

Meeting

Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 17 - nr 3 - Meetingmagazine.nl



Evenementenbureau Island Events - by WestCord

Onvergetelijke bijeenkomsten op de Waddeneilanden

Zo organiseer je een succesvolle hybride meeting - **Mensen verbinden met originele interactie** -
De uitdagingen op de arbeidsmarkt - **De compleet nieuwe wereld van REMASTERED**



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.



We mogen weer!

Na maanden van uitstellen, annuleren en afwachten kwam tijdens de persconferentie op 14 september eindelijk het verlossende woord: we mogen de gewraakte anderhalve meter afstand loslaten. Dat biedt eindelijk perspectief voor de MICE-branche!

Dat we eindelijk weer 'los' mogen, is duidelijk te zien aan de vele evenementen die onder andere op social media voorbijkomen. Niet alleen maar de online evenementen van het afgelopen anderhalf jaar, maar echte live events met mensen in de zaal. Wat moet dat voor de eventplanners, locaties en alle andere partijen een fijn gevoel zijn!

Met het versoepelen van de maatregelen zijn de discussies echter nog niet voorbij. Ging het in 2020 nog over het dragen van mondkapjes en de tot het laatste moment uitgestelde avondklok, nu gaat het om privacy en onderscheid. En dan hebben we het natuurlijk over het verplichte coronatoegangsbewijs dat iedereen sinds 25 september nodig heeft om evenementen, maar ook horeca, theater en sportwedstrijden te kunnen bezoeken. Al vrijwel direct rees de vraag wie verantwoordelijk zou moeten zijn voor het controleren en handhaven. Of eigenlijk nog belangrijker: wie draait er op voor de kosten?

Wil je nu een evenement bezoeken, dan is de keuze simpel. Je laat de qr-code in de CoronaCheck-app zien en je kunt naar binnen. Ben je niet gevaccineerd, dan moet je jezelf laten testen. Heb je om wat voor reden dan ook geen qr-code, dan heb je pech. De een heeft hier geen moeite mee, de ander vindt het discriminatie. Het laatste woord is hier zeker nog niet over gezegd. Ondertussen mag de branche weer doen waar het goed in is: mooie evenementen organiseren en beleving meegeven.

Met vriendelijke groet

Sofie Fest
Hoofdredacteur Meeting Magazine
sofie@vanmunstermedia.nl



1931 Congrescentrum
's-Hertogenbosch



Autotron
's-Hertogenbosch



Beekse Bergen Meetings & Events
Hilvarenbeek



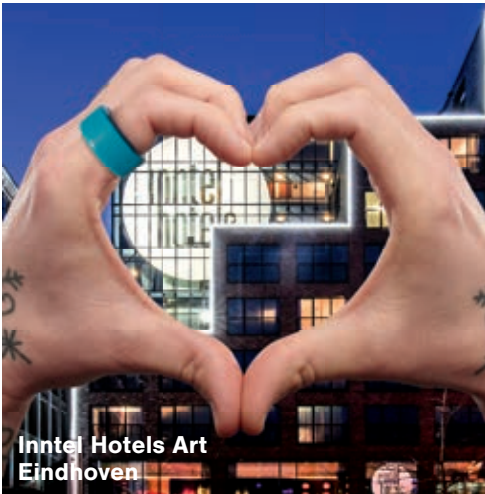
Evoluon
Eindhoven



Golden Tulip Hotel Central
's-Hertogenbosch



Guldenberg Hotel & Brasserie
Helvoirt



Inntel Hotels Art
Eindhoven



Kasteel Maurick
Vught



Pullman Eindhoven Cocagne
Eindhoven



Van der Valk Hotel
Eindhoven



Sandton Eindhoven Centre
Eindhoven



Brabant Hallen Mainstage
's-Hertogenbosch



Conference Center High Tech Campus
Eindhoven



De Ruwenberg
Sint Michielsgestel

**De mooiste
venues van
Brabant**



HUP
Mierlo



Kapellerput
Heeze



Landgoed Huize Bergen
Vught



Mövenpick Hotel
's-Hertogenbosch



NH Koningshof Conference Center
Veldhoven



Van der Valk 's-Hertogenbosch
Vught

Als je weer 'back to live' wilt

In Brabant vind je de tofste venues
voor al je zakelijke bijeenkomsten.
Uiteraard altijd met dat vleugje
typische Brabantse gastvrijheid!

**VISIT
BRABANT**
Convention Bureau

www.visitbrabant.com/conventionbureau

8 Onvergetelijke bijeenkomsten op de Waddeneilanden

Bedrijven hebben meer dan ooit de behoefte om hun team weer fysiek bij elkaar te brengen. En waar kan dat beter dan op Terschelling, Vlieland en Ameland? Deze eilanden bieden namelijk een inspirerende omgeving, mooie locaties, diverse teambuildingsactiviteiten en een full service evenementenbureau. Én, zijn dichterbij dan je denkt!

18 Zo organiseer je een succesvolle hybride meeting

Na een jaar thuiswerken lijkt het erop dat we voorlopig nog niet met z'n allen terugkeren naar kantoor. Dus zijn we druk met afspreken wie wanneer op kantoor is en hoe de hybride samenwerking eruitziet. Daarnaast is de hybride meeting in opkomst waarbij zowel online als offline deelnemers aanwezig zijn. Hoe kun je dit nu het beste organiseren?

30 Echte verhalen uit de branche: "Ik heb wel een traantje gelaten"

De afgelopen anderhalf jaar stond in het teken van annuleren, incalculeren en improviseren. Meeting Magazine ging in gesprek met drie organisatoren die terugkijken op een roerige periode, maar gelukkig ook een mooi toekomstperspectief hebben.

36 Tafeldiscussie: De uitdagingen op de arbeidsmarkt

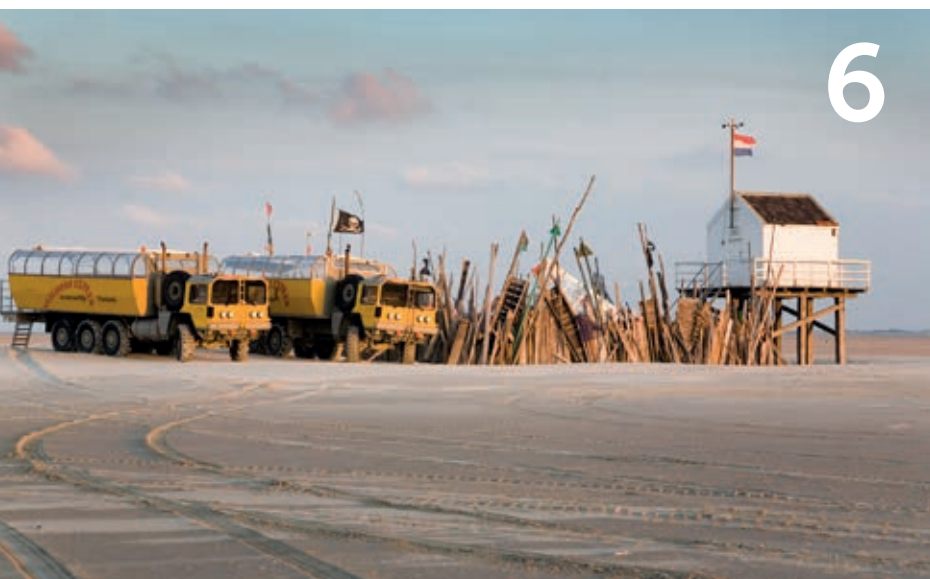
De MICE-branche staat voor een aantal flinke uitdagingen. Het vinden en behouden van goede werknemers is er daar één van. Meeting Magazine organiseerde samen met Wouter Olland een tafeldiscussie over dit onderwerp in Kasteel De Hooge Vuursche.

46 Meet in Hasselt: De perfecte bestemming voor je zakelijke bijeenkomst

Een compact stadscentrum, inspirerende locaties, gerenommeerde kennisinstellingen en bijzondere activiteiten: de Vlaamse stad Hasselt heeft alles in huis om zakelijke bijeenkomsten te hosten. En je hoeft voor deze buitenlandse topbestemming niet lang in de auto te zitten.

"Wij zullen als bedrijf na moeten denken over ons eigen verhaal en wat we zelf te bieden hebben."

Stephan van den Akker, p 36





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, Sebastiaan Wubben

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 arti-
kelen wordt door de uitgever voorbehouden.

Hoewel de informatie gepubliceerd in deze uitgave
zorgvuldig is uitgezocht en waar mogelijk gecontroleerd,
sluiten de uitgever en de redactie uitdrukkelijk iedere
aansprakelijkheid uit voor eventuele onjuistheden en/of
onvolledigheid van de verstrekte gegevens.

COVER
Island Events – By WestCord

Aantal verschenen edities: 92



68 Uniek project: Remastered

Een compleet nieuwe wereld. Met deze woorden wordt het unieke project Remastered op de website onder de aandacht gebracht. Aan ons de eer om te verwoorden hoe dit project tot stand is gekomen. Onder de Erasmusbrug in Rotterdam is een permanente expositie gecreëerd die onbeschrijfelijk verrassend is en hopelijk veel bezoekers mag ontvangen.

Verder in deze editie

- 28 Golden Tulip Hoteliers blikken positief vooruit
- 41 Auberge De Smockelaer
- 44 De beste waardering voor je collega's en zakenrelaties
- 49 Met SCIB naar Luzern en Engelberg-Titlis
- 56 Hotel De Zeeuwse Stroom
- 58 Zo word je een betere presentator
- 62 YOIN excellent meeting places

In elke editie

- 13 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 14 Event Canvas
- 16 Event Planner Academy
- 22 Het Sprekershuys
- 24 Today is Amazing
- 48 Column Daniel Seesink - Bewust Zoo
- 55 Column Wouter Olland - Marketeer | Sales Management | Trainer
- 66 MPI Nederland



EVENEMENTENBUREAU ISLAND EVENTS - BY WESTCORD

ONVERGETELIJKE BIJEENKOMSTEN OP DE WADDENEILANDEN

Bedrijven hebben meer dan ooit de behoefte om hun team weer fysiek bij elkaar te brengen. En waar kan dat beter dan op Terschelling, Vlieland en Ameland? Deze eilanden bieden namelijk een inspirerende omgeving, mooie locaties, diverse teambuildingsactiviteiten en een full service evenementenbureau. En, zijn dichterbij dan je denkt!

Veertig jaar geleden wisten de gasten van de WestCord Hotels op Terschelling en Vlieland de omgeving en de natuur al te waarderen en maakten de medewerkers met alle liefde en plezier een lunchmand klaar. Toen het aantal aanvragen steeds groter werd, besloten de hotels dit te professionaliseren door samen te gaan werken met een externe partij. Tegenwoordig

verzorgen de eventmanagers van het full service evenementenbureau Island Events - by WestCord alles voor je bijeenkomst op Vlieland, Terschelling en Ameland: van vervoer tot bijzondere teambuildingsactiviteiten. Wil je een groter event, al dan niet verdeeld over twee of drie eilanden? Dan zet het bureau meerdere WestCord Hotels en diverse lokale partners in.

MAAK VAN DE OVERTOCHT EEN EVENT

Nadat je de boot naar de Waddeneilanden bent opgestapt, gaat je event in feite al van start. Sterker nog, de oversteek naar Terschelling, Vlieland en Ameland is een event op zich!

Vlieland

De oversteek van Harlingen naar Vlieland kan op verschillende manieren. Naast de veerdienst (anderhalf uur) en de sneldienst (45 minuten) die door rederij Doeksen worden verzorgd, kun je ervoor kiezen om een privé-overtocht op een RIB-boot te maken. De Regina Andrea van Waddenrecreatiebedrijf Neptunus en de zeezeilkipper van rederij Holland kunnen exclusief worden afgehuurd.

Terschelling

Vanuit Harlingen vertrekt ook de veerboot naar Terschelling. Deze overtocht duurt twee uur. De sneldienst doet er 50 minuten over. Bij aankomst zie je al meteen de beroemdste vuurtoren de 'Brandaris'. Ook is er een direct vaarverbinding tussen Terschelling en Vlieland. Deze tocht duurt 1 uur en 35 minuten.

Ameland

Met de veerdienst vaar je in een klein uur van Holwerd naar Ameland. De sneldienst doet er 20 minuten over. Wil je een exclusieve vaartocht, dan kun je de Robbenboot afhuren (tevens beschikbaar voor rondvaarten). De echte avonturiers lopen in 3,5 uur te voet over het wad van Holwerd naar Ameland. Dit kan alleen bij laagtij.

Op Ameland Airport kun je landen met een privé-vliegtuig of een taxi-vlucht met een vierpersoonsvliegtuig boeken naar de Nederlandse en Duitse Waddeneilanden. Ook een rondvlucht boven Ameland of een groter deel van het Waddengebied is mogelijk, net als parachutespringen (alleen in de zomer).

ALLEMAAL SAMEN

Het team achter Island Events bestaat uit enthousiaste dames die elk een WestCord Hotel als uitvalsbasis hebben. Allen merken ze dat de interesse naar zakelijke bijeenkomsten op de Waddeneilanden de laatste maanden enorm is gegroeid. "Mensen hebben de behoefte om weer bij elkaar te komen", vertelt Nynke Doeksen. "Maar bedrijven willen na anderhalf jaar thuiswerken wel iets meer dan een simpele vergadering. Vlieland, Terschelling en Ameland bieden een inspirerende omgeving, mooie locaties en diverse teambuildingsactiviteiten." Carola Pieper knikt: "Het mooie van een event op de Waddeneilanden is dat je deelnemers ook allemaal samen blijven. De laatste boot vertrekt namelijk om 19.00. Dat maakt de eilanden zo geschikt voor bijvoorbeeld een teambuilding of een cursus." Ook voor een incentive zijn de Waddeneilanden een prima bestemming. "Door naar de Waddeneilanden af te reizen, hoeven bedrijven niet de grens over maar zijn ze toch even helemaal weg met het hele bedrijf. We hebben de komende maanden niet voor niets veel aanvragen voor meerdaagse bijeenkomsten", zegt Elisa van der Woude.

VLIELAND

Carola Pieper is samen met Nelleke Riekerink verantwoordelijk voor de

bijeenkomsten die op Vlieland plaatsvinden. "Op Vlieland vind je twee WestCord Hotels. Strandhotel Seeduyn ligt aan het Noordzeestrand en heeft acht zalen (maximale capaciteit 200 personen) waarvan de meeste met uitzicht op de duinen. De 151 hotelkamers en appartementen hebben een balkon of terras. In restaurant De Brassery serveren we à la carte seizoensgerechten. Direct naast het hotel ligt strandpaviljoen 't Badhuys, dat in 2017 nog werd uitgeroepen tot beste strandpaviljoen van Nederland. Ook hebben we een zwembad en een wellness." Hotel de Wadden ligt in het dorpje Oost-Vlieland en heeft wat meer het karakter van een klein familiehotel. "Dit hotel heeft 22 hotelkamers en kan zelfs exclusief worden afgehuurd", vertelt Nelleke. "Er zijn drie restaurants met elk een eigen keuken en sfeer: eetcafé 't Praethuys, visrestaurant De Wadden en ZeeVaert Bar & Rotisserie. Uiteraard kan een verblijf in het ene hotel worden gecombineerd met een lunch of diner in het andere hotel."

LEGERTRUCK

Wil je van een vergadering of training een uniek en inspirerend event maken, dan biedt Island Events op Vlieland diverse bijzondere teambuildingsactiviteiten. Carola: "Een geliefde activiteit is een tour met de Vliehors Expres. Deze omgebouwde legertruck brengt je tijdens





een rit langs de vloedlijn van de Noordzee naar de Vliehors. Dit is een grootste zandvlakte met de bijnaam de Sahara van het Noorden. Het uitzicht is hier prachtig; aan de overkant zie je Texel liggen en de kans dat je er zeehonden spot, is bijna 100%. Je kunt er zeehondentochten met een RIB-boot maken, op het wad lopen, oesters rapen en samen met een strandjutter op stap." Nelleke: "Wil je juist liever wat actiever bezig zijn, dan kun je op Vlieland wandelen, fietsen of zelfs parachutespringen."

TERSCHELLING

Nynke Doeksen en Hilda Winters organiseren op Terschelling de mooiste evenementen en incentives die niet onderdoen voor een buitenlandbestemming. "Ook dit eiland heeft twee

hotels bij het dorp West-Terschelling", vertelt Nynke. "WestCord Hotel Schylge ligt aan de enige natuurlijke baai van Nederland en heeft uitzicht op de Waddenzee. We hebben vier zalen die gekoppeld een maximale capaciteit van 200 personen bieden. De twee bars kunnen als extra break-out ruimte worden ingezet. De 98 kamers en studio's hebben een terras of een balkon met uitzicht op de zee of de natuur. In restaurant Op West kun je kiezen uit gerechten volgens de klassieke Franse keuken en geniet je van het zicht op de baai. Ontspannen kan op de bowlingbaan of in de beautysalon." Wie de voorkeur geeft aan de bossen, kan terecht bij ApartHotel Boschrijk. Hilda: "Hier vind je drie zalen met een gecombineerde capaciteit van 250 personen. Daarnaast zijn er 61 twee-, vier- en zespersoons apparte-



menten. In Brasserie Boschrijck maakt de chef-kok dagverse gerechten van de à la carte kaart klaar. Naast het hotel ligt een subtropisch zwembad.”

POP-UP LUNCH

Net als op Vlieland geven teambuilding-activiteiten op Terschelling je de kans om het eiland goed te leren kennen. Een bijzondere plek is De Boschplaat dat bestaat uit bossen, duinen, kwelders en strand. Onder begeleiding van Staatsbosbeheer kun je het gebied verkennen en diverse vogels spotten, of met elektrische wagens een safari maken. Nynke: “Daarnaast heb je op Terschelling diverse bunkers waar je een rondleiding kunt volgen. Of luister naar de mooie eilandverhalen van de strandjutter tijdens een kampvuur met

een glaasje juttersbitter. Lekker actief op het strand bezig zijn is ook mogelijk, zoals een zeehondentocht, beachgolf of blokarten. Toen in 2019 de container-ramp met de MSC Zoe plaatsvond en het strand was vervuild, hebben deelnemers aan een groot event bij wijze van teambuildingsactiviteit meegeholpen met opruimen. Wij verzorgden toen een pop-up lunch bij het strand.” Een bijzonder event dat elk jaar op Terschelling plaatsvindt, is Springtij. Voor dit event komen 750 tot 800 deelnemers samen die een bijdrage willen leveren aan een duurzame maatschappij.


AMELAND

Op Ameland vind je WestCord Hotel Noordsee, dat op 10 minuten wandelen van het Noordzeestrand ligt. “Het hotel beschikt over een grote en een kleine zaal en een boardroom (maximaal 150 personen)”, vertelt Elisa. “Er zijn 98 kamers en studio’s. In restaurant Mr Sandman serveren we gerechten volgens de nieuwe Hollandse keuken: 80% groente en 20% vlees. Ook hebben we een speciaal keuzediner met alleen maar Amelandse producten zoals kaas.” Op Ameland kun je diverse activiteiten op het strand doen, zoals powerkiten, boogschieten en raften. De natuur leent zich prima voor een wandel- of fiets-tocht. Of breng een bezoek aan de lokale bierbrouwerij of kaasboerderij voor een rondleiding en een proeverij. “Echt bijzonder is een tocht naar het Oerd en de Hôn, twee natuurgebieden in het oostelijke puntje van het eiland. Ga je met de Strandexpress, dan kunnen we voor onderweg drankjes, hapjes en live muziek regelen.”

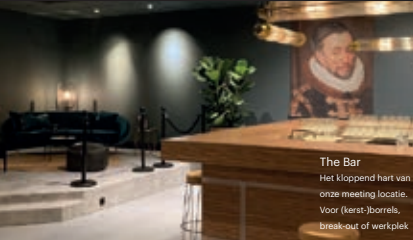
Met zoveel mogelijkheden is het niet vreemd dat de Waddeneilanden juist nu meer dan ooit in trek zijn. Ook laten meeting- en eventmanagers zich niet beïnvloeden door het vooroordeel dat de Waddeneilanden zo ver weg zouden liggen. “Iedereen denkt dat, terwijl men wel bereid is om in de file te staan richting de Randstad”, zegt Carola. “Hier begint je event zodra je de veerboot op stapt.”

www.islandevents.nl





ECC LEIDEN
EVENT & CONVENTION CENTER



The Bar
Het kloppend hart van onze meeting locatie. Voor (kerst-)borrels, break-out of werkplek

MEET DIFFERENT

5000 M²

MEETINGS

EVENTS

Wij hebben als grootste meeting locatie in Leiden iets nieuws waar we super trots op zijn: The Bar. Onder het toezien van de Vader des Vaderlands, kan je hier terecht voor een borrel na je meeting, een break of small event. Ook flexwerkers zijn hier aan het juiste adres. Grotere meetings gunnen wij een plaatsje in één van onze 15 totaal gerestylede meeting rooms. Neem een kijkje via onze website of kom langs voor een inspirerende rondleiding.

Nieuwe look voor alle zalen
Nieuwsgierig? Maak een vrijblijvende afspraak en bekijk de mogelijkheden

POOLSIDE

The Pool is onze nieuwste creatieve hotspot, uniek in z'n soort en vanaf nu te boeken! Een inspirerende plek als je anders dan anders wilt vergaderen. Je voelt je hier als een vis in het water voor een hippe meeting, pool party, productpresentatie, brainstormsessie of borrel na afloop van je meeting. Zonder water maar wel op de bodem van een zwembad. Ook voor feestelijke borrels!

Let's dive in
Onze Pool wacht op creative sessies en uitdagende events. Iets voor jou?

Small events, we love it ♥

CENTRAAL RANDSTAD

HEALTHY CATERING

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



www.kasteelgroeneveld.nl



Ziet u door de bomen het bos niet meer?



ACS 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



NAPIJN

Een verstandskies stond niet helemaal lekker en moest eruit. De kaakchirurg keek zorgelijk naar de foto's en adviseerde een uitgebreide verdoving. Snijden, hakken, breken, beitelen, trekken. Het lukte niet. Er kwam een tweede chirurg bij en nog wat extra verdovingsprikken. Het woord crisis viel. Ik voelde paniek. Een derde persoon arriveerde voor overleg. Nog meer verdoving.

Uiteindelijk verliet ik na ettelijke uren volledig gedrogeerd het ziekenhuis. Hoe ik thuis gekomen ben, weet ik niet meer. Maar het was al donker en de afspraak was 's ochtends. De paniek omdat ik bijna een hele dag zoek was, heb ik niet meegekregen (we leefden nog in het mobielloze tijdperk). Eenmaal thuis viste ik een receptje uit mijn tas voor wat pijnstillers. Het zou naar alle waarschijnlijkheid nog wel wat pijn gaan doen... Uit voorzorg ging mijn vriend op pad naar een nachtapotheek.

Niet veel later trok de mist op en werd mijn hoofd weer helder. De verdoving raakte rap uitgewerkt. En waar bleven die verdomde pillen? Ik was in staat om ze allemaal tegelijkertijd in te nemen. Helse napijn! Wat een nacht. De crisis was bestreden maar de gevolgen, een ontwrichte kaak, een prikkelende tong en uitsluitend een bittere smaak bij wat ik ook at, hielden nog maanden aan.

Ik moest aan dit voorval denken nu ik zoveel napijn in de hospitalitybranche voel. De crisis is weliswaar op zijn retour maar de naweeën zijn heftig. Er is de afgelopen anderhalf jaar noodgedwongen scherp gesneden in de kosten en overall zijn hele afdelingen tot bloedens toe leeg getrokken. En vul die maar weer eens op nu er zoveel mensen hun heil elders gezocht hebben.

Niet eerder maakte ik mee wat ik nu meemaak in mijn toch al lang durende carrière. Offertes opvragen is een ware marteling. Als er al beschikbaarheid is dan gaat de vlag uit, vervolgens begint het (vaak) lange wachten. Aanvragen die over datum raken omdat de offerte maar niet komt. Het trieste record staat op vier weken en twee dagen. Reserveringsmedewerkers zijn schaars en/of zwaar overbelast. Een deel is overspannen en reageert als zodanig. Emailboxen ontploffen, de telefoon ligt ernaast.

Dus hebben we aan de ene kant te dealen met het feit dat het aantal aanvragen niet aan te slepen is. Klanten zijn zó hyper dat ze eindelijk weer iets live mogen organiseren dat ze natuurlijk het liefst à la minute hun offerte ontvangen. 'Wees nou blij dat het zo druk is' (ja, we zijn ook heel blij en hebben ons team zelfs flink uitgebreid) versus het niet kunnen plaatsen wegens gebrek aan beschikbaarheid. Erger nog: locaties die een reservering afbellen omdat er geen personeel is om de gasten te ontvangen. Warme lunch? 'Nee, mevrouw, uw groep kan wel komen maar dan met brood in de tas mee.'

Dan moeten we nog de pijn van de financiële ongelijkheid wegslikken. Zoals NOW deels terugbetalen als straf voor overmatige creativiteit en inventiviteit, de hoge kostenpost van de accountant voor lief nemen (afhandeling steunmaatregelen) en TOZO-perikelen met de Gemeente Amsterdam doorstaan waar ze zo doorgeslagen zijn met inclusion & diversity dat daar geen Nederlander meer werkzaam is, laat staan de taal beheerst en je met je vragen in het ambtelijke doolhof verstrikt raakt.

Ten slotte word ik droevig van diegenen die de crisis eigenlijk 'best wel lekker' vonden. Rust genomen hebben, extra veel met de hond op pad gegaan zijn, aan bewustwording gedaan hebben en ruim de tijd hadden om eindelijk die rommelschuur eens uit te mesten. Als ik de suggestie doe om in het kader van eerlijker pijnverdeling een deel van hun loon aan mij of andere zwaar getroffen ondernemers af te staan wordt dit voorstel natuurlijk weglachen. Dan lach ik hartelijk mee. Als die boer met kiespijn.

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



18 MAANDEN LATER, EN NU?

VANUIT ALGEMEEN PERSPECTIEF BEKEKEN

Na een korte discussie met hoofdredacteur Sofie Fest over een volgende serie artikelen, vroegen we ons af: wat is interessant om te verkennen c.q. verdiepen? Een kijkje in de toekomst, na corona, lijkt de moeite waard. Ofschoon ik op geen enkele wijze pretendeer de toekomst te kunnen voorspellen of te weten hoe het verder gaat, vind ik het wel interessant om te kijken wat ik zie, waar ik tegen aan loop, wat ik hoor waar andere last van hebben en wat er niet veranderd is.

Tekst Ingrid Rip

NEVER WASTE A GOOD CRISIS

Iedereen kon zien dat in de afgelopen periode veel geëxperimenteerd is, binnen onze branche en daarbuiten. Deze experimenten jaagden nieuwe inzichten en innovaties aan. Het zorgde er ook voor dat ontwikkelingen in een stroomversnelling kwamen zoals bijvoorbeeld thuiswerken en online events. Was het bij sommige organisaties een echte no-go, op een goed moment moesten we. Dit fenomeen van experimenteren, innovaties en versnelling is niet nieuw. Never waste a good crisis. In een artikel van McKinsey las ik dat Isaac Newton tijdens een

uitbraak van de builenpest in Engeland door Cambridge University naar huis werd gestuurd. Toen hij in zijn tuin een appel zag vallen, bleek dit de basis voor zijn zwaartekrachttheorie.

In veel landen groeide in de afgelopen anderhalf jaar het aantal aangevraagde patenten. Kennelijk zorgde de pandemie voor inspiratie, tijd om na te denken en focus. Of we het leuk vinden of niet, een deel van ons werk is veranderd en zo ook onze events. We hebben ervaren dat er online veel kan en ongestoorde werktijd en tijdsbesparing zijn een mooie bijkomstigheid.



STOEMPEND ERBOVEN OP

Natuurlijk keert er ook weer veel terug zoals we dat kenden. Langzaam komen we er zwoegend en stoempend bovenop. Gelukkig maar want ik vind online kansrijk, uitdagend en leerzaam, maar live het allerleukste! De mens is een sociaal dier en die sociale contacten opbouwen en onderhouden is live eenvoudiger. Bovendien moet je elkaar soms even aan kunnen kijken om beslissingen te nemen. Zien we kleinere en lokale events weer langzaam terugkeren, de verwachting is dat live grote internationale bijeenkomsten nog wel even op zich laten wachten. Verschillende redenen hoor ik: het kan ook online, gebrek aan vertrouwen of het veilig is, onduidelijke (inter)nationale regels, risico van toch weer moeten annuleren.

OVERTUIGINGEN

Ook aandacht voor sociale dilemma's groeit rap. Dat is op zich niet nieuw, maar wel versneld door de omstandigheden. Je ziet het aan keuzes die mensen maken ten aanzien van bijvoorbeeld voedsel, energievoorzieningen, banken en kledingbedrijven. Steeds meer mensen kiezen bewuster voor lokaal eten, vintage kleding en zonnepanelen op het dak. Dat betekent ook wat voor onze branche. Hoe zit dat met onze ecologische footprint? Met de meest in het oog springende vraag: "moeten we de wereld nog wel over vliegen om deel te nemen aan dat ene event of kan het ook online?".

Voor een toenemende groep mensen draait het leven vooral om een zinvol bestaan en goed zijn voor onze aarde en elkaar. Dit heeft natuurlijk invloed op onze branche. Eerlijk gezegd vind ik dat toegenomen bewustzijn een goede bijkomstigheid. Natuurlijk wil iedereen geld verdienen om te kunnen doen wat ze belangrijk vinden maar het criterium 'voldoende' is voor iedereen anders. Net zoals de één genoeg neemt in de vakantie op een matje in een tent, kiest de ander voor vijfsterren deluxe hotel.

PERSOONLIJKE VERBINDING

Twee punten steken er wat mij betreft bovenuit: mensen kiezen bewuster en persoonlijke verbindingen zijn onverminderd belangrijk. We zagen het al terug in de hashtags zoals #strongertogether #samensterker. De mens is een sociaal dier en dat neemt een pandemie niet weg. Veranderingen gaan steeds sneller. Een deel ervan zal blijven, niet omdat het moet maar omdat het kan. Ik vind het wel fijn, dat ik niet meer voor iedere afspraak in de auto hoeft te springen. Als je mensen kent, kan je vaak prima online vergaderen. En dat geldt ook voor events. Soms wil en moet je ergens live bij aanwezig zijn en soms kun je de verbinding met verschillende continenten online ervaren. De afweging 'welke verbinding is nodig voor welk resultaat' is leidend. Daar moeten we allemaal nog veel beter over nadenken.

Over de schrijver

Ingrid Rip is een ervaren en veelzijdige eventprofessional. Zij heeft een passie voor menselijke ontwikkeling en onze dynamische industrie. Als Certified Event Designer, consultant, trainer en coach helpt zij bij het (her)ontwerpen van impactvolle evenementen, congressen en bidprocedures. Zij leert haar klanten om vanuit een ander perspectief te kijken. Ze is niet bang om hierbij diverse methodologieën, concepten en middelen in te zetten om betrokkenen gemotiveerd te houden. Alles zodat jij de stip aan de horizon scherper krijgt en toekomstige projecten met deze strategie te verbinden. Ingrid is onderdeel van het internationale Event Design Collective en lid van MPI. www.rrem.nl

DE TOEKOMST

Dat live events enorm waardevol zijn, is duidelijk: we hebben het kunnen horen, zien en ervaren en ook onderzoek toont het aan. Dat onze branche (veranderd) terug zal veren, is voor mij ook zo klaar als een klontje. We moeten nog wel heel hard eraan trekken, als we onze branche weer terug willen brengen in het centrum van de live in-person communicatie. Veel ervaren collega's verlieten de branche tijdens de pandemie. Tegelijk: er zijn weer veel aanvragen, afdelingen zijn onderbemand en raken overbelast. Een breed gehoorde klacht is, dat er moeilijk aan goed personeel te komen is. Als je de sociale media mag geloven en de nieuwsbrieven leest, zijn er inderdaad veel openstaande vacatures. Pff wie had dat gedacht een paar jaar geleden?!

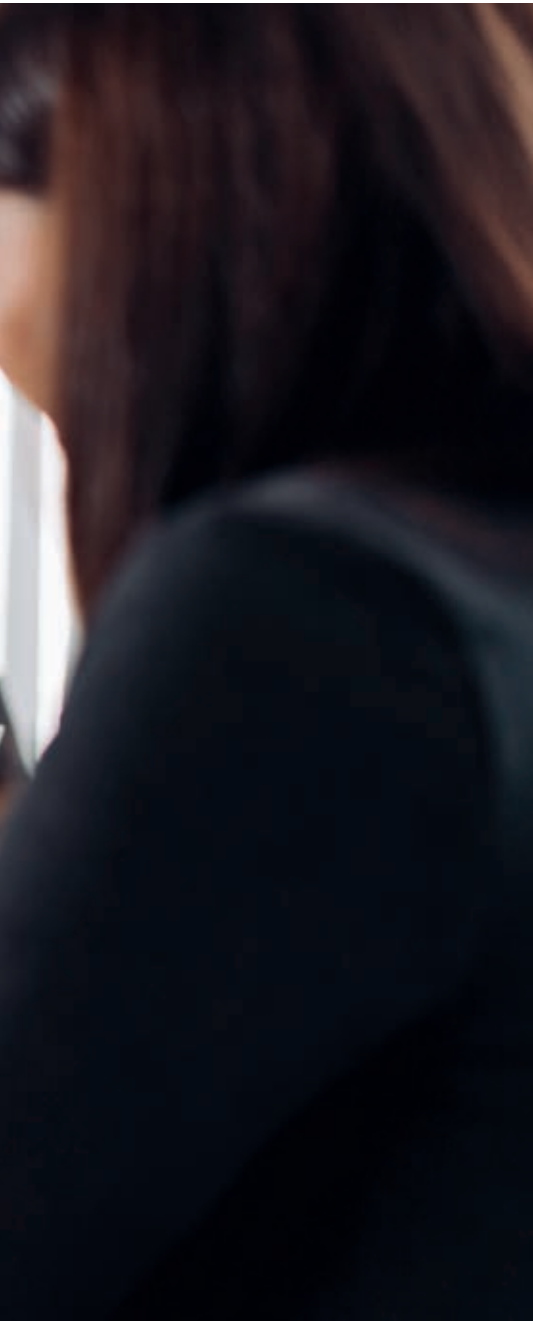
Corona heeft dus in algemene zin veel teweeggebracht (ik noemde er maar een paar), heeft veel leed veroorzaakt en – eerlijk is eerlijk – bracht ook goede dingen. Feit is, dat de wereld verandert en dat we mee moeten. Of we willen of niet. Soms veranderen we bewust en soms onbewust. Dat geeft niet, als je jouw keuzes maar bewust maakt zodat je nooit spijt kunt hebben, dat is zonde van je tijd en je energie.



MET DEZE TIPS EN IDEEËN HAAL JIJ SPONSORS BINNEN VOOR JE ONLINE EVENT

Het regelen van sponsoring voor een evenement is een uitdaging. Door je goed voor te bereiden kun je de potentiële sponsor een scherp voorstel doen dat naadloos aansluit op de doelen van de organisatie.

Photo by Mikael Blomkvist from Pexels



brengen. Zo komt gelijk je evenement nog eens goed onder in de spotlights. Win-win!

TIJDENS HET EVENEMENT:

- **Reclame-uitingen.** Dit is een klassiek idee, waar we allemaal wel bekend mee zijn. Ook online kun je dit inzetten. Denk aan banners, advertorials en logo's.
- **Gesponsorde talks en breakouts.** Net als fysieke evenementen, kun je ook sessies en paneldiscussies door sponsors laten verzorgen. Of creëer branded online break-out rooms.
- **Branded energizers.** Niet alleen sessies kun je laten sponsoren, energizers ook! Kies weer voor een branded setting of stuur vooraf producten op die aansluiten bij de energizer.
- **Goodieboxen.** Goodies zijn natuurlijk een bekende manier om sponsors in het zonnetje te zetten. Stuur een mooi brievenbuscadeau op of als je meerdere producten hebt, ga dan voor een goed gevulde goodiebox.

NA HET EVENEMENT:

- **Afterparty.** Organiseer voor VIP-gasten of eventueel voor iedereen een bijeenkomst na afloop van het evenement. Je kunt hiervoor ook een van de eerder genoemde ideeën gebruiken.
- **Aftercare mails.** Last but not least, stuur informatie over sponsors mee in mails. Als het goed is, stuur je sowieso nog wat mails na en zo sla je twee vliegen in één klap. Denk aan een winactie, een simpele logo of een aftermovie met beelden van sponsors.

VIER TIPS OM

SPONSOREN AAN TE TREKKEN

Met deze losse ideeën alleen kom je er misschien niet. Je moet zorgen dat jouw aanbod ontzettend interessant is voor de sponsors. Het gaat om meer dan alleen een logo laten zien. Je wilt het verhaal vertellen van een merk. Daarom is het ook belangrijk dat de sponsor aansluit bij jouw evenement. Om je hierbij te helpen hebben we daarom nog vier tips.

Tip 1: Realiseer je wat de waarde is van je evenement. Je hebt met jouw event zoveel waarde toe te voegen aan een merk. Omdat het online is, heb je enorm veel data en data is het nieuwe goud. Anders dan bij een offline evenement kun je bijvoorbeeld meten wat mensen precies bekijken en hoelang. Dat is waardevolle informatie voor een sponsor. Realiseer je dat!

Tip 2: Zorg voor een sponsorplan. Hierin beschrijf je voor jezelf hoeveel sponsoring je wilt binnenhalen, welke merken aansluiten en wat je die merken met jouw event precies kunt bieden.

Tip 3: Luister goed naar de sponsors en hun behoeftes. Voorkom dat je heel enthousiast jouw plannen vertelt aan de sponsor, zonder eerst goed te weten wat hun eigen doelen en behoeftes zijn. Daarom is het belangrijk om goed te luisteren. Waar lopen ze tegen aan? Wat zijn hun doelstellingen? Welke boodschap willen ze overbrengen? Ga echt in gesprek, zodat je het merk goed begrijpt en een passend voorstel kunt doen. Dit is vooral van belang voor als je grote sponsorbedragen wilt binnenhalen.

Tip 4: Verleng de zichtbaarheid. Zoals je in de lijst met acht ideeën al kon zien, hoeft sponsoring niet alleen tijdens het evenement plaats te vinden. Voor een sponsor is het heel waardevol als je het benadert als een campagne die al start voor het evenement en eindigt na het evenement.

We hopen dat je hiermee genoeg inspiratie hebt gekregen om mee aan de slag te gaan! Succes!

ACHT IDEEËN

Laten we beginnen met wat interessante ideeën, zodat je direct een goed beeld krijgt van wat er allemaal mogelijk is. We verdelen het in mogelijkheden die je voor, tijdens en na het evenement kunt inzetten.

VOOR HET EVENEMENT:

- **Social media posts.** Laat je volgers alvast kennismaken met de sponsors, geef een kijkje achter de schermen of geef iets weg.
- **Influencer marketing.** Je kunt influencers inzetten die een product of dienst van de sponsor onder de aandacht

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.



ZO ORGANISEER JE EEN SUCCESSVOLLE HYBRIDE MEETING

Na een jaar thuiswerken lijkt het erop dat we voorlopig nog niet met z'n allen terugkeren naar kantoor. Dus zijn we druk met afspreken wie wanneer op kantoor is en hoe de hybride samenwerking eruitziet. Daarnaast is de hybride meeting in opkomst waarbij zowel online als offline deelnemers aanwezig zijn. Hoe kun je dit nu het beste organiseren?

Marieke van Laar, Ingeberte Uitslag en Judith de Jong stapten vorig jaar noodgedwongen in korte tijd over naar online bijeenkomsten. Zij zijn als facilitator werkzaam bij de Facilitation Academy en zijn gespecialiseerd in het begeleiden van groepen tijdens congressen, vergaderingen en andere zakelijke bijeenkomsten. Ze besloten hun kennis over hy-

bride bijeenkomsten te bundelen. "Iedereen werd in 2020 verrast door de razendsnelle opkomst van online meetings", zegt Judith de Jong. "Inmiddels zijn we gewend aan de voordelen van online vergaderen: snel, doelgericht en op de plek die jou uitkomt. Dit wordt dan ook massaal gedaan. Daarnaast is er momenteel veel animo voor offline bijeenkomsten, zoals teamdagen en

TIPS VOOR HYBRIDE MEETINGS

Deze tips van Judith, Ingeberte en Marieke kun je als leidraad gebruiken voor een hybride meeting.

Verbinden/interactie

Bij een hybride meeting gaat men vaak meteen naar de inhoud van de bijeenkomst. Een korte check-in, waarbij iedereen in de juiste focus voor bij bijeenkomst komt, wordt vaak overgeslagen. Dat is jammer want als je dit wel doet, activeer je de deelnemers, leg je de verbinding tussen de online en offline deelnemers en worden ze allemaal bij de meeting betrokken. Dit kan bijvoorbeeld door middel van een activiteit waarbij een virtueel balletje wordt overgegooid. Je kunt dit koppelen aan een korte vraag, bijvoorbeeld wat is voor jou in de meeting van vandaag belangrijk? Of laat iedereen die al een keer heeft deelgenomen aan de meeting iets geels omhoog houden en iedereen die voor het eerst aanschuift iets roods. Een korte, actieve check-in schept een band en geeft voorkennis. Deze werkvorm is ideaal voor kleine bijeenkomsten, maar kan ook prima worden aangepast naar grote events.

Vergadersetting

Daag jezelf uit om de vergadersetting eens onder de loep te nemen. We zien vaak een vergadertafel met laptops en een scherm aan de wand met een webcam. Prima voor een kort, snel overleg. Maar er zijn momenten in de vergadering dat je als offline deelnemer prima even de laptop dicht kunt doen, scheelt weer schermtijd. Om te voorkomen dat de verbinding tussen online en offline deelnemers wegvalt, kun je gebruik maken van een 360 graden camera, maar je kunt ook een aantal laptops in het midden van de vergadertafel zetten. Zo creëer je al snel afwisseling in vergaderdynamiek. Je nodigt hiermee automatisch de online deelnemer ook uit om even te ontspannen achter het beeldscherm.

heisessies. Tussen de online vergaderingen en de offline bijeenkomsten neemt ook de behoefte aan hybride meetings steeds meer toe. Daarin combineer je het beste van online en offline."

NIEUWE TAK VAN SPORT

Voor veel mensen is de hybride meeting een nieuwe tak van sport, zowel voor de deelnemers als voor de organisator. "Ook wij hebben gewoon praktijkkennis opgedaan", zegt Ingeberte Uitslag. "We zijn heel klein begonnen en hebben goed vanuit het perspectief van zowel de online als de offline deelnemer gekeken. Bij de eerste tests merkten we tot onze verrassing dat het vooral voor de offline deelnemers slopend was na die lange periode van thuiswerken."

In de voorbereiding op de (gedeeltelijke) terugkeer naar kantoor is op veel plekken een werkgroep 'hybride werken' of 'terug naar kantoor' in het leven geroepen. "Deze groep denkt na over de nieuwe manieren van werken en moet de facilitaire dienst adviseren over de gewenste inrichting van de vergaderzalen", zegt Judith. "Het lastige was dat de medewerkers van de werkgroep ook nog veelal thuis aan het werk waren. Ze moesten iets adviseren waar ze zelf ook

nog geen ervaring mee hadden. Iedereen was van goede wil, maar de situatie was nog te onbekend."

VOORAF BEPALEN

Om een hybride meeting in goede banen te kunnen leiden, is het verstandig om vooraf over een aantal zaken na te denken. "Neem bijvoorbeeld je rol als facilitator. Daar komen nu extra zaken bij kijken zoals je rol als gastvrouw of gastheer", zegt Judith. "Het is handig om die rollen te verdelen: de offline facilitator heet de deelnemers in de zaal welkom en de online facilitator verwelkomt de online deelnemers. Daarbij laten we de online deelnemers zien in welke ruimte de fysieke deelnemers aanwezig zijn en waar de camera's staan. Een ander aspect om je te realiseren is het gebruik van de chat. Deze zetten we in de hybride meeting heel gericht in, want het kan enorm afleiden als er steeds een berichtje opplopt, zeker als het op een groot scherm in beeld komt. Geef de online deelnemers wel regelmatig ruimte om te chatten, want het is ook hun 'koffiekransje'."

SPELREGELS

Ook duidelijke spelregels helpen om de hybride meeting soepel te laten verlopen.





Ingeberte Uitslag, Marieke van Laar en Judith de Jong
Fotografie Theo Hogendoorn

Judith: "Dat begint met het afspreken van de starttijd. Online deelnemers loggen in en zitten dan klaar. Wanneer fysieke deelnemers laat binnen komen en nog even kletsen terwijl ze hun spullen klaarleggen, zorgt dat voor vertraging en irritatie. Ook tijdens de bijeenkomst merk je verschillen in dynamiek. Online deelnemers gaan bijvoorbeeld heel doelgericht aan de slag met een brainstorm op een online whiteboard. Ze zijn snel klaar, terwijl fysieke deelnemers van nature meer tijd nemen voor het toelichten van hun ideeën. Je kunt daar rekening mee houden door de online deelnemers een iets aangepaste opdracht te geven."

ROL VAN DE FACILITATOR

Daarnaast speelt natuurlijk de facilitator een belangrijke rol. Ingeberte: "Het bieden van structuur is essentieel, laat weten wat je van deelnemers verwacht. Werk als het even kan met twee facilitators, één online en één offline. Wissel af met de lead. Het uitleggen van een opdracht of het toelichten van een vergaderstuk kun je goed door de online facilitator laten doen. Deze is zowel voor de online als de offline deelnemers goed zichtbaar en verstaanbaar op het scherm.

Alle deelnemers hebben dan één punt om op te focussen. Dat geeft rust. Als je niet de luxe van twee facilitators hebt, kan je ook kiezen om een aparte woordvoerder voor online en offline aan te wijzen. De offline woordvoerder kan de mensen in de zaal even bijpraten, de online woordvoerder kan richting de online deelnemers toelichten wat de bedoeling is en hen daarin begeleiden. Daarnaast zijn ze een spreekbuis voor als er vragen zijn of bijvoorbeeld het geluid wegvalt."

TECHNIEK EN INRICHTING

Net als bij live meetings zijn techniek en inrichting essentieel voor het slagen van een hybride meeting. Daarvoor hoeft je niet meteen flinke investeringen te doen. "Kijk qua techniek eerst eens hoever je komt met bijvoorbeeld je laptop en je smartphone", zegt Judith. "Eén extra overzichtsbeeld kan voor een online deelnemer al een verschil maken. Het is essentieel dat je geluid op orde is en dat je de inrichting in de zaal zo maakt dat iedereen elkaar kan aankijken. Wij noemen dat de kijklijnen." "Betrek vooral de technische mensen bij het inrichten van de zaal", voegt Marieke toe. "Zij weten precies wat de aanwezige

Dit soort variatie in dynamiek kan helpen bij het markeren van verschillende agendapunten (bijvoorbeeld doelgericht en reflectief), maar ook voor het vasthouden van de concentratie en een meer ontspannen sfeer en lijf.

Break out rooms

Het gebruik van breakout rooms is in een hybride meeting is goed mogelijk. Denk wel van tevoren goed na hoe je het wilt organiseren. Je hebt daarin meerdere smaken. De meest eenvoudige optie is om offline deelnemers op locatie in breakout rooms te zetten en de online deelnemers hun eigen online breakout rooms te geven. Zorg daarbij voor een evenwichtige debrief. Mocht je ervoor kiezen om offline en online deelnemers te mixen, bedenk dan goed hoe je dat met beeld en geluid doet. Je hebt bijvoorbeeld al gauw meerdere ruimtes nodig, bedenk van tevoren hoe je de techniek en logistiek regelt. Test dit.

Kring met een 360 graden camera
Als je even weg wilt van de vergadersetting, kan je ook kiezen voor een kringopstelling met een 360 graden camera. De online deelnemers hebben dankzij de camera het gevoel dat ze er echt bij horen en de offline deelnemers kunnen zich niet verbergen achter een laptop of tafel, wat een actieve deelname stimuleert. De online deelnemers kan je in beeld brengen op laptops of kleine schermen die rond de camera zet (de camera steekt er wat boven uit).

Low tech

Je doet de deelnemers ook hier een plezier door even het scherm te laten voor wat het is. Laat bijvoorbeeld een offline en een online deelnemer met elkaar bellen, als het even kan in de buitenlucht. Dan zijn ze even weg van het scherm en komen ze met nieuwe energie én input terug in de plenaire setting.



techniek voor mogelijkheden biedt. En wees niet bang om dingen uit te proberen. Wat voor effect heeft een bepaalde geluidsinstelling of cameraplacering op de deelnemers en hun betrokkenheid?"

VOORBEREIDING

"Daarnaast is het handig om een checklist aan te houden bij de voorbereiding, ook als je voor iemand anders de meeting moet organiseren", voegt Ingeberte toe. "Deze checklist helpt je om, in alle hybride mogelijkheden, snel helder te krijgen wat je voor deze meeting moet

regelen en hoe je het programma kunt opbouwen. Denk bijvoorbeeld aan de frequentie van de meeting, de hybride ervaring van deelnemers, de locatie, de beschikbare techniek, de wifi-sterkte en de gewenste interactie tussen online en offline deelnemers. Doe jezelf een plezier en maak een goed draaiboek met inhoud, rolverdeling en techniek." Marieke: "Maar leg de lat niet meteen te hoog. Uiteindelijk is het een kwestie van experimenteren om erachter te komen wat voor jouw organisatie of jouw bijeenkomst werkt."





HYBRIDE EVENTS

DOE HET GOED OF DOE HET NIET

Tijdens een hybride event komen online en offline samen. Een dagvoorzitter, sprekers en publiek zijn live aanwezig vanuit de studio of evenementenlocatie. Door slim gebruik te maken van online streaming, kunnen er ook vanuit huis een groot aantal mensen het event 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. Je moet er dus helemaal voor gaan, of het gewoon niet doen. Ga je toch voor hybride? Dan vertellen we je graag hoe je een ijzersterke combinatie maakt van fysiek en digitaal.

TWEE EVENTS IN ÉÉN

Hybride biedt ongekende kansen. Je kunt live je gasten meenemen in een unieke ervaring met jouw merk én

mensen laten netwerken. Online kun je ook netwerken, maar ligt de focus op kennisdeling en - als je daarvoor kiest - het on demand bijwonen van delen

van het event. Maar hybride kent ook zijn valkuilen. Sprekers kunnen niet dezelfde connectie maken met de mensen in de zaal en met de mensen die digitaal intunen. Net zo min als een ieder van ons twee dingen tegelijkertijd precies dezelfde aandacht kan geven. Gelukkig hoeft dat ook niet, zolang je hybride events ziet voor wat ze zijn: twee events in één die ieder een op maat gemaakt programma nodig hebben.

DAGVOORZITTERS

Dagvoorzitters zijn essentieel voor een geslaagd event. Bij een hybride event helemaal. Ze zorgen ervoor dat de sprekers én het publiek - zowel fysiek aanwezig als online - zich gehoord en gezien voelen. Een dagvoorzitter is de rode draad van een event. Het belang van een dagvoorzitter bij een event waarbij het toch allemaal nét wat anders is dan normaal, wordt alleen



maar groter. Pak je het echt groots aan? Dan kan het zijn dat je voor je event meerdere dagvoorzitters nodig hebt. Wanneer er bijvoorbeeld meerdere zalen en verschillende groepen mensen zijn of wanneer het programma zo wordt gemaakt dat elke groep dezelfde dagvoorzitter ziet op een ander moment. Toch is het waardevol om, indien mogelijk, plenair te openen en/of af te sluiten met een dagvoorzitter, omdat je zo het groepsgevoel vergroot. Een belangrijke factor in deze tijd. Of dit mogelijk is, hangt natuurlijk af van je locatie.

SPREKERS

Voor sprekers geldt dat zij hun verhaal het beste kunnen overbrengen wanneer ze zich op één publiek kunnen focussen: de mensen thuis of de mensen in de zaal. Meerdere sprekers zijn voor

een hybride event dus essentieel. Daarnaast moeten de verhalen van alle sprekers op je event elkaar aanvullen en versterken. Dit komt ook voort uit het doel van je event, een analyse van je doelgroep en de doelstellingen. Welke verhalen moeten er verteld worden om het doel en de doelstellingen te halen? En passen de verhalen binnen het thema?

PROGRAMMA EN INTERACTIE

Online én fysiek tegelijkertijd vraagt om een programma op maat. Focus online bijvoorbeeld op kennisdeling, flexibiliteit en on demand sessies kunnen bijwonen. Fysiek kan je aandacht dan uitgaan naar de beleving, het netwerken en een gevoel van exclusiviteit. Je creëert daarnaast nieuwe manieren van interactie. Live krijgen de deelnemers de

volledige beleving en contact met de spreker, terwijl online deelnemers direct feedback kunnen geven en polls kunnen invullen.

TECHNIEK EN VORMGEVING

Een hybride event valt of staat met de juiste techniek. Je wilt irritaties die kunnen ontstaan bij het bijwonen van digitale events voorkomen, dus investeer in het beste beeld en geluid. Visuele ondersteuning in jouw branding zorgt ervoor dat de kijker aan de hand wordt meegenomen. En beter nog: on demand kan beslissen wanneer er wat gekeken wordt.

COMMUNICATIETRAJECT

Stel je gastenlijst zorgvuldig samen: wie moet er écht fysiek aanwezig zijn? Check ook goed bij de locatie hoeveel mensen er maximaal aanwezig mogen zijn, inclusief personeel en eigen medewerkers. Als een groepsgrootte van 100 personen is toegestaan, betekent het niet dat je ook 100 personen kunt ontvangen. En wees concreet met wat je van je bezoekers, je personeel en eigen medewerkers verwacht. Geef vooraf de informatie die ze moeten weten op de dag zelf. Hoe is het parkeren geregeld? Wat zijn de looproutes? Hoe werken de pauzes? Hoe zit het met plenaire en subsessies? Al dat soort informatie moet vooraf duidelijk zijn voor je bezoekers, je personeel en je eigen medewerkers. Vervolgens kan er op het natraject worden gefocust, aansluitend op jouw doel en doelstellingen. Zo leren de bezoekers precies wat je voor ogen had en vergroot je de kans op gedragsverandering achteraf. Iets wat te allen tijde van grote waarde is.

MAAK EEN BEWUSTE KEUZE

Een hybride event moet een weloverwogen, bewuste keuze zijn. De gedachte 'laten we naast een fysiek event, ook een deel digitaal doen', gaat echt niet op! Hybride events zijn twee (of zelfs meer) events in één, dus behandel dat ook zo als eventmanager. Als je niet alle vormen de juiste aandacht kan geven is ons advies: doet het niet. Echt niet. En kies dan voor een fysiek óf digitaal event.

Neem contact op met het Sprekershuys
Het Sprekershuys denkt graag met je mee over de vorm en inhoud van jouw event. Neem contact met ons op via 030 304 00 25 of mail naar info@sprekershuys.nl om de mogelijkheden te bespreken.



MENSEN (AAN JE) VERBINDEN MET ORIGINELE INTERACTIE

Yes, het is weer showtime! Met lichtelijk klamme handjes zit je achter je scherm. Jouw online event is zojuist begonnen. Al het harde werk van de afgelopen zes weken komt tot een climax. Je hebt lang nagedacht over de inhoud, de presentaties en er is keihard geklust om iedereen de komende 120 minuten aan het scherm gekluisterd te houden.

Tekst Sebastiaan Wubben

DAN LEES JE DE CHAT:

“Moet zo ff naar de kapper, succes! Groet Thomas.”
 “Mijn WiFi is sinds twee dagen nogal slecht en heb last van m’n buik. Sorry. Annelies.”
 “Krijg zo een pakketje van Marktplaats bezorgd, ben er ws niet bij. Gr. José.”

Zeven berichtjes. Diepe zucht. In je hoofd rolt er een bosje stro voorbij. Dan ineens; zenuwen. Shit. Dé presentatie met echt alle strategische plannen van Q4 komt er zo aan. Ze moesten juist nu online blijven. Nee! Wat nu?

Herkenbaar? Vast wel. Hoe hou je mensen erbij? Je kunt ze niet dwingen, jammer genoeg. Een ultieme oplossing heb ik niet voor je. Wel ga ik je vertellen hoe de interactie en betrokkenheid van tevoren wordt uitgedacht in mijn spellen en hoe jij dit kunt gebruiken bij de opzet van je online event. Er zijn trucjes die altijd werken en dingen die je niet moet doen. Neem Battles for Medals; een Zoom/Teams-spel van twee uur vol zoekopdrachten, beweging, zingende collega’s en interactieve gekkigheidjes in een sportief thema. De eerste vijf minuten kijkt iedereen de kat uit de boom, standaard. De laatste vijf minuten springen diezelfde

mensen door de woonkamer, met hun kat. Door deze verrassende ervaringen krijgen mensen nieuwe positieve inzichten in elkaar, dát verbindt.

HOE KRIJG JE EEN GROEP ZO ENTHOUSIAST? VIJF TIPS:

1. Geef je gasten een naam

Komt iemand binnen? Zeg hoi, noem iemand bij naam en vraag hoe het met iemand is of hoe z'n dag was. "Hoi Thomas, wat heb jij gedaan dit weekend? Gesurft? Vertel eens..." "Welkom Annelies, waar kom jij vandaan?" Als deelnemer voel je gezien, je hoort erbij. Herhaal namen tijdens de meeting en gebruik je info vanuit de eerste gesprekjes. "Thomas, hoe zou jij als surfer hier naar kijken?" "Ik zie dat Annelies uit Emmeloord wat wil zeggen".

2. Zorg voor interactieve smeersels

De techniek laat je soms in de steek. Vooral bij groepen die elkaar niet kennen kan dat ongemakkelijk zijn. Zorg daarom voor event-hummus. Kleine acties die overal tussen kunnen. Maak een lijst met open vragen die je kunt stellen aan de deelnemers zodra er plots zo'n ruimte komt. In de casus van onze Q4-meeting kun je successen uit Q3 uitvragen: "Wat was volgens jou echt een doorbraak in Q3 José?" "Thomas, wat denk jij hiervan?" Schrijf een anekdote uit, las een spontane koffiepauze in of een quizvraag met kleinigheidje.

3. Verplaats je bij elk onderdeel (in de ander)

Zet een stoel klaar. Deze is van je gast (de ontvanger). Hoe zou het zijn om de verschillende delen van het programma mee te maken in de stoel van de ontvanger? Ga letterlijk zitten in die andere stoel. Loop het programma stap



voor stap door. Is het boeiend om 5, 10 of zelfs 20 minuten naar die monotoon pratende directeur te luisteren? Hoe zou dat voor je zijn daar in die stoel? Zou jij je gaan vervelen? Neig je naar je smartphone? Ja? Jouw gast dus ook. Hoe maak je die lezing dan interessanter? Snel je naar tip 4.

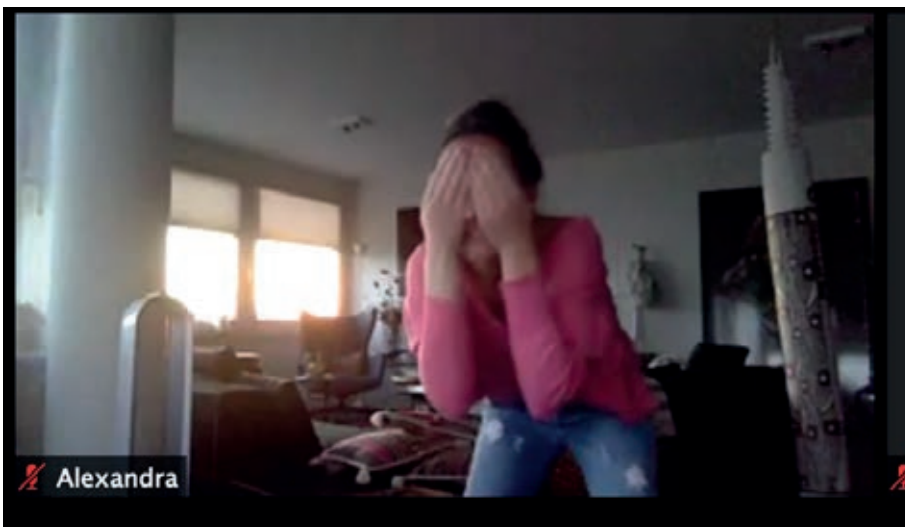
4. Hou je publiek actief

Passiviteit is je grootste vijand. Met simpele huis-, tuin- en keukenartikelen kun je kleinschalige belevingen toevoegen. Battles for Medals heeft een communicatie-onderdeel. Met papier, een Pritt-stift en een YouTube-tutorial worden de teams in een breakoutroom uitgedaagd om zoveel mogelijk beren te origamiën. Het is lastig, maar door goed met elkaar te communiceren vouwen deelnemers

soms wel vijf van die beertjes in acht minuten. Simpelheid ten top maar ze zijn apetrots, doen eens wat anders en die beren staan maanden op hun bureau. Laat mensen discussiëren, bewegen, puzzelen of iets ruiken. Wees een beetje vreemd en nooit bang om reuring te creëren.

5. Begrijp je doel en doelgroep

Mijn spellen zijn volledig uitgedacht en we kunnen ze vaak testen. Bij een eenmalig event heb je dat niet. Niet eerlijk, hoor ik je denken. Toch kun je erachter komen wat werkt. Hier is m'n meest waardevolle tip: interview je stakeholders het hemd van hun lijf. Hoe beter je ze kent des te beter begrijp je wat ze betrokken houdt en hoe je je doel kunt bereiken. Een prachtig extraatje; die interviews zijn superverbijndend.



Alexandra

Today is Amazing creëert en organiseert spellen en activiteiten om mensen te verbinden. In alle concepten zit plezier en leer je altijd iets waardoor je relatie met de andere spelers verbeterd. Dit doen we omdat we geloven dat mensen verbinden geluk creëert. Nieuwsgierig geworden? Kijk op: www.todayisamazing.com. Sebastiaan Wubben mag je altijd opzoeken via 0646046896, info@todayisamazing.com of LinkedIn.

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



Restaurant Op Sypesteyn

“Met passie gerund door een team van enthousiaste mensen”

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



Expo Houten

“Meeting & Events”

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



Mariënhof Amersfoort

“Onbeschrijfelijk stadsklooster met hart en ziel”

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



Kontakt der Kontinenten

“Wereldse gastvrijheid”

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



Stadsschouwburg Utrecht

“Een unieke theater- en evenementenlocatie”

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



KNVB Campus

“Voor de teams van morgen”

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



Van der Valk Hotel Amersfoort-A1

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

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



Landgoed de Horst

“Voor vergaderingen trainingen en congressen”

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



Oud London Horeca Groep

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

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



Dennis Tuin



GOLDEN TULIP HOTELIERS BLIKKEN POSITIEF VOORUIT

"ONTMOETEN ZIT IN ONZE AARD"

Maar eerst een stapje terug. We schrijven 2019; overspannen hotelmarkt, forse kamerprijzen, investeringsplannen, positieve energie, congressen, seminars, kortom hoogconjunctuur. Nog geen tien weken later spreekt onze premier vooral de horeca- en evenementenbranche naar een onzekere en donkere toekomst.

Nog steeds is de internationale MICE-industrie samen met de culturele sector onevenredig zwaar getroffen. Golden Tulip Hotels is het oudste van origine Nederlandse hotellabel, dus je zou verwachten dat de ervaren hoteliers al een paar stormen hebben doorstaan de laatste jaren. Meeting Magazine interviewde twee door de wol geverfde hoteliers in respectievelijk 's-Hertogenbosch en Leiden. Wat vooral opvalt, is de veerkracht en het

positivisme. Verder krijgen hoteleigenaren vanuit Golden Tulip de maximale vrijheid om binnen de geldende standaards het beste in te spelen op lokale markttrends, zowel bij goede tijden als in de Covid-19 crisis van de afgelopen 18 maanden.

KERNBEHOEFTE INVULLEN

Als eerste treffen we Karin Rademaker, directeur van het fameuze Golden Tulip Hotel Central in het hartje 's-Hertogen-

bosch. "Natuurlijk hebben we zware tijden beleefd, zeker in de eerste maanden toen we allemaal letterlijk in het duister tastten. Vorig jaar was heel erg dubbel voor ons, enerzijds door alle maatregelen met veel minder gasten om je heen dan normaal, anderzijds was er ook een keer tijd om na te denken, te overleggen en een koers uit te stippelen voor betere tijden. Ik zal niet zeggen dat we er weer zijn, maar we zien toch wel een steeds groter wordend licht-

punt. Nog even slag om de arm voor wat betreft ontwikkelingen dit najaar. We bruisen van de initiatieven in 2021, met name ook in het meetingsegment. Met respect voor alle genomen maatregelen; we krijgen zulke enthousiaste reacties van de grote bedrijven die nu weer bij ons kunnen boeken. Sommigen hiervan waren letterlijk anderhalf jaar onderworpen aan zakelijk huisarrest aan de koffietafel met laptop en Zoomverbinding. Dan merk je weer welke kernbehoefte (elkaar echt zien en ontmoeten) je mag invullen als hotelbranche.”

GEZELLIG EN GROEN

“Voor de nabije toekomst spelen we in op de positionering ‘Gezelligheid en Groen’, iets wat volgens ons 100% past bij de Brabantse roots en onze verantwoordelijkheid als familiebedrijf voor een duurzame toekomst. Voorbeelden hiervan? We hebben een tijdelijk terras geopend achter de oude middeleeuwse stadsmuur. We hebben wandel- en fietstochten ontwikkeld voor breaks met picknickmand. Verder hebben we met de internationaal bekende groenstylist Romeo Sommers de serre van onze Brasserie klaargemaakt voor het najaar. Ook ben ik heel trots op ons project om onze gasten voortaan een elektrische deelauto of fiets aan te bieden voor een tripje in onze prachtige regio. Achter onze receptie liggen de sleutels van maar liefst vijf elektrische Volkswagens en Audi’s voor een duur-



zame rit naar bijvoorbeeld de prachtige golfbaan waar binnenkort ook de Dutch Open plaatsvindt. Last but not least zijn we nu ook erkend als een Tripadvisor Travellers’ Choice Award-winnaar van 2021. Een echte teamprestatie en eerbetoon aan hotels die de afgelopen 12 maanden uitmuntende reizigersbeoordelingen hebben gekregen.”

STRATEGIE

Na Den Bosch komen we aan in nog zo’n historische Nederlandse stad, namelijk Leiden. Hier runt hotelier Dennis Tuin al vele jaren een fantastisch Golden Tulip hotel en aanpalend Tulip Inn. “Hoewel het vooral in 2020 echt een heel zwaar jaar voor ons was, hadden we toch een

beetje profijt van de flexibiliteit van drie en vier hotelsterren onder één dak.”

Eerst schrikken, dan herstellen en goed nadenken over de strategie: “na een paar zeer drukke jaren met veel investeringsplannen werden we meteen teruggeworpen in een hotelgebouw zonder gasten. Hierna snel de schouders eronder. We zijn er erg trots op dat we het hele team hebben behouden. Deze hebben wel wat onderhouds- en schilderklussen verricht, maar ook dit was een bijzondere ervaring.

Verder hebben we veel profijt van ons samenwerkingsverband met alle collega-hotels in de stad. Samen met de gemeente Leiden maakten we de unieke afspraak om 100% van de verblijfsbelasting te besteden aan de city marketing voor Leiden. We opereren op zowel een zakelijke- als een leisuremarkt en konden zodoende per situatie goed focussen op de relevante doelgroepen. Volgend jaar hebben we als stad de eer om European City of Science te zijn, waarbij we nu al veel aanvragen krijgen voor overnachtingen en meetings.” Met dit als gegeven hebben we besloten om een derde hotelconcept in de stad aan onze portfolio toe te voegen. Medio 2022 opent The Vic!”

Dennis Tuin is optimistisch over de toekomst van onze industrie in Nederland. “Als hotel- en eventbranche hebben we veel te bieden en zowel privé- als business trips zullen de komende jaren weer deel van ons leven worden. Ontmoeten zit in onze aard.”

www.goldentulip.com/nl-nl



Karin Rademaker

“Ik heb wel een traantje gelaten”

De afgelopen anderhalf jaar stond in het teken van annuleren, incalculeren en improviseren. Meeting Magazine ging in gesprek met drie organisatoren die terugkijken op een roerige periode, maar gelukkig ook een mooi toekomstperspectief hebben.



LINDA KERKHOVEN, LINDA OP LOCATIE, LOCATIECONGRES EN LOCATIETOUR

“NA DE ANNULERING KON IK WEER SLAPEN”

Linda Kerkhoven helpt locaties met hun branding en marketing. Op 20 september stond haar tweede editie van het Locatiecongres gepland, een kennisevent speciaal voor locatiehouders en -medewerkers. “Anderhalf jaar na het eerste congres had ik weer de behoefte en de zin om opnieuw dit congres te organiseren. Toen brak ineens de coronapandemie uit. In eerste instantie dacht ik, laat maar. Maar na een paar maanden wilde ik toch iets voor de locaties doen: een leuke positieve dag organiseren met inhoudelijke sessies, goede sprekers en de mogelijkheid om kennis uit te wisselen. In eerste instantie overwoog ik het congres in 2022 te organiseren. Na lange telefoongesprekken met de vijf locaties hoopte ik dat volgend jaar de agenda's weer vol zouden zitten en dat men geen tijd zou hebben om deel te nemen. Daarom koos ik voor een datum na de zomer van dit jaar, voordat alle bijeenkomsten weer zouden losbarsten. Ik had van tevoren al wel bedacht dat het niet makkelijk zou zijn. Ik koos bewust voor een betaald event omdat ik de locatie, de catering en de sprekers gewoon wilde betalen. Ook lag de prijs van een kaartje wat hoger zodat ik sneller quitte zou spelen en het event ook eerder doorgang kon vinden. Maar ondanks de positieve respons bleef het aantal aanmeldingen uit. Ik werd er onrustig van en droomde op een gegeven moment zelfs van de kaartverkoop.”

EERLIJKE MAIL

Om te achterhalen waarom de aanmeldingen achterbleven, stuurde Linda een mail naar haar netwerk. “In de mail was ik heel transparant en eerlijk over het doel van het event. Ook verzocht ik

iedereen die niet kon komen om zich af te melden en daarbij aan te geven waarom ze niet kwamen. Uit de respons bleek dat veel locaties zijn volgeboekt en daarnaast moeten ze met minder mensen veel ballen in de lucht houden. Bovendien willen kleine locaties geen omzet mislopen. Wel kreeg ik veel positieve feedback en complimenten over mijn eerlijkheid en het tonen van mijn kwetsbaarheid. Het leverde zelfs tien extra verkochte kaartjes op, maar dat was helaas niet genoeg. Je kunt niet op basis van last minute aanmeldingen je catering en je locatie betalen. Bovendien wordt het ook een gevoelsding. Als de hut niet vol is, heeft een event veel minder interactie en daarmee minder impact.”

OPGELUCHT

Annuleren bleek uiteindelijk de beste keuze. “Ik was opgelucht en kon eindelijk weer slapen. Mijn netwerk stuurde appjes en mailtjes om waardering te uiten en een hart onder de riem te steken. Dat heeft me wel gesterkt. Ondanks de externe factoren voelde het toch als een mislukking. Als ondernemer heb je passie voor je vak en wil je slagen in alles wat je doet. Maar het Locatiecongres is zeker niet van de baan. Het programma en de inhoud staan, wellicht biedt 2022 meer kansen.”

GANZENBORD

Ook met haar Locatietours moest Linda in 2020 en 2021 geduld hebben. “De aller-eerste coronaproof Locatietour vond op 6 juli 2020 plaats in Friesland. Deze anderhalve meter editie kostte veel tijd en werk, maar uiteindelijk was het een van de leukste tours. Je wordt gedwongen nog creatiever te denken, wat resulteerde

in een meer dan afwisselend programma.” De tour door Utrecht Region kon na drie keer verplaatsen eindelijk in juli 2021 plaatsvinden. “Dat was steeds opnieuw een proces van doorschuiven, afzeggen, een nieuwe datum prikken en iedereen informeren. Het was ontzettend frustrerend. Het voelde als een spelletje ganzenbord. Je begint bij start, je dobbelt, je gaat stapje voor stapje vooruit en dat ben je ineens weer terug bij af. Uiteindelijk haal je die finish wel, maar met een heleboel hobbels.”

INTEREN

Ondanks het feit dat Linda dit jaar nog een derde Locatietour kon organiseren en diverse locatie-opdrachten heeft, is bij haar de bodem op zakelijk gebied bereikt. “Aan het begin van de crisis zat ik met mijn handen in het haar en overwoog ik zelfs naar een andere branche over te stappen. Uiteindelijk besloot ik dat ik toch in de branche wilde blijven werken omdat het me zoveel plezier geeft. Wel heb ik moeten teren op mijn reserves. Mijn spaargeld heb ik geïnvesteerd in een nieuwe website. Het voelde als pionieren, net als tien jaar geleden toen ik voor mezelf begon en ook toen veel minder geld had. Je springt in het diepe en ontdekt nieuwe talenten. Zelf heb ik bijvoorbeeld online locatietours ontwikkeld en filmpjes gemaakt. Uiteindelijk heeft de coronacrisis me ook mooie dingen gebracht. Ik heb mijn eigen netwerk nog beter leren kennen en meer tijd doorgebracht met mijn gezin. Ook merk ik meer dan ooit hoe solidair de branche is en dat wordt ook gevoeld richting bijvoorbeeld de festivalbranche. Iedereen voelt dezelfde pijn en onzekerheid. Maar al klinkt dit allemaal mooi, mijn bankrekening moet zich nog herstellen van deze crisis!”

CORINE BERKEL, MOOD CONCEPTS

"BACK TO LIVE NA ANDERHALF JAAR; DAT BIEDT WEER TOEKOMSTPERSPECTIEF!"

Corine Berkel staat inmiddels alweer 15 jaar aan het roer van haar evenementenbureau Mood Concepts. 2020 had een jubileumjaar moeten worden, maar door corona werd en blijft het een rare tijd. Op 28 en 29 september verzorgde haar bureau voor het eerst sinds 1,5 jaar weer een hybride event met een grote live component. "Tot eind 2021 zit de rem erop en heb ik vooral online opdrachten in mijn agenda staan. Hoe tof is het dan dat je nu twee dagen lang in het World Forum in Den Haag mag staan voor een aantal prachtige events. Ja, dat heeft me wel geraakt. Met name omdat we weer konden doen waar we echt goed in zijn - 'live' events - maar ook omdat we optimaal gebruik hebben kunnen maken van de kennis die we de afgelopen anderhalf jaar hebben opgedaan op het gebied van online events. Alles kwam hier samen. Je merkte ook echt dat de 500 deelnemers die dagelijks aanwezig waren genoten van het 'samenzijn' en 'netwerken'."

INCASSERINGSVERMOGEN

Zo'n anderhalve maand geleden had Corine dit niet durven dromen; toen werden er in 48 uur tijd 4 events gecancelled. "De persconferentie van 13 augustus had daar een grote invloed op. De twee opdrachtgevers voor wie ik de events zou verzorgen, hoopten op versoepelingen. Eén van de opdrachtgevers was een multinational die diens medewerkers nog steeds niet naar kantoor laat komen. Toen het thuiswerken de norm bleef, wilde deze partij diens medewerkers ook

niet naar een event laten gaan. De andere opdrachtgever wilde een internationale beurs in combinatie met drie events. Maar toen de internationale deelnemers zich niet aanmeldden, was het einde show. Natuurlijk baalde ik enorm. Ik had de hele zomervakantie doorgewerkt. Alleen al het regelen van tenten heeft een hele week gekost. Dan wordt er andermaal een enorm beroep gedaan op je incasseringsvermogen."

VERANTWOORDELIJKHEID

Nu zorgt het werken met de CoronaCheck-app voor onduidelijkheid. "Je merkt dat de app ook voor weerstand zorgt. En net als bij het testen voor toegang is de grote vraag: wie gaat dat doen? Wie neemt de verantwoordelijkheid en wie draait op voor de kosten? Als je dit ieder voor zich laat regelen werkt het niet. Ik merk ook dat veel opdrachtgevers niet beseffen wat dit inhoudt en hoe je dit goed moet regelen. Als opdrachtgever ben je namelijk wel verantwoordelijk voor het welzijn van de deelnemers en de gasten en die verantwoordelijkheid kun je niet zomaar afschuiven. Bovendien heeft het gevolgen voor je event. Wat doe je als blijkt dat een van de sprekers corona heeft? Stuur je deze netjes terug? Het zorgt weer voor een extra scenario waar je rekening mee moet houden."

HYBRIDE ALS UITDAGING

Ondanks de annuleringen en uitdagingen gloort er dus weer licht aan de

horizon. "Ik haal veel plezier en voldoening uit het organiseren van hybride events. Een live event is vaak al omvangrijk. Bij hybride heb je te maken met een live en een online component met elk een eigen programma. Je hebt twee disciplines op een podium en je moet voor beide doelgroepen een mooie beleving neerzetten. Online heb je een uitgebreider programma nodig met showstoppers, bijvoorbeeld met behind the scene interviews, terwijl offline de deelnemers netwerken of van zaal wisselen. Het vergt een langere voorbereidingstijd, maar dankzij de ruime ervaring die we in 2020 met online events hebben opgedaan gaat dit nu goed."

GOED TOEKOMSTPERSPECTIEF

Het toekomstperspectief van Mood Concepts is goed. "Ik durf nergens geld op in te zetten, maar de orderportefeuille voor 2022 is goed gevuld met onder andere terugkerende events. Via via en dankzij continue communicatie via social media hebben we nieuwe klanten en nieuwe doelgroepen (scholen en overheidsinstellingen) erbij gekregen. Ook gaan we meerdere events verzorgen voor een klant die volgend jaar 50 jaar bestaat. De vraag naar live communicatie blijft, want het is wel heel belangrijk dat je ook zelf blijft communiceren dat je er nog bent en waar je mee bezig houdt richting je klanten, je medewerkers en de consument."





ORLANDA ADAMS, REMEMBERME.NL EN FUNERAL FAIR FESTIVAL

“NA DE DERDE ANNULERING HEB IK WEL EEN TRAANTJE GELATEN”

Orlanda Adams is sinds zes jaar ondernemer in de uitvaartbranche. Omdat er vernieuwing in de branche én een verzamelpatform voor bijzondere uitvaarten ontbrak, richtte ze het online platform rememberme.nl op. “Hier vinden vakgenoten en geïnteresseerden inspiratie en informatie over alles wat met uitvaarten te maken heeft. Maar uiteindelijk gaat het er om dat je de objecten ook zelf ziet en voelt en daarom wilde ik een beurs organiseren. Na in één jaar tijd 52 kleine uitvaartbeurzen te hebben bezocht, besloot ik het zelf aan te pakken. Uiteindelijk werd de eerste editie van het Funeral Fair Festival een beurs met 175 stands in de Van Nelle Fabriek, inclusief een weduenaarcaf , dansende kistdragers en een stand waar deelnemers hun erfstukken konden laten taxeren. De beurs draait om vernieuwende producten en diensten zoals hologrammen van overledenen, zelf geprinte kisten en resomeren.”

DATUM PRIKKEN

Ook in 2020 wilde Orlanda de jaarlijks terugkerende Funeral Fair Festival organiseren, ditmaal in de Tuinen van Appeltern. “In eerste instantie koos ik voor september 2021, toen voor november 2021. Uiteindelijk vond ik beide data te vroeg omdat mensen nog veel thuiswerkten en we nog midden in een serieuze pandemie zaten. Bovendien zit ik zelf in de uitvaartbranche en heb ik een verantwoordelijke rol. Omdat ik verwachtte dat de overheid in het voorjaar opnieuw de teugels zou laten vieren én dat er in september weer een griepperiode zou aanbreken, leek het me beter om de beurs voor de zomer-

vakantie te houden. De derde datum was in mei. De cijfers zagen er goed uit en ook volgens de toenmalige regels kon ik de beurs goed organiseren en alles verantwoorden.”

FRUSTRATIE

Een coronaproof buitenevenement inclusief looproutes en desinfecteerpalen bleek in mei van dit jaar echter niet voldoende. “Ik probeerde onder andere via huis-aan-huiskranten en social media bezoekers te trekken. Vanwege het woord festival trokken eventorganisatoren aan de bel. Ondertussen hadden wij met de burgemeester gesproken en hij was zeer positief. Omdat ik de bijeenkomst had aangemeld als evenement, mocht het echter niet doorgaan. Als ik het een markt had genoemd, had het wel gemogen. Ik snap de frustratie van de andere eventorganisatoren wel. Velen lopen tegen dat ‘go’ of ‘no go’ moment aan en daar zijn kosten mee gemoeid. Maar ik ben degene die drie keer mijn nek heeft uitgestoken. Na die derde annulering heb ik wel een traantje gelaten. Het hoort bij het risico van het vak als ondernemer, maar hoeveel klappen kun je vangen? Ik schaamde me ook toen ik bij de eigenaar van de locatie aanklopte. Hij kreeg immers voor de derde keer de deksel op zijn neus. Hij begreep de situatie wel en vond het heel rot voor mij. Het Funeral Fair Festival was niet het enige event dat niet doorging bij hem. De positieve en begripvolle reacties van de deelnemers en de standhouders na de derde annulering maakte me binnen een dag weer strijdlustig.”

OPSTEKERS

Uiteindelijk vond de beurs alsnog op 10 en 11 juli plaats. “Alle 1.800 deelnemers en vakgenoten hielden netjes afstand van elkaar en leefden alle maatregelen na. Ik heb hele positieve mailtjes en feedback gekregen. Die opstekers vond ik bijna waardevoller dan het event zelf. Uiteindelijk heb ik er net aan op toegelegd omdat ik al drie keer kosten had gemaakt, al hebben de leveranciers wel met me meegedacht. De locatie heeft me de eerste keer ook geen kosten doorberekend. Helaas kreeg ik ook geen compensatie omdat de regeling er toen nog niet was.”

COMPLEXE SITUATIE

In 2022 keert Orlanda terug naar Appeltern voor het Funeral Fair Festival. Ook dan zal de coronacrisis invloed hebben op het organisatieproces. “We zullen moeten leren leven met de verschillende varianten en flexibeler moeten omgaan met het organiseren van evenementen. Al verwacht ik niet dat we opnieuw terugkeren naar een volledige lockdown. Je kunt de events niet tegenhouden. De versoepelingen die in september van dit jaar werden aangekondigd zijn mede ingegeven door het feit dat iedereen het zat is. Zeker na de vele voetbalwedstrijden en het Formule 1 weekend in Zandvoort. Dat voelde toch een beetje zuur; alsof er bij collega-eventorganisatoren met twee maten wordt gemeten. Dat verschil in inzicht in events zou niet moeten bestaan. Waarom kon de F1 geen lans breken voor de rest? Zelf heb ik meegedaan aan de Unmute Us-protesten in september. Door middel van positieve burgerlijke ongehoorzaamheid de overheid wakkerhouden sprak me aan. Veroordelen doe ik de overheid en de gemeenten overigens niet. De situatie is gewoon complex.”



HRM EN WERVING & SELECTIE IN DE MICE-BRANCHE

DE UITDAGINGEN OP DE ARBEIDSMARKT

De MICE-branche staat voor een aantal flinke uitdagingen. Het vinden en behouden van goede werknemers is er daar één van. Meeting Magazine organiseerde samen met Wouter Olland een tafeldiscussie over dit onderwerp in Kasteel De Hooge Vuursche.

ROERIG JAAR

Net als de rest van de branche kijken de deelnemers terug op een roerig jaar. "In 2020 waren we constant in ontwikkeling en op zoek naar nieuwe mogelijkheden", geeft Ellen aan. "Uiteindelijk hebben we een plattere organisatie en een nieuwe strategie ontwikkeld. Nu verwachten we van iedereen flexibiliteit. Dat betekent dat een banqueting-medewerker ook achter de bar staat en dat een afwashulp meehelpt met het zetten van zalen." Stephan geeft aan dat het afgelopen jaar bij Event Company in feite gewoon is weggevallen, "maar we hebben er wel bewust voor gekozen om al het personeel aan te houden. Het

was mooi om te zien hoe loyaal onze medewerkers zijn, al waren de koks het schilderen op een gegeven moment wel een beetje beu. Nu de markt weer aantrekt, ben ik blij dat mijn team er nog staat." Ook Kevin geeft aan dat het een lastig jaar was. "Wel hebben we afgelopen februari ons vernieuwde merk en bijbehorende huisstijl en strategie gelanceerd waar we de afgelopen anderhalf jaar aan hebben gewerkt."

Voor Wendy stond 2020 in het teken van het gloednieuwe bedrijf Happy Millennials. "Deze generatie tussen de 26 en 38 jaar spreekt me aan. Het is

een periode waarin je grote beslissingen neemt over werk, trouwen en een gezin stichten, ingegeven door verwachtingen van ouders. Mijn compagnon Viona en ik willen deze generatie juist bewust laten nadenken of ze hun leven leiden zoals zij dat willen, of dat ze willen voldoen aan de onbewuste eisen van hun ouders, hun vrienden, de maatschappij, etcetera. Deze generatie is open minded, online en in welvaart opgegroeid. Zij verwachten dat de wereld ook zo in elkaar zit, maar dit blijkt in realiteit niet zo te zijn. Daar worden ze onrustig van en het geeft ze veel stress. We willen hen helpen om stappen te zetten en hen te doen inzien wat zij nodig hebben om hun eigen leven te leiden en meer werkplezier te hebben.”

Wouter ziet sinds een aantal maanden de aanvragen voor trainingen weer toenemen. “Het valt me wel op dat er veel vraag is naar accountmanagement en inkomende eventsales. Ook stromen er nu nieuwe mensen de branche in. Voorheen hadden de deelnemers nog wel enkele jaren ervaring. Nu zijn het vaak starters die nieuw binnen het bedrijf zijn en in de branche.”

ZOEKTOCHT

Veel locaties zijn op zoek naar werknemers. “Er is een groot tekort aan per-

soneel in de horeca”, knikt Ellen. “Zelf hebben we een reorganisatie gehad waardoor mensen in andere functies terecht zijn gekomen. Onze oproepkrachten hebben elders een baan gevonden, bijvoorbeeld bij de GGD of als boodschappenbezorger. Gezien de salarissen die ze daar verdienen, is het erg lastig om hen terug de horeca in te krijgen tegen minimumloon.” Wendy: “De horeca is een onzekere branche geworden, dat speelt mee in de hoofden van mensen. Wat nu als er volgend jaar weer een lockdown ontstaat?” Volgens Kevin was de crisis eveneens een trigger om na te denken over carrières en droombanen na te jagen. “De eerste twee maanden van 2020 hadden we een royaal reserveringsteam met tien collega’s. Binnen een maand moesten we helaas al afscheid nemen van drie collega’s. Mede door de onzekerheid was het voor hen het moment om die stap te maken. In veel gevallen zijn ze er qua arbeidsvoorwaarden op vooruitgegaan. Zie ze dan inderdaad nog maar eens terug te krijgen.”

CONCURRENTIE

Hoe kun je als werkgever in de horecabranche het beste de strijd om de werknemer aangaan? Ellen vindt dat een uitdaging. “Wij werken nu veel met tijdelijke krachten die via uitzendbureaus



De deelnemers

Ellen Warnar werkt sinds drie jaar als sales- en marketingmanager bij Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten. Ruime ervaring hierin deed ze op bij Van der Valk Hotels en als zelfstandig sales- en marketing professional voor opdrachtgevers in diverse branches.

Wouter Olland startte in 2002 Olland Marketing Solutions. In zijn rol als coach, trainer of interim manager staat het ‘hands-on’ optimaliseren van klantbeleving, gastvrijheid, omzet en rendement in hospitality en toerisme altijd centraal. Tweede tak van sport is werving en selectie van commerciële medewerkers waar de 3D DISC-analyse een belangrijke rol speelt.

Wendy Naerebout richtte in 2020 samen met Viona Terleth Happy Millennials op. Deze organisatie richt zich op de millennial-generatie ((in combinatie met hun collega’s). Het doel van de beide ondernemers is om door middel van zowel (persoonlijk) leiderschaps- als teamontwikkelingsprogramma’s van deze millennials de gelukkigste generatie werknemers te maken.

Stephan van den Akker begon in 1997 samen met zijn compagnon Mirco Cuppens de Event Company. Onder dit bedrijf vallen drie locaties: Landgoed Te Werve, Te Werve Buiten en Kasteel De Hooge Vuursche.

Kevin van Grondelle had acht jaar lang een eigen cateringbedrijf en rondde de Hotelschool in Breda af. Sinds drie jaar is hij Commercieel Manager bij Onemeeting.com. Bij dit Meeting Management bedrijf zijn wereldwijd 280.000 locaties aangesloten.



komen. Zij hebben een hoog salaris en een ruime mate van flexibiliteit. Dat spreekt de millennial-generatie natuurlijk enorm aan. Maar ik zou ze liever rechtstreeks in dienst willen hebben." Kevin: "Op cao ga je het niet winnen, dus moet je op zoek naar alternatieven. De grootste kloof die wij tegenkomen, heeft te maken met flexibiliteit. Veel werknemers willen een werkweek van vier dagen en de ruimte om deels thuis te kunnen werken. Terwijl wij er juist in geloven dat als je samen op kantoor bent er de mooiste dingen ontstaan. Daarnaast leggen wij de nadruk op onze waardering en bedrijfscultuur. We willen echt dat je op je plek zit en geven je handvatten om dit te bereiken. Die cultuur zorgt voor binding en engagement. We zijn één grote familie met elkaar." Wouter knikt: "Het gaat echt niet alleen maar om geld. Jonge werknemers die net klaar zijn met hun opleiding vinden een leuke baan met vrijheid, zelfstandigheid en de ruimte voor ontwikkeling echt wel de moeite waard. Zeker als je ze na twee jaar de mogelijkheid biedt om door te groeien. De uitdaging zit 'm alleen

in het begeleiden hiervan, want het is natuurlijk wel jammer als ze het bedrijf na de gedane investeringen weer verlaten." "En daarmee kon je bij een belangrijk kenmerk van de millennial: flexibiliteit in hopen", zegt Wendy. "Deze generatie is opgegroeid met 'instant gratification'. Als ze iets willen, dan willen ze dat nu meteen. Die houding wordt gevoed door keuzestress, oftewel 'kiespijn'. Er is zoveel mogelijk dat ze niet kiezen, maar in plaats daarvan hopen met ontevredenheid en stress als resultaat. De grote uitdaging bij de werkgevers ligt bij de vraag hoe ze deze generatie mensen kunnen boeien en behouden."

Stephan is zich daar terdege van bewust. "Wij zullen als bedrijf na moeten denken over ons eigen verhaal en wat we zelf te bieden hebben. Wanneer ik dan tijdens een sollicitatieprocedure het gesprek met ze aan ga, hoor ik echter traditionele wensen zoals goede voorwaarden, leuke collega's een goede sfeer en groeimogelijkheden. Maar dan wel op basis van een werkweek van vier dagen."

Wendy: "Het begint bij jezelf als organisatie. Wat vind je belangrijk? Wat voor mensen wil je hebben? Wat kun je ze bieden? Definieer je identiteit en de kernwaarden die daarbij horen. Dan trek je ze vanzelf binnen en krijg je de kans om een helder en open gesprek aan te gaan." "Je moet in staat zijn om het DNA van je afdeling en je bedrijf over de Bühne te brengen", beaamt Wouter. "Een goed verhaal maakt mensen enthousiast en zorgt ervoor dat ze erbij willen horen. Wat het aan het einde van de maand oplevert, wordt dan minder doorslaggevend."

Wouter oppert het organiseren van een kennismakingsstage. "Ik zie steeds vaker sollicitanten en andere geïnteresseerden een dagje meelopen om de organisatie en het team wat meer te leren kennen. De liefde moet tenslotte van twee kanten komen.

En vaak weten bedrijven niet hoe aantrekkelijk ze zijn omdat die aspecten voor hen vanzelfsprekend zijn." "Als bedrijf moet je aan je identiteit blijven werken", knikt Kevin. "Om die reden hebben we onze nieuwe merkstrategie gelanceerd en is er bij ons een speciale afdeling HR en Cultuur. Iedereen binnen het bedrijf is een cultuurmaker en de managers zijn de ambassadeurs. Zij moeten mensen aantrekken die passen in die cultuur. Het is als het ware een familie met normen, waarden en rituelen."

FLEXIBILITEIT

Stephan heeft recent sollicitatiegesprekken gevoerd om onder andere salesvacatures te vervullen. "Wanneer ik kijk naar de reacties die ik ontvang op deze vacatures, komen zowel schoolverlaters, dertigers en vrouwen boven de 45 hierop af. Ik merk dat millennials veeleisend zijn, zeker ten opzichte van de dames van 45+ die een hele andere mentaliteit hebben en gewoon willen werken." Kevin: "Ook op onze vacatures is een zeer gevarieerde doelgroep afgekomen, van jonge mensen die klaar zijn met school tot 60-plussers die echt

de motivatie hebben om te gaan knallen. Zelf vind ik die ambitie en drive het belangrijkste. Als dat er niet in zit, houdt het voor mij op."

Ellen gooide het een paar maanden geleden na het plaatsen van traditionele advertenties over een andere boeg. "We hebben onder andere een Open Banendag georganiseerd waarbij mensen een kijkje achter de schermen konden nemen en workshops konden volgen. Intern zijn we eveneens buiten de gebaande paden aan het kijken. Wij zoeken F&B-supervisors voor bij voorkeur vijf dagen in de week. Maar ook wij merken dat flexibiliteit belangrijk is dus melden we in de vacature expliciet dat het een functie voor vier dagen in de week is. Daarnaast kijken we of het minimumloon voor de oproepkrachten omhoog kan en of we meer combinatiefuncties kunnen creëren voor variatie in werkzaamheden."

"DEFINIEER JE IDENTITEIT EN DE KERNWAARDEN DIE DAARBIJ HOREN. DAN TREK JE ZE VANZELF BINNEN EN KRIJG JE DE KANS OM EEN HELDER EN OPEN GESPREK AAN TE GAAN"

de motivatie hebben om te gaan knallen. Zelf vind ik die ambitie en drive het belangrijkste. Als dat er niet in zit, houdt het voor mij op."

"Ik heb de afgelopen jaren aan heel veel enthousiaste medewerkers trainingen mogen geven en allerlei teams gecoacht die werkzaam zijn in meeting- en eventsales", zegt Wouter. "Wat mij opvalt, is dat vroeger de verhouding tussen mannelijke en vrouwelijke deelnemers 50-50 was. Nu zijn mannelijke deelnemers schaars en kom ik zelden een iemand tegen die een fulltime functie wil. Dat is helemaal niet erg, maar daar moet je als werkgever wel op inspelen. Nu zijn we er inmiddels wel aan gewend dat een afdeling door drie verschillende mensen wordt gerund."

Wendy: "Onze generatie was meer van het motto niet lullen maar poetsen. De millennial-generatie vindt een goede balans tussen werk en privé heel belangrijk. Het is goed om daar op in te spelen. Overigens is er niets mis met hard werken, maar dat moet wel bij je passen. Het gaat erom dat je het zelf wil, niet dat je daarmee voor de buitenwereld je imago in stand houdt."

COACHING

Wouter vraagt of het aanbieden van een opleidingsprogramma uitkomst kan bieden. "Veel bedrijven hebben een eigen in-company training. Zeker als het om een grote organisatie gaat, valt daar veel te winnen. Toen ik zelf startte met mijn carrière, heb ik veel gehad aan de begeleiding die ik van mijn coach kreeg. Intern opleiden, coachen en elkaar leren kennen doet veel voor de binding, maar daar moet je wel de tijd en het geld voor hebben als werkgever." "Coaching kan zeker veel opleveren", zegt Kevin. "Bij ons krijgt iedereen vanaf de eerste werkdag een buddy toegewezen, die nooit je manager is en het liefst niet op dezelfde afdeling zit. Bij je buddy kun je dingen kwijt die je (nog) niet aan je manager of leidinggevende wilt vertellen." Een open gesprek kan er ook toe leiden dat een werknemer beseft dat hij of zij niet op diens plek zit. Een andere functie kan dan beter passen. Het gaat erom dat de juiste mensen op de juiste plekken zitten." "Het kan ook de andere kant op", zegt Wouter. Je kunt ook open en eerlijk het gesprek aangaan met mensen die bij een bank of een supermarkt werken. Zij zouden hele gastvrije werknemers kunnen zijn." Ellen knikt: "Voor ons zijn mensen uit de reisbranche een interessante doelgroep. We hebben er al een aantal aangenomen."

PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

Een werkweek van vier dagen is een belangrijke eis voor steeds meer werknemers. In hoeverre is het dan nog voor werknemers mogelijk om stappen carrière te maken? "Niet iedereen heeft daar zin in", geeft Stephan. "Een groot deel van het horecapersoneel heeft bijvoorbeeld helemaal geen moeite met repeterend werk." "Niet iedereen heeft dezelfde ambitie om promotie te maken", voegt Wouter toe. "Veel mensen die bij mij trainingen en workshops volgen, willen gewoon leuk werk doen in een inspirerend team. Ze vinden het heerlijk om een aantal dagen in de week niet thuis te zijn. Zij hechten ook waarde aan de vrijheid om zelf een opleidingsprogramma te kunnen kiezen. Ook 'professionele persoonlijke ontwikkeling' is een vorm van ambi-

tie. Vooral het inzicht van een DISC-analyse scoort goed. Dat geeft inzicht in de drijfveren, denkstijlen en communicatie. Dat is goud waard voor persoonlijke ontwikkeling en groei."

Ellen: "Carrière maken gaat niet altijd om stappen omhoog, maar juist om verbreding. Bij ons zijn er zeker opleidingsmogelijkheden voor collega's om zich verder in hun vakgebied te verbreden. Zelf heb ik ook die ontwikkeling doorgemaakt. Ik heb altijd sales en marketing gedaan en vind het leuk om mezelf te blijven ontwikkelen, maar ik heb niet de ambitie om general manager te worden."

Wouter spreekt zelf liever van een steiger. "Of je jezelf nu in de breedte of in de hoogte ontwikkelt, je groeit door. En dat is natuurlijk ook afhankelijk van je levensfase." Kevin heeft het idee dat millennials juist snel omhoog willen qua functie en salaris. "Zelf ben ik vooral op zoek naar de grenzen van wat ik kan. Wat is het gekste dat ik kan doen? Wel vind ik dat de hotellerie vrij conservatief is en een vaste structuur heeft. Als je omhoog wil kan dat, maar ervan afwijken kan niet." Wendy knikt: "Millennials willen in het begin van hun carrière toch snel omhoog op die ladder. Tegelijkertijd

is deze generatie een beetje wars van hiërarchie. Dat komt omdat zij door hun ouders als gelijken zijn behandeld. Ik ben zelf destijds de hotellerie uitgegaan en toen ik terug wilde keren, paste die structuur niet meer bij mij." Stephan: "Die structuur is nog steeds hetzelfde, al is die hiërarchie er wel beetje uit." "Het verschilt per merk, bedrijf en zelfs leidinggevende", zegt Wouter. "Ik ken klassieke hotels waar de teams juist veel vrijheid en verantwoordelijkheid krijgen. Van buitenaf hebben ze misschien een hiërarchische, 'strengere' en chique uitstraling, maar dat is juist vaak niet het geval."

De aanwezigen concluderen dat er voor het vinden en behouden van medewerkers geen kant en klare oplossing is. Wel is het belangrijk om als bedrijf goed naar je eigen identiteit te kijken en open te staan voor de mensen die tegenover je zitten. Wendy: "Als werkgever moet je in staat zijn om je eigen kijk op werken en leven opzij te zetten en echt nieuwsgierig en verwonderend te luisteren naar de ander terwijl je het gesprek aangaat. Dan ontstaan er inspirerende gesprekken en kom je tot de kern van mensen."





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

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



Food Valley



Energie & milieutechnologie



Health & High Tech



Groen & duurzaamheid



Thermen Bussloo

“Mooiste businesslocatie op de Veluwe!”

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



Golden Tulip Ampt van Nijkerk

Het succes van uw bijeenkomst, daar draait het om bij Golden Tulip Ampt van Nijkerk!

Berencamperweg 4 | 3861 MC Nijkerk | T 033-2471616 reserveringen@goldentulipamptvannijkerk.nl www.goldentulipamptvannijkerk.nl



Strandclub en Evenementenlocatie Watergoed!

“Unieke en sfeervolle evenementenlocatie!”

Tielsestraat 129 | 6675 AC Valburg | T 0488-410222 info@watergoed.nl | www.watergoed.nl

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

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

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

conventionbureau.nl

convention bureau
veluwe | arnhem | nijmegen



Hotel Papendal

“Ontdek het geheim van Papendal”

Papendallaan 3 | 6816 VD Arnhem | 026-4837911
hotel@papendal.nl | www.papendal.nl



Hotel Restaurant de Echoput

‘Combineer uw vergadering of feest met uitgebreid diner en luxe overnachting’

Amersfoortseweg 86 | 7346 AA Hoog Soeren | 055-5191248
reserveringen@echoput.nl | www.echoput.nl



Omnisport Apeldoorn

‘Verrassend veel opties voor zakelijke evenementen’

De Voorwaarts 55 I 7321 MA Apeldoorn I T 055-3684611
info@omnisport.nl I www.omnisport.nl



Safari Meeting Centre midden in Koninklijke Burgers' Zoo

“De avontuurlijkste eventlocatie midden in het dierenpark”

Antoon van Hooffplein 1 | 6816 SH Arnhem | 026-3537 201
www.safarimeetingcentre.nl | events@burgerszoo.nl



Fort Lent

“Ongekende mogelijkheden voor uw feest, bruiloft, bedrijfsfeest, diner of vergadering”

Bemmelsedijk 4 | 6663 KZ Lent | T 024-32 317 46
info@fortlent.nl | www.fortlent.nl



Musis Stadstheater

“Muis & Stadstheater is al meer dan 100 jaar het kloppende culturele hart van Arnhem”

Velperbinnensingel 10 | 6811 BP Arnhem
T 026 - 37 207 10 | evenementen@musisenstadstheater.nl
www.musisenstadstheater.nl



Landgoed Brakkesteyn

“Een buitengewone evenementenlocatie in het stadspark van Nijmegen”

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



Hotel en Kasteel Parc Spelderholt

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

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



Apenheul

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

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



EINDEJAARSGESCHENKEN

DE BESTE WAARDERING VOOR JE COLLEGA'S EN ZAKENRELATIES

Traditiegetrouw barst vanaf september de eindejaars-stress los. Wat geef je je (thuiswerkende) collega's en zakenrelaties dit jaar cadeau als blijk van waardering?

Met een aantal praktische tips en de trends van nu kom je een heel eind.

DOELGROEP

De eerste stap is het bepalen van je doelgroep en bijbehorende interesses. Maak daarbij onderscheid tussen collega's en zakenrelaties. Een collega kun je wellicht een geschenk geven dat wat meer richting de ludieke kant gaat, bij een zakenrelatie is het verstandiger om voor een 'veilig' cadeau met een neutrale boodschap te gaan. Belangrijk is dat beide categorieën geschenken overeenkomen met het imago van je bedrijf en de boodschap die je mee wilt geven. Ook moeten deze van goede kwaliteit zijn en bovendien moeten de functies die ze hebben goed werken. En zeker zo belangrijk: bedenk van tevoren

of je collega's en zakenrelaties wel op het geschenk zitten te wachten. Vogelhuisjes van resthout zijn leuk, maar wat als de helft van je collega's een klimgrage kat heeft?

TRENDS

Voor het opdoen van inspiratie is het nalezen van de trends altijd een goed idee. Al enkele jaren staat de duurzaamheidstrend met stip op nummer één. Het onbedoeld positieve effect dat de coronacrisis op het milieu heeft, draagt hier zeker aan bij. Het aanbod blijft bovendien groeien, dus de kans dat je een geschenk vindt dat bij veel mensen in de smaak valt,

is groot. Denk aan het gebruik van van gerecycled materiaal en afvalstromen zoals notitieboekjes met een kaft van olifantenpoep, koffiemokken van koffiedik of opladers van oude koelkasten.

NOSTALGIE

Sinds de coronacrisis verlangen we mede door het vele thuiswerken meer dan ooit terug naar vroeger, toen we met Kerstmis gewoon bij elkaar konden komen zonder na te hoeven denken over aantallen, vaccinatiebewijzen en groene vinkjes in de CoronaCheck-app. Als gevolg hiervan is er meer interesse in pakketten met een nostalgisch tintje. Denk aan Oud-Hollandse spellen en lekkernijen.

ESCAPE ROOM

Een andere trend die tijdens de pandemie zeker niet aan populariteit heeft ingeboet, is de escape room. Voor de coronaproof versie ontvangen je collega's thuis een eigen escape room doos. Je kunt de vragen en raadsels gezamenlijk oplossen tijdens een online kerstshow, of je collega's thuis met familie en vrienden aan de slag laten gaan.

SMART GADGETS

We hebben tegenwoordig meer dan ooit de behoefte om met elkaar in

contact te blijven. Dit contact vindt nog steeds veel digitaal plaats via de computer, tablet en smartphone. Denk voor een passend geschenk aan universele tablet- en smartphone-accessoires zoals draadloze chargers, speakers en goede draadloze oortjes.

ZELF KIEZEN

Kom je er niet uit? Laat je collega's dan zelf een geschenk kiezen. Vrijwel elke aanbieder van kerstpakketten biedt tegenwoordig een catalogus waarmee ieder zelf online iets kan uitzoeken. Wil je je collega's toch graag live zien, dan kun je tijdens hen tijdens een kerstevent op kantoor of op een bijzondere locatie

zelf hun kerstpakket te laten samenstellen. Vorig jaar kwamen evenementenbureaus al met bijzondere en creatieve oplossingen zoals een coronaproof drive through. Maak het eindejaarsgeschenk extra bijzonder met een persoonlijke boodschap vanuit de directie of de afdelingschef, of een bericht van naaste collega's.

Een goed gekozen eindejaarsgeschenk geeft een positieve boodschap richting je medewerkers en zakenrelaties. Denk dus goed na over wat je in december cadeau geeft en hoe je dit doet.

Werkkostenregeling 2021

Via de werkkostenregeling (WKR) mogen werkgevers een gedeelte van het fiscale loon besteden aan onbelaste vergoedingen, verstrekkingen en terbeschikkingstellingen voor hun werknemers. Deze vrije ruimte over het gezamenlijke fiscale loon tot en met €400.000 is in 2021 verhoogd van 1,7% naar 3%. Dit biedt de mogelijkheid om werknemers in deze moeilijke tijd extra tegemoet te komen, bijvoorbeeld in de vorm van een extra attentie gedurende het jaar of een wat uitgebreider kerstpakket. Over het bedrag van de loonsom boven €400.000 bedraagt de vrije ruimte dit jaar 1,18%.

Kies je ervoor om dit jaar het kerstpakket thuis te laten bezorgen? Let er dan op dat de bezorgkosten meetellen in de vrije ruimte. De waarde van het kerstpakket plus de bijkomende verzendkosten wordt beschouwd als loon.





MEET IN HASSELT

DE PERFECTE BESTEMMING VOOR JE ZAKELIJKE BIJEENKOMST

Een compact stadscentrum, inspirerende locaties, gerenommeerde kennisinstellingen en bijzondere activiteiten: de Vlaamse stad Hasselt heeft alles in huis om zakelijke bijeenkomsten te hosten. En je hoeft voor deze buitenlandse topbestemming niet lang in de auto te zitten.

STAD IN ONTWIKKELING

Hasselt is een stad in volle ontwikkeling. “De pay-off ‘Hasselt, Smaakmaker Spraakmaker’ zegt alles waarvoor deze Belgisch Limburgse stad staat”, vertelt coördinator Isa Dilworth. “Smaakmaker staat voor smaak in de brede zin van het woord. Het straatbeeld wordt gekenmerkt door tal van street-art kunstwerken die je terugvindt op grote muren maar ook in kleine straatjes. Ook mode staat centraal in Hasselt. Je vindt er veel uniek boetiekjes en vernieuwende

pop-up winkels. In het Modemuseum Hasselt, met wisselende tentoonstellingen gedurende het hele jaar, staat de westerse mode van 1750 tot nu centraal. Wat betreft gastronomie blinkt Hasselt eveneens uit met maar liefst 36 Gault Millau restaurants en 3 zaken met een Michelinster. Er is dus meer dan genoeg te doen tussen het vergaderen en congresseren door. Bovendien is het stadscentrum van Hasselt compact waardoor alles op wandelafstand van elkaar ligt. Fijne bijkomstigheid hiervan is dat je je

mededeelnemers van een congres makkelijk weer tegenkomt wanneer je erop uittrekt in de stad.”

BAANBREKEND ONDERZOEK

In Hasselt wordt baanbrekend onderzoek verricht. Een van de plekken waar dit gebeurt, is het innovatieve bedrijvencentrum Corda Campus. Hier stond vroeger een Philipsfabriek waar in 1963 het cassettebandje werd uitgevonden. “Tegenwoordig zijn hier meer dan 250 start-ups, scale-ups en gevestigde bedrijven te vinden die zich richten op nieuwe media, technologie en innovatie”, zegt Isa. “In totaal werken er meer dan 5.000 mensen. Deze bedrijvigheid biedt inspiratie voor zakelijke bijeenkomsten die je in Hasselt kunt organiseren. Het Corda Theater leent zich naast live bijeenkomsten ook uitstekend voor hybride evenementen.” Andere belangrijke kennisinstellingen zijn de UHasselt met zeven verschillende faculteiten (waaronder Geneeskunde en Levenswetenschappen, Industriële Ingenieurswetenschappen en Rechten) en de hogeschool PXL met onder andere de opleiding Pop- en rockmuziek. Dit is een allround opleiding met de studierichtingen muzikant, muziekmanagement en muziektechniek.

LOCATIES

Mede dankzij de aanwezigheid van deze innovatieve organisaties vinden er in Hasselt jaarlijks alleen al zo’n tien associatiecongressen plaats. Wat betreft locaties hebben congres- en eventplanners een ruime keuze. Isa: “We richten ons op bijeenkomsten tussen de 10 en 500 deelnemers. Je vindt hier onder





Over Meet in Hasselt

Meet in Hasselt (onderdeel van Visit Hasselt) is het convention bureau voor Hasselt. Deze dienst van de Stad Hasselt biedt gratis en objectief advies aan corporate meetingplanners en congresorganisatoren op het gebied van vervoer, locaties, activiteiten en evenementenbureaus. In tegenstelling tot Nederlandse Convention Bureaus zijn alle locaties en partijen gelegen in Hasselt en die zich richten op (zakelijk) toerisme automatisch aangesloten bij de organisatie. Daardoor geeft de website een zeer compleet beeld van het zakelijke aanbod. Meet in Hasselt organiseert tevens site visits en fam-trips voor geïnteresseerden. Meer informatie over Meet in Hasselt vind je op www.meetin Hasselt.be.

andere hotellocaties van gerenommeerde ketens die van topkwaliteit zijn. Daarnaast zijn er diverse kleine, sfeervolle boetiekhotels. Wat betreft inspirerende locaties hebben we een zeer ruime keuze. Wil je echt iets bijzonders, dan kun je terecht bij bijvoorbeeld een gerenoveerde kapel, een jeneverstokerij of in het Glazen Paviljoen van de Japanse Tuin (op maandag is de gehele tuin exclusief af te huren). Vergaderen kan ook in de aula's van de Universiteit Hasselt, die gesitueerd is in een oude gevangenis die omgebouwd is tot een universiteitscampus."

ACTIVITEITEN

Een zakelijke bijeenkomst in Hasselt wordt een echte belevenis wanneer je er een sociaal programma aan toevoegt. "We hebben een ruime

keuze aan workshops en rondleidingen die je de gelegenheid geven om de stad beter te leren kennen. Denk aan een rondleiding door innovatiecentrum Corda Campus, of een route door het centrum langs de plekken met de mooiste street art of in het Jenevermuseum." Daarnaast zijn er diverse culinaire proeverijen en workshops waarbij specialiteiten zoals jenever, bier en chocolade centraal staan. Deelnemers die van een sportieve activiteit houden, kunnen terecht bij Jump Square waar je kunt trampolinespringen of het Action Park waar je kunt uitleven op het waterparcours of het touwenparcours. Ten slotte is de natuur in en om Hasselt de moeite waard om te verkennen. "In Bokrijk fiets je over een parcours van 200 meter dwars door het water."

COMPACTE STAD

Bedrijven en verenigingen in het zuiden van Nederland die een inspirerende bestemming zoeken om hun medewerkers en leden weer fysiek bij elkaar te brengen, hoeven volgens Isa dus niet ver te zoeken. "Mooie locaties, kennisinstellingen en bijzondere activiteiten zijn zeker een pré, maar het grote voordeel van Hasselt is dat je dit alles op zeer korte afstand van elkaar treft. Het centrum heeft een doorsnede van 800 meter waardoor de deelnemers elkaar steeds weer tegenkomen op weg naar de locatie, het hotel en de restaurants. Die compactheid en het gevarieerde aanbod aan voorzieningen maakt de stad de moeite waard om te bezoeken", aldus Isa.



Bereikbaarheid

Hasselt is de hoofdstad van de Belgische provincie Limburg. Ver hoeft je voor deze buitenlandse bestemming niet te reizen. Met de auto rijd je in zo'n 60 minuten van Eindhoven naar Hasselt. Vanuit Maastricht doe je er slechts 35 minuten over. Het intercystation van Hasselt heeft rechtstreekse verbindingen naar onder andere Luik en Brussel.



Een persoonlijk voorbeeld

De première van '14 de musical' had nog maar net plaatsgevonden, of ik kon mij gelukkig prijzen dat ik op hetzelfde podium een lezing mocht verzorgen voor een zaal vol letselschade-advocaten. Het geeft telkens weer een magisch gevoel om in een theater op te treden. En in dit geval een gloednieuw theater. Binnenkomen achter in een zaal met 850 roodpluchen theaterstoelen, de rust van de lege zaal, het licht dat het podium beschijnt. Die indruk laat ik op mij inwerken. Ik loop naar beneden en maak kennis met de technische mensen. Zij gaan er straks voor zorgen dat mijn verhaal niet alleen mooi in beeld komt, maar ook goed verstaanbaar is. Van de eerste rij tot aan de achterste rij op het balkon. Hoe dichterbij het podium kom, hoe meer ik onder de indruk raak van het enorme LED-scherf dat daarop staat. Hierop worden straks chimpansees Mike en Karibuna meer dan levensgroot geprojecteerd. Twee chimps die nog altijd de rode draad vormen in mijn verhalen over het nut van vlooiën om samen doelen te behalen. Twee chimps die op 8 november een jaar geleden noodgedwongen overleden na een onweerstaanbaar uitstapje uit hun verblijf in de dierentuin.

Eenmaal op het podium kijk ik de nog lege zaal in, geweldig gewoon. Ik moet nog even geduld hebben. Ik sta als afsluiter op het programma. Björn Kuipers trapt af en vertelt een prachtig verhaal over zijn carrière als scheidsrechter met als hoogtepunt de afgelopen EK-finale tussen Engeland en Italië op Wembley. Hij neemt ons letterlijk mee in zijn wereld op het veld. Een voetbalwedstrijd fluiten blijkt veel en veel meer op een fluitje blazen bij een overtreding. Presteren onder hoge druk, snel kunnen beslissen en vooral volledig vertrouwen in je team. En dan kan - en mag - er best eens getwijfeld worden over een beslissing. Naarmate de afronding van het programma nadert, voel ik gezonde spanning opkomen. Anders dan andere keren heb ik in deze lezing een zeer persoonlijk verhaal verwerkt. Een verhaal dat mijn leven 22 jaar geleden compleet veranderde. Een verhaal waarin ik door mij gemaakte keuzes uitleg. Keuzes die gaan over de tweestrijd tussen het starten van een juridische procedure en het gunnen van een tweede kans aan degene die wellicht kon worden beschouwd als de verantwoordelijke voor wat mij was overkomen.

Voor het eerst vertel ik mijn verhaal, omdat het zo mooi aansluit bij het werk van mijn publiek. Een persoonlijk voorbeeld dat zoveel meer zegt dan al het andere dat ik in mijn lezing nog te vertellen had. Na afloop kwamen de reacties. Van mensen die zich herkennen in mijn verhaal en zeker ook van mensen die zich realiseren dat een procedure, hoe voor de hand liggend soms ook, zeker niet de enige weg is die leidt tot gewenst gedrag en een goed gevoel.

Het was bijzonder om te ervaren hoe mijn persoonlijke voorbeeld een voorbeeld voor anderen was geworden. Die avond nam ik zelf plaats op een van de roodpluchen stoelen om te beleven welke keuzes Johan Cruyff in zijn leven maakte en daarmee een voorbeeld voor anderen werd.

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.



MET SCIB NAAR LUZERN EN ENGELBERG-TITLIS

EEN 55 UUR ZWITSER- LEVEN-GEVOEL

Lisette van Dolderen viert dit jaar haar vierde lustrum bij het Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB). En nog steeds krijgt ze enorme voldoening van het organiseren van workshops en studiereizen die telkens een ander aspect van het Alpenland uitdragen. Eind augustus mocht ze na een jaar wachten eindelijk weer een groep meeting- en eventplanners meenemen naar Luzern en Engelberg-Titlis.

Tekst Monica Rijpma



Titlis Rotair
©Titlis Bahnen Roger Gruetter



INCHECKEN

De korte studiereis begint op Schiphol, waar acht MICE-specialisten en onder begeleiding van Lisette inchecken bij de nationale carrier Swiss International AirLines. Voor wie reist met het internationale vaccinatie certificaat met qr-code, gaat het inchecken voor de vlucht moeiteloos. Swiss International AirLines stuurt alle passagiers een mail, die voor vertrek wordt ingevuld en teruggestuurd. Aan wie nog niet volledig gevaccineerd is, of recentelijk genezen van Covid-19 wordt een negatieve PCR-test of antigeentest gevraagd die maximaal 72 uur voor vertrek is afgenomen. Ook zij vullen het elektronisch 'entry' formulier in. Eenmaal in Zwitserland aangekomen, gaat de reis verder per openbaar vervoer naar Luzern. De bagage wordt al vanaf het station doorgestuurd naar het hotel in Engelberg, zodat de handen vrij zijn voor het maken van foto's tijdens de stadswandeling in Luzern.

LAKE LUCERN NAVIGATION COMPANY EN GOLDFINGER

De picknicklunch in de trein is meteen een leuke gelegenheid voor het reisgezelschap om met elkaar kennis te maken. Een heer en negen dames merken op, aan het eind van de rit, dat deze manier van reizen al heel snel een ander soort tijdsbesef geeft. In Luzern - ook wel Klein Zwitserland genoemd - wachten gids Prisca Spiller en Abel Morais van het Lucerne Convention Bureau de groep op onder de triomfboog naast het centraal station. Deze boog is enig overgebleven



Bellevue Terminus vergaderzaal
©Bellevue Terminus

element van het oude station dat in 1896 afbrandde. Luzern ligt aan het grote Vierwoudstedenmeer (Vierwaldstättersee) waaraan ook het beroemde belle époque Kuuroord en congrescentrum Bürgenstock ligt. Er volgt een stadswandeling die begint met de klanken van het prachtige orgel van de jezuïetenkerk. Prisca en Abel vertellen over een samenwerking tussen onder andere het verkeersbureau en de universiteit om traditionele Zwitserse happenings te vertalen naar een duurzaam aanbod voor groepen. Denk aan



Carnaval of aan de désalpe, de weken aan het eind van de zomer als de koeien van de bergweiden komen om in het dorp op stal te gaan.

Na de stadswandeling staat Meret Geissbühler van Lake Lucerne Navigation Company op ons te wachten voor een boottochtje naar het noordelijke punt van het meer, waar de hoogste vrijstaande lift van Europa - beroemd van de James Bond film Goldfinger - tegen de steile noordkant van de Bürgenstock berg 900m recht omhoog gaat naar het Bürgenstock Resort: een echte jetsset-bestemming in de sixties. Na een tijdlang uit de belangstelling te zijn verdwenen, is het helemaal terug met meerdere Spa-hotels en een congrescentrum. Vanaf het resort kun je zelfs het doel van onze reis (Mt Titlis) zien. Over Luzern en het Bürgenstock valt veel te schrijven: denk



Luzern
©Luzern Tourismus Elmar Bossard



Motorschiff - Buergenstock

Begin je incentive in de treincoupé

Zwitserland staat bij treinliefhebbers hoog op het lijstje, en als duurzame optie is een treinreis goed te doen. Amsterdam - Utrecht - Arnhem naar Basel duur 6.40 uur en binnen Zwitserland is er de Swiss Travel Pass (STS) die recht geeft op onbeperkt reizen per trein, bus en boot en die meteen ook als museumkaart dienst kan doen.

Als je bedenkt dat in het covid-tijdperk de inchecktijd voor vliegen vaak een paar uur vergt, en je daarnaast overweegt dat een incentive of teambuilding net zo goed al in de treincoupé kan beginnen, wordt dit rail-alternatief iets om serieus te overwegen. Als je bijtijds boekt, kunnen de tarieven competitief zijn.

aan een workshop aan boord van een van de boten van Lake Lucerne Navigation Company en een activiteit, of overnachting op de piek.

Maar wij gaan verder en komen na een korte treinreis aan in Engelberg waar op een paar minuten loopafstand van het station vier grote hotels goed zijn voor meer dan 500 kamers. Geen tijd voor window-shopping, want na een hartelijk welkom door Julien Goral - Cluster Director of Sales voor H-Hotels AG - kunnen we H+ Hotel & Spa verkennen, omkleden en vertrekken voor een borrel en bezichtiging van Hotel Bellevue Terminus. Daarna volgt avondeten in het Restaurant BankliAlp voor die echte après-ski sfeer, ook al is het hartje zomer.

BELLE ÉPOQUE REVISITED

Hotel Bellevue Terminus heeft met een recente verbouwing een verrassende verbinding gemaakt tussen een eigentijdse stijl en het belle-époque deel dat dateert van de tijd dat men nog per koets of draagstoel over de pas moest worden vervoerd (zoals ooit koningin Victoria). Daarna was Engelberg een van de eerste bergoorden die per trein kon worden bereikt en ook de bergliften horen bij de oudste van Zwitserland. Plezier en zaken mengen - bleisure - stond misschien altijd al op het menu en is nu hoofdthema waarmee het evenemententeam van het Hotel Bellevue Terminus diens aanbod onderscheidt.



Klooster van Engelberg

HIGH FLYING ADVENTURE

Dag twee begint de volgende ochtend in het gezelschap van Fabian Appenzeller van Mt Titlis Cableways. Onderweg in de verschillende liften naar boven vertelt Fabian over de reden waarom Titlis de slogan high flying adventure als tagline heeft. De hoogvliegende avonturen in aanbod zijn onder andere de zip-line en Titlis Cliff Walk: de gletsjer-cliff-walk of oversteek over 's werelds hoogste hangbrug waarbij je beneden een ravijn honderden meters dieper ziet verdwijnen (niet voor mensen met hoogtevrees). Na een wandeling over de hoogste hangbrug in Europa (3.000+) bezoeken we een gletsjer-grot. Hier is onder het eeuwige ijs een gang gegraven (beeld je een iglo huis-kamer in). Op enkele plekken zijn in het ijs vitrines aangebracht met voorwerpen die het verhaal vertellen van het fragiele ecosysteem. Het thema duurzaamheid krijgt meteen een gezicht. Engelberg is in het hele jaar een paradijs voor natuuractiviteiten. Het is goed je te kleden voor vier jaargetijden in één dag.

Er is zoveel speelsheid in het aanbod dat de meest sportieve tot meest mondaine deelnemer zich in een teambuildingactiviteit zal durven uitleven; een Kneipp blote voeten wandeling, klim- en kletterwanden, mountainbike trails, step-paden, teambuildingactiviteiten waarbij collega's moeten leren op elkaar te vertrouwen, samen te werken en elkaar aan te moedigen; een paar uur is voldoende om

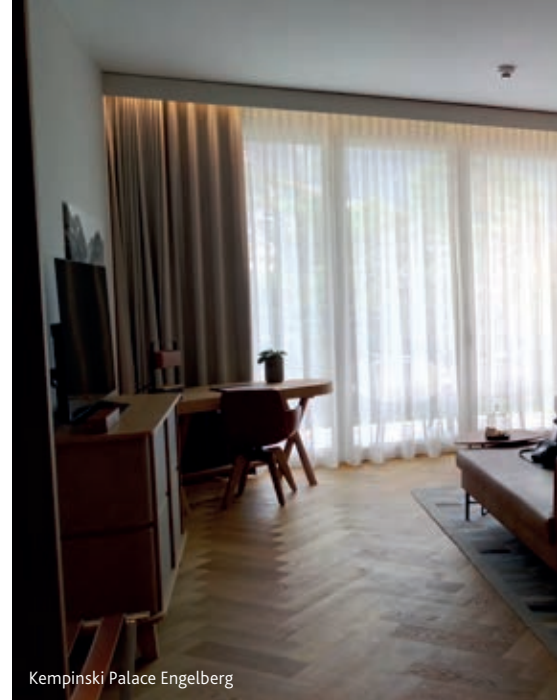
buitenlucht en beweging in het programma te verwerken tussen de vergaderingen door. Zo gezegd, zo gedaan... de dames en heer mochten even aan de flying fox zipline gaan hangen en over het ravijn schuifelen alsof Covid nog niet genoeg cliffhanger-materiaal was! Er is een scala van liften maar het paradepaardje is Titlis Rotair, een lift die 360 graden draait zodat je alle markante pieken goed kan fotograferen.

Engelberg is in de winter ook heel geliefd voor skiën en snowboarden. Het is een prachtig uitgestrekt gebied waar dus via de bergpaden van de ene weide naar de ander kan worden gescied en in de zomer, gewandeld, geklauterd of gefietst (85 km fietspaden). De Brunni is meer voor beginnende skiërs.

Bij terugkomst in het hotel staat een bezoek op het programma aan de Benedictijnenabdij van Engelberg. We krijgen gezelschap van Corina Uster die haar internship doet bij Engelberg-Titlis Tourismus en die ons een en ander vertelt over de geschiedenis van de abdij en de stad.

EEN BERG VAN MONNIKEN EN ENGELEN

Engelberg is een kleine gemeente met nog geen 4.000 inwoners, maar dat aantal groeit met alle mensen die hun vakantiechalet komen bewonen en met de toeristen. Het klooster van Engelberg is ouder dan het dorp en de geschiedenis van Engelberg was - zeker tot na de Franse



Kempinski Palace Engelberg

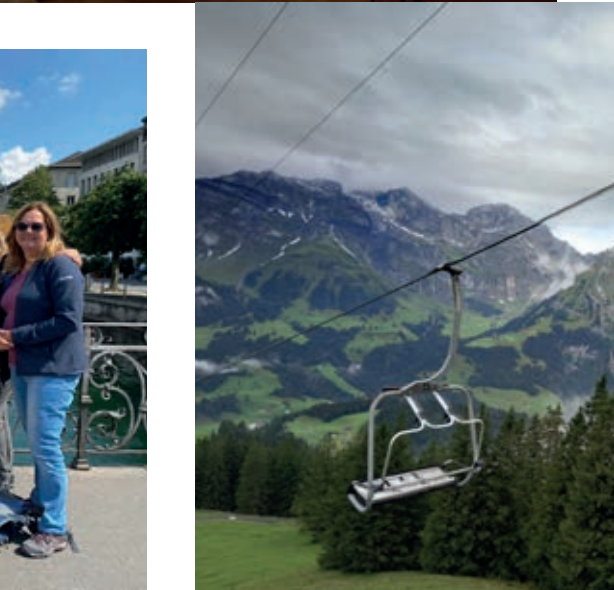


revolutie - bepaald door het klooster, dat vorig jaar het 900-jarig jubileum vierde. Er wonen en werken nog steeds monniken en de abdijzalen zijn beschikbaar voor congressen.

Zeg Zwitserland en zeg cheese (en chocola natuurlijk). In een van de gebouwen van het klooster is een kaasmakerij en winkel gevestigd. Je kan zien hoe de regionale kazen worden gemaakt en krijgt goede uitleg. Geen demonstratie is af zonder proeverij, waarna toch even tijd is om te shoppen (chocola) of een duik te nemen in het zwembad en Spa van ons hotel voor de nacht; het gloednieuwe Kempinski Palace Engelberg.

PALEIS IN ERE HERSTELD

Het Palace Hotel Engelberg werd na de opening al meteen Palace genoemd. In de jaren 70' raakte het wat in verval, tot



in 2014 de nieuwe investeerders de deuren sloten om pas weer in 2021 te openen na een grote renovatie. Door de komst van het vijfsterren-merk Kempinski kan Engelberg de MICE en luxe reismarkt nog beter gaan bewerken. Het hotel is heropend als Kempinski Palace Engelberg, momenteel het enige vijfsterrenhotel, prominent geplaatst in het hart van het kloosterdorp. Er zijn 127 elegante en ruime kamers en suites waarbij rekening is gehouden met de status van monument.

Op het dak bevindt zich het zwembad met grote spa en fitnessruimte. Dobberen in het zwembad met uitzicht op de bergen, dat wil toch iedereen? Ultramoderne uitgeruste vergader- en conferentiefaciliteiten hebben de laatste snufjes voor hybride evenementen. De kers op de Pavlovataart is de smaakvol gerenoveerde historische 'Kursaal' uit 1902.



Titlis Cliff Walk TITLIS Bergbahnen Oskar ©

Nachhaltigheid

Zwitserland erkent duurzaamheid al lang als prioriteit, wat niet verwonderlijk is voor een land dat het moet hebben van de natuur (naast een lange gastvrijheidsstraditie, jodelen, kaas en chocolade).

Op de website van Zwitserland Toerisme is hieraan een hele pagina gewijd. Het Zwitser-Duitse woord hiervoor is; Nachhaltigkeit – iets nalaten, iets terughouden, iets niet doen, om zo de duurzaamheid te bevorderen. Voorbeelden zijn een jarenlange ervaring met consistente recycling, strenge uitlaatemissienormen, goed afvalbeheer, zorgvuldig gecontroleerde landschapsplanning en strikte voorwaarden voor bouwprojecten. Voor MICE-groepen die hun steentje willen bijdrage zijn er tal van milieubewuste activiteiten mogelijk.

Op donderdag 7 oktober 2021 organiseerde Lisette voor SCIB met Zwitserse partners een netwerkevenement in De skihut van de Zuidpool in Amsterdam. Ook daar konden planners informatie krijgen over de naadloze inpassing van Nachhaltigkeit (duurzaamheid) voor hun incentive of boardmeeting. Het was de eerste studiereis die in 2021 kon worden georganiseerd en de partners zoals Luzerne, Engelberg-Titlis, Kempinski Palace Hotel Engelberg, H+ hotels & Spa en de vervoerspartners gaven elk in hun presentaties informatie over hun aanpassingen om bij te blijven bij de klimaatdoelstellingen.

Director of Sales & Marketing Jamie Negus vergast de groep op heerlijke amuses en een glas bubbles, voordat hij de balzaal en enkele van de acht vergaderzalen laat zien. Bij het ontbijt konden de deelnemers genieten van kaas van de abdij en na een prachtige ochtendwandeling op de bergpiek Bruni begon de reis terug.

VEELZIJDIG

Nederland is een aantrekkelijke target markt, vertelt Lisette. Ooit was deze streek in het hartje van Zwitserland een

destinatie voor de happy few. Sinds jaren kent de Nederlandse markt de streek zeker als wintersportbestemming en voor bergtoerisme het hele jaar door. Voor MICE-groepen is het aanbod nu heel uitgebreid met meer dan 500 kamers op loopafstand van elkaar en een ruim aanbod van activiteiten, zalen en gastronomische keuzes. Deze studiereis heeft laten zien hoe veelzijdig het aanbod is zonder aandacht voor ecologie te verliezen. En... THIS IS IT Engelberg Titlis.



MVO koplopers in de branche

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



Gooiland

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

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



Erfgoed Bossem

“Puur eten en slapen op een echte boerderij”

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



Museon

“Ontdek de wereld”

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



Dutch Design Hotel Artemis

*“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



Het leven is goed en mooi

Wat hebben 'Pasta Fresca' uit Verona en 'Nee verkopen' bij evenementenlocaties met elkaar te maken? Op het eerste gezicht helemaal niets.

In 1585 zei de, misschien de inmiddels bij velen vergeten, Nederlandse dichter Brederode 'Het kan verkeren'. Ooit leerde ik dat op school, maar het werd ons vooral thuis regelmatig voorgeschoteld. Meestal als er wat negatiefs gebeurde of iets niet doorging, maar ook als het weer goed kwam en de zon letterlijk of figuurlijk weer ging schijnen. Brederode doelde met de uitspraak 'Het kan verkeren' op 'de wisselvalligheden in het leven'. En die hebben we allemaal. De een wat meer dan de ander natuurlijk. Zeker de afgelopen anderhalf jaar. De uitspraak heeft een bepaalde geruststelling en wijsheid in zich omdat je veel in het leven niet kan beïnvloeden.

Toen we in onze vakantie door het mooie Verona dwaalden, schoot me de uitspraak van Brederode ook te binnen. 'Het kan verkeren'. Het leven is goed en mooi. We vierden het met wijn, muziek en 'Pasta Fresca'. Verse pasta van 'La bottega della Gina' in Verona, een van de beste en meest gastvrije zaken van Italië. We sloten de avond af met een concert in de tweeduizend jaar oude Arena. We waren al verliefd en gelukkig, maar dit was de romantische Italiaanse 'boost' die nog wekenlang na-dendert. En wat een heerlijk gastvrij land is het toch. De passie en liefde voor het leven, eten, wijn en elkaar is een feest.

Nu ik, nog enigszins positief verdoofd door de mooie vakantie, weer aan het werk ben, zie ik vergaderlocaties in de hoogste versnelling en met te weinig medewerkers topsport bedrijven om hun opdrachtgevers te bedienen. En ook hier geldt 'Het kan verkeren', omdat het zo hard gaat met de aanvragen en de boekingen dat er zelfs weer 'nee verkocht' moet worden. Wie had dat gedacht een half jaar geleden?

Nu nog wel 'even' professionele en gedreven medewerkers zien te vinden. Een uitdaging waar we met een team van experts over hebben nagedacht op 'De Hooge Vuursche' bij Kasteelheer Henk-Jan en zijn team. Ook een bijzondere en gastvrije ervaring. Die Italiaanse passie en professionaliteit is dichterbij dan ik dacht. Het leven is goed en mooi!

Wouter Olland

Marketeer | Sales Management | Trainer



HOTEL DE ZEEUWSE STROMEN, RENESSE

EEN GELIEFDE LOCATIE AAN ZEE

Op slechts 300 meter van het strand ligt Hotel de Zeeuwse Stromen. De unieke ligging van dit hotel-congrescentrum, in combinatie met de technische faciliteiten en expertise op het gebied van zakelijke events, maakt de Zeeuwse Stromen al jaren een geliefde plek voor zowel particuliere als zakelijke gasten.

Hotel de Zeeuwse Stromen bestaat al sinds 1959, maar een grote brand in de zomer van 1996 legde een flink deel van het hotel in de as. De wederopbouw nam een jaar in beslag, waarna het hotel groter dan daarvoor haar deuren heropende. Vanaf 1971 is het mogelijk om bij Hotel de Zeeuwse Stromen zakelijke bijeenkomsten te organiseren. In 2017 werd de zakelijke vleugel flink aangepakt. Het resultaat hiervan is onder andere terug te zien in de acht vergaderzalen, waarvan er vier zalen onderling schakelbaar zijn. "Alle zalen hebben daglicht, openslaande deuren en zijn voorzien van state-of-the-art

technische faciliteiten", vertelt Monique van Hoof (marketing & communicatie). "Bijzonder trots zijn we op de voor Nederland unieke videowand van 15 meter breed. Middels 3 projectoren die naadloos op elkaar aansluiten, is het mogelijk om deze ruimte om te toveren tot vrijwel elke gewenste setting." Het congrescentrum is bovendien gecertificeerd met vier uit vijf vergaderhamers. "De beoordeling door een onafhankelijke partij houdt ons scherp en zorgt ervoor dat we de handvatten hebben om onszelf te blijven verbeteren". Dit jaar staat de beoordeling door het nieuwe YOIN-kwaliteitskeurmerk gepland in oktober.



CONGRES COACHES; AANSPREKPUNT VAN A TOT Z

Hotel De Zeeuwse Stroom heeft een driekoppig team van CongresCoaches dat verantwoordelijk is voor de organisatie van de zakelijke evenementen die in het Zeeuwse hotel plaatsvinden. "We zijn het vaste aanspreekpunt, van het eerste contactmoment tot na de facturatie", zegt CongresCoach Kristy Mirer. "Samen met de gast achterhalen we het doel van de bijeenkomst en kijken we welke zaal zich het beste leent om het meeste uit de bijeenkomst te halen. Samen stemmen we af welke faciliteiten er nodig zijn. Feitelijk doen we dus veel meer dan alleen een zaal verhuren."

ENERVERENDE PAUZE

Gezien de ligging aan de ruige Zeeuwse kust worden gasten gestimuleerd om hun training, congres of evenement even te onderbreken met een enerverende pauze. Hiertoe is het concept "breaks & bites" uitgerold. "Het is nuttig om tijdens de (lunch) pauze een wandeling in de duinen of op het strand te maken", vertelt Monique. Het is zelfs mogelijk om een fiets te huren en een lunchpakket 'to go' mee te nemen; uiteraard in een praktische rugzak, zodat de gast zijn of haar handen vrijhoudt (en het afval makkelijk verzameld kan worden). Ook een teambuildingsactiviteit op locatie of in de omgeving van het hotel is mogelijk. "Om voor onze gasten een zo passend mogelijk totaalpakket te bieden, werken we ook samen met externe partijen in de nabije omgeving. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk

om het programma aan te vullen met een teambuildingsactiviteit zoals kajakken of blokarten", aldus Kristy.

ONTSPANNING NA INSPANNING

Naast het inhoudelijke gedeelte van de bijeenkomst biedt het hotel de mogelijkheid voor een samenkomst in de vorm van een borrel in de gezellige bar, of een diner in het restaurant. Monique: "Op onze kaart staan gerechten die worden gemaakt met lokale, dagverse en seizoensgebonden producten. Vis en vlees zijn voorzien van een keurmerk. De kruiden halen we zoveel als mogelijk uit onze eigen kruidentuin. We zijn er ook voor gasten die (een dagje) geen dierlijke producten eten. Zo hebben we met trots afgelopen zomer onze vega(n) menukaart geïntroduceerd." De dag afsluiten met een diner of borrel aan het strand? Dat is mogelijk in het nabijgelegen strandpaviljoen. Voor gasten die deelnemen aan een meerdaags event biedt Hotel De Zeeuwse Stroom 78 hotelkamers in het hoofgebouw. Op het naastgelegen duinpark, dat in 2012 is gerealiseerd, bevinden zich nog eens 22 duinkamers, 26 duinappartementen en 9 duinvilla's. Deze zijn van alle gemakken voorzien en bieden middels openslaande deuren een fraai uitzicht op het bosrijke gebied.

ZORGZAAMHEID DOOR DUURZAAMHEID

In lijn met de missie van Hotel De Zeeuwse Stroom neemt duurzaamheid een prominente rol in binnen het beleid.

Zelf spreken medewerkers liever van 'zorgzaamheid'. Het beleid onderstreept zorgzaam handelen richting mens, dier en omgeving. Deze missie wordt aangedreven door het hogere doel om ook toekomstige generaties de kans te bieden om te blijven genieten van dit unieke stukje Zeeland. Monique: "We spannen ons in om gasten bewust te maken van de natuurlijke omgeving van het hotel. Ook via onze sociale kanalen besteden we hier aandacht aan. Belangrijk vinden we het dat gasten doordrongen zijn van het belang om het strand schoon te houden. Tevens maken we onze gasten er bijvoorbeeld op attent om tijdens het broedseizoen hun honden aangelijnd te houden, zodat de nesten van strandvogels niet worden verstoord. Daarnaast sponsoren we diverse lokale projecten, waaronder zeehondenopvang A Seal."

Het Green Key Gold keurmerk hangt al enkele jaren aan de muur. Monique: "Maar feitelijk gaan we met ons beleid nog een aantal stappen verder dan hetgeen Green Key van ons verlangt." Zo bevinden zich op het dak van het hotel 40 zonneboilerpanelen die zijn aangesloten op de warmwatervoorziening. Op die manier wordt er aanzienlijk op gas bespaard. Zowel Hotel de Zeeuwse Stroom als het bijbehorende strandpaviljoen De Haven van Renesse gaan op zeer korte termijn de zogenaamde biogervergister in gebruik nemen. Deze biovergister zet gft-afval om in duurzaam biogas. Het uiteindelijke restproduct is plantenvoeding voor bijvoorbeeld de eigen moestuin.

COMPLIMENT

Het duurzame beleid zorgt er samen met de zalen, de ligging aan het strand en het betrokken team voor dat het hotel jaarlijks op een groot aantal terugkerende gasten mag rekenen, zowel zakelijk als particulier. "Daar zijn we als team natuurlijk erg trots op; een gast die graag terugkomt, is immers een mooi compliment!" Volgend jaar viert Hotel de Zeeuwse Stroom haar 25-jarig bestaan. "Na een roerig jaar waarin Covid onze creativiteit en flexibiliteit op de proef heeft gesteld, kijken we er enorm naar uit om volgend jaar juli jaar groots uit te pakken voor onze gasten!", aldus Monique.

vergaderen.zeeuwsestromen.nl



ZO WORD JE EEN BETERE PRESENTATOR

Mag jij tijdens het komende congres of evenement de bedrijfspresentatie voor je rekening nemen? Gezien het feit dat 77% procent van de mensen een hekel heeft aan spreken in het openbaar, is de kans aanwezig dat je hier niet om zit te springen. De truc is om jouw enthousiasme over te brengen op je publiek. Met deze aandachtspunten en tips lukt dat zeker.

AANDACHTSPUNTEN

Persoonlijkheid

Zie jezelf als een persoonlijkheid, niet als een presentator. Met iemand die authentiek is en waarin het publiek zich herkent, komt de inhoud van je presentatie veel beter over. Maar zorg er wel voor dat je praat op een manier die bij jou past. Word geen kopie van iemand anders!

Personal branding

Presenteren wordt vaak tweedimensionaal aangepakt: vanuit je positie als professional en als expert. Voeg daar een derde dimensie aan toe: je persoonlijke merk. Dit doe je door voor jezelf drie belangrijke kenmerken op te schrijven die van jou een goede presentator maken. Dat kunnen bijvoorbeeld dingen zijn die iets vertellen over jou als persoon.



Passend bij het bedrijf/merk

Zorg ervoor dat je precies weet wat het merk of het bedrijf inhoudt, welke boodschap je moet overbrengen en hoe je dit als presentator moet vertegenwoordigen. Jouw manier van presenteren moet daarop aansluiten. Een mooi voorbeeld hiervan is Richard Branson van Virgin. Hij is als het ware de personificatie van zijn bedrijf: speels en vooruitdenkend.

Passend bij het publiek

Denk aan je publiek. Tegen wie praat je? Welk publiek wil je trekken?

Passend bij het doel

Ga nooit presenteren zonder een doel. Wat wil je op zakelijk en/of privé-gebied uit de presentatie halen? Gaat het om nieuwe informatie? Rebranding? Vat het doel voor jezelf samen in één zin.

TIPS

1. Overzicht

Een televisieshow heeft goede ingrediënten nodig en die leg je vast in een script. Een presentatie gaat niet zo ver, maar een goed overzicht is een belangrijke leidraad. Vermeld op losse kaartjes alle onderdelen, hoeveel tijd je per onderdeel hebt ingeruimd en wat je per onderdeel precies wil meegeven aan het publiek. Dit dwingt je om je content te managen en goed na te denken over welke informatie op welk moment aan bod moet komen.

2. Goede opening

De indruk die mensen van jou krijgen, doen ze op in de eerste 10 seconden. Maak een goede indruk door de aandacht te grijpen, met bijvoorbeeld een goede statistiek of een makkelijke vraag met een ja of nee antwoord ('wie vindt presenteren leuk?'). Of vertel wat het probleem is en wat jouw oplossing is.

3. Vermijd jargon

Gebruik je eigen woorden. Ga nooit uit van een hoge mate van voorkennis in het publiek. Neem een fictief persoon dat weinig van het onderwerp weet als uitgangspunt zodat iedereen je verhaal begrijpt.

4. Spreek tegen een echt persoon

Wanneer je tegen een groep praat, ben je vaak wat formeler. Ook heb je de neiging om over de hoofden van mensen heen te praten in plaats van tegen ze. Doe alsof je tegen je beste vriend of een familielid praat. Dat heeft een positieve invloed op je toon, je spreektempo, je taalkeuze en je energie.

5. Spreek met passie

Je moet zelf de passie en het enthousiasme voor je onderwerp overbrengen en de inhoud tot leven brengen, anders gaat het publiek dit ook niet voelen. Wanneer je een band hebt met hetgeen wat je vertelt, komt je boodschap beter over.

6. Niet te serieus

Evenementen zijn dynamische aangelegenheden. Je hoeft een dag niet naar

(thuis)kantoor, je ontmoet mensen en je ontdekt nieuwe dingen. Presentaties zijn echter vaak heel serieus. Je kunt dit doorbreken door te spelen met je toon. Ook humor doet het altijd goed, net als persoonlijke verhalen, emoties en anekdotes.

7. Speel met tempo, pauzes en nadruk

Tijdens je presentatie moet je het publiek de tijd gunnen om naar je te luisteren, om je verhaal te begrijpen en het te laten bezinken. Die tijd en ruimte creëer je door te spelen met tempo, pauzes en door de nadruk te leggen op belangrijke elementen in je verhaal. Met name pauzes kunnen heel dynamisch zijn en de aandacht trekken en vasthouden. Houd hier rekening mee in je overzicht (tip 1).

8. Houd het kort

In de wereld van televisie geldt: less is always more. Tijdens een presentatie heb je wat meer ruimte om uit te weiden, maar een kort en krachtig verhaal werkt ook hier beter.

9. Maak het visueel aantrekkelijk

Mensen zijn visueel ingesteld. Als presentator ben je dus constant in gevecht met de slides om de aandacht van het publiek te trekken. Wanneer je de slides volgt met tekst, heb je zelfs de neiging om je achter de slides te verschuilen. Zet er daarom alleen informatie op die je niet kunt vertellen. Denk ook goed na over je outfit. Zorg dat deze aansluit bij het merk en/of bedrijf en hetgeen wat je uit wil stralen. Let er ook op dat je opvalt ten opzichte van de achtergrond.

10. Straal energie en warmte uit

Maak contact met je publiek en straal energie en warmte uit. Zo houd je de aandacht vast. Een lach werkt perfect om de verbinding aan te gaan.

Ten slotte: blij oefenen en vraag feedback van collega's. Zorg dat je je het onderwerp eigen maakt en er met passie over kunt vertellen!

VISIT BRABANT

Convention Bureau



AGRIFOOD CAPITAL



HIGHTECH



DATASCIENCE



DUTCH DESIGN

Meet Brabant

Business Brains & Hospitality Heart

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

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

Voel de vibe, Meet in Brabant!

VISIT
BRABANT
Convention Bureau

www.visitbrabant.com/conventionbureau



NH Koningshof

"Grootste congres hotel van de Benelux"

Locht 117 | 5504 RM Veldhoven | T 040 - 258 1900
E mtgns.nhkoningshof@nh-hotels.com
I www.nh-hotels.nl



Evoluon Eindhoven

"Evoluon Iconique Venue Eindhoven"

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



Pullman Eindhoven Cocagne

"The place to meet and socialize"

Vestdijk 47 | 5611 CA Eindhoven
T 040 - 232 6111 | E H5374@accor.com
www.pullman-eindhoven-cocagne.com



Golden Tulip Hotel Central

"Genieten op z'n Bosch"

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



Conferentiecentrum & Hotel Bovendonk

"Locatie vol inspiratie"

Hofstraat 8 | 4741 AK Hoven
T 0165 - 507 550 | E reserveringen@bovendonk.nl
www.bovendonk.nl



Landgoed Huize Bergen

"Verscholen in een prachtig park met
eeuwenoude bomen nabij Den Bosch"

Glorieuxlaan 1 | 5261 SG Vught
T 073 - 658 0400 | E welkom@huizebergen.nl
www.huizebergen.nl



Guldenberg Hotel & Brasserie

"Van nature 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"

Somerensweg 100 | 5591 TN Heeze
T 040 - 224 1922 | E welcome@kapellerput.nl
www.kapellerput.nl



HUP

"Het sportiefste hotel van Nederland"

Arkweg 3 - 17 | 5731 PD Mierlo
T 0492 - 678 911 | E sales@hup.eu
www.hup.eu



Van der Valk Hotel Eindhoven

"Verrassend Vanzelfsprekend"

Aalsterweg 322 | 5644 RL Eindhoven
T 040 - 211 6033 | E eindhoven@valk.com
www.hoteleindhoven.nl



EIGENTIJDSERF

"Ontdek deze inspirerende achtertuin
van Tilburg en Eindhoven"

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

YOIN EXCELLENT MEETING PLACES

KEURMERK OP DE KAART DOOR SAMENWERKING

Sinds de introductie van het kwaliteitskeurmerk YOIN excellent meeting places in april juli van dit jaar hebben reeds 35 locaties een auditeur over de vloer gehad en mogen zij dit predicaat hanteren. Meeting Magazine sprak met drie van deze locaties. Waar ligt voor hen de meerwaarde van het keurmerk?

Michiel Lindenberg,
commercieel directeur bij
Amsterdam Conference Centre
Beurs van Berlage

Toen dit jaar het kwaliteitskeurmerk YOIN excellent meetings places werd geïntroduceerd, besloot deze locatie zich aan te sluiten. "Tien jaar geleden legde congrescentrum van Beurs van Berlage de focus op de internationale congresmarkt", zegt Michiel. "Het Vergaderhamerkeurmerk sloot niet goed aan bij deze propositie. De keuze voor YOIN om zich in de toekomst ook internationaal te profileren, helpt ons wél om onze locatie nog beter te vermarkten. We zien YOIN als een kwaliteitsstempel en dat sluit aan bij onze vijfsterrenfilosofie; we willen in alle opzichten een vijf sterren ervaring neerzetten."

Cum laude geslaagd

De audit met Michiel Smilde vonden Michiel en zijn collega's spannend, maar leerzaam. "Het is en blijft een gebouw met een monumentale status, dat niet als congrescentrum is gebouwd en waar je niet zomaar dingen mag veranderen. Wel



hebben we afgelopen jaren 15 miljoen geïnvesteerd in zaken zoals techniek en luchtklimaat om te voldoen aan de vraagstelling van de internationale

marketing- en salesuitingen. "We gaan er zeker voor zorgen dat onze gasten zowel online als op locatie niet om het keurmerk heen kunnen!"

congresmarkt. Gelukkig bleek het voldoende en zijn we zelfs cum laude geslaagd!"

Michiel geeft aan dat de inspectie goed en zeer breed is aangepakt. "Voor het type bijeenkomsten dat wij organiseren, zaten er goed doordachte vragen tussen. Het viel ons wel op dat YOIN bij de beoordeling van de bereikbaarheid vooral de focus legt op de auto, terwijl wij door onze internationale gasten juist worden gewaardeerd om de bereikbaarheid per vliegtuig en openbaar vervoer." Michiel en zijn collega's nemen het kwaliteitskeurmerk vanaf nu mee in alle

Michelle Jaspers,
eventmanager bij De Maaspoort
Theater & Events Venlo

De Maaspoort in Venlo staat bij het grote publiek vooral bekend als theater, maar faciliteert ook grootschalige, hybride of juist intieme evenementen, congressen en vergaderingen. In 2016 benaderde de locatie het toenmalige Vergaderhamerkeurmerk om vergaderingen en evenementen nog beter onder de aandacht te brengen. "Om onze zalen en mogelijkheden goed te kunnen presenteren, wilden we eerst weten aan welke eisen deze moesten voldoen", vertelt Michelle. "Volgens het eerste rapport dat wij ontvingen, bleek er gelukkig al veel in orde te zijn. Na de inspectie en het optimaliseren van een aantal zaken mochten we in 2017 het kwaliteitskeurmerk aan de muur schroeven en dat heeft er sindsdien altijd gehangen."

ZICHTBAARHEID

Afgelopen zomer kwam YOIN-auditeur Sandra van den Berk langs voor de inspectie. "Het was een zeer prettig gesprek. Ze was ook heel benieuwd hoe de afgelopen periode voor ons is geweest. Nadat we eerst de lijst hadden nagelopen die we vooraf moesten invullen, heeft Sandra de zalen bekeken en een aantal tests gedaan." De audit zelf bracht geen bijzondere dingen aan het licht. Michelle: "Wel kregen we de tip om bij klantbezoeken te allen tijde ook restaurant Cabillaud en de foyer met uitzicht op de Maas te laten zien, echt een eyecatcher!"

Michelle is blij met het feit dat YOIN echt kijkt hoe het kan helpen met



de zichtbaarheid van de aangesloten locaties. "Wij willen graag weten hoe we ons vergaderproduct nog beter in de markt kunnen zetten, bijvoorbeeld door middel van social media. Ook vind ik het betrekken van diverse afdelingen bij de gesprekken en de workshops positief. Toen Sandra en Marie-Louise (zie kader) het certificaat kwamen overhandigen, zijn mijn collega's Simone (marketing) en Hans (hospitality manager) ook bij

het gesprek aangeschoven. Zo gaat het kwaliteitskeurmerk echt leven in een organisatie en sijpelt die waardering door in alle afdelingen en vooral, het allerbelangrijkste, richting onze gast."

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

Jacqueline Dusink, hoofd marketing en sales bij Ernst Sillem Hoeve

Conferentiehôtel Ernst Sillem Hoeve in Den Dolder besloot 25 jaar geleden als een van de eerste locaties om aan te sluiten bij de toenmalige voorloper van YOIN, het keurmerk Erkend Vergaderbedrijf dat later de Vergaderhamers werd. "We wilden ons conferentiecentrum ontwikkelen en professionaliseren", vertelt Jacqueline. "Het keurmerk gaf inzicht in de renovaties en inrichting die daarvoor nodig waren. We begonnen destijds met vier hamers en groeiden al snel door naar vijf. We wilden aan de bovenkant van de vergadermarkt opereren en die ambitie hebben we nog steeds. Een label in de vorm van een kwaliteitskeurmerk laat zien dat je alles doet om te blijven voldoen aan de hoogste eisen. Het zegt iets over de locatie, de mensen, de deskundigheid en de kwaliteit die je biedt. Om die reden hebben we ook een Gouden Green Key en een vier-hotelsterren keurmerk."

NUTTIGE TIPS EN EEN GROOT NETWERK

In juni kwam Annika Stuijvenberg lang om namens YOIN een audit te doen.

Het eindresultaat was een topscore van 90%. Het YOIN-bordje hangt inmiddels bij de voordeur waar ook de Green Key en de Hotelsterren hangen. Jacqueline: "Het grote voordeel vind ik de digitale rapportages in het dashboard. Je kunt direct bij de gegevens en je ziet meteen de score en de verbeterpunten per zaal. De auditoren geven bovendien nuttige tips die helpen om door te groeien. Ook het feit dat je via het kwaliteitskeurmerk een groot netwerk aanboort en dat je toegang krijgt

tot benchmarks en workshops vind ik zeer positief. Wel ben ik van mening dat YOIN de komende tijd haar naamsbekendheid verder moet opbouwen en zichzelf bij de juiste bedrijven en organisaties moet gaan promoten. Natuurlijk ligt daar ook een taak voor ons. We brengen het keurmerk via onze website en onze offertes onder de aandacht bij onze opdrachtgevers. Op die manier werken we samen aan de herkenning en erkenning van het label."



GECERTIFICEERD, EN DAN?

Wat gebeurt er na de certificering? Deze vraag krijgt Marie-Louise Buckens, connector bij YOIN excellent meeting places, regelmatig van locaties die het YOIN-kwaliteitskeurmerk mogen voeren. "De audit zorgt ervoor dat je scherp blijft en dat de locatie voldoet aan alle actuele eisen. Het brengt je customer journey processen in kaart en laat zien waar voor jou de verbeterpunten liggen, bijvoorbeeld op het gebied van duurzaam ondernemen of personeelszaken." Maar YOIN gaat verder dan het beoordelen van een locatie op kwaliteitseisen. "We willen locaties de meerwaarde van het kwaliteitsmerk laten zien, onder andere door kennis te delen. Dit doen we door middel van benchmarks, dossiers en whitepapers. In oktober, november en december organiseren we online learnings (ook voor niet-gecertificeerde locaties) van maximaal 1,5 uur waarbij we steeds teamleden van een andere afdeling van een locatie door een expert uit de branche laten bijpraten. Met deze kennis kun je je onderscheiden van collega-locaties en jezelf beter profileren bij je opdrachtgevers waarbij het kwaliteitsmerk als bewijs van deze kennis en kunde door de ogen van een onafhankelijke partij een rol speelt. Locaties kunnen ons ook altijd bellen als ze een vraag hebben. De lijntjes zijn kort. Ten slotte bieden we de mogelijkheid om via CLC-VECTA je netwerk verder uit te breiden."

Ambassadeurs

De komende maanden staan voor YOIN in het teken van het vergroten van de naamsbekendheid bij opdrachtgevers en locaties die nog niet zijn aangesloten. "Gelukkig is dit een aspect dat we samen met de aangesloten locaties kunnen oppakken. Ik ben dan ook heel trots dat locaties zoals World Forum, Woudschoten, Postillion Hotels, Kontakt der Continenten en Van der Valk Hotels YOIN PRO gecertificeerd zijn en dat zij als ambassadeurs onderdeel zijn van ons netwerk. Samen met alle aangesloten locaties en partners gaan we de kwaliteit van onze branche verder verbeteren." yoinexcellentmeetingplaces.com





MPI BOARD-RETREAT 2022

PLANNEN ZONDER HANDREM!

De coronacrisis in meetings en events is nog niet voorbij en zal de komende jaren haar sporen nalaten. Het heeft ons geleerd dat we liever live bijeenkomen, maar dan ook meer kwaliteit en experience verwachten. Een overleg of korte contentsessie kan immers prima online. Het zakelijke 'live' moet meer dan ooit een goede reden een extra toegevoegde waarde hebben voor deelnemers en decision-makers.

Fotografie: Jan Buteijn

MPI Nederland is de coronacrisis doorgelopen door stevig op de kosten te letten, de MPI community online van dienst te zijn toen samenkomen niet toegestaan was, en te schakelen naar live zodra dat (tijdelijk) mocht. Afgelopen 25 augustus is het bestuur in Postillion Hotel Amersfoort Veluwemeer bijeengekomen om vooruit te kijken naar de toekomst en de plannen

voor 2022 vorm te geven. Met de handrem eraf, en met de lessons learned in de achterzak!

PARTNERSHIPS

Het thema voor 2022 laat zich het beste beschrijven als 'groei door partnerships'. Enerzijds door waarde te bieden aan partners die hun steun al jaren verlenen en onderdeel zijn van het funda-

ment van de vakvereniging, en anderzijds door te kijken waar MPI- events kunnen ondersteunen in het herstel van de sector. Het event 'Reconnect' zoals dat heeft plaatsgevonden afgelopen juli in samenwerking met VisitBrabant is daar een goed voorbeeld van: het laden van de propositie van VisitBrabant met (mede door MPI verzorgde) sterke content en inspiratie uit de regio. Reconnect heeft een sterk signaal afgegeven naar 2022: echte connectie maak je live, en niet achter een scherm.

EUROPESE COMMUNITY

De pijlers waar MPI Nederland op rust zijn onveranderd sterk: Knowledge, Community en Industry Voice. De pijler Knowledge zal natuurlijk zijn effect krijgen in de events van volgend jaar, waar MPI kiest voor een online en live programma. Er wordt momenteel hard gewerkt aan een Europese online event-agenda waarin de 'I' van MPI echt tot zijn recht zal komen. Dit gaat

het Europese Community-gevoel verder versterken en biedt de Nederlandse leden meer toegang tot de internationale meeting community.

Waar het gaat om de live events wil MPI de legacy van het award winning learning journey concept van EMEC19 voortzetten. Sterk op content en inspiratie, met de versterkende werking van partnerships. Als onderdeel van Eventplatform blijft MPI bijdragen aan de activiteiten die ervoor zorgen dat onze sector in Den Haag meer op de agenda komt (en blijft).

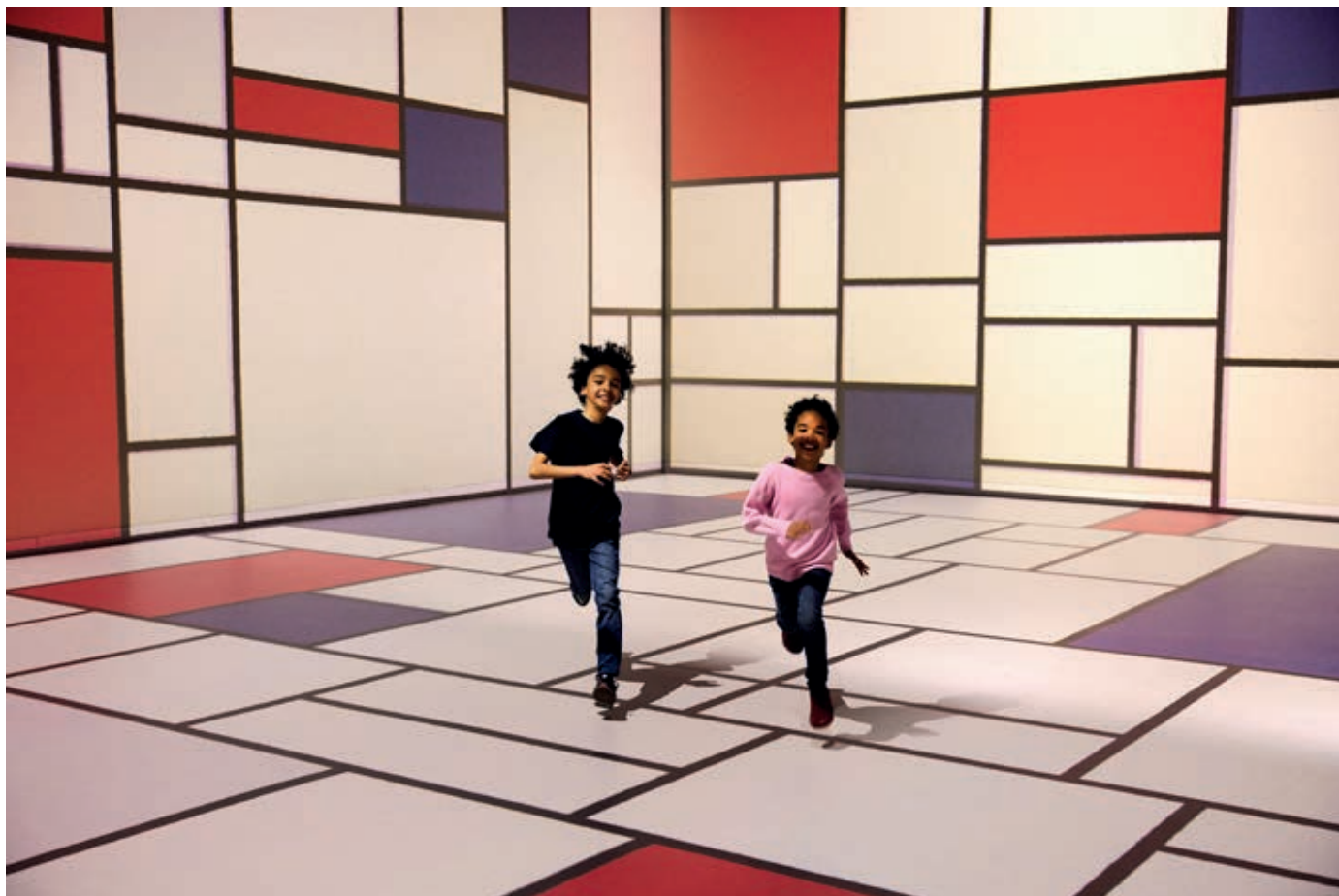
WAARDE TOEVOEGEN

"Mooi om, nu we weer bijna aan de gang mogen, aan de slag te zijn met deze club professionals die hun tijd willen besteden om waarde toe te voegen aan dé Nederlandse vakvereniging die de gehele meetingbranche van kennis en inspiratie wil voorzien", zegt Thijs Peters, voorzitter van MPI. Hoewel het

natuurlijk een pittige tijd is voor de sector, ziet MPI ook voldoende kansen. "Veel eventprofessionals hebben de MICE-industrie al dan niet gedwongen verlaten. Het is duidelijk dat er een groot tekort gaat ontstaan aan kundige medewerkers wanneer het weer aantrekt. Starters in de MICE-industrie moeten opgeleid worden en zullen een netwerk op moeten bouwen. Daar wil MPI een rol gaan spelen. Zeker nu de handrem er af gaat de komende maanden."

Benieuwd naar de activiteiten van MPI Nederland?
Houd de website www.mpi.org/chapters/netherlands in de gaten voor nieuws en updates.





COMPLEET NIEUWE WERELD: REMASTERED

Een compleet nieuwe wereld. Met deze woorden wordt het unieke project Remastered op de website onder de aandacht gebracht. Aan ons de eer om te verwoorden hoe dit project tot stand is gekomen. Onder de Erasmusbrug in Rotterdam is een permanente expositie gecreëerd die onbeschrijfelijk verrassend is en hopelijk veel bezoekers mag ontvangen. We gingen in gesprek met creatief directeur Robin Groenveld en Stefan Hoohenkerk, die verantwoordelijk is voor de technische realisatie van dit fenomeen.

Tekst Henk Hendrixx

Robin Groenveld is onder andere de bedenker van 'Vrienden van Amstel Live' en was producent van meerdere muziekevents. Nadat hij stopte met dat werk heeft hij een grote interesse ontwikkeld voor exposities. Met name de exposities over muziek, zoals die van David Bowie en de Rolling Stones trokken zijn aandacht. Daarnaast bezocht hij vele exposities in het buitenland. Het idee ontstond

om in plaats van platte, saaie exposities met foto's, teksten en luisteren door koptelefoons, een experience te creëren waarin publiek van begin tot einde wordt meegenomen in een totaal verhaal. "Het idee om dit te doen over de voor mij zo vertrouwde muziekwereld bleek niet haalbaar, omdat het niet mogelijk was de daarvoor bestemde licenties te verkrijgen", vertelt hij. Het idee liet hem echter niet los en uitein-

delijk bedacht hij 'Remastered', een wereld waarin (de werken van) oude Hollandse meesters in 3D bewerkt zijn door nieuwe Hollandse meesters.

Samen met Dick van Zuijlen (oud-directeur Mojo) en Fred Willems (Top 2000) is Groenveld een onderneming gestart om Remastered te realiseren. Voor de technische productie benaderde hij in 2020 Stefan Hoohenkerk. Doordat het



Eurovisie Songfestival was uitgesteld, waar Hoohenkerk bij betrokken was als technisch producent, was zijn agenda leeg. Hij liep gelijk warm voor dit project, met name door zijn interesse in en ervaring met interactieve producties. Samen gingen ze op zoek naar ontwerpers, Robin als creatief producer en Stefan als verantwoordelijke voor de technische realisatie.

DE ONTWERPERS

Wereldwijd heeft Nederland bekendheid als het gaat over het ontwerpen van 3D animaties. Daarom leek het op voorhand niet zo moeilijk om een studio te vinden voor deze opdracht. "Niets was minder waar", vertelt Hoohenkerk nu. "Inderdaad, er is veel ervaring in het ontwerpen van animaties voor games, videoclipps en commercials. Maar de vraag om een show te maken van 30 minuten, die niet geprojecteerd wordt op een scherm van 16 bij 9, maar op vier wanden en vloer met perspectiefwerking bleek toch wat complex te zijn. Het gaat over een complete film en dat betekent een maandenlange productietijd." Aan de hand van een uitgewerkt storyboard zijn vele lange gesprekken gevoerd met studio's, maar niet alleen de complexiteit was een drempel, ook de uitwerking van het idee op basis van de visie van Robin was een uitdaging. Woodwork was een studio die met de eerste schetsen al liet zien te begrijpen waar het om ging.

Woodwork kreeg de opdracht en stelde een team samen om de hoofact (mainshow genoemd) te realiseren van ontwerp tot executie en co-registratie. Ze hebben een uniek framework gecreëerd waarbij de grenzen zijn opgezocht van de mogelijkheden. Bij het concept is uitgegaan van voorprogramma's (support acts) en een hoofact, daarom moesten er nog andere ontwerpers gezocht worden voor het ontwerpen en realiseren van de overige onderdelen. Daar komen

we verderop op terug als we het totale programma beschrijven.

LOCATIE

Ook het vinden van een geschikte locatie voor een project als Remastered was een uitdaging. Natuurlijk, je kunt een lege hal zoeken of bouwen rondom het project, maar dan kom je veelal op een industrieterrein uit en dat is niet de ideale omgeving. "Het werd een moeizame zoektocht, tot iemand me wees op de ruimte onder de Erasmusbrug, die al tien jaar leeg stond", vertelt Robin Groenveld. "Deze ruimte met een oppervlakte van 1000 vierkante meter voldeed voor 100% aan de verwachtingen, liggend in het centrum van Rotterdam en met uitzicht op de karaktervolle Erasmusbrug. Daarnaast zullen de duizenden bezoekers die jaarlijks een rondvaart maken met Spido en op het Willemsplein uitkijken op Remastered.

AKOESTIEK

Een grote uitdaging vormde het geluid van de tram. Bij de wandeling vanuit de parkeergarage naar deze locatie hadden we kennisgemaakt met het intense kabaal van de trams boven ons. Niet alleen het geluid van de rails, maar ook de scherpe giltonen van het nemen van een bocht precies boven de ruimte waar de mainshow moest plaatsvinden. Dit geluid was zo intens dat met elkaar praten niet mogelijk was. "De mensen die we vroegen





om mee te werken, lieten bij een bezoek duidelijk blijken dat het idee prima was, maar dat de tram de mooie plannen weleens onuitvoerbaar kon maken”, vertelt Stefan Hoohenkerk. Rob Metkemeijer werd benaderd, een ervaren specialist die voor vele grote concertzalen het akoestisch ontwerp heeft gemaakt. Hij vond het wel een uitdaging om te kijken wat er mogelijk was. Na een aantal metingen kwam hij tot de conclusie dat het bouwen van een losstaande stalen constructie (box in a box) met een meerlaags akoestisch plafond afdoende moest zijn om het geluid van de tram onhoorbaar te maken. “Bij de metingen was het spannend of de trillingen hoorbaar waren via de vloer. Gelukkig bleek dat in alle ruimtes niet het geval te zijn. Daarnaast was er nog het zoeken van een oplossing voor de audio. Video vraagt strakke wanden, maar dit heeft als gevolg dat er bij het gebruik van audio een niet gewenste nagalm ontstaat. Door het aanbrengen van doek op de wanden met daarachter akoestisch materiaal is dat probleem opgelost. Door deze maatregelen is de ruimte uiteindelijk volledig geluidsdicht en is een heel goede akoestiek bereikt”, aldus Hoohenkerk.

DE EXPERIENCE

Aan de hand van onze wandeling door de experience, begeleid door Stefan Hoohenkerk, gaan we verder in op de ontwerpen en de daarbij toegepaste techniek. Het gaat in totaal om meer dan 60 state of the art beamers, 245 miljoen pixels, 50 speakers, 15 km aan kabels en een led-scherm van 100 m2.

1. Playground

Als je naar het gebouw loopt, zie je al op ruime afstand het grote led-scherm dat door Fairlight op maat is gemaakt voor de ontvangst- en wachtruimte. YiPP, een studio die gespecialiseerd is in digitale media producties, creëerde hier een interactieve installatie. Bij deze installatie is de bezoeker zowel fysiek als digitaal actief. Het ontwerp van het beeld (technisch gezien een videogame) is gebaseerd op het landschap van Nederland, de inspiratiebron van veel Hollandse Meesters. De aansturing gaat via een scanner en een aantal drukknoppen. De bezoekers kunnen een aantal tekeningen inkleuren (raket, helikopter, ballon) en deze plaatsen onder de scanner. Direct verschijnt hun tekening in 3D op het led-scherm. Door middel van de drukknoppen voegen ze diverse custom made effecten toe aan de tekening, van vuurwerk tot een gigantische octopus. De visuals zijn in een eenvoudige stijl om te zorgen dat het voor het publiek laagdrempelig is en zodoende uitnodigt om tekeningen te scannen. Het blijkt dat zowel volwassenen als kinderen direct aan de slag gaan met de kleur stiften.

2. Waterfall

Vanuit de wachtruimte kom je in een gang met aan het einde een waterval, waarvan het geluid je vol tegemoet komt. Naast ledbelijning komt via projectie het water je tegemoet om aan te geven dat je onderweg bent naar de

underworld. Projecteren in een gang van twee meter hoog en breed leek onmogelijk. Robin Groenveld hield echter vast aan dit idee en uiteindelijk lukte het om met blinding van tien beamers het beeld te maken. De eerste sensoren zorgen ervoor dat je niet nat wordt bij het passeren van de waterval.

3. Blackout Alley

De gangen tussen de ruimten zijn zo gemaakt dat je letterlijk niet weet waar je je in de ruimte bevindt. We kunnen inderdaad niet beschrijven wat voor pad we bewandeld hebben. In de gang maak je voor het eerst kennis met een aantal figuren van Jeroen Bosch en kom je in de volgende ruimte.

4. Underworld

De creatieve technologische studio $y=f(x)$ is de ontwerper van deze ruimte. Zij zijn een uitdaging aangedaan om iets te ontwikkelen wat in deze omvang nog nooit is gedaan. Iets waarvan iedereen vooraf zegt dat het niet kan, geeft al aan dat veel tijd is besteed aan het onderzoeken van de beste manier om de organische en fraaie bewegingen van scholen vissen te simuleren. De simulaties worden in realtime uitgevoerd met behulp van een gedistribueerd systeem (custom geprogrammeerde software). Het zijn nooit herhalende en voortdurend evoluerende generatieve processen. Bij het ontwerp van deze unieke ruimte was het uitgangspunt dat je niet alleen toeschouwer bent, maar vooral deelnemer. Onder water ontmoet je scholen vissen en beweeg je je fysiek door de planten. Alles realtime en eenmalig, deze beelden komen niet meer terug.

Sta je stil dan verzamelen de vissen zich rond je. Loop je, dan wijken ze uit. Bij aanraking van de wanden gaan planten en vissen bewegen. De sensoren volgen alle bezoekers en reageren op iedere fysieke beweging, aangestuurd door een computersysteem dat 7 4K streams rendert, vanuit het plafond geprojecteerd door zes 4K Epson projectoren en nog eens drie full HD projectoren voor de vloer. Robin Groenveld en Stefan Hoohenkerk zijn er trots op en zijn ervan overtuigd dat dit nergens ter wereld op deze wijze wordt vertoond.

5. Drip Cave & Elevator

We verlaten de zee, lopen door een grot waar het water druipt en nemen de lift die ons in hoog tempo de wolken in stuurt. Als de deuren van de lift zich openen, stappen we voor ons gevoel in een stilleven. Wolken drijven aan ons voorbij en zwermen vogels vliegen mee op de wind. In dit ontwerp, ook van $y=f(x)$, zijn de Hollandse luchten van de middeleeuwse schilders uitgangspunt geweest. Hierbij is zelfs het craqueleren, het effect van een gebarsten verf- of vernislaag, zichtbaar. Grappig is dat veel bezoekers verwachten dat deze ruimte ook interactief is en proberen de wolken en zwermen vogels te verplaatsen. De ruimte is bedoeld als rustpunt in de opbouw naar de mainshow van dertig minuten.

6. Speculum

We dalen af naar het speculum, een drieluik geïnspireerd op 'De tuin der Lusten' van Jeroen Bosch. Dit is een bestaande animatie gemaakt door Smack uit Breda. Het drieluik bestaat uit Paradise, Eden en Hell en wordt geprojecteerd op drie wanden. Op de vierde wand in de ruimte worden cut-outs geprojecteerd van figuren in het drieluik. Smack heeft zich in deze 3D-animatie gericht op de hedendaagse kwalen en verwijst naar populaire cultuur (Jeroen Bosch nu!). Paradise werd gebruikt bij de selectietests van projectoren, en het viel toen al op hoe mensen gefascineerd raken door dit kunstwerk. Het resultaat is fraai, je kunt er naar blijven kijken.

7. Remastered!

Het lukt ons niet om in woorden samen te vatten wat de beleving is bij de hoofdact. Onze gedachte

was vooraf dat we gingen kijken naar schilderijen van Jeroen Bosch, Bruegel, Rembrandt, Vermeer, Van Gogh en Mondriaan die tot leven komen. Die verwachting wordt compleet overtroffen. De grenzen van perceptie vervagen compleet en we zijn verrast en verbluft door de 360 graden beelden in 22K resolutie. De zaal is bijzonder, ook wat betreft audiowerkgave met een 10.1 surround geluidssysteem van Adamson, geleverd door Peitsman. Het sounddesign is gedaan door THNDR Studio. Het gaat van de kleinste details van kleine geluiden in iedere hoek tot ontploffingen en absurd lage frequenties die je broekspijpen laten dansen. Geluid dat als een spanningsboog letterlijk om je heen beweegt en je meeneemt door het verhaal.

De openingsmuziek bij Jeroen Bosch is gemaakt door de Nederlandse DJ Sam Feldt, één van de nieuwe meesters. Alle composities zijn gearrangeerd op basis van de 3D-animaties en versterken daardoor optimaal de indrukken die we hebben als kijker. We bewegen letterlijk mee door de ruimte. De 3D projectie loopt naadloos over de vier wanden en de vloer.

Er is niet gekozen voor werken vanuit de schilderijen, maar juist vanuit het kleurgebruik van de oude meesters. Hierdoor spreekt dit ons ineens meer aan dan het zien van deze werken in de

diverse musea. Ze gaan letterlijk voor ons leven en winnen aan betekenis, omdat de unieke menging van kleuren en licht door de diverse schilders versterkt wordt. We gaan er vanuit dat Remastered een bijdrage zal leveren aan de waardering voor deze werken vanuit doelgroepen die niet automatisch een bezoek brengen aan een museum. De huidige technologie die hier is toegepast heeft een meerwaarde, die mogelijk in de toekomst ook toegepast zou kunnen worden in de musea en daardoor het huidige beperkte interactief aanbod actueler en vooral interessanter zal maken. Het is beeldende kunst uit andere eeuwen, verpakt in hedendaagse 3D beeldtechniek. Na 30 minuten verlaten we de grote zaal en komen we weer terug op aarde. Een ervaring rijker en met het gevoel dat we lang niet alles hebben kunnen waarnemen en beleven. Dit is niet de laatste keer dat we hier geweest zijn.

AFSLUITEND

Remastered heeft ons letterlijk laten lopen door omgevingen die ooit op linnen zijn gezet door oude Hollands meesters en nu gemaakt zijn door nieuwe meesters. Beeldende kunst uit andere eeuwen op basis van eigentijdse interpretaties gerealiseerd in 3D. Remastered is een attractie die bewijst en bevestigt dat vanuit de wereld van AV & Entertainment veel mogelijk is, zowel nu als in de toekomst.



Credits

- Initiatiefnemers: Robin Groenveld, Dick van Zuijlen en Fred Willems
- Concept en Creative Director: Robin Groenveld
- Content: Woodwork, $y=f(x)$, Smack, YiPP, Sam Feldt, THNDR Studio
- Technisch Producent: Stefan Hoohenkerk
- Videotechniek en showcontrol: Menno Broere
- Audiotechniek: Niels Koomen
- Technische installatie: Peitsman Licht en Geluid
- Projectoren en LED Screen: Fairlight
- Motion: Stage Kinetik
- Special Effects: Grooney
- Waterval: Sense Effects
- Doeken: Thearent

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

Spreeuwesedijk 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



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@laurenskerktrotterdam.nl
I www.laurenskerktrotterdam.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



MEETINGSELECT INTRODUCEERT 'HYBRID VENUES'

Meetingselect, het toonaangevende platform voor het boeken van meetinglocaties komt met een innovatieve oplossing voor het faciliteren van online- en hybride evenementen. Onder de naam HD Venues zorgt Meetingselect ervoor dat fysieke locaties naast in-person meetings ook virtuele en hybride evenementen kunnen faciliteren, met hun eigen software. Zo waarborgt Meetingselect dat locaties altijd het eerste aanspreekpunt blijven bij het organiseren van meetings en events.

Samen sterker

HD Venues is ondergebracht in een non-for-profit coöperatieve vereniging. Leden hebben daarbij inspraak in de ontwikkeling van de software en de bedrijfsvoering. Er wordt gewerkt zonder commissie. Lid worden van de coöperatie is alleen mogelijk voor professionele meeting- en eventlocaties. Met het bundelen van de krachten heeft Meetingselect ervoor gezorgd dat competitieve positie zeer interessant is voor leden van de coöperatie. "Met HD Venues bieden we een platform voor de industrie, van de industrie", aldus Martin Bergonje, CEO van Meetingselect. En, om boekingen te stimuleren, krijgen de leden van de coöperatie bovendien het label 'Hybrid venue' binnen de bookingsoftware van Meetingselect.

Over HD Venues

Het platform zorgt er onder andere voor dat je, zonder investering in dure studio-apparatuur en technische kennis, onder andere presentaties en workshops kan live-streamen. Compleet met interactieve tools waarmee sprekers hun presentatie kunnen overbrengen en het publiek erbij kunnen betrekken. Maar er is meer... visueel wordt de deelnemer zeer aangenaam verrast aangezien het platform een 3D ervaring biedt waarbij het karakter van de locatie gewaarborgd kan worden en 'branding' van de opdrachtgever ultiem tot uiting komt. HD Venues is veilig en zéér gebruiksvriendelijk, binnen 10 minuten is een professioneel evenement ingericht.

hdvenues.com



NOVOTEL EN MADE BLUE FOUNDATION REALISEREN 50 MILJOEN LITER DRINKBAAR WATER VOOR ONTWIKKELINGSLANDEN

Novotel Amsterdam Schiphol Airport heeft in samenwerking met Made Blue Foundation 50 miljoen liter drinkbaar water gerealiseerd voor ontwikkelingslanden. Het hotel doneert via Made Blue Foundation geld aan drinkwaterprojecten. Elke geserveerde fles water in het restaurant stelt 1.000 keer de inhoud aan schoon drinkwater beschikbaar in landen als Ethiopië, Tanzania en Vietnam. In de praktijk betekent dit dat er 700 liter per fles van 700 milliliter wordt gerealiseerd.

Eerste uur

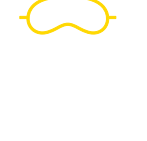
Novotel Amsterdam Schiphol Airport was een van de eerste hotels die zich achter het initiatief van Made Blue Foundation schaarde in 2017 met het water op tafel. Sinds kort gebruikt Novotel Amsterdam Schiphol Airport ook de kleinere, herbruikbare flessen waarmee de plastic flessen in de minibar op de slaapkamers worden vervangen. De afname van 1320 herbruikbare flessen was goed voor 660.000 liter schoon drinkwater en bracht de totale bijdrage van Novotel Amsterdam Schiphol Airport naar meer dan 50 miljoen liter.

Meer water drinken

Floris Licht, General Manager van Novotel Amsterdam Schiphol Airport, is zeer te spreken over de herbruikbare flessen: "Dit eenvoudig te implementeren en duurzame initiatief heeft zoveel voordelen: eliminatie van plastic flessen voor eenmalig gebruik, minder handmatige handelingen door huishoudelijk personeel, minder vervoer van en naar het hotel, onbeperkt bijvullen voor hotelgasten én het doneren van 500 liter water voor elke verkochte fles. Bovendien zien we ook dat onze gasten nu meer water drinken omdat ze de flessen onbeperkt bij kunnen vullen.

Frank van der Tang, medeoprichter van Made Blue Foundation "Door het vervangen van plastic flessen zorgen we voor lagere inkoopkosten en een mooie presentatie bij hotels en een duurzame manier van het schenken van water. Daarmee kunnen wij voor impact zorgen in landen waar bijna 800 miljoen mensen wonen die nog altijd geen toegang hebben tot schoon drinkwater."

madeblue.org



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](https://www.goldentulip.com)



GOLDEN TULIP 

Tulip Inn
HOTEL 

smaak
spraak
maker
maker

Hasselt

Lou Ottens - Uitvinder cassette

Spraakmaker sinds 2015



HASSELT
HEEFT
HET.

1963. Ingenieur Lou Ottens vindt de cassette uit, bij fabrikant Philips in Hasselt. In 2021 is Hasselt nog altijd dé spil voor innoverende ideeën en bedrijven — denk maar aan Corda Campus of UHasselt. Dus plan jij een zakenreis, organiseer je een congres of zoek je een originele teambuilding? Ontdek wat Hasselt te bieden heeft.

[visithasselt.be](https://www.visithasselt.be)