



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
PROOSTEN

SUBLIEM
ONTWAKEN


DE ROSEP
LANDGOED

Oirschotsebaan 15 5062 TE OISTERWIJK (NL) +31 (0)13 - 523 21 00 [E info@rosep.com](mailto: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 eindelijk het gevoel dat het de goede kant opgaat.” “Alsof we het voorzien hadden”, sluit Eveline glimlachend af.

