



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 TeneT 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 TeneT 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 incasseringsvermogen. 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!”

