

Meeting

Magazine.nl

Multimediaal vakblad voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 11 - nr 1 - Meetingmagazine.nl



Heineken Experience

Inspiratie opdoen tussen de brouwketels

Delfts blauw meets Alice in Wonderland - Adjiedj Bakas: "Wie als ondernemer even indut, verliest" - **Innovatieve media-oplossingen verrijken bezoekerservaringen** - **Water in de hoofdrol** - **PCO in beeld: Status Plus** - Meeting Magazine Award 2015

**Congressen
tot 800 personen**

**Evenementen
tot 1.500 personen**

100 meter van het strand

**33 zalen
30 m² - 1000 m²**



550 kamers - restaurant - bistro en pub - sauna's en zwembad
wellness center - fitnessruimte - bowling - teambuilding - feestzalen



Dat is pas écht munt slaan uit uw vergadering.

Nu verse theekruiden bij elk vergaderarrangement.



Bij Bilderberg zorgen we ervoor dat u een hele dag kunt vergaderen zonder dat de aandacht verslapt. Vandaar dat we altijd een kistje verse theekruiden voor u paraat hebben staan. Vol met kruiden als munt voor extra energie, of citroenmelisse als echte oppepper en salie voor de ontspanning. Na zo'n break kan iedereen er weer fris tegenaan. Zowel de thee als de aandacht zijn makkelijk te trekken.

Kijk voor meer informatie of reserveringen op www.bilderberg.nl/business of bel 0317 362 266.

SOFITEL
LUXURY HOTELS

PULLMAN



NOVOTEL

Mercure

ibis

ibis
STYLES

ibis
budget



Hé! Waar vergader jij?

Bij óns heb je volop keuze...

Met 40 hotels in Nederland - van **economy**
tot **luxé** - en ruim 3500 hotels wereldwijd.

All inclusive vergaderarrangementen
of oplossingen op maat, jij bepaalt.

Accor Hotels

Alles om elke meeting succesvol te laten zijn.

Meer weten? Boeken?

 accorhotels.com/meetings

 020 - 41.202.41



Vertrouwde uitdaging

Voor u ligt de nieuwste editie van Meeting Magazine. Aan de opzet is niet heel veel veranderd, behalve dat sinds 1 januari de verantwoordelijkheid bij een nieuwe hoofdredacteur ligt. Maar ook dat is eigenlijk niet zo'n grote verandering, aangezien ik sinds november 2008 al voor Meeting Magazine schrijf en in de loop der jaren als redacteur stiekem al heel wat mensen in de branche heb leren kennen. In feite is het dus een vertrouwde uitdaging. Wel heb ik mijzelf als hoofdredacteur een doel gesteld, en wel het integreren van het magazine en onze online activiteiten. Dat betekent dus nog meer reuring op de website en op social media, maar natuurlijk blijven de leuke achtergrondartikelen in het magazine. Gelukkig mag ik daarbij nog altijd dankbaar gebruik maken van de diensten van voormalig hoofdredacteur Jessica Scheffer, die bijvoorbeeld voor dit nummer de hotelrecensie over hotel Andez heeft verzorgd.

In deze editie leest u maar liefst drie artikelen over de trends die we in 2015 mogen verwachten. Het eerste artikel gaat wat meer in op de MICE-branche. De ontwikkelingen die trendwatcher Adjiedj Bakas in zijn boek 'Trends 2015' beschrijft gaan in op het ondernemerschap over het algemeen. Maar aangezien ook de MICE-branche uit veel zelfstandig ondernemers bestaat, weet ik zeker dat lezers hier hun voordeel mee kunnen doen. Ten slotte komen ook de trends in de media-innovatie aan bod. Want wat op mediagebied wordt ontwikkeld, is ook verrassend goed inzetbaar voor evenementen en andere live bijeenkomsten.

Mocht u zelf nog leuke onderwerpen hebben, of juist missen in Meeting Magazine, houd uzelf dan vooral niet in om dit te melden. U als speler in de branche weet immers het beste wat u bezighoudt en waar u het liefst over leest. En bent u zelf ook niet onverdienstelijk met de (kritische) pen? We zoeken nog columnisten voor onze website!

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest
Hoofdredacteur
sofie@vanmunstermedia.nl

“Bedrijven gaan op zoek naar een nauwere verbintenis met klanten. Nederlanders willen meer dan ooit verbonden zijn in plaats van zich virtueel verbonden wanen. Zijn wordt belangrijker dan schijn.”

Adjiedj Bakas, pagina 22

8 Coverstory Heineken Experience: Inspiratie opdoen tussen de brouwketels

Met een productie van bijna 20 miljard liter bier per jaar, een omzet van 20 miljard euro en een portfolio van meer dan 250 merken in 180 landen is Heineken een van de meest succesvolle Nederlandse multinationals. Heineken Experience nodigt bedrijven en organisaties graag uit om zich door deze bijzondere brouwerij te laten inspireren.

22 ‘Wie als ondernemer even indut, verliest’

“Als er twee wegen zijn, neem dan de moeilijke, want op de gemakkelijke is het meestal dringen.” Trendwatcher Adjiedj Bakas vindt er in zijn boek ‘Trends 2015’ geen doekjes om. 2015 wordt zeker geen makkelijk jaar en de concurrentie zal vaak moordend zijn. “Wie als ondernemer even indut, verliest”, aldus Bakas.

40 Innovatieve media oplossingen verrijken bezoekerservaringen

Rond live events is een nieuwe industrie ontstaan. Door innovatieve media en toenemende connectiviteit kan de ervaring van de bezoeker worden verrijkt en versterkt. Met als uiteindelijk doel meer loyaliteit en dus meer commerciële mogelijkheden.

52 Water in de hoofdrol

Of je nu op historisch, economisch of toeristisch vlak naar Nederland kijkt, water lijkt altijd een belangrijke rol te spelen. En als het verleden, het heden en de toekomst van Nederland nu aan water zijn gekoppeld, waarom zou je dan niet hetzelfde doen met een zakelijke bijeenkomst?

62 PCO in beeld: Status Plus

Twee keer per jaar organiseert Stichting Gynaecongres voor de Nederlandse Vereniging voor Obstetrie en Gynaecologie (NVOG) een tweedaags congres voor haar leden en andere geïnteresseerden uit het vakgebied. Sinds de organisatie van het eerste congres in 1994 werkt de stichting samen met PCO Status Plus.

84 Meeting Magazine Award: Wie wint dit jaar?

In navolging van de Meeting Magazine Award voor de leukste zakelijke dagattractie in 2013 en het leukste bedrijfsuitje in 2014, zal deze Award dit jaar wederom worden uitgereikt aan het leukste bedrijfsuitje.





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

Boumans en Verhagen

HOOFDREDACTIE

Sofie Fest

REDACTIE-ADVIES

Jessica Scheffer

REDACTIEMEDEWERKERS

Hans Hooft, Ingrid Rip, Jessica Scheffer, Ellen Röling,

Anette Wezenberg, Robert de Vries

VORMGEVING

Jan-Willem Bouwman

FOTOGRAFIE COVERSTORY

Annemarie Bakker

ADVERTENTIE EXPLOITATIE

Van Munster Media B.V.

Danny Toonen t: 024-350 3240

Jordey de Joode t: 024-642 3449

Advertentietarieven: op aanvraag

ABONNEMENTEN

t: 024 - 3738 505

COVERSTORY

Heineken Experience

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan.

Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar

en worden automatisch verlengd, tenzij de abonnee

uiterlijk 3 maanden voor verstrijken schriftelijk opzegt.

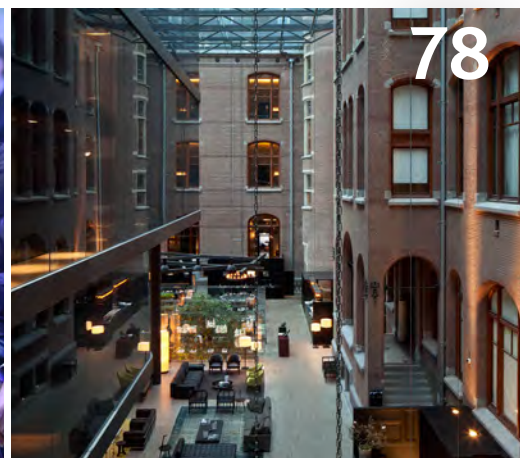
Abonnementsprijs per jaar 39 euro excl. btw.

COPYRIGHTS

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

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

Aantal verschenen edities: 56



86 event 15: Wat je wil, wanneer je dat wil

Wie op 1 of 2 april (dat bepaal je uiteraard zelf) naar Jaarbeurs Utrecht komt, kan ervaren hoe er door de evenementenbranche met de veranderende media- en informatieconsumptie van de nieuwe generatie wordt omgegaan.

Verder in deze editie

Rotterdam Special

- 12 Amsterdam: Wederom een inspirerende omgeving
- 14 Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre
- 24 Trends 2015: Wat wil de gast?
- 35 Twente MICE
- 37 NH Hotel Group
- 47 Uitslag prijsvraag Meeting Magazine
- 51 Tour de France in Zeeland
- 57 ss Rotterdam
- 68 De nieuwe WKR: wat verandert er?
- 71 De werkkostenregeling: tips en actualiteiten?
- 72 Social media: nuttig of juist niet?
- 78 Conservatorium Hotel

- 82 Toverland
- 88 Vooruitblik IMEX 2015
- 92 MPI: EVENEMENS
- 93 Terugblik EvenementContact 2015

In elke editie

- 18 Hotelrecensie Andez
- 31 Column RREM
- 39 Klanten vertellen: Kontakt der Kontinenten
- 59 Column MPI
- 95 CLC-VECTA



Brouwerskamer

Heineken Experience

Inspiratie opdoen tussen de brouwketels

Met een productie van bijna 20 miljard liter bier per jaar, een omzet van 20 miljard euro en een portfolio van meer dan 250 merken in 180 landen is Heineken een van de meest succesvolle Nederlandse multinationals. In de Heineken Experience in Amsterdam wordt door middel van objecten en interactieve opstellingen het verhaal verteld over dit bijzondere familiebedrijf en het brouwen van bier. Heineken Experience nodigt bedrijven en organisaties graag uit om zich door deze bijzondere brouwerij te laten inspireren. "Iedereen is welkom om het merk Heineken te ervaren en het geheim achter het succes van dit bedrijf te achterhalen", aldus manager Dirk Lubbers.

De geschiedenis van Nederlands grootste bierbrouwerij start in 1864, wanneer Gerard Adriaan Heineken besluit om brouwerij de Hooiberg aan de Nieuwezijds Voorburgwal in Amsterdam over te nemen. Vanwege het grote succes ontstaat twee jaar later al de noodzaak om uit te wijken naar een nieuw te bouwen locatie aan de Stadhouderskade. Deze nieuwe stadsbrouwerij is in de loop der jaren verder uitgebreid. Het kenmerkende gebouw in de stijl van de Amsterdamse School dateert uit 1930. De voormalige brouwerij is als rijksmonument een fraai voorbeeld van industrieel erfgoed. En vanwege haar kenmerkende uiterlijk is het pand zelfs als nummer 95 opgenomen in de huisjes-reeks die KLM aan haar Business en Royal class-gasten meegeeft.

Topattractie

Ondanks het feit dat de bierproductie in Amsterdam in 1988 werd gestaakt, staat de voormalige brouwerij als Heineken museum onder de naam Heineken Experience nog altijd geheel in het teken van het bekende biermerk. In de Heineken Experience maken bezoekers kennis met de familie Heineken en zien zij hoe het bedrijf is uitgegroeid tot een moderne bierbrouwerij en wat het brouwproces precies behelst. Museale opstellingen met bijzondere objecten zoals de originele eerste steen van de brouwerij uit 1867, oude foto's, prijzen en oorkondes en de verschillende bierflesjes door de jaren heen worden afgewisseld met korte films, een interactieve reis door de silo's, brouwketels en de bottelarij en diverse opstellingen waar bezoekers foto's en filmpjes kunnen maken met henzelf in de hoofdrol. Ook het succes achter de marketingcampagnes en de rol van Freddy Heineken hierin wordt uitgebreid belicht, net als de verschillende sportevenementen die door Heineken worden gesponsord. Tijdens een bierproeverij leren de bezoekers onder begeleiding van een medewerker meer over het bier en de functie van een mooie schuimkraag en kunnen ze na het voltooien van een tapcursus een certificaat verdienen. Genieten van maximaal twee biertjes kan in één van de bars, waarna een ritje met de Heineken shuttle naar de Brand Store aan de Amstelkade kan worden gemaakt. Zowel hier als bij de Heineken Experience kan een gratis authentiek glas met het allereerste logo op worden gehaald. "Gasten vinden het leuk om achter de schermen van Heineken te kijken", vertelt manager Dirk Lubbers. "Het doel van de Tour is om bezoekers kennis te laten maken met het product, hen te enthousiasmeren over het merk en hen ambassadeurs te maken. In 4,5 jaar tijd is het aantal bezoekers verdubbeld. We mogen inmiddels maar liefst 730.000 bezoekers per jaar verwelkomen, waarvan 95% uit het buitenland afkomstig is. Daarmee behoren we tot de top drie van attracties in Amsterdam."

Eigen geschiedenis

Naast de particuliere bezoekers komen ook zakelijke gasten graag naar de Heineken Experience toe. "Een aantal zalen in het pand wordt sinds 2004 verhuurd", vertelt Lubbers. "Niet alleen Heineken zelf, maar ook diverse andere bedrijven maken hier graag gebruik van. Het mooie van het pand en van de zalen is dat je de oude elementen nog ziet zitten. Elke zaal heeft zijn eigen geschiedenis." De meest populaire en tevens grootste zaal is het Koelschip, gelegen op de bovenste verdieping van het 35 meter hoge gebouw. "In het Koelschip werd in de jaren 50 de wort - gerstemout en water dat samen wordt verhit - opgeslagen om af te koelen. De architectonische elementen zijn bewust behouden en gecombineerd met modern meubilair en een verkoperde bar." Onder andere RTL Lounge maakt graag gebruik van deze ruimte en volgens Lubbers heeft het dakterras daar zeker mee te maken. "Vanaf het

Koelschip heb je een fantastisch uitzicht. Je ziet hier zo het Rijksmuseum en het prachtige centrum van Amsterdam liggen. Bovendien kan je hier ook heerlijk genieten van een barbecue." Het Koelschip is onder andere geschikt voor recepties en diners.

Hop

Voordat de wort in het Koelschip werd gebracht, moesten natuurlijk eerst de bestanddelen worden verzameld. In de Hopzolder werd de hop bewaard in grote jute zakken. Tegenwoordig wordt de inrichting van de Hopzolder, die onder andere als tussenruimte wordt ingezet, niet langer gedomineerd door zakken hop maar door een bar met tapkast en een aan te passen dineropstelling. Ook hier komen de industriële elementen zoals de oude buizen goed tot hun recht. In de aangrenzende Molenzolder stond de schrootmolen opgesteld waarin de moutkorrels werden vermalen. Nu staat er op de houten vloer een massief houten bar en hangen aan de muren diverse oude foto's. De ruimte is



Dirk Lubbers

bijzonder geschikt voor presentaties, diners en feesten. Een verdieping hoger ligt de Moutzolder. Deze zaal is gesitueerd tussen maar liefst 22 moutsilo's van 20 meter hoog. In deze silo's werd de mout bewaard, één van de bestanddelen van de wort. Net als bij de Molenzolder geven de houten bar, de lampen en het meubilair sfeer tijdens een borrel of presentatie.

Wie een kijkje in de originele handboeken van Heineken wil nemen, kan zijn hart ophalen aan de goed gevulde boekenkast in de Brouwerskamer. Deze kamer roept herinneringen op aan de luxe van weleer en is eveneens voorzien van een eigen bar. Lubbers: "Leuk detail is dat niet alleen gasten hier samenkomen, maar ook de familie Heineken zelf de ruimte graag gebruikt voor diners en vergaderingen. Je zit dus letterlijk aan de tafel waar ook Freddy Heineken zelf ooit zat."

Inspiratie

De diversiteit aan zalen maakt dat er in de Heineken Experience veel mogelijk is. Maar het hoeft volgens Lubbers niet alleen bij vergaderen te blijven. "Bij elke bij-

Over de Heineken Experience

- Vijf zalen voor grote en kleine bijeenkomsten (Koelschip: 350 m² met dakterras, Molenzolder: 330 m², Hopzolder: 225 m², Moutzolder: 160 m², Brouwerskamer 50 m²)
- Drie boardrooms in de Heineken Brand Store aan de Amstelkade (Lagerhouse: 62 m², Draughtroom 30 m², Sixpack Space: 30 m², Lounge: 60 m²)
- Heineken Experience Tour
- Heineken Shuttle

eenkomst proberen we de magie en de bijzondere facetten achter Heineken hiervan onderdeel uit te laten maken in de hoop dat gasten er inspiratie uit putten. Wanneer we een grote groep mogen ontvangen, geven we ook vaak een presentatie over Heineken en wat gasten in de Heineken Experience kunnen zien en beleven." De Experience wordt zo veel mogelijk bij de bijeenkomsten betrokken. "Uiteraard kunnen onze gasten door de Experience lopen en zich onderdompelen in de wereld van Heineken, maar



Molenzolder



Koelschip

het is bijvoorbeeld ook mogelijk om de ontvangst te organiseren in de lichte en sfeervolle Brouwerszaal tussen de koperen ketels of bij de Raised by the world, een ruimte met 360 graden projectie.” Daarnaast zijn ook de paardenstallen heel geschikt voor een ontvangst. Lubbers: “Paarden waren vroeger heel belangrijk voor de brouwerij, omdat in de beginjaren het bier met paard en wagen bij de afnemers werd bezorgd. Tegenwoordig vervoeren de paarden van het Engelse ras Shire onze gasten in de Heineken bierkoets door het centrum van Amsterdam. Alle acht zijn ze vernoemd naar familieleden en leden van de raad van bestuur.”

Wie liever Amsterdam vanaf het water wil gadeslaan, kan plaatsnemen in de Heineken shuttle waar plaats is voor 50 tot 80 personen. Een gids van Heineken vertelt dan meer over Amsterdam. En als het laat mag worden, kan er ook na middernacht nog gedanst worden in de Worldbar, de moderne bar aan het einde van de Heineken Experience Tour. De Food & Beverage is eveneens op de thema van de locatie aangepast. “Denk aan een bierproeverij in com-

binatie met een kaasplankje. Het grote voordeel van bier boven wijn is dat de koolzuur de tanden neutraliseert. Bij Bière à la table staan gerechten bereid met bier centraal. Ook het menu dat 150 jaar geleden werd geserveerd toen de brouwerij werd geopend behoort tot de mogelijkheden.” Na afloop van de bijeenkomst biedt de Heineken Brand Store op het Rembrandtplein diverse leuke items voor in de goodiebag. “Glazen kunnen worden gegraveerd of gepersonaliseerd. Verder is er keuze uit allerlei uiteenlopende producten van zonnebrillen tot usb-sticks.” Net als de bezoekers ziet Lubbers de gasten graag met goed gevoel naar huis gaan. “Deze bijzondere locatie staat garant voor een unieke beleving. Iedereen raakt betoverd door de magie van Heineken.” ■

www.heineken.com/experience



Artist impression Nieuwe Entree, Museumplein



Oosterkerk Interieur

Wederom een inspirerende omgeving

Het gaat Amsterdam zowel economisch als cultureel voor de wind. Met een verwachte economische groei in 2015 van drie procent en diverse ontwikkelingen op cultureel gebied vormt de hoofdstad ook in 2015 weer een inspirerende omgeving.

Uit de Economische Verkenningen 2015, een onderzoek door een consortium van TNO, Vrije Universiteit Amsterdam, EY onder leiding van Walter Manshanden (TNO) en Henri de Groot (Vrije Universiteit Amsterdam) is gebleken dat de vooruitzichten voor de economie van Amsterdam en haar omliggende regio zeer positief zijn. Voor het komend jaar wordt een groei van maar liefst drie procent verwacht. Daarnaast was de hoofdstad in 2014 enorm in trek bij buitenlandse bedrijven. 139 ondernemingen hebben zich vorig jaar in de regio Amsterdam gevestigd en waren verantwoordelijk voor 1308 extra arbeidsplaatsen.

Ook op cultureel gebied vinden er de nodige ontwikkelingen plaats. Zo staan dit jaar twee van de belangrijkste kunstenaars die Nederland heeft voortgebracht in de hoofdstad centraal. In het Rijksmuseum is van 12 februari tot en met 17 mei de tentoonstelling Late Rembrandt te bewonderen. In deze expositie wordt aandacht besteed aan het oeuvre van Rembrandt (1606-1669) tussen 1650 en 1669. In deze periode maakte de bekende schilder door middel van losse streken, dikke verfsluier en het wegkrassen van verf zijn meest expressieve werken. Dit werd helaas niet altijd gewaardeerd door zijn tijdgenoten en opdrachtgevers. 'De samenzwering van de Bataven onder Claudius Civilis' dat Rembrandt schilderde voor het nieuwe stadhuis van Amsterdam werd na een jaar alweer vervangen vanwege de losse verftoetsen, de donkere achtergrond en de beeltenis van de Batavierenleider als een ogige, zwakke man.

Hypnotiserend

Het Van Gogh Museum rondt in de zomer van dit jaar een ingrijpende verbouwing af. De hoofdingang wordt naar het



Foto: Jan Kees Steenman



Natura Artis Magistra

Museumplein verplaatst. De nieuwe entree bestaat uit een transparant gebouw met technisch hoogstaande glasconstructies, ontworpen door Kisho Kurokawa Architect and Associates. De nieuwe toegang biedt 800 vierkante meter extra oppervlakte dat onder andere de mogelijkheden voor het organiseren van grote bijeenkomsten en ontvangsten vergroot. De vaste collectie is nog altijd te vinden op de drie in 2014 opnieuw ingerichte verdiepingen. Als eerste vallen de hypnotiserende ogen van Vincent op die muurbreed zijn afgebeeld. Tekeningen en brieven geven inzicht in de ideeën en ambities achter zijn kunstwerken. Verder is er aandacht voor belangrijke aspecten van Van Goghs kunstenaarschap zoals de mythes rondom de schilder en de impact die hij had op generaties na hem. Regelmatig wordt er een bijzonder kunstwerk tentoongesteld waarin de inspiratie en invloed van Van Gogh zichtbaar is. 'Study for a Portrait of Van Gogh VI' van Francis Bacon heeft als eerste kunstwerk deze eer.

Drukte in de zoo

Niet alleen musea, maar ook Natura Artis Magistra werkt hard aan haar infrastructuur. In 2014 werd Micropia geopend. In dit museum wordt de onzichtbare wereld van micro-organismen zichtbaar, waarvan ieder mens maar liefst 1,5 kilo met zich meedraagt. Zij zijn het machtigste, meest succesvolle en tegelijk het kleinste leven op aarde. Micropia is tevens een platform en doet dienst als verbindende schakel tussen wetenschap en publiek.

Ook werd het nieuwe Artisplein in gebruik genomen. Aan dit plein liggen de rijksmonumenten het Groote Museum (1851-1854) en de net gerestaureerde Ledenlokalen (1870-1893). In de Ledenlokalen bevinden zich onder meer het nieuwe café-restaurant de Plantage, Studio Artis, Micropia en de historische zalen. Tegenover het Groote Museum en de Ledenlokalen ligt de Hollandse Polder, een monumentale volière met weidevogels (waaronder de grootste collectie lepelaars), knotwilgen en een sloot.

Dit jaar zal op het terrein tussen het huidige parkeerterrein plaatsmaken voor een ondergrondse parkeergarage met maximaal 650 plaatsen met daar bovenop een dierenverblijf en twee dierenpaviljoens worden gerealiseerd. Verder komt er in de huidige Ledenlokalen een Microzoo en een Kennisplein.

Een nieuwe locatie?

Naast deze bestaande locatie wordt misschien ook de Oosterkerk in stadsdeel de Oostelijke Eilanden aan de Amsterdamse MICE-collectie toegevoegd. De Oosterkerk stamt uit 1671 en werd destijds gebouwd naar een ontwerp van Adriaan Dortsman met medewerking van Daniël Stalpaert. Momenteel wordt er gezocht naar een nieuwe functie, bij voorkeur (semi-)openbaar waarbij gebruikt wordt gemaakt van het bijzondere karakter (interieur, exterieur) van de kerk. Een congrescentrum behoort tot de opties. Dankzij de grondvorm van een Grieks kruis beschikt de Oosterkerk over een grote middenruimte, die naast concerten ook uitstekend geschikt is voor andere activiteiten zoals exposities, vergaderingen, presentaties of bijeenkomsten. ■

www.iamsterdam.com/nl/zakelijk



Open en eerlijk over duurzame bedrijfsvoering

Bij de Zwitserse keten Mövenpick Hotels & Resorts staat duurzaamheid bovenaan. Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre is zelfs één van de koplopers binnen de gehele keten en de Amsterdamse hotelwereld. Director of Sales and Marketing Viona Terleth vindt het belangrijk dat ook andere hotels in de hoofdstad hun commitment tonen en roept hen op om openheid te tonen in hun duurzame bedrijfsvoering. “Als gehele sector kunnen we een enorme positieve impact maken.”

“Duurzaamheid leek even een hype te zijn, net als de enorme hoeveelheid Green Keys die in de afgelopen jaren door Nederlandse locaties zijn behaald”, zegt Viona Terleth. “Bij Mövenpick Hotels & Resorts zit het echter in ons Zwitserse DNA om degelijk te bouwen, gezond eten aan te bieden en water of voedsel niet te verspillen. Om die reden heeft Mövenpick Hotels & Resorts op internationaal niveau al

haar hotels en locaties laten certificeren volgens het internationale keurmerk Green Globe.” De eisen van Green Globe hebben betrekking op een goed functionerend milieuzorgsysteem, op het leveren van een bijdrage aan lokale natuur- en milieubescherming, en op het verschaffen van werkgelegenheid aan de lokale bevolking. De keuringen en controles worden uitgevoerd door onafhankelijke keuringsinstellingen. Om in aanmerking te komen voor dit keurmerk, moeten partijen werkzaam in de reis- en toerismebranche voldoen aan minimaal 56% van de voorwaarden binnen elk van de verplichte criteria en geheel voldoen aan alle criteria van de Green Globe certificerings-standaard.

Duurzame initiatieven

Mövenpick hotel Amsterdam City Centre heeft een Green Globe score van 86% en is daarmee niet alleen één van de duurzaamste hotels binnen de Zwitserse keten, maar volgens Terleth ook waarschijnlijk het duurzaamste hotel van Amsterdam. “Duurzaamheid is door middel van de pijlers milieu, werkgever en sociale verantwoordelijkheid in onze



bedrijfsvoering verankerd. In het kader van deze pijlers voeren wij diverse duurzame initiatieven uit die zeker niet gebruikelijk zijn in onze sector.”

Zo zijn er op het gebied van milieu bij de Amsterdamse Mövenpick-telg diverse water- en energiebesparende maatregelen doorgevoerd. Terleth: “Dankzij het gebouwanagementsysteem is ons energieverbruik een van de laagste per hotelkamer in Amsterdam. Dit komt mede doordat we gebruik maken van Warmte Koude Opslag (WKO) en de temperatuur van onze hotelkamers pas bij inchecken van 16 naar 21 graden stijgt. Door het verder verfijnen van afstellingen en additionele maatregelen hebben we in 2014 een extra energiebesparing van 11% gerealiseerd. Verder zijn de toiletten uitgevoerd met eco-flush, worden de handdoeken om de dag verwisseld, vind je geen waterflesjes op de kamer en zijn alle kranen in de publieke ruimtes van sensors voorzien. Ook wordt het glas, papier, batterijen, plastic, toners, verf en lampen van alle 408 kamers gescheiden. Bovenal zijn wij het eerste hotel dat Fair Trade linnen gebruikt.”

Trainingscampagne

Duurzaamheid komt bij Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre ook naar voren bij de omgang met haar 150 medewerkers. Terleth: “We blijven in werknemers investeren door niet te werken met alleen maar tijdelijke contracten. Binnen de internationale trainingscampagne ‘Shine’ worden ze gestimuleerd om zelf na te denken over de toepassing van duurzaamheid in hun eigen werkzaamheden. Als je als hotel duurzaam wilt opereren, zijn de werknemers essentieel in de uitvoering hiervan.”

Gezonder leven

De laatste pijler omvat de rol van Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre in de maatschappij. “We

willen gasten inspireren om gezonder en gelukkiger te leven”, vertelt Terleth. “Minimaal 20% van de producten die we gebruiken zijn biologisch, lokaal of Fair Trade, zoals al het linnen, de koffie en de wijnen. Dit geldt uiteraard ook voor het Silk Road restaurant, de Health & Fitness Club en voor de bijeenkomsten in de twaalf vergaderzalen. Klanten vinden gezonde voeding steeds belangrijker. Je ziet dan ook steeds vaker super foods en brain food terug bij de lunch, diners en tussendoortjes.”

Binnen de campagne Book + Get Healthy Gifts sparen boekers met hun bijeenkomsten punten die ze in kunnen leveren tegen cadeaus op het gebied van mindfulness, wellness&happiness en gezonde voeding. Daarnaast worden er diverse bijeenkomsten georganiseerd vanuit het hotel zelf. “Op 19 maart organiseerden we in samenwerking met Attend de workshop Shakes & Sustainability met als hoogtepunt een intro op het programma ‘Search Inside Yourself’ over mindfulness op de werkvloer. Op 23 en 24 april vindt de tweedaagse training Mindfulness op de werkvloer plaats voor professionals en (HR) managers waarin mindfulness, hersenwetenschap en emotionele intelligentie centraal staan.”

Terleth benadrukt dat hotels door net als Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre open en eerlijk over hun duurzame bedrijfsvoering te zijn, zo hun commitment kunnen tonen. “Door transparant te zijn, kun je positieve concurrentie stimuleren en elkaar scherp houden. Uiteindelijk maak je daarmee als sector een enorm positieve impact op het milieu.” ■

www.moevenpick-hotels.com/amsterdam

Bringing people together

AT SCHIPHOL
AMSTERDAM AIRPORT



3 MINUTE WALK

from the airport arrivals/departures hall. The fastest connection to your next meeting.



25 NATIONALITIES

with about as many different languages spoken amongst our associates. We are ready to welcome you.

OVER

100

major companies located in the airport area regularly book meetings with us.

1500 SQM

OF MEETING SPACE
the largest gathering place directly located at Schiphol Amsterdam Airport.



BEFORE



AFTER

A FRESH CHANGE OF SCENERY AT OUR CONFERENCE CENTER LEVEL



4.5

KM of electric cables



1900

SQM of floor covering



1100

 NEW LED lights

Eat & drink during your breaks at our all-day flexible buffet area.



Meet in HD with the highest standards in audiovisual equipment.



More sustainable meetings from LED lights with a dimming system plus revolving doors.



More space to meet with an extra meeting room.

800

LITERS
of fresh paint

“The new and improved conference center is a breath of fresh air. Our participants were very happy with the setup and how professional the center was. Participants left full of energy and were very upbeat.”

LORRAINE HAMILTON, DANONE NUTRICIA

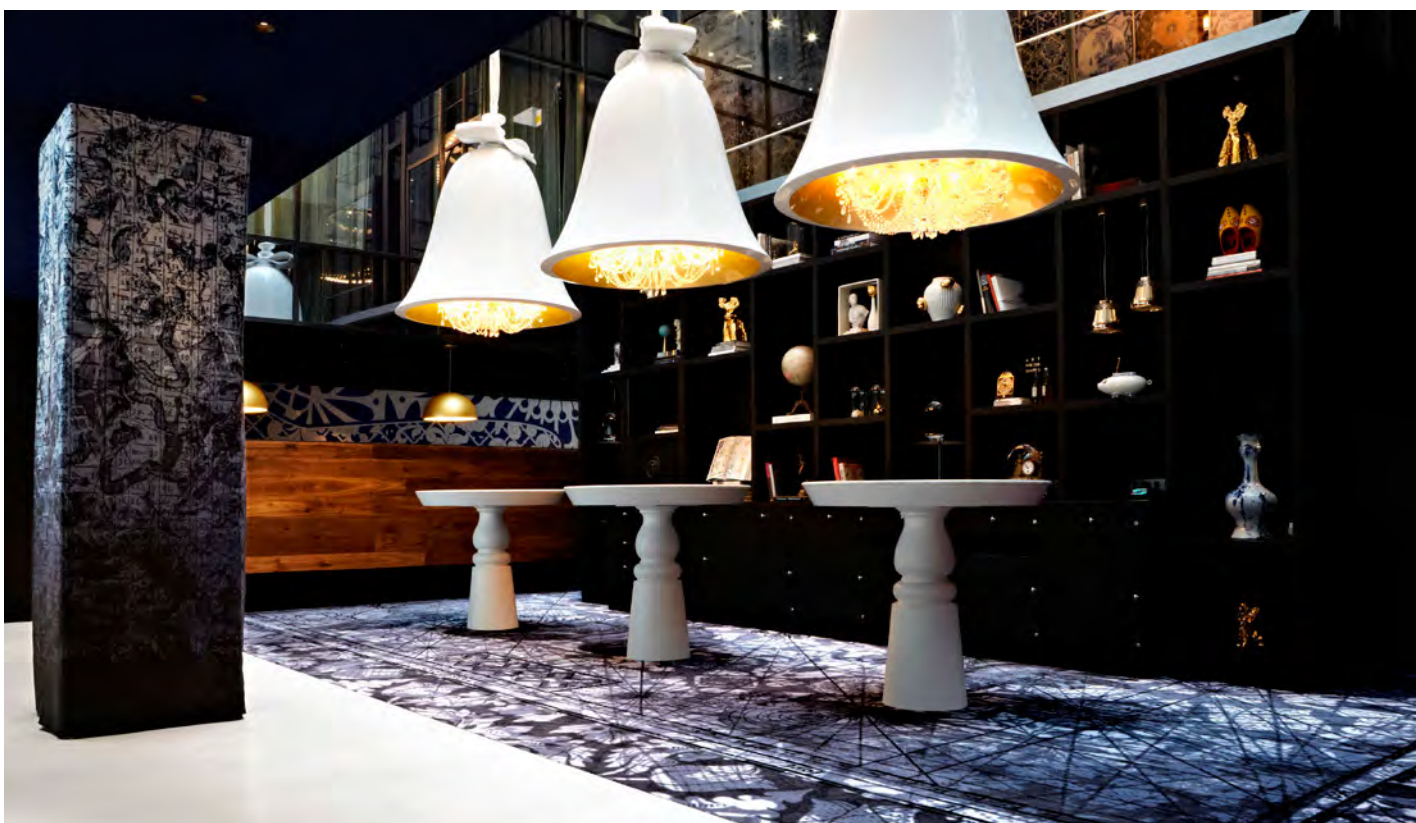
“The space is much brighter and modern, we love the kitchen/drinks space, the conference staff are great, helpful and flexible. We will continue having meetings in this wonderful hotel.”

CATHERINE LEGIER, SPINAL & BIOLOGICS,
MEDTRONIC INT TRADING SARL

start planning
your meeting

#SHERATON

SHERATONAMSTERDAM
AIRPORTHOTEL.COM/MEETINGS



Andaz Amsterdam Prinsengracht

Delfts blauw meets Alice in Wonderland

Onlangs werd Andaz in Amsterdam door Tripadvisor verkozen tot het beste luxe hotel van Nederland. Een goede reden voor Meeting Magazine om af te reizen naar de hoofdstad en kennis te maken met de wondere wereld van één van Nederlands beroemdste ontwerpers, Marcel Wanders.

Dat Wanders carte blanche kreeg bij de inrichting, wordt direct duidelijk wanneer je een voet over de drempel zet van het bijzondere hotel. Wat we te zien krijgen, is een moderne interpretatie van de Nederlandse en Amsterdamse geschiedenis, van het Delfts blauwe behang tot foto's van Anne Frank en klompen aan de muur. Hier waan je je in een andere wereld. De entree van de voormalige stadsbibliotheek is imposant met een atrium dat het heelal voorstelt. Wanders handschrift is overal overduidelijk aanwezig, zoals bijvoorbeeld te zien is bij

de extravagante meubelontwerpen die soms zo groot zijn dat je het gevoel krijgt deel uit te maken van Alice in Wonderland. Niets is hier doorsnee, van de vernieuwende fashion van de medewerkers van het hotel, die ontworpen zijn door twee jonge Amsterdamse ontwerpers, tot en met de kunst die overal in het hotel terug te vinden is. Hier tref je niet de gebruikelijke hotelkunst, maar louter videokunst. In de lobby, maar ook in de gangen stuiten de gasten op nog eens op 40 schermen, waarop individuele werken te zien zijn.

Vernieuwend

Vernieuwend is het hotel zeker. Zo zijn ruimtes als het restaurant, de lobby en de bar niet gescheiden van elkaar. Hier loopt alles naadloos in elkaar over. Lokale hipsters mengen zich in de lobby moeiteloos met businessgasten en werk- en leisure-activiteiten gaan hand in hand. Overal om ons heen wordt geborreld, gegeten, maar ook gewerkt. Wanneer we willen inchecken gebeurt dit niet bij een centrale incheckbalie, maar op een iPad onder het genot van een complementair drankje in de lobby.

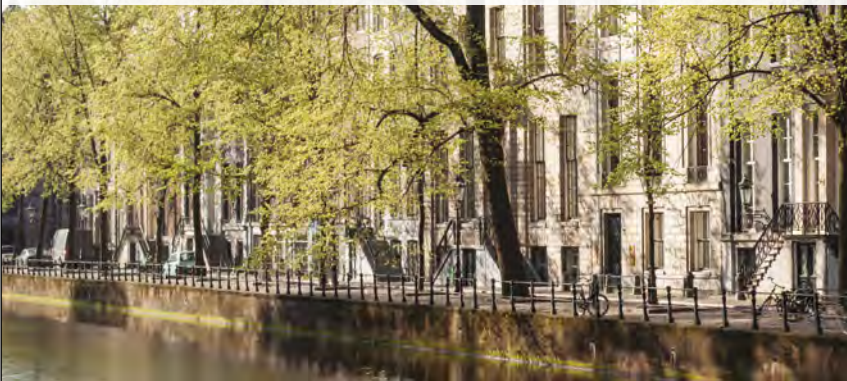
THEATERAMSTERDAM



Theater Amsterdam ligt in de Westelijke Houthavens van Amsterdam, net buiten het stadscentrum. Alle ruimtes – inclusief de theaterzaal (met 180 graden projectiescherm om het publiek heen) – zijn geschikt voor verhuur aan particulieren en bedrijven, bijvoorbeeld voor congressen, (film)premières en productlanceringen. Het eigen parkeerterrein beschikt over 300 parkeerplaatsen.

WWW.THEATERAMSTERDAM.NL

Nieuw! vergaderen in stijl aan de Herengracht
incl. brasserie, grote binnentuin & hospitality
per uur of per dagdeel voor 2 - 50 personen



DE BARY
WORKSPACE - LOUNGE - BOARDROOMS

Herengracht 450 | Amsterdam
tel 020 240 3000
www.debary.nl





Niet alles moet even serieus genomen worden. Wanneer we de lift naar onze kamer nemen, ontdekken we bijvoorbeeld dat Wanders van een grapje houdt. Net zoals de Florentijnse familie De' Medici vroeger deed, heeft hij zijn eigen portretten overal verstoppt. We spotten ze niet alleen bij de lift, maar later ook op het behang, onderzetters en lampenkappen.

Gouden Eeuw

In contrast met de rest van het hotel, ademt onze comfortabele hotelkamer een minimalistische sfeer uit. Toch blijft er ook hier genoeg te ontdekken. De badkamer is geïntegreerd in de slaapkamer, doordat deze gescheiden wordt door een wastafelmeubel. Dit meubel, geïnspireerd op de Nederlandse bolpoottafel uit de Gouden Eeuw, is voorzien van het opschrift 'Amsterdam' met drie Andreaskruisen. De waskom is handgeschilderd door Wanders zelf. Het toilet is een plek die niet snel gaat vervelen. Het drukke Delfts blauwe behang laat veel historische plaatjes zien, afgewisseld met beroemde citaten van Johan Cruyff en filosoof Baruch de Spinoza.

Open keuken

's Avonds worden we verwacht in het restaurant van Andaz, Bluespoon. Met een open

keuken krijg je hier het gevoel alsof je bij vrienden aan tafel zit. De gastvrijheid van de zwarte brigade versterkt dit gevoel alleen maar. We besluiten te kiezen voor het 'Family Style menu', waarbij we verrast worden op de favoriete gerechten van het restaurant, zoals een heerlijke runder steak tartare en een voortreffelijk bereide chateaubriand, die begeleid worden door mooie bijpassende wijnen. De klassieke gerechten zijn in een modern jasje gestoken en bevatten veel lokale ingrediënten. Ook als je niet overnacht in het hotel, is Bluespoon wat ons betreft de perfecte uitvalsbasis voor een avondje uit. De volgende ochtend stelt het ontbijt in Bluespoon ook niet teleur. Je kunt hier kiezen uit een buffet met veel lokale, verse producten, maar ook kun je à la carte gerechten als pannenkoeken, wafels en een vers gebakken eitje bestellen. Uitschrijven doen we op onze eigen iPad op onze kamer. Ideaal, want hierdoor kunnen we snel weer huiswaarts keren, alhoewel we maar wat graag langer hadden willen blijven. ■

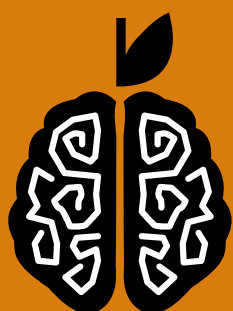
amsterdam.prinsengracht.andaz.hyatt.com

Hyatt & Andaz

Andaz is het luxury lifestyle label van Hyatt. Amsterdam had in 2012 de primeur voor het vaste land van Europa met de komst van een Andaz hotel naar de stad. Andere steden waar Andaz is vertegenwoordigd zijn onder meer Londen, New York en Shanghai.

Andaz zakelijk

Andaz Amsterdam Prinsengracht biedt voor zakelijke bijeenkomsten de Studio's, een viertal dynamische ruimten die alle kenmerken bezitten om gasten te motiveren en vermaken in een huiselijke sfeer. Met meer dan 400 m² oppervlakte vindt ieder evenement van een vergadering, productlancering tot een grote cocktailreceptie hier een levendig onderkomen.



BRAIN
FOOD

Vergaderen is topsport!

Op het gebied van voeding benadert Postillion Hotels deelnemers aan zakelijke bijeenkomsten als ware topsporters. Om elke vergadering of bijeenkomst weer een topprestatie neer te kunnen zetten introduceren wij als eerste in Nederland het Brainfood concept!

Brainfood:

- verhoogt de concentratie
- zit boordevol gezonde voedingsstoffen
- vermindert de after meal dip
- goede balans tussen energizers en aangepaste maaltijden

Postillion Hotels: dé vergaderexpert!





Provincie Utrecht bundelt krachten voor meer kennisevenementen

De regio Utrecht is de meest competitieve regio van Europa volgens de EU. Deze positie wil zij verder versterken door passende internationale kennisevenementen (zoals een life science congres) te acquireren. Kennisevenementen zijn ideale momenten om de Utrechtse kennis te etaleren, netwerken te ontsluiten en Utrecht te promoten onder relevante doelgroepen. De Economic Board stelt een stimuleringsfonds ter beschikking voor de organisatoren van de kennisevenementen, om hen een duwtje in de rug te geven en zo partner te worden van inspirerende kennispartners. Dit geldt voor kennisevenementen die aansluiten op de speerpunten Groen, Gezond en Slim van de Economic Board Utrecht. De gemeenten Amersfoort en Utrecht werken samen met de uitvoerende promotiepartners aan een pakket dat nog eens extra ingezet gaat worden om kennispartners goed te kunnen ontvangen. De Stichting Hotel Overleg Utrecht (Host Utrecht), Jaarbeurs, Flint Amersfoort, Marienhof, Universiteit Utrecht en Universitair Medisch Centrum Utrecht zijn mede-investeerders in het komende succes. De gemeenten Amersfoort en Utrecht sluiten aan op de beweging en werken momenteel hun aanvalsplannen uit. Voor de komende drie jaar zal zo een extra investeringspakket ontstaan van 1.3 miljoen euro en circa 25 banen in hotel- en congresbranche in de regio. Naar verwachting levert deze investering een extra omzet op van 7,5 miljoen euro. De gemiddelde bezoeker van een kennisevenement blijft drie dagen in de regio en besteedt gemiddeld 344 euro per dag.



Bilderberg genomineerd voor twee Zoover Awards

Bilderberg, de Nederlandse hotelgroep met 17 hotels, is dit jaar genomineerd voor twee Zoover Awards: die van Beste Hotelketen Nederland en Populairste Hotelketen. Tot en met 30 maart a.s. kan nog worden gestemd op www.zooverawards.nl. De Zoover Awards worden jaarlijks uitgereikt onder alle reisorganisaties in Nederland en worden eigenlijk beschouwd als de 'Oscars' van de reiswereld. De onderscheiding voor Beste Hotelketen wordt uitgereikt voor de hoogste waardering (kwalitatief); die voor Populairste Hotelketen voor de meeste stemmen (kwantitatief). "Met trots kan ik melden dat Bilderberg is genomineerd voor de Zoover Awards 2015. Persoonlijke service en gastvrijheid zitten in onze cultuur. De aandacht voor details maakt dat gasten bij Bilderberg een onvergetelijk verblijf ervaren bij de beste hotelketen van Nederland. We hopen dat gasten dat willen onderschrijven door op ons te stemmen en onze nominatie om te zetten naar de echte onderscheidingen," aldus Dries van der Vossen, algemeen directeur van Bilderberg. Bilderberg is een Nederlandse hotelonderneming en beschikt over 17 hotels in het vier- en vijfsterrensegment, 216 vergaderzalen en 1.725 hotelkamers. Bij Bilderberg werken 1.300 medewerkers. Bilderberg streeft ernaar om voorop te lopen op het terrein van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) en kiest voor een duurzame bedrijfsvoering. De certificering van alle hotels met het milieukeurmerk Green Key en de invoering van het gezondheidsprogramma 'Bilderberg Vitaal' en het inzetbaarheidsplan 'On the Move' voor medewerkers zijn hier onderdeel van.

MPI benoemt Michael Woody tot Chief Operations Officer

Meeting Professionals International (MPI) heeft industieveteraan Michael Woody benoemd tot Chief Operations Officer. Hij zal officieel van start gaan in zijn nieuwe rol op 23 maart 2015 en rapporteren aan MPI president en CEO Paul Van Deventer. Michael Woody heeft meer dan 27 jaar ervaring in de meeting-, event-, hospitality- en toerisme-industrie en is een actief lid van MPI. Als COO zal hij verantwoordelijk zijn voor de ontwikkeling en implementatie van tactische businessplannen, evenals het beheer van de MPI-events, professionele ontwikkeling, chapter aangelegenheden, marketing, communicatie, en de activiteiten van het Europese team. Woody is momenteel assistent-uitvoerend bestuurder voor het Grapevine Convention and Visitors Bureau, het vierde grootste congresbureau in de staat Texas, waar hij heeft gewerkt van 1997 tot 2005 en van 2012 tot heden. Hij bekleedde van 2005 tot 2012 leidinggevende functies bij American Airlines, onder andere als directeur kunst en redactie voor het custom publishing en in-flight portfolio en uiteindelijk als uitgever van het portfolio in-flight magazines, waaronder American Way, Celebrated Living en American Airlines Nexos. Hij heeft in de loop van zijn carrière gewerkt in de sales, restaurantmanagement, operations, marketing, communicatie en uitgeverijen.



Biografie Adijedj Bakas

Trendwatcher Adijedj Bakas (1963) schreef verschillende bestsellers over de toekomst, waaronder in 2014 *Plenty*, *Megatrends Water, Energie en Grondstoffen* en *Megatrends Werk*, over banen die verdwijnen en banen die gaan komen. Eerder publiceerde hij onder andere *The Future of Food*, *The State of Tomorrow* en *Het Einde van de Privacy*. Er werden de afgelopen jaren meer dan 700.000 exemplaren van zijn boeken verkocht.

Trends 2015 volgens trendwatcher Adjiedj Bakas

‘Wie als ondernemer even indut, verliest’

“Als er twee wegen zijn, neem dan de moeilijke, want op de gemakkelijke is het meestal dringen.” Trendwatcher Adjiedj Bakas windt er in zijn boek ‘Trends 2015’ geen doekjes om. 2015 wordt zeker geen makkelijk jaar en de concurrentie zal vaak moordend zijn. “Wie als ondernemer even indut, verliest”, aldus Bakas.

Ondernemers worden uitgedaagd door nieuwe spelers op de markt. Bakas wijst op de opkomst van outsiders en de jonge techies, het feit dat verdienmodellen veranderen en dat ondernemers scherp moeten zijn. “Wendbaarheid is tegenwoordig key voor ondernemingen”, onderstreept Bakas. Maar ook de aandacht voor mensen in loondienst mag volgens hem niet verslappen. “Bedrijven willen nu eenmaal meer werk met minder mensen doen en je moet beter presteren dan je collega’s. Iedere werknemer moet excelleren, anders word je vervangen door een flexibele zzp’er. Werknemers ervaren een hogere werkdruk en ze hebben minder het gevoel hun eigen taken te kunnen organiseren. Van de 4,6 miljoen verzuimdagen die ArboNed in de eerste helft van 2014 registreerde, had tien procent te maken met stress. Dat is acht keer zoveel als in 2009.”

Grote Versobering

Maar ook de meer dan een miljoen zzp’ers moeten volgens Bakas in 2015 natuurlijk blijven excelleren. “Je moet positieve aanbevelingen van huidige en oude klanten hebben, je moet bestaande klanten belonen met een permanent knuffeloffensief en je moet straatmade-lief zijn en overall netwerken.”

Het aantal zzp’ers stijgt en zij verenigen zich (in de steek gelaten door de politiek en de grote bedrijven) steeds meer zelf in eigen verzekeringen als broodfondsen. “Online platformen maken het bovendien mogelijk dat mensen hun diensten, auto, huis gemakkelijk zelf verwaarden”, beredeneert Bakas. “Gewone burgers bouwen zonnepanelen op hun dak of kopen samen met hun burens energie in.” Volgens Bakas is dit ook een gevolg van de Grote Versobering. “De middenklasse verarmt, huishoudens hebben te hoge schulden en het wordt tijd voor anders leven. De markt voor ‘hoop en troost’ groeit daarom in 2015: Nederlanders zoeken elkaar op en helpen elkaar. Delen en ruilen past hier ook bij. Peer-to-peer-kapitalisme maakt haar opmars. Door tussenhandel en tussenpersonen buitenspel

te zetten, krijgen burgers meer macht, worden transactiekosten naar beneden gebracht en ontstaat een meer inclusieve economie: iedereen kan eraan deelnemen.” De kracht van deze nieuwe vorm van economie heeft de monopolies van bestaande industrieën in een paar jaar tijd weggevaagd. “De taxi- en hotelbranche zijn hun machtspositie bijvoorbeeld kwijtgeraakt door platforms als Uber en AirBnB”, illustreert Bakas.

Als ondernemer is het tegenwoordig dan ook niet alleen zaak om wendbaar te reageren op vernieuwing en kansen, maar ook om de veerkracht te bezitten om onverwachte klappen te kunnen opvangen. “De succesvolle bedrijven van de toekomst zijn er op gericht om snel te leren, in plaats van zich te richten op het behouden van de status quo”, licht hij toe. “Flexibilisering van bedrijfsprocessen en IT-oplossingen is een aanrader voor bedrijven die strategisch wendbaar willen blijven. Wendbaarheid is namelijk één van de belangrijkste overlevingsstrategieën voor bedrijven.”

Serie-ondernemer

De levenscycli van bedrijven wordt steeds korter naarmate technologie zich exponentieel ontwikkelt en businessmodellen sneller verouderen. De serie-ondernemer rukt op: de ondernemer die een bedrijf begint, tot bloei brengt en het dan verkoopt en weer een ander bedrijf begint (zie John de Mol). Met één bedrijf en één bedrijfsnaam je hele ondernemerscarrière doorgaan wordt eerder uitzondering dan regel. Maar ook de serie-werknemer neemt toe. Mensen van 35 hebben nu al gemiddeld zeven banen gehad en die trend zet door in 2015.

Ook de consument wisselt steeds sneller. “Klanten worden steeds minder merktrouw. Tegenwoordig switchen ze om het minste of geringste van merk, ook als het gaat om banken en verzekeraars. De belangrijkste reden hiervan is de opkomst van social media en internet. Ze maken consumenten beter geïnformeerd en mondiger. Juist in deze tijd zijn consumenten gevoeliger voor customer service. Wanneer een merk zijn klanten in de steek laat zodra er iets mis is met een product, laten klanten het merk massaal vallen.”

Verbonden

Kortom, het nieuwe jaar staat volgens Bakas in het teken van wij. Door middel van de opkomst van de ruil- en deeleconomie, maar ook het peer-to-peer kapitalisme dat haar opmars maakt. “Bedrijven gaan op zoek naar een nauwere verbintenis met klanten”, aldus Bakas. “Nederlanders willen meer dan ooit verbonden zijn in plaats van zich virtueel verbonden wanen. Zijn wordt belangrijker dan schijn.” ■

www.bakas.nl



Meeting trends voor 2015

Wat wil de gast?

Voor 2015 zijn al verschillende trends en ontwikkelingen naar voren geschoven. Zowel de locaties als de meeting- en eventplanner zouden hiermee rekening moeten houden, willen zij geslaagde bijeenkomsten blijven organiseren voor tevreden opdrachtgevers.

Een aantal eisen waar in het verleden al steeds meer aandacht aan werd besteed, lijkt definitief hun doorbraak te hebben gerealiseerd. Eén van die trends is – je kunt er nu echt niet meer om heen – duurzaamheid. Dit speerpunt zal in de toekomst een steeds belangrijker criterium worden bij de keuze van een locatie. Een manier om bijeenkomsten verder te verduurzamen, is het organiseren van hybride bijeenkomsten waardoor faciliteiten voor digitale interactie zoals aansluitingen voor webcams noodzakelijk worden.

Een trend die met duurzaamheid samenhangt, is de focus op gezondheid. Waar gasten in hun dagelijks leven steeds

vaker stilstaan bij het maken van verantwoorde keuzes op het gebied van voeding, stellen zij de eis dat ook tijdens bijeenkomsten hier aandacht aan wordt besteed. Het gaat dan niet alleen om het vervangen van zoete en hartige zonden zoals koekjes en kroketten voor gezonde, voedzame alternatieven, maar ook om het effect van gezonde voeding op lichaam en geest. Bij de keuze voor ingrediënten dient de locatie rekening te houden met de seizoenen en kwalitatief goede ingrediënten te gebruiken waarvan de oorsprong kan worden achterhaald. Biologische catering lijkt hiermee de uitkomst te zijn. Wanneer een locatie dan ook nog eens midden in de natuur is gelegen, wordt het gezonde, duurzame imago extra versterkt.

Service

Hoewel duurzaamheid haar rol lijkt te hebben verankerd, is er een aspect dat altijd de hoofdrol zal spelen: de prijs-kwaliteitverhouding. Als gevolg hiervan wordt transparantie steeds belangrijker, en daarmee zal ook de vraag naar all inclusive arrangementen toenemen. Opdrachtgevers willen graag meteen duidelijkheid over het prijskaartje en

niet na afloop met extra kosten worden geconfronteerd. De vraag naar transparantie komt ook terug bij andere aspecten van het oriëntatieproces. Men wil de beschikbaarheid kunnen controleren en een sfeerimpressie van de locatie kunnen bekijken.

Een facet dat van grote invloed is op de verhouding tussen prijs en kwaliteit is de geboden service. Die service moet al goed zijn vanaf het eerste contactmoment, waarbij snel en adequaat reageren, proactief meedenken en een klantvriendelijke houding de voedingsbodem vormen voor een positieve beoordeling en een gast doen besluiten daadwerkelijk voor een bepaalde locatie te kiezen. Die service en betrokkenheid moet ook tijdens de bijeenkomst worden gehandhaafd. Locaties zullen zich wellicht genoodzaakt zien om hoger opgeleid personeel aan te nemen en om bijzondere producten op de kaart te zetten. Ook is het belangrijk dat locaties zich verdiepen in hun gasten en hun doelgroep door middel van een goede marketingstrategie weten te bereiken. En vergeet ook niet om adequaat in te spelen op goede en slechte beoordelingen, want tegenwoordig is een mening via social media zo gelezen door een groot publiek.

Verrassen

Duurzaamheid en goede service zijn dus belangrijk, maar de locatie zelf moet ook spot-on zijn. Een slecht onderhouden of gedateerd interieur kan een opdrachtgever doen

besluiten meteen om te keren, ook al was het gesprek aan de telefoon nog zo prettig. Ook een goede bereikbaarheid per OV en voldoende parkeerplaatsen zijn praktische eisen waar niet aan getoerd kan worden. En wanneer de kamers vies zijn, de bedden niet comfortabel liggen of het geluidsniveau van de kamer te hoog is, zal een opdrachtgever ook niet terugkomen. Een locatie moet iets toevoegen aan de bijeenkomst en bij voorkeur origineel en onderscheidend zijn zodat gasten worden verrast en hun nieuwsgierigheid wordt gewekt. Mede vanwege die wens maken steeds meer soorten locaties hun entree op de MICE-markt. Waar men vroeger vooral was aangewezen op hotels en enkele kastelen, kan er tegenwoordig worden vergaderd in een ketelhuis, gefeest in een graansilo of een presentatie worden gehouden in een monumentale boerderij.

Connected society

RAI Amsterdam is eveneens met trends bezig. De locatie publiceerde eind 2014 het RAI Insights trendrapport 'Hoe zijn evenementen veranderd in 2017'. In dit rapport wordt gesteld dat in 2017 evenementen zullen zijn veranderd vanwege de veranderende behoeften van de gast en de manier waarop zij contact leggen. Zij vormen als het ware een connected society. Zo wordt het online en offline delen van informatie voor, tijdens en na bijeenkomsten steeds gebruikelijker. Mede daarom is het voor stakeholders essentieel dat de manier waarop gasten deelnemen, erva-





Green Key

Green Key is een bekend internationaal keurmerk voor duurzame bedrijven in de recreatie- en vrijetijdsbranche. In Nederland zijn we in 2007 overgegaan van de milieubarometer (sinds 1998) naar Green Key.

Aan dit keurmerk kunt u zien dat de deelnemers er alles aan doen om de druk van onze onderneming op natuur en milieu te minimaliseren. Daarmee gaan Green Key bedrijven net een stap verder dan de normale wet- en regelgeving vereist.

Het certificaat kent in Nederland drie niveaus: brons, zilver en goud. Hoe meer milieumaatregelen een recreatiebedrijf heeft ingevoerd, hoe hoger het 'milieuvriendelijke' niveau.

www.greenkey.nl / www.meetingmagazine.nl/greenkey



Museon

Den Haag - [E info@www.museon.nl](mailto:info@www.museon.nl)
[I www.museon.nl](http://www.museon.nl)



Golden Tulip Strandhotel Westduin

Vlissingen - [E info@goldentulipwestduin.nl](mailto:info@goldentulipwestduin.nl)
[I www.strandhotelwestduin.nl](http://www.strandhotelwestduin.nl)



Amsterdam Arena

Amsterdam - [E info@amsterdamarena.nl](mailto:info@amsterdamarena.nl)
[I www.amsterdamarena.nl](http://www.amsterdamarena.nl)



Woudschoten

Zeist - [E info@woudschoten.nl](mailto:info@woudschoten.nl)
[I www.woudschoten.nl](http://www.woudschoten.nl)



CORPUS congress Centre

Oegstgeest - [E congres@corpusexperience.nl](mailto:congres@corpusexperience.nl)
[I www.corpusexperience.nl](http://www.corpusexperience.nl)



Heerlijkheid Mariënwaerd

Beesd - [E locaties@marienwaerd.nl](mailto:locaties@marienwaerd.nl)
[I www.marienwaerd.nl](http://www.marienwaerd.nl)



Kontakt der Kontinenten

Soesterberg - [E info@kontaktderkontinenten.nl](mailto:info@kontaktderkontinenten.nl)
[I www.kontaktderkontinenten.nl](http://www.kontaktderkontinenten.nl)



Congrescentrum De Werelt

Lunten - [E info@congrescentrum.com](mailto:info@congrescentrum.com)
[I www.congrescentrum.com](http://www.congrescentrum.com)



Landgoed de Horst

Driebergen - [E welcome@landgoeddehorst.nl](mailto:welcome@landgoeddehorst.nl)
[I www.landgoeddehorst.nl](http://www.landgoeddehorst.nl)



Worldhotel Bel Air

Den Haag - [E sales@worldhotelbelair.nl](mailto:sales@worldhotelbelair.nl)
[I www.worldhotelbelair.nl](http://www.worldhotelbelair.nl)



Internationale School voor Wijsbegeerte

Leusden - [E info@isvw.nl](mailto:info@isvw.nl) - [I www.isvw.nl](http://www.isvw.nl)



de Baak Seaside

Noordwijk - [E welcome@debaakseaside.nl](mailto:welcome@debaakseaside.nl)
[I www.debaakseaside.nl](http://www.debaakseaside.nl)



ren en bijdragen aan een bijeenkomst wordt gemonitord. Verder neemt het aantal intercontinentale bezoekers aan internationale bijeenkomsten toe. Deze bezoekers verwachten internationale maatstaven gecombineerd met lokale elementen. Een derde trend is de veranderende dominante cultuur, waarbij onder andere authenticiteit, duurzaamheid en betekenisvolle ervaringen steeds belangrijker worden en de combinatie van business en leisure steeds vaker wordt gemaakt.

Transitie

Partijen in de MICE-branche doen er volgens dit rapport verstandig aan om in te springen op deze trends. De belangrijkste trend is de transitie van een bijeenkomst, dat voorheen vooral als een manier om mensen samen te laten komen werd beschouwd, tot een samenkomst die waarde creëert doordat een fysieke ontmoeting wordt gecombineerd met online mogelijkheden. Het fysieke samenkomen blijft essentieel, virtuele applicaties zorgen voor een extra verrijking en waardedoetoevoeging. Voor professionals in de branche wordt het daarom essentieel om te investeren in zowel de meerwaarde van een fysieke ontmoeting als de impact die de bijeenkomst er buitenom heeft. Om meerwaarde voor bezoekers van fysieke bijeenkomsten te creëren, zijn verschillende aspecten in te zetten. Het trendrapport noemt onder andere de rol van een

bijeenkomst als matchmaker voor, tijdens en na het event, het verhogen van de positieve ervaring door middel van technologie zoals hologrammen maar ook de inzet van robots. Ook een dedicated programma voor de virtuele bezoekers draagt bij de beleving van de (online) gasten. Een persoonlijk congres- of evenementenprogramma met een persoonlijke route of een virtuele tas waarbij gasten zelf kunnen bepalen waarmee ze deze willen vullen, zorgt ervoor dat een bijeenkomst op individueel niveau kan worden toegespitst.

Om beter in te kunnen spelen op de wensen van bezoekers van congressen, evenementen en andere bijeenkomsten is het voor locaties en opdrachtgevers essentieel om goed naar de markt te blijven luisteren, de ontwikkelingen te volgen en vooral de samenwerking met andere partijen op te zoeken. Volgens de RAI is co-creatie hierbij het toverwoord. Misschien hoog tijd om die connecties via de online rolodex LinkedIn eens echt aan te gaan spreken? ■

WORK | EAT | MEET | SLEEP

bij **AUTOGRILL**



GRATIS WIFI

EVEN FSPREKEN

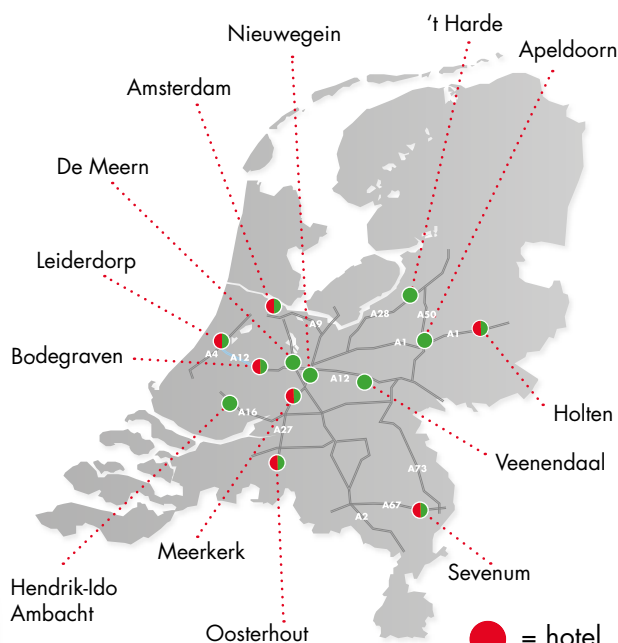
RUIME PARKING

13 VERGADERLOCATIES

IDEALE FLEXWERKPLEKKEN

ZEER GEMAKKELIJK BEREIKBAAR

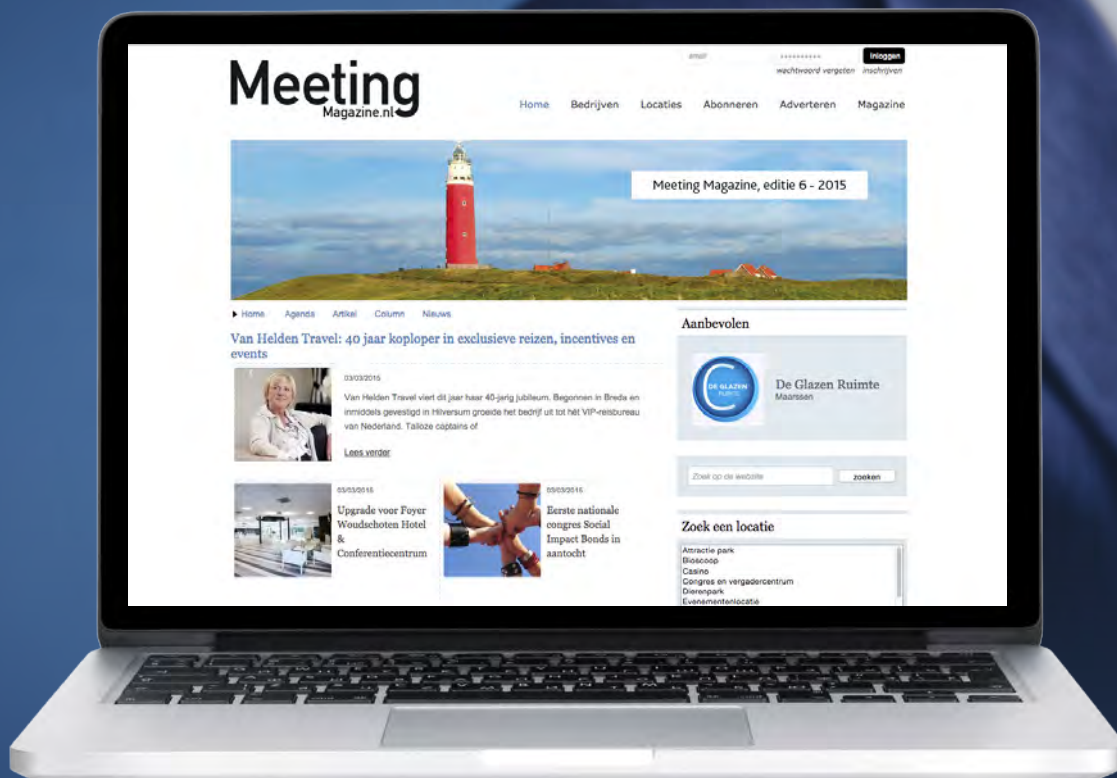
18 LOCATIES LANGS DE NEDERLANDSE A-WEGEN



-  = hotel
-  = meetingcenter
-  = combi - hotel & meetingcenter

www.autogrill.nl/meet

 **AUTOGRILL**
Feeling good on the move



Volg, check en maak kennis met Meeting Magazine

WWW.MEETINGMAGAZINE.NL

Check op onze vernieuwde website het laatste nieuws uit de branche, zoek naar bedrijven in ons uitgebreide bedrijvenregister en lees de columns van onze vaste columnisten. Heeft u interessante informatie voor onze website of wilt u columnist worden? Stuur een email naar sofie@vanmunstermedia.nl

ONLINE EDITIES

Blader alle printedities van Meeting Magazine ook online door met onze handige blockspagina's. Ook zeer geschikt voor tablet en smartphone!

@MEETINGMAGAZINE

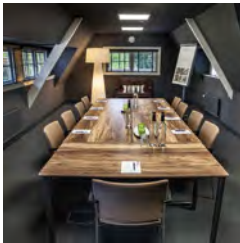
Volg ons op Twitter voor het laatste branchenieuws en updates rondom evenementen. Of geef feedback op het magazine.



avondvergadering

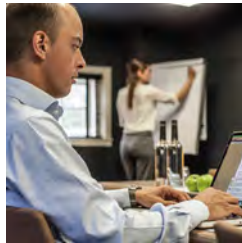
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist is ook dé perfecte locatie om aan het eind van de dag te vergaderen. De intieme vergaderzalen in de Villa zorgen in de avond voor een warme, zakelijke en hedendaagse sfeer. Het voordeel is dat u in de avond een voordeliger tarief betaalt dan overdag.



**Vergaderen in de
avond?**

Kijk op woudschoten.nl
voor de actuele
aanbieding



Woudschoten
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergseweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl



**WANNEER GAAT U GROEN VERGADEREN
AAN DE RAND VAN UTRECHT? ► MITLAND.NL**



Ingrid Rip

Eigenaar van RREM, een bureau voor Advies, Training/Coaching en Projecten. Ingrid heeft een passie voor klantgedreven verkoop op de zakelijke evenementenmarkt. www.rrem.nl

Kracht

Waarom ervaar ik zo veel, tja hoe zal ik het noemen, machteloosheid, krachteloosheid en 'sippigheid' om me heen? Als ik niet zo positief ingesteld was, zou ik er moedeloos van worden.

Angst voor de concurrentie is zo'n voorbeeld. In het verleden leerde ik altijd dat je er niet bang voor moet zijn. "Leer ze kennen", was het devies van mijn toenmalige leidinggevende. Weet wat ze doen, weet wat ze bieden, ken het bedrijf, dat helpt je in je eigen werk met je eigen klanten.

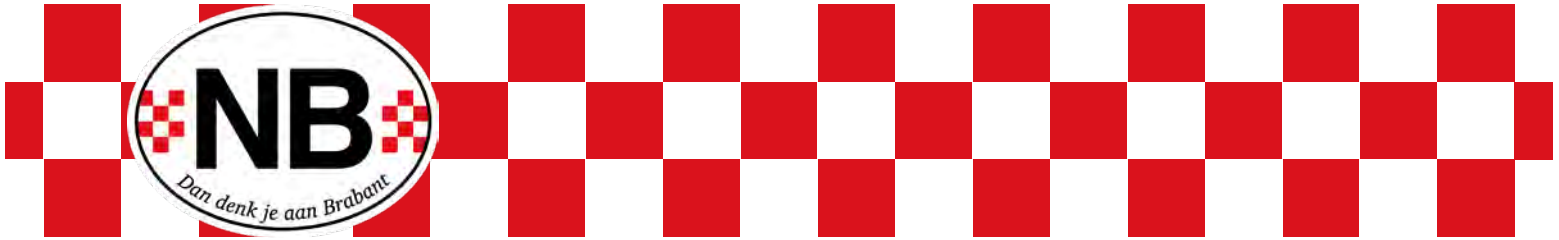
Inmiddels heb ik dat uitgangspunt iets bijgesteld. Begrijp me goed, het is natuurlijk van belang om te weten met wie je 'je' wereld deelt, toch heb ik in toenemende mate het gevoel (en na 12 jaar zelfstandigheid misschien wel het bewijs geleverd) dat het vooral van belang is jezelf te kennen en te weten waar je kracht ligt. Immers daar ben je goed in, daar kun je je onderscheiden en daarom komen mensen bij jou.

Ook zo'n bijzondere houding: de 'blijf van mijn klant af'-houding. Hoezo jouw klant? Jaren geleden opperde ik een keer in een brainstormsessie (bij een vereniging waar ik toen lid van was) om mensen uit je eigen netwerk mee te nemen naar bijeenkomsten om zo niet alleen je eigen netwerk maar ook het netwerk van je klant te vergroten. Gewoon 1 per keer ... Een hoop gemorrel uit de groep en bij één opmerking brak mijn spreekwoordelijke klomp: "Je denkt toch niet dat ik mijn klanten mee ga nemen naar mijn concurrentie!"

Ik was met stomheid geslagen, onder welke tegel had deze mijnheer gelegen? Had hij nooit van internet gehoord? Daar zullen zijn klanten toch ook wel eens zijn gaan zoeken? Waar was zijn trots? Ik zou denken leuk nieuwe mensen, nieuwe kansen! Hij niet, hij opereerde in mijn ogen vanuit angst om te verliezen, die klant in dit geval.

Ik ben niet zo heel bang meer om klanten te verliezen. Mensen zijn immers toch klant omdat ze jou de beste, slimste, aardigste of wat dan ook vinden en de wereld is groot genoeg voor ons allemaal! Begrijp me goed, als het me zou gebeuren ben zelfs ik ook wel even sip toch weet ik dat er altijd weer nieuwe kansen komen, vaak op 'onbewaakte ogenblikken'.

Het is de kracht van positief denken, de kracht van geloof in jezelf en het bedrijf dat je opgebouwd hebt. Leven vanuit je kracht dus! Heerlijk!



Chassé Theater

Claudius Prinsenlaan 8
4811 DK Breda

Afdeling Horeca en Evenementen:
T 076-530 31 41
E evenementen@chasse.nl
I www.chasse.nl

Conferentiecentrum Bovendonk

Hofstraat 8
4741 AK Hoeven
T 0165-507550
E info@bovendonk.nl
I www.bovendonk.nl

Muziekgebouw Frits Philips Eindhoven

Jan van Lieshoutstraat 3
5611 EE Eindhoven
Contactpersoon: Karin Smulders
T 040 265 56 00
E specialevents@MuziekgebouwEindhoven.nl
I www.muziekgebouweindhoven.nl



040 Congress & Events – Van der Valk Hotel Eindhoven

Aalsterweg 322
5644 RL EINDHOVEN
T 040 – 211 6033
E reservations@eindhoven.valk.com
I www.hoteleindhoven.nl

De Ruwenberg

Ruwenbergstraat 7
5270AA Sint-Michielsgestel
T 073 55 888 88
E info@ruwenberg.nl
I www.ruwenberg.nl

Best Western City hotel Goderie

Stationsplein 5a
4702 VX Roosendaal
T 0165 555 400
E reservations@hotelgoderie.com
I www.hotelgoderie.nl



Carlton De Brug

Arkweg 3-17
5731 PD Mierlo
T 0492-678911
E info@debrug.carlton.nl
I www.carlton.nl/debrug

Pullman Eindhoven Cocagne

Vestdijk 47
5611 CA Eindhoven
T 040- 232 6190
E H5374-RE2@accor.com
I www.accorhotels.com

Landgoed de Rosep

Oirschotsebaan 15
5062 TE Oisterwijk
T 013 - 523 21 00
E info@rosep.com
I www.rosep.com



Nederlands Simulatie- en Trainingcentrum voor de Zorg

Uniek gelegen op loopafstand van Intercitystation Ede-Wageningen vindt u het prachtige Nederlands Simulatie- en Trainingcentrum voor de Zorg met veel faciliteiten. Het trainingscentrum heeft tot doel de kwaliteit van zorg en patiëntveiligheid te bevorderen door het aanbieden van specifieke simulatie- en vaardigheidstrainingen aan zorgprofessionals. NSTZ, met compleet ingerichte onderwijsruimten, werkt daarbij samen met de beste trainers en docenten, bedrijven en organisaties en levert een hoogwaardige leeromgeving met moderne apparatuur op haar locatie in Ede. Overnachtingen zijn mogelijk in hotels in de buurt. Gratis parkeren kan bij het trainingscentrum zelf. Het Nederlands Simulatie- en Trainingcentrum voor de Zorg biedt trainingen voor onder andere Crew Resource Management, SBAR Communicatie, Advanced & Basic Life Support en Risicovolle handelingen. Het centrum kan ook trainingen op maat voor u ontwikkelen. Het NSTZ beschikt over een plenaire ruimte voorzien van alle moderne presentatie faciliteiten voor maximaal 60 personen. Er zijn diverse compleet ingerichte cursusruimten aanwezig, welke ook naar uw wensen kunnen worden ingericht.



Vogel's Professional introduceert modern, compact videoconference-meubel

Vogel's Professional, specialist in professionele bevestigingsoplossingen voor displays, projectoren en tablets heeft tijdens ISE 2015 een geheel nieuw videoconference-meubel geïntroduceerd. Videoconference-meubel PVF 4112 is geschikt voor een enkel display van 55 tot 70 inch of twee displays tot 65 inch. Het meubel is modern vormgegeven en gemaakt van hoogwaardige materialen. Daarnaast heeft het een compact ontwerp waardoor het meubel geschikt is voor zowel grote als kleinere ruimtes. De afsluitbare opbergruimte in het meubel is praktisch ingedeeld. Dankzij de ingebouwde 19 inch racks kunnen twee bijgeleverde plankjes op elke hoogte worden vastgezet. Alle benodigde AV-apparatuur kan eenvoudig worden opgeborgen en ook voor een stekkerdoos is een compartiment gemaakt. Vogel's heeft tevens bijpassende camera/luidsprekerhouders en speciale videoconference-luidsprekers in verschillende lengtematen in haar assortiment. De videoconference-kast (PVW 4012) is tevens los verkrijgbaar. Deze is voorzien van stelpootjes en kan als vrijstaand meubel geplaatst worden, bijvoorbeeld onder een display welke aan de wand is bevestigd. Zowel het videoconference-meubel en als de kast zijn leverbaar in de kleuren wit en zilvergrijs. www.vogels.com/professional



MeetingReview en Olery in de praktijk: Kontakt der Kontinenten

Guesten die via één van de in huis geplaatste iPads, de KdK App of een aftersalesenquête bij Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten een beoordeling schrijven over hun meetingervaring, zijn nu ook zichtbaar op MeetingReview, hét onafhankelijke platform voor locaties. Het conferentiehôtel is hiermee de eerste locatie die zakelijke reviews niet alleen intern gebruikt maar ook extern publiceert. Olery is het bedrijf dat voor hotels beoordelingen verzamelt en analyseert van bijvoorbeeld TripAdvisor.com, HolidayCheck en Zoover en vele anderen. Guesten die bij Kontakt der Kontinenten een survey starten over hun meeting krijgen nu de vraag of de beoordeling ook op MeetingReview gepubliceerd mag worden. Als er geen toestemming wordt gegeven, blijven de antwoorden alleen intern beschikbaar. Als er wel toestemming wordt gegeven worden de antwoorden op de vragen ook doorgegeven aan MeetingReview. Na ontvangst wordt door MeetingReview de beoordeling gescreend. Indien deze overeenstemt met de gebruiksvoorwaarden dan wordt deze gepubliceerd bij Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten. De bezoeker van de website van Kontakt der Kontinenten kan door de Olery-integratie precies zien wat de score is van de online beoordelingen en wat daarvan het gemiddelde is. Ook de medewerkers weten direct wat de waardering is voor de geleverde dienstverlening. www.kontaktderkontinenten.nl, www.meetingreview.com, www.olery.com



HOTEL SPA-BALMORAL, SPA, BELGIUM: TO STAY, NATURALLY

Dit viersterren familiehotel in Spa België, het wereldberoemde kuuroord dat ook gekend is voor zijn Race Circuit, Golf terrein, en Casino, biedt u een verblijf in een unieke omgeving op amper anderhalf uur van Brussel. Dankzij zijn 126 luxe kamers en 16 vergaderzalen voor 10 tot 300 personen, die vlot gecombineerd kunnen worden, vindt u hier alles voor een perfect verblijf op maat. Dertien van de vergaderzalen hebben directe toegang tot de tuin en één tot het dakterras, met adembenemend uitzicht op de vallei. De ruime kamers, voorzien van de modernste technologieën, gratis wifi, een gezonde keuken met evenwichtige voeding bereid met streekproducten bieden u en uw gasten, alles voor een geslaagde bijeenkomst in een ontspannen, groene omgeving.

HOTEL SPA BALMORAL

Route de Balmoral 33 - 4900 Spa - T: 0032 87 79 32 50

T: reservation@hotelspabalmoral.be - www.hotelspabalmoral.be

Binnenkort live: ECCLeiden.com



evenementen - 2000 personen

congressen

bijeenkomsten

ECC LEIDEN
EVENT & CONVENTION CENTER



EVENT & CONVENTION CENTER LEIDEN

(naast Holiday Inn Leiden)

Haagse Schouwweg 10 - 2332 KG Leiden

071 - 53 55 445

event@eccleiden.com

twitter.com/ECCLeiden

ECCLeiden.com



Duurzame gastvrijheid op de Utrechtse Heuvelrug

- 33 vergaderzalen
- Conferentiezaal tot 500 gasten met aangrenzend ontvangst- en cateringruimte
- 110 hotelkamers
- Restaurant met 350 zitplaatsen, Café Kronkels en terras
- 47 hectare bos met twee vergaderlodges
- Voldoende gratis parkeerplaatsen
- Slechts 5 minuten rijden van de snelweg A12
- Greenkey Goud
- Volledig klimaat neutraal gecertificeerd (ook de bijeenkomsten)
- Scan de QR Code voor een greep uit onze duurzame initiatieven



Landgoed Zonheuvel



Amersfoortseweg 98, 3941 EP Doorn • 0343 47 35 00
info@landgoedzonheuvel.nl • www.landgoedzonheuvel.nl

MUSEON ontdek de wereld

Het Museon is een interactief museum voor cultuur en wetenschap met een educatieve missie. Wij willen mensen inspireren om de wereld te ontmoeten en met respect te behandelen.

Ons gebouw, ontworpen door Wim Quist, is een bijzondere locatie. Wij beschikken over een grote diversiteit aan ruimten, geschikt voor congressen, workshops, productpresentaties, vergaderingen en diners.

Museum Catering zorgt samen met u voor een persoonlijke invulling van uw cateringwensen tijdens uw evenement.

Meer informatie www.museon.nl/zakelijk
Zaalverhuur en reserveringen Museum Catering
telefoon 070 - 720 07 20, sales@museumcatering.nl



Terugblik op een geslaagd Twente MICE congres

Op woensdag 28 januari organiseerde Twente MICE, een regionaal ondernemersinitiatief van ruim 30 partners, een dagcongres over Duurzaam Zakelijk Toerisme in Twente. Gastheer van het evenement was congreslocatie en industrieel erfgoed Hazemeijer Hengelo.

Fotografie www.masterphoto.nl

Na ontvangst en de streeklunch volgde het plenaire programma in de Theaterzaal waar de burgemeester van Hengelo, Sander Schelberg, het openingswoord verrichtte. Twente MICE-oprichter Nico Dingemans gaf een introductie over zakelijk toerisme en belichtte kansen voor de regio op het gebied van Meetings, Incentives, Conferences & Events. Aansluitend volgde de paneldiscussie onder leiding van Erwin Gevers, hoofdredacteur van TOM - Twentse Ondernemers Magazine, over de positionering van Twente als middelgrote congresbestemming met een gezond landelijk karakter én een innovatief internationaal ondernemingsklimaat.

Congresthema's

Sustainable Energy, HTSM en Corporate Wellness werden genoemd als geschikte congressthema's die al in de DNA van Twente zitten en niet onterecht aansluiten bij de grotere agenda's van Nederland en Europa. Ook kwam de rol van ondernemers & overheid aan bod. De stelling was 'Twente laat al vele jaren miljoenen liggen' doordat de regio zich tot nu toe vooral op vrijetijdstoerisme richt en minder op zakelijk toerisme. Het vierkoppige panel bestond uit Michael Sijbom - burgemeester van Losser/tevens lid DB Regio Twente, Marieke Dooren - General Manager van het Hampshire City Hotel Hengelo, Margreet de Hoog-Kamphuis - zakenreis-specialist en eigenaar The Travel Club, en Danny Toonen van MeetingMagazine.nl. Eensgezinde stellingen tijdens de paneldiscussie waren onder andere 'méér zakelijk toerisme is goed voor de Twentse economie' maar ook 'Twente heeft een upgrade nodig

van vrijetijdseconomie naar gastvrijheidseconomie want dat verbindt meer sectoren'. Burgemeester Schelberg benadrukte 'Duitsland is ons achterland, daar moeten we het van hebben'. De voornaamste conclusie van het panel was dat het initiatief vanuit de markt moet komen en dan neemt de politiek haar verantwoordelijkheid.

Congreskalender & Workshops

Na het panel presenteerde Nancy Trip van poweredbytwente.nl hoe de Congreskalender Twente werkt, en werden in kleinere groepen workshops verzorgd door Helma Hoving - zakelijk directeur Professional Learning & Development bij de Universiteit Twente en haar collega Bas Reuvekamp - Acquisition & Projects Campus Company van de Universiteit Twente. Christian Fictoor van L'Amp BV gaf een Masterclass over Social Media voor Events, en in kleine groepen werden ook rondleidingen verzorgd door Twentse Bierbrouwerij Proeflokaal, Seats2meet en de diverse vergaderzalen die het Hazemeijer-complex rijk is. Congresbezoekers bestonden onder meer uit meeting planners, city marketeers, hospitality trainers, marketing- en communicatiebureaus, hotelmanagers en eigenaren en beheerders van congres- en vergaderlocaties in Twente. Het doel van het congres de economische belangen van zakelijk toeristisch verkeer onder de aandacht brengen – is ruimschoots gehaald, en de datum voor het volgende Twente MICE congres is ook bekendgemaakt: donderdag 28 januari 2016 in Enschede. ■

gotwentemice.wordpress.com
www.twentemice.nl

Bij NH kunt u erop vertrouwen dat alles tot in de puntjes geregeld is.



Wij geloven in inspirerende evenementen die blijven, in evenementen die met passie tot stand komen en die elke gast een unieke ervaring bieden.

Profiteer van 375 hotels op de beste locaties in 28 landen, met flexibele vergaderzalen en een gedreven team van professionals dat al uw wensen zal overtreffen, hoe uitdagend ook. Bij NH krijgt u altijd meer dan u verwacht.

Vraag nu een vrijblijvende offerte aan.
+31 (0)85 9022 322 | nh-hotels.com

nh MEETINGS
inspire. create. enjoy.



Hermann Spatt nieuwe Hotel Director nhow Rotterdam

Het in 2014 geopende designhotel nhow Rotterdam heeft een nieuwe directeur. Hermann Spatt, die ruim drie jaar het music & lifestyle hotel nhow Berlin leidde, maakte in februari de overstap naar de Maasstad en neemt de functie van Hotel Director over van Sander Creemers. nhow is één van de vier hotelmerken van NH Hotel Group. Met de opening van het derde nhow hotel ter wereld in Rotterdam lanceerde NH Hotel Group begin 2014 een compleet nieuwe generatie onconventionele lifestyle hotels in Nederland.

Hermann Spatt, sinds 1995 werkzaam binnen NH Hotel Group, heeft voor zijn aanstelling bij nhow Berlin in 2011 diverse posities bekleed in onder andere Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland. Ook was hij Director of Operations in Centraal- en Oost-Europa. In OMA's De Rotterdam krijgt Spatt een uniek design-, art- en architecture-concept onder zijn hoede. Met 278 luxe kamers, negen flexibele vergaderzalen, een levendige BAR&KITCHEN met uniek dakterrassen en een adembenemend uitzicht, is nhow Rotterdam niet alleen de ideale bestemming voor de internationale (zaken)reiziger, maar ook een populaire ontmoetingsplek voor de lokale community. Onder het motto 'Elevate Your Stay' is een verblijf in nhow Rotterdam letterlijk en figuurlijk een hoogtepunt voor iedereen die in deze omgeving van Kunst, Architectuur en Hospitality stapt. "Wie zijn blik verheft, ziet geen grenzen, maar wie altijd naar de hemel staart, zal nooit iets op aarde ontdekken. Voor mij is Rotterdam een stad die een moderne, kosmopolitische flair combineert met een rijke en eigenzinnige culturele geschiedenis. nhow Rotterdam drukt uit wat Rotterdam is voor mij. Ik kijk er dan ook enorm naar uit om zowel de stad als het hotel te ervaren", aldus Hermann Spatt. Vertrekkend directeur Sander Creemers gaat een nieuwe uitdaging aan binnen NH Hotel Group. Hij zal als Hotel Director van NH Atlantic Den Haag een verbouwing en herpositionering van het hotel gaan leiden. ■

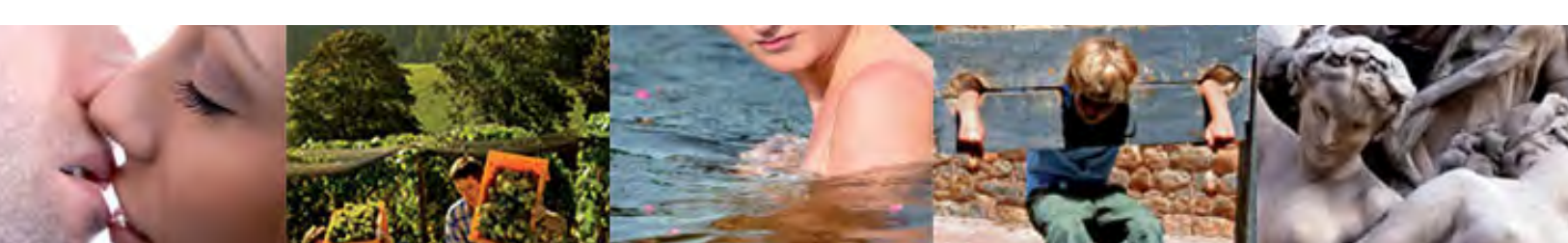


NH Hotel Group breidt uit in Brussel

Het viersterrenhotel Carrefour de l'Europe in Brussel is per 1 maart 2015 onderdeel van NH Hotel Group. Het hotel gaat verder onder de naam NH Brussels Carrefour de l'Europe. Hiermee komt het totaal aantal hotels van de keten in Brussel op zeven: zes zeer centraal gelegen hotels, op loopafstand van elkaar in het stadscentrum, en één hotel nabij Brussels Airport. De overname is in lijn met het strategisch vijfjarenplan van NH Hotel Group, waarin expansie één van de belangrijkste pijlers is.

Het elegante viersterrenhotel NH Brussels Carrefour de l'Europe bevindt zich op een perfecte locatie aan de Grasmarkt, in het historische hart van Brussel. Dit dynamische en multiculturele gebied, dat zich op loopafstand van het historische Grand Place en het Centraal Station bevindt, ligt vlak naast de trendy Rue Neuve en het charmante Place du Sablon. Het hotel heeft 65 elegante en ruime Business en Executive kamers, verdeeld over 6 verdiepingen. Voor congressen, meetings en events beschikt het hotel over acht multifunctionele en moduleerbare ruimtes, voorzien van gratis Wi-Fi en up-to-date AV-technieken en faciliteiten. In het hotel bevindt zich eveneens Chocopolis, een unieke chocoladewinkel en productietelier. NH Brussels Carrefour de l'Europe is hiermee een ideale uitvalsbasis om de stad te ontdekken.

Maarten Markus, Managing Director van NH Hotel Group Benelux, UK, France, Africa & USA, ziet NH Brussels Carrefour de l'Europe als een mooie aanvulling op de andere zes NH Hotels in Brussel: "Brussel is een stad die voor ons en onze gasten erg belangrijk is. In lijn met ons strategisch vijfjarenplan is NH Hotel Group continu op zoek naar hotels die onze merkbelofte vertegenwoordigen: de beste locaties met de beste service tegen de beste prijs-kwaliteitsverhouding. NH Brussels Carrefour de l'Europe biedt ons een nieuwe kans om deze belofte waar te maken voor onze gasten. Uiteraard gaat onze zoektocht naar geschikte hotels onverminderd door. Een stad als Antwerpen staat bijvoorbeeld hoog op onze verlanglijst." ■



LIMBURG

Liefde voor het leven



Sandton Château De Raay

Stijlvolle Meetings en Events op een inspirerende locatie

Sandton Château De Raay
Raayerveldlaan 6 - 5591 EN Baarlo - T: 077 - 321 4000
baarlo@sandton.eu - www.sandton.eu/baarlo

Het Maashotel

Genieten bij het allermooiste plekje langs de maas

Het Maashotel - Veerweg 11 - 5872 AE Broekhuizen
T 077 - 463 2114 - info@hetmaashotel.nl
www.hetmaashotel.nl



Château St. Gerlach

Savoir Vivre in Zuid-Limburg

Château St. Gerlach - Buitenplaats van Maastricht - Joseph Corneli Allée 1
6301 KK Valkenburg aan de Geul - 31 (0)43 608 88 88
erlach@chateauhotels.nl - www.chateauhotels.nl

Buitenplaats Vaeshartelt

Met Liefde Kan Alles

Buitenplaats Vaeshartelt - Weert 9
6222 PG Maastricht - T 043 - 369 0200
reserveringen@vaeshartelt.nl - www.vaeshartelt.nl





Klanten vertellen:

Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten

Ons magazine bestaat al ruim 10 jaar en heeft inmiddels een trouwe kring aan klanten opgebouwd. De komende edities staan wij in de rubriek 'Klanten vertellen' even stil bij een klant van het eerste uur. Meeting Magazine vroeg Lars Beckers, commercieel manager bij Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten, hoe het hen de afgelopen jaren is vergaan.

Waarom hebben jullie er ooit voor gekozen om al vrij snel na de oprichting van Meeting Magazine in dit magazine te staan?

Vanaf het begin is het een mooi, kwalitatief en vooral professioneel blad, met gevarieerde artikelen en rubrieken die goed leesbaar zijn.

Wat was het eerste nieuws dat jullie in Meeting Magazine brachten?

Voor mijzelf was dat een interview dat Patrick Kerkhoff met mij hield begin 2010 over ons motto: Haal de wereld binnen.

Hoe waren de reacties op het artikel in jullie omgeving?

De reacties waren positief en kwamen vanuit diverse, soms verrassende, richtingen. Voor mij was het een goede graadmeter om te achterhalen wie Meeting Magazine leest.

Wat zijn de belangrijkste veranderingen binnen Kontakt der Kontinenten die de afgelopen 10 jaar hebben plaatsgevonden?

Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten heeft de afgelopen 10 jaar niet stil gezeten. Mede gedwongen door de markt is de focus verlegd van Training & Advies naar Conferentiehôtel. In 2009 zijn we begonnen met de herprofilering van het conferentiehôtel. Diverse verbouwingen, renovaties, een nieuwe huisstijl, het concept van Wereldse Gastvrijheid en uitstekende verzorging in ProefLokaal De Wereld hebben ertoe geleid dat wij de kwaliteit en service die wij onze gasten bieden, hebben kunnen verbeteren en uitbreiden. En we zullen blijven vernieuwen en blijven onderzoeken om dit nog verder te verbeteren.

Met de nieuwe huisstijl is ook een nieuwe website in gebruik genomen, die in 2014 alweer een update gekregen heeft. Eind 2013 is daar de unieke en gratis conferentie App bijgekomen. En recentelijk hebben we de samenwerking met MeetingReview en Olery versterkt. Dit omdat reviews zeer belangrijk zijn.

Waarom kiest Kontakt der Kontinenten vandaag de dag nog steeds voor Meeting Magazine voor haar media-uitingen?

De betrouwbaarheid van het magazine. Een grote pré ten opzichte van andere is het HOI-keurmerk. En uiteraard de prettige samenwerking met de redactie en Jordey de Joode in het bijzonder. ■



Ondernemers delen hun ervaringen tijdens Cross Media Café Live Events

Innovatieve media oplossingen verrijken bezoekerservaringen

Rond live events is een nieuwe industrie ontstaan. Door innovatieve media en toenemende connectiviteit kan de ervaring van de bezoeker worden verrijkt en versterkt. Met als uiteindelijk doel meer loyaliteit en dus meer commerciële mogelijkheden. Tijdens het Cross Media Café van 10 februari jongstleden presenteerde een reeks van ondernemers hun ideeën, productinnovaties en verdienmodellen. De locatie: Amsterdam ArenA. Organisatie: iMMovator.

Tekst Ellen Röling (Technoteksten), **Fotografie** Mark Janssen (ECP Group)





Kennisplatform voor de eventindustrie

Het Cross Media Café, een initiatief van Stichting iMMovator, heeft als doel innovatie in de media en evenementenbranche te stimuleren door kennis te delen en professionals met elkaar in contact te brengen. Een initiatief dat tijdens de middag gepresenteerd werd en hier naadloos op aansluit is, het aankomende platform Livescope. Marcel Surendonk, Manager Sponsoring Mojo Concerts A Live Nation Company, presenteerde Livescope, een site met nieuws over innovaties in de eventindustrie. Hij stelt dat er een kenniskloof begint te ontstaan tussen professionals uit de marketingwereld die denken dat ze weten hoe ze hun publiek via live events kunnen bereiken, en mensen die er écht verstand van hebben. Mojo wil die kloof dichten met Livescope, een online community voor professionals in live muziek-evenements. Livescope heeft een blogvorm. Het is bedoeling dat experts vertellen over hun expertiseveld. De site is in de soft launchfase, een fase waarin content gemaakt wordt.

Bouwers van virtuele decors

Tijdens het Cross Media Café kwamen veel technische mogelijkheden aan bod om evenementen te verrijken. Van 360 graden streams tot virtuele decors. Hidde

Kross representeerde Veejays.com, de grootste club van live video performers in Nederland. Een 'veejay' is een bouwer van virtuele decors, bijvoorbeeld bij dance events of shows. Via beeld kan de bezoeker aanvullende informatie krijgen over wat er op het podium gebeurt en kan de podiumactie worden uitvergroot, zoals bij concerten. Maar beeld is ook een belangrijke sfeerbepaler. Beeld onderstreept de identiteit van het festival, voert de bezoeker mee in een droom en zorgt voor een onvergetelijke indruk. Voor festivals is vooral dat laatste, gezien het grote aanbod, een belangrijk aspect. De LED wall is het instrument van de veejay. In opkomst is 3D mapping, waarbij beamers zorgen voor een 3D-beeld op het podium. Kross laat tijdens zijn presentatie spectaculaire beelden zien van virtuele decors gebouwd door veejays. Maar hoeveel kost dat nu? Kross wil weinig kwijt over wat een goede visual experience kost voor een event. Een en ander is ook afhankelijk van de complexiteit.

Virtual Reality in ieders handbereik

Een andere techniek die onder de loep werd genomen is het gebruik van Virtual Reality. Met de opkomst van de Oculus Rift is Virtual Reality steeds populairder geworden onder mediaprofessionals (bijvoorbeeld bij Gaming).



Ook wordt er steeds meer gebruik gemaakt van surround video. Virtual Reality zou daadwerkelijk kunnen worden ingezet om de beleving van live events intenser te maken of events naar een nieuw publiek te brengen, als de VR-brillen maar niet zo duur waren. Google heeft een oplossing: Google Cardboard, een simpel kartonnen gadget dat nog geen vijf euro kost.

Jasper de Valk, Industry Manager Google Nederland, vertelt tijdens het Cross Media Café over de lancering van Google Cardboard in Nederland tijdens het TEDxAmsterdam congres afgelopen november. In de Stadsschouwburg waar TEDxAmsterdam plaatsvindt, is er slechts plek voor zo'n 700 man, maar er zijn minstens dubbel zoveel aanmeldingen. Daarom zijn er door de hele stad livestream party's voor mensen die niet meer in de schouwburg pasten. In samenwerking met yellowBird zorgde Google voor een live VR videoverslag van de bijeenkomst. yellowBird plaatste hiervoor een 360 graden-camera op de eerste rij. Met behulp van Google Cardboard, een Google-app en hun eigen smartphone konden mensen op straat en bij de livestream party's virtueel meekijken vanaf de eerste rij. Alleen al het gegeven dat er dankzij deze oplossing oneindig veel frontrow

seats gegenereerd kunnen worden, prikkelt de creativiteit. Maar ook andere toepassingen werden genoemd: zoals meevliegen met een drone door het bekende Nieuwjaarsvuurwerk in Sydney, of testritten maken in nieuwe auto's, fashion shows bijwonen, of backstage bij concerten zijn.

Jan Albert Jager, Chief Business Development Officer van yellowBird, gaat na het verhaal van Google's Jasper de Valk nog even verder in op surround video. yellowBird maakt 360 graden video. Maar, zo zegt Jager: "360 graden is leuk, maar wat kun je ermee? Het moet iets opleveren: geld, likes..." yellowBird ondersteunt bedrijven daarom bij het uitwerken van 360 graden video-concepten tot en met distributie. yellowBird zelf focust op toepassingen in sport, muziek en grote live events, zoals Sensation in Amsterdam ArenA en een grootse fashionshow die fans dankzij een surround videostream mee konden beleven vanaf de eerste rij. Jager stelt dat live events dankzij surround video extra revenuen kunnen opleveren. Ten eerste door extra kaartverkoop van virtuele plaatsen op de eerste rij en daarna als Video-on-Demand. Hiermee doorbreek je de traditionele beperkingen van een live event: limited time, limited location en limited seats.



Kijkervaring verbeteren

Ook rondom sportwedstrijden wordt er veel geëxperimenteerd met nieuwe technieken. Paul Valk van TNO presenteerde tijdens het Cross Media Café een aantal projecten waar TNO nu mee bezig is. HD-beelden schieten is geen kunst, maar deze hoge kwaliteit ook goed bij de consument krijgen, is nog niet altijd makkelijk. Buffering, lange laadtijden of simpelweg congestie zorgen dat de consument afhaakt. TNO heeft een nieuwe technologie ontwikkeld, 'tiled streaming'. Met deze technologie kunnen beeldopnames van hoge resolutie (UHD of 4K) op mobiele apparaten zoals smartphones en tablets worden bekeken. Samen met de BBC is de technologie tijdens de Gemenebestspelen in 2014 getest. Vijftig doorsnee Engelse huishoudens volgden de wedstrijden in ultra hoge resolutie via hun smartphone of tablet. De huishoudens konden in de iXperience applicatie van TNO navigeren en inzoomen op de beelden, waardoor ze zelf bepaalden waar ze tijdens een wedstrijd naar wilden kijken. De app en de kijkervaring werden positief beoordeeld door de testhuishoudens.

Cijfers en statistieken doen het altijd goed tijdens wedstrijden. Er is nu een technologie ontwikkeld die de snelheid van de bal meet tijdens een hockeywedstrijd. De toepassing gebruikt daarvoor een combi van GPS en radartechnologie.

Tijdens het WK Hockey werd deze toepassing voor het eerst gebruikt. De technologie wordt momenteel aangepast voor het meten van de snelheid van de puck bij ijshockeywedstrijden.

Een derde innovatie waar Paul Valk van TNO aandacht voor vraagt, is een nieuwe toepassing waarbij professioneel gemaakte content en user generated content samen kunnen worden gevoegd bij live-uitzendingen. Dit verrijkt de registratie van wedstrijden met bijzondere beelden en perspectieven.

Waar dit alles naartoe leidt? Valk noemt 'freeview'. Alle beschikbare beelden van een event worden gesynchroniseerd en gekoppeld en de consument bepaalt zelf waar hij naar kijkt.

Emansion vergroot customer intimacy met contextual services

Ramon Luijten (partner EMansion) werkt veel samen met TNO rondom event innovaties. Na de presentatie van Paul Valk vertelt Luijten meer over toepassingen die de ervaring van eventbezoekers verrijken en versterken met als gevolg: grotere customer intimacy en uiteindelijk meer omzet. Neem bijvoorbeeld het gebruik van iBeacons tijdens rondleidingen, waarbij de klant een boodschap via smartphone gepusht krijgt als hij een bepaald punt



(beacon) in de rondleiding bereikt. Een nieuwe toepassing is ook Face analytics, waarmee leeftijd, geslacht en stemming van bezoekers tot op 95% nauwkeurig kan worden bepaald, en content dus heel gericht kan worden aangeboden. Ook noemt hij een smartphonetoepassing die moet gaan voorkomen dat concertbezoekers 60% van hun tijd hun mobiel hooghouden om een video te maken. Bezoekers kunnen hun eigen video samenstellen door op de smartphone in hun broekzak te tappen. Zo ontstaat een video samengesteld uit professioneel beeld, met precies die favoriete momenten. Samen met TNO doet Emansion een project waarbij bezoekers van sportwedstrijden of andere grote stadionevenementen toegang moeten gaan krijgen tot HD panoramabeeld, waarin ze zelf kunnen kiezen waar ze naar kijken en waar ze op kunnen inzoomen (immersive video).

Er worden veel apps gemaakt om het leven van de smartphonebezoeker makkelijker en leuker te maken. Maar het is nog een hele kunst om de juiste app op het juiste moment te gebruiken (of te herinneren). Emansion is bezig met location based app presentment. Met deze toepassing krijgt de consument op het juiste moment en op de juiste plek een relevante boodschap op het scherm. De betreffende app hoeft daarvoor niet per se op het toestel van de

consument geïnstalleerd te zijn. Dit heeft twee voordelen: meer gemak voor de consument, maar ook meer kans voor bouwers om zichzelf aan consument te presenteren.

De ervaring vormgeven

De (technische) mogelijkheden om de eventbeleving te verrijken en versterken zijn tegenwoordig eindeloos. Maar hoe geef je deze ervaring vorm, hoe zorg je dat een deelnemer ondergedompeld wordt in de ultieme eventbeleving? Nils van Keulen, partner bij Tinker imagineers, helpt bij het versterken en verrijken van ervaringen, bijvoorbeeld in musea, pretparken of tijdens events. Want, aldus Van Keulen, een ervaring is niet datgene wat er gebeurt, maar hoe je ermee om gaat. En Tinker helpt de consument met ervaren wat er is. Het bedrijf hanteert daarvoor verschillende aanvliegroutes, die ze ook kunnen combineren. De eerste is de verbeelding aanspreken door de ervaring visueel te maken, de tweede is de creativiteit aanspreken, bijvoorbeeld door mensen zelf iets te laten bouwen, de derde is een sociale laag aanbrengen, bijvoorbeeld een ruimte maken waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Belangrijke elementen waarbij Tinker stil staat zijn de beleving, de actieruimte en storytelling. De bezoeker wordt ondergedompeld in een ervaring door bijvoorbeeld 360 graden audiovisuele content. De actieruimte is de ruimte waarin van alles gedaan en geëxperimenteerd kan worden. En tot slot de Storytelling: mensen meenemen in het verhaal dat verteld moet/mag worden op de plek. Een goed event dompelt het publiek onder in een ervaring, trekt ze mee in een verhaal en zorgt dat ze zelf aan de slag gaan. Van Keulen vat de Tinker-formule zelf zo samen: “A: met een groot gebaar mensen de ervaring in trekken. B: zorgen dat ze meegaan in het verhaal en content tot zich nemen. C: zorgen dat ze iets willen gaan doen: verdiepen, delen, actie.” Installaties van Tinker zijn onder meer te vinden in de kelders onder Utrecht en in het Scheepvaartmuseum.

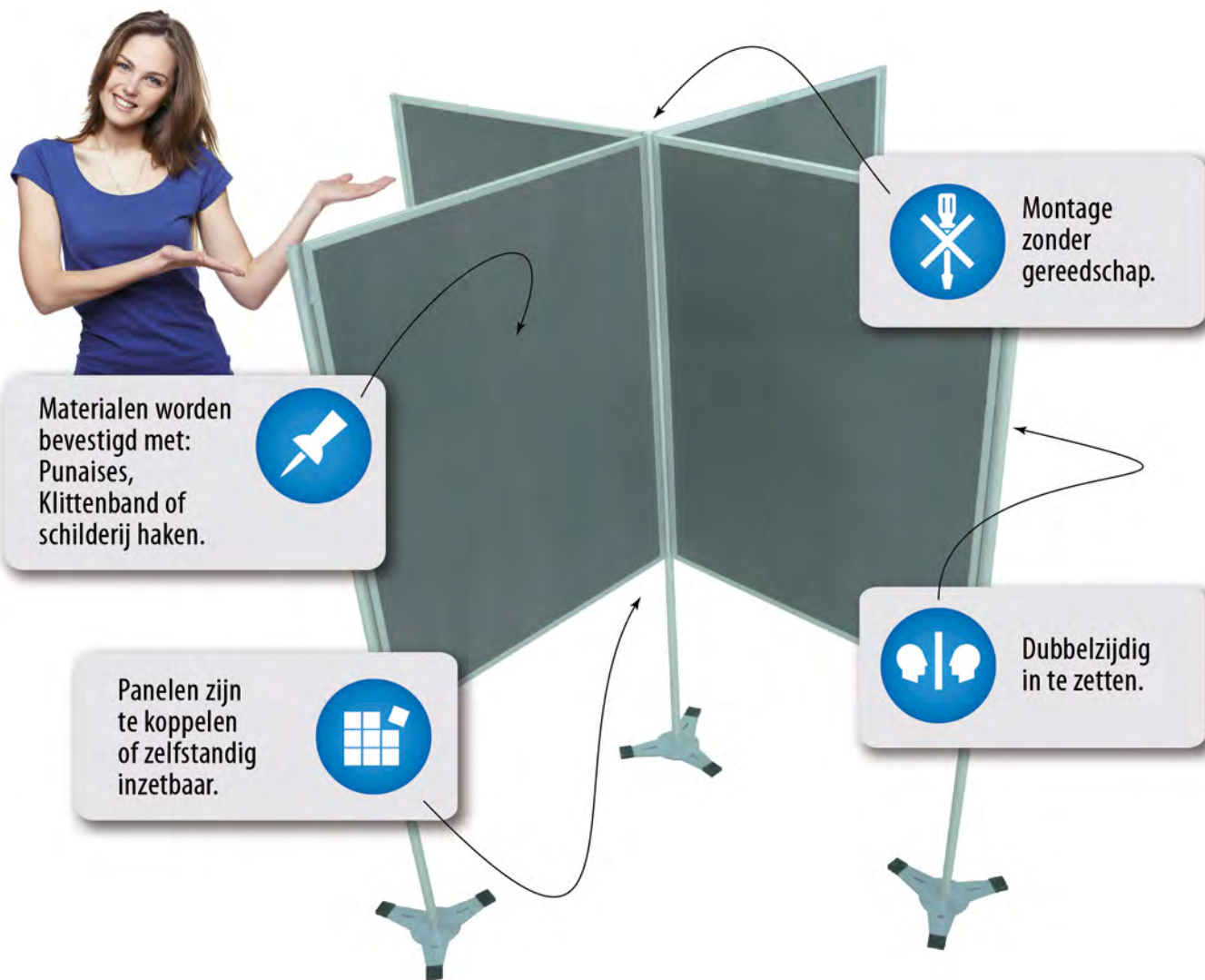
Geslaagde middag

De organisatie kijkt terug op een geslaagde middag. Marlies Hakvoort (communicatie, iMMovator): “Het is mooi om te zien dat professionals uit de media-, en eventbranche elkaar ontmoeten en inspireren. Dankzij nieuwe technologieën, diensten en producten zijn de mogelijkheden voor innovatie eindeloos. Mooie toepassingen daarvan werden tijdens het Cross Media Café gepresenteerd.” Op de website van iMMovator zijn van elke spreker de presentatie en video terug te vinden in de mediatheek. iMMovator organiseert zes keer per jaar Cross Media Café over verschillende onderwerpen. Het volgende café is op dinsdag 31 maart en staat in het teken van ‘nieuws op nieuwe media’.



Expositiepanelen & Posterborden

Geschikt voor alle presentaties en exposities



KEEP MOVING YOUR BRAND!

ABC DISPLAY De Paal 28, 1351 JE Almere - T +31 36 548 11 22, abcdisplay.nl



Winnaar prijsvraag Meeting Magazine bekend

Meeting Magazine mocht in samenwerking met Theater Amsterdam een arrangement weggeven. Hiervoor moesten lezers raden hoeveel locaties er vertegenwoordigd zijn op de Green Key pagina in Meeting Magazine.

Inmiddels is de winnaar bekend. Annecarien Dijkhuis van Nike Events wint twee eersterangs tickets voor ANNE, een driegangendiner incl. drankjes en pauzebestelling voor twee personen en een souvenirbrochure. Het team van Meeting Magazine feliciteert Annecarien van harte met deze mooie prijs!

Over Theater Amsterdam

Theater Amsterdam is een nieuwe locatie in de Amsterdamse Houthavens en uitstekend geschikt voor zakelijke evenementen. Het theater is een adembenemend decor voor diverse bijeenkomsten. De theaterzaal, het restaurant, de 2 VIP-ruimtes en de ruime foyer bieden tal van mogelijkheden voor congressen, filmpremières, trainingen, bedrijfsfeesten, gala's of andere evenementen van 10 tot 1.100 personen. De creatieve inrichting geeft het moderne theater een warme sfeer welke geheel op maat te maken is voor uw evenement. De unieke ligging aan het Amsterdamse IJ biedt niet alleen een spectaculair uitzicht maar zorgt ook voor een goede bereikbaarheid per boot. De innovatieve technische faciliteiten in de theaterzaal zijn uniek in zijn soort. Een Watch Out-systeem met panoramaprojectiescherm van 2 x 35 meter breed en 10 meter hoog behoort tot de vaste opstelling. Conceptcateraar DeBorrelFabriek verzorgt de catering. De catering wordt zoveel mogelijk toegespitst op de boodschap van uw evenement: van chique sit down diners tot ludieke kleine gerechtjes in een Amsterdamse Grachtenwandautomatiek. De locatie beschikt over een Green Key Gold-certificaat en werkt uitsluitend met biologische producten. Tevens is een parkeerterrein voor circa 300 auto's beschikbaar. www.theateramsterdam.nl

Met de hele zaak op een ander spoor.

Uw congres, meeting of bedrijfsborrel op een
verrassende en inspirerende locatie?

Laat u meenemen naar Het Spoorwegmuseum!



Het Spoorwegmuseum
Maliebaanstation
3581 XW Utrecht

Tel.: +31 (0)30 230 62 89
E-mail: sales@spoorwegmuseum.nl

[WWW.SPOORWEGMUSEUM.NL]



Nieuw evenement verbindt ondernemers, onderwijs en overheid

Op dinsdag 29 september vindt in Theater de Maaspoort in Venlo de eerste editie plaats van CONNECTED. Het doel van het evenement is duurzame verbindingen leggen tussen ondernemers, onderwijs en (semi-) overheid door het inzichtelijk maken van de kansen die samenwerking biedt. Live platform CONNECTED biedt ruimte voor het delen en ophalen van nieuwe kennis, het opdoen van nieuwe contacten én inspiratie, en dat alles in een sfeervolle setting. Het initiatief is afkomstig van Theater de Maaspoort, Ria Joosten en Boy Haenen, die het aanjagen van zinvolle samenwerkingen willen faciliteren. Diverse bedrijven, ondernemersverbanden en kennisinstellingen hebben hun steun al toegezegd. De thema's die tijdens deze editie centraal staan, zijn innovatie en grensoverschrijdende samenwerking. De huidige economische situatie en de snelle technologische ontwikkelingen vragen een actieve houding van bedrijven en kennisinstellingen als het gaat om de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, het blijven in de markt of het aanboren van nieuwe markten. Samenwerken en innoveren met andere partijen biedt daartoe veel kansen. Het dagprogramma bestaat



uit gemodereerde netwerkmomenten, een expo en een symposium met diverse seminars, workshops en debatten. De organisatie verwacht 50 deelnemende organisaties en ruim 1.000 bezoekers. Het evenement is gratis toegankelijk voor genodigden. www.connectedevent.nl

THEATER & CONGRES ORPHEUS

50
JAAR

Theater & Congres Orpheus viert vijftigjarig bestaan

Orpheus bestaat op 12 maart precies 50 jaar. Een periode waarin Orpheus is uitgegroeid tot een modern theater, met een landelijke functie voor de congres- en evenementenbranche. Dit wordt natuurlijk gevierd! Onder andere met een feestelijke relatieavond, een groots theaterfestival en een mooie kortingsaanbieding. De meest inspirerende theater- en congreslocatie van Midden-Nederland bestaat op 12 maart precies 50 jaar. In 1965 opende Theater & Congres Orpheus zijn deuren met een uitvoering van Tsjajkovski's Zwanmeer. Orpheus is één van de eerste theaters van Nederland die speciaal ontworpen zijn voor bijzondere en inspirerende zakelijke evenementen. Door de jaren heen heeft de locatie vele organisaties mogen ontvangen in Apeldoorn en een diversiteit aan evenementen en bijeenkomsten georganiseerd; van congressen tot jubileumvieringen en van intieme diners op het toneel tot groot-schalige personeelsfeesten door het hele pand. Een halve eeuw congressen en evenementen in een inspirerende theaterambiance; dat wordt natuurlijk gevierd! Op 12 maart wordt er een relatieavond georganiseerd bij de spetterende voorstelling Magic of Motown en op 13 maart wordt het Ondernemerspodium gelanceerd; een ontmoetingsplek/netwerkclub waar cultuur en ondernerschap samenkomen. Orpheus presenteert daarnaast in het pand een bijzondere jubileumexpositie van een veertigtal Apeldoornse kunstenaars, die werken maakten met als thema Orpheus, theater & inspiratie. www.orpheus.nl/Orpheustrakteert



Upgrade voor Foyer Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum

Na de hotelkamers, vergaderzalen en het restaurant was het nu de beurt aan de foyer van Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum om een ware metamorfose te ondergaan. De vrij donkere foyer is omgetoverd tot een moderne en lichte maar toch sfeervolle ruimte. Er is gebruik gemaakt van veel wittinten in combinatie met donkergrijs en zwart. Door het lichte kleurgebruik en de grote raampartijen in de foyer komt het groen van de natuur prachtig mooi naar binnen en merk je dat je echt op een landgoed midden in de bossen verblijft. Deze nieuwe foyer is zeer geschikt voor business events en exclusief te huur.



LE Tour DE Zeeland



Deltapark Neeltje Jans

Eiland Neeltje Jans
Faelweg 5 | 4354 RB Vrouwenpolder
0111-655655 | info@neeltjejans.nl
www.neeltjejans.nl

Grand Hotel Ter Duin

Hogeweg 55 | 4328 PB Burgh-Haamstede
0111 - 655 200 | info@grandhotelterduin.nl
www.grandhotelterduin.nl



De Vierbannen

Weg van de Buitenlandse Pers 3
4305 RJ Ouwerkerk | 0111 - 647547
brasserie@devierbannen.nl
www.devierbannen.nl



Deltapark Neetje Jans



Grand Hotel ter Duin



Brasserie en restaurant
de Vierbannen

Het is zo juli

Dit jaar komt de gehele Tour de France karavaan naar Zeeland. Op zondag 5 juli eindigt de 2e etappe van de Tour de France in een rit van 166 km van Utrecht naar het eiland Neeltje Jans. Zeeland is inmiddels volop bezig met de voorbereidingen op deze beroemde wielervedstrijd.

Nooit eerder finishte de Tour op de Zeeuwse eilanden, terwijl Zeeland de ideale combinatie van zon, zee, wind en een mooi vlak landschap biedt. Juist die zeewind staat garant voor een fantastische etappe waarbij het peloton makkelijk uit elkaar kan vallen en er de beroemde 'waaiers' ontstaan.

Omdat het zo juli is, zijn diverse locaties al druk bezig om zich in de spotlight te plaatsen voor dit mega-

evenement. Zo ook Restaurant Brasserie de Vierbannen in Ouwkerk, Deltapark Neeltje Jans en Grand Hotel Ter Duin in Burgh-Haamstede. Deze locaties zullen zich op hoog niveau inzetten om de duizenden gasten te laten genieten van de geboden arrangementen en de luxe van eten en drinken. In de mei-editie gaan we uitgebreid in op dit werelddevenement en laten we deze locaties zelf aan het woord. Dan weet u precies wat u op 5 juli mag verwachten van deze locaties. ■



Scheepvaartmuseum Amsterdam
@ Eddo Hartmann

Water in de hoofdrol

Of je nu op historisch, economisch of toeristisch vlak naar Nederland kijkt, water lijkt altijd een belangrijke rol te spelen. En als het verleden, het heden en de toekomst van Nederland nu aan water zijn gekoppeld, waarom zou je dan niet hetzelfde doen met een zakelijke bijeenkomst?

Dat water voor de mens van levensbelang is, blijkt uit het feit dat de eerste nederzettingen in Nederland bij belangrijke waterknooppunten zoals rivieren en mondingen zijn gesticht. Waar we eerst nog afhankelijk waren van de grillen van dit element, slaagden we er later steeds beter in om het te beteugelen en in te zetten voor economisch gewin. Uit archeologisch onderzoek is bekend dat er ten tijde van de IJzertijd al een bloeiende binnenvaart was waarbij onder andere zout uit de bergen van Duitsland naar hier werd verscheept en verhandeld. Ook verdienden onze voorouders de kost met de vele vissoorten in de zee en dit werd in de loop der eeuwen alleen maar intensiever. In steden zoals Volendam, Marken, Urk en Veere is de vergaarde rijkdom van weleer nog te bewonderen in de aanwezige monumenten. In de zeventiende eeuw was Nederland dankzij ontdekkingsreizigers zoals Jan Huygen van Linschoten, Hendrik Abel Tasman en Oliver van Noort, de VOC en de WIC, en

vakkundige admiralen zoals Michiel de Ruyter en Cornelis Tromp zelfs de machtigste zeevarende natie van Europa. De monumenten in steden zoals Zwolle, Zutphen, Bolsward, Kampen en Stavoren herinneren aan de bloeiperiode van de Hanzesteden, terwijl de vele grachtenpanden en oude pakhuizen in grote steden zoals Amsterdam en Middelburg overblijfselen zijn van de welvarende VOC-periode. Niet voor niets zijn er in Nederland verschillende musea gevestigd die zich richten op de scheepvaart. Op de Bataviawerf kan de Batavia, een reconstructie van een VOC-schip uit 1628 en de bouw van De Zeven Provinciën, het vlaggenschip uit 1665 van Michiel de Ruyter worden bezocht.

Nog altijd is de Nederlandse economie deels afhankelijk van het water. Import en export van producten geschiedt onder andere over zee, waarbij de haven van Rotterdam de grootste en belangrijkste containerhaven en haven voor massaoverslag van Europa is. Ook zijn Nederlandse baggerbedrijven vanwege hun verregaande deskundigheid betrokken geweest bij zeer vooraanstaande projecten zoals het realiseren van de bouw van de haven van Jubail, het opspuiten van Chek Lap Kok voor Hong Kong International Airport en de realisering van de befaamde Palmeilanden in Dubai. Op het gebied van offshore activiteiten is Nederland eveneens koploper met multinational Shell en twee windmolenparken in de Noordzee.

Strijd tegen het water

De eerste dijken in ons land stammen uit de periode dat de Romeinen hun vaandel in de grond plantten. Vervolgens zijn onze voorouders in de loop der eeuwen blijven experimenteren met nieuwe technieken voor dijken en polders om het water te bedwingen. Hoogtepunt daarbij was de inpoldering van de Zuiderzee vanaf 1920, waarbij dit watergebied onder andere door de Afsluitdijk uit 1927 werd opgesplitst in het kleinere IJsselmeer en een deel dat bij de Waddenzee werd gevoegd. Ook werden er gefaseerd polders drooggemalen. De huidige provincie Flevoland bestaat uit de IJsselmeerpolders Noordoostpolder, Oostelijk Flevoland en Zuidelijk Flevoland die tussen 1936 en 1968 werden drooggemalen. Naast het aanleggen van dijken, het dempen van grachten (Damrak en Rokin in Amsterdam) en het droogleggen van polders om het water te bedwingen, hebben de Nederlanders dit element ook juist willen gebruiken om gebieden onbegaanbaar te maken en zo de vijand op afstand te houden. In 1672 werd de Republiek der Zeven Verenigde Nederlanden aangevallen door Frankrijk, Munster, Keulen en Engeland. Er werd een waterlinie aangelegd waarbij het land van Muiden via Woerden en Gojanverwellesluis tot Gorinchem onder een ondiepe laag water werd gezet. De vijandelijke legers konden deze waterlinie niet doorkruisen, totdat in 1672

bij Woerden het water bevroor. Later werd de Hollandse Waterlinie versterkt met forten, batterijen en andere verdedigingswerken. Vanaf 1815 werd een geheel nieuwe verdedigingslinie ingericht met Utrecht als centraal punt. Deze linie loopt van het eiland Pampus in de Zuiderzee tot aan de Biesbosch en omvat de vijf vestingsteden Muiden, Weesp, Gorinchem en Woudrichem. Van zowel de oude als de nieuwe waterlinie kunnen nog altijd een aantal bouwwerken worden bezichtigd, zoals Fort Ronduit, Fort Wierickerschans, Fort Pampus en Fort bij Vechten.

Wereldwonder

Ondanks deze maatregelen heeft de Nederlandse geschiedenis een aantal grote watersnoodrampen gekend. Zo werd in 1570 werd de Nederlandse en Vlaamse Kust geteisterd door de Allerheiligenvloed waarbij meer dan 20.000 doden vielen. De bekendste is de Watersnoodramp uit 1953 waarbij door een combinatie van een stormvloed, een springvloed en een zware noordwesterstorm de dijken in het Deltagebied het begaven en 1836 mensen en tienduizenden dieren verdronken. In de jaren hierbij werd het Deltaplan uitgevoerd waarbij de Nederlandse kustlijn met ongeveer 700 kilometer werd verkort door middel van de aanleg van gesloten en doorlaatbare dammen tussen de Zuid-Hollandse en Zeeuwse eilanden. De Oosterscheldekering



en de Maeslantkering zijn van dusdanig technisch niveau dat deze door de American Society of Civil Engineers tot een van de zeven moderne wereldwonderen is uitgeroepen. In Deltapark Neeltje Jans leren bezoekers meer over de Watersnoodramp en de Deltawerken. Dankzij de zoektocht naar oplossingen loopt Nederland wereldwijd voorop op het gebied van watermanagement, met koning Willem-Alexander als boegbeeld. Maar uit de overstroming van de Maas in 1993, de evacuatie van het Rivierengebied in 1995 en de Allerheiligenvloed van 2006 is gebleken dat de werkzaamheden aan de Nederlandse dijken nooit af zijn.

Kolkende golven

Ook in onze vrije tijd verkeren zowel de vele toeristen als de Nederlanders zelf graag in de buurt van water. Gebieden zoals de Waddeneilanden, de Beemsterpolder, de Kinderdijk en Schokland staan samen met de Amsterdamse grachten zelfs op de UNESCO Werelderfgoedlijst. En met meer dan 4.400 kilometer aan bevaarbare rivieren, kanalen en meren stappen we ook zelf graag op

de boot om vervolgens aan te meren op een van de vele mooie gebieden en locaties aan het water. Dit jaar kunnen we van 19 tot en met 23 augustus ook weer genieten van Sail Amsterdam waarbij de zogenoemde tall ships en varende erfgoed door de grachten van Amsterdam zullen varen.

Water, zeeën en rivieren zijn ook eeuwenlang een geliefd onderwerp geweest van kunstschilders. Niet voor niets vormden marinestukken en zeezichten één van de genres waar een schilder zich in de zeventiende eeuw in kon specialiseren. Onder anderen Pieter Brueghel de Oude, Jacob van Ruysdael en Salomon van Ruysdael hebben werken behorend tot dit genre vervaardigd. In de negentiende eeuw maakten de schilders dankbaar gebruik van de inspiratie die zij kregen van deze roemruchte voorgangers. Zowel de schilders van de Nederlandse romantiek zoals Louis Meijer en Mauritz de Haas als de leden van de Haagse School zoals Hendrik Willem Mesdag stonden bekend om hun rustige zeezichten en marinestukken met kolkende golven en dansende bootjes.





Duurzame initiatieven

Water is al eeuwenlang een vanzelfsprekendheid in Nederland, maar gezien de toenemende droogte worden we er ons wel steeds meer van bewust dat drinkwater een waardevol goed is. Alleen al in Nederland verbruiken we per persoon per jaar 1,5 miljoen liter water per jaar zonder ook maar de kraan open te draaien. 95% van al dat water zit verborgen in alledaagse producten, zoals een kop koffie (130 liter) of een katoenen T-shirt (2700 liter). Naast de reeds ingeburgerde CO₂-voetafdruk is het dus ook van belang om onze waterafdruk te reduceren. Binnen de MICE-branche wordt al een aantal initiatieven ondernomen om bijeenkomsten en evenementen te verduurzamen. Zo gebruikt landgoed Zonheuvel in Doorn regenwater in het grijswatercircuit voor de toiletspoeling. Hiervoor wordt het regenwater opgevangen en ondergronds gefilterd en opgeslagen. Opvallend is de douche-coach in de vorm van een zandloper zodat gasten zich bewust worden van de lengte van een douchebeurt. Zo kan wanneer de gemiddelde douchetijd wordt ingekort van 8,5 minuut tot 4 minuten maar liefst 45 liter warm water per douchebeurt worden gespaard, wat neerkomt op 315 liter per week.

Kontakt der Kontinenten in Soesterberg draagt bij aan de oplossingen van de wereldwijde waterproblematiek door voor elke fles gekoeld en gezuiverd huiswater die bij deze locatie wordt geserveerd, een bedrag te schen-

ken aan Stichting FairWater. Deze organisatie vervangt kapotte waterpompen in Afrikaanse dorpen voor duurzame BluePumps uit Nederland. Tegelijkertijd doneren ze via het BlueBottle project bij de installatie van de BluePumps ook waterflessen aan de gebruikers van deze duurzame pompen. De Haagse Fokker Terminal heeft het Water Footprint Network en de TU Twente middels een onderzoek het gemiddelde waterverbruik per bezoeker laten vaststellen. Deze 'watervoetafdruk' omvat al het schone drinkwater dat nodig is in de productieketen van eet- en drinkwaren plus het waterverbruik voor schoonmaak en toiletbezoek bij deze locatie. Door middel van een samenwerkingsverband met Made Blue gaat de Fokker Terminal als eerste Nederlandse evenementenlocatie voor elke liter verbruikt drinkwater eenzelfde hoeveelheid schoon water in ontwikkelingslanden beschikbaar stellen. Dit gebeurt in de vorm van donaties aan schoon-drinkwaterprojecten zoals ontziltingsmachines en waterpompen, maar ook bijvoorbeeld voorlichting. Naar schatting zal de Fokker Terminal in 2015 circa 9,6 miljoen liter water beschikbaar maken.

Of je voorkeur nu uitgaat naar de historische, artistieke, technische, toeristische of duurzame kant van water, voor elke invalshoek zijn er verschillende interessante locaties voor handen waar deze aspecten worden behandeld. ■



BATAVIA *werf*

Wist u dat de Bataviawerf ook een hele mooi en geschikte locatie is voor zakelijke bijeenkomsten?

De Bataviawerf beschikt over meerdere zalen in de authentieke sfeer van de werf. U bent van harte welkom voor vergaderingen, productpresentaties, feesten en partijen en meer! Verschillende zalen bieden een behoorlijke capaciteit en uitgebreide mogelijkheden voor uiteenlopende gezelschappen.

Ook het werfterrein zelf kan omgetoverd worden tot een sfeervolle evenementenlocatie. Kampvuren, houten overkappingen, een borrel op de steiger of een diner op de Batavia in de sfeer van de 17de eeuw maken uw bijeenkomst tot een onvergetelijk samenzijn in een unieke ambiance.

De Bataviawerf geniet grote internationale faam door de reconstructie van het VOC-schip de Batavia eind jaren '90. De Gouden Eeuw en de grote rol die de Nederlandse scheepvaart daarin heeft gespeeld, spreekt zo'n kleine 400 jaar later nog steeds tot de verbeelding. De unieke locatie op Neerlands op het water gewonnen grond en de ondernemersgeest van de VOC, maken dit een inspirerende locatie voor uw bijeenkomst.

Oostvaardersdijk 01-09 - 8244 PA Lelystad
T: 0320-261409 - E: reserveringen@bataviawerf.nl
W: www.bataviawerf.nl

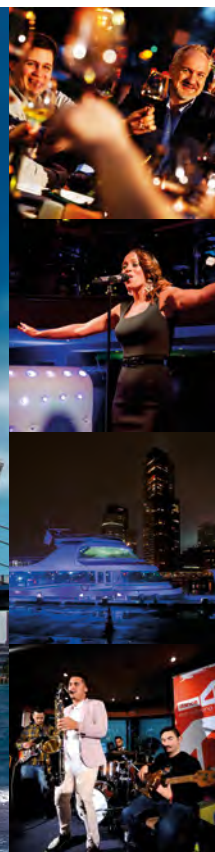


VARENDE EVENTS IN EEN STEEDS VERANDEREND DECOR

- Onze jarenlange ervaring garandeert u een geslaagd business event
- Mogelijkheden voor vergaderen, evenementen, bedrijfsfeesten, recepties en zakelijke bijeenkomsten op schitterende schepen
- Onze eigen catering verzorgt uw culinaire wensen tot in de puntjes
- Wij willen dat uw event slaagt of het nu voor 20 of 350 personen is



GA VOOR MEER INFORMATIE NAAR
ONZE WEBSITE **WWW.SPIDO.NL**
OF BEL **010 - 275 99 89**





Niets is maritiemer dan een event op het ss Rotterdam

Als voormalig vlaggenschip van de Holland-Amerika Lijn en cruiseschip heeft het ss Rotterdam al vele wereldzeeën bevaren. Beleef de authentieke en maritieme sfeer tijdens een weergaloos feest, inspirerend congres of bijeenkomst, de mooiste bruiloft, een luxe hotelovernachting of een culinair diner. Deze locatie maakt alles mogelijk waardoor een event aan boord van het ss Rotterdam iedere gast een unieke ervaring biedt.

Ontdek de onbegrensde mogelijkheden voor een maritieme meeting of event. Met 14 verschillende authentieke zalen en 16 meeting rooms voor vergaderingen is alles mogelijk. Combineer diverse zalen en maak indien gewenst gebruik van break-out rooms. De combinatie van culinaire topkwaliteit en gastvrije service op een locatie met een schitterend interieur maakt elk event tot een onvergetelijke happening. Het ss Rotterdam leent zich ook uitstekend voor een zakelijk verblijf. Huur een board-room of één van de luxe vergaderzalen en maak gebruik van alle faciliteiten van een locatie met hotelservice. Zakelijk of feestelijk, voor tien tot meer dan drieduizend

personen kunt u op het schip uw wensen en die van uw gasten in vervulling laten gaan!

Karakteristiek

Overnacht vóór of na uw meeting of event in één van de 254 karakteristiek ingerichte hotelkamers. Begin uw dag met een uitgebreid Internationaal cruise ontbijt in het Lido Restaurant, borrel 's middags in de Captains Lounge of Ocean Bar en sluit de avond af met een culinair diner in de Club Room. Geniet van april tot en met september op het terras met een werelds uitzicht op de Maas en de skyline van Rotterdam.

Ultieme maritieme beleving

Voor de ultieme maritieme beleving kunt u vanaf 1 april 2015 dagelijks tussen 09:00 uur en 20:00 uur gebruikmaken van de snelle watertaxi's die een vaste standplaats krijgen aan de zijde van het schip. Tegen een speciaal gereduceerd tarief kunt u van en naar het ss Rotterdam en van en naar een centrumlocatie worden vervoerd. Als u op zoek bent naar een unieke en leuke manier om met uw groep gasten, vrienden of familie het water van Rotterdam over te steken, dan kunt u ook gebruikmaken van De Tenders. Het ss Rotterdam is ook zeer goed bereikbaar met de auto en er is voldoende parkeergelegenheid op ons eigen parkeerterrein. ■

www.ssrotterdam.nl



CONFERENTIEHOTEL KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES

HOTEL

EVENEMENTEN

Twee unieke historische gebouwen voor al uw trainingen, vergaderingen, lezingen, congressen, bedrijfspresentaties en evenementen.

Dé ideale locatie midden in het land voor al uw dag- en meerdaagse bijeenkomsten.

- 25 zalen (grootste zaal voor 200 personen)
- 131 hotelkamers
- Gratis gebruik van WiFi, LCD-projector, flip-over en geluidsinstallatie
- MVO beleid beloond met Gouden Greenkey
- Gratis parkeren (+ oplaadpunt elektrische auto's)
- Wereldse buitenactiviteiten in eigen bos



Download onze App
iOS + Android



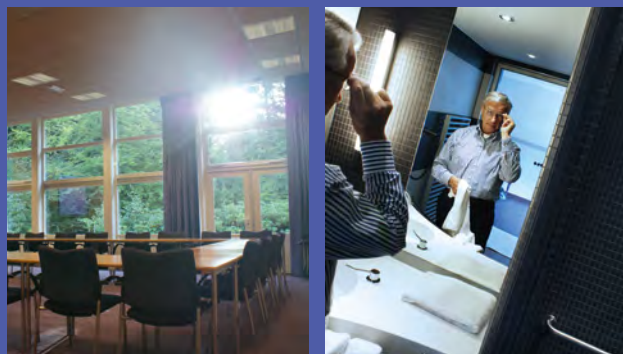
PROEFLOKAAL DE WERELD



Amersfoortsestraat 20, 3769 AS Soesterberg - Telefoon +31 (0)346 351755 - info@kontaktdercontinenten.nl - www.kontaktdercontinenten.nl



Duurzame ontmoetingen



Congrescentrum.com

DE WERELT
DENNENHEUL

Goed voor elkaar!

Wij ondernemen duurzaam en bewust, zonder concessies te doen aan kwaliteit en comfort. Met uw bijeenkomst ondersteunt u vakanties van Stichting Hetvakantiebureau.nl voor senioren en mensen met een functionele beperking.

De Wereld, Lunteren • (0318) 48 46 41 • 15 zalen (tot 600 personen) • 127 hotelkamers
Dennenheul, Ermelo • (0341) 56 86 00 • 3 zalen (tot 90 personen) • 32 hotelkamers



Anette Wezenberg

Sales Manager MICE
Apollo hotel en resorts

BLIJ!

Ze mailde me vlak voor Kerst, Kisa van den Berg van Travelmarketing. Of ik niet iets wilde schrijven wat mij inspiratie geeft en waar ik blij van word. Ze wordt altijd vrolijk van mijn verhalen over mijn belevenissen in Cuba op de vele reizen en events die ik heb georganiseerd. Een paar dagen later spreek ik Genevieve van der Vlugt, die al jaren in Cuba woont en in dit latino land de Nederlandse kunst van organiseren toepast. Samen hebben we veel events georganiseerd waarbij improviseren vaak voorop stond. Zo was er een bandje beloofd maar die waren opeens ziek (teveel Havana club rum?). Even later spring ik met Genevieve in de auto en plukken we op goed geluk enkele lokale muzikanten van straat. Zij speelden die avond hun aanstekelijke rumba, son en salsa waardoor 25 IT-mannen tot en met de chef uit de keuken op de dansvloer stonden. Kortom, één groot feest! Daar word ik nou blij van. Spannend wat de toekomst nu gaat brengen in Cuba ik hoop dat het zijn charme en authenticiteit zal houden.

Authentieke verhalen, mensen die niet uitgepraat raken over hun passie, die hun dromen volgen, deze bevrologenheid zoek ik telkens weer. Een mooi voorbeeld is Alie Doorten. In de Sabijnse heuvels, even buiten Rome, stichtte zij de Proprietà di Doorten. Zij ontdekte de bijzondere kwaliteiten van de Romeinse olijfoliecultuur in de Sabijnse olijfolie. Ze kocht jarenlang oude olijfbomgaarden en nieuw terrein dat ze met olijfbomen beplante. Sindsdien produceert zij haar eigen olijfolie die ze op de markt brengt onder het label San Mauro. Deze olijfolie leerde ik kennen door Richard Matulesky, de executive chef van restaurant Floor 17 in het Ramada Amsterdam Apollo Centre. Hij gebruikt de olijfolie vanwege zijn krachtige, licht bittere groene smaak. Mooi toch? Zulke verhalen toveren altijd weer een glimlach op mijn gezicht. Wat goed dat de hotellerie steeds meer producten van hoge kwaliteit maar met een verhaal in de restaurants gaan gebruiken. Ik hoop in het nieuwe jaar vele mensen te ontmoeten die hun passie volgen en hun dromen waar maken.

Wat goed dat er steeds meer producten van hoge kwaliteit en met een verhaal om ons heen komen. Geen massa maar oprechtheid en authenticiteit. Ik hoop in het nieuwe jaar bij alle MPI bijeenkomsten vele mensen te ontmoeten die hun passie volgen en hun dromen waar maken. Ter afsluiting deze toepasselijke quote.

“Sometimes our work feels small and insignificant, but remember a small ripple can gain momentum and build a current that is insurmountable.”

(Bron: wisdom quotes, author unknown)

KIES VOOR EEN
ERKENDE CONGRESBEDRIJF

Enkel met een erkend congresbedrijf bent u zeker dat uw evenement vlekkeloos verloopt.

UW BIJEENKOMST IN DE BESTE HANDEN

Congres- en Studiecentrum VNG DEN HAAG T: 070-3738458 F: 070-3738743 cs-vng.nl	Congresbureau Erasmus MC ROTTERDAM T: 010-7043878 F: 010-7044737 hetcongresbureau.nl	Congress by design HARMELEN T: 088-0898100 F: 088-0898109 congressbydesign.com	Congress Care 'S-HERTOGENBOSCH T: +31.73.6901415 F: +31.73.6901417 congresscare.com	Congress Company 'S-HERTOGENBOSCH T: +31.73-7003500 F: +31.73-7003505 congresscompany.com	CONGREX Holland AMSTERDAM T: 020-5040200 F: 020-5040225 congrex.com
Cygnea SCHOONHOVEN T: 0182-320126 F: 0182-320127 www.cygnea.nl	Groningen Congres Bureau GRONINGEN T: 050-3168877 F: 050-3126047 groningen-congresbureau.nl	Interactie EDE T: 0318-693501 F: 0318-693365 interactie.org	Klinkhamer Conference Management bv MAASTRICHT T: 043-3627008 F: 084-8387854 klinkhamer-cm.com	MCI-Eurocongress v.o.f. AMSTERDAM T: 020-6793411 F: 020-6737306 mci-group.com	Pauwels Congress Organisers MAASTRICHT T: 043-3218180 F: 043-3214370 pauwelspc.nl
PINO Evenementen & Congressen UTRECHT T: 030-2759626 F: 030-2759627 pino.nl	Status Plus Conferences WORMERVEER T: +31-75-6476370 F: +31-75-6476371 statusplus.nl	 congres- en vergaderclassificatie Postbus 62 - 5600 AB Eindhoven - T +31 40-84 82 836 info@vergaderkamer.nl www.vergaderkamer.nl			

Erkende Congresbedrijf werkt samen met MeetingReview

Stichting Het Erkende Congresbedrijf, ook wel bekend onder Vergaderhamers, besloot afgelopen jaar te stoppen met het zelfstandig verzamelen van reviews. De Stichting heeft gekozen voor aansluiting op het reviewmodel van MeetingReview: een specialistisch en onafhankelijk reviewplatform in de meetingbranche dat sinds vorig jaar actief is. Ton Soons van de Stichting: "Belangrijk voordeel van MeetingReview is de betrouwbaarheid van de reviews waarbij inloggen via Facebook of LinkedIn of een verplichte registratie een vereiste is." Locaties nemen gratis deel aan het reviewplatform en kunnen zichzelf aanmelden via de site. Locaties krijgen bij elke review een e-mailbericht en tevens de gelegenheid om online op reviews te reageren. Met het recent nieuwe puntensysteem van de vergaderhamers kan een accommodatie punten scoren door op de eigen site een kwaliteitsscore te vermelden. "We zijn verheugd met de samenwerking en de erkenning van ons reviewmerk", aldus Marco Kole van MeetingReview.



Vernieuwde eisen Congres- en Vergaderclassificatie

De Congres- en Vergaderclassificatie controleert op meer dan 140 aspecten waaraan de voorzieningen en services van congrescentra en meeting locaties voldoen. Accommodaties ontvangen daarvoor een keurmerk met 1 tot 5 vergaderhamers. Vanaf 1 januari 2015 zijn tientallen eisen vernieuwd. Oude eisen zijn geschrapt of aangepast aan moderne verwachtingen van boekers en bezoekers. Belangrijke algemene eisen zijn gebleven: bijvoorbeeld rond de betrouwbaarheid, veiligheid, staat van onderhoud, verzekering en vergunning van accommodaties. En ook veel eisen met betrekking tot zaalcapaciteiten, bereikbaarheid, bewegwijzering, comfort en zaalvoorzieningen zijn gebleven, al dan niet met iets andere formuleringen of grenswaarden. Een nieuwe eis is dat de website van de betreffende locatie zoveel mogelijk correcte informatie biedt. Die wordt voortaan op liefst tien punten gecontroleerd. Andere nieuwe eisen gaan over de parkeervoorzieningen, de zaalcapaciteiten, de aantallen, hygiëne en privacy van toiletruimten, de kwaliteit van de technische assistentie. Uiteraard stelt de classificatie de aangesloten bedrijven ruim in de gelegenheid om naar de nieuwe eisen aanpassingen te doen. Wat betreft de zaalhoogte worden accommodaties met lage plafonds daar niet langer op afgekeurd, maar worden zij voortaan verplicht om bij projectie de achterste rijen stoelen op een maximale afstand van het scherm te plaatsen, namelijk 6 keer de zaalhoogte min 7,5 meter. Dan staan lage zalen ook niet meer zo vol, een psychologisch en soms ook warmte-technisch probleem. Bij nieuwbouw zullen zalen dan voortaan ongetwijfeld plafondhoogten krijgen van minimaal een zesde van de zaallengte plus 1,25 meter. Dit gaat namelijk uit van dezelfde leesbaarheidseisen. www.vergaderhamer.nl



Vijf vergaderhamers Van der Valk Veenendaal

Na uitgebreide inspectie ontvangt het nieuwe Van der Valk Hotel in Veenendaal langs de A12 vijf vergaderhamers. Hiermee voldoet het hotel/vergadercentrum, volgens Het Erkend Congresbureau, de onafhankelijke partij voor classificatie van congres- en vergaderaccommodaties, aan de allerhoogste eisen voor congressen en vergaderingen. Om in aanmerking te komen voor de classificatie dient een accommodatie aan een grote lijst met eisen te voldoen. Er is een strenge regelgeving ten aanzien van onder andere capaciteitseisen, maximale bezetting per vierkante meter, daglicht, audiovisuele faciliteiten en horeca. Directeur Nick Timmers is erg blij met dit resultaat: "Tijdens de ontwerpfase een aantal belangrijke keuzes gemaakt die de classificering ten goede kwamen. Zo hebben we ervoor gekozen om alle 15 multifunctionele zalen te voorzien van daglicht, wanden zo goed mogelijk te isoleren van geluid en de formaten van de zalen hierop in te richten. Verder hebben we de zalen voorzien van de meest moderne audiovisuele apparatuur." Van der Valk Hotel Veenendaal opende de deuren officieel op 1 december 2014. Het hotel beschikt over 15 multifunctionele zalen voor zakelijke en feestelijke bijeenkomsten, 152 sfeervolle hotelkamers en fitness- en wellnessfaciliteiten. De congres- en vergaderclassificatie is een systeem waarbij door middel van een aantal vergaderhamers, variërend van 1 tot en met 5, de kwaliteit en capaciteit van een congresbedrijf worden aangegeven. Het register telt momenteel meer dan 125 accommodaties en 14 erkende congresorganisatiebureaus.



David Casalod (l), Veronique van Dooren (Directeur Bureau NVOG) en Daphne Kaaijk (r)

‘We functioneren als één team’

Twee keer per jaar organiseert Stichting Gynaecongres voor de Nederlandse Vereniging voor Obstetrie en Gynaecologie (NVOG) een tweedaags congres voor haar leden en andere geïnteresseerden uit het vakgebied. Sinds de organisatie van het eerste congres in 1994 werkt de stichting samen met PCO Status Plus. Maar net als de voorgaande congressen zullen ook het 47e en 48e congres in 2015 zeker geen routineklus vormen voor beide partijen. “We voeren al jaren onderling heel goede discussies over de vorm en de inhoud van het congres. Die kritische blik is ontstaan dankzij het feit dat we als één team functioneren”, aldus Yvonne Broer, congres-coördinator bij Stichting Gynaecongres.

De huidige Nederlandse Vereniging voor Obstetrie en Gynaecologie kent ruim 1600 leden (bijna 1000 gynaecologen, ruim 400 assistenten in opleiding en ruim 200 seniorleden) en ongeveer vijftig werkgroepen en commissies. Deze zijn ondergebracht in zogeheten koepels en pijlers. De koepels buigen zich over beleidsorganisatorische aspecten, terwijl de pijlers het inhoudelijke domein behartigen en vertegenwoordigen. Yvonne Broer is sinds 1997 congrescoördinator en eindverantwoordelijke voor

het tweedaagse Gynaecongres dat elk jaar in het voor- en najaar wordt georganiseerd. Dit doet zij onder andere samen met Ank Louwes die sinds 2008 als congresmedewerker bij deze bijeenkomsten betrokken is. “De eindverantwoordelijkheid van de organisatie van deze congressen ligt bij Stichting Gynaecongres”, vertelt Broer. “Het voorjaarscongres wordt echter elk jaar door één van de maatschappijen in het land mede vorm gegeven en wordt dus ook op een andere locatie gehouden. De eerste dag wordt door de

gastmaatschap ingevuld, terwijl de tweede dag voor rekening is van de NVOG.” Bij elk congres werken er twee koepels en twee pijlers mee aan de organisatie. Zij bepalen samen met Stichting Gynaecongres en de koepel Wetenschap welke onderwerpen er tijdens het congres aan bod komen en selecteren de sprekers en presentaties voor de plenaire en parallelle sessies. Daarnaast is er tijdens de congressen ook aandacht voor het onderzoek van jonge wetenschappers en kunnen leden de expositie van toeleveranciers en de algemene ledenvergadering bezoeken. Het najaarscongres vindt al vanaf 1995 plaats op Papendal, dat in het bezit is van vijf vergaderhamers. “De uitstraling van deze locatie sluit mooi aan bij onze vereniging”, zegt Ank Louwes. “Bovendien biedt Papendal als een van de weinige locaties genoeg ruimte voor zo’n 600 deelnemers en een expositie met 30 tot 35 stands.”

Vaste partner

Een ander vast element waar de NVOG elk jaar op kan rekenen, is de professionele ondersteuning van Status Plus. Deze PCO is in het bezit van het keurmerk Erkend Congresbedrijf en is sinds 1994 de organisatiepartner van het Gynaecongres. “Via ons online registratiesysteem komen de inschrijvingen van de deelnemers binnen en deze handelen wij verder af inclusief, eventuele hotelovernachtingen. Verder leveren we het online systeem voor het indienen, verwerken en finaliseren van de abstracts en tevens een systeem aan exposanten om hun stands en bijbehorende zaken te reserveren”, somt conference manager Daphne Kaaijk op. “Tevens denken we veel mee in de organisatie en desgewenst nemen we logistieke zaken op ons, zoals bijvoorbeeld het vervoer van deelnemers en buitenlandse sprekers, en werken we nauw samen met de NVOG tijdens de congresdagen zelf om alles in goede banen te leiden. Directeur-eigenaar David Casalod licht toe: “We zijn destijds als één van de eerste PCO’s met online congresregistratie aan de slag gegaan en plukken daar nu de vruchten van. Het grote voordeel is dat onze online systemen vanuit de praktijk ontwikkeld zijn en door onze PHP/web-ontwikkelaars in eigen dienst worden doorontwikkeld en onderhouden. Vorig jaar hebben we bovendien een volledig nieuwe release van ons registratiesysteem geïntroduceerd en deze wordt uiteraard ook voor de congressen van de NVOG gebruikt.”

Kritische blik

Stichting Gynaecongres spart ook op andere gebieden met Status Plus. Broer: “Ank en ik zijn bijvoorbeeld verantwoordelijk voor de inhoudelijke invulling, de communicatie, de financiën en de contacten met de sponsors en locatie. Maar we vragen Status Plus wel altijd om hier een kritische blik op te werpen en mee te denken. Ook hebben zij veel kennis over accreditatie, sponsors en de regelgeving op dit gebied. Zij schuiven zelfs aan bij inhoudelijke vergaderingen.” Casalod: “Eén van de grote voordelen ten opzichte van andere PCO’s is dat wij ook actief zijn in de



Verenigde Staten en vanuit ons kantoor aldaar het verenigingsbeheer en de congressen verzorgen van een aantal Amerikaanse medische verenigingen. In de Verenigde Staten wordt veelal de standaard bepaald voor wat betreft de accreditatie en regelgeving van bij- en nascholingsactiviteiten. Wij bemerken dat die kennis, ervaring en contacten goed van pas komen om snel op vragen en verzoeken van onze partners zoals de NVOG in te spelen.” “Status Plus houdt ons scherp en zij zorgen er mede voor dat de organisatie van de Gynaecongressen geen routineklus wordt”, voegt Louwes toe. “We spreken dan ook heel bewust van een partnerschap. Je bouwt een vertrouwensband met elkaar op.” “Die band ontstaat door heel open, transparant en waardevol te zijn en te blijven. Het is uiteindelijk een gezamenlijk project waar alle betrokken partijen zich voor de volle 100% voor inzetten. En dat levert uiteindelijk mooie congressen met tevreden congresgangers op”, aldus Casalod. ■

www.statusplus.nl - www.vergaderhamer.nl - www.nvog.nl



David Casalod en Yvonne Broer

Kies voor zekerheid

Kies voor accommodaties met een congres- en vergaderclassificatie

Bent u op zoek naar een vergader- of conferentie-accommodatie en wilt u van tevoren naast bijvoorbeeld de beschikbare capaciteit en toegankelijkheid ook weten welke kwaliteit er geboden wordt? Met de Congres- en Vergaderclassificatie kunt u het service- en kwaliteitsniveau van een locatie controleren dankzij het objectieve meetsysteem van 1 tot en met 5 hamers. De Congres- en Vergaderclassificatie maakt zich sterk voor het vergroten van de kwaliteit en professionaliteit van de branche, het onderscheiden van professionele bedrijven en het promoten van transparantie naar de gasten toe. U herkent de geclassificeerde accommodaties aan het logo, vergezeld van het aantal hamers dat een locatie heeft weten te behalen.



WWW.VERGADERHAMER.NL
WWW.VERGADERHAMER.BE

Postbus 62
5600 AB Eindhoven
T 040-84 82 836
info@vergaderhamer.nl



**Congres- & Vergadercentrum
Domus Medica**

Mercatorlaan 1200
3528 BL Utrecht
T 030 - 282 3248
E manager@domusmedica.nl
I www.domusmedica.nl/
vergadercentrum



**Postillion Hotel Utrecht
Bunnik**

Kosterijland 8
3981 AJ Bunnik
T 030-6569222
E hotel.bunnik@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com



**Beurs-World Trade Center
Congress & Event Center**

Beursplein 37
3011 AA Rotterdam
T 010 - 405 4462
E congress@wtcro.nl
I www.wtcrotterdam.nl



**WTC Congrescentrum
Leeuwarden**

Heliconweg 52
8914 AT Leeuwarden
T 058 - 294 15 50
E reserveringen@wtcexpo.nl
I www.wtcexpo.nl



Pullman Eindhoven Cocagne

Vestdijk 47
5611 CA Eindhoven
T 040- 232 6190
E H5374-RE2@accor.com
I www.accorhotels.com



Amsterdam RAI

Europaplein
1078 GZ Amsterdam
T 020 - 549 1722
F 020 - 549 1848
I www.rai.nl



Novotel Amsterdam City

Europaboulevard 10
1083 AD Amsterdam
T 020 - 541 1123
E h0515@accor.com
I www.novotelamsterdamcity.com



**Van der Valk Hotel
Middelburg**

Paukenweg 3
4337 WH Middelburg
T 0118 44 2525
E middelburg@valk.nl
I www.valkmiddelburg.nl



Golden Tulip Hotel Central

Burgemeester Loeffplein 98
5211 RX 's-Hertogenbosch
T 073-6926 926
E info@hotel-central.nl
I www.hotel-central.nl



FLEX Meeting Center

Maaltekouter 1
BE-9051 Gent
T +32 (0)9 241 94 61
E flandersexpo@artexis.com
I www.artexis.com



Hotel Zuiderduin

Zeeweg 52
1931 VL Egmond aan Zee
T 072- 750 2020
E sales@zuiderduin.nl
I www.zuiderduin.nl



Landgoed de Rosep

Oirschotsebaan 15
5062 TE Oisterwijk
T 013 - 523 21 00
E info@rosep.com
I www.rosep.com



Hotel Congrescentrum de Zeeuwse Stroom

Duinwekken 5
4325 GL Renesse
T 0111-462040
E info@zeeuwsestroom.nl
I www.zeeuwsestroom.nl



De Bonte Wever Assen

Stadsbroek 17
9405 BK Assen
T 0592 - 356 000
E info@debontewever.nl
I www.debontewever.nl



Kaap Doorn Conferentiecentrum

Postweg 9
3941 KA Doorn
T 0343 - 41 42 41
E info@kaapdoorn.nl
I www.kaapdoorn.nl



IBN Vergadercentrum

Hockeyweg 5
5405 NC Uden
T 0413 33 44 55
E vergaderen@ibn.nl
I www.ibn.nl/vergadercentrum



Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum

Woudenbergseweg 54
3707 HX Zeist
T 0343-492492
E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl



Congrescentrum Dennenheul

Paul Krugerweg 45
3851 ZH Ermelo
T 0341 - 56 86 00
E dh@congrescentrum.com
I www.congrescentrum.com



Theater & Congres Orpheus

Churchillplein 1
7314 BZ Apeldoorn
T 055 - 527 03 00
E info@orpheus.nl
I www.orpheus.nl



Landhuishotel De Bloemenbeek

Beuningerstraat 6
7587 LD De Lutte
T 0541 - 551224
E sales@bloemenbeek.nl
I www.bloemenbeek.nl



Congrescentrum De Werelt

Westhofflaan 2
6741 KH Luntenen
T 0318 - 48 46 41
E dw@congrescentrum.com
I www.congrescentrum.com



Stadsschouwburg De Harmonie

Ruiterskwartier 4
8911 BP Leeuwarden
T algemeen: 058 233 0 230
T events: 058 233 0 219
E evenementen@harmonie.nl
I www.harmonie.nl

BCN_{nl}

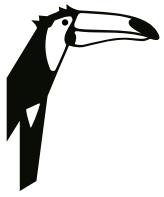
Business Centre Nederland

BUSINESS CENTRE NEDERLAND

Vergaderingen - Trainingen - Cursussen - Opleidingen - Workshops

congres- en vergaderclassificatie	congres- en vergaderclassificatie	congres- en vergaderclassificatie
BCN Utrecht	BCN Utrecht CS	BCN Rotterdam

BCN is uitgeroepen tot beste trainingslocatie en vergaderlocatie van het jaar!



VAN DER VALK BUSINESS

www.valkbusiness.nl



Van der Valk
Hotel Amersfoort-A1

Ruimtevaart 22
3824 MX Amersfoort
T 0334 540 000
E sales@amersfoort.valk.com
I www.hotelamersfoort1.nl



Van der Valk Hotel
Apeldoorn – de Cantharel

Van Golsteinlaan 20
7339 GT Apeldoorn
T 055 541 44 55
E sales@vandervalkapeldoorn.nl
I www.vandervalkapeldoorn.nl



Van der Valk
Hotel Arnhem

Amsterdamseweg 505
6816 VK Arnhem
T 026 482 11 00
E sales@vandervalkarnhem.nl
I www.hotelarnhem.nl



Van der Valk
Hotel ARA

Veerweg 10
3336 LM Zwijndrecht
T 078 623 17 83
E banqueting@hotelara.nl
I www.hotelara.nl



Van der Valk
Hotel De Bilt – Utrecht

De Holle Bilt 1
3732 HM De Bilt
T 030 6358736
E sales@bilschehoek.valk.com
I www.bilschehoek.valk.com



Van der Valk
Hotel Drachten

Lavendelheide 4
9202 PD Drachten
T 0512 52 07 05
E info@drachten.valk.nl
I www.hoteldrachten.nl



Van der Valk
Hotel Eindhoven -
o4o Congress & Events

Aalsterweg 322
5644 RL Eindhoven
T 040 211 60 33
E reservations@eindhoven.valk.com
I www.hoteleindhoven.nl



Van der Valk
Hotel Gilze-Rijen

Klein Zwitserland 8
5126 TA Gilze
T 0161 454 951
E receptie@hotelgilzerijen.nl
I www.hotelgilzerijen.nl



Van der Valk Hotel
Hilversum – de Witte Bergen

Rijksweg 2
3755 MV Eemnes
T 035 5395800
E sales@wittebergen.valk.nl
I www.hoteldewittebergen.nl



Van der Valk
Hotel Leusden-Amersfoort

Philipsstraat 18
3833 LC Leusden
T 0334 345 345
E sales@leusden.valk.com
I www.hotelleusden.nl



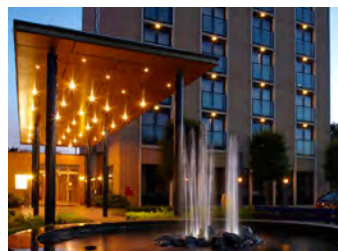
Van der Valk
Hotel Princeville Breda

Princenhagelaan 5
4813 DA Breda
T 076 522 60 55
E princeville@valk.com
I www.hotelprinceville.nl



Van der Valk
Hotel Uden-Veghel

Rondweg 2
5406 NK Uden (A50, afrit 14)
T 0413 799 010
E inforeserveringen@udenvegheh.valk.com
I www.hoteludenvegheh.nl



Van der Valk
Hotel Venlo

Nijmeegseweg 90
5916 PT Venlo
T 077 354 41 41
E banqueting@venlo.valk.com
I www.hotelvenlo.nl



Van der Valk
Hotel Volendam

Wagenweg 1
1145 PW Katwoude
T 0299 36 56 56
E sales@hotelvolendam.com
I www.hotelvolendam.com

kies voor zekerheid

KIES VOOR EEN ERKEND CONGRESBEDRIJF

Een **Erkend Congresorganisatiebureau** is een onafhankelijk bedrijf dat is gespecialiseerd in het organiseren van (inter)nationale congressen en meetings op een professionele basis. Zij bieden hoge kwaliteit en behoren tot de top in hun vakgebied en worden regelmatig door externe inspecteurs gecontroleerd.

Wanneer een bedrijf aan alle eisen voldoet mag het predikaat '**Erkend Congresbedrijf**' worden gevoerd. Erkende congresorganisatiebureaus bieden opdrachtgevers tal van zekerheden op elk gebied. De voorbereiding, organisatie, begeleiding, de afhandeling, ...

Enkel met een erkend congresbedrijf bent u zeker dat uw evenement vlekkeloos verloopt.

UW BIJEENKOMST IN DE BESTE HANDEN

Congres- en Studiecentrum VNG DEN HAAG T: 070-3738458 F: 070-3738743 cs-vng.nl	Congresbureau Erasmus MC ROTTERDAM T: 010-7043878 F: 010-7044737 hetcongresbureau.nl	Congress by design HARMELEN T: 088-0898100 F: 088-0898109 congressbydesign.com	Congress Care 'S-HERTOGENBOSCH T: +31.73.6901415 F: +31.73.6901417 congresscare.com	Congress Company 'S-HERTOGENBOSCH T: +31.73-7003500 F: +31.73-7003505 congresscompany.com	CONGREX Holland AMSTERDAM T: 020-5040200 F: 020-5040225 congrex.com
Cygne SCHOONHOVEN T: 0182-320126 F: 0182-320127 www.cygnea.nl	Groningen Congres Bureau GRONINGEN T: 050-3168877 F: 050-3126047 groningen- congresbureau.nl	Interactie EDE T: 0318-693501 F: 0318-693365 interactie.org	Klinkhamer Conference Management bv MAASTRICHT T: 043-3627008 F: 084-8387854 klinkhamer-cm.com	MCI-Eurocongress v.o.f. AMSTERDAM T: 020-6793411 F: 020-6737306 mci-group.com	Pauwels Congress Organisers MAASTRICHT T: 043-3218180 F: 043-3214370 pauwelspc.nl
PINO Evenementen & Congressen UTRECHT T: 030-2759626 F: 030-2759627 pino.nl	Status Plus Conferences WORMERVEER T: +31-75-6476370 F: +31-75-6476371 statusplus.nl				

congres- en
vergaderclassificatie



Postbus 62 - 5600 AB Eindhoven - T +31 40-84 82 836
info@vergaderhamer.nl - www.vergaderhamer.nl



De nieuwe WKR: wat verandert er?

Sinds 1 januari 2015 moeten alle werkgevers de nieuwe Werkkostenregeling (WKR) toepassen bij het geven van vergoedingen en verstrekken van zaken aan medewerkers. Vergeleken met de oude fiscale regels heeft de werkgever minder te maken met allerlei complexe bepalingen en administratieve verplichtingen. Wel kan hij nog steeds gebruik maken van veel mogelijkheden om eigen beleid op dit gebied te ontwikkelen.

We beperken ons hier tot de belangrijkste veranderingen ten opzichte van de tot 2015 geldende regels.

Loon

Volgens de Belastingdienst is loon “alles wat een werknemer krijgt op grond van zijn dienstbetrekking.” Het kan dus zijn dat daarvoor de bestaande arbeidsvoorwaarden moeten worden aangepast. Daarnaast stelt de Werkkostenregeling nieuwe eisen aan de financiële en salarisadministratie. Voor alle duidelijkheid: onder loon wordt naast geld, ook loon in natura verstaan.

Niet over al het loon moet belasting worden betaald, er is een zogenoemde vrije ruimte van 1,2% van de loonsom.

Tot vorig jaar was die vrije ruimte 1,5%. Binnen die vrije ruimte is noch door de werkgever, noch door de werknemer belasting verschuldigd over zaken of kosten die worden vergoed, verstrekt of ter beschikking worden gesteld. Daaronder vallen ook bonussen en eindejaarspremies. Wanneer de vrije ruimte geheel opgesoupeerd is, is de werkgever over alles wat daarboven wordt vergoed, verstrekt of ter beschikking gesteld, verplicht om daarover 80% eindheffing te betalen. Dit is met name van belang voor werkgevers met veel part-time werknemers en/of lage lonen, omdat de kosten in deze gevallen dan al snel worden gemaakt, en snel oplopen.

Loon in natura

Het zogeheten loon in natura wordt in de WKR op een nieuwe manier gewaardeerd. Die waarde mag niet meer worden vastgesteld op de besparingswaarde: het bedrag dat de werknemer door de verstrekking bespaart in vergelijking met het bedrag dat andere personen, vergelijkbaar met de werknemer, normaal gesproken zouden uitgeven aan de verstrekking.

De normbedragen voor loon in natura blijven grotendeels onveranderd, al is de waardering vereenvoudigd voor huisvesting en voor inwoning op de werkplek en van maaltijden die op de werkplek worden verstrekt. Worden deze maaltijden aangewezen als eindheffingsloon, dan hoeft niet meer per werknemer worden bijgehouden hoeveel maaltijden hij

of zij gebruikt. Bovendien hoeft geen aparte administratie worden bijgehouden van warme en koude maaltijden, alleen het totale aantal maaltijden dat vervolgens wordt vermenigvuldigd met het normbedrag dat daar voor staat.

Noodzakelijkheidscriterium

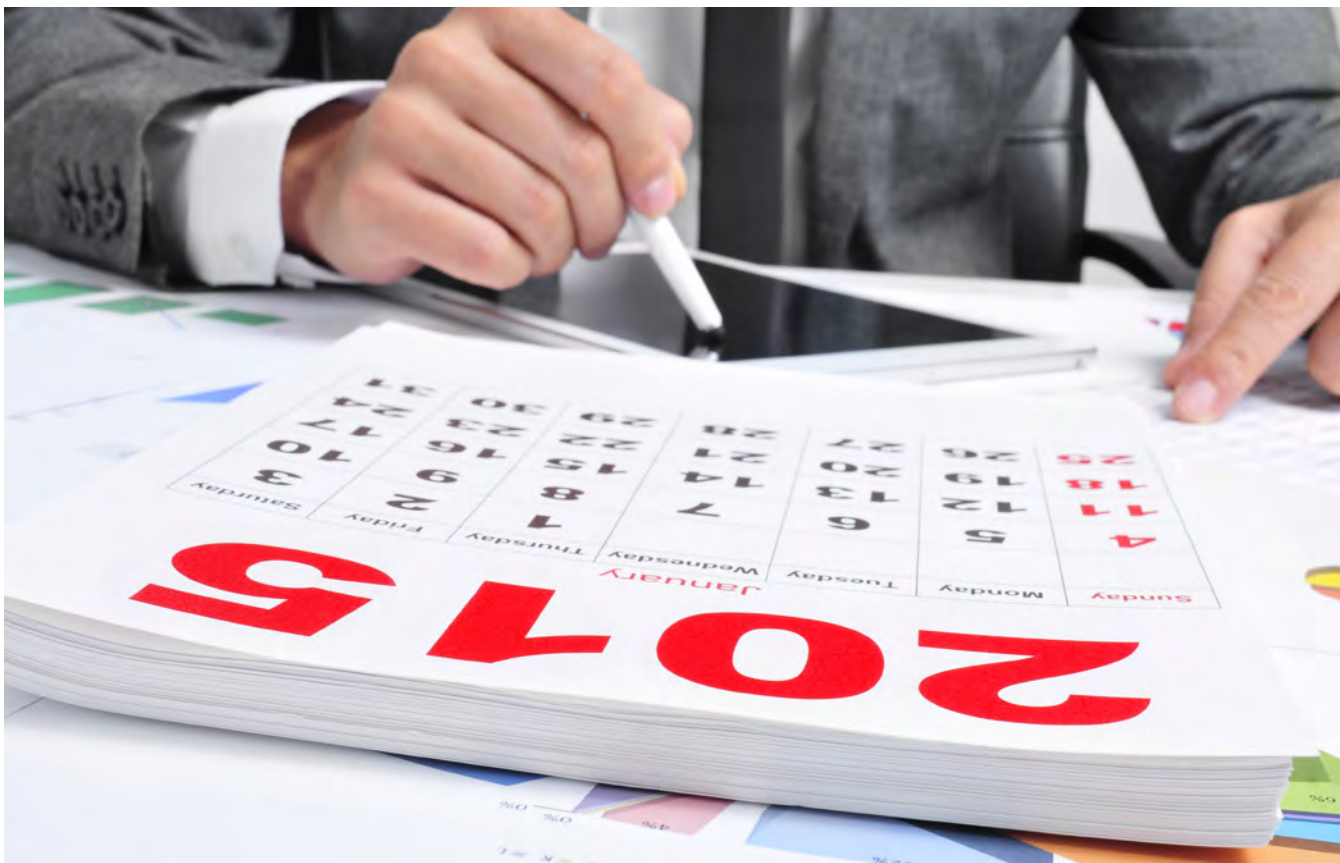
Voor veel beroepen hebben de werknemers bepaalde gereedschappen nodig om hun werk goed te kunnen doen. Dat 'goed' wordt in eerste instantie beoordeeld door de werkgever. Als hij dat noodzakelijk vindt (het zogeheten noodzakelijkheidscriterium), kan hij bijvoorbeeld bepaalde gereedschappen, computers (dus ook laptops en tablets), mobiele communicatie-apparatuur (smartphones) en dergelijke ter beschikking stellen aan de werknemer(s). Over deze spullen is dan geen belasting verschuldigd. Echter, als de werkgever de abonnements- en gesprekskosten van een privé mobiele telefoon vergoedt, dan komt die vergoeding nu nog ten laste van de vrije ruimte.

De werkgever heeft dus meer vrijheid vergeleken met de voorgaande regelingen. Dit zal echter ongetwijfeld tot discussies leiden met de Belastingdienst.

Producten uit eigen bedrijf

Voor korting op producten uit eigen bedrijf geldt vanaf 2015 een gerichte vrijstelling. Als de werkgever een werknemer een korting of vergoeding geeft bij de aanschaf van producten uit eigen bedrijf, dan is dit onder de volgende





voorwaarden gericht vrijgesteld:

- de producten zijn niet branchevreemd;
- de korting of vergoeding is per product maximaal 20% van de waarde van dat product in het economische verkeer;
- de kortingen of vergoedingen bedragen in 2015 samen niet meer dan € 500.

Voorzieningen op de werkplek

Tot 1 januari 2015 was alles wat de werkgever binnen de werkkostenregeling aan een werknemer verstrekt, vergoedt of ter beschikking stelt voor zijn dienstbetrekking, loon. Maar een aantal voorzieningen is op nihil gewaardeerd. Deze 'nihilwaarderingen' gaan niet ten koste van de vrije ruimte. Als voor deze voorzieningen een vergoeding in geld wordt betaald of de voorziening aan de werknemer wordt verstrekt (de werknemer wordt eigenaar), dan is er sprake van een belaste vergoeding of verstrekking.

Sinds 1 januari 2015 maakt het voor een aantal voorzieningen niet meer uit of deze vergoed, verstrekt of ter beschikking worden gesteld. Bovendien is de eis vervallen dat de arbovoorziening alleen op de werkplek gebruikt mag worden. In al deze situaties geldt een gerichte vrijstelling die niet ten koste gaat van de vrije ruimte. Het gaat om de volgende voorzieningen:

- arbovoorzieningen op de werkplek;
- arbovoorzieningen buiten de werkplek (bijvoorbeeld een medische keuring);

- hulpmiddelen die ook buiten de werkplek gebruikt kunnen worden en die de werknemer voor 90% of meer zakelijk gebruikt.

Berekening op concernniveau

Werd de eindheffing van de werkkostenregeling tot 2015 per werkgever berekend, sinds 1 januari 2015 mag deze eindheffing op concernniveau worden berekend. Binnen het concern wordt de vrije ruimte over het totale loon van het concern berekend. Dat kan voordelig zijn omdat zo de vrije ruimte van alle concernonderdelen benut kan worden. Het concernonderdeel met het hoogste fiscale loon moet eindheffing betalen over het bedrag dat boven de collectieve vrije ruimte uitkomt.

Uiterlijk bij de aangifte over het 1e tijdvak van het volgende kalenderjaar moet worden beslist of de concernregeling wordt toegepast.

1x per jaar toetsen

De werkgever heeft de vrijheid om of per aangiftetijdvak, of 1x per jaar de vrije ruimte te toetsen. In het geval dat aan het einde van het kalenderjaar blijkt dat de vrije ruimte is overschreden en er dus eindheffing moet worden betaald, moet dat uiterlijk bij de aangifte over het 1e tijdvak van het volgende kalenderjaar. De eindheffing mag ook per aangiftetijdvak worden aangegeven en betaald. ■

Meer info: www.belastingdienst.nl



**Mr. F.G.P.A.
(Fer) Verbeek FB**

Vennoot bij Rühl Haegens Molenaar
info@rhmwweb.nl - www.rhmweb.nl

De werkkostenregeling: tips en actualiteiten?

Elders in deze uitgave treft u een redactioneel artikel aan over de Werkkostenregeling (WKR). Daarin zijn de belangrijkste veranderingen weergegeven ten opzichte van de 'oude' regels. Ter aanvulling geef ik hieronder enkele tips en de actuele status van personeelsfeesten.

Vrijstellingen

In de WKR zijn behoorlijk wat vergoedingen en verstrekkingen vrijgesteld of op nihil gewaardeerd. Dat betekent concreet dat deze vrijstellingen/waarderingen onbelast zijn en gebruikt kunnen worden NAAST de vrije ruimte van 1,2% van de loonsom.

TIP: Door optimaal gebruik te maken van deze categorieën vergoedingen en verstrekkingen, blijft er zo veel als mogelijk over aan vrije ruimte. Een compleet overzicht hiervan kunt u vinden op de site van de Belastingdienst.

Een bijzonder onderdeel betreft de vrijstelling op basis van het noodzakelijkheids criterium. Op basis hiervan is het mogelijk gereedschappen, computers en mobiele communicatie-apparatuur onbelast te verstrekken. De genoemde goederen moeten wel noodzakelijk zijn voor de uitoefening van het werk. Met deze vrijstelling behoort de discussie over het verschil tussen een tablet en een telefoon dan ook definitief tot het verleden.

TIP: beoordeel of deze goederen voor een werknemer noodzakelijk zijn. Zo ja, dan kunt u ook deze verstrekkingen onbelast doen!

Voor toepassing van de vrijstellingen is van belang dat deze zijn 'aangewezen'. Aanwijzing kan plaatsvinden door deze vergoedingen en verstrekking op de juiste grootboekrekening in de administratie op te nemen.

TIP: een zorgvuldige administratieve vastlegging biedt dus fiscaal voordeel.

Personeelsfeesten/ACTUEEL

De Belastingdienst had het standpunt ingenomen dat personeelsfeesten die op de

eigen locatie (op de werkplek van de werknemer) werden gehouden onder de vrijstelling voor maaltijden en reis- en tijdelijke verblijfskosten vielen. Vindt het feest plaats op een externe locatie, dan zou volgens de Belastingdienst geen vrijstelling van toepassing zijn en zouden de kosten voor het feest in mindering komen op de vrije ruimte.

Ze recent zijn echter berichten verschenen dat de Belastingdienst de opvatting heeft bijgesteld en dat óók personeelsfeesten op een externe locatie vrijgesteld zijn. Dit betekent een verruiming van de vrije ruimte voor veel werkgevers!! Bij het schrijven van deze column was er nog geen officieel bericht van de Belastingdienst, maar alle tekenen zijn positief. Wij houden u op de hoogte via onze nieuwsbrieven en onze website.

Vrije ruimte

Na alle mogelijkheden voor vrijstellingen kan er nog 1,2% van de loonsom worden benut voor onbelaste vergoedingen en verstrekkingen. Zowel de werkgever als de werknemer hoeven hierover geen belasting te betalen. Komt de werkgever boven deze limiet, dan zal hij over het meerdere 80% eindheffing moeten betalen. Zaken die hier onder vallen, zijn onder andere de fiets van de zaak en kerstpakketten.

Een 'overschot' aan vrije ruimte kan niet worden overgeheveld naar volgende jaren.

TIP: indien u de vrije ruimte niet volmaakt, is het verstandig te oordelen of bepaalde bonussen, verjaardags- en eindejaarsuitkeringen binnen de vrije ruimte als vergoedingen kunnen worden uitgekeerd. Een dergelijke uitkering kan dan feitelijk gezien onbelast worden gedaan!

Tenslotte

Let erop dat voor de WKR de kosten INCLUSIEF BTW moeten worden vastgesteld.



Social media: nuttig of juist niet?

Volgens mensen die zeggen, er verstand van te hebben, moet je als ondernemer tegenwoordig alom aanwezig zijn op de social media. Want daarmee kun je je onderneming pas echt tot een succes maken. Maar is dat wel zo?

Wil je actief deelnemen aan het social media gebeuren, dan kost je dat een hele hoop tijd. Tijd die je waarschijnlijk veel beter kunt gebruiken. Vermijd dus de aanzuigende werking van de social media, en beperk je uitingen en aanwezigheid tot de kanalen die jouw doelgroep bereiken.

Meedoen in de social media kan heel veel lijken op het echte sociale leven: heel plezierig, veeleisend, verwarrend, raar... en het kan veel opleveren. Gewoonlijk echter, als we eenmaal van school af zijn, domineert dat sociale leven ons dagelijks bestaan niet meer. Dan komen mensen er achter dat er weliswaar wel iets van waarde zit in social media, maar dat ze de tijd die ze eraan besteden, moeten gaan beheersen. Met de komst van meer en meer verschillende social media-kanalen, en de intensiteit waarmee sommigen daarop actief zijn, kan het aantrekkelijk zijn om de handdoek in de ring te gooien en het hele zootje maar te vergeten. Maar zoals je moeder je dat jaren geleden al zei: je speelgoed verzamelen en naar huis toe gaan is niet echt de beste manier om om te gaan met frustraties die sociale situaties nu eenmaal met zich meebrengen.

Contacten

Je moeder had hoogstwaarschijnlijk nog een goede raad: kies je vrienden verstandig. Voor wat betreft de social media, is er ook wel iets voor te zeggen als het gaat om de contacten. Het is van essentieel belang dat je de beste social media kiest voor je contentmarketinginspanningen (en uitgaven) om het meeste rendement te halen uit de tijd die je eraan besteedt. In plaats van blindelings de meute achterna te hollen naar de social mediasite die op dat moment 'hot' is, kun je beter beginnen met een aanpak die je (achteraf gezien) beter ook op school had kunnen toepassen: waar is de hangplek waar ik mensen vind die dezelfde interesses hebben als ikzelf? Naarmate ons sociale leven ook volwassen wordt, realiseren we ons dat de definitie van de gewenste sociale groep niet voor iedereen dezelfde is. Je moet een goed inzicht hebben in wie je potentiële of bestaande klanten zijn en het soort content waar zij in geïnteresseerd zijn. Beperk vervolgens het social media speelveld door te bepalen waar zij (je doelgroep) zich hoogstwaarschijnlijk ophouden. We geven hier een kort overzicht van overwegingen voor het kiezen van het beste sociale netwerk (of meerdere) voor jouw onderneming.

Facebook is goed voor jou... als je een aanwezigheid in de gemeenschap (community) wilt opbouwen of een zo breed mogelijk netwerk wilt bereiken. Dit medium verliest al enige tijd wat aan populariteit onder de jongere gebruikers, maar met meer dan 70% van de online volwassenen die actief deelnemen aan Facebook, blijft het veruit de meest populaire mediasite. Het medium heeft niet alleen de meeste gebruikers, het is ook de vaakst gebruikte, waaruit blijkt dat het een zeer hoge mate van betrokkenheid heeft. Het kan natuurlijk zijn dat pure populariteit niet jouw primaire criterium



is. Aangezien de primaire reden van mensen om Facebook te gebruiken is, het contact te onderhouden met familie en vrienden, kan het best wel eens niet het meest ideale medium zijn voor jouw zakelijke boodschappen.

LinkedIn is goed voor jou... als je actief bent in de B2B of in een andere branche of rol waarin je nuttige inzichten kunt bieden aan mensen die nadenken over hun werk, zakelijke relaties willen opzetten, of op zoek zijn naar een andere baan. Hoewel LinkedIn probeert zijn informatievoorziening te verbreden, gebruiken de meeste mensen het voor hun werk, dus is het een optimaal medium voor zogeheten 'peer networking' en branche-specifieke informatie. Gezien het hoge inkomens- en opleidingsniveau van de gemiddelde LinkedIn-gebruiker, biedt het een specifiek publiek dat de moeite waard is, te benaderen – met de juiste boodschap.

Pinterest is goed voor jou... als je actief bent in een zeer visueel ingestelde branche met klanten die zich natuurlijk willen presenteren middels beelden. Het kan echter ook werken in gebieden die je niet in eerste instantie als visueel zou aanmerken. Denk aan je publiek en hun interesses. Is het waarschijnlijk dat zij beelden verzamelen op basis waarvan zij hun beslissing tot aankoop van een product of dienst baseren? Zijn ze uitermate geïnteresseerd in een onderwerp dat visueel gepresenteerd kan worden? Gezien de populari-

teit van Pinterest onder de vrouwelijke gebruikers, is het ook de plek waar je moet zijn als dat je doelgroep is. Inspireer en informeer hen op Pinterest en je kunt echte betrokkenheid creëren.

Twitter is goed voor jou... als je zowel mannen als vrouwen wilt bereiken, met name jongeren. Het is ook een zeer populair medium onder de zogeheten 'informatie junkies', dus als je onderneming zich leent voor het leveren van actueel nieuws of nieuwe inzichten, is Twitter een uitstekende keuze. Net zoals Facebook is Twitter effectiever wanneer het een tweeweg-platform is waarop je antwoordt op en betrokkenheid toont met volgers.

Instagram is goed voor jou... als, net zoals bij Pinterest, je activiteiten een visueel aspect hebben waar je klanten in geïnteresseerd zijn. Het is interessant om te zien dat de gebruikers van dit medium ook vaak op Twitter actief zijn, dus het kan goed functioneren als een-tweetje. Gezien de populariteit van Instagram bij specifieke etnische groepen en bij stadsbewoners, kan het een goede keuze zijn voor een specifieke doelgroep.

Een andere, iets minder populaire, visueel ingestelde website is Tumblr. Volgens Business Insider, een Amerikaanse website voor zakelijk en technologisch nieuws, trekt Tumblr

over het algemeen een jonger en minder rijk publiek. BI keek ook naar Google, en kwam tot de conclusie dat dit redelijk gedomineerd werd door mannelijke gebruikers. Google heeft enkele interessante social community tools zoals 'hangouts' die de moeite waard zijn om te bekijken als je zeer interactieve kansen wilt creëren.

Bovenstaande informatie heeft je hopelijk geholpen bij het overwinnen van je stress met betrekking tot zakelijke deelname aan social media, en kun je nu het platform kiezen dat de communicatie van jouw onderneming het beste kan ondersteunen. Dat houdt in: het vinden van je klanten waar ze ook zijn, en hen benaderen met de juiste content, hetzij origineel of verzameld over nieuws, entertainment, sport of andere vertrouwde bronnen. Maar het betekent ook: realistisch zijn over wat ze bereid en in staat zijn, te doen als het gaat om interactie. Social media zijn, per slot van rekening, tweeweg-kanalen, dus je moet deelnemen aan conversaties die enig nut hebben voor jouw klanten en je onderneming.

Risico's

Social media kunnen ook een gevaar opleveren: als er iemand niet tevreden is over een product of dienst van jouw onderneming, en die zet dat op één van de social media, dan kun je een groot probleem hebben. Menige winkel heeft nog

wel eens het bordje hangen met de tekst: "Bent u tevreden, vertel het anderen; heeft u klachten, vertel het ons." Helaas gaat dat tegenwoordig vaak niet meer op: men 'vertelt' het direct op de social media. En dan kan die – al of niet terecht – klacht een geheel eigen leven gaan leiden. Dat kan grote gevolgen hebben voor je onderneming, want het internet is wat dat betreft genadeloos: als iets er eenmaal op staat, is het heel moeilijk, zo niet onmogelijk, het er weer af te krijgen. Een negatieve opmerking of recensie is heel moeilijk te weerleggen, het lijkt al gauw op een uitvlucht of gezocht, dus zwak excuus.

Resultaat

Geen enkel medium kan garanderen dat een advertentie of andere uiting waarmee je je doelgroep probeert te bereiken, een bepaald resultaat oplevert. Wat wel zeker is, is dat als je je niet presenteert, je niets verkoopt. Je moet dus wel iets aan publiciteit doen, en de social media kunnen in dat geval een mogelijkheid zijn. Maar ook daarvoor geldt: geen garantie voor omzet, hoeveel volgers of Likes je ook krijgt. Het enige wat je kunt doen, is de kopende klant vragen hoe hij jou heeft gevonden. Probeer dat bij te houden, en op te splitsen naar bron. Zo kun je bepalen wat voor jou werkt – en wat niet. ■





B&B's in Nederland 36 % goedkoper dan hotel

Bed & breakfasts in Nederland zijn 36 % goedkoper dan hotels. In 2014 betaalden reizigers gemiddeld Euro 121,- voor een hotelovernachting in Nederland. De gemiddelde prijs van een overnachting inclusief ontbijt in een B&B in Nederland bedraagt Euro 77,85. In de populaire steden zijn de prijsverschillen kleiner, blijkt uit cijfers van Bedandbreakfast.nl. Van acht Nederlandse steden zijn de prijzen vergeleken. Het betreft een vergelijking van de gemiddelde hotelkamerprijs in 2014 versus de actuele gemiddelde B&B kamerprijs op Bedandbreakfast.nl. In topbestemming Amsterdam is een bed & breakfast bijna tien procent goedkoper dan een hotel. In Eindhoven loopt het prijsverschil op tot 28 %. In de praktijk is het prijsverschil tussen een hotel en een B&B groter. Bij hotels moet vaak worden bijbetaald voor extra diensten, zoals het ontbijtbuffet (gemiddeld Euro 14,- per persoon) en Wi-Fi. De kamerprijs van een bed & breakfast is bijna altijd inclusief ontbijt en Wi-Fi is meestal gratis. Bedandbreakfast.nl is de grootste B&B-website van Nederland met meer dan 18.000 B&B-kamers en appartementen in Nederland. Bedandbreakfast.nl is onderdeel van Bedandbreakfast.eu, de grootste bed & breakfast-website wereldwijd met ruim 1,4 miljoen B&B-kamers en appartementen. Beide websites worden beheerd door Bed & Breakfast Europe B.V., een Nederlands bedrijf gevestigd in Eindhoven.

Operatie in 3D tijdens internationaal congres vaatchirurgen

Tijdens de European Vascular Course in het Maastrichtse congrescentrum MECC werden op maandag 9 maart bijzondere, medische 3D-opnamen vertoond van diverse vaatchirurgische ingrepen. De driedimensionale beelden van onder andere een aorta-vervanging en een aderreconstructie vormden het hoogtepunt van de driedaagse conferentie. Ongeveer 1.800 internationale vaatchirurgen bezochten het congres dat werd georganiseerd door prof. Michael Jacobs, directeur van het Hart & Vaat Centrum van het Maastricht UMC+. De European Vascular Course (EVC) is een jaarlijks terugkerend congres waar de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van vaatchirurgie worden gepresenteerd. Deelnemende chirurgen van over de hele wereld komen voor het evenement naar Maastricht voor training en educatie. Initiatiefnemer Jacobs is een internationaal gerenommeerde vaatchirurg en organiseerde het evenement voor de 19e keer, met dit jaar een bijzonder programmaonderdeel. Om de bezoekers een indruk te geven van diverse complexe, vaatchirurgische ingrepen is speciaal voor de gelegenheid een 3D-film geproduceerd. De beelden zijn onder andere opgenomen tijdens een zogenoemde aorta-reconstructie. Deze operatie wordt als één van de meest complexe chirurgische ingrepen beschouwd, waarbij de grote lichaamslagader wordt vervangen door een kunststof exemplaar. In totaal konden duizend bezoekers de 3D-sessie bijwonen in het MECC. Een unicum voor het Maastrichtse congrescentrum.



Renovatie slothotel Monrepos begonnen

Begin dit jaar is onder regie van de familie Finkbeiner, huurders van het etablissement en bekend van Traube Tonbach, de renovatie begonnen van het slothotel op het domein Monrepos bij het zuid-Duitse Stuttgart. De heropening van het hotel staat gepland voor begin juni. Het pand, dat stamt uit eind jaren '60, wordt in de komende maanden compleet gerenoveerd, en ook zowel architectonisch als qua energievoorziening aangepast aan de moderne eisen. De Hofkammer van het Haus Württemberg, eigenaar van het pand, investeert circa zes miljoen euro om het viersterrenhotel in het historisch rijke domein te transformeren in een modern toeristen- en congreshotel. Terwijl het hotel vanwege de werkzaamheden tijdelijk gesloten is, gaan de gastronomische activiteiten in de herberg van het landgoed gewoon door, evenals de bijeenkomsten in het congresgedeelte en het kasteel aan het meer. Samen met twee suites biedt het hotel na de renovatie 77 kamers. Op de plek van het zwembad ontstaat bovendien een grote eetzaal, waarvan de glazen wanden rondom uitzicht bieden op het groen buiten. Een nieuwe fitness- en wellnesszone met Panoramasauna en stoombad vormen de afronding van het aanbod.

ALPH

Conservatorium Hotel

De meest luxe huiskamer van Amsterdam



Conservatorium Hotel

De meest luxe huiskamer van Amsterdam

Midden in het culturele en modeminnende hart van Amsterdam ligt het Conservatorium Hotel. Dit hotel is in korte tijd uitgegroeid tot een van de meest bijzondere hotels van Amsterdam. Dit heeft niet alleen te maken met de ligging en de locatie zelf, maar ook met de persoonlijke service.

Wie graag een bezoek brengt aan het Museumplein in Amsterdam, kan ook niet om het Conservatorium Hotel heen. Gevestigd in het kantoor van de voormalige Rijkspostspaarbank uit 1897 naar een ontwerp van architect Daniel Knuttel, ligt dit statige pand tegenover het Stedelijk Museum. In 1983 kreeg het imposante bakstenen gebouw met neogotische elementen een nieuwe functie toen het Sweelinck Conservatorium er zijn intrek nam. In 2008 werd het pand aangekocht door de internationale hotelcollectie The Set. Samen met Hotel Café Royal in Londen en

Over het Conservatorium Hotel

- 129 kamers, waarvan 40% duplex (deluxe kamers en 16 verschillende soorten suites)
- 329 vierkante meter aan meeting & event ruimte, verdeeld over 6 zalen
- Taiko & Tunes Bar by Schilo
- Brasserie & lounge
- Van Baerle Shopping Gallery met 6 in pandige boetieks in het verlengde van de nabijgelegen P.C. Hooftstraat (oa Skins Cosmetics, Meraki, La Casa del Habano en Bonebakker)
- 1.000 vierkante meter Akasha Holistic Wellbeing Centre inclusief ontvangstruimte, zwembad, fitnesszaal, yogastudio en diverse behandelruimtes
- Green Globe certificering

Hotel Lutetia in Parijs vertegenwoordigen deze drie luxe hotels in de betreffende stadscentra een unieke combinatie van historie en een moderne inrichting met een sterke couleur locale.



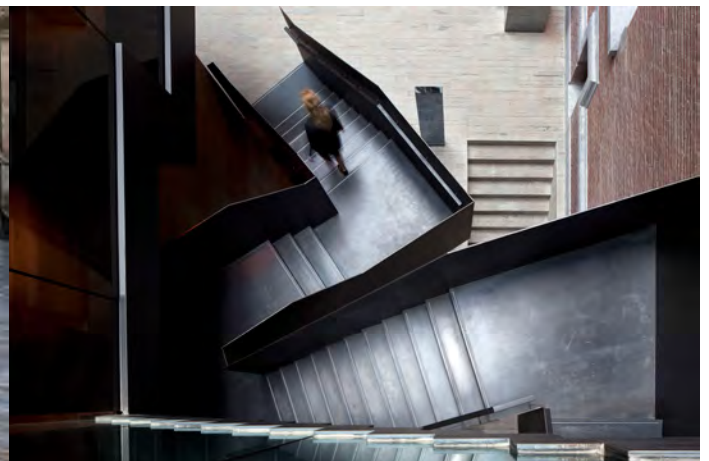
Amsterdamse hotspot

Bij het Conservatorium Hotel is dit volbracht door de Italiaanse architect en interieurontwerper Piero Lissoni. Hier realiseerde hij op de binnenplaats een twintig meter hoog glazen atrium. In deze constructie van zwart staal en glas zijn de lobby en De Brasserie gevestigd. In de lobby annex loungeruimte heerst dankzij de combinatie van strakke daybeds en comfortabele meubels, Aziatische tapijten en vitrines met porselein, aardewerk en kleine kunstobjecten een relaxte huiskamersfeer. “Onze loungeruimte is uitgegroeid tot een echte hotspot, waar niet alleen onze hotelgasten maar ook bezoekers van buitenaf graag vertoeven”, vertelt Associate Director of Sales Stephanie Rudy. “Dat is mede te danken aan het feit dat het gebouw vanwege haar lange historie zo verbonden is met dit stadsdeel.”

Kleuraccenten

De kenmerkende stijl van Lissoni is ook terug te zien in de zes vergaderruimtes die in een constructie van glas en zwart staal boven de entree zijn ondergebracht. De Harmony room bevindt zich op de tweede verdieping en biedt dankzij de glazen wanden een fraai uitzicht over het atrium. In deze ruimte komen de houten vloer en de basistinten grijs, zwart, bruin en beige goed terug die Lissoni overal in het hotel heeft verwerkt. “Deze ruimte is mede vanwege het uitzicht zeer geliefd als private dining ruimte”, vertelt Meeting & Events Manager Mariska Denkers. “Je hebt de nodige privacy, maar maakt toch onderdeel uit van het hotel.” Ook de Symphony room op de derde etage is van deze elementen voorzien. Op de vijfde verdieping bevinden zich vier boardrooms van verschillende oppervlakten. De namen verwijzen naar de kleuraccenten die in de ruimtes terugkomen. Rudy: “Onze locatie spreekt enorm tot de verbeelding. We hebben bijvoorbeeld al veel modereportages en -shows





mogen hosten. Maar ook bedrijven en overheidsinstellingen komen hier graag voor productlanceringen, vergaderingen en evenementen.” Wat betreft de culinaire invulling van de bijeenkomst is er veel mogelijk. In de zalen vinden regelmatig private dinners plaats, maar ook lunchen of dineren in De Brasserie in het atrium tussen de locals is mogelijk. Van een assortiment aan sushi en tapas en champagne en cocktails, waaronder de signature drink Gin Tonic, kan je genieten in de Tunes Bar. Restaurant Taiko by Schilo is Aziatisch georiënteerd. Maaltijden en culinaire tussendoortjes kunnen naar wens op maat worden aangeboden en worden met zorg en in samenspraak met chef-kok Schilo van Coevorden samengesteld.

Contrast

Het ontwerp van Lissoni vormt een sterk, maar geslaagd contrast met het historische pand van Knuttel. Elementen zoals de originele stenen vloer, de tegels met Jugendstil-motieven en spaarvarkentjes op de muren, de gewelven en de glas-inloodramen zijn volledig gerestaureerd. Grote, zwarte deuren bieden toegang tot de ruime en modern ingerichte kamers die zijn uitgerust met diverse state of the art snuffjes. Zo kan je vanuit bed elektrisch de gordijnen bedienen. Ook het Holistic Wellbeing Centre Akasha van 1.000 vierkante meter is een aanrader. “Vanwege deze verscheidenheid aan faciliteiten is er heel veel mogelijk in het hotel. Maar naast de bijzondere locatie speelt ook de persoonlijke service volgens Rudy en

EARLY BIRD promotie

De aanbieding is geldig in zowel Hotel Café Royal als het Conservatorium Hotel:

- U kunt kiezen uit 15% korting op de huur van de vergaderruimte of 10% korting op het meeting pakket.
- Ontbijt is inbegrepen voor eenpersoonsgebruik per kamer
- Een gratis kamer voor elke 20 bevestigde kamers

Voorwaarden:

Geldig tot en met 30 december 2015. De aanbieding is beschikbaar voor bevestigde groepen met ondertekende overeenkomst tenminste vier maanden vóór de datum van de aankomst van de groep. Deze promotie is afhankelijk van beschikbaarheid en niet gedurende het gehele jaar beschikbaar.

Denkers een belangrijke rol. “We stellen altijd een ‘dedicated person’ aan zodat bijeenkomsten door ons persoonlijk kunnen worden begeleid”, zegt Denkers. “Zelfs onze chef-kok wordt persoonlijk betrokken bij de bijeenkomsten.” “Op die manier kan je echt iets neerzetten en je gasten een unieke ervaring meegeven. De vele eventplanners die hier te gast zijn geweest kijken terug op een waanzinnig evenement op een unieke locatie”, aldus Rudy. ■



EvenementContact

Zeer geslaagde beurs

Meeting Magazine Award: Wie wint dit jaar - **event 15: Wat je wil, wanneer je dat wil** - IMEX: Groei - **MPI NL Conference 2015**



Attractiepark Toverland

Betoverende locaties voor personeel en families

Het nieuwe jaar is weer begonnen en het zal een magisch jaar gaan worden! Met twee nieuwe locaties, een nieuwe gezinsattractie en nieuwe themafeesten zijn er genoeg redenen om dit jaar uw personeelsfeest of familiedag bij Toverland te organiseren.

Attractiepark Toverland, volgens Zoover, het beste attractiepark van Nederland in 2014, biedt naast meer dan 30 attracties ook mogelijkheden en arrangementen voor elke gelegenheid en groepsgrootte. Ook zijn er diverse sfeervolle ruimtes die zowel overdag als 's avonds exclusief gehuurd kunnen worden. Voor grote groepen bestaat zelfs de mogelijkheid om het hele park af te huren!

Steeds meer bedrijven organiseren een familie of relatiedag

Hoewel organisaties nog vaak een bedrijfsborrel voor de medewerkers en hun partner organiseren, kiezen steeds meer bedrijven voor een evenement waarbij ook de kinderen van de

werknemer welkom zijn of nodigen zij zakenrelaties met hun gezin uit. "Enkele jaren geleden was er nog echt een scheiding tussen ons aanbod overdag en 's avonds", vertelt Tamara Thijssen van Toverland Events. "Overdag was het park geopend voor families en aan het einde van de middag en 's avonds organiseerden we bedrijfsfeesten. Maar dat is al lang niet meer zo. We hebben nog steeds veel avondfeesten, maar daarnaast merken we dat de vraag naar evenementen overdag toeneemt. Bedrijven vinden het belangrijk om het hele gezin bij de bedrijfsuitjes of relatiedagen te betrekken. Zo creëer je meer binding. Voor de werknemers en relaties is het bovendien prettig dat het evenement niet ten koste gaat van de tijd met het gezin." ■

Zakelijke highlights van Toverland

Katara Plaza

Locatie: in het nieuwe buitengebied de Magische Vallei. Binnen en buiten locatie met een buitenterras met openhaard.

Topattracties

Spectaculaire achtbanen en spannende attracties: uw themafeest is niet compleet zonder het beste wat Attractiepark Toverland te bieden heeft.





'Leukste bedrijfsuitje 2015'

Wie wint dit jaar?

In navolging van de Meeting Magazine Award voor de leukste zakelijke dagattractie in 2013 en het leukste bedrijfsuitje in 2014, zal deze Award dit jaar wederom worden uitgereikt aan het leukste bedrijfsuitje.

Danny Toonen, de drijvende kracht achter dit initiatief, legt uit waarom voor dit bekende thema is gekozen. "Graag willen we deze award de kans geven om verder uit te groeien tot een prijs met meerwaarde voor het bedrijf of de locatie die deze award in de wacht sleept." Maar dit is niet de enige reden waarom Toonen voor de kracht van herhaling heeft gekozen. "Tot mijn verrassing is de Meeting Magazine Award zelf ook in de prijzen gevallen. Onze verkiezing 'Leukste Bedrijfsuitje 2014' heeft door het succes van afgelopen jaar zelf een verkiezing gewonnen. Het gaat om de 'Verkiezing van de leukste verkiezing', een initiatief van Vote Company." Meer details waren bij het ter perse gaan van deze editie nog niet bekend. De laatste updates leest u op www.meetingmagazine.nl.

Wat betreft de verkiezing 'Leukste Bedrijfsuitje 2015' kunt u zich vanaf editie 2 die in mei zal verschijnen nu al inschrijven. De winnaar wordt bekend gemaakt

in de november-editie. Locaties en bedrijven die de winnaar van vorig jaar willen evenaren, kunnen zich inschrijven voor de Meeting Magazine Award door een mail te sturen naar Danny Toonen via danny@vanmunstermedia.nl. Aanmelden kan tot en met 12 juni.

Vanaf 15 juni kunt u als lezer en boeker stemmen via de website award.meetingmagazine.nl van Meeting Magazine. De premium accounts met uitgebreide informatie over de aangemelde locaties zijn vanaf 15 juni al op award.meetingmagazine.nl te bekijken. Stemmen kan eveneens via award.meetingmagazine.nl of via de website van uw favoriete deelnemer door op de daar geplaatste banner van de Meeting Magazine Award te klikken. De award zal in oktober persoonlijk uitgereikt worden aan de winnende locatie.

Tot die tijd vindt u tot en met september in elke editie van Meeting Magazine nieuwe pitches met bijbehorende foto's van de aangemelde locaties. Op award.meetingmagazine.nl en in de nieuwsbrief wordt de tussenstand bijgehouden en kunt u het laatste nieuws over de locaties lezen. ■

Deze locaties wonnen de Meeting Magazine Award

Efteling, winnaar leukste zakelijke dagattractie 2013

"Dit is voor ons een bevestiging dat wij op de goede weg zijn", aldus Nicole Scheffers, manager Sales & International van de Efteling. "Het merendeel van de zakelijke markt is er wel van op de hoogte dat je hier terecht kunt voor zakelijke bijeenkomsten, maar dat wij ook uitstekende mogelijkheden bieden voor het organiseren van bijvoorbeeld een groot congres, daar is nog niet iedereen mee bekend."

Toverland, winnaar leukste bedrijfsuitje 2014

"Dit is voor ons een erkenning dat wij goed aan de weg aan het timmeren zijn, maar ook dat we veel tevreden gasten hebben en steeds zichtbaarder zijn", aldus Tamara Thijssen en Jeanine Theeuwen van de afdeling Sales bij Toverland Events. "We hebben ontzettend veel leuke reacties ontvangen op het winnen van de Meeting Magazine Award. Ook intern zijn we door heel veel collega's gefeliciteerd!"



Wat je wil, wanneer je dat wil

Wie op 1 of 2 april (dat bepaal je uiteraard zelf) naar Jaarbeurs Utrecht komt, kan ervaren hoe er door de evenementenbranche met de veranderende media- en informatieconsumptie van de nieuwe generatie wordt omgegaan. “De generatie Y is opgegroeid met de ongekende mogelijkheden van internet en laat zich bijvoorbeeld niet leiden door de tijdstippen die Hilversum bedenkt voor hun favoriete programma’s”, licht Marc Liethof, organisator van event 15, toe: “Ze bepalen zelf wanneer ze een programma kijken en dankzij de toegenomen snelheden en bandbreedtes ook waar en hoe.”

Crowd sourced en On Demand

De beurs event 15 speelt hier zelf op in door op diverse onderdelen een On Demand of crowdsourced element in te bouwen. In de aanloop naar de beurs konden (potentiële) bezoekers van de beurs zelf suggesties doen voor een

keynotespreker. De suggesties zijn op de website geplaatst en de spreker met de meeste stemmen is uiteindelijk opgenomen in de programmering van de beurs. Wat je wil, wanneer je dat wil komt ook terug in concepten van diverse standhouders die de bezoekers zelf laten bepalen wat je wil zien, ruiken, horen of ervaren.

In de collegebanken

De afgelopen jaren is er door de beurs event veel geïnvesteerd in het aanbieden van een hoogwaardig inhoudelijk programma. Ook deze editie staan er, in samenwerking met partners als EventPlatform, speaQable en Locatie Platform Nederland, weer diverse topsprekers op het programma. In de ruimte die de sfeer ademt van een universiteit als Stanford of Berkeley neemt Steven van Belleghem, auteur van ‘When digital becomes human’, je mee naar de toekomst van digitale marketing en legt hij uit hoe je de juiste balans kan vinden tussen de ongekende mogelijkheden van geautomatiseerde communicatie en een persoonlijke, menselijke benadering. Ook Fons de Poel vraagt zich af of de menselijke maat in communicatie niet zoek is en kiest de journalistieke benadering met sprekers, korte reportages en verrassende invalshoeken op



zoek naar het rendement van een zinvol event. Voor een compleet overzicht van het programma kan je terecht op de website van event 15; event.nl

Young Professionals

Ook de generatie Y zelf is welkom op de beurs. Speciaal voor laatstejaars-studenten en starters in de evenementenbranche wordt Young Professional Program georganiseerd. Het programma trapt af met een inspirerende, plenaire keynote over innovatiekracht door Sander Dullaart. Daarna volgen een viertal breakouts waarbij onder andere netwerken en de logistieke operatie van een grootschalige eventlocatie aan de orde komen. Uiteraard staat ook een bezoek aan de beursvloer op het programma en wordt er afgesloten met een netwerkborrel om elkaar en toekomstige branchegenoten te leren kennen. Voor het Young Professional Program zijn nog enkele plaatsen beschikbaar.

Gratis toegang

Voor iedereen die zich vakmatig bezig houdt met de organisatie van events, meetings en congressen zijn een bezoek aan de beurs event 15 en vrijwel alle kennissessies gratis bij voorregistratie. Ga daarvoor naar de website event.nl. Tijdens de beursdagen zelf kost een toegangsbevis € 45,-. Wil je jouw netwerk via Twitter op de hoogte brengen van jouw bezoek aan event 15? Gebruik dan #event15 in je tweet. ■

www.event.nl



imex
Information



IMEX: groei

Ray Bloom, voorzitter van de IMEX Group, karakteriseerde de stemming na afloop van de vorige editie van de IMEX in Frankfurt als "positiever en meer optimistisch, en dat hebben we al lang niet meer gezien." De verwachtingen voor de komende aflevering van de vakbeurs voor de wereldwijde sector voor meetings, incentive-reizen en events, zijn dan ook hoog gespannen. Deze vindt plaats van 19 - 21 mei in Messe Frankfurt.

In december vorig jaar voorspelde de organisatie van de beurzen (in mei in Frankfurt en in oktober in Las Vegas) al enkele trends voor dit jaar: speelsheid (creativiteit, minder regels), apps (niet zo verwonderlijk nu iedereen een smartphone heeft), meer verschillende vormen van vergaderen (met name het staand dan wel lopend vergaderen, en zogeheten 'slow meetings'), en wellness (mindfulness, werk/leven balans). Ongetwijfeld zullen deze thema's ook in Frankfurt uitgebreid aan de orde komen. Daarmee bewijst de beurs dat hij goede tred houdt met de sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen.

Dat de markt weer aantrekt, blijkt uit het feit dat de beurs groeit: een groot aantal nieuwe hosted buyers heeft zich

aangemeld, evenals 20 nieuwe standhouders van over de hele wereld. De vorig jaar geïntroduceerde Concierge Service bleek een succes en wordt dit jaar uitgebreid. Dat geldt ook voor het educatieve programma, met het nieuwe Creative Thursday op de Inspiration Hub. Speciale aandacht zal worden besteed aan specifieke groepen van planners: Young Professionals en Senior Planners.

Voorafgaand aan de beurs vinden ook weer enkele bijeenkomsten plaats: de twee jaar geleden geïntroduceerde Exclusively Corporate@IMEX zal nu op maandag worden gehouden in de Kempinski Gravenbruch. Hier kunnen zakelijke meeting en event planners leren van experts in de branche en van collega's. Diezelfde maandag wordt de Association Day gehouden in het nieuwe Kap Europa van de Messe. De focus bij dit event zal liggen op 'peer to peer' betrokkenheid, ofwel collegialiteit. Het programma van die dag is gevuld met veel leerzame presentaties door experts van over de hele wereld.

Ray Bloom is heel positief over de komende editie van de vakbeurs: "De grote vraag van onze standhouders en buyers van over de hele wereld duidt er op dat in 2015 de IMEX in Frankfurt weer een gezonde groei zal vertonen." ■

Meer informatie: www.imex-frankfurt.com

Om als bezoeker te registreren:

<http://portal.imex-frankfurt.com/register.php?login=1>



Delmar Corporate Events

Evenementen met resultaat

Delmar bedenkt, ontwikkelt en produceert high-end corporate evenementen voor klanten die met hun events iets in beweging willen zetten. “We weten wat werkt. Hoe we kunnen verrassen, hoe we resultaat boeken”, aldus eigenaar Diederik van der Zee.

U heeft zelf waarschijnlijk vaak met meetings en corporate evenementen te maken. Van multinationals die samen met topmanagers een nieuwe koers uitzetten tot ingrijpende verandertrajecten waarmee een bedrijfscultuur moet omvormen, van een incentive tot een productpresentatie. U stelt scherpe doelen. Delmar kan u daarbij helpen! Samen met u ontwikkelt het bedrijf onderscheidende programma's met een sterke strategie en

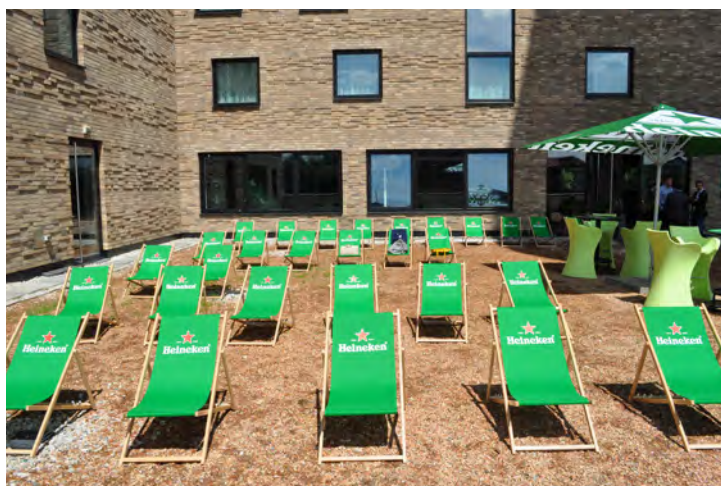
resultaatgerichte oplossingen. “We weten wat werkt. Hoe we kunnen verrassen, hoe we resultaat boeken”, vertelt eigenaar Diederik van der Zee. “Met eigentijdse technieken, relevante workshops, motiverende sprekers, verrassende opstellingen, indringende presentaties, een heldere event-visual, inspirerende locaties en uitdagende middelen maken we elk evenement succesvol.” Dat doet Delmar met veel ervaring en een verrassend vrije blik. Klanten zijn doorgaans aangenaam verrast door het concept, voelen zich gesteund tijdens de productie en zijn laaiend enthousiast over de uitvoering. Van der Zee en zijn team maken hun vaak complexe doelstelling concreet en de forse ambitie haalbaar.

Wat, hoe en vooral: wie

“We besteden bovenmatig veel aandacht aan uw gasten”, vervolgt Van der Zee. “Zij staan altijd centraal. Of het nu collega's zijn, leveranciers, dealers of country-managers;



Diederik van der Zee



we weten wat hen beweegt. We zorgen dat het klikt tussen uw gasten en het evenement. Omdat we de boodschap sneller, duidelijke en langduriger kunnen overbrengen als we dezelfde taal spreken.” Met vele jaren ervaring in Nederland, Duitsland, België en Zwitserland organiseerde Delmar al global marketing events, wervingsprogramma's, bijeenkomsten voor topmanagement, carrouselprogramma's, survivaltochten, brainstormsessies, galadiners, Lagerhuis debatten, bedrijfsopeningen en nog veel meer.

Doorgewinterde evenementmakers

Het concept, de strategie en de doelstellingen zijn het kader. Ze zijn voorwaardelijk voor een goed evenement. Succesvol, impactvol en onvergetelijk wordt een evenement pas in uitvoering. Van der Zee ontwierp met Delmar Corporate Events zijn ideale evenementenbureau. Met jarenlange ervaring als producent van corporate events en communicatieprojecten heeft zijn bedrijf een herkenbare stijl. Zowel in het voortraject als tijdens de uitvoering en achteraf kenmerken Delmar-projecten zich door zorgvuldigheid, betrokkenheid en vakmanschap. “We ontwikkelen corporate evenementen met ijzersterke inhoud. Het team denkt actief mee en komt

doorlopend met originele oplossingen.” Volgens Van der Zee moet je daarbij rekening houden met het feit dat elk evenement “een flow heeft.” “Door op de juiste momenten de juiste ervaringen te plannen, stuur je de beleving van de gasten. Dat gaat interactief, we reageren op wat er gebeurt en hebben de ervaring te kunnen meebewegen met het natuurlijk verloop van het evenement.”

Diederik is een team

Een van de best gewaardeerde kwaliteiten van Delmar is dat ze precies weten wie waar goed in is. “We nemen bij elk evenement de creatie, redactie en productie voor onze rekening. Daarvoor werken wij samen met specialisten zoals dagvoorzitters, trainers, debatleiders, workshopbegeleiders, technici, ontwerpers, filmers, editors, productieleders, et cetera. Met dit professionele team is elk evenement gegarandeerd veilig en heeft elke klant bovendien één vast contactpersoon die hem of haar inhoudelijk, communicatief en organisatorisch bijstaat. En dat is Diederik van der Zee. ■

www.delmarcorporateevents.nl

Delmar Corporate Events heeft onder andere gewerkt voor:

- FrieslandCampina
- Schoonenberg Hoorcomfort
- Trends&Trade
- CliniClowns
- Heineken
- Respo International
- PON



MPI NL Conference 2015

EVENEMENTS!

Op 30 maart 2015 vindt in de Rijtuigenloods te Amersfoort het grootste jaarlijkse congres van MPI plaats. Hét congres dat verder gaat dan andere congressen. Inspiratie, innovatie en inhoud zijn een must voor iedereen die zich bezighoudt met meetings, congressen en events en die naar een hoger niveau willen brengen. Dit jaar is het thema: **EVENEMENTS**.

In de wereld van social media, online marketing en digitalisering, vergeten we dat live ontmoetingen het meeste resultaat hebben. Deze MPI NL Conference biedt deelnemers dan ook de beste mogelijkheden om elkaar live en online te ontmoeten. Het team heeft een zeer interessant en divers programma georganiseerd waarbij bijvoorbeeld tijdens het plenaire gedeelte de herdenking van de MH17 aan bod komt. Er zijn weinig evenementen geweest waar de mens zó centraal stond. Van groot belang is goed te weten hoe je een evenement organiseert dat emotioneel zo zwaar beladen is! Olivier Monod de Froideville van Livetime productions vertelt ons over de aanpak. Govert Schilling (bekend van onder andere DWDD) zal iedereen deze dag meenemen naar de wereld van de kosmos en brengt de deelnemers naar de bijzondere plaats van de mens in ruimte en tijd.

Workshops

In de middag is er een ruime keuze aan leerzame workshops; veel kennis en innovatie om de toekomstige events van de deelnemers

nog beter te maken. Zo zijn er bijvoorbeeld de workshops 'Samen Kansen Creëren' van Arjen Lemstra (BrancheContact). Daarnaast is er 'Lift Off', het nieuwe systeem van Xander Kranenburg wat op ingenieuze wijze meer bezoekers genereert voor een beurs of evenement en ook leert Paul Rulkens de deelnemers over 'High Performance Leiderschap'. Hans Boot komt als specialist tijdens de NLC een marketing inloopsprekkuur houden om bedrijfsplannen te visualiseren. Een programma dus vol inspiratie en waardevolle kennis! Dit krachtige sprekersprogramma staat onder deskundige leiding van Jan-Jaap In der Maur van Dagvoorzitter.nl die met een pool van net afgestudeerde dagvoorzitters het plenaire deel in goede banen zal leiden. MPI heeft de 'Next Generation' altijd hoog in het vaandel staan en werkt graag nauw samen met jonge vakprofessionals. Daarnaast zal Jan-Jaap ons samen met zijn team in de middag 'leren modereren'. Na een leerzame en leuke dag sluiten we af met een goede netwerkborrel waarbij men de collega's uit het vak ontmoet en in de ambiance van de prachtige Rijtuigenloods nog even kan napraten en genieten.

Programma en aanmelden

Het programma vult zich elke dag verder; houd hiervoor onze website www.mpinlconference.nl in de gaten. Inschrijven kan via: <https://app.uredison.com/edison/event/MPINL/NLC2015/>. Zodra de deelnemer zich inschrijft, ontvang deze de code van de netwerkkap en kan meteen gestart worden met contact leggen met andere deelnemers. Ook is er een speciale actie: kom je met een mede Evenemens, dan betaalt deze de helft van de entreekosten! ■



Zeer geslaagde beurs

Op 12 februari vond alweer de zevende editie van vakbeurs EvenementContact plaats, ditmaal in Taets Art and Event Park in Zaandam. Maar liefst 7000 m² beursvloer werd bezet door partijen actief op het gebied van bedrijfs- en publieksevenementen, entertainment, outdoor, catering, beurzen en congressen, waarbij de standhouders in overzichtelijke straten gewijd aan Variety, Utrecht, Leiden en Rotterdam met elk hun eigen straat overzichtelijk waren ingedeeld. Ook werd er in samenwerking met Masters in Event Management een uitgebreid kennisprogramma georganiseerd. Meeting Magazine was uiteraard ook met een stand vertegenwoordigd en kijkt zeer tevreden terug.



Aristo Accommodaties en Aventiq bundelen de krachten

Aristo Accommodaties bundelt de krachten met eventcommunicatiebureau Aventiq. Met deze samenwerking haalt Aristo kennis, expertise én techniek in huis om bijeenkomsten ook inhoudelijk te kunnen ondersteunen. Hiermee geeft Aristo invulling aan haar ondernemingsambitie om een persoonlijke partner voor haar klanten te zijn en speelt zij in op de veranderende marktvraag naar locaties die prikkelen, innovatief zijn en maatwerk leveren. In Aventiq heeft Aristo een professionele business-partner gevonden. Een partner die weet welke bijzondere ambiance, unieke zaalopstelling, flitsende presentatie of interactieve tool nodig is om het doel van de bijeenkomst te bereiken. "Als partner in werken, leren en ontmoeten denken wij continu na over hoe wij onze klanten optimaal kunnen faciliteren. Door de samenwerking met Aventiq kunnen we nu naast de logistieke organisatie van meetings ook inhoudelijk iets toevoegen. Een mooie aanvulling op de services die we al bieden", aldus Helga Schoots, Sales & Marketing manager van Aristo Accommodaties. Ook Fleur Paijens, Sales & Marketing manager van Aventiq ziet het partnership met Aristo als een logische stap. "Bij een vergaderketen met 31 jaar ervaring is de logistieke organisatie van meetings in kannen en kruiken. Voor ons is het prettig samenwerken met zo'n specialist. Terwijl Aristo de organisatie op zich neemt, focussen wij ons volledig op de uitstraling van de bijeenkomst. Verrassend welke resultaten je bereikt met de juiste boodschap, de mooiste presentatieschermen, het beste geluid en de meest unieke zaalopstellingen." Deze extra service is vanaf heden te reserveren via de afdeling reserveringen van Aristo Accommodaties.



Fokker Terminal spiegelt 'watervoetafdruk' met Made Blue

De Haagse Fokker Terminal gaat als eerste Nederlandse evenementenlocatie samenwerken met Made Blue. Volgens het principe 'een liter voor een liter' wordt voor elke verbruikte liter drinkwater eenzelfde hoeveelheid schoon water beschikbaar gemaakt in ontwikkelingslanden. Op basis van onderzoek door het Water Footprint Network en de TU Twente is het gemiddelde waterverbruik per bezoeker vastgesteld. Deze 'watervoetafdruk' omvat al het schone drinkwater dat nodig is in de productieketen van eet- en drinkwaren die in de Fokker Terminal genuttigd worden. Zo is bijvoorbeeld voor één kop koffie het tienvoudige nodig aan schoon water in de gehele keten van oogsten, spoelen, transport, enzovoort. Ook het waterverbruik voor schoonmaken, toiletbezoek en dergelijke is meegenomen in de berekening. Elke liter zal worden gespiegeld met dezelfde hoeveelheid schoon drinkwater in ontwikkelingslanden. Dit gebeurt in de vorm van donaties aan schoondrinkwaterprojecten zoals ontziltingsmachines en waterpompen, maar ook bijvoorbeeld voorlichting. Naar schatting zal de Fokker Terminal in 2015 circa 9,6 miljoen liter water beschikbaar maken. Daarmee kunnen bijna 1.300 mensen een jaar lang worden voorzien van schoon drinkwater, of kunnen ruim 9.700 kinderen een jaar lang op school genieten van schoon drinkwater. De uitvoering is in handen van erkende ontwikkelingsorganisaties; de projectselectie en controle vinden plaats door Aqua for All en PwC. Foto: vlnr Tom Verhaar (F.T.), Machiel van Dooren (Made Blue) en Tim Rosman (F.T.)



Aboutaleb opent hernieuwde business lounge Sparta Stadion

Eind januari werd voorafgaand aan de thuiswedstrijd van voetbalclub Sparta Rotterdam de hernieuwde business lounge van het Sparta stadion op feestelijke wijze geopend door burgemeester Aboutaleb. De opening werd muzikaal opgeluisterd door jazztrio Frederike Schonis en later door een spetterend optreden van The Kik. De ruim 700 genodigden genoten zichtbaar van de feestelijkheden en de catering van Van der Linde Catering + Evenementen die ook een passend cateringconcept heeft ontwikkeld voor deze lounge. In het nieuwe restaurantdeel met de naam 'Het Wapen van Sparta' worden voorafgaand aan de thuiswedstrijden stoere gerechten bereid door de koks in de open keuken. Buiten de wedstrijden zijn er talloze mogelijkheden voor groepen en kan zelfs het kunstgras worden ingezet voor sportieve activiteiten. De herinrichting van de lounge, die ruimte biedt aan groepen van 50 tot 700 gasten, is mede mogelijk gemaakt door het bedrijfsleven en partners van de business club van Sparta Rotterdam. Met name bierbrouwerij AB-Inbev heeft een belangrijke rol gespeeld. De lounge heeft dan ook de naam Jupiler Lounge gekregen. Ook business partner Detron ICT Groep is naamdrager geworden van de voormalige bestuurskamer en levert de geheel gratis toegankelijke WiFi in de lounge. De open keuken is mede mogelijk gemaakt door WOONING.



Wat is nog de toegevoegde waarde van een bureau?

Artiesten en sprekers zijn bereikbaarder dan ooit en bureaus schieten als paddenstoelen uit de grond. Wat zal de rol van artiesten- en sprekersbureaus in de toekomst worden? En wat is überhaupt nog de toegevoegde waarde van een bemiddelingsbureau?

Advies

Echt! Artiesten en sprekers boeken is een vak. Het is zó van belang om een goede match te zoeken van een artiest die past bij uw budget, doelstellingen, doelgroep en de uitstraling van uw bedrijf. Zoek daarom altijd een bureau dat een bulk aan ervaring meedraagt. Dan krijgt u een gedegen advies, want elke bijeenkomst is anders. Elke doelgroep vraagt om een andere benadering.

Riders, techniek en begeleiding

Als u een artiest wilt gaan boeken, zult u geconfronteerd worden met allerlei zaken. Optredens van artiesten vereisen namelijk een hoop regelwerk. Zowel artiesten als sprekers hebben eisen voor de show. Een bureau helpt u bij het regelen van alle faciliteiten en organisatie.

Denk aan kledruimte, geluid, verlichting, podiumindeling, begeleiding tijdens de productie en vervoer. Als u dus een keuze gaat maken uit bureaus, zorg dan dat u altijd een partij kiest die u bij deze zaken ondersteunt en adviseert.

Goede prijsstelling

Bureaus hebben goede prijsafspraken met artiesten en u hoeft geen euro méér te betalen bij een bureau dan rechtstreeks bij de artiest. Sterker nog: als u zaken doet met een goed en betrouwbaar bureau, zal het u juist helpen om een zeer scherp tarief te betalen voor de boeking. Bureaus kopen namelijk groot in en hebben een goede verstandhouding met de artiesten.

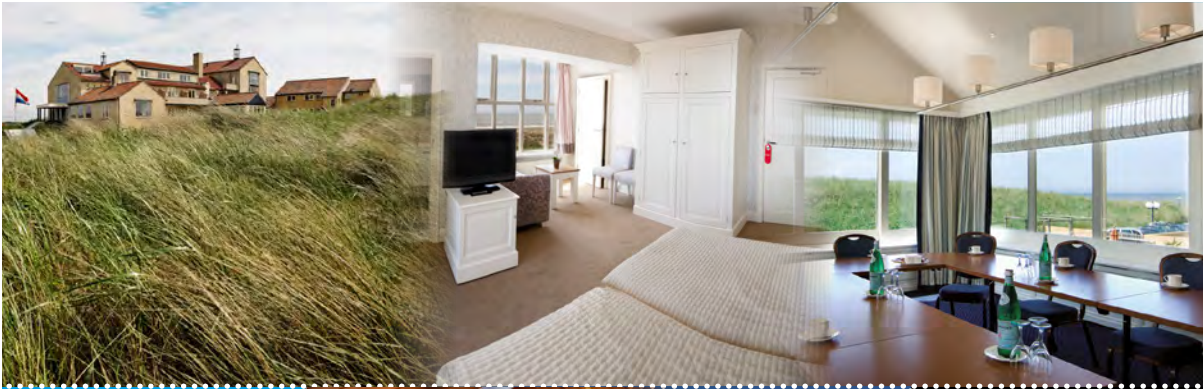
Help! Mijn boeking is geannuleerd?

Aan het boeken van een artiest of bekende spreker zit altijd een risico. Iedere artiest, dj, dagvoorzitter of bekende Nederlander zal altijd in zijn algemene voorwaarden laten opnemen dat hij te allen tijde de boeking mag annuleren. Maar wat doet u als u op de dag van productie zonder artiest of spreker staat? Als u boekt via een bureau, zal het er alles aan doen om een passende vervanging te regelen. Dit kunnen bureaus snel, omdat zij een gigantisch netwerk hebben. ■

Robert de Vries is oprichter en eigenaar van Quality Bookings, Workshoppen.nl, Artiestenbureau.nl en Eventbureau.nl. Zelf treedt hij als dagvoorzitter en cabaretier op tijdens zakelijke evenementen.

Aanbeloven Locaties





Nassau Bergen

Van der Wijckplein 4
1865 AP Bergen aan zee
T 072 - 58 97 541
E info@strandhotelnassau.nl
I www.strandhotelnassau.nl

Vergaderlocatie & Kookstudio Het Nut

Voorstraat 42
4153 AM Beesd
T 0345 - 565652
E info@hetnut.nl
I www.hetnut.nl



Alexander Hotel

Oude Zeeweg 63
2202 CJ Noordwijk
T 071- 361 8900
E info@alexanderhotel.nl
I www.alexanderhotel.nl



Antropia, Cultuur- en Congrescentrum

Hoofdstraat 8
3972 LA Driebergen
T 0343-531818
E reserveringen@antropia.nl
E www.antropia.nl



Congres- & Vergadercentrum Domus Medica

Mercatorlaan 1200
3528 BL Utrecht
T 030-2823248
E reserveringen@domusmedica.nl
I www.domusmedica-congrescentrum.nl



De Bonte Wever

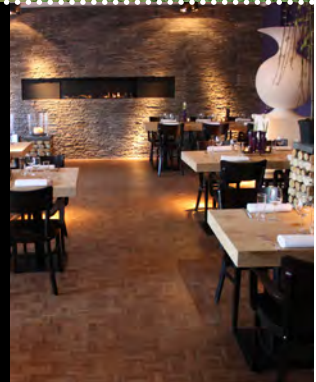
Gratis parkeren + Wifi

Stadsbroek 17
9405 BK Assen
T 0592-356000
E info@debontewever.nl
I www.debontewever.nl



De Duckenburg

Lankforst 51-01
6538LG Nijmegen
T 024-3444781
E info@deduckenburg.nl
E info@etenbijzusje.nl
I www.deduckenburg.nl



Antropia, Cultuur- en Congrescentrum

Hoofdstraat 8
3972 LA Driebergen
T 0343-531818
E reserveringen@antropia.nl
E www.antropia.nl



Louwman Museum

Leidsestraatweg 57
2594 BB Den Haag
T 070-3047373
E evenementen@louwmanmuseum.nl
I www.louwmanmuseum.nl



A photograph of two men standing at a trade show booth. They are both wearing 3D glasses and looking towards the right. The man on the left has a beard and is wearing a dark jacket over a green shirt. The man on the right is wearing a dark blazer over a white shirt. In the background, there is a bar area with a sign that reads 'MOJITOS en SCROPPINO'S'. Above the bar, there is a sign that reads 's & scroppino's'. To the right, there is a green wall with a sign that reads 'BOUW' and 'MBA'.

Heb jij jouw programma al bepaald?

**1 en 2 april 2015 vakbeurs event 15.
De Beste Beurs voor de event-,
meeting- en congresbranche.**

sprekers:

Steven Van Belleghem

Fons de Poel

Jan Driessen

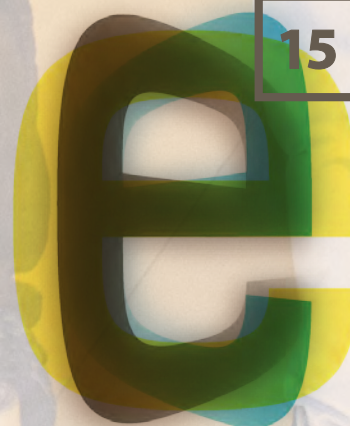
Sander Dullaart

Victor Neyndorff

en vele andere...

Jaarbeurs Utrecht

15



event.nl



Frankfurt
19–21 May 2015

How much do you know **about IMEX?**

As the countdown to IMEX
2015 begins, take our quick
quiz and find out...



1. How many people from the international meetings industry attended last year's IMEX?

- A) Just under 5,000
- B) Just under 10,000
- C) Just under 15,000

2. Which of the following subjects will be included in IMEX 2015's 10-track education programme?

- A) Marketing
- B) Technology
- C) Wellbeing

3. How big is the company behind the show?

- A) Under 60 people
- B) 60–120 people
- C) 120+ people

4. Which benefits do Hosted Buyers receive at IMEX?

- A) Free travel and accommodation
- B) An exclusive lounge with free wifi
- C) A friendly concierge service

5. Which destination held a screaming contest on their stand last year?

- A) Mexico
- B) Norway
- C) Japan

IMEX. A small, friendly company hosting a big, friendly event. Come and join us 19–21 May 2015 in fabulous Frankfurt.

Register now for IMEX 2015
imex-frankfurt.com/register

imex-frankfurt.com

Call +44 (0)1273 227311
Email info@imexexhibitions.com
 [@imex_group](https://twitter.com/imex_group)

Answers: 1. C 2. A, B & C 3. A 4. A, B & C 5. B
(They're not as shy as we thought, obviously.)

GCB
Meetings made in Germany
Germany Convention Bureau



Lufthansa
Official Airline

DB BAHN

The worldwide exhibition for incentive travel, meetings and events.

PROUD AWARD WINNER 'BEST HOTEL DESIGN'
ENTREE HOSPITALITY & STYLE AWARDS

nhow

ELEVATE YOUR EVENT

Organise something unlike ever before at a location that's uniquely cool. We'll simply do anything* to make your event a success! Whatever it is you need we'll do our very best to provide it. Completely rebuild an area? Book a DJ? Special banqueting? Extra suites? Consider it done. We like to think big too: we can host events and parties catering for up to 2500 people. Trust us, this is going to be great!

9 MEETING & EVENT SPACES

- Huge windows with views of the Erasmus Bridge, river and skyline.
- Flexible spaces which you can divide and combine.
- High quality audio and video facilities that turn the 'wow' to ten.

Curious? Let's chat! T. +31 (0) 10 206 76 00 or rotterdam@nhow-hotels.com

*as long as it's not too illegal.

HOTEL / BAR / KITCHEN

NHOW-HOTELS.COM