



# WAARDEVOLLE KENNIS OPDOEN TIJDENS THE ROTTERDAM EXPERIMENT

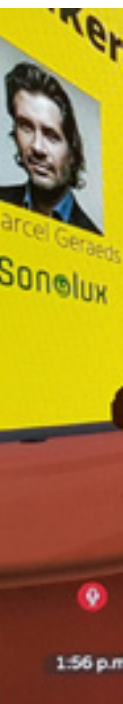
Door de coronacrisis, die op zichzelf al een enorme impact heeft op de meeting- en eventindustrie, is een aantal maatschappelijke ontwikkelingen in een stroomversnelling gekomen. De aandacht voor klimaatverandering en digitalisering gaan uiteindelijk bepalen hoe we in de toekomst samenkomen. Met The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

**R**otterdam 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](https://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](mailto:conventions@rotterdampartners.nl).

