

Meeting Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 17 - nr 2 - Meetingmagazine.nl

EUROVISION
SONG CONTEST
ROTTERDAM 2021

Het succes van het Eurovisie Songfestival

Duurzaam organiseren: hoe staat de branche ervoor? - **Locatietour Utrecht Region** - Events organiseren blijft mensenwerk - **Houd de band met je achterban warm** - Hybride: hoera of hoe lang nog?



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.



Eindelijk terug naar normaal, of toch nog niet?

Tijdens het schrijven van de eerste versie van mijn voorwoord domineerde nog de euforie van het deelnemen aan live events. Ik was zo blij dat ik na een 'winterperiode' van veertien maanden eindelijk weer op pad kon en echt kon bijpraten met bekenden en nieuwe bekenden. Helaas fietste er een stijgend aantal besmettingen doorheen, gevolgd door een persconferentie die compleet haaks stond op de versoepelingen die drie weken eerder nog werden aangekondigd. Het kabinet deelde mee dat meerdaagse festivals en het nachtleven weer aan banden werden gelegd, in ieder geval tot en met 13 augustus.

Dit maakt behoorlijk wat los in de maatschappij en laat ook zeker onze branche niet ongemoeid. Want hadden we met al die Fieldlab evenementen niet juist aangetoond dat je evenementen veilig kunt laten verlopen? Zelfs als we op risiconiveau 4 zitten? Het is hartverscheurend om op sociale media al die verhalen van festivalorganisatoren te lezen die alles op alles hebben gezet – inclusief de lastige speurtocht naar personeel – om hun bedrijf en het festivalseizoen van 2021 alsnog te kunnen redden. Ondertussen ebt ook alle euforie weg van de evenementen die de afgelopen weken nog wel konden plaatsvinden.

Met deze nieuwe maatregelen blijft de vraag staan in hoeverre het online en hybride samenkomen gemeengoed zal blijven. Veel eventmanagers worstelen nog steeds met (het kostenplaatje van) hybride events en beschouwen online events met name waardevol voor kennisoverdracht. Toch zijn er zeker ook organisatoren die de online events hebben omarmd. En hoe zit het met de focus op duurzaam organiseren die aan het begin van de pandemie scherper werd? In hoeverre houdt de branche dit goede voornemen vast?

Voorlopig is het een kwestie van 13 augustus afwachten. Vermoedelijk blijven de agenda's van zowel de eventmanagers als de locaties de agenda's voor na de zomer voorlopig nog wel gevuld. Ook de internationale congresmarkt is positief gestemd. Maastricht heeft al enkele mooie congressen in de agenda staan en ook Rotterdam heeft mede dankzij de toporganisatie van het Eurovisie Songfestival alle aandacht op zich weten te richten.

Dan maar genieten van de (festivalloze?) zomer?

Hartelijke groet,

Sofie Fest
Hoofdredacteur Meeting Magazine
sofie@vanmunstermedia.nl



Ruim drie jaar lang is er gewerkt aan het verduurzamen, verbouwen en restylen van De Werelt in Lunteren. Het compleet vernieuwde hotel is na twee maanden proefslapen in juli officieel geopend.

Actief genieten van de natuur

De bosrijke omgeving verkennen? Dat kan met fietsen, steps, mountainbikes of elektrische scooters die klaar staan voor gasten. Ook rond De Werelt zelf zijn veel nieuwe mogelijkheden gecreëerd om te genieten van het buitenleven en de prachtige natuur. Soms worden er buiten yogalessen of bootcamps georganiseerd, ook is er een trimbaan en kun je wandelen over een aangelegd bezinningspad.

Ontspannen in het hotel

Ook in het hotel zelf zijn tal van nieuwe faciliteiten gerealiseerd. Zo is er een groot terras aangelegd, zijn er zitjes tussen de bomen en is er een plek om te barbecueën. Ook heeft De Werelt nu een bistro, waar streekproducten de hoofdrol spelen op de menukaart. Relaxen kan in de ontspanningsruimtes of de compacte wellness. Verder kun je een filmpje pakken in onze hotelbioscoop, sporten in onze fitnessruimte of een boek lezen in de sfeervolle bibliotheek.

Maak connectie, deel kennis

Naast dat het hotel ingericht is voor recreanten heeft het hotel ook alle faciliteiten in huis voor creatieve heisessies, congressen en meerdaagse bijeenkomsten. Denk out-of-the-box, en benut de mooie omgeving om je gasten te verrassen. Neem die flipover mee het bos in, ga tussen de sessies door lekker sporten en blijf met elkaar een nacht overnachten om nog meer uit de samenkomst te halen. Connect met de natuur, en met elkaar.

Benieuwd geworden?

Bekijk de mogelijkheden op dewerelt.nl



Centrale ligging



Hotel & recreatie



Midden in de natuur



4 grote congressalen



125 hotelkamers



15 subruimtes



400 parkeerplaatsen



10 tot 600 personen



Plan een meerdaagse
meeting midden op
de Veluwe!



DE WERELT
NATURAL CONNECTION

DEWERELT.NL

8 Duurzaam organiseren: hoe staat de branche ervoor?

Iedereen vindt het belangrijk, maar in hoeverre passen we duurzaamheid ook echt toe in het organisatieproces van onze evenementen? Meeting Magazine ging in gesprek met diverse spelers in de branche die duurzaamheid in hun bedrijfsactiviteiten hebben verankerd.

26 Locatietour Utrecht Region: Verrassende locaties buiten de grote stad

Niet alleen in maar ook rond Utrecht stad zijn talloze locaties te vinden die zich perfect lenen voor bijzondere bijeenkomsten. De beste manier om deze locaties te promoten, is door een enthousiaste groep eventmanagers - die voor hun gevoel eindelijk weer de wei in mogen - op sleeptouw te nemen tijdens een locatietour door Utrecht Region.

38 Eurovisie Songfestival: Internationaal visitekaartje voor Rotterdam

Een event van wereld allure, zo omschrijven Désirée Baltussen van Ahoy en Eveline van der Pluijm-Degenhart van Rotterdam Partners het Eurovisie Songfestival. En nu de eventbranche langzaam weer opengaat, is de belangstelling voor Rotterdam als internationale congresstad mede dankzij het festival ongekend groot.

62 Interview Corine Berkel, Mood Concepts: "Events organiseren blijft mensenwerk"

Dit jaar bestaat evenementenbureau Mood Concepts uit Eerbeek vijftien jaar. Even was oprichter Corine Berkel bang dat ze het jubileum vanwege de coronacrisis niet zou halen, maar haar team heeft het drukker dan ooit. Een terugblik op vijftien jaar ondernemerschap.

"In het derde en vierde kwartaal van 2020 hebben we zeker ons leergeld betaald en zijn we een paar keer flink op onze bek gegaan."

Corine Berkel, p 62





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

UITGEVER

Michael van Munster

DRUKWERK

Balmedia

HOOFDREDACTIE

Sofie Fest

REDACTIE-ADVIES

Jessica Scheffer

REDACTIEMEDEWERKERS

Ingrid Rip, Jessica Scheffer, Marianne Kuiper,
Teun van Thiel, Samira Salman, Wouter Olland,
Daniel Seesink, Monica Rijpma

VORMGEVING

Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

ADVERTENTIE EXPLOITATIE

Van Munster Media B.V.

Jordey de Joode 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

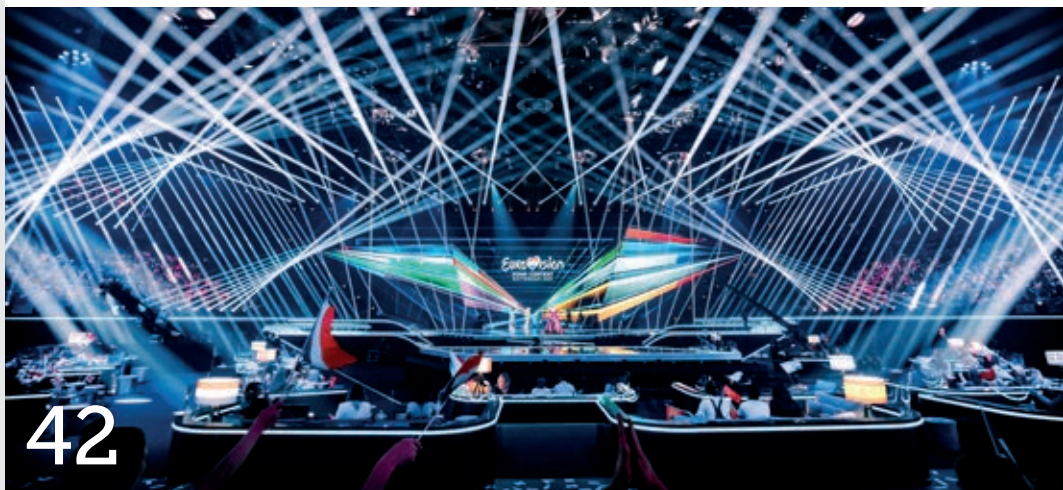
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen artikelen wordt door de uitgever voorbehouden.

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

Finale van het Eurovisie Songfestival
Fotografie: Nathan Reinds

Aantal verschenen edities: 92



76 Houd de band met je achterban warm

Hoe houd je als eventmanager of branchevereniging in tijden van corona de band met je achterban warm? Het antwoord ligt volgens digital community expert Maartje Blijleven bij het bouwen van een hechte online community.

Verder in deze editie

- 20 Event uitgelicht: De Eerstelijns Congres
- 23 Auberge de Smockelaer
- 32 Slapen tussen de dieren bij Burger's Zoo
- 34 Mystery visit: Bilderberg Résidence Groot Heideborgh
- 42 Eurovisie Songfestival: feiten en cijfers over de AV
- 48 Eurovisie Songfestival: Bureau Fronteer over het thema Open Up
- 52 Evenementenlocatie The B House
- 54 Plan het volgende evenement in de Zwitserse natuur
- 56 Maastricht: internationale congresmarkt trekt aan
- 60 The Market Hotel
- 66 Kwaliteitskeurmerk YOIN op audit in Assen

- 68 TOBACCO Theater
- 70 Hybride: hoera of hoe lang nog?
- 80 VisitBrabant over het succes van RECONNECT

In elke editie

- 15 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 16 Event Canvas
- 18 Event Planner Academy
- 59 Column Wouter Olland - Marketeer | Sales Management | Trainer
- 74 Het Sprekershuys
- 64 MPI Nederland
- 87 Column Daniel Seesink - Bewust Zoo

DUURZAAM ORGANISEREN:

HOE STAAT DE BRANCHE ERVOOR?

Iedereen vindt het belangrijk, maar in hoeverre passen we duurzaamheid ook echt toe in het organisatieproces van onze evenementen? Meeting Magazine ging in gesprek met diverse spelers in de branche die duurzaamheid in hun bedrijfsactiviteiten hebben verankerd.



SAMIRA SALMAN, EVENTGOODIES:
"KIES VOOR EEN PRODUCT DAT BIJ JE EVENT PAST"

Olifantenpoep

Samira Salman houdt met behulp van diverse blogs op haar website EventGoodies de branche op de hoogte van de nieuwste give-aways en relatiegeschenken. Vanuit haar persoonlijke interesse kwam de focus steeds meer op duurzame alternatieven te liggen. "Alles wat met het organiseren van evenementen te maken heeft, is per definitie niet duurzaam. Maar als organisator kun je op dit vlak wel een steentje bijdragen. Dat begint met kiezen voor een product dat past bij je event, je doelgroep en het doel van het product zelf. Ga bij jezelf na of het product de boodschap die je wilt meegeven ook ondersteunt en of je deelnemers er echt iets aan hebben. Dat kan een notitieblok met een kaft van olifantenpoep zijn, of gewoon een mooie pen die fijn schrijft. Of laat de deelnemers voor een bepaald bedrag zelf iets uitzoeken. Dat wordt vaak nu al toegepast bij het uitkiezen van een kerstpakket. Voorkom in ieder geval dat jouw gekozen product regelrecht in de prullenbank belandt."

MVO als trigger

Wanneer er een kant-en-klaar duurzaam product op de markt verschijnt, zijn eventmanagers eerder bereid om te kiezen voor een duurzame variant. "Dat zie ik ook terug op mijn website. MVO is een trigger. Een blog over bijvoorbeeld een badge met bloemenzaad wordt heel goed gelezen. Maar een artikel over tips voor het organiseren van events



waarbij zo min mogelijk eten wordt weggegooid, scoort weer minder goed. Dat heeft denk ik te maken met het feit dat eventmanagers zich dan moeten gaan verdiepen en bijvoorbeeld moeten gaan sparren met de cateraar. Bij het organiseren van een event komt zoveel kijken dat daar vaak geen tijd voor is."

Markt trainen

Wie overweegt om een duurzame goodie in te kopen, hoeft zich zeker geen zorgen te maken om een beperkte keuze. Volgens Samira is het aanbod van duurzame opties de afgelopen jaren enorm gegroeid. "Sommige producten zijn gemaakt van duurzame of gerecyclede materialen. Bij etenswaren bieden leveranciers bijvoorbeeld een vegetarische en steeds vaker een

veganistische variant op hun product. Maar een product kan ook duurzaam zijn omdat het is gemaakt van materiaal dat heel lang meegaat." Wanneer je geen duurzaam alternatief kunt vinden voor je beoogde give-away, raadt Samira aan om dit kenbaar te maken bij je leveranciers. "Als de vraag naar een bepaald product aanhoudt, zullen ze dit uiteindelijk opnemen in hun aanbod. Het is een kwestie van de markt trainen en bewustwording creëren. Zelf heb ik bijvoorbeeld stevast bij koffietentjes om sojamelk gevraagd voor mijn cappuccino. Uiteindelijk namen velen van hen het op in hun vaste assortiment."

Weinig creativiteit

Waar Samira geen voorstander van is, zijn de borrelboxen die sinds de opkomst van de online events vlijtig worden rondgestuurd. "Bij deze boxen ontbreekt het vaak aan creativiteit. Het kan leuk zijn als aanvulling op de beleving bij een online congres, maar wat is het doel en de toegevoegde waarde hiervan? Bovendien is de inhoud van de boxen lastig af te stemmen op de verschillende (di)etwensen. Let ook op het verpakkingsmateriaal en het bezorgen van deze boxen. Dan kan steeds vaker duurzaam. Kies in ieder geval voor een product dat je deelnemers echt kunnen gebruiken en wat bij je bedrijf of het evenement past. Dan blijft de boodschap veel beter hangen."

MARTIJN GEERDES EN GISELLE KONING, MERKACTIVATIEBUREAU THE GROUNDBREAKERS:

"ZET ZELF DIE EERSTE STAP"

Meters vlaggetjes en andere decoraties die je voor elk project inslaat en vervolgens weer in de kliko gooit. Het is slechts één voorbeeld van een organisatieproces dat niet wordt geleid door duurzaam handelen. Merkactivatiebureau The Groundbreakers (voorheen creative event agency ID130) besloot dit jaar om definitief over te stappen naar een duurzame manier van functioneren en organiseren. In 2024 wil het bedrijf zelfs CO₂-positief opereren. De leidraad voor dit nieuwe beleid is de eigen zogenoemde groene gids. "Duurzaam ondernemen betekent onder andere goed nadenken over de keten", vertelt compagnon Martijn Geerdes. "Dat betekent research doen, doorvragen en kennis verzamelen. Soms heeft dat als gevolg dat we een jarenlange samenwerking met een leverancier even on hold moeten zetten als er nog geen duurzaam alternatief is. Soms kun je juist sparren met een duurzame partij zoals een drukker."

Huren

Een belangrijke keuze die het team heeft gemaakt, is dat spullen veelal worden gehuurd in plaats van gekocht en anders een tweede leven krijgen. "Spullen hergebruiken in plaats van kopen voor eenmalig gebruik", zegt creative manager Giselle Koning. "Dat is per definitie duurzamer, maar helaas ook duurder. Een van de grote uitdagingen voor ons is transport. We willen onze spullen graag elektrisch vervoeren. Omdat er in de verhuur nog geen elektrische bakwagens zijn, maken we nu gebruik van elektrische vrachtwagens. Dat is een grote kostenpost, maar met deze keuze stimuleer je de leveranciers die het aandurven om dit aan te bieden."

Hergebruik

Een ander aspect waar het bureau kritisch naar kijkt, is het gebruik van materiaal. Martijn: "Liefde voor uitpakken is inherent aan onze branche, maar is het echt nodig om uit de bocht te vliegen met middelen? Bij elk concept dat we voor onze opdrachtgevers ontwikkelen, bedenken we wat we nodig hebben, wat we zelf in huis hebben en wat we na het project met deze materialen kunnen doen. Wanneer we bijvoorbeeld een winkelcentrum van oranjedecoratie met

Fotografie: Darryl Adelaar



voetballen voorzien, doneren we deze na afloop aan de lokale jeugd in de buurt. Het beste kun je helemaal niet decoreren, maar het is toch een vak van maak en beleving. En daar moet je een goede weg in zien te vinden." Giselle: "Het grote voordeel is dat we inhouse veel decors zelf kunnen maken. Op ons terrein hebben we een eigen atelier met een speciaal materiaalscheidingscentrum. De producer die aan het project werkt, denkt na over de materiaalkeuze, het vervoer naar de locatie en hoe het materiaal kan worden hergebruikt. Restmaterialen worden na afloop bijvoorbeeld door een externe partij afgenomen zodat deze terecht komen bij vrijblijfsklussers."

Keuzes en alternatieven

De wil en de mogelijkheden om duurzamer te organiseren zijn er zeker. Maar hoe gaat de opdrachtgever hiermee om? Giselle: "Bij steeds meer bedrijven wordt duurzaamheid één van de speerpunten. Zeker bij grote bedrijven die internationaal opereren en om zich heen kijken. Bij veel van onze opdrachtgevers leeft het ook echt binnen de organisatie. De behoefte van klanten verschuift steeds meer richting duurzaamheid, maar omdat events niet elke dag worden georganiseerd, worden deze vaak buiten de beschouwing gelaten. Toch liggen daar wel degelijk kansen, zeker als je kijkt naar de impact op langere termijn. Wanneer je gedurende een lange periode met elkaar samenwerkt, weet je beter wat een opdrachtgever wil en kun je daar

met je middelen op inspelen." Martijn: "De discussies vinden plaats aan de voorkant van het proces. Vaak is de doelstelling van het event leading, wat logisch is. De ene opdrachtgever reageert enthousiaster dan de ander, ook vanwege het kostenplaatje dat met duurzaam wordt geassocieerd. Wat weegt zwaarder? Kiezen voor duurzaam is ook spannend. Soms betekent dat afscheid nemen als het echt niet werkt. Je kunt het niet half doen." Giselle: "Duurzame oplossingen zijn niet altijd perfect, maar je kunt wel degelijk een leuk alternatief bedenken dat wellicht ook financieel wat minder pijn doet. Het is een kwestie van vertrouwen winnen en denkpatronen doorbreken, al duurt het soms ietsje langer voordat het concept op tafel ligt." Martijn: "Het moet wel heel gek lopen, wil er geen alternatief zijn dat duurzaam is en past bij het doel."

Hakblok

Met de keuze voor duurzaam leg je als bureau je kop op het hakblok, geeft Martijn aan. "Je bent altijd wel op een bepaald punt te tackelen. Neem bijvoorbeeld het plaatmateriaal dat we nu gebruiken. Dat is tien keer zo duur als een normale plaat hout en komt van een leverancier die verder weg zit, maar voor nu is het de beste optie omdat het product volledig circulair is. Het draait allemaal om keuzes maken en risico's nemen. Daarom hebben we ook gekozen voor de naam The Groundbreakers. Zet als bedrijf zelf die eerste stap in plaats van elkaar aan te blijven kijken."

SONJA SCHAEFERS, XR EVENTS:

"JE HOEFT NIET ALLES IN ÉÉN KEER AAN TE PAKKEN"

Omdat veel events draaien om kennis delen en we inmiddels ervaren hebben dat dit online heel goed kan, zijn veel organisaties overgestapt op online events. Denken dat online events per definitie duurzaam zijn, is volgens eventmanager Sonja Schaevers echter een misvatting. "Kijk alleen al naar de regie en je platform; je hebt een compleet team en een bus vol met materialen nodig. Dat kost ook energie."

Doorvragen

Voor Sonja draait duurzaam organiseren om bewuste keuzes maken bij alle stappen in het proces, van concept tot de keuze voor leveranciers, materialen en de locatie. "Een echt duurzaam event is CO₂-neutraal of heeft zelfs een positief effect op het milieu. Daar zijn we nog lang niet, maar we kunnen er wel naartoe werken. Je hoeft zeker niet alles in één keer aan te pakken. Waarom zou je niet voor laaghangend fruit gaan door bijvoorbeeld voor een volledig vegetarisch menu te kiezen? Kies daarvoor geen cateraar uit Groningen voor een evenement in Breda. Stel ook vooral vragen. Bevat het menu seizoensgroenten, wordt er ingekocht bij lokale leveranciers, hoe worden de producten verpakt (de coronaproof lunch boxes bijvoorbeeld) en wat gebeurt er met waste en afval. Zelf laat ik de cateraar voor 70% van de aanmeldingen de catering inkopen en vraag ik de cateraar om voor 70% daarvan alvast de gerechten te bereiden. Zo ga je al veel voedselverspilling tegen."

Bewustwording

De keuze voor wel of niet duurzaam organiseren hangt af van de bewustwording van de opdrachtgevers. "Veel keuzes omtrent het organisatieproces zijn in deze tijden vaak economisch gedreven. Maar wanneer een duurzame optie voor een financieel neutraal- of zelfs



positief resultaat zorgt, staan bedrijven er zeker voor open." De bereidheid om duurzame keuzes te maken, hangt ook af van het aantal events dat een opdrachtgever per jaar organiseert. "Zijn dit er veel, dan kun je als eventmanager een brede adviesrol oppakken en je opdrachtgever helpen door duurzame opties aan te dragen. Die enorme stapels papieren folders die nog steeds tijdens voorlichtings- of beursdagen worden aangeboden en ongelezen in de papierbak verdwijnen zijn bijvoorbeeld verre van duurzaam. Vraag je jezelf daarom altijd af of je iets echt nodig hebt en zo ja, of er een duurzaam alternatief is."

Creatief denken

Omdat duurzaam organiseren enige (extra) voorbereiding vergt, kan dit bij opdrachtgevers als een extra druk worden ervaren. "Dan ontstaat er een soort antipathie, het idee dat er 'veel moet, niets mag' en dat duurzaamheid 'er dan ook nog bijkomt'. Dat komt mede voort uit het feit dat mensen gewoontedieren zijn die kiezen voor het bekende." Als

eventmanager wil Sonja mensen niet straffen, maar juist laten zien dat het kan. "Wanneer de opdrachtgever aangeeft dat bepaalde keuzes niet mogelijk zijn, dan vraag ik wat de reden daarvoor is. Heeft het te maken met het financiële aspect, wil een opdrachtgever gewoon niet of is er een andere reden? Vaak is het een kwestie van creatief denken. Kijk bijvoorbeeld naar de coronamaatregelen. Ik vind dat we doorslaan in het gebruik van individuele verpakkingen. Waarom moet je bijvoorbeeld elke spreker een eigen glas én fles water geven en deze na afloop halfvol weggooien, als je ook met één fles kraanwater meerdere glazen kunt vullen?"

Voorbeeld

Ook binnen haar eigen bedrijfsvoering maakt Sonja bewuste keuzes. "De grootste impact die je zowel als bedrijf als individu kan maken, is door te consuminderen. Zo heb ik er bewust voor gekozen om in mijn huidige, zuinige benzineauto te blijven rijden in plaats van deze in te ruilen voor een nieuwe elektrische auto. Wanneer het inzetten van producten niet kan worden teruggebracht, is compensatie een goede tweede optie. Zelf draag ik elk jaar een percentage van mijn winst af om bomen te laten planten door stichting Trees for All. Maar voordat ik die beslissing nam, heb ik wel eerst uitgezocht waar die bomen worden geplant en hoeveel CO₂ er precies wordt gecompenseerd. Op platforms zoals mijn eigen website en LinkedIn maak ik mijn bewuste keuzes kenbaar. Mijn inziens zouden meer stakeholders en opdrachtgevers het goede voorbeeld geven; het hoger MT, locaties, gemeentes die vergunningen afgeven voor publieksevenementen. Neem het voortouw en blijf er aandacht aan besteden. Met de beoogde klimaatdoelen (55% minder uitstoot van broeikasgassen in 2030), is maatschappelijk verantwoord ondernemen geen hype maar een noodzaak."



MVO koploppers 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

*"De plek waar je Nederlandse gastvrijheid
en Dutch Design & Art ervaart"*

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



Hotel- en Congrescentrum de Zeeuwse Stromen

*"Bij alles wat we doen en maken, kijken we hoe dit
anders kan. Soms een tikkeltje gek, avontuurlijk
of juist bijzonder mooi; VERRASSEND ANDERS."*

Duinwekken 5, Renesse | T 0111 462040
congrescoach@zeeuwsestromen.nl
https://vergaderen.zeeuwsestromen.nl

GENERAL MANAGER FLORIS LICHT, NOVOTEL AMSTERDAM SCHIPHOL AIRPORT:
"MET CREATIVITEIT KOM JE EEN HEEL EIND"

"Als keten en hotelier moet je integer zijn", vindt general manager Floris Licht. "Dat betekent dat je doet wat goed is, ook als niemand kijkt. Mijn medewerkers en ik dragen onze duurzame activiteiten af en toe uit via Facebook en Instagram, maar we ondernemen ook een hoop initiatieven waar we niet per se mee te koop lopen. Zo hebben we vorig jaar met het hele team het pand van Adamas, een lokaal inloophuis voor kankerpatiënten, een schilderbeurt gegeven." Floris krijgt jeuk wanneer hotels initiatieven presenteren die groen lijken, maar dit niet zijn. "Een bekend voorbeeld is het overslaan van de schoonmaak van een hotelkamer ten behoeve van het milieu, zonder dat het hotel verder iets doet. De besparing die dit op het gebied van water en chemicaliën oplevert, is minimaal en dergelijke acties zijn dus vooral goed voor de portemonnee van het hotel. Dit is erg jammer want als je het effect van deze actie tastbaar en positief maakt, haken een stuk meer gasten aan en kun je met dit soort initiatieven echt het verschil maken. De hotellerie is verantwoordelijk voor ruim 10% van de wereldwijde CO₂-uitstoot. Jezelf als hotelier bezighouden met duurzaamheid zou hierdoor eigenlijk een vanzelfsprekendheid moeten zijn."

Foodwaste

Als onderdeel van Accor voert Novotel Amsterdam Schiphol Airport het Planet 21-programma uit. Dit programma bestaat uit een groot scala aan zeer concrete duurzame acties met betrekking tot lokale bevoorrading, diversiteit en de omgang met water, energie en afval. "Zelf hebben we binnen dit programma platinum status, maar om die status te behouden moeten we elk jaar genoeg punten verdienen en bewijs uploaden van de maatregelen die we nemen. Accor legt de lat steeds hoger." Het programma zet onder andere in op het reduceren van foodwaste. "30% van al het eten dat op aarde wordt geproduceerd, belandt in de afvalbak.



De hotellerie heeft hier een groot aandeel in. Gedurende de koffiepauze hadden we vroeger nogal eens de neiging om een buffet uit te stallen dat uitgebreider was dan nodig. Het is echter juist de kunst om de balans te vinden tussen luxe en duurzaamheid, bijvoorbeeld door kleinere porties aan te bieden die vervolgens wat regelmatig worden aangevuld. Producten en gerechten die overblijven, bieden we aan via de bekende app Too Good To Go. Ook gericht inkopen helpt om foodwaste te reduceren. In onze keuken hangt een AI gedreven foodwaste monitor. Deze monitor van Orbisk analyseert met behulp van een camera wat je weggooit en maakt hier vervolgens een rapportage van. Onze inkoop baseren we mede op basis van deze rapportages. Daarnaast worden reststromen zoals koffiedrab apart ingezameld en kopen we de oesterzwammen die hierop worden gekweekt, weer terug in de vorm van onze vegetatische bitterballen. Verder ben ik me al een tijdje aan het oriënteren op een eigen biovergister. Het biogas wat we hiermee produceren, willen we dan gaan gebruiken voor koken en verwarmen."

Groen beleid

De aandacht die Floris bij zijn hotel aan maatschappelijk verantwoord ondernemen besteedt, is eventmanagers niet onopgemerkt gebleven. "Voordat de coronacrisis uitbrak, ontvingen we steeds meer opdrachtgevers die dit belangrijk vinden en bewust bezig zijn met de impact van hun event op het milieu. Zij willen precies weten wat je als hotel bijdraagt en hoe je groen beleid is. Als hotel willen we ook graag laten zien dat we daarin niet stilstaan. Vanaf het begin hebben we bijvoorbeeld ingezet op biodiversiteit door in de hoteltuin en op het dak bijenkasten te plaatsen. Deze bijen spelen ook een hoofdrol in The B House, een vrijstaande, multifunctionele evenementenlocatie die we onlangs gelanceerd hebben. De bijen hebben een plek op onze sedumdaken en er staan twee kasten tussen The B House en het bestaande pand in. Zo kun je van achter glas in de foyer op veilige afstand van deze beestjes genieten."

Corona zorgt voor uitdagingen

De uitbraak van de coronacrisis en de maatregelen die hotels moeten nemen zorgen wel voor de nodige uitdagingen om zo groen mogelijk te blijven ondernemen, geeft Floris toe. "Het is soms lastig om de juiste balans te zoeken tussen gastvrij zijn en coronaproof service bieden enerzijds en de hoeveelheid afval die je produceert anderzijds. Zo is bij het ontbijt momenteel alles per stuk in plastic verpakt. Prima voor de hygiëne natuurlijk maar echt een crime qua afval. Wat bijvoorbeeld al scheelt, is dat wij iedere vergadergast een glazen fles met ons zelfgebottelde water aan kunnen bieden. Ook zijn er soms gelukkig goede alternatieven te vinden voor de single use plastics, zoals goed gerecycled karton of gewoon serviesgoed dat je kunt afwassen. En waarom zouden we niet terug kunnen grijpen op de broodtrommeltjes, fruitbakjes en bekertjes van vroeger? Maar dan natuurlijk met wat verrassende, gezonde en smakelijke items. Met een beetje creativiteit kom je een heel eind."











NEW NEW NEW NEW NEW NEW NEW NEW

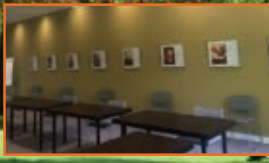
Dát is onze creatieve hotspot **The Pool**; voor vergader- & brainstormsessies, borrels en pool parties. Maar ook voor events die nét even anders moeten zijn is dit jóúw locatie. Small events, we love it! ♥

Kijk op eccleiden.com of kom langs!






ECC Leiden
 Haagse Schouwweg 10
 2332 KG Leiden
 Nederland
 ☎ +31 (0)71 53 55 523
 ✉ info@eccleiden.com
 🌐 ECCLEIDEN.COM

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





Ziet u door de bomen het bos niet meer?



INNOVATIVE AUDIOVISUAL SOLUTIONS

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



KLOOSTERDAGJE

In deze overgangsfase van abnormaal naar normaal werd ik geattendeerd op een dagje 'kloosteren'. Een vriend van mij had deze ervaring ondergaan en had er een prachtig stukje over geschreven. Het leek me wel wat, digitaal uitloggen en mezelf volledig onderdompelen in de serene rust van een klooster. Geen schermpjes, geen mail, geen gezoom, geen geapp, noch gebel. Uitsluitend het volgen van het dagelijks ritueel van de monniken. Mediteren op zachte kussens, beetje rondsleren en luisteren naar een muziekje met de ogen dicht (stiekem beetje slapen). Pure ontspanning. Alle stress van het coronatijdperk van mij af laten glijden. Althans zo had ik het mij voorgesteld.

Het voornemen ebde weg en ik ging weer over tot de orde van de hedendaagse online dag. Enige weken later werd ik getagd in een bericht op LinkedIn. Een nieuwe kloosterdag was aanstaande. Ik twijfelde, de aanvangstijd 06:00 uur vond ik ronduit onaantrekkelijk. Tel daar nog anderhalf uur reistijd bij op. Nou, nee. Ook heel onverstandig want, algemeen bekend, ik ben geen ochtendmens. In plaats van mij aan te melden reageerde ik met 'is dit een grap?' En zo ontspon zich wat heen en weer geschrijf met initiatiefnemer Robbin Pennings van P2, tot dat mijn nieuwsgierigheid het won van mijn aversie tegen midden in de nacht opstaan.

Suf genoeg had ik niet door dat het echte klooster nog helemaal niet bezocht kon worden en dat de dag digitaal zou plaatsvinden. Paradoxaal. Het was toch de bedoeling om offline te gaan? Eigenlijk wilde ik mij gelijk weer afmelden maar ik zag opeens ook een groot voordeel. Dit zou anderhalf uur reistijd schelen! Dus zette ik toch door en sleepte mezelf met veel pijn en moeite om 05:55 uur uit bed.

De voorstelronde werd overgeslagen en het werd ons op het hart gedrukt om vooral ons mond dicht te houden. Een prettige bijkomstigheid want er was toch niks zinnigs bij mij uitgekomen. Onder het genot van een zacht klassiek muziekje werd de dag geopend. De telefoon moest uit én uit het zicht. Na wat ademhalingsoefeningen en ontbijt werden we naar buiten gestuurd op (mini)pelgrimstocht. Daarna volgde ruim een uur leestijd - een boek dus - waarbij ik maar moeilijk mijn ogen open kon houden vanwege een opkomend loom gevoel. Na dit uur begon ik trek te krijgen maar het was pas 09:30 uur. Mijn biologische lunchklok was duidelijk van slag.

Vervolgens volgde een opdracht gevolgd door een meditatie. Of andersom, dat is me ontgaan. We moesten een visionboard maken. Een groot vel papier vullen met plaatjes die mijn gewenste en gedroomde toekomstbeeld schetsen over 20 jaar. Een stapel tijdschriften, een schaar, een Pritt-stift; knippen en plakken maar. Beetje terug in kleutertijd, hoe leuk is dat! De tijd vloog en toen het uur voorbij was en we de gelegenheid kregen om wat 'gewoon werk' te doen, had ik daar helemaal geen zin in en plakte nog enthousiast een uurtje door. En ook in de middag skipte ik het werkuur en knutselde verder aan mijn kunstwerk. Toen rond vieren de dag eindigde met een meditatie had ik het gevoel dat het al ver na zevenen was. Zo lang duurt een dag dus als je vroeg opstaat... en als je je telefoon niet aanraakt.

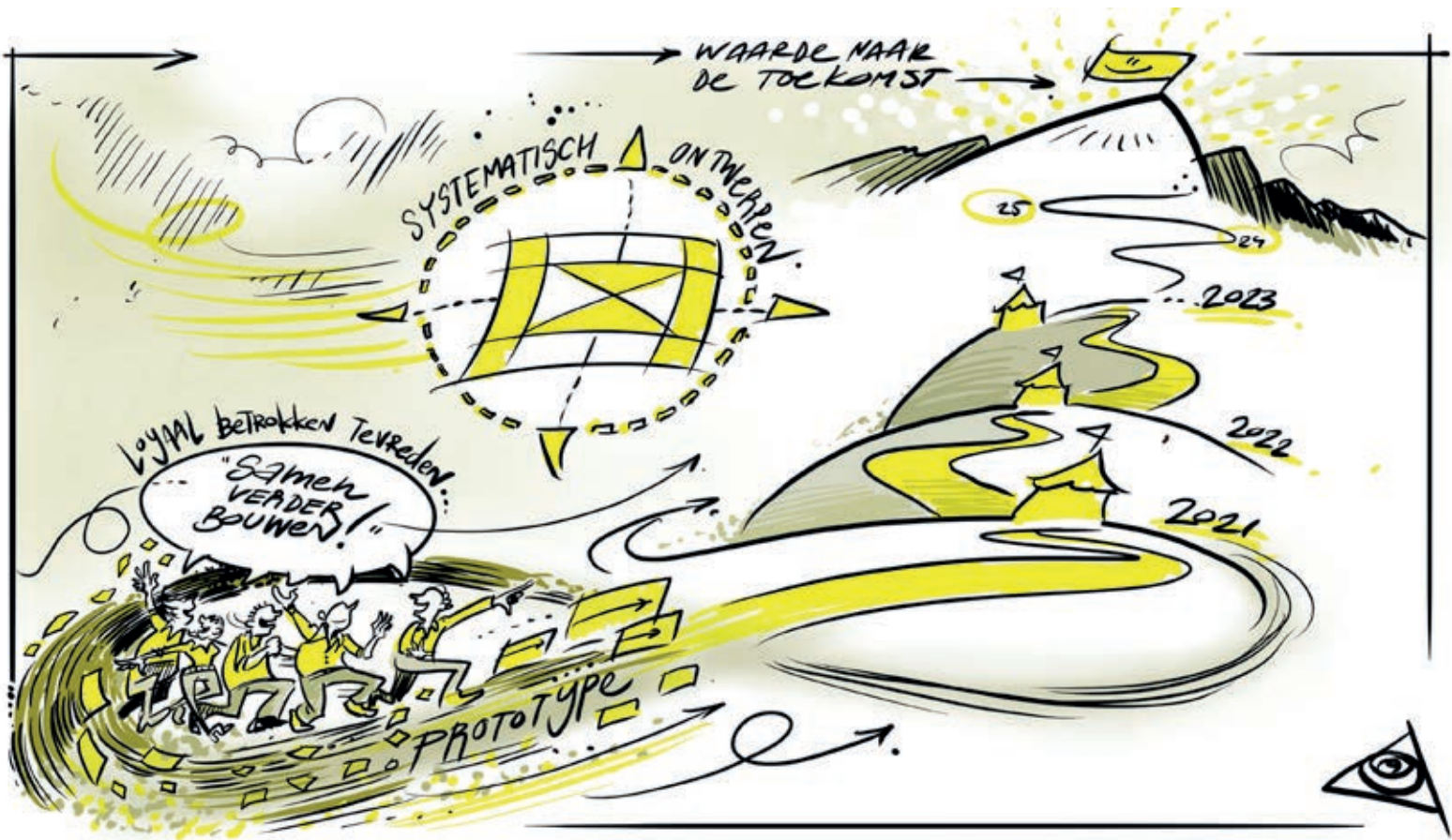
Ik beveel iedereen zo'n heerlijk kloosterdagje (zelfs digitaal) van harte aan. Doe het gewoon een keer en kom eens los van die eindeloze berichtenstroom die je iedere dag weer achtervolgt en jouw 'zijn' continu onderbreekt. En oh ja, mijn visionboard is erg mooi geworden. Zonder storing vanuit mijn onderbewustzijn al mijn verlangens, wensen en dromen opgeplakt. Ik ontdekte een drietal overheersende thema's: de liefde, moederschap en lekker slapen. En dat laatste was precies waar ik aan het einde van deze eindeloos lange, uiterst productieve maar ook ontspannen dag, aan toe was!

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



DESIGN THINKING? GRAAG!

Design thinking stond aan de wieg van event design door middel van de Event Canvas™ methode. 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 kan vertalen in een event vind ik iedere keer een feestje.

Visuals by Dennis, Visually Yours

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. Dit is mijn laatste artikel van mijn reis met jullie door 'Designland'.

DESIGN THINKING

Vanuit de gedachte dat we leren door herhaling: nog één keer Design Thinking in een notendop. Ik startte deze serie met mijn opmerking dat ik Design

Thinking vooral zie als een tool om te innoveren, om vernieuwend te denken. En dat ik dit dus heel graag toepas op events. Soms inventariseren we wat al bestaat zodat je kunt aanpassen en soms ontwikkel je nieuw. Uiteindelijk doel is dat jouw event of congres meerwaarde oplevert voor belanghebbenden. Zeker in een wereld die zo aan verandering onderhevig is en waarin onze tijd alsmaar schaarser wordt.

Het proces is kinderlijk eenvoudig. Je definieert wat je wilt verbeteren of ontwerpen. Je gebruikt inlevingsvermogen waarbij je de diverse stakeholders centraal

stelt. Technologie maakt het eenvoudiger om gegevens en feedback te ontvangen, maar niets blijkt waardevoller dan goede gesprekken over eisen en verwachtingen. Ik streef er altijd naar om enkele stakeholders in het designteam uit te nodigen, maar eerlijk is eerlijk: dat lukt niet altijd.

S³: SUCCESVOL DOOR SAMENWERKING MET STAKEHOLDERS

Was jij je ervan bewust dat design niet een functie van een enkele creatieveling of één afdeling betreft? Ook al lijkt dat soms wel het geval te zijn. Goed design is gebaseerd op samenwerking met een divers team. Je hebt die diversiteit van kennis, zienswijzen en talenten nodig om tot betere inzichten te komen. Denk bijvoorbeeld aan 'Wat houdt de stakeholder 's nachts wakker? Waar lopen ze tegen aan in hun dagelijks werk? Waar dromen zij van?' Als iedereen zich serieus genomen voelt, zorgt dat voor meer commitment en loyaliteit.

Het management van succesvolle organisaties heeft vaak een heldere visie op design en het leiderschap dat hiermee samenhangt. De leden van het MT geven zelf het goede voorbeeld en zien het belang van empathie in het onderhouden van hun zakelijke relaties. Het is nodig om objectieve keuzes te kunnen maken. Wat we niet nastreven is: 'Wat mijn stakeholders willen? Geen idee, laten we het event maar herhalen. Vorige jaren werkte het ook.' Betrek je stakeholders actief, werk met hen samen in de richting van dat gezamenlijke einddoel zodat er voor allemaal meetbare toegevoegde waarde in het event zit.

Ik krijg altijd van mijn klanten te horen dat ze nog niet eerder zulke betrokken sponsors hadden. Of dat de lange termijn commitment van young professionals bij het event overweldigend is. Dit is wat ik één plus één is drie noem. Het is een inspirerend en creatief proces dat voor alle betrokkenen leidt tot het realiseren van strategische doelen.

ÉÉN PROTOTYPE IS GEEN PROTOTYPE

Tijdens het analyseren van de diverse stakeholders gaan vaak al ideeën borrelen. Ideeën die tot oplossingen kunnen leiden. Als je precies weet wat er moet veranderen, kun je hiervoor gericht prototypes maken. Niet ééntje maar enkele. Niet alleen moet er iets te kiezen zijn. De eerste prototypes zijn zelden de beste. Verder draagt dit bij aan breed draagvlak. Een groot voordeel is ook dat degene die uiteindelijk beslist, tot het einde nog invloed ervaart. De ontwikkelde prototypes bestaan uit een deel instructie (b.v. welke kennis of vaardigheid leert men) en een deel ervaring (wat ervaart de stakeholder tijdens het event op specifieke momenten).

Ik noemde in deze context ook de Deep Structured Experiences (DSE). Ervaringen die ervoor zorgen dat alle betrokkenen het programma met enthousiasme omarmen. Ze herkennen zich in onderwerpen en leerstijlen die zijn vertaald naar passende, bijzondere en verrassende ervaringen. DSE zorgt voor een alerte houding, focus, concentratie, reacties en reflectie wat weer zorgt voor retentie van het geleerde. Dit hoeft niet altijd groots en meeslepend. Goed ontworpen kleine 'ervaringen' kunnen ook leiden tot inzicht.

Dus even voor de duidelijkheid: je 'valt stakeholders dus niet lastig' als je hen vraagt wat ze bezighoudt. Je ontwerpt samen op maat een programma dat helpt ook hun doelen te verwezenlijken. Als je het gekozen prototype maar test, evalueert en aanpast. Daarna herhaalt het proces zich weer.

HERHAAL HET PROCES NIET JE EVENT

Herhaling van een event is zelden sterk. De wereld verandert en wij moeten erin mee als we meerwaarde willen blijven leveren. Soms is een kleine wijziging al voldoende voor een groots resultaat. Je zult merken dat stakeholders echt meer betrokken en loyaal zijn, ook op de lange termijn. Dus je bent eigenlijk nooit

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 live en online. Zij helpt hen vanuit ander perspectief naar events te kijken zodat die een grotere bijdrage leveren aan (strategische) doelen.

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

klaar, hoe leuk en hoe succesvol een event ook was. Ontwerpen is een continu proces en het meten van resultaten, iedere editie weer, is daarbij cruciaal.

BLIJF LUISTEREN!

Luister oprecht met als doel hen te begrijpen. Want als jij aan kunt sluiten bij benodigde veranderingen (ook op de lange termijn), kun je echt een bijdrage leveren. Langzaam maar zeker verandert het gedrag in de juiste richting, één event per keer om over tien jaar tot de conclusie te komen dat de serie evenementen echt de gewenste impact hadden! De basis was een goed overdachte designstrategie die fungeerde als je kompas. Dat is waar ik voor ga, iedere keer weer en met ongehooflijk veel plezier, omdat ik geloof in de kracht van passie voor wat je doet!

ALTIJD RUIMTE VOOR MEER

Dit was mijn laatste artikel in de serie over Design Thinking en hoe dit onze branche absoluut kan helpen om ons werk leuker en waardevoller te maken. Mocht je vragen hebben, twijfelen over de meerwaarde ervan of gewoon eens willen sparren. Bel of mail me gerust voor een afspraak of meld je aan voor een van onze trainingen, want ook in persoonlijke ontwikkeling geldt 'stilstand is achteruitgang'. #Lifelonglearning #lovemyjob #EventCanvas



ONLINE EVENTS ORGANISEREN IN ZES STAPPEN

Als eventplanner word je sinds kort geacht om ook een goed online event te kunnen organiseren. Je was al een duizendpoot maar het gaat inmiddels meer richting een miljoenpoot. Denk aan extra skills als interactie vergroten, online platform management en de technische regie. Klinkt overweldigend, maar het valt reuze mee. Deze zes stappen helpen je om een goed online event te organiseren.

KEN DE KRACHT EN SPEEL EROP IN

Stap 0 is om in te zien dat online een aantal belangrijke voordelen heeft ten opzichte van offline en en hoe je daar vooral handig op kunt inspelen:

- Online is schaalbaarder. Waar je bij een offline event vast zit aan een bepaalde capaciteit door

bijvoorbeeld een locatie, kun je als organisator bij een online event tegen relatief lage kosten en met slechts één muisklik opschalen.

- Online is meetbaar en de data die je verzamelt, is zó waardevol. Voor jou als organisator, voor vervolgedities, voor het bedrijf en voor sponsors.
- Online events zijn duurzamer. Minder food waste, minder uitstoot want minder mensen



hoeven te reizen en je hoeft geen zinloze goodiebags weg te geven die toch in de prullenbak belanden.

- Deelnemen is laagdrempelig. Het is makkelijker om deel te nemen, ook voor mensen met een beperking of mensen die introvert zijn.
- Het financiële risico van een online evenement is beduidend kleiner dan bij een offline event. Voor een online event zijn de grootste kostenposten een online platform waarop je het event kunt hosten. Die kosten zijn vaak variabel en maandelijks opzegbaar.

Overtuigd van de voordelen? Te gek! Dan zijn dit de zes stappen voor het organiseren van een online evenement.

STAP 1: EVENTSTRATEGIE

Het succes van elk evenement hangt altijd af van de strategie, dus ook die

van online events. Als je deze basis goed neerzet, kun je elke keuze die je maakt hieraan toetsen. Formuleer een S.M.A.R.T. hoofddoelstelling, breng de doelgroep(en) in kaart en zet vervolgens uiteen hoe je die doelstelling gaat halen.

STAP 2: EVENT DESIGN

Vaak stappen eventplanners van de strategie direct door naar de uitvoering. Maar daarmee wordt een belangrijke stap overgeslagen: het ontwerp van het event. Welke vorm en welk format ondersteunen de eventstrategie? Idealiter kies je in deze stap pas voor online als vorm en bijvoorbeeld een seminar als format omdat het de strategie ondersteunt. Daarna volgt een passende invulling en daarna pas de uitvoering.

STAP 3: VERDIENMODELLEN

Een voordeel van online evenementen is dat je een aantal verdienmodellen kunt toepassen die voor offline evenementen lastiger of zelfs onmogelijk zijn. Zo kun je gemakkelijker verschillende type tickets verkopen voor toegang tot bepaalde onderdelen van het online event, kun je de opgenomen content na afloop ook los verkopen en heb je meer mogelijkheden qua advertenties en sponsoring!

STAP 4: ONLINE EVENTMANAGEMENT

Over eventmanagement hoeven we hopelijk niet veel toe te lichten. Met een strak event design is het qua pre-productie een kwestie van zorgen dat alle elementen op de juiste plek en tijd aanwezig zijn. Maar wat maakt het voor online dan zo anders? De productie zelf wordt letterlijk een stuk technischer. Zie dit dan ook als een los onderdeel naast de reguliere productie.

STAP 5: TECHNIEK

De techniek van een online event gaat verder dan alleen een geschikt platform kiezen. Denk aan technische regisseurs en aparte technische draaiboeken. Maar

ook aan licht, geluid, streamingpartijen en interactietools. Hoewel de techniek enorm belangrijk is, mag het niet leidend zijn. Zorg dat elke keuze de doelstelling en strategie van het online event ondersteunt.

STAP 6: INTERACTIE

Last but not least: de interactie. Dit is waar veel organisatoren zich zorgen over maken. De vraag is of je überhaupt interactie nodig hebt en zo ja, waarom is dat dan belangrijk? Is dat omdat het hoort? Of omdat je bang bent dat mensen afhaken (kijk dan nog eens goed naar het event design!)? Maak in ieder geval een apart interactiedraaiboek waarin precies staat aangegeven wanneer er een interactief moment komt en wat er precies moet gebeuren.

We hopen dat je met dit overzicht inziet dat het eigenlijk niet heel ingewikkeld hoeft te zijn. Je moet in grote lijnen begrijpen wat er moet gebeuren en zorgen dat je de juiste mensen inschakelt om te helpen. Succes!

Samira Salman en Melanie Westdijk zijn de oprichters van de Event Planner Academy. Via dit platform blijven organisatoren van zakelijke evenementen up-to-date van alle ontwikkelingen in de branche, kunnen zij werken aan hun skills en hun netwerk en innovatiekracht vergroten voor die succesvolle offline, online of hybride events. Kijk voor meer informatie op eventplanneracademy.nl.



CONGRES UITGELICHT: ONLINE EERSTELIJNS CONGRES 2021

"HET SUCCES VAN EEN ONLINE EVENT ZIT IN DE DETAILS"

Veel eventmanagers willen graag zo snel mogelijk terug naar live, maar Daniëlle den Outer van platform De Eerstelijns blijft na de eerste succesvolle online editie van De Eerstelijns Congres bij deze digitale variant. Samen met Meeting Magazine blikt ze terug op het organisatieproces.

De Eerstelijns is een digitaal platform voor innovatie en strategie, gericht op professionals die werken in de eerstelijnszorg en het sociaal domein. In februari 2020 legde eventmanager Daniëlle den Outer de locatie voor de eerste editie van Het Eerstelijns Congres vast. "Nadat ik was getipt door een andere locatie maakte Hotel De Bilderberg in Oos-

terbeek een goede eerste indruk, mede dankzij het buitenterrein en de glazen kas waar je kunt dineren." Ook toen Daniëlle het event vanwege de coronacrisis verplaatste naar juni 2021 en uiteindelijk koos voor een online variant, bleef het hotel in beeld. "Ik had natuurlijk ook gewoon een studio kunnen boeken, maar Hotel De Bilderberg was en is ontzettend flexibel.

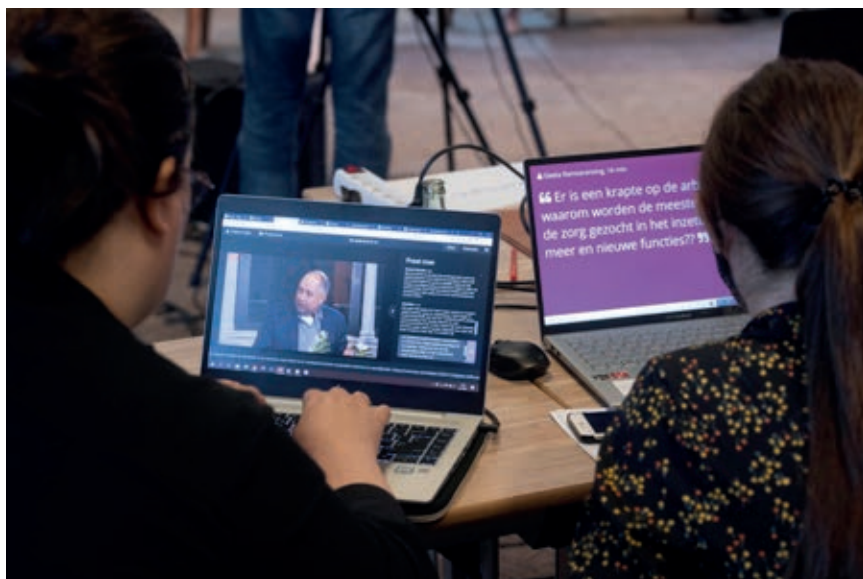
Bovendien vind ik dat je juist in deze tijden elkaar moet helpen. Daarom koos ik ervoor om het online event rechtstreeks vanuit het hotel te streamen.”

ALLEMAAL OP LOCATIE

Uiteindelijk werd het een tweedaags programma met elke dag drie keynote sprekers en vijf workshops. De grote zaal van Hotel De Bilderberg werd in één dag omgebouwd naar een studio à la Jinek met daarnaast een aparte opstelling voor de sprekers en workshop-leiders. Daarnaast was er een ruime ontvangstruimte gehuurd waar de sprekers en workshopleiders het congres konden volgen totdat zij aan de beurt waren. “Ik wilde hen tijdens het congres allemaal op locatie hebben. Tijdens een online event wil de techniek nog wel eens voor problemen zorgen en je wilt niet meemaken dat een keynote bijvoorbeeld niet op tijd kan inloggen. Op de dag van het event hanteerde ik een strakke draai-deurplanning waarbij de sprekers en workshopleiders één voor één een zelftest deden, met direct daarna de technische briefing.”

PLATFORM

Voor het streamen van het event maakte Daniëlle gebruik van het platform van Yellenge. Het platform biedt volgens haar kwaliteit, sturing, regie en betrokkenheid. “Yellenge faciliteert de inschrijving, registratie, ticketing en evaluatie. Ook kun je een



pushbericht sturen over bijvoorbeeld een programmwijziging. Het fijne van dit platform voor de deelnemers is dat zij één beeldscherm zien waar alles te volgen is. De chatfunctie is beschikbaar via de app op de telefoon. Deelnemers en sprekers loggen vooraf in met hun e-mailadres en geven zelf toestemming welke informatie mag worden gedeeld en via welke kanalen. Het belangrijkste vind ik dat Yellenge avg-proof is. Bij veel platforms wordt je e-mailadres namelijk doorverkocht.”

DETAILS

Volgens Daniëlle zit het succes van een online event in de details. “Dat kost veel werk, maar het betaalt zich zeker terug. Ik had bijvoorbeeld een



Enkele tips van Daniëlle voor het organiseren van een online event:

- Maak je gebruik van een chatfunctie? Zorg voor een moderator die de input filtert op inhoudelijke vragen. Daarmee ontlast je de spreker.
- Zorg zelf voor algemene vragen die je als anonieme deelnemer tijdens de q&a kunt indienen, voor het geval er geen vragen van deelnemers binnenkomen.
- Laat iemand van buitenaf meekijken naar je draaiboek en je programma. "Ik kreeg de tip om een element toe te voegen dat het programma 'breekt'. Dat werd uiteindelijk singer-songwriter Maarten van Veen, ook wel bekend als De Reisgenoot. Hij bracht steeds aan het einde van de ochtend een wrap-up ter gehore. Deze singer-songwriter en het lied gaan opnieuw een rol spelen tijdens het fysieke netwerkevent."
- Zorg dat er in de zaal ruimte is voor de techniek zodat de technische crew rond kan lopen en makkelijk verschillende camerastandpunten kan innemen.
- Maak een filmpje waarin je het event aankondigt en duidelijk uitlegt wat de deelnemers kunnen verwachten. Zo voorkom je misverstanden of deelnemers wel of niet naar de locatie moeten komen.

aparte multi media specialist en een social media specialist om mij vooraf en tijdens het event te ondersteunen. De lunchbox die de deelnemers kregen toegestuurd, kwam van lokale cateraars via Hapjes Aan Huis. Dat vond ik wel zo sympathiek in tijden van corona. Voor deze standaard boxen had ik een eigen sticker laten maken en een folder met een persoonlijk welkomstwoord."

Ook aan de techniek besteedde Daniëlle veel aandacht. Een vierkoppig team van MediaFris zorgde ervoor dat het streamen van het congres in goede banen werd geleid. "Uiteindelijk stonden er tien camera's in de zaal, waardoor er veel afgewisseld kon worden met beeld. Ook maakten we gebruik van split screens. Je wilt je deelnemers namelijk niet de hele dag naar pratende hoofden laten kijken, maar juist afwisselende beelden laten zien. Daarmee geef je ze ook echt het gevoel dat ze deelnemers zijn in plaats van toeschouwers."

UITDAGENDE KLUS

Daniëlle vond het spannend om een online congres te organiseren. "Uit de evaluatie bleek dat 76% van de deelnemers het online event een goed alternatief vond voor een live congres. De sprekers, die ik van tevoren allemaal één op één heb gebriefd, waren erg

te spreken over de techniek. Begroting-technisch was dit overigens wel een flinke klus. Een online event vergt een grotere investering in techniek dan een fysiek event. Gelukkig was de beeldkwaliteit goed en kunnen we de beelden van de workshop monteren tot materiaal voor toekomstige trainingen en e-learningen."

NETWERKEVENT

Daniëlle is inmiddels alweer druk bezig met het organiseren van een fysiek netwerkevent op 8 oktober bij Bilderberg Résidence Groot Heideborgh in Garderen. "Hiervoor nodig ik onder andere de deelnemers van het online congres uit. Het doel van het event is om de professionals uit de eerstelijnszorg te verbinden met het sociaal domein. Een huisarts weet bijvoorbeeld niet altijd even makkelijk de juiste contactpersoon bij de gemeente te vinden. Na het succes van de eerste editie organiseer ik in 2022 opnieuw het Eerstelijns Congres. Het wordt dan weer een online event voor het delen van kennis en een apart fysiek netwerkevent op een latere datum. Ook de masterclasses die we één keer per maand organiseren gaan online. Bijpraten met vakgenoten kan dan één keer per kwartaal tijdens een speciale netwerklunch. Wat betreft de locaties voor deze toekomstige events klopt ik zeker opnieuw aan bij Bilderberg."



AUBERGE DE SMOCKELAER

TRAINEN VOOR DE TOEKOMST

Eén van de belangrijkste lessen van 2020 is deze: mensen willen elkaar zien. Na twee 'intelligente lockdowns' en maanden van thuiswerken zal het voor iedereen weer even wennen zijn om écht samen te werken. Teambuilding en trainingen zullen meer noodzakelijk en gewenst zijn dan ooit tevoren. En waar kunt u hiervoor beter terecht dan bij een locatie, die al drie jaar op rij tot Trainingslocatie van het Jaar gekozen is?

WELKOM BIJ AUBERGE DE SMOCKELAER

Auberge de Smockelaer is gelegen in het Zuid-Limburgse Slenaken. Hoewel u hemelsbreed niet ver van steden als Maastricht, Aken en Luik verwijderd bent, is de dagelijkse sleur hier ver weg. Omringd door prachtig heuvelland en hartelijke gastvrijheid kunt u hier in alle rust die teambuilding of training organiseren, die alle ongemak van 2020 laat vergeten. De blik kan weer op de toekomst worden gericht.

TRAINING OP EEN TOPLOCATIE

Die toekomst kunt u uitstekend naar uw hand zetten bij Auberge de Smockelaer. Hier u de keuze uit maar liefst vier besloten locaties voor trainingen en teambuilding. Het inspirerende Vakwerkhuis is de grootste van de vier. Normaliter kunt u hier, verspreid over de verschillende ruimtes, maximaal 50 gasten ontvangen voor vergaderingen – voor bedrijfsfeesten zelfs 150. Uiteraard worden alle veiligheidsmaatregelen strikt in acht genomen.

gelen strikt in acht genomen. Dat geldt ook voor de La Mairie, het voormalige gemeentehuis, dat net over de grens in het Belgische Teuven is gesitueerd.

De vier afzonderlijke locaties van Auberge de Smockelaer zijn elk exclusief te gebruiken. Hierdoor kunt u ongestoord uw trainings- of teambuildingprogramma volgen. Alle vergaderlocaties beschikken over alle gewenste faciliteiten, zoals draadloos internet, audiovisuele apparatuur en diverse schrijfwaren.

PRIJZEN

Auberge de Smockelaer is in 2019 voor de derde keer uitgeroepen tot Trainingslocatie van het Jaar en ook daarvoor viel de locatie vaak in de prijzen. Dat is niet voor niets. Auberge de Smockelaer denkt graag met u mee om niet alleen uw verblijf ter plaatse goed te laten verlopen, maar ook in de voorbereiding kunt u rekenen op alle gewenste service.

Vanzelfsprekend kunt u bij Auberge de Smockelaer comfortabel overnachten.

Kijk voor meer informatie op smockelaer.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 | feestenvergaderen@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

Toplocaties
UTRECHT

utrechtbusiness.nl - meetingmagazine.nl



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"

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

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



LOCATIETOUR UTRECHT REGION

VERRASSENDE LOCATIES BUITEN DE GROTE STAD

Niet alleen in maar ook rond Utrecht stad zijn talloze locaties te vinden die zich perfect lenen voor bijzondere bijeenkomsten. De beste manier om deze locaties te promoten, is door een enthousiaste groep eventmanagers - die voor hun gevoel eindelijk weer de wei in mogen - op sleeptouw te nemen tijdens de Locatietour door Utrecht Region.

Fotografie Bianca de Wit | BFoto

Utrecht Convention Bureau heeft lang moeten wachten om deze Locatietour te kunnen organiseren. Ook de deelnemende locaties staan te trappelen om de eventmanagers te mogen ontvangen voor een rondleiding. Om de tour coronaproof te laten verlopen, gaan de deelnemers in twee groepen op pad. Terwijl de ene helft bij JOINN! in Houten kan

genieten van live interactie met spreker Rens de Jong (zie kader), neemt de andere helft bij Fort de Batterijen in Nieuwegein deel via een livestreamverbinding.

Laatstgenoemde groep krijgt na afloop een uitgebreide rondleiding over het terrein. Het monumentale fort uit 1871-1873 maakt onderdeel uit van de Nieuwe

Hollandse Waterlinie. Forten en batterijen beschermden de sluizen waarmee hele stukken land onder water konden worden gezet. Fort de Batterijen (officieel Batterijen aan de Overeindseweg) is sinds 2015 de uitvalsbasis van het duurzame activatiebureau The Groundbreakers (toen nog ID310). Het team knapte het verwilderde terrein helemaal op en tegenwoordig zijn de gebouwen en het terrein beschikbaar voor evenementen. De grootste ruimte is de artillerieloods (geschikt voor congressen en evenementen). Op de bovenste verdieping zijn nog twee kleinere vergaderruimtes te vinden. In het wachthuis (voorheen het slaapvertrek en de wachtruimte van de manschappen) bevinden zich drie kleinere zalen die met elkaar in verbinding staan. Bovenop het wachthuis is een buitenplaats gemaakt met prachtig zicht over het terrein en de omringende natuur. Ook naast en vóór het wachthuis kun je buiten borrelen met zicht op het water.

SMOOTHIES FIETSEN

Na het verkennen van evenement-vriendelijk terrein rijden de eventmanagers met eigen vervoer naar JOINN!. Dit industriële pand in het centrum van Houten is een voormalig kantoorgebouw met een eigen restaurant, werkplekken voor zzp'ers en diverse zalen voor meetings en kleine



Wat de eventbranche kan leren van de filmwereld

Spreker en dagvoorzitter Rens de Jong maakte tijdens zijn sessie de vergelijking tussen het organiseren van events en het vertellen van een verhaal. En als er een branche uitmunt in het vertellen van een verhaal, dan is het de filmindustrie. De Amerikaanse mytholoog Joseph Campbell analyseerde diverse mythologische verhalen en kwam tot een vast format waar alle heldeneposson aan voldoen. Deze Hero's Journey bestaat uit zeventien stappen die een held doormaakt en een verhaal tot een goed einde brengen. De toepassing van dit format in grote heldeneposson zoals Star Wars, The Lion King en Harry Potter heeft tot grote kassuccessen geleid. Volgens Rens de Jong kunnen ook events profiteren van deze Hero's Journey. Wanneer je de deelnemer als held centraal zet, deze met een prikkelende uitnodiging uitdaagt om het avontuur (jouw event) aan te gaan en deze een transformatie laat doormaken, heeft jouw event impact.

events. Op de eerste verdieping liggen diverse kleine zalen. De grote zaal kan in drieën worden opgesplitst en leent zich prima voor live én hybride events.

Alle ruimtes zijn bovendien voorzien van een eigen balkon. Daarnaast zijn er 25 city lofts voor long en short stay.

Tijdens de lunch bij JOINN! praat iedereen na over het afgelopen jaar en de agenda's die gelukkig wel gevuld raken. Dan is het tijd om het laatste deel van de lunch in elkaar te gaan zetten. In het restaurant staan twee smoothiefietsen van de BarCompany opgesteld en mag iedereen zijn ingrediënten voor een eigen smoothie bij elkaar zoeken en al fietsend mengen. Uiteraard levert dit hilarische reacties en foto's op.

CLUBHUIS

De tour wordt vervolgd met een korte autorit naar Vroeg in Bunnik, waar de deelnemers op de fiets stappen voor een fietsrit door de groene omgeving. De eerste pitstop is bij het BOVAGhuis. Dit verenigingsgebouw - of zoals ze het zelf noemen: het clubhuis - is een interessante locatie voor bedrijven en organisaties





met een link met elke vorm van mobiliteit (auto's, fietsen, campers, garages, etc). De enorme entreehal kan geheel naar eigen wens worden ingericht. Aan de linkerzijde van de hal bevinden zich twee themazalen; de werkplaats en het Noord-Brabant Café. Het café is een replica van het echte café aan het Vredenburg in Utrecht-stad waar de BOVAG begin jaren 30 is opgericht. Aan de andere zijde van de hal liggen zes vergaderzalen inclusief hybride vergadermogelijkheden. Daarnaast is er een grote zaal voor congressen en trainingen. Catering wordt verzorgd vanuit de BOVAGkeuken, waar ook diners kunnen worden verzorgd. In de zomer is het ruime terras aan de achterzijde van het pand beschikbaar voor een borrel of receptie.

EIGEN BUITENRUIMTE

De fietstocht wordt voortgezet richting evenementenlocatie Mereveld. Hier hebben onder andere de stallen en het koetshuis van de voormalige boerderij uit 1938 plaatsgemaakt voor sfeervol ingerichte zalen voor evenementen, congressen, diners en feesten. De ruimtes worden in drie clusters van twee zalen verhuurd, elk met een eigen buitenruimte en toiletgroep. Het voor-

huis werd in 2017 nog gerenoveerd. Deze eigentijds ingerichte ruimte wordt verhuurd in combinatie met de bovenverdieping. Op deze verdieping bevinden zich de sfeervolle Herenkamer en een ruimte voor private dining of een plenaire sessie. In de zalen Deel, het Achterhuis, het Koetshuis en de Gelagkamer ligt de nadruk wat meer op de historische elementen zoals de balkenplafonds en de bakstenen muren.

BAKKEN MAAR

Eenmaal terug bij Vroeg worden de eventmanagers aan het werk gezet in de bakkerij. Twee ervaren bakkers kijken toe hoe iedereen van bloem, zout, water en zuurdesemstarter een eigen deeg probeert te kneden. Uiteraard gaat dit de een wat beter af dan de ander, maar het maakt in ieder geval leuke gesprekken en lachsalvo's los. Tijdens de rondleiding vertelt de eigenaar dat Vroeg is gevestigd in een monumentale boerderij uit 1599, die tot 1735 dienst deed als herberg. Nog steeds staan eten en gastvrijheid hier centraal en dat merk je wanneer je via de hoofdingang meteen bij de keuken van het restaurant terechtkomt. In de bakkerij worden broden, koekjes, taarten en andere lekkernijen gemaakt die in de winkel worden verkocht en natuur-



lijk ook op de menukaart staan. In het restaurant kun je je van ontbijt tot diner laten verwennen. Achter in het restaurant liggen twee zalen voor vergaderingen of private dining. Wie wat dichterbij de keuken en de bakkerij wil zitten, kan in de twee ruimtes naast de bakkerij terecht.

De dag wordt afgesloten met een barbecue bij De Kleine Boerderij op het buitenterrein van Vroeg. Na een groot en verdiend applaus voor de organisatie genieten de eventmanagers na van de dag en het live samenzijn. Dankzij de mooie locaties en



de mogelijkheid om weer echte persoonlijke gesprekken aan te gaan, was deze Locatietour het wachten waard. Daar zullen alle deelnemers de volgende dag ongetwijfeld aan terug hebben gedacht toen ze thuis hun brooddeeg de oven in schoven!

OVER DE LOCATIETOUR

De Locatietour Utrecht Region is georganiseerd door Linda op Locatie en het Utrecht Convention Bureau. Op www.locatietour.nl vind je meer informatie en impressies van eerder georganiseerde tours. Dit jaar wordt er onder andere nog een Locatietour georganiseerd in Delft op 25 oktober.

Wil je op de hoogte blijven? Stuur dan een e-mail naar info@lindaoplocatie.nl.



Food Valley



Energie & milieutechnologie



Health & High Tech



Groen & duurzaamheid

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.



Thermen Bussloo

"Mooiste businesslocatie op de Veluwe!"

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

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

'Lommerijk 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



SLAPEN TUSSEN DE DIEREN

Voor het safarigevoel hoef je sinds kort niet meer naar Afrika, maar kun je gewoon afreizen naar Arnhem. Daar is de pop-up camping van Burgers' Zoo te vinden. Meeting Magazine verbleef een nachtje in een tent tussen de dierenverblijven.

Na de grootste apenkooi van Nederland voor volwassenen en kinderen werd het volgens Romy Engelhard, campingbeheerder bij Burgers' Zoo tijd voor iets anders ludieks. "We speelden al langer met het idee om tijdelijke verblijfsrecreatie aan te bieden. Onze marketingmanager Tim Lammers kwam met het idee voor deze pop-up camping en heeft het concept bedacht. Het terrein is natuurlijk erg geschikt en toen het Gigantisch Apenkooien was afgelopen, was het terrein hiervoor beschikbaar."

FESTIVAL

Wie het terrein bezoekt, krijgt het idee op een fijn festival beland te zijn. Overall

staan prachtige kleine huisjes en tentjes en hangen kleine lampjes die 's avonds het terrein sfeervol verlichten. Op het terrein staan in totaal 50 tenten, wat neerkomt op 25 boekbare accommodaties. De meeste accommodaties bestaan uit twee tenten en zijn geschikt voor vier personen, maar er zijn er ook een aantal voor vijf personen. De tenten bestaan onder andere uit houten cabines met een punt-dak van tentstof.

Wij hebben deze nacht onze eigen camp-site, type Flores. Geschikt voor vijf personen. Ons huisje beschikt over twee losse bedden en een grote bijzettent met drie matrassen. In de Flores bevindt zich een stroomaansluiting, koelkastje, afsluitbare

deur en een tafeltje met stoelen. Tevens is er een eigen terras met overkapping.

SAFARI MEETING CENTRE

Volgens Romy komen er op dit moment vooral leisure-gasten naar de camping, terwijl de locatie ook juist geschikt is voor zakelijke gasten. "Gelegen naast ons Safari Meeting Centre, een professioneel congrescentrum met adembenemend uitzicht op de savanne, is onze camping zeker geschikt voor zakelijke gasten! Het is natuurlijk een unieke locatie, zo naast de dierentuin. Gasten kunnen 's nachts wakker worden van allerlei soorten geluiden: het gebrul van de leeuwen, het geschreeuw van de chimpansees of het gezang van de siamangs. 's Avonds gaan gasten op avontuur door de dierentuin met een dierentuingsids, een leuke en leerzame expeditie."

NA SLUITINGSTIJD

Na in het restaurant van de dierentuin te hebben gegeten mogen we op eigen gelegenheid na sluitingstijd de dierentuin verkennen. We wanen de dierentuin helemaal voor onszelf, een hele bijzondere ervaring. Dieren die we overdag niet te zien kregen, duiken nu ineens op. Zo zien we de wereldberoemde drieling welpjes die eind vorig jaar geboren zijn. Overdag konden we geen glimp van ze



opvangen, maar nu het rustig is in het park, laten zij zich voorzichtig zien. Later in de avond krijgen we een rondleiding van een gids, die ons meeneemt naar Burgers' Ocean. Overdag moet je hier momenteel vanwege de coronamaatregelen een tijdslot voor reserveren, maar nu hebben wij deze ruimte helemaal exclusief voor onszelf en is het er muisstil. We horen alleen het geluid van het water. Vol passie vertelt onze gids over het tropisch koraalrif aquarium van acht miljoen liter water, waarvan een zeer belangrijk onderdeel het levende koraalrif is van 750.000 liter water. Dit levende koraalrif is het grootste van Europa. Het ecosysteem tropisch koraalrif wordt in de Ocean nauwkeurig nagebootst. We passeren de meest bijzondere vissen terwijl onze gids allerlei interessante weetjes met ons deelt. Ook is er voldoende tijd om vragen te stellen. Daarna brengen we nog even een bezoekje aan de stallen

van de zebra's, waar normaliter geen bezoek komt. Hier kunnen we dieren van heel dichtbij observeren en vragen we ons af of zebra's zwart zijn met witte strepen of andersom. Onze gids weet het antwoord. Een zebra is zwart met witte strepen. Dit kan je volgens de gids zien door naar een embryo van een zebra te kijken. Die begint zwart en de huid is ook zwart.

's Avonds vallen we moe maar voldaan in slaap. We hebben veel gelopen, veel gezien en veel informatie gekregen. Plotseling worden we rond 02.30 uur wakker door een hard geluid. Door onze gids is ons verteld dat we met een beetje geluk 's nachts wakker kunnen worden van het geluid van vogels of misschien zelfs wel van een leeuw. Maar voor dat laatste moet je wel een beetje geluk hebben, is ons verzekerd. Mede omdat het geluid lastig te herkennen is omdat het heel laag is. We

Safari Meeting Centre

Het Safari Meeting Centre is een professioneel congrescentrum met een adembenemend uitzicht op de savanne van de Safari en het tropisch regenwoud van de Bush van Burgers' Zoo. Tijdens de pauze kunnen gasten een wandeling maken door het dierenpark. Burgers' Zoo biedt ook verschillende arrangementen aan, waar onlangs twee nieuwe themaprogramma's aan toegevoegd zijn. Tijdens het compleet samengestelde themaprogramma "Life is live: we gaan weer naar het werk!" ervaren gasten meer over groepsprocessen bij mensen en de meest uiteenlopende dieren. Hoe bouwen dieren een band met elkaar op, welke rituelen kennen ze als ze elkaar na een tijdje afwezigheid weer ontmoeten? Door samen met een kwinkslag naar het dierenrijk te kijken, leer je meer over je collega's. Bij het andere nieuwe themaprogramma "Leiderschap, Communicatie & Zo(o)" nemen deelnemers een kijkje in het dierenrijk en zien zij de sterke kanten en valkuilen bij de leiders onder de gorilla's, chimpansees, leeuwen en andere dieren. Daarnaast biedt Burgers' Zoo voor zakelijke gasten verschillende rondleidingen, teambuilding activiteiten, workshops en lezingen aan.

www.safarimeetingcentre.nl/?gclid=EAIaIQobChMIhvnmoJ7V8QIV5BJ7Ch1J7AP7EAAAYASAEGlHyfD_BwE

luisteren nog eens goed...en het is inderdaad het geluid van een leeuw. Wat een geluk. 's Ochtends worden we wakker met het geluid van de vele tropische vogels die de dierentuin telt. Dat is nog eens fijn wakker worden...

Wie nog op deze bijzondere camping wil overnachten kan er nog tot en met 5 september 2021 terecht. Informatie:
www.burgerszoo.nl/actiepagina/camp





MYSTERY VISIT BILDERBERG RÉSIDENCE GROOT HEIDEBORGH

PRACHTIGE LOCATIE MET VEEL OPTIES

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 Bilderberg Résidence Groot Heideborgh de uitdaging aan.

ONLINE ORIËNTATIE

Om een evenement te kunnen organiseren, word je verwezen naar de algemene website van Bilderberg. Deze website is volledig in de huisstijl van de hotelketen en de afbeeldingen passen daar goed bij. Wel is deze website wat onoverzichtelijk vanwege de diverse lettergroottes en schrijfvormen. De pagina van Résidence Groot Heideborgh biedt een duidelijk overzicht met betrekking tot de capaciteit. De pagina is logisch ingedeeld en de contactpersoon staat vermeld. Er is ook (iets te) veel informatie aanwezig in de vorm van een mooie virtuele tour, een te downloaden factsheet, een filmpje, reviews én suggesties over de activiteiten. Over de f&b is juist weinig informatie te vinden.

Geslaagd is de pop-up met veelgestelde vragen op de pagina van het hotel zelf. Op deze pagina staan de verschillende type kamers, de gemiddelde beoordeling en de diverse arrangementen. De foto's

zijn van de standaard tweepersoonskamers. Een foto van de badkamer ontbreekt, terwijl een aparte douche en een apart bad juist een pluspunt is. De kamergrootte en de ruimte komen op de foto goed over, maar sfeer en details ontbreken.

De website biedt een vijftal opties van de kamers die met name verschillen in tarieven (flexibel, voordeeltarief, volpension). De tweede pop-up met een actie voor een arrangement, die verschijnt als je wat langer op de website verblijft, zou hier goed passen. Dan hoeft je niet twee pagina's terug te zoeken om een meerdaags arrangement te boeken. De arrangementen zelf zijn met zorg samengesteld en hebben, gezien wat je ervoor terugkrijgt, een prima prijs-kwaliteitverhouding.

AANKOMST EN ONTVANGST

De route naar deze locatie midden in de natuur is prachtig. De parkeerplaatsen staan duidelijk aan-



gegeven. Bij binnenkomst word je gewezen op de COVID-19-maatregelen. De entree is ruim opgesteld en licht. Achter de donkerhouten balie staan twee verzorgde dames in bedrijfskleding, inclusief mondkapje. Na een vriendelijke begroeting komt één van de medewerksters achter de balie vandaan en geeft aan dat ze de desbetreffende persoon even gaat infomeren. De mystery guest mag plaatsnemen op het terras en wordt koffie of thee aangeboden. Het is op dat moment echter al bijna dertig graden. De keuze tussen een plekje op het terras of binnen in de airco was prettig geweest.



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.

De medewerkster die de rondleiding verzorgt, komt aangelopen met twee plateautjes met gebakjes. Ze stelt zichzelf niet voor, maar haar stem matcht met de enthousiaste stem die

de mystery guest een dag eerder aan de telefoon had voor het maken van deze afspraak. Het gezellige kennismakingsgesprek op het terras wordt niet gebruikt om de mystery guest als potentiële klant beter te leren kennen en om iets te vertellen over de locatie. Maar de medewerkster zorgt zo wel voor een goede sfeer en brengt het gevoel over dat alles hier goed geregeld wordt.

RONDLEIDING

De zalen bevinden zich onderaan de trap. In de mooie ontvangsthall kan een prachtige muur in elke gewenste kleur licht worden uitgelicht, net als de andere wand richting de hotelkamers. Elke zaal kijkt uit op de tuin of de bossen en heeft een deur naar buiten. De zalen zijn voorzien van donkergrijze vloerbedekking en strak, donkergrijze meubilair. Daarnaast zijn er kleine meeting rooms en een ruimte met twee grote banken die zich goed leent voor een heisessie in huiskamersfeer. Het restaurant komt even aan bod, maar de



F&B-opties van het hotel en de wensen van de mystery guest helaas niet.

De buitenplaats wordt omringd door bomen en grenst aan een schapenwei. Deze ruimte kan gebruikt worden voor teambuildingactiviteiten, kick-off, personeelsbijeenkomsten en life cooking experiences. De medewerkster is heel oplettend bij het laten zien van de ruimte. Zo loopt ze niet het hele terrein over in verband met de hakken van de mystery guest.

De hotelkamers komen in het echt beter over dan op de foto's op de website. De 'standaard' hotelkamer is ruim en heeft een groot bed, een desk met een stoel, twee fauteuils met een tafeltje en een kast. De nieuwe badkamer heeft een douche en een aparte ruimte met bad en toilet. De vernieuwde hotelkamers hebben allemaal uitzicht op de tuin of op het bos. Er liggen verder geen accessoires op de kamer. In verband met de coronamaatregelen is de desk leeg, net als het tafeltje bij de fauteuils.

De medewerkster maakt erg goed contact en neemt ruim de tijd om met de mystery





guest in gesprek te gaan. Ze werkt met plezier en geeft de indruk dat ook de sfeer onderling goed is. Wel vraagt ze te weinig uit over het event. Hierdoor krijgt de mystery guest het idee dat ze geen goed beeld heeft van de wensen en hoe zij daar op in kan spelen. De algemene zaken weet ze goed te vertellen. Na de rondleiding loopt de medewerkster mee naar de auto. Het beloofde visitekaartje geeft ze mee in een tasje met twee gekoelde drankjes, een appel, een sinaasappel en een stuk chocola. Dit gastvrije gebaar is een mooie afsluiter van een goed oriënterend gesprek.

Na afloop geeft de mystery guest via de e-mail haar gegevens voor de offerte en het concept draaiboek van het event door aan de medewerkster. De mystery guest geeft aan geen haast te hebben en vindt het prima om de offerte pas de volgende dag te ontvangen.



Reactie van Wouter Wagelaar, general manager:

"We vonden het ontzettend leuk om deze mystery guest te hebben mogen ontvangen. De verbeterpunten die aan worden gestipt, zullen we zeker meenemen. Op dit moment zijn we bijvoorbeeld druk bezig met het integreren van een nieuw F&B-concept, dus later dit jaar zal zeker op onze website hier het een en ander over te lezen zijn. Het is mooi om te lezen dat deze mystery guest over het algemeen heel tevreden is over onze prachtige (event)locatie. Hier staat een sterk team dat alles uit de kast haalt en dat komt terug in deze recensie. We mogen met recht trots zijn!"

EINDOORDEEL

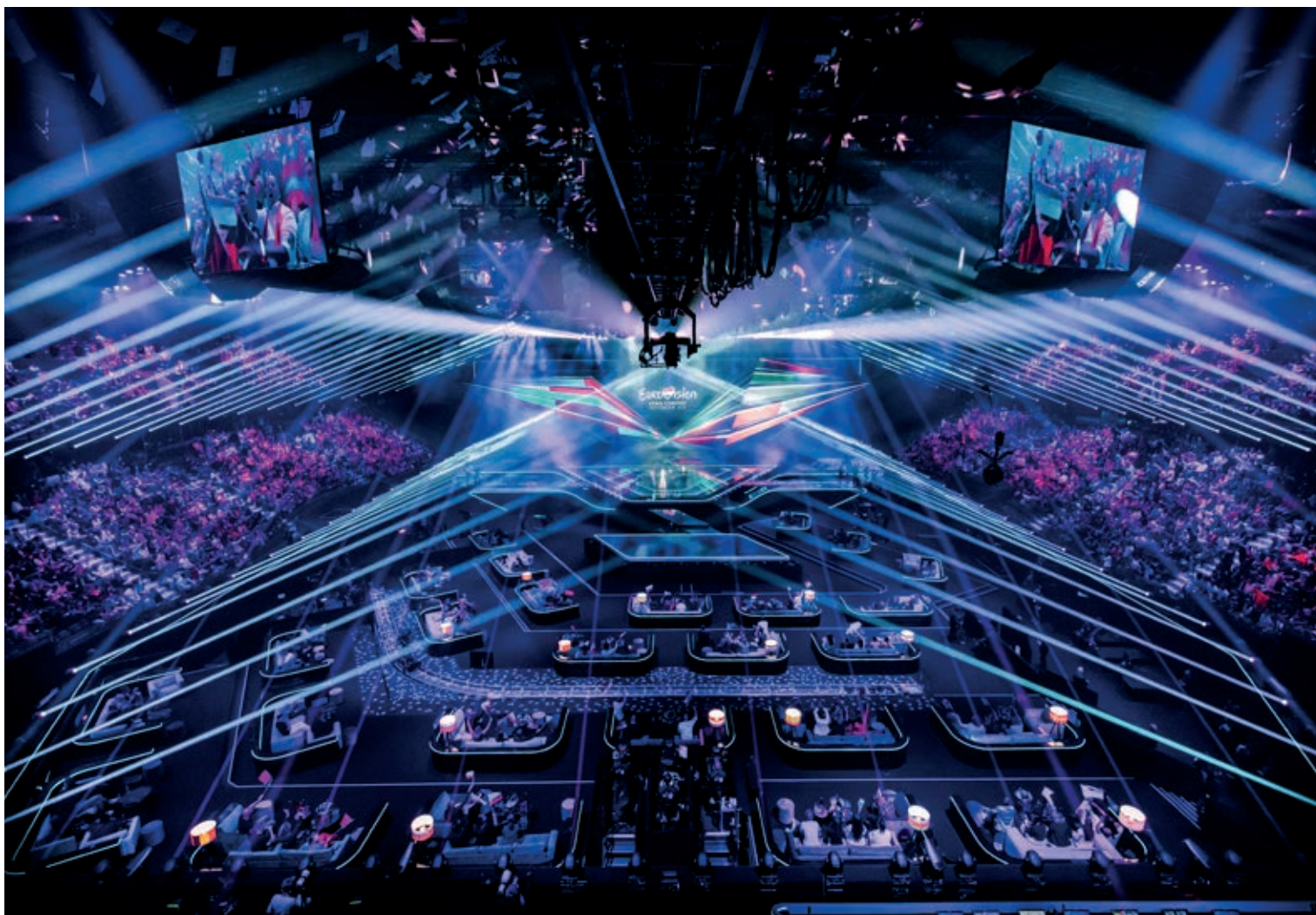
Résidence Groot Heideborgh is een prachtige locatie voor zakelijke meetings. Het hotel biedt veel opties, is omringd door groen en is erg centraal gelegen. De mate van gastvrijheid - de taartjes bij de thee die de medewerkster zelf meebrengt, het tasje met lekkers en de gekoelde drank voor onderweg en de gereserveerde parkeerplaats - was verrassend. Verder zijn er ruime vernieuwde meetingruimtes en hotelkamers.

ENKELE TIPS EN VERBETERPUNTEN

- Op de eventpagina staat iets te veel informatie. Het is lastig om te zien of je op de pagina van juiste locatie zit. Bij de hotelkamers ontbreekt juist de informatie over de arrangementen.
- Vraag tijdens het eerste telefoongesprek naar details. Zo ga je voorbereid

het gesprek in, leer je de klant beter kennen en kun je hier tijdens het locatiebezoek verder op inspelen. Doe je van tevoren online research naar de klant, gebruik dat juist in het gesprek. Dat creëert nog meer betrokkenheid.

- Het eerste contactmoment voor de rondleiding biedt een mooie gelegenheid om kennis te maken met de klant. Denk mee, doe suggesties en visualiseer hoe het event eruit kan zien.
- Laat de f&b terugkomen tijdens het oriënterend gesprek. Vertel over de mogelijkheden die er zijn.
- Een goodiebag is een leuke attentie. Stop er vooral ook een flyer of folder in met de mogelijkheden. Dit geeft tijdens een interne vergadering waarin het event wordt besproken net iets meer beeld dan een laptop met de website en de foto's.



EUROVISIE SONGFESTIVAL

INTERNATIONAAL VISITEKAARTJE VOOR ROTTERDAM

Een event van wereld allure, zo omschrijven Désirée Baltussen van Ahoy en Eveline van der Pluijm-Degenhart van Rotterdam Partners het Eurovisie Songfestival. En nu de eventbranche langzaam weer opengaat, is de belangstelling voor Rotterdam als internationale congresstad mede dankzij het festival ongekend groot.

Met de organisatie van een uiterst geslaagd Eurovisie Songfestival in coronatijd heeft Rotterdam laten zien waar het als stad toe in staat is. “Na twee maanden zitten we nog steeds op een roze wolk”, zegt Director of Conventions Désirée Baltussen van Rotterdam Ahoy. “Het was geweldig om eindelijk weer live bij elkaar te zijn. Het was een hele complexe productie, zeker

ook op het gebied van safety, health en security waar ons operationele team veel van heeft geleerd (negen shows vanuit Ahoy met beperkte bezetting voor publiek, delegaties en pers en aangepaste activiteiten in en rond Rotterdam). Onze locatie was gedurende een aantal weken een soort Fort Knox. Alles en iedereen werd gecontroleerd. En daar kwamen de coronamaatregelen dan nog bij. Iedereen

die het pand betrad, inclusief collega's die niet direct bij het ESF betrokken waren, werden elke 48 uur getest. Dankzij het on-site testpaviljoen en de accreditatie vooraf ging dit heel soepel. We waren heel blij dat het event doorgang vond als FieldLab event. Het concept achter de FieldLab evenementen en het feit dat dit wetenschappelijk onderbouwd is, heeft zeker bijgedragen aan de huidige interesse vanuit het buitenland."

UITDAGING

Het bid voor het festival bracht Rotterdam twee jaar geleden al uit. "Toen het erop leek dat we in 2021 wellicht alleen een virtuele editie konden hosten, kwamen we als marketingorganisatie voor een flinke uitdaging te staan", vertelt manager Eveline van der Pluijm-Degenhart van Rotterdam Partners. "Hoe kun je een stad promoten zonder dat mensen mogen komen? De campagne moest sprekend zijn en mensen alsnog enthousiasmeren. Uiteindelijk kozen we voor een online



Eveline van der Pluijm-Degenhart

campagne waarbij een aanstekelijke dans en bijbehorende feel good videoclip centraal stonden. Met behulp van de hashtag #SWINGALONG brachten we zoveel mogelijk mensen in verbinding met elkaar, op een digitale en veilige manier. Zo kon de hele wereld, ondanks alle reisbeperkingen, via social media meedansen en tegelijkertijd de stad beleven. De campagne is inmiddels meer dan 13 miljoen keer bekeken. Voor de delegaties hebben we daarnaast met verschillende partners tours door de stad georganiseerd. Met behulp van VR en de nieuwste technologie werd een Eurovision Village

gebouwd waar iedereen een 3D-wereld van Rotterdam kon bezoeken met optredens van diverse artiesten en men tevens een kijkje op diverse plekken in de stad kon nemen."

INDRUK

Het resultaat van alle inspanningen is volgens Désirée naar behoren. "Het Eurovisie Songfestival maakte ons dagelijks zichtbaar en had een enorm bereik, zeker binnen Europa. In Nederland waren we dagelijks in de pers en wereldwijd zijn er ruim 80.000 persartikelen verschenen. Iedereen leefde mee en was zeer onder de indruk van wat we hebben neergezet tijdens een pandemie. Wij laten hiermee als Rotterdam Ahoy én als stad zien dat we nergens voor terugdeinzen. Ook het beeld van Rotterdam zelf, het vuurwerk, het optreden van Afrojack, de rooftop performances; het blijft iedereen bij. En niemand wist voorheen dat dit allemaal in Rotterdam kon!"

VISITEKAARTJE

Volgens de beide dames heeft Rotterdam met de grootste tv-productie ter wereld met 183 miljoen tv-kijkers en negen maal 3500 bezoekers echt een visitekaartje afgegeven dat op lange termijn gaat doorwerken. "Richting onze branche, klanten en relaties hebben we laten zien dat Rotterdam innovatief en veerkrachtig is en door



Désirée Baltussen

Wilkhahn

AT - WILKHAHN HOME & HOTEL OFFICE

Wilkhahn heeft een Home Office concept ontwikkelt op basis van de zeer succesvolle 3D synchroon bureaustoel AT en AT Mesh. De AT ontving vorig jaar de "German Design Award" en is een gepatenteerde techniek. Het lichaam wordt gestimuleerd met de 3D bewegende AT. Wilkhahn biedt daarnaast een optie van een fraaie statische tafel Aline in de afmeting 150 x 75 cm. De zwarte uitvoering voor de AT stoel en de Aline tafel koppelen design, innovatie en kwaliteit tot een "I want to have" oplossing.

Voor de flex thuiswerker heeft Wilkhahn ook een optie van een draagbare klaptafel ontwikkeld, de mAx.

Meer informatie: info@wilkhahn.nl / www.wilkhahn.com

Van Nelleweg 2120, 3044 BC Rotterdam, 010-7503390, info@wilkhahn.com



SUBLIEM SINDS 1986

SUBLIEM
GENIETEN

SUBLIEM
SPARREN

SUBLIEM
ONTWAKEN

SUBLIEM
PROOSTEN


DE ROSEP
LANDGOED

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



middel van co-creatie in staat is om een event van dit formaat veilig te organiseren”, zegt Eveline. “Nu is het aan ons als acquisitieteam om door te pakken, de internationale aandacht vast te houden en nieuwe evenementen en congressen naar de stad te halen.”

GOLF AAN SITE VISITS

Eveline geeft aan dat de partijen die bij Rotterdam Partners zijn aangesloten merken dat het vertrouwen in de markt groeit en dat de MICE-sector gelukkig weer enigszins aantrekt. Ook Désirée merkt dat er mede dankzij de impuls van het Songfestival meer interesse is om events te organiseren in Ahoy. “Gedurende veertien maanden lag op zakelijk gebied alles stil bij ons, maar in juni hadden we een golf aan site visits. PCO’s uit onder andere Brussel, Berlijn, Genève en Parijs kwamen ter voorbereiding op hun reeds geplande internationale congressen het nieuwe Rotterdam Ahoy Convention Centre (RACC) bekijken, waar vanaf het najaar reeds diverse internationale bijeenkomsten gaan plaatsvinden. Het vlekkeloos verloop van het festival heeft hen het vertrouwen gegeven dat hun event veilig en goed kan plaatsvinden: ‘Als een event van wereldformaat zo goed gehost kan worden, dan komt het mijn congres in deze locatie ook zeker in orde.’”

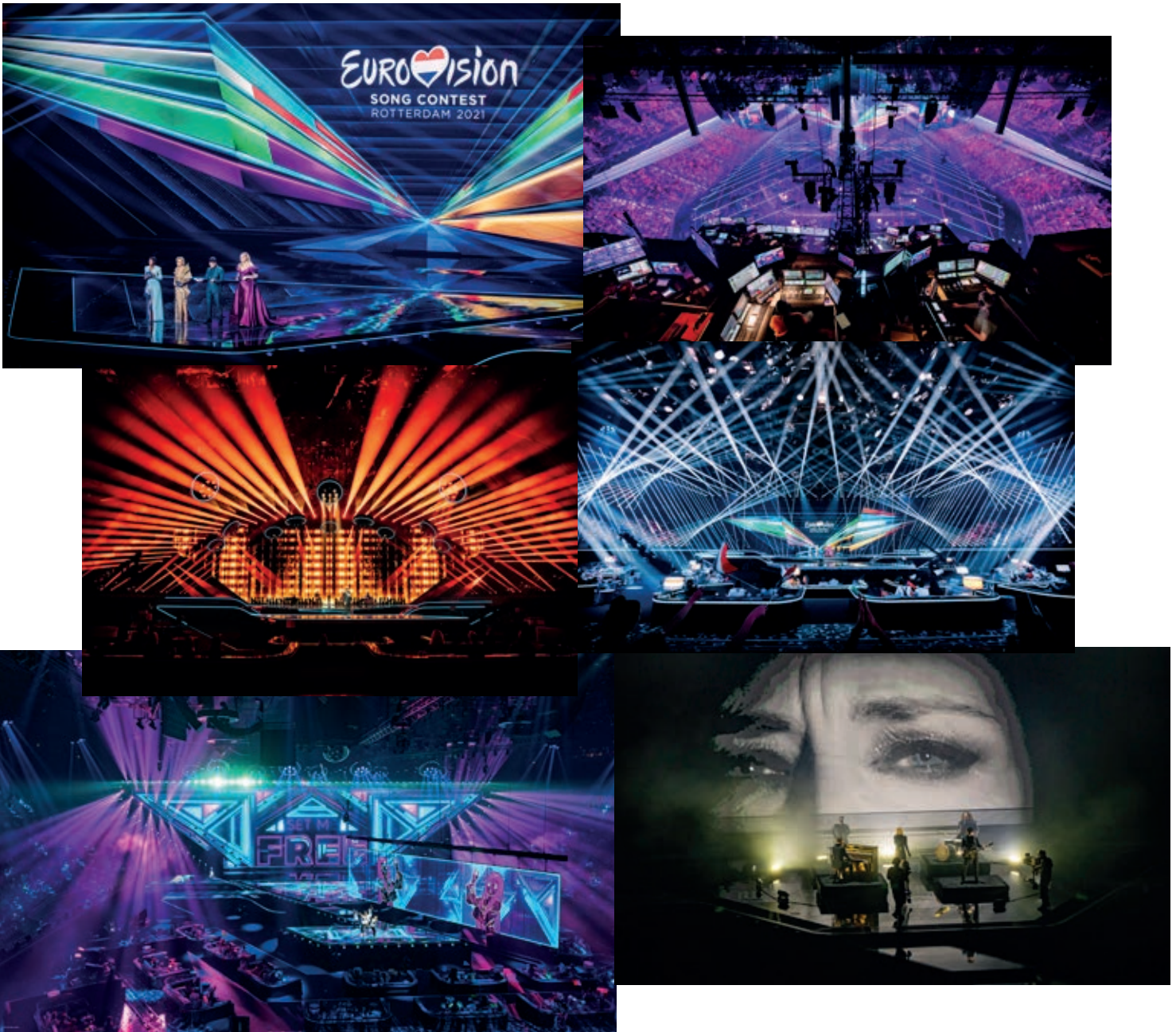
Daarnaast ziet Désirée het aantal nieuwe aanvragen voor grote internationale congressen groeien. “Daar waar Rotterdam binnen de internationale congresmarkt soms gezien werd als een ‘second tier city’, zie je nu dat de aandacht en interesse groeit. Mede dankzij Fieldlab Evenementen is het festival veilig verlopen. En ook al hoeft je niet terug naar de maximale veiligheidsmaatregelen,

het is toch fijn om te weten dat er een plan klaarligt voor een toekomstige pandemie. Met de learnings die we hebben verzameld en de prachtige aftermovies kunnen we bovendien nog gerichter associaties benaderen.”

KICKSTART

Rotterdam Partners gaat de learnings delen met de branche. Eveline: “Tijdens de derde editie van The Rotterdam Experiment op 28 september 2021 gaan we het Songfestival als casus uitlichten waarbij we alle facetten behandelen, van techniek tot scenario’s en de co-creatie met alle partners. Daarnaast heb ik al enkele malen als spreker tijdens online congressen mogen vertellen hoe wij als marketingorganisatie het event hebben gepromoot.” “Achteraf gezien was het thema Open Up toepasselijker dan ooit”, zegt Désirée. “Het songfestival was letterlijk een kickstart voor de branche. Ik heb uiteindelijk het gevoel dat het de goede kant opgaat.” “Alsof we het voorzien hadden”, sluit Eveline glimlachend af.





FEITEN EN CIJFERS:

EUROVISIE SONGFESTIVAL

In mei ging het over bijna niets anders dan het Eurovisie Songfestival in Rotterdam Ahoy en derhalve is zowat alles over deze megaproductie al gezegd en geschreven. Qua technische productie leverde 'Nederland' onder aanvoering van hoofd technische productie Erwin Rintjema een wereldprestatie. We blikken nog één keer terug in hapklare brokken, zonder te menen dat we hier compleet kunnen zijn...

Tekst: Teun van Thiel **Fotografie:** Nathan Reinds en Ralph Larman



Het lichtplan

Lichtontwerper Henk-Jan van Beek: "Het ontwerp ging uit van het volgen van de strakke lijnen in het ontwerp van Florian (Wieder, red), door het evenwijdig door de hele arena plaatsen van de beeldbepalende 481 Clay Paky Xtylos laser-moving lights. Er waren 39 verschillende looks nodig, afhankelijk van het nummer. De Xtylos kon heel groots en ook intiem worden gebruikt en heeft een enorme punch, maar ook een smalle bundel met krachtige kleur-loops. De Ayrton Huracán-X was mijn 'werkpaard', door het effectenwiel, de messen die erg snel en nauwkeurig zijn, de output en het reactievermogen. Ze gaven ons alles wat we nodig hadden voor key-, showlight, tegenlicht en colour bumps. En de kleuren en wittinten zijn erg goed, vooral voor televisie. De kleinere Ayrton Karif-LT gebruiken we voor effecten en creatief tegenlicht, o.a. bij de opkomsten en in clusters in de arena. Achter op de enorme 'Open Up'-draaiende deuren van de 52 meter brede videowand waren 140 Ayrton Mini-Panel FX gemonteerd met een spiegel op de achterzijde als special effect. Door het gebruik van de individuele pixels kon bij elk nummer een unieke look worden gecreëerd."

"De 396 Robe Spider LED wash beams waren verdeeld over 44 pods in het dak, met 9 x Spiders per 'flower pod' die gebruikt werden als grote washlights. De 220 x LEDBeam 150's werden gebruikt rond de videoschermen en als floorlights bij A- en B-podium", vertelt Van Beek verder. "De 25 Robe Tetra2's werden ingebouwd in de decorvloer, vlak voor het videoscherm van het hoofdpodium en werden gebruikt voor flash-effecten die er geweldig uitzagen op de weidse brede shots."

LASER

Voor de lasereffecten tijdens de shows in Rotterdam Ahoy werd gezorgd door Resal Laser, uit Gorinchem. Het ingezette systeem bestond uit vier LaserAnimation Phaenon X30000 30 Watt RGB lasers, met on board DSP control systems en remote safety access. Aan beide zijden van de arena was een DSP controller geplaatst voor de bediening. Alle show-items waren vooraf (op tijdcode) geprogrammeerd in Capture.



Stroom van The Powershop

The Powershop was de aangewezen partij om te zorgen voor alle benodigde stroom die nodig was om de show te realiseren. Uiteraard werden daarbij de zeer efficiënte generators van The Powershop zelf ingeschakeld. Er werd een flinke generator-compound gebouwd net buiten Ahoy en uiteraard werd alles in het stroomplan volledig redundant uitgevoerd.

Het ingezette materieel:

- 6 x twin 400kVA 20ft generator containers, capaciteit: 3.8 MW.
- 8000 Amp switchcontainer
- 20 x 400 Amp powerdistro's
- 100+ powerdistro's (125, 63, 32 Amp)
- 3500 meter 120mm² powerlock cable sets (total cable length 17.5km)
- 5000 meter powercable

Motion (Stage Kinetik)

Drop-arms

Er werd gebruikgemaakt van veertig drop-arms, telescopische houders waarmee lampen (met een maximum gewicht van 110 kilo) verticaal uit het dak kunnen zakken met een snelheid van 0 - 0,55 m/s.

Draaibare ledwall

De ledwall was verdeeld in vier secties: twee sidewings en twee draaiende delen in het midden. De draaiende delen waren

negen meter breed en twaalf meter hoog. Alle vier de elementen konden naadloos op elkaar worden aangesloten met behulp van een magnetisch 'locking' systeem. Vier motoren konden samen binnen zestien seconden de hele muur 180 graden ronddraaien. Daarmee werd de achterkant van de ledwall zichtbaar, waar een matrix van zeventig movingheads te zien was. Voor en achter de bewegende ledwall lag ook een draaiende podiumvloer van zo'n zestig vierkante meter.



DE MAN AAN HET ROER:**ERWIN RINTJEMA**

Decorontwerper Florian Wieder's ontwerp was stijlvol, strak en minimalistisch en geïnspireerd door het platte Nederland, met zijn water en Dutch Design. Lichtontwerper Henk-Jan van Beek en hij bedachten daarbij dat door het bewegen van decor-, licht- en video-elementen



ten het podiumbeeld per optreden grootser of intiemer kon worden gemaakt, zodat elk nummer er ook echt anders uit zou zien binnen het totale showontwerp. Erwin Rintjema, als ESC Head of Production verantwoordelijk voor het gehele technische en productionele proces namens NPO/NOS/AVROTROS, was mede verantwoordelijk voor het smeden van het creatieve en technische team en zorgde er ook voor dat deze tot een eenduidig passend bühnebeeld kwamen. Bovendien zorgde zijn team ervoor dat alle productionele en technische partijen één team vormden bij de uitvoering van dit project van wereldschaal. Rintjema: "Qua productie liep alles voor zo'n enorme operatie erg soepel. We hadden geen grote zorgen uit een technisch oogpunt, door de goede crew van goede bedrijven. Natuurlijk pushten de delegaties ons echt tot de limieten wanneer het op hun podiumprestatie aankwam. Dit is waar Eurovisie echt bijzonder is ten opzichte van alle andere producties: 39 deelnemende landen, 39 creatieve teams en alles met de druk om hun unieke (hopelijk) winnende prestatie neer te zetten. Ter voorbereiding hadden we alle partijen uitgedaagd om met een uniek concept te komen voor hun optreden. We hadden zoveel mogelijk informatie gedeeld over de opties van ons podium, decor, motion, special effects, enz., veel meer dan in voorgaande jaren. Ze gingen echt all-the-way met hun creatieve ideeën en we hebben geprobeerd zoveel mogelijk daarvan werkelijkheid te maken. We hebben echt alle mogelijkheden van multi-camera, licht, video en de stagecrew benut. Het kwam echt allemaal samen en we zijn zo enorm trots op het eindresultaat. En we hebben zoveel positieve feedback van de delegaties en vanuit de wereld gekregen!"

De credits

- Head of Production: Erwin Rintjema, met Stefan Hoohenkerk, Gijs Vos, Jaap Bouma
- Decorontwerp: Florian Wieder, Per-Arne Janssen, Cuno von Hahn
- Lichtontwerp: Henk-Jan van Beek / Light-h-Art
- Licht, geluid, rigging: Ampco Flashlight
- Video: Faber Audiovisuals
- Video Coördinator: Hans Cromheecke
- Production Rigger: Michiel Peters / Frontline Rigging
- Ampco Flashlight: Chief rigger Roald Gluvers
- Motion: Stage Kinetik
- Ruud Werkhoven was met Tijs Winters en Martin Hoop Ampco Flashlight's projectleider voor het ESC. Dat deed Remco Verhoek voor de audio en Roald Gluvers voor Rigging. Dennis van der Haagen, Marc van der Wel en Marco de Koff waren eindverantwoordelijk namens Ampco Flashlight.

**Video**

Faber Audiovisuals verzorgde alle video, Ben Augenbroe en Steve Ackein waren hun projectleiders en Cees-Jan Faber en Jeroen Jongenelen waren eindverantwoordelijk. Florian Wieder, die in 2021 zijn zevende songfestivaldecor vierde, creëerde een ongelooflijk decorontwerp voor het evenement van dit jaar. Misschien wel het meest in het oog springende element was de 52 meter bij 12 meter hoge LED wall. In het midden van de muur bevonden zich twee 12 meter hoge, 360 graden roterende LED-deuren, die visueel het Eurovisie-thema 'Open Up' weergalmden en een overvloed aan opwindende looks en extra podiumdiepte boden voor sommige optredens.

LED schermen en mediaservers

Ben Augenbroe: "De LED-muur van 508 m² omvatte ROE Visual's nieuwste in/outdoor-product, BQ4, dat werd aangestuurd door het Megapixel VR Helios-verwerkingsplatform. En er waren twee ROE BM4 LED-vloeren, waarvan één in het 127 m² A-podium en de ander in de 27 m² grote B-Stage, allebei met donkere glanzende glaspanelen. Daarnaast was er een 110 m² transparant 'runway' LED-scherm (ROE Vanish8) achter de B-bühne, dat werd 'ingevlogen' voor meerdere performances. We hadden 12 disguise mediaservers voor alle content: 4x VX4 en 8x GX2c. Het was een grote, goed georganiseerde productie, waarin ook voor ons alles naar wens liep, door ons goede team en voorbereiding."

Hans Cromheecke, ESC's Video Coördinator:

"Het is niet de omvang van het scherm, maar de resolutie die steeds vergroot. Met 11252 x 2592 pixels neemt ook het aantal benodigde servers en randapparatuur toe. Met behulp van de Helios-processors, met 10-bits verwerking en 100% redundantie, kon Faber deze schaalvergroting probleemloos aan. Het ROE BQ4 Black Quartz LED-scherm en BM4-vloer zijn van dezelfde hoge kwaliteit: solide, robuust, volledig dimmend. Het was geweldig!"

LIVE AUDIO IN CIJFERS (AMPCO FLASHLIGHT)

Head of Live Sound was Jeroen ten Brinke. Het FoH-rig van Ampco Flashlight, vanuit Purple Group, was een combinatie van L-Acoustics K1's met KS28. De Greenroom was gecovered met K2s en Kara. "Het ontwerp is niet veranderd sinds het eerste plan in juni 2019", legt Ten Brinke uit. "Ons PA werd gevlogen in zes hoofdclusters met zeven fill-arrays." Over de DiGiCo Quantum7 consoles is hij zeer te spreken: "Een geweldige, universele console met dubbel engine en voeding, en super betrouwbaar met de juiste operators erachter."

Audience Area:

- 76x L-Acoustics K1
- 36x L-Acoustics Kara
- 4x L-Acoustics SB18
- 6x L-Acoustics x12
- 18x L-Acoustics KS28

Amps:

- 84x L-Acoustics LA12x

Monitoring:

- 10x L-Acoustics Kara
- 8x Synco CW152
- 4x Synco CW121

Under Balcony

- 10x L-Acoustics 5xT

Drive:

- 2x Outline Newton
- 10x Lake LM44

Greenroom

- 40x L-Acoustics K2
- 56x Synco TRC81
- 16x L-Acoustics Kara

Controls:

- 4x DiGiCo Quantum7
- 4x DiGiCo SD-rack
- 2x DiGiCo SD-rack mini
- 4x DiGiCo Orangebox
- 2x Yamaha CL1
- 2x Yamaha Rio
- 2x Yamaha Rio 3224-2



Broadcast Video

NEP en United sloegen de handen ineen voor de meercameraregistratie van het Eurovisie Songfestival. In opdracht van NOS verzorgden beide bedrijven de registratie, inclusief alle technische faciliteiten, crew en materieel, van de drie live-shows. AR- en LED-scherm content was van ESC Head of Content Falk Rosenthal, van Gravity. AR-platform en title graphics van NEP.

Feiten en cijfers:

- | | |
|--------------------------------|--|
| - 130 videosignalen | - 25 camera's |
| - Wagens | - UHD1 |
| - UHD2 | - TOC Container |
| - MusicOne | - NL6 |
| - NL9 | - 3x Utility trucks |
| - 60 EVS kanalen | - 39 deelnemende landen |
| - 9 shows (2,5 week repeteren) | - Binnenkomende verbindingen uit 40 landen |

REMOTE VOLGSPOTS

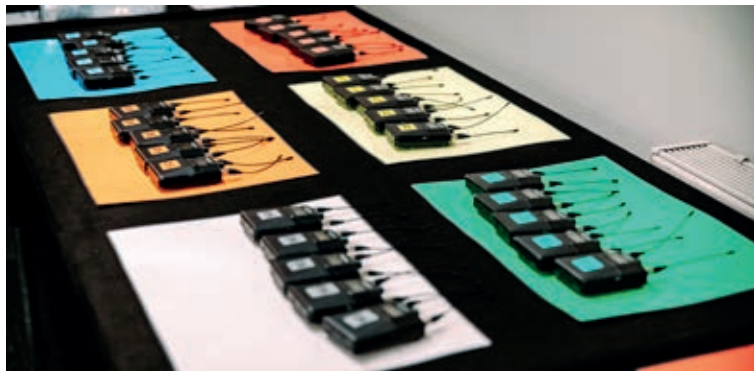
Senior Systems Tech Roy Aarninkhof legt uit wat het innovatieve remote volgspot systeem inhield: "Er waren veertien Robe Robospot-controllers in multidevice-modus. Twaalf daarvan met een BMFL-washbeam, een BMFL-followspot LT en een Motion-Cam. De andere twee met Washbeam. Daarnaast was er één Follow-Me 3D SIX-systeem met drie operator consoles, waarmee 58 Ayrton Huracán-X en 6 Robe BMFL Washbeam's werden gebruikt als volgspot, per operator in elke mogelijke combinatie qua hoeveel en welke lampen. Veertig van de Ayrton Huracán-X's bewogen verticaal aan Droparms; hun positie in motion werd via PSN PosiStageNet opgevangen in het Follow-Me systeem waardoor de beams perfect op de performers gericht bleven tijdens de bewegingen."

DE COMMUNICATIE VAN RIEDEL

Voor het 15e jaar leverde Riedel Communications geavanceerde intercom- en signaaldistributietechnologieën en on-site technische ondersteuning voor het songfestival. De editie in Ahoy Rotterdam markeerde het ESC-debuut van verschillende nieuwe Riedel-oplossingen, waaronder de hoogwaardige Artist-1024 digitale matrix-intercomknooppunt en SFP-modules uit de nieuwe MediorNet IP-range van signaalverwerkingsoplossingen. Riedel leverde een complete oplossing die niet alleen intercom en signaaldistributie omvatte, maar ook accreditatie, toegangscontrole, commentaarsystemen en een uitgebreide IT-infrastructuur voor personeel, omroepen en aanwezige persleden.

De ESC-productie van dit jaar omvatte 24 camera's samen met 130 videofeeds, 140 intercompanelen, 75 microfoons, vijf mobiele units, een technisch operatiecentrum, drie ondersteunende voertuigen en 60 EVS-kanalen - een opstelling die is ontworpen om een signaal te vormen dat iedereen kan zien over Europa, Australië en de VS met inkomende verbindingen uit 40 verschillende landen. Het Riedel Artist-1024-intercomknooppunt leverde de hoogst mogelijke dichtheid en volledige AES67-conformiteit. Het op IP gebaseerde signaaltransportmechanisme dat een 60-node MediorNet MicroN-netwerk aanvult, vertrouwde op Riedel's MediorNet MuoN SFP-gateway en MediorNet FusioN stand-alone I/O- en verwerkingsapparaten. Bij Ahoy werden de MuoN-modules geconfigureerd met Riedel's SMPTE ST-2110-compatibele MADI bidirectionele gateway-app. De FusioN-apparaten fungeerden als 16-image SMPTE ST-2110 multiviewers en maakten videodistributie mogelijk binnen de controlekamer van het ESC-commentaar.

Andere belangrijke Riedel-elementen waren de 1200- en 2300-serie SmartPanel-gebruikersinterfaces, uitgerust met software-apps om extra functionaliteit te bieden boven hun primaire doel als intercompanelen. De productie gebruikte ook 64 Riedel Bolero draadloze intercom beltacks. Om een veilige productieomgeving te bieden en te behouden, volgde Riedel strikte afstands- en preventiemaatregelen binnen de bubbel en ontwikkelde een complex accreditatie-front-end en toegangscontrolesysteem, op basis van de resultaten van de 26.000 COVID-19-tests die bij al het personeel zijn afgenomen. De op RFID gebaseerde oplossing omvatte automatische de-activering van accreditaties na 48 uur, met reactivering bij indiening van een negatief COVID-testresultaat.



Vertrouwd draadloos (Shure)

Ampco Flashlight (en daarmee het Eurovisie Songfestival) vertrouwde op de draadloze systemen van Shure voor de 39 delegaties in heel Europa. Er werd gekozen voor Shure Axient® Digital Wireless System om een feilloze audio-kwaliteit te garanderen tijdens alle optredens. Axient Digital is ontwikkeld met input van de beste audioprofessionals en levert een uitstekende signaalkwaliteit die zelfs in de meest drukke RF-omgevingen presteert. Het is ontworpen om controle en schaalbaarheid te maximaliseren en tegelijkertijd stabiliteit, bereik en helderheid te bieden die een vlekkeloze uitvoering in de meest veeleisende draadloze behoeften overtreft. Ontworpen met flexibele hardware-opties en geavanceerde connectiviteit, bracht Axient Digital de meest innovatieve geluidstechnologie naar het grootste Europese muziekevenement.

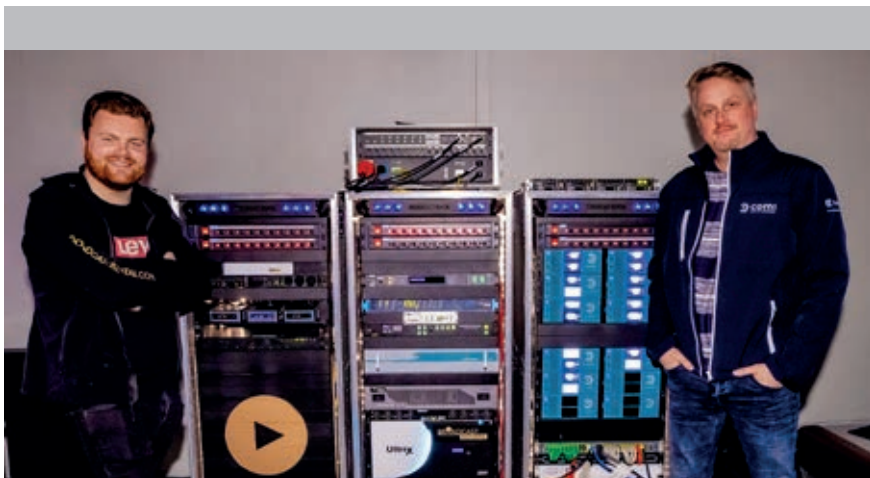
"Met Shure's Axient Digital en PSM1000 hebben we de juiste materialen gevonden om dit grote Europese evenement perfect te kunnen monitoren en coördineren, waar geluidskwaliteit en spectrumefficiëntie de sleutel tot succes zijn", vertelt Aart Heus, Wireless Coordination Technician bij Ampco Flashlight. "Voor mij is Shure Wireless Workbench de meest geschikte software hiervoor. De hardware geeft mij vertrouwen en betrouwbaarheid in een show van dit formaat."

Het Eurovisie Songfestival vertrouwde op Shure met Axient Digital waaronder:

- 20 Axient Digital AD4Q Vierkanaals quad-ontvangers
- 20 Axient Digital ADX2FD draadloze microfoonzenders inclusief ShowLink® afstandsbediening
- 70 P10R+ Diversity Bodypack IEM Receivers

Er werd gekozen voor het Axient Digital draadloze systeem om een vlekkeloze uitvoering te garanderen, niet alleen op het hoofdpodium, maar ook in de repetitieuimtes en het perscentrum. "Het Shure systeem werd door Ampco Flashlight aangeboden als de keuze die aan al onze verzoeken voldeed", vertelt Jeroen ten Brinke, Head of Live Sound bij ESC. "Het feit dat de zenders dubbel uitgevoerd zijn en automatisch kunnen wisselen van frequentie indien nodig, is een geweldige feature. Bij deze opdracht draait alles om de zekerheid."

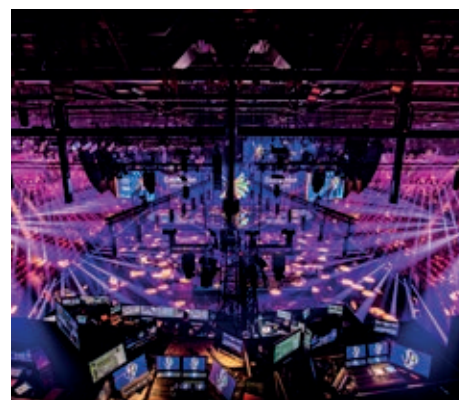
COVID-veilig werken betekende goed nadenken over hoe om te gaan met microfoons, in ear-body packs en handhelds: "Buiten de prima prestaties qua audio en verbindingen van het Shure Axient systeem, hield de apparatuur het ook heel goed vol met alle kopreiniging en extra aan- en loskoppelen, wat vanwege het reinigen de hele periode moest gebeuren", vertelt Jeroen ten Brinke. "Thijs (Peters, Head of Broadcast Sound) en ik hebben nauw samengewerkt om de juiste mensen voor de juiste positie te kiezen, waarbij broadcast en live sound nauw met elkaar verbonden zijn. Om zowel een geweldige liveshow als een perfect tv-showgeluid te hebben. We hadden een geweldige crew en daardoor ook een prima eindresultaat!"



REMOTE GREEN ROOMS

Broadcast Rental en Com1 Communication Solutions sloegen de handen ineen voor de totstandkoming van de innovatieve Remote Green Rooms van het Eurovisie Songfestival. De vraag was: stel dat de artiesten niet naar Rotterdam kunnen komen, hoe maken we dan toch dit Songfestival mogelijk? Want afgezien van de registratie van de optredens die worden uitgezonden, wil je de artiesten natuurlijk ook kunnen spreken voor de gewenste interactie. Er moest een manier komen waarbij de landen die niet in Rotterdam aanwezig waren, of in quarantaine moesten in hun hotelkamer, alsnog aan de show konden deelnemen door middel van een remote online oplossing van broadcast-kwaliteit. Bij voorkeur niet via het Eurovisienetwerk en de bijbehorende dure satellietverbindingen, waarbij mankracht, veel techniek en planning nodig is. Daarnaast was het wenselijk dat er snel op de situatie geanticipeerd kon worden als bijvoorbeeld één van de deelnemende landen met een coronabesmetting te maken zou krijgen, vlak voor de show.

Uiteindelijk kwam Broadcast Rental in overleg met de organisatie uit op een innovatieve conference call-achtige oplossing. Waarbij landen met hun eigen camera en microfoon connectie konden maken met ons platform. Daarvoor werd de hulp ingeschakeld van IT-partner Com1 Communication Solutions (C1CS) en dat bleek een ideale match. C1CS is vaker betrokken geweest bij evenementen waarbij dergelijke oplossingen goed gebruikt zouden kunnen worden. Flexibel audio en video versturen van A naar B zonder kostbare videoverbindingen. Toen die vraag kwam vanuit Broadcast Rental viel het puzzelstukje op zijn plaats en ging men razendsnel ontwikkelen. Dankzij nieuwe, veilige internettechnologie is deze RSU zowel secure en snel als van een hoge kwaliteit. Alles loopt volledig over de eigen infrastructuur en is daarmee goed beveiligd, wat een absolute must was voor de NPO. Een groot voordeel van de geboden oplossing is de latency. Ver voor het daadwerkelijke evenement stond al vast dat de Australische delegatie via het platform van Broadcast Rental & C1CS het woord tot de Eurovisiekijker zou gaan richten. De Australiërs hebben zeer intensief gebruik gemaakt van de remote Greenroom en waren blij met de geboden oplossing en de snelheid ervan: 300 milliseconden delay vanuit Australië is echt heel snel. "Zodra een remote Green Room live geschakeld werd, zorgden wij dat het qua video- en audioschakelingen op rolletjes liep", vertelt Julien Hommes van Broadcast Rental. "We konden met de landen communiceren via onze RTS Omneo Intercom en zetten het signaal dan door naar de schermen en de regiewagens. In één van de cabins bij de venue bouwden we een mini-MCR. Daar stond een deel van onze Flypack met als kloppend hart de Ross Ultrix router die voor alle schakelingen, embedding en de-embedding zorgt. Via de Axon Cerebrum konden we zowel audio als video goed meeschakelen. De Cerebrum is redundant uitgevoerd op twee servers, waarmee we zorgdroegen voor de verschillende N-1's uit de regiewagens, maar we hebben hiermee ook een slimigheid ingebouwd voor het geval we over moesten schakelen naar de back-up regiewagen, dit is dan in één klik gedaan."



Het licht (Ampco Flashlight)

Alle lichtsturing werd gedaan vanaf GrandMA3-tafels: 10 in de FOH en 2 op de vloer. Het virtuele licht in de Augmented Reality werden aangestuurd door verschillende Art-Net universes. Ook was er een koppeling met de Disguise mediaservers om de intensiteit van de LED schermen te regelen en zelfs de verlichting rondom de LED schermen te gebruiken als Ambilight-effect. Om volledig in control te zijn, werd de Ahoy huisverlichting aangesloten op het lichtsysteem. Monitoring van de universes en fixtures gebeurde door dmXLAN, Networkmonitoring via PRTG. Alle armaturen werden geadresseerd via RDM en getest met de FixtureTester App op een mobiel apparaat. Qua netwerk werd zo'n zeven kilometer aan fiber gelegd om alles rond te sturen. Uiteraard volledig redundant.

Showlights:

- 161 x Ayrton Huracán
- 64 x Ayrton Karif
- 220 x Robe LEDBeam 150
- 396 x Robe Spiider
- 140 x Ayrton Mini-Panel FX
- 100 x GLP Impression FR-10 bar
- 35 x Robe Tetra 2
- 481 x Clay Paky XTYLOS
- 40 x GLP JDC1
- 10 x Astera AX-2 bar

Keylights:

- 19 x Ayrton Huracán
- 12 x Robe BFML Followspot LT
- 20 x Robe BMFL WashBeam
- 7 x Litra Studio
- 45 x Robe BFML WashBeam (audience)
- 47 x Robe BMFL WashBeam (greenroom)



“HET EVENT KAN ZOVEEL MEER BETEKENEN”

Na een jaar wachten was het in mei dan eindelijk zover: het Eurovisie Songfestival vond plaats in Rotterdam Ahoy. De organisatie van editie 2020/2021 wilde het echter over een andere boeg gooien en vroeg bureau Fronteer uit Amsterdam om een nieuwe en creatieve strategie te ontwikkelen.

Zaterdag 23 mei keken maar liefst 183 miljoen Europeanen naar het Eurovisiesongfestival dat door Nederland in Rotterdam werd georganiseerd. Vanwege de coronacrisis moesten alle delegaties uit de verschillende landen gedurende hun verblijf in Rotterdam in een eigen bubbel blijven en werden alle betrokkenen regelmatig getest. Omdat het een Fieldlab-experiment betrof, moesten alle toeschouwers aantonen dat ze minder dan 24 uur van tevoren negatief waren getest. Ook waren er bij de repetities, de twee halve finales en de finale per keer slechts 3.500 toeschouwers aanwezig.

MUZIEK VOOROP

De coronacrisis was niet de enige reden waarom het Eurovisie Songfestival op een aantal punten afweek van voorgaande jaren. Al in 2019 had de organisatie besloten dat de Nederlandse editie het over een andere boeg zou gaan gooien. “Omdat men in 2019 het vermoeden had dat Nederland zou gaan winnen, liep er in Tel Aviv al een delegatie rond om te

kijken hoe het festival daar was georganiseerd”, vertelt Hein van Es van bureau Fronteer. “Hetzelfde zag je in mei ook in Rotterdam met delegaties van Frankrijk en Malta. Eén jaar om een dergelijk festival te organiseren is namelijk erg kort. Ondanks het feit dat het festival volgens een vast en omvangrijk draaiboek wordt georganiseerd, is er op een aantal punten wel degelijk ruimte voor een organiserend land om er een eigen draai aan te geven. Je kunt tijdens het stemmen kiezen voor een concert van een internationale popster zoals Madonna die in Tel Aviv optrad, of een combinatie van muziekstijlen zoals een jonge popartiest die wordt begeleid door een groot orkest. De organisatie van het festival in Rotterdam wilde dat tijdens hun editie de muziek weer voorop kwam te staan.”

BRAINSTORMEN MET EXPERTS

Voor het realiseren van een creatieve kapstok voor dit nieuwe format, klopte de organisatie aan bij bureau Fronteer. Dit bedrijf is gespecialiseerd in het

DIT DEED ROTTERDAM ANDERS
Elk jaar wil het organiserende land een visitekaartje afgeven met hun versie van het Eurovisie Songfestival. Ondanks het feit dat het draaiboek van producent European Broadcast Union vrij vast en omvangrijk is, was er voor Rotterdam zeker ruimte om er een eigen draai aan te geven.

-Het presentatieteam werd aangevuld met een bekende influencer om het festival voor de jeugd aantrekkelijker te maken. Nikkie de Jager verzorgde op haar eigen kenmerkende manier diverse Eurovision Tutorials en enkele backstage interviews met verschillende deelnemers en zelfs koningin Máxima.

-Presentatrice Edsilia Rombley nam backstage de kijkers mee door bij de cabines van twee buitenlandse tv-commentatoren aan te kloppen. Ook deed zij een variant van de populaire serie 'Carpool Karaoke' van de Engelse presentator James Corden en haalde zij met de auto enkele oud-winnaars van het songfestival op.

-De delegaties van de verschillende landen namen dit jaar niet plaats in de green room maar in de zaal voor het podium. Dit was vanwege het beperkte publieksaantal mogelijk.

-Er werden diverse ingezonden filmpjes getoond van fans die hun favoriete liedje meezongen. Ook kwam er een top drie van beste covers voorbij.

-Eén van de pauze-acts tijdens de finale werd verzorgd door dj Afrojack, Glennis Grace, Wulf en het Rotterdams Filharmonisch Orkest. De Erasmusbrug werd door middel van augmented reality op het podium geprojecteerd.

bedenken van innovatiestrategieën voor bedrijven in diverse sectoren. "We kijken naar de toekomst van de sector waarin het bedrijf of de organisatie actief is, wat hun rol hierin kan zijn, hoe een bedrijf zich het beste kan positioneren en welke producten en diensten hierbij horen. Daarbij staat co-creatie centraal. Daarom hebben we vijf zogenoemde connectors in dienst die voor elk project op zoek gaan naar diverse experts van buiten de betreffende branche die we vervolgens betrekken. Wanneer je binnen je eigen team brainstormt, maak je namelijk steeds dezelfde denkstappen, terwijl perspectieven van buitenaf juist helpen om verder te denken en tot nieuwe inzichten te komen. Juist deze aanpak trok de organisatie van het Songfestival aan."

MAGIC 100

Voor de nieuwe versie van het festival stelde bureau Fronteer de Magic 100 samen. Dit is een groep van honderd mensen, bestaande uit BN'ers en minder bekende mensen uit de Nederlandse muziek, cultuur, politiek, mode en media.

"Dat waren usual suspects zoals Emma Wortelboer die in 2019 de punten voor Nederland mocht geven, maar ook experts zoals Kim Putters (Sociaal Cultureel Planbureau), Alexander Klöpping (Blendle) en minister van Gehandicapte

Zaken Rick Brink. Ook hebben we fanclubs benaderd en straatinterviews gehouden." Deze club mensen kwam gedurende zes sessies bij elkaar om hun input te geven. "De uitkomsten van deze sessies hebben we verzameld in een document dat als kapstok diende voor allerlei aspecten van het organisatieproces zoals het logo, de visuals, de regie, decorbouw en de pers. De uitkomst van de Magic 100 vormde

uiteindelijk de build up naar het thema Open Up. Omdat het festival in 2020 niet doorging, hebben we de Magic 100 na de zomer van vorig jaar om aanvullende input gevraagd."

AUTHENTIEK EN OPEN

De boodschap die Fronteer namens de Magic 100 aan de organisatie meegaf, kan in vier kernwoorden worden samengevat. "Het moest een open festival worden, een



Hein van Es





spetterend feest waar Nederland zich in zou herkennen en Europa door zou worden verrast. Dus niet de focus op Nederland, maar op Europa. Daarnaast moest het een innovatief festival worden dat slimmer en duurzamer georganiseerd wordt. Ook diversiteit was een kernwaarde die de Magic 100 deelde en daar was de organisatie zelf ook op gebrand. Zo kwamen we met het idee om de presentatie wat diverser te maken, dus niet alleen maar beelden van de voorkant en van uit het publiek, maar ook backstage met behulp van camerawissels of zelfs het gebruik van handcamera's. En waarom zou je de delegaties, die normaal gesproken na hun optreden plaatsnemen in the green room, niet gewoon op hun eigen bank in de zaal kunnen laten plaatsnemen en hen onderling meer met elkaar laten optrekken? Ook het publiek moest wat meer een afspiegeling worden. Daarom koos de organisatie ervoor om een deel van de kaarten te reserveren voor inwoners van Rotterdam. Om de jeugd te enthousiasmeren voor het festival, raadden we aan om samen te werken met bekende influencers." Ten slotte kwam ook authenticiteit om de hoek kijken. "Het script ligt weliswaar grotendeels vast, maar er is wel degelijk ruimte voor oprechte

vragen in plaats van gescripte grappen. Het overproduceren kan op een aantal punten best worden losgelaten. Het mag mensenwerk blijven."

MEER BETEKENEN

In hoeverre de organisatie de adviezen van de Magic 100 uiteindelijk over zou nemen, was voor Hein en zijn team op de dag van dit interview nog gissen. "Vanwege de coronamaatregelen was er sowieso minder mogelijk, ook binnen het vaste format. Welke afwegingen de organisatie uiteindelijk heeft gemaakt en in hoeverre het document uiteindelijk een rol heeft gespeeld, weten mijn collega's en ik niet precies. De keuze om influencer Nikkie de Jager als presentator aan te trekken was in ieder geval uitstekend. Zij trekt een jong publiek aan, heeft een goed netwerk en veel credibility. Ik hoop dat de komende jaren bij elk winnend land meer ruimte is voor Europa en dat dat de kijkers meer aanspreekt. Voor veel mensen is het kijken van het Eurovisie Songfestival toch een beetje een guilty pleasure. Het festival heeft een beetje de status van een cult event, maar het kan zoveel meer betekenen."



DE LAURENSKERK ROTTERDAM: ONTMOET HISTORIE - CREEËR TOEKOMST!

Midden in de bruisende architectuurstad Rotterdam is er een plek te vinden waar de klok wat langzamer lijkt te tikken. De Laurenskerk Rotterdam, het enige middeleeuwse gebouw dat fier overeind blijft in de nieuwe stad van beton, glas en staal. De hoge ramen, indrukwekkende gewelven, het grootste orgel van Nederland en schitterende kroonluchters bepalen de sfeer. Een rustpunt in de jachtige stad en het leven. Waar een moment van contemplatie bijna vanzelfsprekend is. Een gebouw dat inspireert. Wij zijn er trots op dit monument ook vandaag de dag nog steeds een belangrijke functie in Rotterdam vervult.

De Laurenskerk waar u en uw gasten in historische context tijdens een congres kunnen brainstormen over de toekomst. Maar waar u ook feestelijk zaken kunt doen tijdens een jubileum, receptie of diner. Uw gasten zullen een dergelijke bijeenkomst niet snel vergeten. De Laurenskerk Rotterdam heeft de ruimte en ervaring om uw ideeën om te zetten en uw evenement tot een groot succes te maken. Wij regelen graag alle praktische zaken voor u, zoals techniek en catering.

De Laurenskerk ligt in het centrum van Rotterdam en is uitstekend bereikbaar met het openbaar vervoer. Er zijn verschillende parkeergarages op korte loopafstand voorhanden. Ook liggen er verschillende hotels op loopafstand van de Laurenskerk.

www.laurenserkerkrotterdam.nl



CONGRESBUREAU REGIO VENLO VAN START

Op maandag 12 juli is het startschot gegeven voor het Venlo Convention Bureau, dat de regio Venlo gaat presenteren als de ideale bestemming voor congressen en zakelijke bijeenkomsten. Het initiatief is afkomstig van een grote groep hoteliers, evenementenlocaties en citymarketingorganisatie Venlo Partners en wordt ondersteund door de gemeente Venlo.

Marcel Tabbers van Venlo Partners: "In de compacte en historische Venlose binnenstad zijn tal van faciliteiten die uitstekend geschikt zijn voor bijeenkomsten in de zakelijke markt. Denk aan de Maaspoort, Domani, CityCinema en Limburgs Museum. Daarnaast zijn er tal van hotels waar zakelijke gasten uitstekend ontvangen kunnen worden."

Boy Haenen, projectleider van het Venlo Convention Bureau: "In Venlo en de omliggende gemeenten Horst aan de Maas en Peel en Maas zijn liefst 22 locaties bij het initiatief aangesloten. Daaruit blijkt de wens om gezamenlijk deze aantrekkelijke regio, met veel bedrijvigheid op het vlak van agro/food, logistiek, maakindustrie en toerisme nog meer bekendheid te geven. De diversiteit is groot met hotels en evenementenlocaties in het gezellige stadscentrum of het natuurlijke buitengebied, modern of historisch, groots of intiem."

Venlo Convention Bureau heeft zich ten doel gesteld binnen twee jaar 4.000 nieuwe zakelijke bezoekers te ontvangen en 2.000 hotelovernachtingen te realiseren.

www.venloconventionbureau.nl

MAAK KENNIS MET DE WEBSITE

Op www.meetingmagazine.nl vind je altijd het actuele nieuws uit de MICE-branche. Heb je zelf iets interessants te melden zoals een jubileum, een bijzondere bijeenkomst, een uitbreiding van het team, een nieuw initiatief of een nieuw product of dienst? Meeting Magazine publiceert dit graag voor je op de website. Persberichten kun je doormailen naar hoofdredacteur Sofie Fest via sofie@vanmunstermedia.nl.



NOVOTEL AMSTERDAM SCHIPHOL AIRPORT OPENT MULTIFUNCTIONELE EVENEMENTENLOCATIE THE B HOUSE

"GEWONE HOTELS ZIJN ER AL MEER DAN GENOEG"

Sinds de opening van het Hoofddorpse Novotel Amsterdam Schiphol Airport spelen bijen een prominente rol in het hotel. Deze insecten zijn dan ook de inspiratiebron geweest voor The B House, een gloednieuwe, social events- en meetinglocatie die is voorzien van een indrukwekkende hoeveelheid plug and play AV.

Corona vraagt om de nodige creativiteit van hoteliers, zeker als je een nieuwe locatie te promoten hebt. Voor de lancering van The B House liet Novotel Amsterdam Schiphol Airport een bijzondere animatievideo maken waarin een honingbij de kijkers meeneemt door het hotel, met als hoogtepunt The B House. Deze inpandige locatie heeft een oppervlakte van 260 m², een nokhoogte van 7,5 meter en is vormgegeven als een glazen kas, gemaakt van zwart gepoedercoated staal. "De inrichting is speels en fris; met verschillende soorten lampen in de vorm van honingraten, meubels met een natuurlijke look and feel, een groene achterwand en veel daglicht", vertelt General Manager Floris Licht. Wat de nieuwe locatie extra bijzonder maakt, is de plug and play AV. "The B House is uitgerust met een ledwall van 15 m² en diverse trussen voor lampen en eventuele extra AV. Met behulp van een iPad kan de host van het

event heel gemakkelijk zelf het volume, de verlichting en de doeken bedienen. Dit alles zit standaard bij deze locatie inbegrepen, terwijl je hier bij andere locaties een meerprijs voor moet betalen. The B House is naast divers dus ook betaalbaar."

NAAMGEVER

The B House is vernoemd naar de honingbijen die sinds de opening van het hotel een vaste plek in het pand hebben. In het hoogseizoen zijn dit er maar liefst 500.000. "De bijenpopulatie in Nederland is in gevaar en dat heeft impact op onze voedselvoorraad. Om hen te helpen, hebben we in 2016 acht bijenkasten in de hoteltuin en op de sedumdakken van de grote vergaderzalen geplaatst. Twee van deze kasten hebben na het voltooien van de bouw weer een plekje tussen The B House en het restaurant gevonden. In de foyer van deze nieuwe locatie kun je





straks dus achter glas de bijen van het vriendelijke Groningse ras Buckfast zien vliegen.” Inmiddels hebben tien andere hotels van Accor ook deze kasten geplaatst en draagt imker Erik Dolstra van MeerBijen zorg voor alle hotelbijen. De honing wordt gebruikt voor ontbijt, lunch, diner en zoetigheden. Ook wordt er een eigen Accor Honeybee-r mee gebrouwen.

SOCIAL EVENTS

Met de introductie van deze nieuwe eventlocatie wil het hotel in Hoofddorp een nieuw type events aantrekken. “Denk aan feesten, gala’s en partijen, maar ook aan productlanceringen voor nieuwe elektrische auto’s die eenvoudig vanuit de garage door de dubbele deuren naar binnen gereden kunnen worden. Ook komen de bruidsmodeshows inclusief catwalks - die we al eerder hebben mogen verzorgen - hier nog beter tot hun recht vanwege de mooie setting en het daglicht. Daarnaast zijn we vanaf nu een officiële trouwlocatie. Je kunt bijvoorbeeld de ceremonie en het diner in The B House organiseren en tussendoor borrelen op het Galaxy Deck.”

VIER GROTE ZALEN

Met de komst van The B House zijn er ook meer mogelijkheden voor wat betreft de grote en complexiteit van de gebruikelijke evenementen. “We hebben al ruime

ervaring met congressen, vergaderingen en andere bedrijfsevents. Deze vonden tot op heden altijd plaats in een van onze 17 zalen van verschillende afmetingen op de eerste verdieping, waaronder onze balzaal van 420 m². Met de komst van The B House hebben we nu drie zalen met een oppervlakte tussen de 240 en 420 m², waarbij de balzaal eventueel nog in twee zalen van 210 m² opgedeeld kan worden. We kunnen voor events tot 400 personen nu dus echt alle kanten op.”

ONDERSCHIEDEND VERMOGEN

Het bijzondere verhaal achter The B House heeft de aandacht getrokken van diverse eventmanagers. De eerste kleine events beginnen nu weer plaats te vinden. Het grotere werk staat pas gepland voor na de zomer. “Als hotel moet je jezelf continu uit blijven vinden, zeker gezien het feit dat het aanbod aan hotels en locaties groeit terwijl de vraag nog steeds op een erg laag niveau ligt. Door middel van storytelling en de flexibele plug and play AV blijven we ons met The B House onderscheiden in de markt.”

Ook richting de leisure hotelgasten is goed nagedacht over de positionering van het hotel. “We hebben tijdens corona bijvoorbeeld het terras aangepakt en uitgebreid. Ook is het aantal gerechtopties inclusief animaties van Le Petit Chef verhoogd van vier naar negen. Le Petit Chef is een geanimeerde 3D-diner ervaring waarbij 4K beamers voorafgaand aan elke dinergang een animatie op tafel projecteren die betrekking hebben op het eten en de avonturen van deze kleine chef-kok.”

Daarnaast biedt het hotel gasten in samenwerking met VRcafe Haarlem straks de eerste Hotel VR-gaming experience aan. “Deze VR games kunnen gasten spelen op de eigen kamer of op het Galaxy Deck op de begane grond waarbij we dan ook een hapje en drankje kunnen serveren. In totaal zijn er meer dan veertig games en escape rooms beschikbaar. Op die manier laat je zien dat een hotel veel meer kan zijn dan enkel een kamer, met douche en ontbijt. Gewone hotels zijn er al meer dan genoeg.”

thebhouse.nl



Bourg Saint-Pierre, wandeling met Bernhardhonden
@Iris Kueschner www.powerpress.ch



Stiftung Kartause Ittingen
@Zwitsersland Toerisme
Ivo Scholz

PLAN HET VOLGENDE EVENEMENT IN DE ZWITSERSE NATUUR

Waar anders dan in Zwitserland vind je een weldadig klimaat met zuivere berglucht, fris, schoon water, rustgevend alpenweiden en geestverruimende vergezichten over meren, bergen en valleien? Hier vind je de perfecte balans tussen werk en herstel, inclusief een breed scala aan mogelijkheden voor deze evenwichtsoefening! In dit artikel stellen we twee bijzondere locaties aan je voor.

MONTAGNE ALTERNATIVE

Montagne Alternative biedt een uniek hotelconcept waarmee je echt teruggaat naar de natuur. Het zijn in de eerste plaats oude boerenschuren, die zijn gerenoveerd volgens strikte Walliser tradities. De accommodaties liggen op 1.450 meter hoogte in het charmante gehucht Commeire, naast Orsières in het hart van Pays du Saint-Bernard in de regio Wallis.

LUXE ACCOMMODATIE

De omgebouwde boerenschuren zijn veranderd in luxe accommodaties. Zo vind je in Montagne Alternative drie losstaande boerenschuren: chalet Six Blanc (zes personen, drie slaapkamers), chalet Rogneux (acht personen, vier slaapka-

mers) en chalet Barbey (tien personen, vijf slaapkamers). Alle chalets hebben een zitkamer met open haard en een lounge-gedeelte, een eetkamer met volledig uitgeruste open keuken, terras en balkon. De slaapkamers hebben een eigen badkamer en zijn voorzien van een tweepersoonsbed of twee eenpersoons bedden. Daarnaast heeft Montagne Alternative veertien tweepersoonskamers met eigen badkamer.

VERGADERRUIMTE

Er zijn twee volledig uitgeruste, gerenoveerde, modulaire vergader ruimten. Ze bieden plaats aan maximaal veertig deelnemers en beide hebben een verkwikkend uitzicht op de omliggende

bergen. Of trek erop uit en organiseer een workshop in de open lucht.

ACTIVITEIT

Verscholen in de heuvels aan de voet van de Mont Blanc ligt Pays du Saint Bernard. In het kale berglandschap van de Grote St. Bernhard staat het hospitium waar Napoleon met zijn leger aan de ontberingen van de oorlog probeerde te ontsnappen. Hier fokten monniken Sint Bernhard-honden; in eerste instantie als lastdragers, daarna als lawinehonden. Vandaag de dag kan men de dieren boven op de pas bewonderen. Een onvergetelijk hoogtepunt zijn de wandelingen van anderhalf uur onder begeleiding van de Sint Bernhard-honden, samen



Montagne Alternative
@Valais/Wallis Promotion Pascal Gertschen



met iemand van de Barry Foundation. Hier ervaar je de vitaliteit en rust van de natuur net buiten de deuren van jouw kamer.

HOTEL KARTAUSE ITTINGEN***

Dit hotel is gevestigd in een voormalig klooster van 800 jaar oud. Hier is ruimte voor echte creativiteit: in de authentieke ambiance van het vroegere klooster, omgeven door ongerepte natuur en verzorgde ruimten, kunnen nieuwe ideeën ontstaan. Hotel Kartause Ittingen bevindt zich in Warth-Weiningen, slechts op enkele minuten afstand van Frauenfeld en de Bodensee. Het congrescentrum heeft 25 vergaderzalen. De 68 hotelkamers garanderen een aangename nachtrust in een eenvoudig-moderne ambiance. De historische gebouwen, de binnenplaats en de uitgestrekte tuinen bieden een elegante atmosfeer voor alle soorten evenemen-



Warth-Weiningen, Kartause Ittingen
@Zwitserland Toerisme Tina Sturzenegger

ten. Het restaurant en de winkel werken met producten uit eigen bedrijf: brood en banket, bloemen, vlees, kaas wijn en zelfgekweekte forellen. Tevens heeft het hotel een eigen zuivelfabriek.

MUSEA

Het Ittinger Museum en Kunstmuseum Thurgau liggen beide in hetzelfde gebouw. In het Ittinger Museum komen de geschiedenis van de plaats en de kenmerken van de kartuizerorde uitgebreid aan bod. De fresco's van de kerk in rococostijl vertellen het verhaal van de heilige Bruno, die in de middeleeuwen de kartuizerorde heeft gesticht. Het Kunstmuseum Thurgau biedt met zijn hoogwaardige verzameling en aantrekkelijke wisseltentoonstellingen een boeiende tegenpool voor het verleden van het voormalige klooster.

ACTIVITEITEN

Zelf aan de slag gaan kan in de ideeënwerkplaats. Ook is het mogelijk om een rondleiding door de kelders te volgen met proeverij van eigen wijnen, zelf kaas te maken of een workshop te volgen in Kunstmuseum Thurgau. Wie wat tijd voor zichzelf wil, kan een boswandeling maken of mediteren in het tijmlabyrint of in een stilteruimte.

Benieuwd naar de mogelijkheden die Zwitserland biedt? Het Switzerland Convention & Incentive Bureau geeft onafhankelijk advies en informatie. Deze service wordt kosteloos en vrijblijvend verleend aan opdrachtgevers en eventprofessionals.

Kijk voor meer informatie op [MySwitzerland.com/meetings](https://www.myswitzerland.com/meetings) of neem contact op via scib.nl@switzerland.com / 020 620 92 29.



Stiftung Kartause Ittingen
@Zwitserland Toerisme
Ivo Scholz



Vlnr: Charles Beckers - Business Development Manager MECC Maastricht, Nienke Hagenbeek, Patricia van Wijngaarden-Cremers en Rutger Jan van der Gaag - het bestuur van de Nederlandse afdeling van de International Association for Women's Mental Health, Niels Klinkhamer - Managing Director Klinkhamer Group

MAASTRICHT ZIET INTERNATIONALE CONGRESMARKT HERSTELLEN

"DE CONGRESMARKT TREKT AAN"

Maastricht bereidt zich voor op een mooi congresjaar in 2022. Onder andere het World Congress on Women's Mental Health zal in november in het vernieuwde MECC Maastricht worden gehost.

Congress on Women's Mental Health sprong op het oog van Charles Becker, Business Development Manager bij MECC Maastricht. Een congres dat georganiseerd wordt door de Amerikaanse vereniging IAWMH (International Association of Women Mental Health) "De Noord-Amerikaanse congresmarkt is voor ons ontzettend interessant omdat de associatiemarkt van het land een grote focus heeft op Europa en hun deelnemers tevens bereid zijn om het continent te verlaten voor een internati-

onaal congres. Toen ik mezelf meer in het congres verdiepte, benaderde ik Rutger Jan van der Gaag, emeritus hoogleraar Kinder- & Jeugdpsychiatrie Radboudumc die al een aantal maal had deelgenomen aan het World Congress on Women's Mental Health. Hij is tevens voorzitter van de Nederlandse Vereniging voor Psychiatrie geweest, met wie wij destijds het contract sloten om elk jaar hun voorjaarscongres (met veel plezier) te hosten. Bovendien zit hij samen met Patricia van Wijngaarden-Cremers en Nienke

Hagenbeek in het bestuur van de Alliantie Gender en GGz, de Nederlandse afdeling van de GGz."

VOORSTEL

Met hulp van Charles Beckers en Niels Klinkhamer, Managing Director Klinkhamer Group - die al zeven jaar PCO is van het NVvP congres - besloot het Nederlandse bestuur een voorstel in te dienen. "Maastricht ligt midden in het centrum van Europa en voelt een beetje aan als buitenland", vertelt Nienke. "Bovendien is het er erg gezellig. Wanneer je een congres in Amsterdam organiseert, slapen de Nederlandse deelnemers vaak thuis. In Maastricht blijven de mensen mede vanwege de goede sfeer wel overnachten. Bovendien is MECC Maastricht een prachtig congrescentrum met veel mogelijkheden voor een vernieuwend programma met breakouts rond verschillende thema's." Voor het bid besloot Charles een platform op te richten met lokale, regionale of nationale helden die betrokken zijn bij het thema van het congres. "Omdat de IAWMH zich inzet voor de verbetering van de geestelijke gezondheid van vrouwen over de hele wereld, hebben we een netwerk van vrouwen gecreëerd die het congres ondersteunen. In Maastricht



zijn veel heldinnen actief, waaronder burgemeester Annemarie Penn-Te Strake, Rianne Letschert (rector magnificus Universiteit Maastricht), Helen Mertens (voorzitter van Raad van Bestuur van het Maastricht UMC+) en Edith Schippers (president DSM Nederland)."

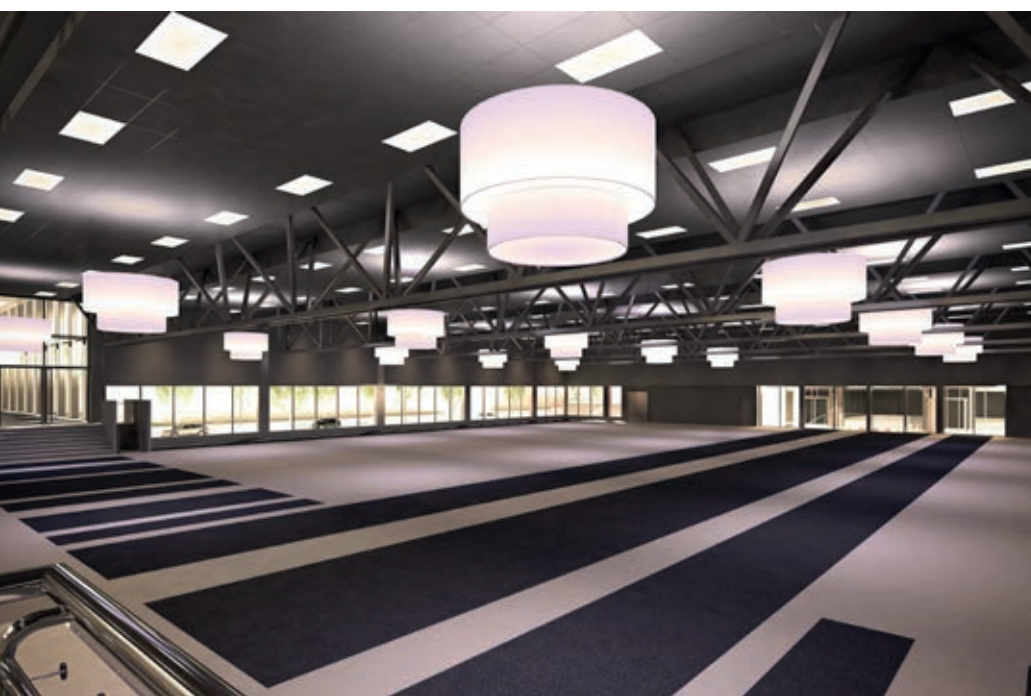
VERPLAATST NAAR MAASTRICHT

Het voorstel werd tijdens de achtste editie van het congres in Parijs gepresenteerd en viel in de smaak. In eerste instantie moest het bestuur tot 2027 wachten om de bezoekers in Maastricht te mogen verwelkomen.

Corona veranderde de plannen in het voordeel van deze stad. "Vanwege de uitbraak van de pandemie ging de negende editie in 2021 in Melbourne niet door", vertelt Patricia. "De afdeling in Australië vond het daarnaast erg lastig om in te schatten of de ongeveer 1.200 internationale deelnemers in 2022 wel af zou kunnen reizen naar Melbourne. Vervolgens kregen wij een telefoontje met de vraag of de negende editie in 2022 toch in Maastricht kon plaatsvinden. Ik had toen al het voornemen om de bal hoog te houden en zoveel mogelijk professionals uit zoveel mogelijk domeinen bij het congres te betrekken, waaronder de vakverenigingen voor Psychiatrie, de psychologen en verpleegkundigen, maar ook maatschappelijke organisaties zoals Women Inc. En vooral ook belangengroeperingen (de patiënten vereniging MIND en Samen Sterk Zonder Stigma). Inmiddels is er een enorm netwerk ontstaan, een Alliantie Gender en GGz."

DRAAGVLAK

Charles en Niels werden opnieuw benaderd met de vraag of zij voor het congres in 2022 een deel van de organisatie van het congres op zich wilden nemen. Op aanraden van Niels richtte het bestuur een stichting op. "Het grote voordeel van een stichting is dat je niet alleen juridisch draagvlak hebt, maar ook je toekomstige activiteiten vanuit de alliantie hierin kunt onderbrengen. In april 2022 zal er bijvoorbeeld tijdens het NVvP jaarcongres alvast een minisymposium over dit onderwerp georganiseerd worden. Het mooie van





deze alliantie is ook dat het een vliegwieleffect heeft. Zo kwamen we met het idee om tijdens het congres een alliantieplein in te richten voor de stakeholders en sponsors. Dat spreekt enorm aan en men wil graag aanhaken." Charles knikt: "Het IAWMH heeft zo een krachtig platform waarmee je een legacy in Nederland kunt nalaten. De stichting kan dienen als een soort ecosysteem specifiek gericht op vrouwen."

FYSIEK CONGRES

De negende editie van congres staat als fysiek event gepland van zondag 6 tot woensdag 9 november 2022. "We hebben weliswaar scenario's voor een online en hybride variant, maar in principe gaan we uit van een fysiek congres", vertelt Niels. "Wanneer je meerdere opties hanteert, is het belangrijk om op tijd een keuze te maken, anders drukt dit te veel op de begroting. Indien het tegen die tijd nodig is, kijken we of we het event gaan cancelen en uitstellen of kiezen voor een online variant. En dan kunnen we eventueel van tevoren sessies opnemen of sprekers live online laten deelnemen. MECC Maastricht heeft in ieder geval al bewezen dat ze uitstekend in staat zijn om alternatieve opstellingen te creëren." Charles: "We hadden vorig jaar al vrij snel ons 'Be Smart-protocol' uitgerold. Basismaatregelen zoals sanitizers en voldoende ruimte blijven van kracht. Daarnaast letten we tijdens dit congres extra op de veiligheid

van de vrouwelijke deelnemers, onder andere door veilige routes door de stad uit te zetten en de parkeerplekken te verlichten."

HERSTEL

De organisatie van het IAWMH congres past in de tendens die Charles en Niels zien op de herstellende internationale congresmarkt. Niels: "Dankzij onze move naar online hebben we een aantal mooie projecten gehad, maar wij richten onze pijlen nu op de live congressen in 2022 en 2023. We merken dat iedereen de voorkeur geeft aan een fysieke ontmoeting." "De markt trekt inderdaad aan en de agenda's lopen hier vol", knikt Charles. "Je krijgt nu het vliegwieleffect van de uitgestelde congressen die zijn verplaatst naar 2022 en 2023. Steeds meer organisaties zien bovendien Maastricht als een goed alternatief voor de grote steden vanwege de goede prijskwaliteitverhouding. Zelf zie ik de zomervakantie met de vaccinaties en de kleurcodes als een generale repetitie voor het reizen." "Het is natuurlijk afwachten wat de pandemie in het najaar gaat doen", zegt Patricia. "Zelf heb ik goede hoop dat niet alle maatregelen terug zullen keren. Wanneer we in november van dit jaar een nieuw normaal hebben bereikt, zal ook het vertrouwen verder toenemen. Met alle back-up plannen die op tafel liggen, hebben wij als bestuur alle vertrouwen in het congres."



Vier keer live. Ik leef!

Na tien maanden alleen maar Teams-sessies was ik in het donkere regenachtige februari ook af en toe chagerijnig. De bekende korte 'ommetjes' moesten regelmatig verlengd worden tot urenlange avondwandelingen om het negatieve gevoel eruit te marcheren. Maar uiteindelijk was het zo ver. We gaan weer live! Het begon met de beurs EventSummit in Utrecht. Ook al heb ik geen ADHD, toch voelde me ik hyper van blijdschap! Wat een geweldige dag om elkaar weer live te zien en te spreken. Dagenlang heb ik nagenoten.

Uit principe noem ik nooit namen van bedrijven, maar daar ga ik nu een uitzondering op maken. Waarom? Omdat ze een buitengewoon onderscheidend, origineel en memorabel event hebben neergezet waar ik te gast was. 'NXTMICE * Re-Invent' van Postillion: in alle opzichten verrassend en 'eentje die je niet snel vergeet!' Wat een bijzonder live- en online programma. Een reis van onverwachte belevingen en inzichten door het hele hotel eindigend in een magische sfeer. Een middag inspiratie om events 'opnieuw' uit te vinden. Wauw!

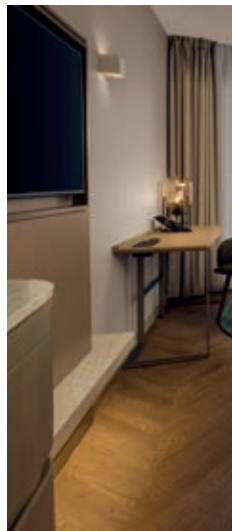
Nog zo'n gigant in de meeting- en eventindustrie die iedereen natuurlijk wel kent: Van der Valk Hotels. Ik ben er deze weken dagenlang zakelijk te gast als trainer. Met een enthousiaste groep 'live' aan de slag. Iedereen geeft aan dit zo enorm gemist te hebben. En wat hebben ze het bij de familie Van der Valk weer perfect voor elkaar! Gewoon een dikke tien als rapportcijfer als het gaat om de faciliteiten, de medewerkers en vooral de culinaire kwaliteit.

Na drie mooie zakelijke live bijeenkomsten maakte ik afgelopen week ook een privé uitstapje naar het mooie Amsterdam. Mijn stad! Na het Rijksmuseum gingen we de stad in. Ik moest nog even wennen dat ik voor twee glazen wijn en zes standaard bitterballen op een krakkemikkig bankje langs de Amsterdamse grachten € 23,50 moet betalen, maar we genoten volop. Het mag en kan weer! Net ingehuurd, nog niet ingewerkte medewerkers deden hun stinkende best om de vele gasten van dienst te zijn. Een medewerkster met een vol blad drankjes maakte een onverwachte pirouette op de straat, verzwikte haar enkel en barstte in huilen uit. Gelukkig hielpen zowel de gasten op het terras als toevallige passanten mee de boel een beetje op te ruimen.

Het is niet alleen live voor ons, maar ook voor de vele medewerkers en teams die dit allemaal mogelijk maken. Respect! Ik hoop dat onze mooie MICE-sector snel weer op de been is. Zeker als het gaat om al die openstaande vacatures die ingevuld moeten worden. Maar dat gaat vast lukken de komende maanden. Hoe mooi je ook alles voor elkaar hebt qua faciliteiten, de 'human factor' maakt het verschil!

Een goede zomer!

Wouter Olland
Marketeer | Sales Management | Trainer



THE MARKET HOTEL

GLOEDNIEUWE LOCATIE IN HARTJE GRONINGEN

Sinds 1 mei van dit jaar is de stad Groningen een hotel rijker. Midden in het bruisende centrum aan de Grote Markt heeft WestCord Hotels The Market Hotel geopend. In deze gloednieuwe locatie kun je het nuttige combineren met het aangename dat deze provinciehoofdstad te bieden heeft.

Wie de Grote Markt van Groningen betreedt, kan niet om The Market Hotel heen. Gelegen tegenover het oude stadhuis en op een paar meter afstand van de Martinitoren, valt het bijzondere ontwerp van de Duitse architect Thomas Müller met gestileerde trapgevels direct op. Ook in het interieur van het hotel vind je historische verwijzingen. “Neem bijvoorbeeld het restaurant dat is vernoemd naar Willem Albert Scholten, de eerste Nederlandse industriële multinational”, vertelt general manager Niek Strous. “Hij bezat fabrieken tot aan Polen en Oekraïne en van 1881 tot 1892 woonde hij op de plek waar nu The Market Hotel staat. Naast de succesvolle bedrijven die hij zelf oprichtte, stapte hij als grootinvesteerder in de Holland-Amerika Lijn. Daarmee is een duidelijke link te leggen met twee andere WestCord Hotels

die verbonden zijn aan deze scheepvaartmaatschappij, namelijk ss Rotterdam en Hotel New York. De verwijzingen naar Albert Scholten en het nautische thema van de HAL zie je met name terug in het behang in de vorm van een grote schelp, maar ook in de vitrines met oud serviesgoed en diverse foto's van de bedrijven van Scholten.”

ZAAL OVER TWEE VERDIEPINGEN

The Market Hotel richt zich met name op de kleine meetings, congressen en bedrijfsevenementen. “In totaal bieden we 160 m² aan vergader- en evenementenruimte, voorzien van alle moderne AV en andere technologie die je vandaag de dag in een modern hotel mag verwachten. De grootste vergaderzaal Hereplein is gelegen op de tweede



verdieping en heeft een oppervlakte van 80 m². Omdat deze zaal twee verdiepingen beslaat, oogt deze extra ruimtelijk. Daardoor komen bijvoorbeeld seminars, kick-off meetings, presentaties en recepties extra tot hun recht. Mocht er meer ruimte nodig zijn, dan werken we samen met het Forum. Dit is een multifunctioneel gebouw op steenworp afstand waarin diverse culturele instellingen zijn gehuisvest. Op de vierde verdieping van ons hotel bevinden zich de twee andere zalen, namelijk Grote Markt (55 m²) en Nieuwe Markt (25 m²). Gekoppeld lenen deze zalen zich ook uitstekend voor trainingen. Zoals de namen al weggeven, zijn de zalen vernoemd naar de pleinen van Groningen."

PRIVATE DINING

Naast multifunctionele, warm ingerichte zalen beschikt The Market Hotel over een private dining ruimte in het restaurant. "Zowel deze ruimte als de rest van Café Willem Albert heeft een laagdrempelig karakter. We serveren er



gerechten volgens de 'nieuwe Nederlandse keuken'; Hollandse gerechten met een moderne twist, waarbij zoveel mogelijk wordt gekookt met lokale ingrediënten. Met dit restaurant willen we de huiskamer van Groningen worden waar iedereen zich thuis voelt. Bovendien beschikt het restaurant over maar liefst twee terrassen, één aan de Grote Markt en één aan de Nieuwe Markt. Ook kun je in het restaurant plaatsnemen aan de bar. Een echte eyecatcher daar is de bijzondere koepel gemaakt van speciaal doek. In het doek is led-verlichting verwerkt dat zich aanpast aan het daglicht."

DAKTERRAS MET PANORAMA-UITZICHT

Gasten die willen overnachten, kunnen terecht in één van de 123 hotelkamers. Ook zijn er één uitgebreide wellnessafdeling inclusief fitnessruimte en eigen bakkerij. "Bakkerij Westers is een verwijzing naar de oprichter van WestCord Hotels. Zijn familie heeft sinds de jaren vijftig op Vlieland de originele bakkerij Westers. Hier kunnen gasten ontbijten, lunchen of rustig werken onder het genot van een kop koffie. Wie weinig tijd heeft, kan een broodje of iets lekkers van de patisserie meenemen." De grootste troef moet volgens Niek nog komen. "Na de zomer kunnen gasten genieten van een lunch, diner of borrel op het dakterras van het hotel. Vanaf dit terras heb je een prachtig panorama-uitzicht over de Grote Markt, de Nieuwe Markt en kijk je recht op de Martinitoren."

GEMOEDELIJKE SFEER

Wie ondanks het prachtige restaurant en het dakterras toch buiten het hotel iets wil ondernemen, heeft volgens Niek meer dan genoeg keuze. "Je kunt een gps-tocht doen, een rondleiding met een gids volgen, de Martinitoren beklimmen, het Forum bezoeken of een rondvaart maken. En dat is slechts een kleine selectie van de mogelijkheden. Ook 's avonds is er genoeg te doen in de stad. Wanneer je dan over de Grote Markt loopt, krijg je direct de kenmerkende, gemoedelijke sfeer van het uitgaansleven mee waar Groningen om bekend staat."

POSITIEVE REACTIES

Hoewel het hotel pas twee maanden open is, zijn de reactie van de gasten nu al lovend. "De eerste honderd reviews gaven ons een gemiddelde score van een negen. Met name de kwalitatief hoogwaardige afwerking van de kamers en de vriendelijkheid van het personeel worden gewaardeerd door onze hotelgasten. Ook de ruime parkeergarage naast het Forum wordt goed beoordeeld. Inmiddels hebben we de eerste zakelijke gasten mogen ontvangen die hier hun boardmeetings en brainstormsessies hebben georganiseerd. Voor na de zomer staan er diverse meetings en evenementen in de agenda. We kunnen niet wachten om aan de zakelijke markt te laten zien hoe trots we zijn op dit nieuwe hotel!"

www.themarkethotel.nl



INTERVIEW CORINE BERKEL, MOOD CONCEPTS

"EVENTS ORGANISEREN BLIJFT MENSENWERK"

Dit jaar bestaat evenementenbureau Mood Concepts uit Eerbeek vijftien jaar. Even was oprichter Corine Berkel bang dat ze het jubileum vanwege de coronacrisis niet zou halen, maar haar team heeft het drukker dan ooit. Een terugblik op vijftien jaar ondernemerschap.

Na haar studie aan de Hotel Management School in Leeuwarden kwam Corine in de wereld van de partycatering terecht. Na haar stage trad zij in dienst bijbij Martinair partyservice waar ze tot 2000 actief bleef, daarna maakte ze een uitstapje met de organisatie van de theatertour van De Kast. "Het was me inmiddels opgevallen dat de cateraar vaak de sluitpost was bij de budgettering

van een event. Ik wilde juist betrokken zijn vanaf het begin van het traject, wanneer er wordt bepaald hoe de budgetten worden ingezet. Daarom besloot ik in 2006 voor mezelf te beginnen. Samen met mijn rechterhand richtte ik aan de keukentafel Mood Concepts op. De eerste twee jaar was het wachten op de grote doorbraak en waren we zelf al blij als we bij wijze van spreken een springkussen en ballonnen mochten

leveren.. In die begintijd werden we vaak uitgenodigd voor verschillende pitches, maar ons bureau werd steeds te klein bevonden. Totdat TenneT ons in 2008 een opdracht gunde en de bal ging rollen. Daarna gingen ook partijen als Bavaria met ons in zee. Het kon voor deze opdrachtgever niet gek genoeg en dat paste perfect bij Mood Concepts."

BRANDING EN CITY RACES

Bavaria werd in die begintijd net als TenneT een van de vaste opdrachtgevers. "In 2009 introduceerde Bavaria diens nieuwe logo. Wij lieten de brouwerij sluiten en 800 medewerkers van Bavaria op pad gaan voor een grootschalige 'omruilactie'. Deze medewerkers gingen met meer dan veertig vrachtwagens en veertien touringcars naar zeventien steden." Het biermerk bezorgde Corine ook een flinke uitdaging in Rusland. "Bavaria was jarenlang als hoofdsponsor verbonden aan de Bavaria City Racing, een Formule 1-demonstratie en parade van internationale raceauto's en coureurs

uit de hoogste raceklassen. Deze demonstraties worden in verschillende wereldsteden georganiseerd. In juli 2011 vond de vijfde editie van Moscow City Racing plaats en verzorgden wij het projectmanagement. Bavaria wilde een shot voor het Kremlin, inclusief branding en een Ferrari. Het is echter lastig zakendoen in de Russische

hoofdstad. Er is veel regelgeving en veel zaken zijn bovendien heel anders geregeld dan hier in Nederland. Ik ondernam drie keer een site visit, waarbij alle communicatie via een tolk verliep. Ik huurde onder andere de rooftop terrace van het Ritz Carlton Hotel aan het Rode Plein af. Nadat de boeking van de Soho Rooms was vastgelegd, deelden zij een paar weken later doodleuk mee dat het terras ineens was verhuurd aan een andere partij. Dat pikte ik niet en vervolgens ben ik vier uur gebleven, net zolang totdat ik mijn locatie terug had. Ook geldzaken regelen was een uitdaging. Ondanks de uitdagingen ben ik wel verliefd geworden op deze stad. Alleen al de metrostations, net musea, zijn de moeite waard om te bezoeken."

EVENTS IN DE ACHTERHOEK

Corine kijkt met veel trots terug op de events die ze de afgelopen vijftien jaar heeft georganiseerd. "Het meest spannend vond ik het werkbezoek van de koning en de koningin aan de Achterhoek in 2014. Dat had vooral te maken met de enorme hoeveelheid beveiliging. Van tevoren hebben we met de RVD alle noodvoorzieningen doorgesproken. Uiteindelijk waren er 1.000 genodigden in de hal aanwezig en is het event goed verlopen. Het was heel bijzonder om het koningspaar te mogen verwelkomen in 'mijn' Achterhoek." Om iets terug te doen voor de regio, schreef Corine in 2016 een bid voor de Special Olympics Nationale Spelen. Het lukte haar om dit event in 2018 naar de regio te halen. "De Special





Olympics Nationale Spelen Achterhoek 2018 lag mij erg na aan het hart. Het was erg mooi om te zien hoe acht gemeenten, de provincie Gelderland, het bedrijfsleven, maatschappelijke partners, organiserende verenigingen en meer dan 1.500 vrijwilligers samenwerkten om het event (inclusief openingsfeest en opvolgingsprogramma om mensen met een lichamelijke en/of verstandelijke beperking in de regio structureel te laten sporten) te laten slagen.”

GOUDEN GIRAFFE

Het winnen van de Gouden Giraffe in 2013 in de categorie effectief beschouwt Corine als één van de hoogtepunten van haar eventcarrière. “Dat was voor Campina Dichtbij, de grootste consumentenactie ooit. 5.000 melkveehouders en 1.200 medewerkers van FrieslandCampina namen deel aan een huis-aan-huis-actie bij 350.000 huishoudens in 139 dorpen en steden in heel Nederland om te laten zien waar de melk vandaan komt. Hiervoor werden 154 vrachtwagens en koelwagens, 822 steekwagens, 175 wijk- en locatiemanagers, 14 cameraploegen,

3 helikopters, 1 regiewagen en 4 satellietwagens, 6.000 actiejacken en caps, 6.500 lunchpakketten en 1.440 heliumballonnen ingezet. Uiteindelijk heeft de actie een mediawaarde van 12 miljoen euro opgeleverd.”

INCASSERINGSVERMOGEN

Wanneer we Corine vragen welke ontwikkeling de grootste impact op haar bedrijf heeft gehad, is dat de coronacrisis. “Ik werd er compleet door overvallen. Bij grote evenementen zoals de opening van de Amsterdam ArenA hadden we destijds wel calamiteitsscenario's opgesteld, maar daar werd natuurlijk nooit een scenario voor de uitbraak van een pandemie in meegenomen. Corona vergt veel van je incasservermogen. Elk event moesten we door de steeds veranderende maatregelen wel vijf tot zes keer opnieuw verkopen. Hadden we een mooie drive thru actie opgezet met een kerstmarkt, dan kwam er weer een persconferentie voorbij die een streep door de plannen zette. Dat heeft me geleerd dat lange termijn denken gedurende een crisisperiode geen zin heeft.”

KWETSBAAR

Net als veel andere evenementenbureaus maakte Corine vorig jaar als één van de eersten de overstap naar online events. Al ging dat niet zonder slag of stoot. “In het derde en vierde kwartaal van 2020 hebben we zeker ons leergeld betaald en zijn we een paar keer flink op onze bek gegaan. In mei hadden we al een platform gekozen voor onze online events, maar uiteindelijk kon deze partij in het najaar niet leveren. Toen moesten we voor de drie online events die in oktober stonden gepland binnen drie weken een nieuw platform zoeken en onze opdrachtgevers informeren. Ook tijdens de online events zelf gingen er vorig jaar wel eens dingen mis. Zo hadden we tijdens een online event aan de presentator in de studio gevraagd om tegen de deelnemers te zeggen dat zij tijdens de break allemaal de camera en het geluid aan moesten laten staan. In plaats daarvan zei de presentator dat de camera’s en het geluid uit moesten. Dan ben je je deelnemers dus kwijt. Online events zorgen

ervoor dat je kwetsbaar bent. Je bent van veel meer factoren afhankelijk zoals de internetverbinding van de deelnemers. Het duurt even voordat je weet wat wel en niet werkt, maar al die kennis neem je mee naar je volgende event. Daardoor konden we uiteindelijk afgelopen januari een fantastisch driedaags online event

organiseren voor KPN Security in samenwerking met Live Legends en Invitado.” Inmiddels is Corine met Mood Concepts een samenwerking aangegaan met Mediacows en DRU Industriepark, de grootste eventlocatie van de Achterhoek. Samen bieden deze partij een platform voor live, hybride en online events.

**MENSENWERK**

Ook een vechtersmentaliteit en een goed adaptatievermogen helpen volgens Corine om een crisis te overleven en in vijftien jaar een mooi bedrijf op te bouwen. “Maar dat vermogen om me aan te passen, zet ik wel in op de juiste momenten in. Wanneer een opdrachtgever niet snapt wat mijn rol in het organisatieproces is, dan geef ik de opdracht terug. Dat is me in vijftien jaar tijd slechts drie keer overkomen. Het organiseren van events blijft uiteindelijk mensenwerk. Of het nu voor live, online of hybride is, mijn opdrachtgevers moeten het gevoel krijgen dat deze vrouw het voor hen gaat regelen. Het leveren van die toegevoegde waarde, elk event opnieuw, maakt dat ik dit nog iedere dag het mooiste vak vind!”



YOIN-AUDIT BIJ DE BONTE WEVER

"FIJN DAT ER EEN ONAFHANKELIJKE PARTIJ MET ONS MEEKIJKT"

Dit jaar lanceerde CLC-VECTA het nieuwe kwaliteitsmerk YOIN excellent meeting places. Inmiddels hebben de eerste audits plaatsgevonden en hangen de YOIN-borden bij diverse gecertificeerde locaties aan de muur. Meeting Magazine liep een ochtend mee met auditeur Bianca Cuperus bij De Bonte Wever in Assen.

YOIN excellent meeting places is de opvolger van Vergaderhamers. Bianca Cuperus is één van de auditoren die namens YOIN diverse vergader- en congreslocaties bezoekt en aan de hand van een vastomlijnde vragenlijst de locatie inspecteert en gesprekken met het team voert om te bepalen welke venues het kwaliteitsmerk mogen hanteren. "Op dit moment worden alle aangesloten locaties bezocht door een auditeur. Deze audits vormen een nul-meting. Voorafgaand aan het bezoek van de auditeur doen de locaties bovendien een zelf-audit waarbij ze diverse documenten zoals een bewijs van onderhoud van de technische dienst en een bewijs van deelname aan een aansprake-

lijkhedenverzekering moeten meesturen. Dit doen ze via een digitaal dashboard waarin ook de uitslag van de inspectie uitgebreid bekeken kan worden en waar een benchmark te zien is. Deze waardevolle inzichten helpt locatieteams nog beter te worden. De audits vinden om het jaar plaats."

Locaties die gecertificeerd zijn als YOIN excellent meeting place, neemt YOIN vervolgens mee in alle communicatie via eigen kanalen en via samenwerkingspartners zoals Meeting Magazine. "Maar we bieden hen vooral alle handvatten aan om te laten zien hoe je het kwaliteitsmerk omzet in business.

Bijvoorbeeld door het organiseren van diverse workshops en recent bijvoorbeeld middels het aanbieden van een marketingscan. Die scan laat zien waar de ontwikkelbehoefte van locaties ligt op het gebied van (moderne) marketing. De respons bundelen we samen met VenueMarketing.nl tot een whitepaper én als dank voor het meedoen kregen locaties een uurtje één-op-één sparren met VenueMarketing.nl van YOIN cadeau. We stimuleren de locaties ook vooral om YOIN excellent meeting places te noemen via hun online kanalen en tijdens salesgesprekken. Zo zetten we YOIN samen op de kaart."

Voor wie het netwerk verder wil uitbreiden, biedt YOIN excellent meeting places partnerships met korting aan met bijvoorbeeld CLC-VECTA. "Zo ontstaat er community waarin locaties met elkaar in contact komen en van elkaar kunnen leren."

ONAFHANKELIJKE PARTIJ

Volgens Bianca Kuis, revenue manager bij De Bonte Wever, heeft het congres-event- en vergadercentrum sinds 2012 het kwaliteitsmerk. Ze is erg te spreken over de verdere professionaliseringsslag die YOIN excellent meeting places heeft doorgevoerd. "Dat de beoordeling van de kwaliteit en kennis van onze locatie door een onafhankelijke partij wordt

verricht, vind ik heel belangrijk. Zelf zeg je toch minder snel over jezelf dat je goed bezig bent. Het digitale dashboard vind ik erg prettig om mee te werken en ook het workshopaanbod en het community-gevoel dat YOIN biedt, spreken mij aan." "De Bonte Wever biedt natuurlijk meer faciliteiten zoals een zwembad, een fitnessruimte, een restaurant en viersterren hotelkamers die onder andere in de consumentenreviews aan bod komen", zegt Bianca Cuperus. "Maar deze reviews zijn niet representatief voor de faciliteiten voor de zakelijke markt. Als auditeur let ik op die punten die bijdragen aan het slagen van een zakelijke bijeenkomst door de ogen van de organisator en eindgebruiker. Punten die niet altijd meteen zichtbaar zijn maar wel invloed hebben op de ervaring van de deelnemer. Zo zorgt een goede lichtintensiteit met een bepaald aantal lux ervoor dat je aan het einde van de dag geen vermoeide ogen hebt."

INSPECTIE

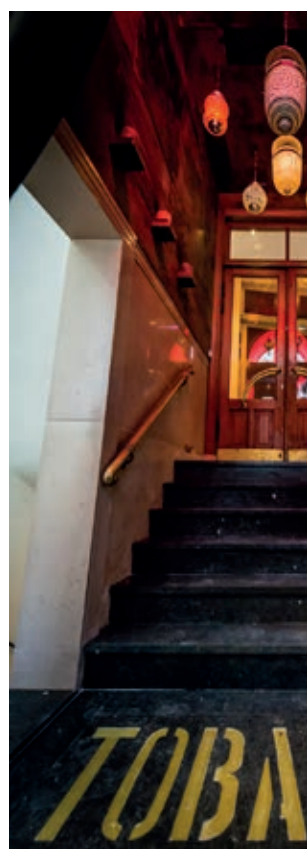
Om in aanmerking te komen voor het kwaliteitsmerk, moet De Bonte Wever aan minimaal 300 punten voldoen. Scoort de Drentse locatie meer punten, dan verdient deze een incentive, bijvoorbeeld in de vorm van extra publiciteit via YOIN. Voorafgaand aan de audit heeft Bianca Cuperus de vindbaarheid, website, zakelijke reviews en social media al even bekeken. Ook het parkeren

en de signing is al meegenomen voordat zij zich meldt voor de audit. "Bij de audit wordt naast alle faciliteiten ook gelet op de communicatie, zichtbaarheid, kennis en ontwikkeling van medewerkers. Met Bianca Kuis neem ik hand van enkele vragen en voorbeelden door op welke manier De Bonte Wever hier structureel aan werkt." Samen met de revenue manager loopt ze langs een plenaire zaal en vier kleinere zalen. De congreszaal heeft een uitrijbare tribune, waardoor de zaal voor verschillende events kan worden ingezet. Deze gecertificeerde tribune voldoet aan de eisen van YOIN excellent meeting places. "De stoelen hebben bovendien een stoffen bekleding, eigen armleuning en kunnen via de trappen makkelijk worden bereikt", licht auditeur Bianca toe. "De zaal zelf heeft een hoog plafond en een goede lengte-breedte verhouding." In vier kleinere zalen meet Bianca de luchtvochtigheid en de lichtintensiteit en controleert ze de stoelhoogte ten opzichte van de tafelhoogte. Ook vraagt de auditeur hoe het zit met het koppelen van de stoelen wanneer deze in theaternorm staan opgesteld. "Dit staat in het bouwbesluit (vanaf 100 zitplaatsen) aangegeven. Stoelen die gekoppeld zijn, kunnen tijdens een calamiteit niet omvallen en de weg versperren. Revenue manager Bianca geeft aan deze te koppelen bij 100 stoelen of meer. In de meeste zalen zijn de tafelbladen breed genoeg (minimaal 1,60 m), behalve in de laatste kleine zaal. "Let daarop bij de toekomstige aanschaf van tafels, zeker als je grote stoelen in de zaal plaatst."

TROTS

Na het noteren van haar bevindingen maakt Bianca Cuperus haar inspectierapport op en publiceert zij deze in het digitale dashboard. Uit het rapport blijkt dat De Bonte Wever met een prachtige score van 95% in aanmerking komt voor het YOIN excellent meeting places certificaat. Bianca Kuis en haar team zijn trots op het resultaat. "Zeker na een roerig jaar met veel beperkingen is dit een enorme boost voor het team. Het is fijn om te weten dat wat wij goed vinden, ook door anderen zo wordt beoordeeld. Hier gaan we zeker uitgebreid bij stilstaan!"





DE DAG VAN NINA PEDROLI, COMMERCEEL MANAGER TOBACCO THEATER

WEER OUDERWETS AAN DE SLAG

Nina Pedrolí, commercieel manager van het TOBACCO Theater, neemt jullie mee in haar dag. Sinds maart 2020 zien deze dagen er anders uit dan Nina gewend is in de vijf jaar dat zij haar dreamjob uitvoert in het theater. Zij blikt dan ook terug op een pre-corona day at the job en vooruit naar de maand juli wanneer ze wellicht weer ouderwets aan de slag gaat.

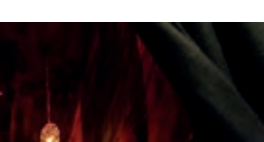
09:00 UUR

Na een fietstochtje van Amsterdam Oud-West door het Vondelpark en over de grachten kom ik elke dag rond 09:00 uur aan op de Nes in hartje Amsterdam. Als ik door de theaterdeuren heen loop, staan alle kaarsjes al aan en staat de 'TOBACCO Spots' Spotify playlist op. Ik pak een verse muntthee en ga naar het kantoor op de eerste verdieping om de dag op te starten met het team. Vandaag bespreken we het geslaagde diner en feest dat gister plaatsvond voor 300 medewerkers van Netflix door het hele pand heen met een silent disco, candy

shop en vijf gangen walking dinner. De opdrachtgever was enorm enthousiast en gaf aan nog nooit zo'n fijne samenwerking gehad te hebben met een locatie. BAM! Lekker begin van de dag.

10:00 UUR

Ik ga mijn mailbox door en besteed eerst aandacht aan drie mooie aanvragen die zijn binnengekomen voor eind dit jaar. Ik bel gelijk even met de klant en bespreek het evenement uitvoerig zodat we goed kunnen inspelen op de wensen. Hierna vraag ik mijn lieve



sales collega om een mooie offerte op te stellen zodat we alle offertes tezamen met ons TOBACCO magazine binnen 24 uur digitaal kunnen uitsturen.

12:00 UUR

Tijd voor een locatiebezoek! D&B Eventmarketing boekt vaak bij ons en komt vandaag langs met een klant voor een tweedaags congres in november. Terwijl we door de tien ruimtes lopen vertel ik meer over o.a. de geschiedenis van ons historische pand (stadsmonument) en de mogelijkheden en ik merk dat de klant met de minuut enthousiaster wordt. Ik krijg altijd zoveel energie van

locatiebezoeken en ook na deze leuke rondleiding loop ik weer met een smile terug naar kantoor.

13:00 UUR

Ik heb zin in een lekker broodje en loop naar het schattige bakkertje bij ons op de hoek: De Laatste Kruimel. Ik haal met een collega een broodje geitenkaas en wortel/gember sapje en we lopen lekker door het zonnetje over de Wallen heen. Life is beautiful.

13:30 UUR

Tijd voor administratie, niet mijn favoriete taak maar moet ook gebeuren! Tussendoor word ik afgeleid door een doorzichtige goocheltruc die onze D'Erikteur graag wilde laten zien, never a boring day at TOBACCO...

14:30 UUR

Samen met cultureel manager Naomi en Erik (onze goochelaar) bespreken we

de culturele agenda voor de komende maanden, zodat ik weet welke dagen niet beschikbaar zijn voor onze commerciële klanten. Er staan een aantal mooie voorstellingen op de agenda waaronder het Red Light Jazz Festival, De Open Bac en ik verzeker alvast een plekje in de zaal voor mezelf en aanstaande vader-liefde Derk.

15:00 UUR

De laatste afspraak van vandaag is met onze chef-de-cuisine Jasper en event manager Robin om het foodbook voor het najaar door te nemen. Dit doen we lekker bij ons knetterende openhaardje in de Wijnkelders. Kritisch bespreken we of de gerechten passen bij de wensen van onze opdrachtgevers. We zijn tenslotte wel de eerste eventlocatie met een sterrenchef als initiator (Dennis Huwaë van restaurant Daalder) en uiteraard wordt er ook het een en ander geproefd, dat de wijnen ook worden opengetrokken vind ik geen probleem.

16:30 UUR

Mijn mailbox staat weer op 32 ongelezen e-mails en ik duik weer even achter de laptop op kantoor.

17:30 UUR

Voordat ik m'n fiets pak en weer naar huis ga kijk ik nog even bij party manager Lukas of alles klaarstaat voor de volgende dag. Morgenochtend om 09:00 uur ontvangen wij de salesafdeling van Bacardi voor hun kick-off meeting en ik heb nu alweer zin in morgen.

Benieuwd naar de mogelijkheden? Stuur een mail naar nina@tobacco.nl of kijk op www.tobacco.nl



HYBRIDE; HOERA OF HOE LANG NOG?

Waar hybride auto's of gekruiste groente juist voortvloeien uit de wens iets te verbeteren, werd het hybride vergaderen, zakendoen, netwerken en vakkennis uitwisselen de meeting-industrie opgelegd door de crisis en tot op heden is de discussie hierover gepeperd. Is dit een korte tussenoplossing of de langverwachte vernieuwing die nodig is om MICE duurzaam te maken? Meeting Magazine sprak met professionals om de verschillende gezichtspunten in beeld te brengen.

Tekst Monica Rijpma

DE ZOOM CHALLENGE

Joris Eyck is Managing Director HelmsBriscoe (HB) voor de Benelux regio waar zo'n dertigtal Associates werkzaam zijn. HelmsBriscoe is al bijna dertig jaar erkend als wereldwijd toonaangevend sourcing bedrijf voor het vinden van event-, conferentie- en meetinglocaties. De Associates zijn onafhankelijke

meetingprofessionals die elk hun unieke kennis toevoegen. We vroegen Joris Eyck hoe de communicatie onderling en met klanten heeft kunnen standhouden tijdens de pandemie en vooral hoe hij de vooruitzichten inschat. Hij vertelt dat het begin van de crisis samenviel, in maart 2020, met het jaarlijks Europees Congress voor HelmsBriscoe dat doorging

in het net verbouwde Hilton Hotel in Belfast. “Tijdens dat evenement kreeg de werkelijkheid een bijna surrealistisch tintje, toen bij de kennissessies de een na de andere Associate zich moest terugtrekken om een klant te helpen met het annuleren of omboeken van een congres. Dit was het begin van een lange periode waarin de opgebouwde reputatie werd getest; dankzij de bemiddeling van HB konden veel cliënten, vaak zonder extra kosten, hun evenement omboeken en waren de hotelpartners heel flexibel in het uitwerken en aanpassen van annuleringsvoorwaarden. Daarna begon de periode waarin alle meetings online vorm moesten krijgen. Gelukkig hebben we hierdoor dezelfde ervaring opgedaan als onze cliënten. Net als hen hadden wij dezelfde uitdagingen bij online meetings; klantenbinding in tijden dat business stil ligt en betrokkenheid bewaren bij de team meetings.

QUIZ EN TEAM SONG ALS BINDMIDDEL

HelmsBriscoe maakte volop gebruik van interactieve platforms zoals Wooclap, Kahoot en Mural. “Al deze apps maken het mogelijk om brainstorming, design en enquêtes snel, effectief en visueel boeiend vorm te geven. Partners zoals songdivision.com zorgden ervoor dat de teams op feestelijke manier samenwerkten en iedereen zijn collega's eens op een andere manier leerde kennen.



Marianne Larrijsens (2e van links)

Op die manier bleef het moreel hoog. Bij de grote meetings werd gebruik gemaakt van het platform Exvo by AllSeated.”

Joris voorspelt dat de korte virtuele meetings zullen blijven bestaan. Wat vroeger met een telefoongesprek werd gedaan, zal nu vaak worden vervangen door een Zoomgesprek. Je gaat ook niet meer uren in de auto zitten om ergens in Nederland met een collega of klant een kort gesprek te hebben. Interviews en eenvoudige kennissessies kunnen evengoed via een videopresentatie vorm krijgen en de online presentaties van nieuwe locaties bleken populair bij de HB Associates. “Toch merk je hoe groot de behoefte is om elkaar weer live te zien.”

HYBRIDE ALS TIJDELIJKE OPLOSSING

Joris ziet hybride evenementen vooral als een acceptabele tussenoplossing. Op het moment van ons interview gaat in de VS het jaarlijkse congres van start – in plaats van de reis naar één locatie zijn dit jaar vooral de Amerikaanse Associates samen in Dalles. Dat zijn er zo'n 500 à 600. Voor collega's in Zuid-Amerika, EMEA en Azië is het congres hybride. In Tokyo, Singapore, London, Antwerpen en Parijs komen Associates samen om op afstand maar met collega's, deel te nemen aan de grote plenaire sessie en de feestavond.

Joris legt uit dat er bij hybride meetings nogal wat uitdagingen zijn, die moeten worden meegenomen in de overwegingen of dit wel het juiste alternatief is voor een MICE evenement. “Je kunt geen appels met peren vergelijken. Juist in deze crisis is gebleken dat het samenbrengen van inspirerende sprekers, werksessies, huldigen, productpresentaties en netwerkevenementen zoveel beter en makkelijker live kan gebeuren. De kosten en risico's van hybride zijn groot; zowel technisch als qua script moet alles naadloos worden voorbereid en dan foutloos uitgezonden. Aan het eind van de rit zijn er toch nog onbeheersbare zaken zoals de IT-verbinding bij de deelnemer thuis. Er zijn genoeg indicaties dat MICE zich niet makkelijk laat vangen op een scherm. >



Joris Eyck van HelmsBriscoe



De buiten-meeting werd populair bij teams van LESWERK

Senior Key Account manager is, er vroeg bij om te investeren in hybride technologie en partnerships. Luc vertelt dat het goed kan werken voor sommige producties zoals de lancering van een nieuw model auto of een grote modeshows. De productie lijkt dan op het 'Eurovisie Songfestival Model'. "Vanuit de thuisbasis wordt een fantastische show opgezet en op IHG-locaties over de hele wereld wordt de AV-productie gecoördineerd, soms met onsite ingebouwde apparatuur en soms met partners. Op elke locatie zijn showpresentatoren – vaak nationale beroemdheden - ingehuurd als moderator voor de avond. Een select groepje VIP-gasten krijgen een exclusieve avond met diner en show aangeboden. Op het moment suprême wordt overgeschakeld naar de hoofdlocatie... Luxembourg- douze points."

Maar ook Luc denkt dat de hybride oplossing van korte duur zal zijn voor de meeste MICE-evenementen. "Het gaat nog een enorme uitdaging worden om, zodra live weer kan en mag, te voldoen aan de vraag voor alle nieuwe evenementen terwijl zoveel uitgestelde meetings ook nog moeten plaatsvinden. Het bedrijfsleven en de associaties willen weer live."

WAT ZEGGEN DE PLANNERS

Marianne Laurijsens is Senior Planner bij LESWERK.nl, een personeelsorganisatie die vervangende inzet regelt voor het onderwijs. Ze vertelt dat binnen het bedrijf de vergadercultuur flink is veranderd. Marianne ziet wel degelijk de pluspunten van het

Zoomtijdperk. Grote hybride meetings zullen bij LESWERK.nl niet zo gangbaar zijn, maar er zijn wel andere toepassingsmogelijkheden. Iemand die anders verhinderd zou zijn, kan nu aan een meeting deelnemen door in te loggen vanuit een andere locatie. Daarnaast hebben korte online videogesprekken hun intrede gedaan en, tijdens de pandemie, ontstond ook de 'buiten-meeting'.

Marianne verwacht dat teammeetings nog voor 50% online zullen doorgaan. "Bij het onderwijs is op veel niveaus nog winst te halen uit het hybride model. De mogelijkheid tot al of niet incidenteel online deelnemen aan een academische les of lezing brengt een flexibiliteit waardoor een studie of congres eenvoudiger te volgen is voor mensen die ondertussen druk zijn met werk of een gezin. Zowel de tijd als de kosten voor verplaatsing kunnen worden bespaard en het tijdstip om de lezing te volgen kan in veel gevallen worden gekozen omdat behalve live-online (met participatie) de evenementen vaak achteraf ook gestreamd kunnen worden bekeken."

HYBRIDE CHECKLIST

Dat de hybride variant zeker zoveel organisatie vergt als de onsite meeting, kwam misschien voor sommigen als een verrassing. Een cameraatje achter in de zaal gericht op het podium is echt niet voldoende. Daarom heeft MPI in samenwerking met de Radisson Hotel Group recent het Hybride Meetings Playbook



Luc Weynand van IHG

samengesteld. Hierin worden alle elementen voor een geslaagd hybride evenement op een heldere manier uiteen gezet.

Zoals vaak is een goede voorbereiding het halve werk. Een van eerste overwegingen van belang bij een hybride evenement is de vraag hoeveel interactie wenselijk is? Een hybride meeting kan ontstaan vanuit een groot live evenement waarmee verschillende groepen toeschouwers (pods) vanaf hun locatie digital verbonden moeten worden. Deze vorm biedt beperkt ruimte voor interactie immers, je kan niet een hele zaal laten ingaan op al die reacties van 'de kijkers thuis'. Een digitaal opgezette meeting blijkt juist de meeste ruimte voor interactie te bieden. Bij live-online wordt, vanuit een studio of kleine zaal waar een klein gezelschap aanwezig is, de meeting uitgezonden naar een groot aantal deelnemers dat verspreid is over vele locaties.

CHATS, PEILINGEN, PARTICIPATIE EN NETWERKEN

Via chats, digitale peilingen en andere apps kunnen deelnemers reageren en hun input geven. De betrokkenheid kan tot in de kleinste details worden gestimuleerd en ook gemeten; wie was wanneer waar? En welke sessie of welk onderwerp genereerde de meeste reacties?

Ook hybride met elkaar netwerken blijkt heel succesvol te kunnen zijn; apps bieden de mogelijkheid om één-op-één ontmoetingen aan te vragen tussen de online deelnemers onderling of tussen online en onsite deelnemers. Omdat alles digitaal wordt vastgelegd, is de efficiëntie van het bewaren en verwerken van gemaakte contacten en afspraken naadloos. Veel rapportage die vroeger handmatig moest worden verwerkt na terugkeer van een beurs of congres, kan nu ter plekke bijna direct

in een database worden verwerkt. Moderatoren voor zowel het publiek onsite als online moeten alle deelnemers wegwijs maken in het programma. Via vraag & antwoord sessies, chats en enquêtes wordt participatie in goede banen geleid. Uit één evenement kan een community ontstaan die een heel nieuw leven gaat leiden. Vooraf en na het evenement kunnen via social media, vlogs, blogs en nieuwsbrieven de contacten worden aangewakkerd of vastgehouden.

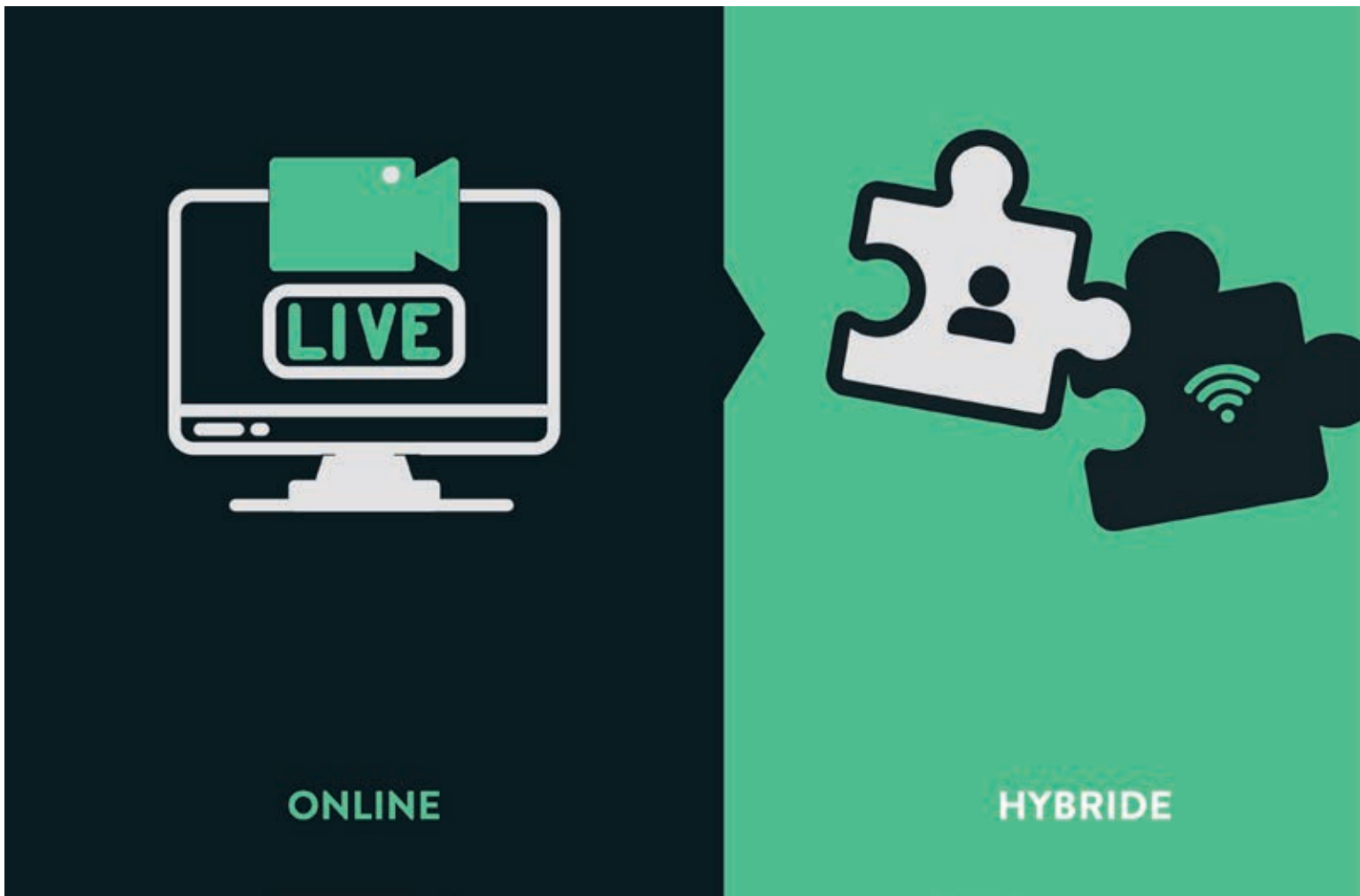
TECHNISCHE ONDERSTEUNING

De technische ondersteuning bestaat uit het AV-gedeelte in de zaal, zoals dat al jaren bekend was; geluidsinstallatie en camera's met al dan niet IMAG (de grote projectieschermen). Deze worden gekoppeld aan een encoder: een computer waarin de audio en visuele signalen worden opgevangen. Dat kan een laptop zijn of een grotere installatie. Vervolgens worden deze signalen via de IP van de locatie en vaak een streamingdienst verzonden naar het internet. Vooral als het gaat om een groot aantal digitale deelnemers is zo'n streaming platform essentieel. Je zou dat kunnen zien als de virtuele locatie. ExVo by Allseated is een voorbeeld van zo'n platform en in Nederland is Live Online Events (LOE) al jaren een marktleider bij uitzendingen met duizenden deelnemers.

WEINIG INVLOED

Het lastigst van hybride is het stukje waarop de eventprofessional weinig invloed heeft; de uiteindelijke ontvangst bij 'de kijker thuis'. Hier spelen elementen die niet beheersbaar zijn zoals de kwaliteit van de connectie vanaf de IP van de ontvanger. De organisator van het evenement kan hier weinig aan doen, net zomin als beïnvloeden of de kat niet net op een Zoom-moment iets omver stoot op de keukentafel.

Kortom, de discussie is nog niet over. Duurzaamheid en grotere toegankelijkheid versus die warme handdruk, focus op het werk zonder multitasking in de privésfeer en vooral de groepsdynamiek van live; we gaan het beleven.



HOE GAAN EVENTS ER STRAKS UITZIEN?

De manier waarop we evenementen organiseren heeft het afgelopen jaar een enorme transformatie doorgemaakt, en nog steeds. Er werd volop geëxperimenteerd met kleine en grotere evenementen in online, fysieke en hybride vorm. Nu er fysiek steeds meer mogelijk wordt en iedereen zich opmaakt voor een onvergetelijke zomer én tweede helft van het jaar, delen we vanuit het Sprekershuys graag een aantal van onze learnings rond fysieke, online en hybride events.

VERBINDING

Langzaam maar zeker mogen we weer. Genieten van een live event, een bezoek brengen aan het theater of gewoonweg samen zijn met vrienden, familie en collega's. We hebben behoefte aan fysiek contact, nieuwe ervaringen opdoen en herinneringen maken. De aanstaande versoepelingen bieden ons weer een zee aan mogelijkheden. Tegelijkertijd is de komende

periode er een van wennen. Onze wereld is een stuk kleiner geworden en we zullen moeten wennen aan alle prikkels die op ons af kunnen komen. Daarnaast hebben we ervaren dat je voor een goed event niet per se de deur uit hoeft. Nu er meer ruimte ontstaat voor verbinding met anderen en we straks weer overspoeld worden met fysieke events, zal jouw publiek goed afwegen welke evenementen het



FYSIEK

de moeite waard vindt om bij te wonen. En dat zijn vooral de belevingen die prikkelen, verrassen en aansluiten op de behoeften van je doelgroep.

BACK TO LIVE!

Sinds enkele maanden wordt er weer volop getest met live events - en met succes. De energie ervaren van een live publiek, het fysiek kunnen netwerken en opgaan in een bijzondere beleving: we kijken er allemaal weer reikhalzend naar uit. Hygiëne en veiligheid staan voorop als het aankomt op het organiseren van een fysiek event. Daarin verwacht je bezoeker duidelijkheid. Denk aan vaste zitplaatsen en visuele context die de weg wijst. Qua inhoud wil je groots denken en verrassen, maar er ook rekening mee houden dat de meeste bezoekers voor het eerst

sinds lange tijd weer aanwezig zijn bij een fysiek event. Uiteindelijk is het belangrijk dat ze een bijzondere ervaring hebben en zich verbonden voelen met je boodschap.

DE KRACHT VAN ONLINE

Het organiseren van online events heeft het afgelopen jaar in een stroomversnelling gezeten. Denk aan bijeenkomsten, vergaderingen, gespreksessies met dagvoorzitters en sprekers, webinars, podcasts en grote evenementen met subsessies. We hebben allemaal kunnen proeven van de vele voordelen die een online event met zich meebrengt. Door de shift naar online events is het voor velen makkelijker geworden een event van hun favoriete inspirator digitaal op de eerste rij bij te wonen. Daarnaast zijn steeds meer events on-demand beschikbaar geworden, wat sterk inspeelt

op onze groeiende behoefte zelf te kiezen waar en wanneer we een event willen bijwonen. In kennisoverdracht kan een online event prima voorzien. Vaak wordt het leggen van sociale connecties als een beperking gezien bij online evenementen, maar door de vele online interactie tools zijn ook hier voldoende mogelijkheden voor. Kies je voor een online event, dan wil je dit dus naar de next level tillen met de juiste techniek. Daarbij vormt een studio de basis.

HYBRIDE: BEST OF BOTH WORLDS

Een hybride event is een event waarbij online en offline samenkomen. Een deel fysiek, en een deel online. Een dagvoorzitter, spreker(s) en publiek zijn live aanwezig vanuit de studio of evenementenlocatie. Daarbij maak je slim gebruik van online streaming, zodat er ook vanuit huis een groot aantal mensen het event kan bijwonen. Best of both worlds, maar daardoor nog belangrijker om zowel voor de mensen thuis als op locatie een op maat gemaakt programma te creëren. Dagvoorzitters zijn hierin essentieel en zorgen ervoor dat de sprekers én het publiek, zowel fysiek aanwezig als online, zich gehoord en gezien voelen.

JE BOODSCHAP ALS BASIS

Of je kiest voor online, fysiek of een combinatie van de twee heeft alles te maken met het doel van je event, de doelgroep en je boodschap. Wanneer je dit helder hebt, volgt pas de vorm. De verschillende formats bieden, met de juiste techniek, oneindig veel creatieve mogelijkheden om impact te maken op meer dan één doelgroep. Neem de tijd om een sterk concept neer te zetten, leer je doelgroep(en) en haar behoeftes kennen en verbindt de juiste sprekers en/of dagvoorzitters aan je event om je boodschap te versterken. Zet in op kwaliteit, verbinding en beleving, een verhaal dat raakt en een ervaring die mensen niet willen missen.

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



ONLINE COMMUNITIES

HOUD DE BAND MET JE ACHTERBAN WARM

Hoe houd je als eventmanager of branchevereniging in tijden van corona de band met je achterban warm? Het antwoord ligt volgens digital community expert Maartje Blijleven bij het bouwen van een hechte online community.

Fotografie: Marinke Davelaar

Onderneemster Maartje Blijleven houdt zich al 21 jaar zeer succesvol bezig met het bouwen van online communities. Volgens haar is het de perfecte manier om je werk leuker te maken en op een authentieke en sympathieke manier opdrachtgevers en potentiële deelnemers voor je event aan je te binden. “Een online community is

een ideale manier om je evenement te promoten en tegelijkertijd met je achterban in contact te blijven. Iemand die bijvoorbeeld een groot jaarcongres organiseert en gedurende een aantal maanden moet knallen, laat de betrokkenen na het event vaak weer gaan waardoor het contact verwatert. Door na het event de deelnemers op te roepen om lid te worden



van de online community, kunnen de deelnemers doorpraten over de besproken onderwerpen en kun je tips, tricks en inspiratie bieden. Hierdoor houd je hun aandacht vast en de band warm. Door te vragen waar zij behoefte aan hebben, kun je zo'n community bovendien inzetten als marketing research tool voor je volgende event. Vraag aan de leden van je community waar ze tegenaan lopen en welke onderwerpen en welke sprekers volgend jaar aan bod zouden moeten komen. Op basis van die informatie organiseer je het perfecte evenement. En omdat je je potentiële deelnemers betrokken houdt, is het bovendien een stuk makkelijker om bezoekers te werven."

WARME LEAD

Naast het warmhouden van de band en werven van bezoekers, kun je met een online community nog een stap verder zetten door er een lidmaatschap aan te koppelen. "In ruil voor een klein bedrag

per maand laat je bijvoorbeeld een interessante spreker aan het woord of deel je interessante whitepapers. Het resultaat is een grote groep mensen die een warme lead vormt en waar je op een sympathieke manier mee communiceert. Natuurlijk kun je er nog steeds voor kiezen om bijvoorbeeld online te adverteren voor extra publiciteit, maar dit is sinds de uitbraak van de coronacrisis een stuk duurder geworden."

FACEBOOK

Hoewel het bouwen van een online community veel voordelen biedt, staat dit fenomeen in Nederland nog in de kinderschoenen. Om inzicht te krijgen in de aanpak en de gebruikte platformen van ondernemers die dit wel hebben opgepakt, deed Maartje onderzoek onder ruim 3.000 ondernemers die werken met communities in hun bedrijven. "Uit de Community Monitor bleek dat social media de meest geliefde platformen zijn. Facebook, en dan met name de groepen, is verreweg het meest populair. Je kunt er makkelijk en snel tien miljoen mensen mee bereiken, waarvan acht miljoen mensen lid zijn van een actieve Facebookgroep. Bovendien heeft Facebook vier jaar geleden diens missie aangepast en wil het platform communities faciliteren. Een Facebookgroep biedt veel mogelijkheden om een relatie met opdrachtgevers en leden op te bouwen door te luisteren, vragen te stellen (en iets met de antwoorden te doen) en relevante content te delen. Daarnaast kun je informatie structuren en leden zelf informatie laten delen. De afgelopen tien jaar draaide het allemaal om de mooiste foto's met zo veel mogelijk filters. Nu willen mensen oprechte verbindingen aangaan en wordt het gewaardeerd als je kwetsbaar durft te zijn. Bovendien kun je op het platform je eigen online events hosten. Mirjam Hegger organiseerde bijvoorbeeld in april een Podcast Summit via een livestream via Facebook."

STORIES

Na Facebook zijn LinkedIn en Instagram populair, al zitten daar wel nadelen aan. "Instagram en LinkedIn draaien meer om zenden dan de dialoog aangaan. De gewone bedrijfspagina's zijn als het ware een etalage van je winkel en laten zien wie je bent en wat je doet. Maar juist in de groepen worden de gesprekken gevoerd en kom je in contact met mensen. Die groepen heb je ook op LinkedIn, maar in tegenstelling tot Facebook heeft LinkedIn daar niet in geïnvesteerd waardoor het lastiger is om op dit platform een groep te activeren. Wel kun je eventueel LinkedIn Stories en Instagram Stories gebruiken om vragen te stellen, je volgers hun mening te laten geven en te reageren. Maar het grote nadeel is dat leden niet zelf iets kunnen posten."

CLUBHOUSE

Ook het nieuwe fenomeen Clubhouse komt in het onderzoek van Maartje aan bod. 6% van de ondervraagde ondernemers is op deze app actief. "Clubhouse is relatief nieuw, maar de groeiende populariteit verbaast me niet. Het is een mooie manier om mensen met elkaar te verbinden. Mensen missen de live gesprekken met nieuwe contacten. Tijdens bijvoorbeeld een jaarcongres voor cardiologen draait het niet alleen om de kennis, maar ook om het uitbreiden van hun netwerk en het delen van ervaringen. Zij willen van elkaar weten waar ze mee bezig zijn. Dat soort gesprekken verlopen toch heel anders via Zoom. Ook die spontane gesprekken in het koffientje op de hoek waren de afgelopen maanden met gesloten horeca en de avondklok niet mogelijk. Mensen voelden zich eenzaam. Via Clubhouse, waarvoor je alleen een iPhone nodig hebt, kom je meteen in contact met like minded people."

EIGEN SESSIE

Als je Clubhouse als communityplatform wilt inzetten, kun je

dit het beste op persoonlijke titel doen als medewerker of visitekaartje van het bedrijf. "Clubhouse draait om het voeren van leuke gesprekken over bepaalde onderwerpen. Wil je bijvoorbeeld weten hoe de eventbranche het beste om kan gaan met de beperkingen rond het organiseren van events, dan kun je gewoon een room inplannen, twee gesprekspartners vragen en het gesprek aangaan. Je sessie kun je eventueel promoten via je website, social media kanalen of je nieuwsbrief. Nog leuker is om spontane voorbijgangers te laten aanhaken en hen om out of the box advies te vragen. En mocht je een interessante whitepaper hebben, dan mag je die aan het einde van het gesprek best even promoten door de aanwezigen te wijzen op het linkje in het profiel. Of vraag hen om even een DM via Instagram of Twitter te sturen (deze accounts kun je koppelen aan Clubhouse, red). Of vertel gewoon dat je een evenement over dit onderwerp gaat organiseren."

VERMIJD DE MONOLOOG

Maartje waarschuwt om tijdens een Clubhouse-sessie geen monoloog af te tekenen. "Het gaat om interactie, dus neem vijf tot tien minuten de tijd om het onderwerp te introduceren en ga dan de interactie met je bezoekers aan. Op basis van je gesprekken en antwoorden komt je expertise vanzelf aan bod. Je kunt ook een hotseat sessie organiseren waarbij je iemand uit de room een case laat neerleggen die je inhoudelijk bespreekt. Of je geeft tijdens een sessie die ene opdrachtgever die jij graag als klant wilt een gratis advies op maat. Die persoon zal dan sneller geneigd zijn om zijn of haar volgende event bij jou neer te leggen."

EIGEN PLATFORM

Ten slotte zijn er ondernemers die een eigen platform ontwikkelen om daar hun online community op te starten. "Dit kan een website zijn of een speciaal forum. Het grote voordeel is dat je niet afhankelijk bent van platforms





en de veranderingen die zij doorvoeren. Er zijn diverse plug-ins beschikbaar om je website van forumsoftware te voorzien zoals BuddyBoss in combinatie met LearnDash voor Wordpress-websites. Andere voorbeelden van plug and play platforms zijn Huddle, Circle en Mighty Networks. Deze werken met betaalbare abonnementen.”

WIN-WIN-WIN SITUATIE

Het opzetten en onderhouden van een online community kost tijd maar wie dit slim aanpakt, creëert volgens Maartje een win-win-win situatie. “Ik ben zelf een groot voorstander van slim omgaan met tijd. Online communities bieden voordelen voor elke partij die erbij betrokken is. Je leden ontvangen relevante kennis en content, je bedrijf krijgt inzicht in diens doelgroep en kan diens aanbod en evenementen daarop aanpassen en als communityleider worden je zichtbaarheid en expertstatus onderstreept. En daar komen uiteindelijk vanzelf deelnemers en opdrachtgevers uit voort.”



Maartje Blijleven (1979) is auteur van de #1 Managementboek bestseller *We love communities*, veelgevraagd keynote speaker en digital community expert. Ze bouwt al twee decennia aan succesvolle online communities, voor onder meer Endemol, KLM, Nationale Postcode Loterij, Heineken, Peugeot, Schiphol, Dyson en Deloitte. Als oprichter van de Community Leaders Club en Online Community Academy, weet ze hoe je een community begint en laat groeien. Met *We love communities* helpt ze honderden ondernemers en professionals om succesvol te zijn met hun eigen online community.



VISITBRABANT EN MPI NEDERLAND PRESENTEREN RECONNECT

VERRASSEN EN INSPIREREN MET DATA SCIENCE, TECHNOLOGY, DESIGN EN EXPERIENCE

Met RECONNECT in Brabant wisten VisitBrabant Convention Bureau en MPI Nederland begin juli negentig deelnemende professionals uit de meeting- en eventbranche te verrassen en inspireren. Het was een hernieuwde kennismaking met Brabant en met de branche. Een uniek programma waarbij de deelnemers zich leerden open te stellen voor inspiratie uit onverwachte hoek én voor elkaar.

Fotografie Jan Buteijn

De rode loper ligt al uit bij 1931 Congrescentrum in 's-Hertogenbosch. Na het tonen van een negatieve testuitslag kunnen de mondkapjes af. Fijn, maar gek genoeg toch een beetje onwennig. Via de kleur van het gekozen sleutelkoord communiceren de deelnemers hoeveel afstand zij willen bewaren.

Al bij de koffie - uiteraard met een Bossche bol - is het enthousiasme voelbaar. En na een warm wel-

kom van Thijs Peters (voorzitter MPI) en Heleen Huisjes (directeur VisitBrabant) is het woord aan Cyriel Kortleven. Door middel van aansprekende voorbeelden en interactieve oefeningen neemt hij hen mee door het Crossing Border proces. Het blijkt een spoedcursus nieuwsgierig zijn; op zoek gaan naar inspiratie vanuit onverwachte hoek door heel veel vragen te stellen, de wereld vanuit een ander perspectief te bekijken en van best practices, next practices te maken.



om op weg te gaan naar een van de lunchlocaties, waaronder de Beekse Bergen, Landgoed Huize Bergen, de Ruwenberg, Van der Valk Eindhoven, Kapellerput en Evoluon. De opgedane inspiratie wordt onderweg naar een van de vier verschillende learning journeys met nieuwe reisgenoten in de auto besproken.

DATA SCIENCE

Wat je als eventmanager met Data Science kan, komt aan bod bij het InnoSportLab in het Pieter van den Hoogenband Zwembad. Hier is alles gericht op het finetunen van de details. Innovatiemanager Roald van der Vliet geeft inzicht in zijn wereld van sport en data. Hij vertelt hoe zij met behulp van een paar simpele onderwatercamera's begonnen met data verzamelen en hoe zij dit wisten door te ontwikkelen tot een ingenieus systeem waarmee topsporters worden begeleid. Dankzij het analyseren van data kon Ranomi Kromowidjojo onder andere haar start verfijnen en werd zij drievoudig olympisch kampioene!

Data kan dus de prestaties van topsporters verbeteren, maar volgens marketingstrateeg Stephan Glerum van Toonaangevende datastad 's-Hertogenbosch kun je hiermee ook de impact van evenementen vergroten. De groep ervaart dit zelf tijdens het maken van een datagedreven customer journey met als doel om de beleving van de congres- of eventdeelnemer te verbeteren.

TECHNOLOGY

Wat de toepassing van technologie voor impact kan hebben op de branche, hebben we sinds maart vorig jaar gemerkt. Inmiddels weet iedereen hoe je met de juiste technische toepassingen online en hybride events kunt organiseren. Naar verwachting zal ook het 5G-netwerk onze events drastisch gaan veranderen. Dat zorgt voor allerlei nieuwe mogelijkheden in opmaat naar het Internet of Things, waarbij apparaten die met het internet verbonden zijn realtime data kunnen uitwisselen. In de 5GHub, een democentrum op de High Tech Campus, werkt de Technische Universiteit Eindhoven samen met het bedrijfsleven aan toepassingen voor het 5G-netwerk dat naar verwachting over 1,5 jaar helemaal wordt uitgerold. Trendwatcher Lieke Lamb geeft in het Conference Centrum van de High Tech Campus allerlei voorbeelden hierover waarbij robots (artificial intelligence) de rol van de mens vervangen en/of versterken. Door de discussie over dit onderwerp aan te gaan, komen er diverse nuttige inzichten op tafel.



KOPLOPER

Dat RECONNECT in Noord-Brabant plaatsvindt, is natuurlijk geen toeval. Als het op inspiratie aankomt, heeft deze bestemming veel te bieden. Algemeen bekend is de kenmerkende gastvrijheid, steeds bekender is het feit dat deze provincie koploper is op het gebied van onder andere Data Science, Technology en Design. En aangezien MPI tijdens haar events bij voorkeur opgedane kennis meteen

in de praktijk brengt, wordt een kennismaking met deze branches gecombineerd met het toepassen van het Crossing Border proces. Teruggrijpend naar het zeer succesvolle en prijswinnende design van EMEC19, komen de Brabantse partners in hun eigen auto Mainstage binnengereiden. Aan de hand van de eerder gekozen learning journey stappen de deelnemers, voorzien van een Brabants worstenbroodje, zelf in de auto



DESIGN

Eindhoven is mede dankzij de toonaangevende Design Academy ook de stad van design. Wat er allemaal bij het ontwerpen van een product komt kijken, merken de deelnemers op Strijp-S in Eindhoven waar zij de opdracht krijgen om een zonnegrasmaaier te ontwerpen. Het is verrassend om te zien hoe de verschillende groepen op basis van aannames tot totaal verschillende prototypes komen. Ivo Lamers (Innovation & Strategy Director bij productontwerp- en innovatiebureau VanBerlo) biedt de deelnemers, aan de hand van een aantal producten uit de portfolio, een kijkje achter het designproces en de route naar het uiteindelijke productdesign. Wat was de initiële vraag van de opdrachtgever? Los je met deze vraag de diep gelegen behoefte van de gebruiker op?

Tijd voor reflectie. Hoe zouden de deelnemers de zonnegrasmaaier nu ontwerpen? Wat zouden zij na de presentatie van Ivo anders doen? Onder leiding van Roel Frissen van het Event Design Collective wordt vervolgens de parallel naar de meeting- en eventbranche getrokken. Ga na wat de doelstelling van het evenement is, hoe je wilt dat de deelnemers na afloop naar buiten lopen en ontwerp je evenement pas als precies duidelijk is wat je wil bereiken.

EXPERIENCE

Het geheim van een goed event is het creëren van beleving tijdens elke stap in de customer journey. Waar in Noord-Brabant kun je daar meer over leren dan in de Efteling? Inspiratie Manager Frans Goeneer neemt de deelnemers mee in het creatieve gedachtegoed van Anton Pieck, de eerste ontwerper van de Efteling die het Sprookjesbos zijn kenmerkende sfeer gaf. Anton Pieck had als filosofie dat er op de kromme wegen keer op keer weer een kans lag om



verwondering te veroorzaken; achter elke bocht wacht een nieuwe verrassing.

De medewerkers van de Efteling zijn diegenen die de customer journey van de bezoekers in goede banen moeten leiden. Bij de Efteling slagen ze er steeds weer in de vele medewerkers zo mee te krijgen in de Eftelingfilosofie, dat ze dit vanuit hun eigen passie en motivatie zo goed mogelijk willen overbrengen. Zet jezelf als eventmanager eens in de schoenen van die medewerker en organiseer vanuit dit nieuwe standpunt en met deze nieuwe motivatie eens een event.

Enmaal terug bij Mainstage, is er voor de deelnemers alle gelegenheid om na te praten en ervaringen te delen tijdens de Brabantse borrel. De thema's Data Science (reconnect met je community), Technology (reconnect met de toekomst), Design (reconnect met je doel) en experience (reconnect met je publiek) hebben indruk gemaakt en sturen de deelnemers met een flinke dosis direct toepasbare kennis en inspiratie weer naar huis.



MPI (MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL) NEDERLAND

INSPIREREN EN MOTIVEREN

Halverwege 2021 is er gelukkig weer een stip op de horizon voor de meeting- en eventbranche. Een stip waar we met z'n allen zo lang naar hebben uitgekeken. Vanaf 10 juli zijn eendaagse evenementen onder voorwaarden met vaste zitplaats toegestaan, zodat iedereen 1,5 meter afstand kan houden. Naar verwachting is 14 augustus het moment dat ook de meerdaagse congressen met overnachtingen weer kunnen plaatsvinden. We zien met veel genoegen dat de branche langzaam aan het terugveren is en kijken uit naar een mooie tweede helft van het jaar.

TERUGBLIK

Als MPI Nederland hebben wij meerdere online events georganiseerd voor en met onze branchegenoten. Met elk event proberen wij onderscheidend te zijn en onze community opnieuw te verrassen. Zo kiezen we voor verschillende locaties vanwaaruit de studio wordt opgebouwd, zoeken we de interactie met onze digitale deelnemers en kiezen we ervoor om zowel jong talent als ook ervaring een platform te geven tijdens onze online events.

In maart organiseerden we een online event met het thema event technologie, ditmaal live vanuit SugarCity in Halfweg. De dagvoorzitter Desiree Hoving nam ons tijdens deze interactieve sessie mee in de omschakeling van live naar online en stelde ons de vraag hoe we straks weer terug naar live gaan. De keynote speakers waren Sherry Rafiq (VodafoneZiggo) en Patrick de Laive

(TNW). Onze studiogasten presenteerden hun visie over online B2B events, zakelijke festivals en corporate organisaties en hun zoektocht, oplossingen, failures en learnings van het afgelopen jaar.

In mei stond onze vierde online editie van MPI's 'Road to Recovery' op de planning, ditmaal live vanuit de Zuilenzaal in Felix Meritis in Amsterdam. Onze online Host of the Year Tom Jessen ging in gesprek met experts Joost Houben, Pieter Bas Boertje en Maarten Hogenhuis. Een open en leerzaam gesprek over de toekomst van Event Marketing. Naast het talkshow-gedeelte van het programma namen de deelnemers plaats op de stoel van het creatieve marketingteam van Unilever. Onder aanvoering van de experts aan tafel gingen de deelnemers aan de slag met een cases voor Magnum onder leiding van één van onze tafelgasten. Op 1 juli jl. organiseerden MPI Nederland

en VisitBrabant Convention Bureau samen een uniek LIVE event: RECONNECT in Brabant. Een dag vol ontmoetingen en ijzersterke content, waarop meeting en eventprofessionals hun vak, Brabant en de kracht van LIVE hebben herontdekt.

COMMUNITY

Onze MPI community heeft als doel samen leren, ontwikkelen en ontdekken, re-designen. Kortom, onze leden klaarstomen voor de toekomst. Voor het najaar ligt de focus minder op de online bijeenkomsten en staan er weer twee live events op de planning. Nu live events weer mogelijk zijn, bieden we meeting & event professionals graag nieuwe inzichten. We willen de branchegenoten blijven inspireren en motiveren om nieuwe formats en concepten te gaan integreren in hun dagelijkse werk. Samen nieuwe kennis delen en vergaren om ons voor te bereiden op nieuwe tijden in onze mooie event- en meetingbranche!

De onderwerpen die voor het najaar op de planning staan zijn heel divers. Tijdens ons eerste live event op 21 september staat het thema Wellbeing & Resilience centraal. Verder in het najaar gaan we dieper in op de thema's Experience Design 2.0, event industry disruption en sluiten we af met MPI EXPLORE aan het einde van het jaar.

Wil je je aansluiten bij onze MPI Community of een van onze events, lees meer over ons MPI Lidmaatschap via www.mpi.org/chapters/netherlands/mpi-lidmaatschap.

Meer weten en op de hoogte blijven van onze activiteiten? Meld je aan voor onze nieuwsbrief:
www.mpi.org/chapters/netherlands

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, Data science en Agrifood. Met kennisinstellingen 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@huizenbergen.nl
www.huizebergen.nl



Guldenberg Hotel & Brasserie

"Van nature gastvrij"

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"

Somerenseweg 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

ClickShare

Plug into simplicity.

TAP INTO

amazing



Make sharing easy and leave an impression

Meetings, incentives, congresses and events today need to be amazing, smooth and most of all equipped with the best technology. If you want to offer the best meeting experience to your customers, ClickShare is just the ticket. Barco's wireless collaboration system allows users to simply share what's on their laptop or mobile device on a presentation screen. No installation, no technical hiccups, no training. Just quick, confident sharing to make all your events truly professional and outstanding.

Don't just take our word for it. You can try it yourself with our 4-week ClickShare CSE-200 try-out.

Start your free trial today: <https://trynow.barco.com/clickshare/>.



CSE-200



Vreemd

Hoe blij ik word van het bezoeken van een vakbeurs, was ik na anderhalf jaar radiostilte bijna vergeten. Het is 20 mei 2021 en dat gevoel komt eindelijk weer terug. Mijn ticket voor EventSummit 2021 ligt klaar. De afspraak voor een sneltest is gemaakt. Ik hoef niet ver te reizen om bij de testen-voor-toegang-locatie geheel vrijwillig een stokje in mijn neus te laten steken. Kwartiertje wachten op de uitslag. Het zal toch niet dat de uitslag positief uitpakt? Ik houd mijn mail angstvallig in de gaten. Daar komt het verlossende bericht: negatieve testuitslag.

Deel twee van de dag kan beginnen. Ik stap in de auto om een halfuur later op het parkeerterrein van de Jaarbeurs in Utrecht aan te komen. Na een klein stukje lopen over de geheel vernieuwde 'boulevard' die naar de ingang van de beurshallen leidt, kom ik bij het eerste checkpoint aan. Ik laat mijn toegangsbewijs zien, doe mijn mondkapje op en loop naar binnen. Grote witte en mooi verlichte letters laten geen twijfel bestaan over het evenement waar ik aan ga deelnemen: EVENTSUMMIT. Bij checkpoint twee worden mijn ID-bewijs en nog eens mijn ticket en niet te vergeten mijn bewijs van de negatieve testuitslag gecontroleerd. Groen licht, ik mag doorlopen naar het derde en laatste station.

De door mij oh zo gemiste en onmiskenbare geluiden van de beursvloer klinken mij tegemoet. Mijn hartslag gaat iets omhoog. Wie zou ik vandaag gaan ontmoeten? Wat hebben de standhouders in coronatijd te bieden? Ik kan niet wachten. Ik moet wel wachten. Het registratiesysteem dat de naamkaarten uitprint, hapert. Wat wil je ook na zo'n lange tijd in de wacht te hebben gestaan. Maar dat duurde niet lang, mijn kaart wordt geprint, het keycord omgehangen. Ik ben vrij om zonder mondkapje de beursvloer op te gaan, interessante lezingen bij te wonen en mij te laten verrassen door het aanbod van alle standhouders. Eerst maar eens een oriënterend rondje lopen. Dan een tweede rondje om een paar oude bekenden te spreken. Met een grote S.M.I.L.E. loop ik Kim Derks tegemoet. Wat vreemd om op minder dan anderhalve meter te staan. Wat vreemd om elkaar na zo lange tijd weer live te spreken alsof het gisteren was; wat vreemd. Maar het went snel. En zo loop ik verder naar de stand van Meeting Magazine, maak ik eindelijk kennis met het gezicht achter mijn contact bij High Profile Events en laat ik mij inspireren door de creativiteit van het Rotterdamse Room Mate Bruno hotel waarin de film Casanova's is opgenomen.

Waarom ik zo blij word van het bezoeken van deze beurs? Oxytocine, ik had het er in mijn vorige bijdrage al over. Verantwoordelijk voor het gevoel van verbinding. In hoge mate geproduceerd bij fysieke aanraking en direct contact. Wat ben ik blij dat ik de binding met onze bruisende branche letterlijk weer kon voelen. Wat ben ik positief dat corona onze branche niet heeft kunnen verslaan. En toch kwam ik er negatief vandaan. Best vreemd, nietwaar?

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.

AANBEVOLEN LOCATIES

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



● Next Level

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

● Evenementenhal Hardenberg

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



● Landgoed Huize Bergen

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

● Eigentijdserf

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

● Auberge de Smockelaer

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

Noord-Holland

Zuid-Holland

Zeeland

Noord-Brabant

Utrecht

Flevoland



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



VEERTIENDE EDITIE EVENTSUMMIT OP 10 FEBRUARI 2022 IN JAARBEURS

Iedere eventprofessional zet in zijn agenda een groot uitroepteken bij 10 februari 2022. Op die dag vindt namelijk de veertiende editie van EventSummit plaats, hét grootste eendaagse platform voor de gehele evenementenbranche. Na een geslaagde Fieldlab editie op 20 mei j.l. (beoordeeld met een 8.3), is het nu weer tijd om vooruit te kijken naar de editie van 2022. Arjen Lemstra: "Ik ben zeer benieuwd hoe onze branche zich ontwikkelt in de tweede helft van het jaar. We verwachten tussen de 350 en 400 exposanten." Joris Bots: "We zien nu al iedere week 5 á 6 aanmeldingen voor de editie van 2022. Er is dus vertrouwen in de markt!"

Jaarbeurs en 900 jaar Stad Utrecht

Jaarbeurs en EventSummit hebben zin om de hele branche weer te verbinden volgend jaar. Hal 1 staat gereserveerd en er wordt nu al hard gewerkt aan de plattegrond. Het belooft een hele mooie en uitzonderlijke editie te worden. Peter van der Veer, commercieel directeur van de Jaarbeurs: "Het is ons een genoegen opnieuw de gastheer te mogen zijn van de EventSummit en de collega's uit de branche weer te mogen begroeten. We veren weer op als sector en dan is de EventSummit aan het begin van 2022 een mooi moment om nieuwe ideeën en inspiratie op te doen." Volgend jaar bestaat de stad Utrecht bovendien 900 jaar! De Domstad zal in 2022 hier heel veel aandacht aan besteden. Omdat Utrecht de laatste jaren met ca. 30 bedrijven aanwezig is op de beurs, is er al contact met het Utrecht Convention Bureau om te kijken of er tijdens EventSummit aandacht kan worden besteed aan dit jubileum. Naar verwachting zal begin oktober de ticketregistratie Live gaan. Wil je als exposant aanwezig zijn, er zijn nog een paar plekje voor het Early bird tarief. www.eventsummit.nl



RECHTSGELDIG STEMMEN VIA TOONAANGEVENDE PLATFORM

Met de integratie van Lumi AGM (Legal Voting) in het online eventplatform Transmisión Livestreams, hebben Lumi - specialist in leden- en aandeelhoudersvergaderingen en Invitado - leverancier van het interactieve platform en marktleider in bezoekersregistratie - de krachten gebundeld. Deze samenwerking biedt klanten de mogelijkheid binnen één virtuele omgeving een interactief online of hybride programma met rechtsgeldige stemmingen te organiseren.

Poll-functionaliteit

"Transmisión Livestreams biedt al sinds de start een uitvoerige poll-functionaliteit, waarmee door de deelnemers live kan worden gestemd", vertelt Michiel Droog van Invitado Visitor Management. "Voor het overgrote deel van de events die we doen is deze veel gebruikte toepassing meer dan toereikend gebleken, maar soms stellen de wet of statuten speciale eisen aan de wijze van stemmen, waaraan wij met ons platform nog niet konden voldoen. Met de expertise en integratie van de beproefde software van Lumi kunnen we dit in deze specifieke gevallen nu wel."

Legal Voting

Deze rechtsgeldigheid is met name van belang bij stemmingen die doorslaggevend zijn in een beslissingsproces, zoals bij leden- en aandeelhoudersvergaderingen. Deelnemers aan events brengen hun stem gemakkelijk uit via het Transmisión platform, waarin Lumi AGM geïmbed is. Wanneer Legal Voting wordt ingezet via het platform hun stem uit. "Ze hoeven dus tijdens het event niet opeens met aparte tools of apps aan de slag", legt Droog uit. "Achter de schermen zijn en blijven het echter twee totaal gescheiden systemen en werk je als klant ook met twee aparte partijen samen, zodat de vereiste anonimiteit en de juridische validiteit van de stemmen voor de volle honderd procent gewaarborgd kan worden."

Inspreken via webcam

Ook Frank Schoonhoven, managing director van Lumi Technologies, toont zich uitermate enthousiast over de integratie en benadrukt de meerwaarde voor zijn opdrachtgevers: "We bieden onze (internationale) klanten hiermee de mogelijkheid binnen de context van een creatief congres een rechtsgeldige stemming te organiseren, waarbij de gebruiksvriendelijkheid voor de deelnemers en de betrouwbaarheid en veiligheid van de stemming hand in hand gaan. Met het platform van Invitado is het mogelijk een vergadering uit te bouwen tot een volwaardig en gevarieerd interactief congres, met netwerkmomenten en breakout-rondes, onderdelen die het Lumi AGM platform niet biedt. Dat sprekers of vragenstellers via hun eigen webcam live probleemloos in de uitzending kunnen worden gehaald, is voor ons een belangrijke toevoeging aan de totaaloplossing die wij onze opdrachtgevers willen bieden."

Panasonic

Wireless Presentation System PressIT

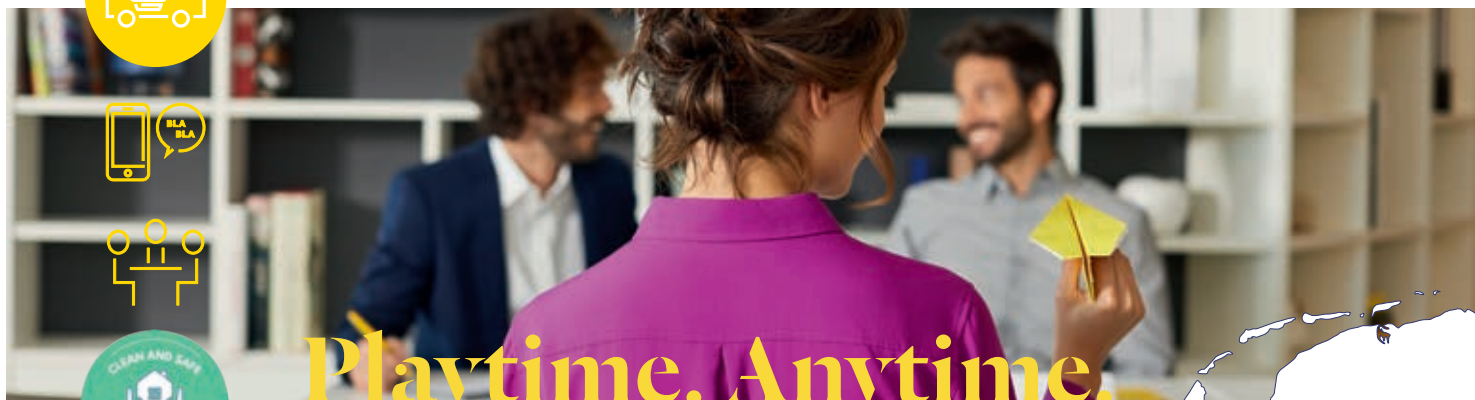


- ✓ Voor video- en audiosignalen van pc's, iOS/Android en andere mobiele apparaten
- ✓ Ontworpen om samenwerking in vergaderzalen snel en eenvoudig te maken
- ✓ Tot 32 apparaten tegelijk te koppelen
- ✓ Naadloos afspelen van video's tot 60hz
- ✓ Geen installatie nodig op het device van de presentator

output

Professional audio, video & lighting

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



Playtime. Anytime.

Online bijeenkomsten. U heeft er het afgelopen jaar ongetwijfeld regelmatig aan deelgenomen. Maar de behoefte om elkaar fysiek te ontmoeten groeit. Gelukkig kan dat weer. Mits de veiligheid is gewaarborgd. Bij de hotels van Golden Tulip en Tulip Inn is de gezondheid van onze gasten en medewerkers prioriteit. Daarom hebben al onze hotels strenge veiligheidsmaatregelen genomen. Plan uw medewerkersbijeenkomst, relatie-evenement, training of zakelijk overleg. Neem contact op met een van de Tulip Inn of Golden Tulip hotels in Nederland of België om uw wensen te bespreken en uw bijeenkomst vast te leggen.

De gegevens van onze hotels vindt u op

GOLDENTULIP.COM



GOLDEN TULIP

Tulip Inn
HOTEL