als je het wél toepast en een ontmoeting goed voorbereidt, valt het protocol niet eens op."

SCHREEUWENDE RAADSLEDEN

Protocol en etiquette, nog zo'n beladen woord, helpen bij het creëren van een betekenisvolle interactie met andere mensen en hoe je dit zo goed mogelijk

kunt laten verlopen, geeft William Hanson van The English Manner aan. “De gedachte dat protocol beperkend is, klopt niet. Sterker nog, veel gedrag dat onder etiquette valt, is wel degelijk aangeleerd zoals eten met gesloten mond en elkaar uit laten praten. Een mooi voorbeeld van hoe het mis kan gaan als je geen protocol toepast, is een parochieraadoverleg dat begin februari in het Engelse Handforth via Zoom plaatsvond. Op een gegeven moment begonnen leden tegen elkaar te schreeuwen en werden deelnemers uit de Zoom-call gezet. Indien zij vooraf beter hadden gecommuniceerd en een aantal regels hadden afgesproken, was het niet zo uit de hand gelopen.

Maak ieders rol en functie tijdens het overleg vooraf kenbaar, spreek een exacte aankomsttijd af, wijs een voorzitter aan en bepaal of je iedereen tegelijkertijd toelaat of juist een voor een. Uiteindelijk zullen dit soort situaties wel steeds minder voorkomen. Toen de smartphone in omloop kwam, vroegen we al schreeuwend in de tram of we verstaanbaar waren. Inmiddels hebben we geleerd hoe je je hoort te gedragen in het openbaar.”

GASTENLIJST

Hoe kan protocol dan precies helpen bij het organiseren van online events? Volgens Jean Paul begint dat bij de

voorbereiding. “Wat voor offline events geldt, geldt ook voor online. Hoe laat komen je gasten aan? En gebeurt dit gelijktijdig of een voor een? Hoe heet je je gasten welkom en wijs je ze even de weg zodat ze weten wat de bedoeling is?” Jean Paul geeft aan dat protocol ook zeker kan helpen om het online netwerken te bevorderen. “Tijdens een live event gaat er veel aandacht uit naar wie er op het podium staat en wat er wordt geserveerd, terwijl online juist de focus op content ligt. Wat betreft netwerken is er zeker een gebrek aan kennis en ervaring. Protocol biedt juist structuur om toegang te krijgen tot de juiste netwerken. Een organisator van een online netwerk event kan hier voordeel mee doen door eens kritisch naar de gastenlijst te kijken. Wanneer een bank bijvoorbeeld zijn klanten uitnodigt voor een relatie-event, zijn die klanten heus niet allemaal in elkaar geïnteresseerd. Als organisator kun je op basis van interesses actief mensen aan elkaar koppelen. Breng ze samen in een break-out, stel ze aan elkaar voor en geef aan waarom je denkt dat er een match is.”

ROL VOOR DE EVENEMENTENBRANCHE

Tijdens een online event kun je dus effectief netwerken, maar volgens Jean Paul is het geen vervanging voor live ontmoetingen. “Wanneer de coronacrisis is bedwongen, hebben we allemaal behoefte aan ruimte en tijd om een echte band op te bouwen met de connecties die we online hebben opgedaan. De evenementenbranche speelt hier een cruciale rol in. Dat is de industrie die ervoor zorgt dat we elkaar buiten kantooruren treffen. Nieuwe gedragsregels zorgen ervoor dat we die contacten goed op kunnen pakken. Je wilt bijvoorbeeld verwarring voorkomen over de manier waarop je iemand begroet. Dat zie je nu ook bij staatshoofden, de een doet een namasté terwijl de ander een elleboogbump wil geven. Protocol en etiquette passen zich hierop aan en kunnen houvast bieden.”



Jean Paul Wijers is eigenaar van het Protocolbureau. Deze organisatie ondersteunt organisaties bij de professionalisering van het relatiemanagement.

Fotografie Ilya van Marle



LESSONS LEARNED TIJDENS EVENTS VAN MPI BELGIUM EN MPI NEDERLAND

INSURANCE EN TESTEVENEMENTEN

Wie zou geloven dat Belgische eventplanners en locaties bereid zouden zijn om tijd en geld te investeren in een zoomseminar over evenementenverzekeringen en annuleringspolissen? Vóór Covid-19 waren deze onderwerpen niet bepaald sexy. Maar tijdens de lockdown is alle tijd die meeting professionals investeren om hun kennis te verrijken meegenomen, terwijl wordt gewacht op het licht aan de MICE-horizon. Ondertussen werd er binnen de Nederlandse chapter teruggekeken op de Fieldlab Evenementen.

Tekst Monica Rijpma



Degenen die niet plannen, plannen om te falen', was altijd al goed advies en grote zakelijke evenementen vereisen lange planningsperiodes. Meeting Professionals International (MPI) heeft dan ook kennisverwerving en professionalisering van de branche als een van de pijlers van de associatie die wereldwijd duizenden leden telt. Binnen MPI Nederland en MPI Belgium zijn daarnaast community en zakelijke uitwisselingen zeker even belangrijk, vertelt Brigitte Boone van @dmire Meeting & Event Designer, en tevens lid van MPI EAC. (European Advisory Council)

OVERMACHTSCLAUSULE

MPI Belgium kwam voor de eerste educatieve sessies van 2021 met twee virtuele rondetafelgesprekken, over 'Annuleringsvoorwaarden' en 'Verzekeringsdekking'. De overmachtsclausule kwam hierbij uitgebreid aan bod. Kort door de bocht; sinds de pandemie zijn de Force Majeur criteria voor annuleringen flink aangescherpt. Locaties blijven zich vaak flexibel tonen en behandelen van geval tot geval de gevolgen van deze wijziging. Er zijn situaties te bedenken waar de klant draagkrachtig genoeg is om zijn verlies te dragen of waar subsidieregelingen voor de ene partij beter zijn dan voor de andere. Maar de fragiele klant-leverancier relatie is flink onder druk komen staan tijdens de pandemie.

FORCE MAJEUR ONDER DE LOEP

In de online discussie en bij de Q&A was Force Majeur het onderwerp dat de tongen losmaakte. Noodgedwongen blijven veel locaties pogen tegemoet te komen aan de behoeften van hun klanten, wiens evenementen in de wacht staan. De aanbatalingen voor 2020 worden bewaard voor toekomstige data, en vaak zijn die data al meer dan eens verschoven.

ONMOGELIJK TE VERZEKEREN

De behoefte om vooruit te kijken groeit. De verzekeringsexperts geven inzicht in nieuwe aspecten. Niet alleen de overmachtsbepalingen uit oude standaardlocatiecontracten zijn sinds de pandemie bijgewerkt. Ook de dekkingsopties voor evenementenverzekering zijn aangepast aan de nieuwe realiteit. Het is onmogelijk om een evenement te verzekeren voor het geval deelnemers niet kunnen reizen vanwege besmettelijke ziekten. Dit was een van de harde feiten geschetst door Tom Driesens, specialist in nood- en evenementenverzekeringen bij Verheyen Verzekeringen in Antwerpen. Zijn bedrijf is gespecialiseerd in het verzekeren van Europese evenementenorganisatoren, zowel voor B2B-evenementen als voor festivals of sportevenementen. Men kan zich verzekeren voor annulering als gevolg van terroristische aanslagen of zelfs al terroristische bedreiging,

materiële schade, aansprakelijkheid en meer. Maar Tom was glashelder over besmettelijke ziekten die buiten elke assurantie vallen. Wel vertelde hij dat het belangrijk is goed op de hoogte te blijven van de overheidsgarantiefondsen die worden toegewezen (zowel in Nederland als in België) om planners in staat te stellen hun risico's te minimaliseren.

RISICOBEPERKING

Ook Emma Hood richtte zich op het onderwerp risicobeperking. Zij is Event Insurance Specialist bij Apex International in Londen, met onder andere IMEX als grote MICE-klant. Het leerpunt is dat een uitgebreide voorbereiding en compleet risicobeoordelingsrapport het begin en eind zijn van alle evenementenverzekering. Het loont om met specialisten samen te werken, die ervaring hebben met het complexe karakter van verzekeren van evenementen. Met name het samenspel van een groot aantal derden, freelancers en leveranciers brengt branche-eigen risico's. Alleen al deze risicobeoordeling vooraf is een specialisatie waarvoor experts kunnen worden ingehuurd. "De tijd nemen om in de gedetailleerde beoordelingsvragen te duiken, dient alle partijen en kan en ZAL helpen om geld te besparen", vertelt Emma Hood. Sinds de pandemie zijn er bovendien andere risico's die samenhangen met online en hybride evenementen. Risicobeperking voor hybride of online begint bijvoorbeeld met de volledige IT-back-up. Is er een duplicaat van de online gebeurtenis die, indien nodig, op een andere server kan draaien? Werken de interfaces en alle apps? En wat zijn de gevolgen (en kosten) als iets niet werkt? En wie draait daarvoor op? Online evenementen kunnen kostbaar zijn om te produceren, met grote investeringen vooraf alleen al voor de productie van opgenomen sessies of speciaal gebouwde studio's. Bij hybride worden deze kosten vermenigvuldigd en zijn er de logistieke overwegingen van het live-gedeelte. Kortom, de obsessie met verzekeren en aansprakelijkheid, die we al langer kennen uit het Amerikaanse meetinglandschap, is door de pandemie, helaas, ook in Europa op een hoger plan terecht gekomen.



FIELDLAB EVENEMENTEN

Ondertussen was MPI Nederland in februari nauw betrokken bij de eerste experimentele evenementen voor grote groepen. Na de moeilijke periode over het al dan niet annuleren of uitstellen van vergaderingen, beurzen of conferenties en de nu al een jaar durende online fase, volgt schuchter de vraag wanneer te beginnen met het plannen van hybride of live evenementen: later dit jaar of begin 2022. Zodra het weer veilig genoeg is, zal het nieuwe nu voorbij haar experimentele fase gaan.

GESPREKKEN

De experimenten van de Fieldlab Evenementen in Nederland gingen van start op 15 februari met een testcongres voor 500 personen geproduceerd door Eventplatform, het overkoepelend platform van de branchen vakorganisaties. MPI Nederland, een



van de partners van Eventplatform, had haar leden uitgenodigd om deel te nemen aan het congres in het Beatrix Theater in Utrecht. De event-experimenten kwamen tot stand als gevolg van gesprekken die de evenementenbranche in 2020 voerde met de overheid en wetenschap. Bij Fieldlab Evenementen zijn wetenschappelijke instituten, ministeries en de branche vertegenwoordigd. Fieldlab, wat verwijst naar een veldlaboratorium, onderzoekt alle bouwstenen die kunnen bijdragen aan preventie en reductie van het risico van verspreiding van het COVID-19 virus.

“Het doel van Fieldlab Evenementen is om deze bouwstenen te ontwikkelen als bewijslast van de veilige en betrouwbare aanpak, om daarmee bij de Rijksoverheid het vertrouwen

te creëren, om zo toetsingskaders te verfijnen en de corona-routekaart aan te kunnen passen. Het programma van evenementen is gericht op differentiatie van segmenten (zakelijk en publiek) en situaties (binnen en buiten, statisch of dynamisch, etc.) en vooral op het versneld kunnen teruggaan naar volledige operatie voor evenementen.” (Zie ook ClickNL). Voor de sector is de 1,5-meter maatschappij niet economisch haalbaar.

MET DE KONING AAN DE VIRTUELE TAFEL

Hiermee krijgt de sector wel zijn eerste publieke bevestiging van het groot sociaal-maatschappelijk en economisch belang van evenementen. Wereldwijd wordt dan ook meegekeken naar de analyses achteraf, omdat er diep wordt ingegaan op veiligheidsaspecten in het kader van omgaan met de huidige en toekomstige pandemieën. Het

“BIJ FIELDLAB EVENEMENTEN ZIJN WETENSCHAPPELIJKE INSTITUTEN, MINISTERIES EN DE BRANCHE VERTEGENWOORDIGD.”

kick-off evenement betrof onderzoek naar de data van evenementen in binnenlocaties. Inmiddels zijn ook de buitenevenementen aan bod gekomen. Het groot maatschappelijk belang van het onderzoek werd ook nog eens onderstreept door de virtuele aanwezigheid van koning Willem-Alexander, die na afloop online aanschoof bij het evaluerend tafelgesprek.

DATA VERZAMELEN VIA LANYARDS

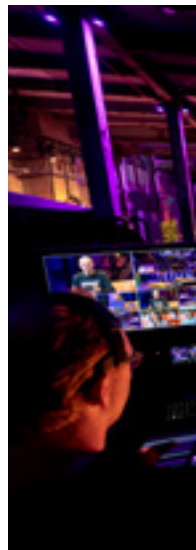
Maarten Schram van IDEA/Fieldlab vertelde tijdens het eerste MPI-Nederland event over het belang van de tags die in de lanyards van elke bezoeker zijn aangebracht. “Hierin wordt, via alle bezoekers individueel, enorm veel data opgeslagen over de dynamiek van een groepsevenement; het aantal contacten, de ‘social distancing’

of juist nabijheid, de verplaatsing in de ruimtes en of gedrag verschillend was voor deelnemers die in de stoelen met spatschermen zaten. Behalve voor de huidige pandemie is dit onderzoek van belang voor toekomstige situaties. Maar de branche volgt het gespannen om te weten hoe snel evenementen zonder social distancing kunnen plaatsvinden. Zowel vanuit economisch- maar ook sociaal emotioneel oogpunt zijn de 1,5-metermaatregelen gewoon geen werkbaar model voor meetings en evenementen.”

De deelnemers van het eerste congres zijn 48 uur voor het evenement PCR-getest en ter plaatse werd nog eens bij een kleine groep deelnemers als steekproef een sneltest afgenomen. Iedereen werd gevraagd vijf dagen na afloop weer een PCR-test te doen. Hieruit bleek dat tijdens het congres geen besmettingen hebben plaatsgevonden. Alle gegevens worden nog geanalyseerd, om zo tot conclusies te komen over de condities waaronder publieksevenementen, ook zonder social distancing, veilig kunnen worden georganiseerd.

OMSCHAKELING NAAR ONLINE

Thijs Peters van Postillion Hotels en voorzitter MPI Nederland vertelde over zijn deelname aan het testevenement in Utrecht. Hij beschreef met name zijn opwinding om eindelijk weer eens live met collega's en klanten te kunnen spreken. Voor hem lijkt het geen twijfel dat live altijd een toegevoegde waarde zal brengen en dat was het unanieme oordeel van alle deelnemers; het is een kwestie van tijd voor de eerste fysieke bijeenkomsten weer gaan plaatsvinden en deze experimenten in Nederland helpen mee aan de beeldvorming over wanneer dit veilig kan gebeuren. Het tweede MPI Nederland evenement van 2021 keek naar een aantal Event Showcases, casestudies van de wijze waarop de omschakeling van live naar online vorm was gegeven in het afgelopen jaar. Een online panel beantwoordde publieksvragen en besprak hoe het pad terug naar live eruit gaat zien.



CONNECT MET MPI NEDERLAND

KENNIS DELEN EN IN VERBINDING BLIJVEN

Tijdens het eerste event van 2020 presenteerde MPI Nederland haar jaarplannen. Deze ALV in Hotel Arena stond in het teken van het 25-jarig jubileum en de nieuwe koers. Net als de rest van de meeting- en eventbranche was de vereniging klaar voor een veelbelovend en feestelijk 2020. Hoe anders kan het lopen.

Fotografie Jan Buteijn

Onze branche ligt sinds maart 2020 nagenoeg stil. Ook bij een vakvereniging als MPI Nederland is de impact van het COVID-19 virus duidelijk merkbaar. Dat geldt niet alleen voor de plannen en programmering, maar ook voor de financiële situatie. Het bestuur heeft maatregelen moeten nemen om de kosten tot een minimum te beperken. Helaas had dit het stopzetten van de samenwerking met een betaalde Executive Director tot gevolg. Voor het eerst in tien jaar was MPI Nederland weer een vereniging met uitsluitend vrijwilligers.

IN VERBINDING BLIJVEN

Voor MPI is contact met de branchegenoten essentieel. Toen elkaar persoonlijk ontmoeten onmogelijk

werd, begon MPI begin april 2020 met het concept 'Together on Tuesday'. Dit is een tweewekelijks online koffiemoment waarop meeting- en eventprofessionals informeel samenkwamen. Het goedbezochte, gratis event voor de branche bleek een prima manier om met elkaar in verbinding te blijven en ervaringen uit te wisselen. De insteek wisselde steeds; soms met spreker, soms in discussie of bijvoorbeeld vanaf een locatie waar iets bijzonders gebeurt.

Een ander initiatief om met elkaar in verbinding te blijven, was MPI Explore. Wat begon met een oproep aan eventplanners om samen een online evenement te ontwerpen, groeide uit tot een volwaardig online event op 25 mei. In aanloop naar MPI Explore werden



Verbinding met de branche

Terwijl MPI in 2020 diverse online events organiseerde, werd het Eventplatform nieuw leven ingeblazen. Tien brancheverenigingen en -organisaties, waaronder MPI Nederland, sloegen de handen ineen en zetten zich nog steeds gezamenlijk in voor de lobby richting Den Haag.

In het afgelopen jaar heeft het EventPlatform zich onder meer ingespannen om de omvang van de branche en de impact van het virus en de maatregelen te duiden, inzicht te bieden in de keten van betrokken ondernemers, een protocol te ontwikkelen voor zakelijke bijeenkomsten, te komen tot toereikende steunmaatregelen, waaronder een garantiefonds en invulling te geven aan de inmiddels landelijk bekende Fieldlab Evenementen.



deze planners uitgedaagd om, binnen een paar weken en met de beperkte kennis die zij op dat moment hadden, de grenzen van online op te zoeken. Het event was een uniek experiment waarbij zowel het eventteam als de deelnemers in een razend tempo ervaring opdeden met de (on) mogelijkheden van online events.

Maandag 14 december sloten we het jaar af vanuit de Fokker Terminal in Den Haag. Onder leiding van de energieke Robert Daverschot waren het twee uren vol energie, kennis en inspiratie. Aan de hand van ingezonden quotes en de verhalen achter de meest inspirerende tegeltjeswijsheden, behandelden we samen met brancheleden de harde lessen en bijzondere momenten van 2020 om het jaar alsnog positief te kunnen afsluiten.

KENNIS DELEN ONLINE EN LIVE 2021

Ondanks de nog altijd beperkte mogelijkheden, kijkt MPI Nederland ook in 2021 naar manieren om kennis te delen en de verbinding op te zoeken. Voor dit jaar heeft de vakvereniging twaalf evenementen op het programma staan, waarvan de eerste drie online vanuit verschillende studio's in Nederland hebben plaatsgevonden. Tijdens deze live events stonden onderwerpen als personal branding, event technologie en events showcases van Vodafone Ziggo en TNW centraal.

INTERNATIONALE CONNECTIES

Meeting Professionals International is met 14.000 leden en een totale community van 60.000 brancheleden wereldwijd de grootste vakvereniging voor meeting- en eventprofessionals. Nu de meeste MPI-events online plaatsvinden, grijpt MPI de mogelijkheid aan om ook internationaal meer te gaan samenwerken. Naast evenementen voor de Nederlandse branche programmeert MPI Nederland in 2021 vijf Engelstalige sessies om ook de internationale meetingprofessionals te laten aansluiten.

Daarnaast zoekt MPI Nederland de verbinding met het internationale MPI netwerk rond internationale events als Global Meeting Industry Day (GMID) op 8 april, de online editie van de MPI European Meetings & Events Conference (EMEC) op 15 juni en de hybride editie van de MPI World Education Conference (WEC) van 15-17 juni vanuit Las Vegas.

MPI Connect

MPI Nederland bereidt zich voor op een live evenement op 1 juli 2021 om elkaar zo snel mogelijk weer in het echt te kunnen ontmoeten. Voor dit eerste live evenement zoekt MPI wederom de samenwerking op, waaronder met VisitBrabant Convention Bureau. En hoe kan het ook anders... samen ervaren we de Brabantse gastvrijheid en de magie van ware verbinding. Laat je weten of je erbij bent op 1 juli als LIVE weer kan en mag?

Kijk op www.mpiweb.nl/connect voor alle informatie en updates.





ANGST IS EEN SLECHTE RAADGEVER

Design thinking stond aan de wieg van event design. Ik heb inmiddels een bijna heilig geloof in het goed onderzoeken met een divers team wat nu écht waarde toevoegt aan een event. Wat moet er echt veranderen? Het sparren over de wijze waarop je deze wenselijke verandering kunt vertalen in een event vind ik iedere keer een feestje. Het gaat over stakeholders en hun doelstellingen, over verandering en vernieuwing richting impact, over meetbare resultaten en waardevol zijn: voor, tijdens en na het event. Eerst met kleine stapjes maar op de lange termijn leidend tot het bereiken van strategische doelen. Ik ga jullie in de komende maanden meenemen op een reis door 'Designland'.

Visuals: Dennis, Visually Yours

Veel mensen hebben van nature de neiging om voor veiligheid te kiezen. Dat zit in onze hersenen geprogrammeerd. Daarom willen velen niet uit hun comfortzone stappen en dat is dus ook de reden waarom initiatiefnemers hun congressen en events liever niet veranderen. Je

weet wat je hebt. Als je dit verandert, moet je maar afwachten wat het oplevert. Zeker als het evenement een geschiedenis heeft. Mensen zullen verbaasd zijn als ze ervaren dat het 'anders' is. Toch is anders niet per definitie slecht. Soms is het gewoon nodig, kijk maar eens naar het afgelopen jaar.



VERANDERING ERVAREN

Toch is niets doen geen optie in onze snel veranderende wereld. Stilstand is achteruitgang! Onderzoek hoe deelnemers verandering ervaren. Dat kan op verschillende manieren zoals hen betrekken bij je plannen, deze samen testen en goed luisteren naar reacties. Luister om te begrijpen wel te verstaan. Is het de juiste vertaalslag geweest? Of moet je soms ook eigenwijs zijn? Want eerlijk is eerlijk, soms weten we zelf nog niet wat we missen, totdat je ervaart ... toch?!

CHANGING THE GAME

Een paar jaar geleden was ik (en velen met mij) betrokken bij het design en de organisatie van EMEC19. Initiatiefnemer MPI Nederland had spannende eisen gesteld. Het moest anders, game changing. In een aantal grote designsessies (ca. 60 mensen) en veel kleinere keukentafelsessies werden

stakeholders onderzocht en prototypes getest. Met al deze uitkomsten werd een aantal uitgangspunten (design principles) gedefinieerd. Regels die we ons zelf oplegden om zo dicht mogelijk bij wensen, eisen, verwachtingen en dromen te blijven van onze stakeholders. Die lijst met uitgangspunten werd ons kompas in het hele proces.

Natuurlijk hielp het dat we de branche goed kenden. Dat was dat tegelijk ook megaspansend want we organiseerden een event voor een doelgroep die alles al had gezien en meegemaakt. Ieder idee dat ontstond, werd aan de test onderworpen: voldeed dit idee aan één of meer van deze principes en gingen we zo doelen realiseren? Niet, dan ging het de prullenbak in. Bij een ja, werd goed gekeken hoe het in het programma zou passen zonder dat de flow van de ervaring aangetast zou worden.

180 GRADEN RECHTSOMKEERT

Zo ontwikkelden we een geweldig congres. Het was met recht 180 graden rechtsomkeert te noemen. Een congres dat anders was dan men gewend was. Iedere dag verrassingen die zorgden voor nieuwsgierigheid zodat mensen geprikkeld werden om te kunnen leren. Zelfs de laatste sessies - die normaal minder deelnemers trekken - zaten vol. Mensen hadden oprecht last van FOMO door die continue verrassingen, aandacht op creatieve details en afwisseling.

We deelden ervaringen van buiten onze branche om ervan te leren. Community building begon al voor het congres door Nederlandse deelnemers internationale collega's op te laten halen van Schiphol. Een warm welkom en waardevolle connecties waren het startpunt. Het hele congres was een platform waarin mensen leerden, ontmoetten en plezier hadden. Meermalen werd geëvalueerd: direct na het event en na een half jaar nogmaals om inzicht te krijgen in retentie.

Was het uitdagend? JA! Was het soms tenenkrommend? JA. Schuurde het soms? Zeker, mede omdat je nooit helemaal kunt inschatten hoe sommige blut sprekers vallen bij een internationaal publiek, of hoe mensen een feestje zullen ervaren in een zwembad of hoe mensen het vinden om tussen de apen te staan tijdens een congres. Allemaal beslissingen die goed overdacht waren genomen, die bijdroegen aan de ervaring en het leren.

KLEINE STAPJES RICHTING JE HORIZON

Ik zou niet iedereen aanraden om je volgende event zo rigoureus te veranderen. Waar ik wel voor wil pleiten, is om die spannende stap te zetten en te kijken wat er anders kan. Met kleine veranderingen kom je er ook. Als je in 2030 een ander soort event wilt, dan kun je deze verandering met je eerstvolgende editie starten. Stapje voor stapje, één event per keer. Zo werk je toe naar een event dat mensen iedere keer verrast en inspireert en zo een bijdrage levert aan ieders (strategische) doelstellingen.

Ingrid Rip is Certified Event Designer. Met haar passie voor menselijke ontwikkeling en de eventbranche inspireert en ondersteunt zij organisaties bij het (her)ontwerpen van impactvolle events. Zij helpt hen vanuit ander perspectief naar bijeenkomsten te kijken zodat die een grotere bijdrage leveren aan (strategische) doelen.

Dennis en Ingrid zijn onderdeel van het Event Design Collective. Kijk voor meer informatie op edco.global/netherlands.



DE TOEKOMST VAN MEETINGS EN EVENTS

HET NIEUWE BIJEENKOMEN

Hoe ziet de toekomst van meetings en events eruit? Blijven we online vergaderen of gaan we elkaar weer fysiek ontmoeten? Bilderberg vroeg 272 event professionals naar hun visie op het nieuwe bijeenkomen. In dit artikel lees je de belangrijkste bevindingen.

Dankzij COVID-19 heeft de branche massaal de voordelen van online samenkomsten ontdekt. Met name voor reguliere vergaderingen en theoretische trainingen lijkt het erop dat we dit na de crisis online gaan voortzetten. Maar we weten nu ook wat de nadelen van online samenkomsten zijn. Een virtuele bijeenkomst geeft niet dezelfde energie als een persoonlijke ontmoeting. Met name voor samenwerken, netwerken, persoonlijke ontwikkeling en teambuilding geven we toch echt de voorkeur aan een fysiek event. Echte verbinding kun je niet online creëren.

ONLINE ELEMENTEN

Inmiddels hebben we flink wat kennis opgedaan op het gebied van online vergaderen. Naar verwachting zullen organisaties bij iedere bijeenkomst bewust kiezen voor een passende wijze van bijeenkomen. De event experts die meewerkten aan het onderzoek, verwachten

dat bedrijven vanwege het thuiswerken met name behoefte hebben aan bijeenkomsten met eigen medewerkers. Ook zullen fysieke bijeenkomsten vaker online elementen bevatten, zodat deelnemers ook vanuit huis of een andere locatie de bijeenkomst kunnen bijwonen. Anouk Roohé van Meetingselect verwacht dat er de komende tijd zeker nog een mix zal zijn van online en offline. "Ik geloof dat online aan het assortiment wordt toegevoegd zodat er een gezonde mix ontstaat. Daarom is het essentieel om de technologie te omarmen. Er zijn zoveel mogelijkheden. Heel veel locaties bieden bijvoorbeeld een virtual tour aan, waarbij je een prima indruk krijgt van de look & feel van de locatie."

MEERDERE SCENARIO'S

In het eerste jaar na de uitbraak bieden snelsteden mogelijk een oplossing voor events. Maar omdat we ons in een overgangperiode bevinden, zullen de steeds



veranderende restricties invloed hebben op hoe we onze evenementen gaan organiseren. Om op de onzekerheden in te kunnen spelen, is flexibiliteit essentieel. Een boeker zal rekening moeten houden met meerdere scenario's. Jan Liebrechts van Obsession vindt het belangrijk dat een locatie meebeweegt met wat wel en niet mag. "Meer dan ooit zijn wij – schakels in de evenementenketen – op elkaar aangewezen om de antwoorden boven tafel te krijgen. Het is onze taak om te luisteren, mee te denken en veerkracht te tonen, alleen dan kunnen we een geslaagd evenement afleveren."

VEILIGHEID EN HYGIËNE

Na een jaar van handen wassen en mondklappers dragen zijn deze extra vormen van hygiëne een tweede natuur voor ons geworden. Ook bij evenementenlocaties is dit een hot topic. De ondervraagde experts geven wel aan dat zij voor de crisis er al op vertrouwden dat dit bij de locaties goed op orde is. Waar de event professionals des te meer op letten, is of een locatie voldoende ruimte heeft en handige looproutes hanteert, zodat je makkelijk afstand kunt houden ten opzichte van elkaar en van andere groepen. Gasten willen er zelf niet al te veel mee bezig hoeven zijn en

willen daarom vooraf en tijdens hun verblijf gerustgesteld worden dat de veiligheid en hygiëne gewaarborgd worden. Ingrid Geul van de Nederlandse Vereniging van Directie- en managementondersteuners kan dit beamen. "Het zou fijn zijn als locaties nauwkeurig aangeven wat op dit moment de mogelijkheden zijn. Welke maatregelen gelden er nu? Wat doet de locatie eraan om de bijeenkomst veilig te laten verlopen? Communiceer dit steeds zo duidelijk mogelijk, in ieder geval via de website."

TECHNIEK ALS EXPERTISE

Het afgelopen jaar hebben we uitgebreid kennisgemaakt met de meerwaarde van techniek voor zakelijke bijeenkomsten. Experts zien het, voor hun toekomstige events, als een extra tool die wordt toegevoegd aan het assortiment. Dit biedt een scala aan nieuwe mogelijkheden om impactvolle bijeenkomsten te organiseren op een manier die voor iedere deelnemer passend is. Maar bij het opzetten van een succesvol hybride event komt veel kijken. Belangrijk is dat het doel van de bijeenkomst helder is. Aan de hand hiervan kan worden gekeken of, en zo ja, welke ondersteunende rol techniek kan bieden. "Een fysiek event is de enige manier van communicatie waarbij een groep mensen zich urenlang in een geregisseerde omgeving bevindt, zegt Jan Liebrechts. "Om mensen online met dezelfde impact te bereiken; dat is een uitdaging waar expertise voor nodig is." Locaties moeten voor hybride events een perfecte verbinding en streamingmogelijkheden bieden, al dan niet in samenwerking met externe partners.

WOW-FACTOR

Een laatste aspect waar de experts het over eens zijn, is dat het doel de vorm van het evenement bepaalt. Event organisatoren zullen vaak terug moeten naar de tekentafel, en daarvoor is het belangrijk om te weten wat je bijvoorbeeld precies met een jaarpresentatie wil bereiken. Wanneer het doel helder is, kun je een event organiseren dat echt effect heeft en waar nog lang over nagepraat wordt. Liesbeth van Belkom van Bilderberg verwacht dat organisaties jaarlijks minder bijeenkomsten organiseren, maar dat deze wel langer, intensiever en meer onderscheiden zijn. "Ook in de toekomst zullen mensen meer thuiswerken en vaker online vergaderen. Wanneer je dan wel een live event bijwoont, wil je dat deze ook echt de moeite waard is. Interessante inhoud. Heerlijk eten. Goede organisatie." De wow-factor wordt dus nog belangrijker.

Benieuwd naar het complete onderzoek en de tien tips voor succesvolle bijeenkomsten? Download de whitepaper 'Het nieuwe bijeenkomen' via www.bilderberg.nl/meetings-en-events

VISIT BRABANT

Convention Bureau



AGRIFOOD CAPITAL



HIGHTECH



DATASCIENCE



DUTCH DESIGN

Meet Brabant

Business Brains & Hospitality Heart

Van oudsher wordt Brabant al getypeerd als gemoedelijk en gastvrij. Daarnaast heeft Brabant de snelst groeiende economie van Nederland en een leidende positie op het gebied van High Tech, Design, Datasience en Agrifood. Met kennisinstututen als de Technische Universiteit Eindhoven en de slimste vierkante kilometer van Nederland de High Tech Campus, meet Brabant zich met de absolute wereldtop.

Brabant is dé plek waar de toekomst vormgegeven wordt. Dit ervaart u ook bij onze locaties, in de dynamiek van de verschillende steden tot in de luwte van het Brabantse natuurschoon.

Voel de vibe, Meet in Brabant!

VISIT
BRABANT
Convention Bureau

www.visitbrabant.com/conventionbureau



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



Evoluon Eindhoven

"Evoluon Iconique Venue Eindhoven"

Noord Brabantlaan 1A | 5652 LA Eindhoven
T 040 - 250 46 20 | E Communicatie.evoluon@regus.com
www.evoluon.com



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



Golden Tulip Hotel Central

"Genieten op z'n Bosch"

Burgemeester Loeffplein 98, | 5211 RX 's-Hertogenbosch
T 073 - 692 6926 | E info@hotel-central.nl
www.hotel-central.nl



Conferentiecentrum & Hotel Bovendonk

"Locatie vol inspiratie"

Hofstraat 8 | 4741 AK Hoeven
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"

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



DIT ZIJN DE SOCIAL MEDIA TRENDS VOOR 2021

Sinds 2020 zijn we massaal online gaan vergaderen en brengen we ook meer tijd op social media door. Volgens diverse experts en onderzoeksbureaus zal dit in 2021 zeker zo blijven. In dit artikel vind je de trends en tips die interessant zijn voor het promoten van je event via social media platforms.

Allereerst duiken we even in de laatste cijfers. Volgens het Nationale Social Media Onderzoek 2021 van onderzoeksbureau Newcom Research & Consultancy, zijn er in Nederland inmiddels 13,7 miljoen gebruikers van social media in de leeftijdscategorie 15 jaar of ouder. Onder deze gebruikers stijgt zowel het aantal gebruikte platforms als het aantal dagelijks gebruikte platforms. Het onderzoek geeft aan dat met name de leeftijdsgroepen 15-19 jaar en 20-39 jaar meer social media platforms zijn gaan gebruiken.

PLATFORMS

Kijken we naar de populariteit van de specifieke platforms, dan is WhatsApp in absolute cijfers het grootste platform met 12,4 miljoen gebruikers in 2021. Daarna volgen Facebook (10,4 miljoen), YouTube (9,1 miljoen), Instagram (5,9 miljoen) en LinkedIn (5,0 miljoen). Binnen de top 5 groeien Instagram en LinkedIn procentueel het hardst. De allergrootste stijger is TikTok. Dit platform ging van 0,7 miljoen gebruikers in 2020 naar 1,7 miljoen dit jaar.

Grootste social media platforms in absolute aantallen in 2021 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2021)

1. WhatsApp: 12,4 miljoen
2. Facebook: 10,4 miljoen
3. YouTube: 9,1 miljoen
4. Instagram: 5,9 miljoen
5. LinkedIn: 5,0 miljoen
6. Pinterest: 3,9 miljoen
7. Twitter: 2,9 miljoen
8. Snapchat: 2,6 miljoen
9. TikTok: 1,7 miljoen
10. Tumblr: 0,5 miljoen

DAGELIJKS GEBRUIK

Wat betreft het aantal dagelijkse gebruikers geeft het onderzoek aan dat WhatsApp, YouTube en LinkedIn fors groeien. Verder vermeldt het Nationale Social Media Onderzoek 2021 dat het dagelijks gebruik van TikTok onder jongeren is vervijfvoudigd, maar dat de groei van Instagram bij leeftijdsgroepen onder de veertig jaar nauwelijks nog groeit.

Grootste social media platforms in aantal dagelijkse gebruikers in 2021 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2021)

1. WhatsApp: 9,8 miljoen
2. Facebook: 7,3 miljoen
3. Instagram: 3,7 miljoen
4. YouTube: 3,1 miljoen
5. Snapchat: 1,5 miljoen
6. Twitter: 1.226.000
7. LinkedIn: 1.069.000
8. Pinterest: 892.000
9. TikTok: 836.000
10. Tumblr: 266.000

EVENTS PROMOTEN

Een hoger aantal dagelijkse gebruikers van social media platforms betekent dat je via deze kanalen meer potentiële deelnemers voor je event kunt bereiken. In een interview met elf social media experts op Mediaweb.nl geeft Maarten van der Molen van GMU.online aan dat de stijging in het gebruik een uitgelezen kans is om je doelgroep op verschillende social media kanalen te bereiken. Hij raadt aan om ook eens te kijken naar de kanalen waar je zelf in eerste instantie niet aan zou denken. Daarnaast is social media marketing een effectief middel

om contact te houden met je bestaande klanten. Wat betreft de insteek van je post of advertentie raadt Van der Molen aan om vooral inspiratie te bieden.

In onzekere tijden van risicomijdend gedrag is volgens hem inspiratie nodig "om mensen te activeren en nieuwe keuzes te laten maken".

STORYTELLING

Inspiratie bieden is dus de gouden tip. Maar het is natuurlijk ook de kunst om dit op de juiste manier te brengen. Sinds de uitbraak van de coronacrisis ligt de nadruk meer dan ooit op authenticiteit en storytelling. Laat bijvoorbeeld je gastsprekers en partners zoals de locatie en het AV-bedrijf vanuit hun eigen expertise vertellen wat hun bijdrage is aan het grotere geheel. En waarom vonden oud-deelnemers het zo waardevol om vorig jaar erbij te zijn geweest?

"EEN HOGER AANTAL DAGELIJKSE GEBRUIKERS VAN SOCIAL MEDIA PLATFORMS BETEKENT DAT JE VIA DEZE KANALEN MEER POTENTIËLE DEELNEMERS VOOR JE EVENT KUNT BEREIKEN."

Laat vooral hen vertellen waarom jouw event er juist nu toe doet en waarom het de moeite waard is om deel te nemen. Maak duidelijk dat je weet met welke problemen en uitdagingen je deelnemers te maken hebben en waarom jouw event de oplossing biedt.

WELKE VORM?

In welke vorm je die inspirerende content vervolgens giet, hangt allereerst af van de kanalen die je gebruikt. LinkedIn heeft een zakelijk karakter en focust vooral op need-to-know informatie. Dit kanaal leent zich bij uitstek voor het delen van informatie via updates met video of tekst en beeld in je tijdlijn, en wat meer tijdloze achtergrondartikelen die op je eigen pagina zichtbaar blijven. Daarnaast worden er steeds meer tijdelijke foto's en video's gepost via

LinkedIn Stories. Instagram heeft al langer de optie om Stories te maken die na 24 uur weer verdwijnen. Natuurlijk kun je Instagram ook voor video's gebruiken die op je tijdlijn zichtbaar blijven. En vergeet niet waar Instagram bij uitstek geschikt voor is: het overbrengen van sfeer. Post vooral de mooiste sfeerfoto's voor, tijdens en na je event. Hetzelfde geldt voor Facebook.

Beschik je over veel videomateriaal, bijvoorbeeld korte filmpjes van je gastsprekers en andere betrokkenen, dan is het slim om elke video apart naar elk kanaal te uploaden in plaats van deze bijvoorbeeld steeds te embedden vanuit YouTube. Een post op elk kanaal vergroot namelijk de vindbaarheid van je videocontent. Je video's op een eigen bedrijfskanaal op YouTube posten is ook een slimme zet voor de vindbaarheid van je event. YouTube is na Google namelijk de meest gebruikte zoekmachine!

ZET INFLUENCERS IN

Vind je het erg lastig om content te maken of je content bij de juiste doelgroep onder de aandacht te krijgen? Dan kun je overwegen om gebruik te maken van influencer marketing. Binnen de meeting- en eventbranche zijn diverse micro-influencers actief die niet alleen je event kunnen promoten, maar bijvoorbeeld ook kunnen polsen welke onderwerpen er tijdens je event aan bod zouden moeten komen.

Ten slotte is het inzetten van social media voor je event, ongeacht de trends en de kwaliteit van je content, ook gewoon een kwestie van proberen, evalueren en aanpassen. Plaats je posts op verschillende dagen en tijdstippen en houd goed in de gaten wat aanslaat en wat niet. Scoort een bepaald onderwerp of een bepaalde insteek goed, borduur daar dan op verder. En wees niet bang om aandacht op te eisen. Meer gebruikers betekent meer concurrentie om de aandacht van je beoogde deelnemers. Plaats je posts dus meerdere keren. Op de markt is de luidste koopman met de beste boodschap vaak ook de beste verkoper.

YOIN_{us}

Vergaderhamers en Erkend Congresbureau zijn al meer dan 20 jaar een vertrouwde naam voor congres- en evenementenlocaties, organisatiebureaus en hun opdrachtgevers. Beide kwaliteitslabels hebben een transformatie ondergaan met onder andere een nieuwe propositie en aanbod dat stimuleert om aan de slag te gaan, aan te sluiten en je te onderscheiden. Op deze manier worden sterke labels met internationale herkenbaarheid en duidelijke meerwaarde voor aangesloten locaties en organisatiebureaus, op een eigentijdse manier voortgezet.

YOINEXCELLENTMEETINGPLACES.COM
ERKENDCONGRESBUREAU.NL





PROFESSIONALS DEPARTED

NIEUWE KANSEN BUITEN DE BRANCHE

Steeds meer mensen uit de MICE-branche zetten als gevolg van de coronacrisis hun carrière elders voort. Meeting Magazine sprak met twee van hen en vroeg naar hun motivatie.

KEES DE JONG WAS MARKETING- EN COMMUNICATIEMANAGER BIJ ROTTERDAM AHOY EN ZET ZIJN KENNIS EN ERVARING NU IN ALS COMMUNICATIE-ADVISEUR BIJ DE GEMEENTE ROTTERDAM.

In oktober 2020 kondigde Rotterdam Ahoy aan dat maar liefst 40% van het personeelsbestand werd ontslagen. Helaas zat marketing- en communicatiemanager Kees de Jong hierbij. "Ik heb vijftien jaar lang bij Ahoy gewerkt en heb de organisatie van hele bijzondere projecten zoals de MTV Awards en diverse WK's mee mogen maken. Maar toen vorig jaar de coronacrisis losbrak, viel er voor mij nog maar weinig aan te kondigen. Ook de promotie van het nieuwe congrescentrum werd on hold gezet. Het voelde alsof de handrem erop werd gezet terwijl ik juist gas wilde geven. Vervolgens kwam ik thuis te zitten en

had ik echt even de tijd nodig om dit te verwerken. Ik ben een geboren en getogen Rotterdammer en Ahoy was echt onderdeel van mijn systeem. Omdat ik een vrij groot netwerk heb, begon het

wel al snel te gonzen. Ik kreeg een bericht van de Gemeente Rotterdam. Zij hadden een vacature voor communicatie-adviseur voor het Eurovisie Songfestival. Sinds 23 november ben ik actief in deze functie."

VAN EEN LOCATIE NAAR EEN HELE STAD

Bij Rotterdam Ahoy was Kees vanaf dag 1 nauw betrokken bij de organisatie van het jaarlijkse evenement. Ook nu zet hij zijn kennis, ervaring en connecties in voor zijn nieuwe functie. "Ik weet precies wat er in het bidbook staat, welke stakeholders erbij betrokken zijn en welke belangen zij hebben. Bij Ahoy lag de focus op de show. De Gemeente Rotterdam is met name betrokken bij het randprogramma en heeft een regierol. In plaats van één locatie promoot ik nu de hele stad. Ik houd namens de gemeente contact met partners zoals Ahoy en Rotterdam Partners. Deze contacten had ik al en dat maakt het thuiswerken een stuk makkelijker."

EVENEMENTENHART

De communicatie-uitingen rondom het Eurovisie Songfestival vormen een flinke klus volgens Kees. "Het is vanwege de coronacrisis een bijzondere editie en je kunt niet in de nabije toekomst kijken. Er zijn vier verschillende scenario's dus je bent in feite vier events aan het organiseren. Maar het is een mooie uitdaging. Bij Ahoy beschouwde ik de organisatie van het Songfestival als de kers op de taart. Ik ben ontzettend blij dat ik deze taak nu alsnog kan volbrengen. Het voordeel van de Gemeente Rotterdam is dat je onderdeel bent van een groot team met heel veel specialismes.



Kees de Jong

Daar kan ik heel veel van leren. Daarnaast hoop ik mijn opgedane ervaring in de evenementenbranche veelvuldig in te kunnen zetten. Mijn evenementenhart klopt namelijk nog steeds!”

LARS BECKERS WERKTE JARENLANG BIJ KONTAKT DER KONTINENTEN, MAAKTE DE OVERSTAP NAAR PAPENDAL EN VOELT ZICH NU HELEMAAL OP ZIJN PLEK BIJ HERDENKINGSPARK WESTGAARDE.

In de ruim acht jaar dat Lars Beckers als manager sales en later als commercieel manager bij Kontakt der Kontinenten werkte, had hij inmiddels alles al een keer voorbij zien komen en was hij toe aan een nieuwe uitdaging. In 2018 maakte hij de overstap naar Papendal. “Ik wilde locatiemanager worden en hoopte die ambitie in Arnhem te kunnen waarmaken. Uiteindelijk zat ik daar helaas niet op mijn plek en gaf de coronacrisis het laatste zetje. Ik zag in enkele dagen enorme bedragen aan omzet verdwijnen en dan is een reorganisatie onvermijdelijk.”

SMELTKROES

Gelukkig kon Lars na zijn avontuur bij Papendal vrij snel aan de slag als general manager bij Herdenkingspark Westgaarde in Amsterdam, dat onderdeel uitmaakt van PC Uitvaart. Hier heeft hij het gevoel dat alle kennis en ervaring die hij de afgelopen jaren opdeed bij Kontakt der Kontinenten en Papendal lijkt samen te komen. “Net als bij Papendal moet ik als locatiemanager zorgen dat de faciliteiten up to date zijn en dat de medewerkers gastvrij zijn. Ook hier is het belangrijk dat de receptioniste glimlacht als er gasten binnenkomen. Dankzij Kontakt der Kontinenten heb ik veel ervaring opgedaan met andere culturen. Dat komt nu weer van pas omdat er bij Westgaarde naast de traditionele Westerse afscheidsdiensten ook Hindoestaande, Antilliaanse en Islamitische plechtigheden worden gehouden die allemaal hun eigen rituelen hebben. Westgaarde is een smeltkroes van culturen. Wat ook zo



bijzonder is aan deze locatie, is het prachtige park waar ik zelf ook graag een wandeling maak om even tot rust te komen.”

REVENUE MANAGEMENT

Als locatiemanager is het aan Lars de schone taak om bij Westgaarde de komende jaren de puntjes op de i te gaan zetten. “Net als in de hospitality-sector gaat het in feite om het verhogen van het gastvrijheidsgehalte en het verbeteren van het revenue management. We willen uiteindelijk een ideale planning van het aantal diensten per dag. Daarnaast worden de medewerkers gestimuleerd om pro-actief mee te denken met de nabestaanden. Ook mag de catering wel wat spannender. Wat betreft de faciliteiten gaat het interieur een frisse make-over krijgen. Ik wil onder andere het multiculturele karakter van Westgaarde goed laten terugkomen. Wanneer dit is afgerond, is het park zelf aan de beurt. Dit vergt sowieso het nodige onderhoud, zeker met bijzondere plekken zoals het Ajax-herdenkingsveld, het Tenerife-monument en het educatieve pad. “

NIEUWE GENERATIE

Het locatieplan van Lars sluit aan op de ontwikkelingen die de laatste jaren

gaande zijn in de uitvaartbranche. “Er is steeds meer vraag naar maatwerk. De nieuwe generatie wil andere diensten, heeft speciale mensen wat betreft vervoer en catering. Die catering gaat overigens verder dan een kop koffie met een plak cake of een glas wijn met een bitterbal. We hebben een complete banqueting map inclusief luxe borrelplanken.”

LIVESTREAMS

De grootste en meest ingrijpende ontwikkeling is natuurlijk de coronacrisis en de bijbehorende maatregelen. “Gelukkig hebben afscheidsdiensten nog steeds een uitzonderingspositie, al is het voor de nabestaanden natuurlijk heel raar. Zij komen om afscheid te nemen maar kunnen door de verplichte 1,5 meter afstand niet hun volledige emoties tonen. Omdat er op dit moment maximaal 50 mensen in de aula

aanwezig mogen zijn, zijn de diensten bovendien kleiner en eenvoudiger. Gelukkig kunnen we voor de nabestaanden een livestream verzorgen, dat heeft door de crisis een enorme vlucht genomen.”

EÉN KANS

Een herdenkingsdienst lijkt wellicht heel wat anders dan een corporate event. Toch zijn er volgens Lars wel degelijk overeenkomsten. “Ook een uitvaart heeft een draaiboek. Je schrijft een ceremonie, ontvangt mensen, houdt een plenaire dienst in de aula en na afloop verzorg je de catering. Je moet net zo goed vooraf en tijdens een uitvaart op de details letten. Al is er een heel groot verschil; bij een uitvaart krijg je maar één kans, er komt geen volgende keer om het goed te maken.” Wat vindt Lars van de concepten die de eventbranche voor de uitvaartbranche heeft ontwikkeld? “Elke innovatie die aansluit bij de vraag uit de markt is top, al is een drive-in uitvaart misschien nog iets te ambitieus. De uitvaartbranche is net als de hospitalitysector een tikkeltje conservatief.”

NETWERK

Het bevalt Lars prima bij Westgaarde. “Het valt alsof alles hier samenkomt. Ik zie mezelf voor nu niet meer terugkeren naar de branche. Ook vind ik het erg leuk dat ik de oud-branchegenoten die voor mij de overstap naar de uitvaartbranche hebben gemaakt, nu weer tegenkom. Wel blijf ik heel bewust lid van MPI Nederland en neem ik deel aan de bijeenkomsten, al vind ik dat online netwerken niet ideaal!”



DE VISUELE VORMGEVING VAN JOUW ONLINE EVENT

Tijdens een online event wil je als bezoeker weten waar je naar kijkt en wat er gaat gebeuren. Je moet de content in de juiste context kunnen plaatsen. Dat kan het beste met visuele designs vormgegeven worden. Hoe dat eruitziet? Dat lees je in dit artikel.

EEN FYSIEKE RUIMTE VERTALEN NAAR EEN SCHERM

Bij een fysiek evenement zie je vlaggen bij de ingang van de eventlocatie, wijzen borden je de weg en laten schermen zien of je bij de juiste zaal bent. Je verplaatst je van de ene sessie naar de andere en de naam van de spreker is duidelijk in de ruimte te zien. Zo vind je je weg en word je geleid door de omgeving. Daarnaast loopt personeel rond om je van

alle informatie te voorzien. Hoe zorg je ervoor dat dit ook gebeurt bij een online event waarbij iedereen thuis op dezelfde plek zit?

ONLINE DE WEG VINDEN

Het is belangrijk dat de kijker zich betrokken voelt en de juiste visuele informatie tot zich krijgt. Waar bestaat het programma uit? Wat houdt de volgende



sessie in? Waar wacht de kijker op? Wanneer begint de borrel? Bij een fysiek event wordt dit verteld, maar is deze informatie ook zichtbaar om je heen. Denk aan flyers, televisieschermen met hierop het programma en bewegwijzering door het gebouw zelf. Hiermee neem je de bezoeker aan de hand. Bij een online event werkt dit anders aangezien iedereen thuis zit en afleiding op de loer ligt. Door gedurende het online event de kijker te vertellen wat er gaat gebeuren en met visuele ondersteuning te laten zien wie er in beeld is, neem je de kijker mee en houd je zijn aandacht beter vast. Dat effect wordt nog eens versterkt wanneer de visuele context een sterk design heeft.

WAAROM IS VISUELE ONDERSTEUNING NODIG?

Naast dat visuele ondersteuning voor begeleiding zorgt tijdens het online event, heeft het nog andere belangrijke voordelen:

- **Herkenning en professionaliteit.** Wanneer je één stijl hanteert gedurende het hele programma, creëert dit rust en zorgt het voor herkenbaarheid voor de bezoeker van je event.
- **Informatie en context.** Als kijker is het duidelijk naar wie je kijkt, wie er aan het woord is en op welke sessie je aan het wachten bent. Je weet precies wat er staat te gebeuren.

- **Kwaliteit.** Een professionele uitstraling en effectieve informatieverstrekking tilt je online event of webinar naar een hoger niveau.

- **Aandacht.** De aandacht van de kijker wordt langer vastgehouden, omdat hij weet waar hij aan toe is en wat hij kan verwachten.

- **Impact.** De bovengenoemde voordelen zorgen ervoor dat jouw online event meer impact maakt.

COMMUNICATIE STROOMLIJNEN

Het slim omgaan met visuals draagt bij aan de branding van jouw bedrijf en zorgt voor resultaat. Voor een goede uitzending heb je de volgende elementen nodig: een leader, een bumper, wachtschermen voor iedere sessie, naamtitels en 'lower

thirds' en een outro. Wil je op een professionele manier eenheid brengen in je communicatie en herkenbaarheid in je visuals en vormgeving? Zorg dan dat je dat je communicatie-uitingen stroomlijnt en voer de video & graphic designs van je event door in je contentstrategie. Zo kun je afloop van je event de kijker blijven inspireren en motiveren middels een nieuwsbrief, op je website of social media.

Het Sprekershuys denkt graag met je mee voor de juiste vormgeving van jouw videoproduktie. Neem contact met ons op via 030 304 00 25 of mail naar info@sprekershuys.nl om de mogelijkheden te bespreken.

AANBEVOLEN LOCATIES

Kijk op WWW.MEETINGMAGAZINE.NL/LOCATIES/AANBEVOLEN
voor een uitgebreide beschrijving van alle locaties



● Next Level

● Evenementenhal Hardenberg

Franklinweg 2 | 4207 HZ Gorinchem
T 0183 – 680 680
E nextlevel@easyfairs.com
I www.nextlevel-gorinchem.nl

Energieweg 2 | 7772 TV Hardenberg
T 0523 – 28 98 98
E hardenberg@evenementenhal.nl
I www.evenementenhal.nl/hardenberg



● Landgoed Huize Bergen

● Eigentijdserf

● Auberge de Smockelaer

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

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

Givelderweg 2 | 6276 PB Slenaken
T 043-457 4445
E info@smockelaer.nl
I www.smockelaer.nl



Zuid-Holland

● **Evenementenhal Gorinchem**

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



● **Laurenskerk Rotterdam**

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



● **Meeting House**

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



Gelderland

● **VRIJ in Culemborg**

Landgoed Anckerwaerd,
Beusichemsedijk 17, Culemborg
T +31(0)345 82 03 89
E linda@vrijinculemborg.nl
I www.vrijinculemborg.nl



Utrecht

● **KNVB Campus**

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



● **Hajé Nieuwegein**

Waterliniedok 1 | 3433 NV Nieuwegein
T 088 - 523 00 00
E contact@haje.nu
I www.haje.nu



RSL AV SOLUTIONS EN FVL AUDIO BIEDEN COMPLETE VOLAUTOMATISCHE OPLOSSING VOOR ONLINE VERGADERINGEN

Het afgelopen jaar zijn vele gemeenten, bedrijven en organisaties noodgedwongen overgestapt naar online vergaderen. Vanwege het openbare karakter van de overheidinstanties, streamde de gemeente Reimerswaal al enige tijd met een eenvoudige webcam de raadsvergaderingen via YouTube. Gemeente Reimerswaal benaderde huis-AV-installateur FvL Audio voor een definitieve en kwalitatief goede oplossing. FvL Audio vroeg importeur/distributeur RSL AV Solutions om gezamenlijk een plan te ontwikkelen voor de technische inrichting van de raadszaal. Waarbij het doel was dat alles volautomatisch moest werken; camera's, audio, powerpoints, Teams- en Zoom-integratie en automatisch streamen. Dit alles zonder dat er een medewerker aan te pas hoefde te komen.

Het resultaat is een PTZ camera-installatie welke volledig is geïntegreerd met het reeds bestaande Televec-vergadersysteem. De vier geïnstalleerde OPTOVER FULL-HD NDI camera's worden volautomatisch aangestuurd. De camera-installatie volgt geheel automatisch de sprekers. Ook worden de titels geautomatiseerd weergegeven. Tevens kunnen de raadsleden met hun laptops via Zoom en Teams deelnemen. Ook deze weergaven zijn meegeprogrammeerd, evenals de powerpoints van externe laptops. Overige collega's kunnen vanuit elke willekeurige plek in het gemeentehuis meekijken via het dedicated NDI-netwerk. Daarnaast is de mogelijkheid om streams tegelijk weg te sturen. De al in de raadszaal aanwezige beeldschermen en beamers zijn ook compleet geïntegreerd in het nieuwe camera/video-systeem. Indien nodig kan een medewerker het systeem overrulen bij andere activiteiten zoals bijvoorbeeld bij een huwelijksvoltrekking. Dit volautomatische camera/video systeem kan in reeds bestaande vergadersystemen worden geïntegreerd.

OOK VOOR HOTELS EN EIGEN BOARDROOMS

Na het succes bij de Gemeente Reimerswaal zijn meer gemeenten in de regio geïnteresseerd in het gebruiksvriendelijke en volautomatische camera/videosysteem. Het systeem is zeer geschikt voor iedere vergaderlocatie, dus ook voor hotels of de eigen boardroom.

Kijk voor meer informatie op www.rsl.nl of www.fvlaudio.nl.



NIEUWE PLUG AND PLAY STUDIO VOOR ONLINE EVENEMENTEN

In deze tijd waarin webcasting, webinars en livestreaming niet meer weg te denken zijn uit ons dagelijks leven, is The Hague Conference Centre een samenwerking aangegaan met AVEQ, specialist op het gebied van beeld- licht- en geluidstechniek, communicatie, online events en design. Het resultaat is een complete plug and play studio. "Met deze centraal gelegen en prima bereikbare studio kunnen we klanten op een kostenefficiënte manier een online ervaring aan te bieden", aldus commercieel directeur Thomas van der Zee.

Door de vaste studio-setup kan een webcast tegen lagere prijzen aangeboden worden. De studio is standaard voorzien van vier camera's, twee afkijkschermen, vijf microfoons en een lcd-scherm voor de achtergrond, statafel-opstelling met krukken, mooie belichting en decoratie. Iedere webcast wordt opgenomen. De plug and play studio heeft bovendien veel lichtinval en een direct uitzicht op Den Haag Centraal Station. Dat maakt de studio uniek en geeft een dynamisch karakter aan iedere webcast. Bij de inrichting heeft AVEQ gebruik gemaakt van professionele apparatuur op basis van de nieuwste technologieën, waarmee de online content distributie van de klant wordt geoptimaliseerd. Daarnaast biedt AVEQ een uitgebreid online platform met daarin onder andere live polls, een chatfunctie en een virtuele beursvloer. Ook kun je via dit platform break-out sessies en diverse 'online' netwerk mogelijkheden in 2D of 3D organiseren. Uiteraard is het platform volledig te personaliseren en naar wens in te richten. Na de lockdown is een online evenement eenvoudig op te schalen naar een hybride evenement dankzij de ruime zalen bij The Hague Conference Centre.

The Hague Conference Centre is de ideale locatie voor congressen en evenementen. Centraal gelegen in het centrum van Den Haag, de stad van Vrede en Recht, pal naast het Station Den Haag Centraal. Er zijn ruim voldoende parkeerplaatsen aanwezig en belangrijke internationale vliegvelden liggen op slechts dertig minuten reisafstand. De locatie beschikt over een twintig modern ingerichte vergaderzalen met een capaciteit van 15-650 personen.

www.thehagueconferencecentre.nl

Panasonic

Wireless Presentation System

PressIT



- ✓ Voor video- en audiosignalen van pc's, iOS/Android en andere mobiele apparaten
- ✓ Ontworpen om samenwerking in vergaderzalen snel en eenvoudig te maken
- ✓ Tot 32 apparaten tegelijk te koppelen
- ✓ Naadloos afspelen van video's tot 60hz
- ✓ Geen installatie nodig op het device van de presentator

output

Professional audio, video & lighting

De Meerheuvel 10
5221EA 's-Hertogenbosch
Tel: +31 (0)73 639 2600
info@outputnl.com
www.output.nl

TOBACCO THEATER LIVESTREAM STUDIOS AMSTERDAM

10 STUDIO'S ONDER EEN THEATERDAK



PREVIOUS VISITORS: BNNVARA/GEMEENTEAMSTERDAMRONALDMCDONALD/SLAM!

LIVESTREAMSTUDIOSAMSTERDAM.NL