



# ‘Het komt altijd neer op maatwerk’

Vorig jaar nodigde de gerenommeerde PCO Congress by design een aantal belangrijke spelers uit de MICE-branche uit voor een discussie over de meerwaarde van partnerships. Deze discussie smaakte naar meer, dus mocht een aantal deelnemers onder leiding van Angelique Lombarts op 8 oktober in het Congrescentrum Beurs - World Trade Center in Rotterdam opnieuw hun mening ventileren. Ditmaal schoven ook twee Rotterdamse leden van twee medische verenigingen aan.

De eerste stelling die Lombarts inbrengt, gaat over het belang van congressen. Zijn deze alleen nuttig voor de wetenschappelijke wereld? Odile Frauenfelder vindt van niet. “De meeste congressen hebben weliswaar een wetenschappelijk basis waarbij deelnemers kennis en onderzoeksresultaten willen uitwisselen, maar het gaat ook om educatie van de jonge garde en het netwerken.” “Uiteindelijk is de wetenschappelijke basis de grootste reden waarom je bij elkaar komt”, zegt Jan Roelof Polling. “Natuurlijk gaat het ook om erkenning van je beroep en sociale cohesie, maar

als het wetenschappelijke gedeelte niet op orde is, zal een congres niet slagen.” Beide congresorganisatoren zijn het ermee eens dat bij een dergelijke bijeenkomst kennisoverdracht centraal staat. “Maar zou dit dan in plaats van een fysiek congres ook via internet kunnen?”, vraagt Angelique Lombarts. Polling twijfelt: “Binnen onze vereniging is meer dan de helft niet-Engelstalig. Het is dan lastig om een goede discussie aan te gaan. Natuurlijk maken webinars onderdeel uit van het congres, maar juist fysiek contact is heel belangrijk om de kern van beroep over te brengen.”



## Aan tafel

- **Angelique Lombarts**, AloAconsultancy en dagvoorzitter
- **Nicolette van Erven**, Congress by design
- **Jeannette van Namen**, Congress by design
- **Daan van de Kamp**, Congress by design
- **Jan Roelof Polling**, LOC XIIIth Congress of the International Orthoptic Association, Rotterdam 2016, Erasmus MC
- **Odile Frauenfelder**, verpleegkundig specialisten Nederland, V&VN VS en ESPNIC, Erasmus MC
- **Eric Bakermans**, NBTC
- **Yvonne Nassar**, Amsterdam RAI
- **Monique André de la Porte**, Utrecht Convention Bureau
- **Michiel Middendorf**, World Forum Den Haag
- **Bart Klaver**, Den Haag Marketing
- **Joyce Wittelaar**, Rotterdam Marketing
- **Martijn Bulthuis**, Leiden Marketing
- **Miranda Geerlings**, Amsterdam Marketing

“Als vereniging heb je ook als taak het verbreden van de doelgroep”, merkt Yvonne Nassar op. “Andere doelgroepen kan je bereiken door bijvoorbeeld bepaalde onderdelen van je congres toegankelijk te maken voor virtuele deelnemers die vanwege tijdsdruk of andere motieven niet aanwezig kunnen of willen zijn.” Die meerwaarde ziet Frauenfelder ook zeker in: “Kleinere beroepsverenigingen zijn vaak verspreid over de hele wereld, maar die mensen zijn wel op zoek naar contact en kennis. Mede om die reden publiceren we steeds meer presentaties online. Ook hebben we wel eens sprekers in laten bellen. Overigens is het wel een afweging die je moet maken, want het kost veel geld, en uiteindelijk wil je het liefst dat mensen gewoon langskomen.” Nassar denkt dat er voor een virtueel congres ook een goed verdienmodel kan worden ontwikkeld. “Maar het organiseren van een congres voor een virtuele en een fysieke doelgroep behoeft wel een aangepast format want dan gaat het in feite om een evenement in een evenement.”

Lombarts richt zich tot de PCO's in het gezelschap, want indien een virtueel component gewenst is, kunnen deze professionals daar wellicht in adviseren? “PCO's zijn de intermediair tussen de initiatiefnemer van het congres en alle andere partijen”, knikt Nicolette van Erven. “Wij kunnen de opdrachtgever ondersteunen in de organisatie, en omdat wij de weg weten hoeft je bovendien het wiel niet opnieuw uit te vinden.”

“Juist wij kunnen advies geven en ondersteunen bij de vraagstukken over de financiën en het vinden van de doelgroepen”, vult Jeannette van Namen aan. “En bij de verdere invulling bieden onze partners, waaronder de hier aanwezige convention bureaus en grote locaties, mogelijkheden die gezamenlijk kunnen benutten ten dienste van de associatiecongressen.” “Het voordeel van samenwerken is ook dat je kan kijken of bepaalde technieken niet al bestaan”, geeft Martijn Bulthuis aan. “Universiteit Leiden is bijvoorbeeld een kartrekker wat betreft online colleges. Die techniek inclusief registratie, legitimatie en financiële participatie zit daar al aan vast en dat kan zo geïntegreerd worden.”



“En tegenwoordig bieden ook apps uitkomst”, vult Daan van de Kamp aan. “Je hebt diverse event-apps waarmee je makkelijk kan communiceren over bijvoorbeeld het programma, de route en het verblijf. Dat spaart alleen al programmaboekjes uit.”

### De inhoud bepaalt

Lombarts poneert een nieuwe stelling. Congresdeelname zou uitsluitend worden bepaald door de wetenschappelijke inhoud. Frauenfelder: “Het congresbureau waarmee wij samenwerken, houdt bij de keuze van een locatie rekening met meerdere factoren. De stad moet cultureel aanspreken, maar ook financieel aantrekkelijk zijn en een gunstig belastingentarief hanteren. Het gaat dus niet alleen om de inhoud.”

Volgens Polling maakt de keuze van een stad bij zijn branche minder uit. “Onze associatie is met 10.000 leden wereldwijd relatief klein en het merendeel woont in Europa. Over het algemeen lopen de Europese congressen uitstekend, of dit nu in Neurenberg wordt georganiseerd of Londen.”

Bij de keuze van een stad kunnen de bestemmingen natuurlijk ook een steentje bijdragen. “Met bijvoorbeeld een heel specifiek studieprogramma of incentive dat is verzorgd door een convention bureau, kan een organisator makkelijker bepaalde groepen naar diens congres halen”, knikt Bart Klaver. Nassar denkt dat je dit nog breder kan trekken: “Als onderdeel van een partnership is het ook onze gezamenlijke taak om te achterhalen waar je de juiste informatie op politiek en juridisch gebied vandaan kan halen en hoe je dit moet vertalen.” Eric Bakermans benadrukt: “Op dit moment zijn er onder andere vragen over de btw en de visa problematiek. Uiteraard kunnen wij niet namens de ministeries een uitspraak doen, maar je bent als organisatie vaak wel in staat om de opdrachtgevers te verbinden aan de juiste partijen met de juiste antwoorden. Maar dan moeten het NBTC en de steden wel actief naar buiten toe om mensen zoals jullie te vinden.”

“Om die reden hebben wij tijdens de afgelopen editie van ons jaarlijkse associatiesymposium twee sessies gewijd aan pharma-regelgeving, btw-wetgeving en de financiële gevolgen hiervan”, haakt Joyce Wittelaar in. “We zagen inderdaad dat aanwezigen hier veel van hebben opgestoken.”

Toch is het moment suprême waarop een organisator behoefte aan kennis heeft volgens Bakermans lastig in te schatten.

“Bij wetenschappers of branchevoorzitters is de behoefte aan informatie vaak latent. Gelukkig helpt het feit dat de meeste steden ambassadeurs hebben die kennisbehoefte kunnen signaleren en kunnen doorverwijzen naar de partij met de juiste informatie.”

Middendorf denkt dat een PCO daar ook een sterke rol in heeft. “Zij hebben immers contacten met verenigingen die regelmatig congresseren. Deze verenigingen moeten zich kunnen concentreren op de inhoud en de rest van de organisatie aan de PCO overlaten, ook wat betreft het verstrekken en benutten van dit soort informatie. Maar dan moet je wel kunnen vertrouwen op deze partij.”

### Wanneer komt de PCO?

De rol van de PCO wordt verder uitgediept met de derde stelling. PCO's zouden niet relevant zijn bij bid-procedures,

in tegenstelling tot convention bureaus. “Een PCO is tot op zekere hoogte wel degelijk relevant”, werpt Polling tegen. “In ons geval was dit bij de totstandkoming van het bid-book en de begroting. Met name bij dat laatste onderdeel hebben we veel hulp gehad om dat goed te vertalen.”

“Wij kijken tegenwoordig vooral naar de financiën”, bekent Frauenfelder. “De PCO is wel belangrijk, maar die komt daarna pas voor de nodige finetuning.”

Lombarts vraagt hoe de aanwezige PCO's hier tegenaan kijken. “Als PCO wil je natuurlijk zo snel mogelijk bij een bid-procedure worden betrokken, alleen al omdat je bijvoorbeeld met hele andere ogen naar de locatie kijkt”, geeft Van Erven aan. “Maar mijn ervaring is dat dit lang niet altijd zo loopt. Soms word je gevraagd voor een onderdeel ervan, bijvoorbeeld het opstellen van een budget, en maak je afspraken over het vervolgtraject van de organisatie. Een andere keer benadert een associatie zelf meerdere PCO's met een format.” “Het hangt ook sterk af van de ervaring die zo'n PCO heeft”, vult Bulthuis aan. “Op het moment dat je met een ervaren persoon aan tafel zit, kun je de eerste stappen al overslaan.”

“Ik kan inderdaad zelf ook wel een begroting in elkaar zetten, maar die is niets waard op het moment dat niemand deze bewaakt”, geeft Bakermans aan. “Vaak gaan de kosten voor de baten uit. Een goede PCO betaalt zichzelf terug.”

### Onbekende diensten

PCO's zijn dus belangrijk, maar hoe zit het met de convention bureaus? En kunnen wetenschappers deze bureaus überhaupt vinden? “Ik wist eerlijk gezegd niet van het bestaan af. En dat weet je ook niet zo snel als je vanuit een associatie werkt”, geeft Frauenfelder toe. Maar zelfs als het bestaan bekend is, is het dienstenaanbod vaak onduidelijk. “Utrecht heeft sinds 2010 weer een convention bureau en dit blijven we ook voortdurend communiceren”, vertelt Monique André de la Porte. “Toch denken faculteiten vaak dat ons bureau commercieel is en dat het veel geld kost. Ik moet steeds blijven herhalen dat ik neutraal, onafhankelijk en kosteloos advies bied.”

Klaver onderstreept: “Ik kom ook veel verenigingen tegen die nog nooit van het convention bureau hebben gehoord. Daar moeten we verandering in brengen door zo zichtbaar mogelijk te zijn. Om die reden nemen we ook deel aan internationale beurzen.”

Echter, op het moment dat verenigingen de bureaus wel weten te vinden, kan er volgens Miranda Geerlings alsnog verwarring over het dienstenpakket ontstaan. “Wij hebben vaak te maken met het feit dat buitenlandse verenigingen iets heel anders van ons verwachten. Bij bepaalde steden in het buitenland worden hele andere diensten en meer aandacht aangeboden dan dat wij kunnen realiseren.”

“Hieruit blijkt eens te meer dat er heel veel verschillende associaties zijn met elk hun eigen insteek en werkwijze en dat het dus altijd neerkomt op maatwerk”, zegt Van Namen. “Het is heel interessant om te kijken hoe congressen zich gaan evolueren en welke rol een convention bureau of PCO daarbij gaat spelen. Er ligt voor de komende jaren nog een enorme uitdaging en dat biedt nog meer voer voor discussie!” ■