



Maastricht staat op de kaart

Op 28 april 2014 vond in Maastricht voor het eerst in de geschiedenis van de Europese Unie een presidentieel verkiezingsdebat plaats. Dit debat werd door middel van een rechtstreekse televisieuitzending door Euronews en live streaming op het internet door zo'n 26 miljoen mensen wereldwijd bekeken. Universiteit Maastricht, de gemeente Maastricht en de Klinkhamer Group werkten nauw samen om dit steeds verder uitdijende project tot een succes te maken. "Maastricht staat nu definitief op de Europese kaart", aldus Jean Bruijnzeels van de gemeente Maastricht.

Vorig jaar werden voor het eerst vijf kandidaten van de partijen met de meeste stemmen in het Europees parlement verkiesbaar gesteld voor de positie van president van de Europese Commissie. Binnen de faculteit Cultuur- en Maatschappijwetenschappen van Universiteit Maastricht ontstond het idee

om speciaal voor studenten een verkiezingsdebat met een Amerikaanse opzet te organiseren met deze kandidaten als deelnemers. "Na een eerste toenadering tot de fracties van de partijpartijen heb ik contact gezocht met de gemeente Maastricht en ben ik samen met Jean naar Brussel afgereisd om de plannen monde-

ling toe te lichten", vertelt Prof. Sophie Vanhooacker. Jean Bruijnzeels is als accountmanager Internationale Instellingen en Instituten Economie en Cultuur bij gemeente Maastricht actief. Hij fungeerde namens de gemeente als belangrijkste kartrekker en hield zich bezig met het aantrekken van budget en de profilering van de regio. "Het was een typisch kip-ei-verhaal. De vijf presidentskandidaten wilden namelijk alleen een toezegging voor deelname doen indien er voldoende media-aandacht zou zijn, terwijl de NOS alleen wilde komen als de kandidaten aanwezig zouden zijn. De betrokken partijen, waaronder de gemeente, wilden juist alleen geld ter beschikking stellen als het debat ook daadwerkelijk door zou gaan." Sophie en Jean vertrokken in januari 2014 opnieuw naar Brussel om met de communicatieleiders van de politieke partijen in gesprek te gaan. Inmiddels waren de contacten bij European Youth Forum, een koepelorganisatie voor Europese jeugdverenigingen binnen en buiten de EU, aangehaald die vervolgens een balletje opgooiden bij Euronews. Deze meertalige Europese televisienieuwzender besloot het debat live uit te zenden, waardoor het aantal betrokken partijen snel begon te groeien en het debat daarmee ook steeds omvangrijker werd.



Toegangscontrole

Intussen waren Jean en Sophie bij de Klinkhamer Group te rade gegaan. Deze PCO is in het bezit van het keurmerk Erkend Congresbureau en organiseert regelmatig bijeenkomsten bij locaties die voldoen aan de eisen van de congres- en vergaderclassificatie. “Het begon heel klein met de vraag of ik een conceptbegroting wilde maken”, vertelt Niels Klinkhamer. “Uiteindelijk werd het debat steeds omvangrijker en ben ik een paar keer mee geweest naar Brussel om mijn deel van de organisatie toe te lichten.” Klinkhamer was verantwoordelijk voor het voorbereidende en uitvoerende traject. Dat behelsde niet alleen het draaiboek, het bewaken van het budget, het coördineren van de mediacampagne en de deelnemersregistratie, maar ook de omgang met de media. “Er moest een perszaal voor 100 journalisten worden geregeld en voorzieningen worden getroffen voor de verschillende satellietwagens. Daarnaast moesten alle aanwezigen vooraf worden gescreend en was er een strenge toegangscontrole. Ondertussen verzamelde de Universiteit, samen met het European Youth Forum onder de jongerenverenigingen en bij verschillende universiteiten, input voor het debat en maakte samen met Euronews een selectie voor de stellingen.

Uiteindelijk zaten er op 28 april bijna 900 mensen in de zaal bij het Theater aan het Vrijthof in Maastricht. Dit waren naast studenten uit Maastricht, Luik en Aken ook zo'n 150 usual suspects waaronder de burgemeester van Maastricht en de gouverneur van Limburg. Het bereik was echter nog veel groter. Vanhoonacker: “Het debat werd gedurende 1,5 uur live uitgezonden in 60 landen en simultaan vertaald in 14 talen. Er vonden wereldwijd in 33 verschillende landen satellietbijeenkomsten plaats, zelfs studenten van universiteiten in Amerika keken naar de live uitzending van het debat.” “Tijdens de piek zaten we op twintig miljoen kijkers. Op Twitter waren we zelfs trending topic in zes landen tegelijk”, zegt Klinkhamer trots.

Evaluatie

Vanhoonacker, Bruijnzeels en Klinkhamer kijken zeer tevreden terug op het debat en de onderlinge samenwerking. Vanhoonacker: “Het team van Klinkhamer keek goed mee wat haalbaar was en zocht indien nodig naar goedkopere alternatieven. Dat schiep bij mij zeker vertrouwen. Natuurlijk zijn er meer partijen die dit kunnen, maar zeker wat betreft de financiën heb je echt een vertrouwensrelatie nodig.”

Bruijnzeels is content met de enorme exposure voor Maastricht die het debat heeft gegenereerd. “We hebben Maastricht op de kaart gezet als dé bestemming voor bijeenkomsten rondom Europa-gerelateerde onderwerpen.” En Klinkhamer is bijzonder trots dat hij een bijdrage heeft mogen leveren aan het debat. “Een mooier visitekaartje kan je je als PCO niet wensen, zeker als de opdrachtgevers bijzonder tevreden zijn.”

www.klinkhamergroup.nl