

Meeting

Magazine.nl

Multimediaal vakblad voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen
Jaargang 11 - nr 6 - Meetingmagazine.nl



Convention Bureau Gelderland

"Hier gebeurt echt wat"

Omgaan met reviews - Inspiratiedag Texel 2016 - Nationale Meeting Award 2015 - Noordwijk: Ruimte voor duurzaamheid - Meetingpoint Bern - EvenementenContact 2016

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



Dat is pas écht munt slaan uit uw vergadering.

Nu verse theekruiden bij elk vergaderarrangement.



Why settle for less?

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.

IMAGINE A PLACE WHERE EVERYTHING IS POSSIBLE

NH MEETINGS
inspire. create. enjoy.



HIGH TECH MADE EASY

Creëer **high impact events**
en **high performance meetings**
met **NH's unieke service**.

HIGH PERFORMANCE MEETINGS

Organiseer een
interactieve meeting
waarbij tot 250 personen
kunnen deelnemen vanaf
elke locatie, met hun
(mobiele) device.

3D HOLOGRAPHIC TELEPRESENCE

Breng uw presentatie,
producten of zelfs
personen tot leven
op ware grootte, met
deze revolutionaire 3D
projectietechniek.

GEBOGEN LED SCREEN

Personaliseer uw
evenement op
indrukwekkende wijze
met het grootste
gebogen led scherm
van Europa.

nh-hotels.com

nh | HOTEL GROUP

nh
HOTELS


NH COLLECTION
HOTELS

nhow

Hesperia
RESORTS



Het nieuwe jaar

Traditiegetrouw besteedt Meeting Magazine in editie 6 altijd veel aandacht aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Deze manier van zakendoen wordt ook in de MICE-branche steeds belangrijker. Dat zie je onder andere aan de locaties die besluiten om hun etablissement dat laten certificeren met een Green Key keurmerk. Ook wordt hulp ingeroepen van organisaties zoals stichting duurzaam organiseren om de bijeenkomsten zelf te verduurzamen. Noordwijk Marketing heeft zelfs als streven om een duurzame meeting- en evenementenbestemming te worden.

Ik verwacht dan ook niet anders dan dat er ook in 2016 nog volop aandacht uit zal gaan naar duurzaamheid. Het feit dat de budgetten voor zakelijke bijeenkomsten weer langzaam stijgen, kan daar zeker aan bijdragen.

Zelf heeft team Meeting Magazine ook een interessant jaar in het vooruitschiet. Op 18 februari wordt tijdens EvenementContact de allereerste Nationale Meeting Award uitgereikt. Deze award kent vijf categorieën, waarvan er uitslag van twee award door u wordt bepaald. Dus heeft u een favoriete gastheer of gastvrouw die in aanmerking komt voor de 'Warme deken', of heeft u een 'Bijzondere locatie voor een zakelijke bijeenkomst of bedrijfsevent'? Breng uw stem dan vooral uit via www.nationalemeetingaward.nl.

Ik wens iedereen een gezond en succesvol 2016!

Met vriendelijk groet,

Sofie Fest
Hoofdredacteur Meeting Magazine
sofie@vanmunstermedia.nl

“Ga vooral niet online de discussie aan, want dat kan dramatische gevolgen hebben. Vergeet niet dat je alles op social media heel makkelijk kan delen.”

Marco Kole, pagina 58

8 Coverstory Convention Bureau Gelderland: “Hier gebeurt echt wat”

In de regio Arnhem Nijmegen zijn tal van ontwikkelingen gaande op het gebied van sport, food, gezondheid en energie- en milieutechnologie. Maar ook geschiedenis en cultuur zijn diep geworteld in dit gebied. Jurriaan de Mol, directeur van Convention Bureau Gelderland licht samen met enkele partners uit regio Arnhem Nijmegen toe waarom deze regio een ideale bestemming is voor een zakelijke bijeenkomst.

22 Texel: Een stukje inspirerend eilandgevoel opdoen

Saaï zal het in elk geval niet worden tijdens de door de VVV Texel georganiseerde ‘Inspiratiedag’. Want er is op het eiland zo veel te zien en te doen!

32 Green Key: Méér dan een keurmerk voor duurzaam ondernemen

Anno 2016 hebben ruim 620 accommodaties in de gastvrijheidssector een Green Key certificaat bij de entree hangen. Dit zijn ondernemers die vanuit hun eigen intrinsieke waarde met duurzaamheid aan de slag zijn en ondernemers die hun bedrijf hebben laten certificeren uit marketing oogpunt. De markt vraagt er om: zonder duurzaam aanbod geen opdrachten.

40 Noordwijk Marketing: Ruimte voor duurzaamheid

Noordwijk Marketing heeft haarzelf een mooie ambitie opgelegd: een duurzame meeting- en evenementenbestemming te zijn. Om te testen hoe ver de MICE-faciliteiten al aan deze ambitie voldoen, werd de Space Rally georganiseerd. Meeting Magazine was erbij en deed verslag.

58 “Humor doet vaak al heel erg veel”

Stel, je hebt een mooie vergaderlocatie waar je erg trots op bent. Ineens kom je op social media een negatieve uitlating van een gast tegen die bij jou langs is geweest. Besluit je dit te negeren, met deze gast in discussie te gaan of probeer je het zo goed mogelijk op te lossen?



Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan.
Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar
en worden automatisch verlengd, tenzij de abonnee
uiterlijk 3 maanden voor verstrijken schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 39 euro excl. btw.

COPYRIGHTS
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen arti-
kelen wordt door de uitgever voorbehouden.

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

Aantal verschenen edities: 61



82 Meetingpoint Bern

Met een rechtstreekse treinverbinding reis je in vijf kwartier van Zürich luchthaven naar de binnenstad van Bern. Bij een verblijf van minimum één nacht is het vervoer per tram of bus in Bern gratis. Je waant je dankzij de prachtige gebouwen vele eeuwen terug in de tijd. Bern is klein maar compact en fijn.

90 EvenementContact: Dé dag voor de totale evenementenbranche

Op donderdag 18 februari 2016 vindt de 8de editie plaats van Evenement-Contact in Hal 8 van de RAI te Amsterdam. De beurs groeit nog steeds en de verwachting is dat de komende editie maar liefst 320 enthousiaste exposanten bezit nemen van de RAI. Door de indeling in 'straten' en thema's is het voor de bezoeker erg makkelijk zich te oriënteren.

Verder in deze editie

- 14 Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre
- 28 Trends in de MICE-branche
- 34 Goede voornemens voor 2016
- 36 Stichting Duurzaam Organiseren
- 38 Duurzame trends volgens MVO Nederland
- 51 Nationale Meeting Award
- 70 MVO Nederland
- 76 Pop-up restaurant Chris Naylor in Sint Olofskapel Amsterdam
- 78 Michelinsterren 2016
- 88 De Kuip Meetings & Events
- 92 Koninklijke Luchtmacht Historische Vlucht

In elke editie

- 27 Column Eric Bakermans - MPI
- 45 Column Ingrid Rip - RREM
- 57 Column Wouter Olland - Olland Marketing Solutions
- 65 Column Ton Soons - Vergaderhamer
- 72 Hotelrecensie: Landgoed Rhederoord
- 95 CLC-VECTA



Convention Bureau Gelderland

"Hier gebeurt echt wat"

In de regio Arnhem Nijmegen zijn tal van ontwikkelingen gaande op het gebied van sport, food, gezondheid en energie- en milieutechnologie. Maar ook geschiedenis en cultuur zijn diep geworteld in dit gebied. Jurriaan de Mol, directeur van Convention Bureau Gelderland licht samen met enkele partners uit regio Arnhem Nijmegen toe waarom deze regio een ideale bestemming is voor een zakelijke bijeenkomst. Het gesprek vond plaats in Kasteel Doorwerth.

// Men denkt vaak dat het er op zakelijk gebied vooral tussen Utrecht en Amsterdam toe doet, terwijl er juist hier in Arnhem en Nijmegen heel veel ontwikkelingen plaatsvinden", vertelt Jurriaan de Mol.

"Zo is Arnhem het epicentrum op het gebied van energie- en milieutechnologie (EMT). Grote energiebedrijven zoals Liander werken intensief binnen stichting kiEMT. In

dit netwerk zitten naast EMT-gerelateerde bedrijven ook overheden en kennisinstellingen uit Oost-Nederland. Een van de resultaten is de lancering van de eerste waterstofauto in 2013, die het rijden zonder fossiele brandstoffen een stap dichterbij brengt."

Een van de plekken waar duurzaamheid en innovatie samenkomen is Industriepark Kleefse Waard (IPKW) in Arnhem. "Sinds 2003 is dit voormalige AkzoNobel-terrein volledig herontwikkeld tot een cleantech bedrijventerrein waar ondernemingen zijn gehuisvest die actief zijn op het gebied van clean technologies", vertelt eventencoördinator Cas van Horck. "We geven de historische gebouwen zo veel mogelijk een tweede leven. Naast het faciliteren zetten we ook actief in op het samenbrengen van partijen en mensen. Zo ontstaat een levendige community op een bijzonder, groen en professioneel bedrijventerrein waar kennisoverdracht een belangrijke rol speelt. Bovendien hebben we hele mooie industriële en moderne eventlocaties die we graag ter beschikking stellen voor bedrijven die een bijeenkomst willen organiseren met technologie en/of duurzaamheid als focus."

HEALTH

Waar in Arnhem de nadruk op EMT ligt, richt Nijmegen zich onder andere op innovaties in de zorg.

Netwerkgorganisatie Health Valley is daar een mooi voorbeeld van. "Health Valley is gevestigd op de Novio Tech Campus in Nijmegen. Het is een netwerk waarin kennisinstellingen, zorgaanbieders, bedrijven en overheden kennis uitwisselen en samen innovatieve projecten opzetten", vertelt directeur Chris Doomernik. "Het uiteindelijke doel is technologische innovaties in de Life Sciences & Health te stimuleren, zodat zorgverleners ook in de toekomst kunnen blijven voldoen aan de veranderende en toenemende zorgvraag van de burger. In Oost-Nederland zijn de samenwerkingsverbanden tussen het academisch ziekenhuis, universiteiten, hogescholen, bedrijfsleven en zorginstellingen heel goed en staat men open voor innovatie. Health Valley organiseert 25 evenementen per jaar over innovatie in de gezondheidszorg. We merken dat er niet alleen in Nederland, maar ook over de grens, steeds meer besef is van het feit dat hier veel ontwikkelingen gaande zijn." Het thema gezondheid komt ook heel concreet terug bij Sanadome Hotel & Spa

Nijmegen. "Wij hebben naast ons wellnessresort met thermen en verschillende behandelingen en onze eigen sportclub ook 106 viersterrenkamers, negen zalen en een restaurant speciaal voor groepen", vertelt marketing- en salesmanager Pim de Vries. "Onder andere health-gerelateerde bedrij-

"Naast het faciliteren zetten we ook actief in op het samenbrengen van partijen en mensen.

ven maken hier graag gebruik van voor hun zakelijke bijeenkomsten. We bieden passieve ontspanning via het wellnessresort, maar ook actieve ontspanning in de vorm van groepslessen zoals yogasessies. Bovendien zijn onze koks voedselkundigen en besteden zij veel aandacht aan eerlijke produc-

ten, mooie gerechten en gezonde voeding, zonder dat dit ten koste gaat aan de wensen van de gast."

Gezondheid heeft veel raakvlakken met sport, een andere pijler van de regio Arnhem Nijmegen. Hotel Papendal is hier een centrale speler in. "Sinds begin jaren '70 verwelkomen wij ruim 300 topsporters per dag die gebruik maken van onze topsportfaciliteiten", licht directeur Jochem Schellens toe. "Dankzij de focus op topsport hebben we ook een wereldwijde expertise opgebouwd op het gebied van voeding en de manier waarop wij topsporters met individuele voedingsschema's voorbereiden op hun prestaties. Dit unieke aspect van Papendal laten wij natuurlijk ook graag terugkomen in ons congresconcept. En het mooie is dat je er ook andere actuele thema's aan vast kan knopen."

GESCHIEDENIS

"Sport, gezondheid en EMT zijn thema's die in de regio heel mooi naar voren komen", knikt De Mol. "Dit zijn thema's gericht op de



Jochem Schellens
Hotel Papendal



Jurriaan de Mol
Convention Bureau Gelderland





LANCERING CONVENTION BUREAU GELDERLAND

Op 1 januari 2016 wordt Convention Bureau Gelderland officieel gelanceerd. De organisatie vertegenwoordigt vier regio's die elk een eigen identiteit hebben: Apeldoorn, Arnhem-Nijmegen, de Veluwe en Ede (FoodValley). Om de unieke mogelijkheden van het hele gebied te promoten, hanteert het Convention Bureau al enkele jaren de campagne 'Gelderland levert je mooie streken', waarmee de organisatie duidelijk wil maken dat de provincie een onderscheidend en uniek aanbod heeft voor zakelijke bijeenkomsten. In februari wordt eveneens een nieuwe website gelanceerd waarop deze campagne centraal staat. Pco's en meetingplanners kunnen vervolgens zoeken op specifieke thema's voor hun bijeenkomsten, waaronder EMT, sport, gezondheid en voeding. www.conventionbureau.nl



Simone Sanders
Burgers' Zoo Safari Meeting Centre



toekomst. Maar het mooie van Gelderland en haar streken is dat er ook heel veel aandacht voor het verleden is." Een van die tastbare herinneringen aan deze rijke geschiedenis vormen de vele kastelen die in Gelderland te vinden zijn. Een groot deel hiervan maakt onderdeel uit van stichting Geldersch Landschap & Kasteelen, dat meer dan 150 natuurgebieden, kastelen en landgoederen in Gelderland in stand houdt. Van de 35 kastelen en landhuizen zijn er zeven voor publiek toegankelijk. Een daarvan is Kasteel Doorwerth, dat zijn oorsprong in 1280 heeft. "Kasteel Doorwerth bestaat uit meerdere gebouwen", vertelt kasteelmanger Carine van Ketwich Verschuur. "In het oorspronkelijk kasteel zijn drie musea en mooie vergaderlocaties gehuisvest. De vroegere paardenstal is nu het kasteelcafé en wordt gepacht door VHL Catering. Het koetshuis wordt gehuurd door Bilderberg Hotel Klein Zwitserland." Volgens Van Ketwich Verschuur is een bijeenkomst in een kasteel een hele bijzondere ervaring. "Je zit hier midden in de natuur en kunt in alle beslotenheid samenkomen. Bovendien kan het kasteel ook onderdeel uitmaken van het programma in de vorm van een rondleiding, of een korte voorstelling door acteurs in de rol van een van de vroegere bewoners."

Een andere locatie die inhoudelijk graag een bijdrage wil leveren aan een bijeenkomst, is Koninklijke Burgers' Zoo in Arnhem. "We zijn een vooraanstaande dierentuin, mede dankzij onze eco-displays waardoor de dieren zoveel mogelijk in hun natuurlijke habitat worden getoond", geeft hoofd sales & events Simone Sanders aan. "We trekken zo'n 1,4 miljoen bezoekers per jaar, waarbij er ook gasten gebruik maken van ons Safari Meeting Centre dat zorg draagt voor vergaderingen, congressen en evenementen. Net als bij Kasteel Doorwerth zoeken we bij de zakelijke bijeenkomst een duidelijke, relevante verbinding tussen onze locatie en het bedrijfsleven, in dit geval kennis en de natuur. Zo zijn we zeer vooraanstaand in onderzoek naar het gedrag van chimpansees. Apen hebben een heel duidelijke hiërarchie en rolverdeling. Dat kan heel goed toegepast worden bij een bedrijf dat met veranderingen bezig is."

VOORDELEN VAN DE REGIO

Volgens bovenstaande partners kan regio Arnhem Nijmegen op veel vlakken wedijveren met de Randstad. "En in sommige gevallen winnen we deze competitie ook", zegt Schellens, "met de aanwezigheid van een brede variëteit aan accommodaties, een goede infrastructuur en een gunstige

prijs-kwaliteitverhouding." "Soms wordt nog wel beweerd dat anderhalf uur rijden vanuit Amsterdam veel te ver weg is, maar in Nederland is afstand een relatief begrip", voegt Sanders toe. "Vanuit Amsterdam naar hartje Utrecht ben je bijna langer onderweg dan dat je naar Arnhem of Nijmegen afreist." "Bovendien is dit een hele unieke regio met veel natuur en rust", merkt De Vries op. "Onze gasten kiezen daar heel bewust voor." De Mol kan dit beamen. "Je zit hier precies tussen de Randstad en het Ruhrgebied in. Op één uur afstand liggen zeven verschillende luchthavens met verschillende bestemmingen. Daarnaast is er voor elk bedrijf wel een inhoudelijk thema of aanknopingspunt dat goed aansluit op een congres of symposium. Dat besef begint in de MICE-branche eindelijk door te dringen en dit blijven we als convention bureau ook promoten."

SAMENWERKEN

Om de concurrentie met de Randstad actief aan te gaan, wordt er van oudsher heel intensief samengewerkt tussen verschillende partijen. "De Provincie zet zich duidelijk in voor een aantal zaken, zeker ook op sportgebied", zegt Schellens. "Neem bijvoorbeeld de Giro die in 2017 in Gelderland zal starten. De provincie heeft het voor elkaar gekregen om deze drie dagen lang in de regio Arnhem

Nijmegen te laten starten. Dat is op sportgebied heel uniek. Daar heb je veel enthousiasme en een goede samenwerking voor nodig." "De Vierdaagse blijft ook een uniek evenement", voegt Doomernik toe. "En het leuke is dat daar een crossover tussen sport, gezondheid en wetenschap is ontstaan, aangezien er elk jaar wetenschappelijk onderzoek wordt gedaan onder de lopers betreffende het effect van deelname op hun gezondheid en levenswijze. Hetzelfde geldt voor de creatieve sector die in Arnhem heel duidelijk aanwezig is. Mode en design zijn dankzij de aanwezigheid van ArtEZ hogeschool voor de kunsten sterk vertegenwoordigd." Van Horck herkent dit terug op IPKW. "Daar zie je weer verbanden tussen design en technologie, tussen de maakindustrie en de creatieve sector."

Van oudsher weten ook de verschillende accommodaties en organisaties in Arnhem Nijmegen elkaar goed te vinden. Zij beseffen maar al te goed dat een intensieve samenwerking de bekendheid van de regio ten goede komt. "Het gezamenlijke doel is het versterken van de regio en het laten plaatsvinden van zakelijke bijeenkomsten in de regio", zegt Sanders. "Door die spin-off profiteren meer bedrijven hiervan. We zien elkaar zeker niet als concurrentie." "De gunfactor ligt hoog", voegt Schellens toe. "Wij verwijzen vaak door naar andere partners. Bij ons komen bijeenkomsten het beste tot hun recht als deze sportgerelateerd zijn. Als

een bijeenkomst dan niet past, weten we precies wie dan de meest geschikte locatie heeft." "En dit gaat ook heel goed omdat de lijnen tussen de partners onderling kort zijn. We beseffen allemaal heel goed dat het uiteindelijk erom gaat dat de gast de bijeenkomst krijgt die hij of zij wil", benadrukt Van Ketwisch Verschuur.

De partners zijn het er over eens dat Convention Bureau Gelderland daarin een belangrijke faciliterende rol heeft. De Vries: "Het bureau weet deze provincie door middel van de Gelderse streken campagne goed te profileren. De ontwikkelingen binnen het bedrijfsleven en de vele succesvolle projecten nemen ze daarin mee. Dat is belangrijk als je internationale bedrijven wilt trekken. Die zoeken een duidelijk profiel." "De organisatie heeft ook een grote betrokkenheid naar de regio en naar haar partners toe", vult Sanders aan. "De campagne maakt het mogelijk voor ons om als Gelderse organisatie de handen ineen te slaan met zowel toeristische bedrijven, regionale ondernemingen en politieke instanties", voegt Van Ketwisch Verschuur toe, "waardoor je landelijk meer zichtbaarheid voor de regio creëert. Bovendien zijn we ook als locatie beter zichtbaar op de zakelijke markt en kunnen we ook goed uitdragen dat de locaties van stichting Geldersch Landschap en Kasteelen meer mogelijkheden bieden dan alleen voor museale, educatieve en recreatieve

Erik ter Maaten
Convention Bureau Gelderland



Carine van Ketwisch Verschuur
Kasteel Doorwerth



Pim de Vries
Sanadome
Hotel & Spa



Chris Doomernik
Stichting Health Valley





doeleinden." Schellens: "De kracht van de regio zit 'm in het feit dat er ook los van het convention bureau heel veel gebeurt. En dat wordt versterkt op het moment dat deze ontwikkelingen aan elkaar gekoppeld worden."

"De locaties weten heel goed hoe ze de zakelijke mogelijkheden moeten verkopen", bevestigt De Mol. "De ontwikkelingen en projecten geven het collectieve verhaal dat we over de regio willen communiceren inhoud. Wij zorgen dat dit collectieve verhaal voortdurend wordt verspreid op toeristisch en zakelijk niveau in binnen- en buitenland. Je moet als bestemming op top of mind blijven en zorgen dat pco's worden geholpen en begeleid tijdens hun zoektocht naar de mogelijkheden van de regio en hun uiteindelijke verblijf. De kern is dat er in deze regio op allerlei niveaus en op verschillende manieren kennis wordt uitgewisseld. Of dit nu de betrokken partijen op IPKW zijn, de partners van Health Valley of kiEMT, de aanwezige universiteiten en hogescholen, of gebeurt tijdens mooie projecten en bijeenkomsten vanuit het bedrijfsleven en overheden. Dat biedt hele mooie inhoudelijke aanknopingspunten voor zakelijke bijeenkomsten, waar het kennis uitwisselen eveneens centraal staat. Samen met het uitgebreid accommodatieaanbod dat varieert van dierentuinen tot kastelen en het sport-epicentrum, heb je hier een aanbod dat de Randstad niet kan bieden. Hier gebeurt echt wat."

www.conventionbureau.nl



MC2: Meeting Centre met hotelbeleving

Mövenpick is een bekende naam als het gaat om hotelservice van hoge kwaliteit. Dankzij een nieuw Meeting Centre 2 en enkele strategische partnerships zijn de vergadervoorzieningen nu aanzienlijk uitgebreid, maar ook daar wordt de vertrouwde Mövenpick hospitality, service en kwaliteit ervaren.

Viona Terleth, sales directeur van het viersterren deluxe hotel Mövenpick Amsterdam, legt uit: "We hadden dus al een conference centre, en daar is middels een partnership met onze buurman Passenger Terminal Amsterdam een tweede bijgekomen. We noemen dat Meeting Centre 2 (MC2). We positioneren het MC2 meer als intieme vergaderoplossing. Trainingen, kleinere meetings en dergelijke, die kunnen we daar onderbrengen. In het MC2 geven we een heel andere beleving dan in een standaard meeting centre. Onze mensen zijn heel erg gericht op hospitality, en als gast merk je dat echt wel. Hotel-service, maar niet op een hotel-locatie."

MEETING CENTRE 2

Het nieuwe Meeting Centre 2 bestaat uit 10 vergader-

ruimtes waarvan de grootste plek biedt aan 160 deelnemers. Er is een sfeervolle lobby en buitenruimte. Hier kunnen gasten ontspannen, genieten van het eigen Mövenpick koffiemark en kunst. 10 Grote werken van Marit Dik, die de natuur op een abstracte manier weergeven, kleuren de ruimtes al. Terleth: "Over goede kunst heeft iedereen een mening en dat is belangrijk in een meeting centrum, dat mensen in gesprek gaan en verbonden raken." Verder is de locatie, op 5 minuten van Amsterdam Centraal Station, erg aantrekkelijk. "We hebben nu meer beschikbaarheid voor onze klanten."

IJVENUES GROEIT

Uit onderzoek naar de specifieke behoeftes van de meeting planners voor venues in Amsterdam is gebleken dat er, naast kleinere meetings, vooral behoefte was aan locaties voor conferenties met 500 tot 1.000 deelnemers. Die zijn er wel, maar sluiten vaak niet aan bij de beleving die de bezoekers tegenwoordig wensen. Het Mövenpick Amsterdam besloot in 2014 actie te ondernemen om dergelijke conferenties te kunnen faciliteren, en ging daarom enkele partnerships aan. Dit resulteerde in ijVENUES.

Terleth vertelt: “ijVENUES is een partnership tussen het hotel, de ernaast gelegen Passenger Terminal Amsterdam (PTA), het Muziekgebouw en het BIMhuis. We kunnen nu events voor maximaal 1.900 man houden, en kunnen 28 function rooms aanbieden. Daarmee zijn wij de twee na

We hebben nu meer beschikbaarheid voor onze klanten.

grootste congreslocatie van Amsterdam geworden. In het verleden concurreerden we wel eens onderling, en dat is gewoon zonde. Juist door samen te werken kunnen we veel meer mooie events naar onze locatie halen.” Met het nieuwe Meeting Centre 2 groeit meteen ook het aantal breakout ruimtes voor ijVENUES.

BEREIKBAARHEID

Alle partners van ijVENUES zitten vlak bij

elkaar, soms zelfs aan elkaar verbonden, zoals het Mövenpick hotel en de PTA. Dit betekent dat deelnemers aan een event geen grote afstanden af hoeven te leggen om van de ene naar de andere locatie te gaan. Alle panden zijn betrekkelijk nieuw, dat wil zeggen dat er veel aandacht is besteed aan architectuur (met name daglicht), en de locatie aan het IJ is natuurlijk een groot voordeel.

Uitermate belangrijk voor een groot event is de bereikbaarheid. De sales directeur hierover: “We hebben niet alleen een eigen parkeergarage onder het hotel, maar aan

de achterzijde, bij de aanlegsteiger van de PTA voor de cruise- of andere schepen, ook een overdekte busterminal waar 25 bussen tegelijk mensen kunnen in- en uitladen. Die busterminal wordt ook gebruikt voor allerlei activiteiten in het stadscentrum, dat op loopafstand ligt. We zitten vlakbij de snelweg, het Centraal Station is om de hoek, er is een tramhalte voor de deur evenals een taxistandplaats, en Schiphol is 20 minuten rijden. Dankzij al die voordelen hebben we dit jaar al boven verwachting gedraaid. Het concept werkt dus, heel goed zelfs.”

Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre is een viersterren deluxe hotel met 408 modern ingerichte kamers en suites. De Mövenpick organisatie begon in 1948 als restaurantketen in het Zwitserse Zürich. De aandacht voor culinaire uitmuntendheid is nog steeds merkbaar in de keukens van de hotels van de keten. In de Amsterdamse vestiging zwaait de beroemde chefkok Jamie Sharratt de scepter. Die keuken verzorgt ook de catering voor kleine en grotere groepen, tot maximaal 2.000 gasten. Het hotel zelf biedt 11 conference rooms voor maximaal 450 personen; alle zalen hebben daglicht en state of the art AV-voorzieningen. En nu dus de extra 10 meetingruimtes in Meeting Centre 2. Een deskundig en ervaren planning en banqueting team zorgt voor een perfecte meeting. www.movenpick.com/amsterdam



TOEGEVOEGDE WAARDE

Dat dat concept inderdaad werkt, blijkt wel uit het feit dat andere partijen ook willen aansluiten bij ijVENUES. Terleth: "We staan zonder meer open voor nieuwe partnerships, maar willen er wel voor zorgen dat wat we kunnen bieden, realistisch is. Het moet een toegevoegde waarde vormen voor beide partijen. Een partij die niet echt een ijVENUES partner is, maar er wel heel

We hebben nu meer beschikbaarheid voor onze klanten.

dicht tegenaan schurkt, is Ocean Diva. Dat is een event venue organisatie met twee schepen die hier aan de achterzijde van

het hotel kunnen aanmeren. Dus deelnemers aan een congres kunnen na afloop bijvoorbeeld meteen vanuit het hotel de gangway op en een diner of feest op het schip laten plaatsvinden. Dit is een logisch aanbod en daarmee succesvol."

NIEUWE MARKTEN

Met de uitbreiding van de capaciteit wil ijVENUES naast de corporate markt ook nieuwe markten aanboren. Mede daarom is Mövenpick een partnership aangegaan met de Professional Congress Organizer CIM Global. Terleth: "Daarmee willen we met name de markt van de associaties benaderen. Waar we feitelijk naar streven, is het ontzorgen van de klant. Die PCO regelt natuurlijk al veel voor hen, maar wij complementeren het geheel. Bijvoorbeeld met de catering. In overleg met de PTA wordt de catering in de event ruimtes

daar nu ook door ons verzorgd, die werd voorheen door andere cateraars gedaan. Daarmee verstevigen we het partnership naar een echte relatie."

LOS VAN HOTELBOEKING

Een heel belangrijke factor bij de keuze van een congresorganisator voor een event is dat het rond een hotel wordt gehouden. Terleth: "ijVENUES is de enige grote venue in Amsterdam met een hotel op locatie. De organisatie kan dan bijvoorbeeld VIP's adequaat onderbrengen. Maar", benadrukt zij, "de organisatie van een event kan ook geheel los staan van het boeken van hotelkamers." Plannen voor de toekomst heeft Terleth nog genoeg, zoals het uitbreiden en deels overkappen van het terras dat uitzicht biedt op het IJ. Terleth: "Wij zijn niet alleen het Mövenpick vlaggenschip voor Europa,





ijVENUES, Conference City in Amsterdam, is van mening dat conferentie deelnemers een duizelingwekkend uitzicht op Amsterdam en het IJ verdienen. ijVENUES kan congressen en events voor maximaal 1.900 personen verzorgen. De locatie beschikt over verschillende ruimtes zoals een indrukwekkend auditorium voor 700 personen, 25 kleinere function en breakout rooms en een main deck van 3.000m² of 1.200 personen. Met één contract (en dus één factuur) kunnen meerdere ruimtes worden geboekt, evenals eventuele overnachtingen, een rondvaart, of concertbezoek.
www.ijvenues.com

maar ook pilothotel voor veel wat nieuw is. Want wij willen ons constant blijven ontwikkelen. Zoals Istanboel is Amsterdam een zeer dynamische Europese markt, dus hier zitten ook de kansen.”
 Eén van die kansen was dus het aangaan van partnerships om de beschikbaarheid van meeting rooms te vergroten. Uit de samenwerking van Mövenpick met de PTA middels ijVENUES is dus Mövenpick's Meeting Centre 2 geboren. Terleth: “We baten het uit sinds 1 september, en het gaat boven verwachting. Begin volgend jaar gaan we het officieel lanceren met al onze relaties.”

Uw meeting krijgt een staartje...

... in het sfeervolle Paviljoen Hotel ****
op de Grebbeberg in Rhenen
(náást Ouwehands Dierenpark)

Boek vóór 1 februari uw meeting en
wij trakteren u op een lunchbreak in de dierentuin.

Kijk voor onze vergaderarrangementen op
www.paviljoen.nl
Vermeld bij boeking "actie Meetingmagazine"




HOTEL 't PAVILJOEN
RESTAURANT *le Maguisard*

Grebbeweg 103-105 - 3911 AV - Rhenen
Reserveren of meer informatie? Bel ons! 0317-619003
Mail ons via info@paviljoen.nl of kijk op www.paviljoen.nl



VAN DER VALK
HOTEL LEUSDEN - AMERSFOORT

Gelegen aan de rand van het prachtige natuurgebied
de Utrechtse Heuvelrug, vindt u ons prachtige hotel
met een ideale ligging aan de A28 en nabij de A1.



**UW CENTRALE LOCATIE VOOR EEN SUCCESVOLLE
VERGADERING, TRAINING OF CONGRES**

Van der Valk Hotel Leusden-Amersfoort beschikt over meerdere multi-
functionele vergaderzalen welke voorzien zijn van daglicht, moderne
apparatuur (met draadloze beameraansturing), gratis wifi en een flip-over.
Alle zalen hebben tevens de mogelijkheid om volledig verduisterd te
worden. Tijdens de break kunnen uw gasten terecht in onze koffiecorner
met verschillende koffiekeuzes, of even uitwaaien op het ruime balkon,
welke bij de zalen gevestigd is. Al onze vergaderzalen zijn voorzien van
airconditioning en daarbij biedt ons unieke penthouse op de 7e etage
tevens een schitterend uitzicht over de omgeving.
Van der Valk Hotel Leusden is genomineerd als Beste Trainingslocatie
van het jaar 2015!

Philipsstraat 18 | 3833 LC Leusden
E: sales@leusden.valk.com | T: 033-4345345 | www.hotelleusden.nl
8 vergaderzalen | 172 hotelkamers | Gratis parkeren | Gratis Wi-Fi





**Green Key
SINDS 2012**

**DAGELIJKS OPEN VOOR
UW ZAKELIJKE AFSPRAAK**

- OPEN VAN 8:00 UUR TOT 22:00 UUR
- 5 MINUTEN VAN DE A27 - AFSLAG 30
- EIGEN PARKEERGELEGENHEID
KIJK OOK OP WWW.MITLAND.NL



Van Munster Media gaat samenwerking aan met stichting LIVA

Op dinsdag 17 november heeft Michael van Munster, uitgever van Meeting Magazine en eigenaar van Van Munster Media Groep, een samenwerkingsovereenkomst ondertekend met stichting LIVA. Deze stichting is er voor ouders in Nederland die financiële en psychische hulp nodig hebben rondom de bevalling, na de geboorte van hun kind of na het overlijden van hun kind.

Oprichtster Imke Emons en haar partner kwamen zelf in een lastig parket terecht toen bij geboorte van hun tweeling Xavi en Fleur hun zoontje Xavi een ernstige hartafwijking bleek te hebben. Er volgde een lange periode van wekelijkse ziekenhuisbezoeken waardoor hun financiële middelen langzaam maar zeker uitgeput raakten. Emons vond het maar moeilijk om te geloven dat er in Nederland zo weinig geregeld was voor ouders die in deze situatie zitten en besloot met stichting LIVA een helpende hand te bieden. "Helaas vallen er heel veel gezinnen met onder andere zorgintensieve kindjes veelal buiten de zo genoemde 'potjes'. Als gevolg hiervan ondervinden deze gezinnen financiële moeilijkheden. Maar als je kindje doodziek is, wil je je niet bezig houden met kosten voor brandstof, parkeren, maaltijden in het ziekenhuis of een verblijf in een RonaldMcDonald Huis. Ik wil met stichting LIVA alle ouders die in deze situatie zitten een helpende hand bieden zodat zij zich kunnen concentreren op hun kind(eren)."

Bij stichting LIVA hebben zich inmiddels een psycholoog, gezinscoach, een neonatologie verpleegkundige en een smartcoach/kinderfluisteraar aangesloten die hulpbehoevende ouders van gratis advies kunnen voorzien, maar ook acute hulp kunnen bieden. In de nabije toekomst wil Emons ook financiële steun aanbieden. Daarnaast heeft Emons nog 2 bijzondere doelen die zij op langere termijn hoopt te kunnen waarmaken. Zo wil zij graag mensen een weekendje of midweekje weg cadeau geven zodat zij even op adem kunnen komen. Ook wil zij samenwerken met locaties, of deze zelf realiseren, waar gezinnen volledig gratis kunnen verblijven in de buurt van het ziekenhuis waar hun kindje is opgenomen.

Meer informatie over stichting LIVA vindt u op www.stichtingliva.nl en op Facebook. Donaties zijn van harte welkom. Ook is er een speciale LIVA armband ontworpen in samenwerking met Jaceys Jewellery. De opbrengst van deze armband gaat naar Stichting LIVA. Bestellen kan via: www.jaceys.nl

Foto-onderschrift: Geert Emons (penningmeester) en Imke Emons (voorzitter) van stichting LIVA gaan de samenwerking aan met Michael van Munster van Van Munster Media.

Nomineer jouw favoriete medewerker

MeetingReview.com, EvenementContact, de Congres- en Vergaderclassificatie en Meeting Magazine lanceerden in oktober de Nationale Meeting Award. Deze algemene, onafhankelijke prijs is bestemd voor de beste meeting- en eventlocatie van Nederland.

De vakjury bestaat uit Michiel

Smilde van Eventerim, Wieteke Lemmen van WietWeetWaarheen.nl en Trees Overkamp van Cygnea. Het volledige inschrijfgeld dat de locaties betalen, zal ten goede komen aan Cliniclowns Nederland. De award kent vijf categorieën, waarvan er twee met een publiekprijs worden beloond.

De 'Warme deken' is bestemd voor de beste gastheer of gastvrouw.

De 'bijzondere locatie voor een zakelijke bijeenkomst of bedrijfs-event' spreekt voor zich.

Welke locatie is voor u het meest bijzonder? Welke medewerker staat er voor u altijd klaar en weet precies hoe hij of zij uw bijeenkomst of verblijf helemaal naar wens kan organiseren? Geef dit aan ons door en breng uw stem uit vanaf januari via www.nationalemeetingaward.nl. De bekendmaking van de winnaars van de Nationale Meeting Award 2015 zal plaatsvinden tijdens een feestelijke awarduitreiking op EvenementContact op donderdagmiddag 18 februari 2016.



Culinair toptalenten Cas Spijkers Academie koken met sterrenchefs en meesterkoks

Op maandag 1 februari in het nieuwe jaar vindt het benefiet galadiner plaats ter ere en nagedachtenis van topchef Cas Spijkers. Tijdens deze avond koken de eindjaars studenten van de Cas Spijkers Academie in de Vereniging in Nijmegen een tien gangen diner in samenwerking met tien gerenommeerde sterren- en meesterchefs. Voor dit benefiet galadiner zijn nog enkele plaatsen beschikbaar. Het culinaire evenement wordt uit naam van het team en de studenten van de Cas Spijkers Academie gepresenteerd om het culinaire erfgoed van de topchef voort te laten leven. De prijs van het diner is € 135,- per persoon, voor een geheel verzorgde culinaire én muzikale avond. Een deel van de opbrengst van het diner gaat naar het Nationaal Fonds tegen Kanker. Host van de avond is tv-kok Rudolph van Veen. De tien deelnemende sterrenchefs en meesterkoks hebben iets gemeen: ze hebben allen in het verleden met Cas Spijkers gewerkt. Deze chefs zijn: Cees Helder, Edwin Kats, Erik de Mönnink, Johan van Groeninge, Marc Smeets, Marcel de Leeuw, Mark Vaessen, Menno Post, Nils Hendrikse, Paul Fagel, Rudolph van Veen en onder voorbehoud Angélique Schmeinck.

De Cas Spijkers Academie biedt culinair toponderwijs, met hoofddocent Cees Helder, aan studenten met afgeronde basisopleiding Kok niveau 2 of Gastheer/-vrouw niveau 2. Tijdens deze opleiding wordt nationale en internationale ervaring opgedaan en is bedoeld om toptalent verder te ontwikkelen tot niveau 4 Leidinggevende Keuken of niveau 4 Leidinggevende Gastheer/-vrouw.

Er zijn nog enkele plaatsen beschikbaar voor dit benefiet galadiner, aanmelden kan tot 29 januari via p.werring@roc-nijmegen.nl.



Landgoed Zonheuvel

info@landgoedzonheuvel.nl | 0343 47 35 00
WWW.LANDGOEDZONHEUVEL.NL



STICHTING
LIVA
WE CARE

Problemen rondom de bevalling,
de tijd ervoor of na de geboorte
en/of de ziekte van je kindje(s)?

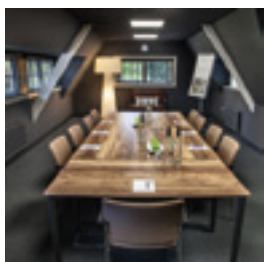
vind ons op Facebook

 Stichting LIVA

avondvergadering

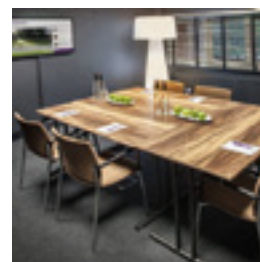
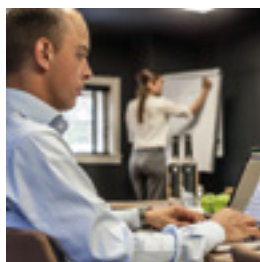
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

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



Woudenbergseweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

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

Kom naar
onze
inspiratiedag op
7 april 2016
**MELD JE HIER
AAN!**

Inspiratiedag Texel 2016

Een stukje inspirerend eilandgevoel opdoen

Saaï zal het in elk geval niet worden tijdens de door de VVV Texel georganiseerde 'Inspiratiedag'. Want er is op het eiland zo veel te zien en te doen!





WIST JE DAT VAN TEXEL?

- **Texel is goed bereikbaar:** 60 minuten van Amsterdam en 20 min. varen
- **Aantal bewoners:** 13.622
- **Stadsrechten:** in 1415
- **Aantal schapen:** ca. 9.000
- **Aantal lammetjes in voorjaar:** ca. 17.000
- **Oppervlakte gemeente Texel:** 58.041 ha
- **Oppervlakte land:** 16.000 ha
- **Lengte Texel:** 25 km
- **Breedte Texel:** 8 km
- **Lengte fietspaden:** 140 km
- **Lengte wandelpaden:** 225km buiten het broedseizoen, 140km in het broedseizoen.
- **Lengte strand:** 30 km
- **Oppervlakte natuurgebieden:** 5.300 ha (Nationaal Park is ca. 4.200 ha, daarnaast beheert Staatsbosbeheer nog ca. 1.000 ha)
- **Aantal dorpen:** 7
- **Aantal musea:** 6

Op donderdag 7 april organiseert VVV Texel voor de derde keer een 'Inspiratiedag'. PCO's, meeting- en eventplanners en andere organisatoren van zakelijke bijeenkomsten maken in anderhalve dag tijd kennis met de bijzondere locaties en leuke activiteiten die op Texel te doen zijn.

Rob Werkman, eigenaar van Zandbank Texel, is verantwoordelijk voor de sportieve strandactiviteiten. Samen met zijn enthousiaste team verzorgt hij activiteiten zoals blokarten, powerkiten, coastraften, suppen of een bootcamp. Bovendien staat veiligheid voorop want dit bedrijf is TÜV gecertificeerd. Wel zo fijn om te weten als je met windkracht 5 over het strand gaat met een blokart!

Zakelijke gasten die een keer op Texel geweest zijn komen vaak terug. "En dan komen ze meteen met het hele gezin", vertelt Ilona van de Poel, sales en marketing manager van Grand Hotel Opduin. "Texel blijft verrassen, zelfs ik als import-Textelaar ontdek na jaren nog steeds nieuwe plekjes", knikt Bouke Weber, general manager van Hotel Groep Texel. Ook collega Nancy Hopmans van Boutique Hotel Texel kan dit beamen. "Wij zeggen regelmatig tegen gasten: onthaast, voel u thuis en vergeet vooral de tijd!"

Omgeven door de wadden en Noordzee is het strand nooit ver weg. Een must tijdens je Texelbezoek is om te lunchen of dineren in één van de strandpaviljoens. En dat kan het hele jaar door. Wil je van het Texelse strand



**ORGANISEER JIJ BEDRIJFSUITJES, VERGADER-
ARRANGEMENTEN, CONGRESSEN OF ANDERE
ZAKELIJKE EVENEMENTEN?**

Meld je dan aan voor de inspiratiedag Texel op www.texel.net/inspiratiedag, en ontdek wat de mogelijkheden zijn.

Er wordt een compleet verzorgd dagprogramma aangeboden;

- Overtocht met garnalenkotter
- Diverse strandactiviteiten
- Texels lunch bij een strandpaviljoen
- Verrassende middagprogramma's
- Afsluitende borrel
- Gratis overnachting inclusief ontbijt bij Hotel Groep Texel, Grand Hotel Opduin en Vakantiepark De Krim Texel.

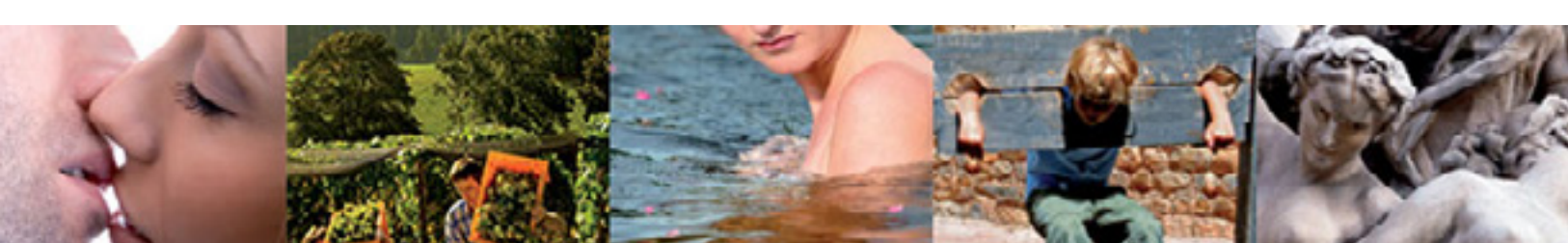


genieten? “Bij ons ‘Aan Zee’ krijgt iedereen een zomers gevoel”, vertelt Corina Röpke, eigenaar van Paal 17 Aan Zee & Zomers. “We verrassen onze gasten graag met Texelse gastvrijheid en een prachtige zonsondergang.”

Ook al is het eiland niet zo groot, afstanden moeten wel overbrugd worden. Marcel Slikker van Evenementenbureau Texel regelt het graag voor je. Indien gewenst organiseert hij complete Texelprogramma's, feesten of partijen en zorgt dat je overal op tijd bent. Een mooie locatie voor een grote bijeenkomst of feest is Theaterzaal De Kiekendief op De Krim. Jan van Dee, horecaman in hart en nieren, begeleidt je bijeenkomst of feest tot in de kleine uurtjes.

“Op Texel kent iedereen elkaar en men weet wat ze aan elkaar hebben”, zegt VVV-directeur Wouter de Waal. “En we organiseren graag dingen samen. Dat laten we wel zien met deze inspiratiedag waaraan meer dan 20 bedrijven meewerken. Heeft het ene hotel niet genoeg bedden om je groep te huisvesten? Dan wordt met alle liefde een collega hotelier gebeld. Dat is Texelse gastvrijheid. Het bijzondere eilandgevoel delen we graag.” Zelf een stukje van dat eilandgevoel ervaren? Ontdek en kom erachter wat Texel voor je kan betekenen op zakelijk gebied.

Geef je op voor de Inspiratiedag 2016, via www.texel.net/inspiratiedag



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





'Business Beyond Tourism' cijfers in kaart gebracht

Toegegeven, een wat minder opvallende titel dan degene die de vorige editie op deze plek stond.

Ivo lammers: ik drink graag een biertje met je op donderdag 3 december na afloop van een belangrijke bijeenkomst. Belangrijk in de zin dat NBTC Holland Marketing de uitkomst van een onderzoek zal presenteren over de economische impact van de markt van meerdaagse (inter)nationale zakelijke bijeenkomsten in Nederland.

Op het moment dat ik dit schrijf is het 2 december en leggen wij de laatste hand aan het persbericht, ligt het script klaar, de sprekers en moderator geïnformeerd, de badges gesorteerd en zijn de schoenen gepoetst.

Het onderzoek is mede tot stand gekomen dankzij de financiële ondersteuning van MPI Foundation via MPI Nederland, CLC-VECTA en het bestuur van het Voorfinancierings- en Garantiefonds voor internationale congressen in Nederland.

Er gaat letterlijk geen week voorbij of wij worden wel gebeld door provincies, gemeenten, onderzoekers en studenten met vragen over (recente) cijfers van de markt van zakelijke bijeenkomsten. Die hadden wij wel, maar geïndexeerd en bovendien ook niet aangevuld met indirecte effecten zoals bijvoorbeeld werkgelegenheid. Kortom, het werd hoog tijd dat dit onderzoek weer werd uitgevoerd.

In samenwerking met onderzoeksbureau Ecorys is er het afgelopen jaar hard gewerkt om alle data boven tafel te krijgen; zowel op macro-economisch niveau als ook kwalitatieve onderzoeksgegevens als het gaat om de zogenaamde uitstralingseffecten die meerdaagse zakelijke bijeenkomsten hebben op het imago van congressteden als ook van het gehele land.

Op het moment dat deze uitgave bij u op de mat ligt is het onderzoek voor iedereen beschikbaar gemaakt via zakelijkemarkt.nbtc.nl. Het is meer dan een cijferoverzicht geworden. Het e-magazine is een interactief overzicht dat inzicht zal bieden op de (economische) impact van onze markt, maar ook een overzicht van trends en ontwikkelingen op het gebied van zakelijke bijeenkomsten.

Mede door de investeringen van eerder genoemde partijen is er nu weer een betrouwbare en recente rapportage beschikbaar die aangeeft waar onze markt voor staat! Ik ben heel benieuwd wat de nieuwe directeur van het Den Haag Convention Bureau hiervan zal vinden! Nienke, het woord is aan jou!

Eric Bakermans

Marketing Manager Meetings & Conventions NBTC Holland Marketing



Wat mogen we verwachten in 2016?

De MICE-branche is altijd in beweging. Verschillende organisaties hebben een aantal trends op een rij gezet waarvan zij denken dat deze de moeite waard zijn om in de gaten te houden.

De Benchmark Hospitality International, een Amerikaans bedrijf met 35 hotels, resorts en congressentra in haar portfolio, heeft op basis van haar gegevens een aantal trends ontdekt. Mede door de aantrekkelijke economie beginnen de prijzen langzaam weer te stijgen. Er wordt weliswaar nog steeds op de budgetten gelet, maar dat betekent niet dat luxe locaties geen schijn van kans maken. Arrangementen zijn bezig met een comeback. Wel dienen deze vaak aangepast te worden aan de betreffende klant. Vaak gaat het dan eerder om aanvullende diensten dan het uitkleden van het arrangement. Verder neemt het aantal

aanvragen voor meetings toe, net als de omvang. Hotels geven de voorkeur aan grotere groepen en lijken soms minder flexibel te worden als het aankomt op spontane boekingen. Last minute boekingen lijken helemaal niet meer mogelijk. Als gevolg hiervan moeten gewilde locaties ver van tevoren worden geboekt.

De keuze voor een bestemming wordt steeds belangrijker. Organisatoren zoeken naar een goede prijs-kwaliteitverhouding. Bestemmingen die dit combineren met een ontspannende omgeving waar veel te doen is, hebben de voorkeur. Kroatië, Spanje en Portugal worden in 2016 populair.

TRAININGEN IN DE LIFT

Teambuilding lijkt weer populairder te worden. Locaties die hier creatieve mogelijkheden voor bieden zijn gewild, denk aan kookworkshops, beach volleybal of een golfclinic. Daarnaast wakkert de aantrekkelijke economie ook de concurrentie tussen bedrijven verder aan om een toppositie te

veroveren. Hierdoor stijgen de trainingsbudgetten om sales- en managementmedewerkers klaar te stomen om de concurrentieslag aan te kunnen gaan.

Trainingen zelf zijn ook volop in ontwikkeling. Inmiddels beginnen eLearning, gamificatie, en MOOCs terrein te winnen. Maar ook Virtual Reality begint door te breken onder invloed van Facebook (met de aankoop van Oculus Rift) en Google's Glass Technologie. Dit kan worden aangeboden in de vorm van gamificatie of om een traditionele klaslokaalsetting te simuleren. Verder wordt verwacht dat we steeds meer gebruik gaan maken van mobiele educatieve apps en apps voor performance support. Doordat er steeds meer budget voor trainingen wordt uitgetrokken, eisen bedrijven ook dat de resultaten gemeten kunnen worden. Dit betekent dat er frequenter behoefte is aan het testen van vaardigheden en meer praktijk-oefeningen tijdens en na de training. Ten slotte zal ook de vraag naar verschillende leervormen voor verschillende manieren van leren toenemen om tegemoet te komen aan de wensen van de individuele deelnemers. Algemene instructievideo's maken plaats voor persoonlijke eLearning-cursussen.

NIEUWE OMGEVING

De meetingruimte zelf is eveneens aan verandering onderhevig. De traditionele

'boardroom-stijl' wordt vervangen door een concept waarbij grote ruimtes, kleine zithoekjes en verschillende 'zitjes' met elkaar worden gecombineerd. Ook een informele setting rondom een kampvuur of een bar komt vaker voor. Het doel is om creativiteit te stimuleren. Een andere trend die niet mag worden vergeten is technologie. Meetings en events worden meer en meer doorspekt met technologische hulpmiddelen zoals apps voor smartphones en iPads, audiovisuele technologische tools en speciale Facebookpagina's. Deze hebben als functie om organisatoren te helpen met het registratieproces, het digitaal ontsluiten van het programma en het verzamelen van feedback van deelnemers.

ZAKENREIZEN

Wat betreft zakenreizen deed onderzoeksbureau Advito research naar de reisbranche in opdracht van BCD Travel. De resultaten zijn gebundeld in de Industry Forecast 2016. Het onderzoek stelt dat de prijzen van zakenreizen redelijk stabiel zullen blijven. Dalende ticketprijzen in economy-klasse en stijgende hotelkosten houden elkaar in evenwicht. De olieprijs zal volgens het onderzoeksbureau in 2016 op hetzelfde peil blijven als dit jaar. Dit geeft luchtvaartmaatschappijen de ruimte om de capaciteit te verhogen. Door het grotere aanbod zullen de prijzen stabiel blijven, of zelfs dalen in regio's met hevige

concurrentie zoals Afrika en het Midden-Oosten. Noord- en Latijns-Amerika zouden daarentegen een stijging moeten zien als reactie op een sterke vraag naar regionale reizen in deze markten.

Naast de Benchmark Hospitality International voorspelt ook Advito dat de hotelprijzen zullen gaan stijgen. Volgens het bureau ligt dit mede aan een tekort aan nieuw aanbod. In Latijns-Amerika worden prijsstijgingen voorspeld vanwege een sterk blijvende vraag. Het ruime aanbod in China en India zorgt voor gemiddeld lagere prijzen in Azië.

Twee belangrijke spelers in de branche die invloed gaan uitoefenen zijn Lufthansa en Airbnb. Lufthansa vraagt sinds een aantal maanden een toeslag van 16 euro voor boekingen via GDS-systemen. Die toeslag kun je vermijden door rechtstreeks bij de luchtvaartmaatschappij te boeken. Dit vraagt echter wel meer aandacht voor zorgplicht en reisrisicobeheer.

Wat betreft accommodatie zorgt Airbnb voor een ontwikkeling. Meer dan 250 bedrijven hebben zich aangemeld voor hun zakenreisprogramma. Airbnb heeft nog wel te kampen met uitdagingen rond veiligheid, regelgeving en belastingen. Waarschijnlijk komt de organisatie hiervoor met een oplossing, al zullen hotelketens wellicht een vergelijkbaar product ontwikkelen.





AMRÂTH GRAND HOTEL DE L'EMPEREUR

*Dé plek voor al uw
bijeenkomsten!*



Amrâth Grand Hotel de l'Empereur, een Rijksmonument in Jugendstil daterend uit 1902 is de ideale locatie voor al uw zakelijke en privébijeenkomsten. Ons hotel beschikt over 7 feest- en vergaderzalen en 7 luxe vergadersuites die allen naar uw wensen kunnen worden ingericht. Vanaf het moment dat u onze eigen inpandige parkeergarage binnenrijdt tot het moment dat u weer uitcheckt na een verblijf in een van onze

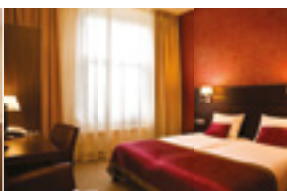
149 kamers en suites hoeft het u aan niets te ontbreken.

Amrâth Grand Hotel de l'Empereur biedt alles onder één dak; van meeting tot een frisse duik in ons binnenzwembad, van intiem diner in ons restaurant tot feestelijke barbecue in onze hoteltuin, van congres tot bruiloft, alles is mogelijk!

Stationsstraat 2 • 6221 BP Maastricht • T. 043-321 38 38 • reserveringen@hotel-empereur.nl • www.hotel-empereur.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.

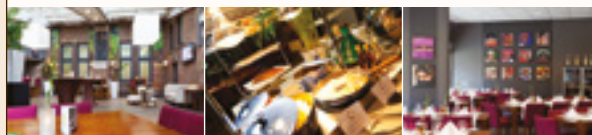
- 25 zalen (grootste zaal voor 200 personen)
- 131 hotelkamers
- Gratis gebruik van WiFi, LCD-projector, flip-over en geluidsinstallatie
- MVO beleid beloond met Gouden Greenkey
- Gratis parkeren (+ oplaadpunt elektrische auto's)
- Wereldse buitenactiviteiten in eigen bos



Download onze App
iOS + Android



PROEFLOKAAL DE WERELD



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



De Ruwenberg host eerste INSPIRATIE SEMINAR in Nederland

Op donderdag 28 januari 2016 zal De Ruwenberg Hotel | Meetings | Events het eerste Inspiration Seminar in Nederland hosten. Na 10 succesvolle edities in België trekt het Inspiration Seminar voor het eerst naar Nederland. Locatietopper De Ruwenberg in Sint-Michielsgestel zal dit op donderdag 28 januari faciliteren. Het initiatief van THEPLANNER.BE is ongekend populair in België. Door dit Inspiratie seminar naar Zuid Nederland te halen, is er voor de Belgische meetingplanners en eventorganisatoren de mogelijkheid om kennis te maken met de Brabantse gastvrijheid. Ook de Nederlandse zijn van harte welkom om aan te sluiten om kennis op te doen en te netwerken. Deze eerste Nederlandse editie zal inhoudelijk focussen op concrete MICE ideeën uit Zuid-Nederland en Vlaanderen! Spreker Filip Muylaert presenteert de mooiste en zeer inspirerende locaties in deze regio voor uw meetings. Het geheim achter het succes van deze Inspiratie seminar schuilt in het feit dat ze voor alle aanwezigen zeer efficiënt en effectief zijn. In 1 dagdeel krijgen de planners een brede en complete update. Ze krijgen een duidelijk beeld van de diverse congres-, vergader-, en incentivemogelijkheden in het hart van de Benelux en men ziet daardoor beter hoe deze regio kan bijdragen aan succesvolle bijeenkomsten. Men krijgt veel informatie in relatief korte tijd. Anders dan bij de Belgische editie wordt er aan dit seminar een famtrip gekoppeld om de troeven voor meetings, events en teambuilding te ontdekken in de regio 's-Hertogenbosch. Convention Bureau Brabant organiseert deze ontdekkings-tocht door 's-Hertogenbosch! Op het programma staan mooie locaties, gezellige restaurantjes, en zullen de highlights van de stad te zien zijn. Het ultieme doel is om de regio krachtig en vol overtuiging neer te zetten als dé dichtbij bestemming voor zakelijke evenementen. Deelname is nog mogelijk. Registeren via de website van corporateplanner.be.

Samenwerking Maastricht Aachen Airport en Private Air Service Fly Aeolus

Het toegankelijker maken van de regio Limburg – zowel voor personen als bedrijven – is het gezamenlijke doel van Fly Aeolus en Maastricht Aachen Airport. Fly Aeolus kan op aanvraag nieuwe bestemmingen aanvliegen vanaf Maastricht Aachen Airport, waardoor de Euregio Maas-Rijn toegankelijker wordt. Beide partijen zien grote voordelen in deze samenwerking en gaan ervan uit dat de zelf te bepalen bestemmingen perfect zullen aansluiten op het huidige aanbod vanaf Maastricht Aachen Airport.

Wie is Maastricht Aachen Airport?

Maastricht Aachen Airport is gericht op het transport van passagiers en vracht. In 2011 werd ze aangeduid als luchthaven van nationaal belang in een luchtvaartnota van de Nederlandse rijksoverheid. Samen met luchtvaartmaatschappijen wordt er continu gewerkt aan het toevoegen van nieuwe routes aan het netwerk. Deze bestemmingen sluiten naadloos aan bij de wensen van de Euregio Maas-Rijn. De luchthaven wil de inwoners en bedrijven in de Euregio een grote keuze aan diensten vanaf 'hun' vliegveld aanbieden. Maastricht Aachen Airport streeft daarnaast naar een complete dienstverlening op het gebied van private en business aviation vanuit het nieuwe Jetcenter op de luchthaven.

Wie is Fly Aeolus?

Fly Aeolus biedt een nieuwe vorm van betaalbaar privé-luchtvervoer aan. Met Fly Aeolus kan de reiziger zelf bepalen wanneer en waarheen hij wil vliegen in Noordwest-Europa. Vanaf Maastricht Aachen Airport zijn belangrijke steden als Londen, Berlijn of München in minder dan twee uur bereikbaar. Fly Aeolus levert de flexibiliteit van een privévliegtuig, maar dat tegen de helft van de prijs. Daarnaast landt Fly Aeolus altijd dichterbij de uiteindelijke bestemming, waardoor de uiteindelijke reistijd tot wel de helft wordt verkort.

Nieuwe directeur-gastheer Château St. Gerlach

Harmen Silver (41) zal per 11 januari 2016 leiding gaan geven aan het team van Château St. Gerlach. De heer Silver is tot begin januari werkzaam als Director of Operations in het Waldorf Astoria Berlijn. Het hotel (5 sterren deluxe) heeft 232 kamers en suites, een restaurant met een Michelinster (Les Solistes by Pierre Gagnaire), 6 vergaderzalen, een Ballroom en een Spa (Guerlain).

Voor zijn rol als Director of Operations was Harmen Silver werkzaam als Director of Food & Beverage in het London Hilton on Park Lane. Dit hotel wordt beschouwd als het Europese vlaggenschip voor Hilton worldwide. In Nederland was hij werkzaam als Director of Facilities bij ABN Amro MeesPierson en als Director of Food & Beverage in Sofitel Legend The Grand in Amsterdam en daarvoor nog als Food & Beverage Operations Manager bij Duin & Kruidberg Country Estate in Santpoort (1 Michelinster). Zijn carrière begon Harmen als succesvol ondernemer met een restaurant in Hoorn (Bib-Gourmand). Aan het eind van 2016 opent het nieuwe St. Gerlach Paviljoen & Kasteelhoeve, een extra mooie uitdaging voor Harmen Silver. Wij zijn blij met zijn aanstelling en toevoeging als lid van ons directieteam. Harmen Silver: "Het is een eer en een plezier om onderdeel te worden van en leiding te gaan geven aan het team op Château St. Gerlach. Voor mij staat Château St. Gerlach symbool voor warme en oprechte Limburgse gastvrijheid. Ik kijk ernaar uit daar mijn steentje aan bij te gaan dragen. De nieuwbouw van het St. Gerlach Paviljoen & Kasteelhoeve, te gebruiken als inspirerende vergader- en evenementenruimtes, geven aan hoe dynamisch de exploitatie van Château St. Gerlach is en zich blijft vernieuwen en verdiepen."



Erik van Dijk

Green Key

MÉÉR DAN EEN KEURMERK VOOR DUURZAAM ONDERNEMEN

Anno 2016 hebben ruim 620 accommodaties in de gastvrijheidssector een Green Key certificaat bij de entree hangen. Dit zijn ondernemers die vanuit hun eigen intrinsieke waarde met duurzaamheid aan de slag zijn en ondernemers die hun bedrijf hebben laten certificeren uit marketing oogpunt.

TEKST ERIK VAN DIJK

DE MARKT VRAAGT ER OM: ZONDER DUURZAAM AANBOD GEEN OPDRACHTEN.

Green Key is een van de keurmerken voor duurzaamheid in de gastvrijheidssector in Nederland. De grootste. Daar zijn ze in Driebergen bij de Stichting KMKV, die de Green Key in Nederland uitvoert, erg

trots op. Maar Green Key is méér dan alleen het keurmerk. Erik van Dijk van de Stichting KMKV: "Wij zijn natuurlijk in eerste instantie een keuringsinstituut en inhoudelijk verantwoordelijk voor Green Key. Maar we zien ons ook als spin in het duurzaamheidsweb dat langzaam maar zeker steeds strakker wordt gesponnen over het speelveld van hotellerie, recreatie, toerisme en MICE-markt. We kennen de aanbieders van duurzame producten, we weten wat de overheid eist van ondernemers en we kennen de wensen van gecertificeerde accommodaties in hun duurzame aspiraties. Dit alles brengen we bij elkaar. Concreet met ons certificeringsschema, maar daarnaast ook met informatieverstrekking aan onze deelnemers en de jaarlijkse landelijke uitrei-

king met workshops en infomarkt. Maar ook met onze benchmark van verbruiksgegevens. Alle deelnemers kunnen zich spiegelen aan Green Key collega's. En we zien de CO₂-uitstoot van onze deelnemers ieder jaar minder worden. Er gebeurt heel veel op dit moment."

WETTELIJKE VERPLICHTING

Wat gebeurt er dan allemaal? Van Dijk: "We horen, zien en lezen natuurlijk veel over het klimaatakkoord dat in Parijs is afgesloten. Wellicht nog ver van ons bed? Abstract? Concreet komt er aan wet- en regelgeving veel op ondernemers af. Neem de EED, dat is de Europese regelgeving inzake de Energy Efficiency Directive. Ondernemingen met meer dan 250 werknemers of een omzet hoger dan 50 miljoen euro dienen een vierjaarlijkse energie audit uit te voeren. Nu zult u denken, zoveel bedrijven hebben die omzet niet. Maar de omzet van ketenbedrijven worden bij elkaar opgeteld. Zit je boven die grens dan dient elke afzonderlijke vestiging er aan te voldoen. Wij proberen met de Rijksoverheid het voor elkaar te krijgen dat het hebben van een Green Key gezien wordt als invulling van deze wet-

"Bij het samenstellen van de nieuwe normen is het uitgangspunt gehanteerd ook te focussen op de gebruiksvriendelijkheid van het systeem."

telijke verplichting. In het voorjaar komt daar meer duidelijkheid over. Daarnaast zijn er regels ten aanzien van vrijwillige energiebesparingsmaatregelen. In de optionele normen van het nieuwe Green Key-certificeringsschema zijn deze maatregelen ook opgenomen. Zo snijdt het mes voor een Green Key deelnemer aan twee kanten. Een heel andere ontwikkeling betreft het gebruik van bestrijdingsmiddelen voor groen- en tuinonderhoud. We zijn via de

RECRON betrokken bij de Green Deal die hierover is afgesloten met de overheid. En we hebben zelf onze handtekening gezet onder de Green Deal schone stranden."

Het keurmerk staat zelf ook niet stil. Zo gelden sinds 1 januari 2016 nieuwe normen voor Green Key certificering. Is er veel veranderd? "Ja en nee", legt Erik Van Dijk uit. "We hebben inhoudelijk de lat niet veel hoger gelegd, hoewel er leuke nieuwe uitdagingen in zitten. Bij

"Bij circa 50% van de normen hoeft de deelnemer geen bewijslast meer te uploaden."

de herziening waarvoor we ruim de tijd genomen hebben in 2015 hebben we vooral gekeken naar de implementatie van de normen. We hebben goed geluisterd naar onze deelnemers door interviews te houden met stakeholders en gesprekken met leveranciers te voeren."

GEBRUIKSVRIENDELIJK

"Bij het samenstellen van de nieuwe normen is het uitgangspunt gehanteerd ook te focussen op de gebruiksvriendelijkheid van het systeem. De voorbereidings-tijd van de deelnemers op de keuring is verkleind en eenvoudiger worden. Bij circa 50% van de normen hoeft de deelnemer geen bewijslast meer te uploaden. De visuele inspectie van de keurmeester tijdens de keuring op locatie volstaat. De normen zijn méér SMART gemaakt en bij ieder hoofdstuk van de normen mag de ondernemer zelf een voorstel doen voor een bonusnorm. Vroeger hadden we maar twee bonusnormen. Ik denk dat hierdoor we onze deelnemers voldoende uitdagingen en vrijheid geven. Hen mee te nemen in een proces naar steeds weer een stukje duurzamere bedrijfsvoering."

MEERWAARDE

Hoe merk je nu dat Green Key ook echt een méérwaarde heeft? Van Dijk: "Ik las

onlangs in de NRC een artikel over de groene ambities van hotels wereldwijd. Er werd best kritisch over geschreven. En terecht denk ik. Als je een keurmerk aan de entree hebt hangen, moet het wel kloppen. Zowel voor het deelnemende bedrijf als voor de uitstraling van het keurmerk zelf. In het NRC-artikel werd verwezen naar het onderzoek van de Consumentenbond uit januari 2013. Hieruit kwam Green Key als beste uit de bus vanwege de transparantie, de tweejaarlijkse keuringen op locatie en het feit dat wij onderdeel zijn van de NGO FEE-International. Dit is een not-for-profit organisatie die met hun ideële doelstelling werkt aan het belang van natuur, milieu en duurzaamheid. Een ander voorbeeld van vertrouwen in Green Key betreft een bericht van de Rabobank en EIB (Europese Investeringsbank) die de Green Key beoordelen als erkenning om voor extra korting in aanmerking te komen voor leningen voor duurzame investeringen. Je komt niet zomaar op zo'n lijst. Zo'n erkenning geeft dan een heel betrouwbare positie."

"Je komt niet zomaar op zo'n lijst. Zo'n erkenning geeft dan een heel betrouwbare positie."

Is uw bedrijf nog niet Green Key gecertificeerd? Wilt u ook profiteren van het duurzame netwerk van Green Key en profiteren van de voordelen en kennis? Neemt u dan contact op met Erik van Dijk via erik@kmvk.nl of greenkey.nl.

Alle informatie is te vinden op www.greenkey.nl. Deze site is vorig jaar geheel vernieuwd en uiteraard geschikt voor informatiedragers. Green Key is ook actief op Facebook: Green Key Nederland en Twitter: @GreenKeyNL.

Wordt 2016 dan hét jaar?

Goede voornemens, we hebben ze allemaal in de eerste paar dagen van het jaar, maar helaas verdwijnen ze nog sneller dan sneeuw voor de zon. Onderzoek van het blad 'Time' wees in 2013 uit dat na 6 maanden gemeten, slechts 3 procent van de mensen die een doel hadden gesteld tijdens Nieuwjaar, hier nog mee bezig waren. Na 12 maanden was dat minder dan 1 procent. Nu kan dat natuurlijk in eerste instantie komen door het te hoge ambitie niveau tijdens de feestdagen, maar er ligt echt nog wat anders op de loer, onze intrinsieke motivatie driver houdt ons namelijk vast in ons bestaande gedrag en denken.

TEKST JOHN VAN HEEL (EFAA WEERT)



Wij mensen zijn geconditioneerde wezens, wat betekent dat we een bepaald patroon van leven en bijbehorende karaktereigenschappen, vaardigheden en overtuigingen hebben aangeleerd. Allereerst krijgen we die natuurlijk aangereikt. Als we als baby altijd de fles en iets zoet krijgen als we krijsen, dan blijven we krijsen als we daar zin in hebben. Als we vroeger thuis de pot snoep op tafel hebben staan en we mogen er doorlopend in graaien, dan kan het zijn dat we een bepaalde mate van verslaving hebben aangeleerd. Als de ouders als enige sport het kijken naar Studio Sport hebben, en er geen prikkel komt om als kind sport op te pakken, dan kan er al snel een sterke mate van passiviteit ontwikkelen. Als, als gevolg van die passiviteit dan vroeg of laat een keer geroepen wordt: "sporten dat is niks voor jou", dan zou het zomaar kunnen gebeuren dat iemand dat van zichzelf gaat geloven. Dan wat verder in ons leven beginnen zich de effecten natuurlijk af te tekenen. Er komt wat overgewicht, snel last van gewrichten en rug, en hierdoor kunnen zich weer allerlei andere gezondheidsklachten ontwikkelen.

JONG NIET GELEERD, IS OUD NIET GEDAAN

Wij zijn dus gevormd in ons leven, de een (als we kijken naar gezond leven) op een positieve manier, omdat de ouders sporters waren, op de voeding letten en de kroost zoveel mogelijk mee hebben gegeven om goede beslissingen te nemen om gezond te blijven leven. Stel je zelf echter eens de vraag, op een schaal van 0-10, hoe goed heb je geleerd om elke dag 60 minuten te bewegen, 2 keer per week te sporten en 2 keer per week je spieren te trainen. Dat is namelijk de beweegrichtlijn voor een goede gezondheid van de World Health Organization. Over het algemeen scoren mensen hier tussen de 2 en 4 op. En hoe goed heb je in je opvoeding geleerd om minimaal een half bord groenten te eten, rauwkost gedurende de dag, elke dag noten, flink wat fruit, alleen volkoren producten en wat drinken betreft water en groene thee? Ook op dit vlak scoren mensen in de Westerse landen helaas een dikke onvoldoende. Het resultaat is dat 75% van de bevolking onvoldoende beweegt en onvoldoende groenten en fruit eet. Met alle negatieve gevolgen van dien en met een jonge generatie die momenteel opgroeit, die het probleem nog eens extrapoleren.

GRIJZE BOEDDHA

Nadeel van een opvoeding waarin we niet geleerd hebben om gezond te eten is, dat we op een bepaald moment gaan geloven dat wij zelf het probleem zijn. Gevoed door de duizenden snelle middeltjes voor bijvoorbeeld afvallen, waarvan 99,9% alleen op korte termijn werkt, maar bijna altijd het jo-jo effect tot gevolg heeft (fysiologisch volledig verklaarbaar), denken we op een bepaald moment, "is toch niks voor mij", "werkt niet bij mij", "ik hou ook niks vol", "kan ik echt niet", of nog erger, "het zit toch in de familie", "die aanpak past gewoonweg niet

bij me". We noemen dit overtuigingen, ofwel, 'grijze boeddha's' van ons onderbewuste. We geloven dat het zo is, dat wordt vertaald naar elke cel in ons lijf en naar onze instrinsieke (de)motivatie, waardoor we de moed ook opgeven.

MAAK VAN 2016 JOUW BLAUWE BOEDDHA JAAR!

Miljoenen mensen blijven hangen in die grijze boeddha beperking. Het is een vicieuze cirkel waar velen gewoonweg niet uit komen. Je gelooft dat het lastig is, daarvoor ben je niet gemotiveerd, onderneem je te weinig initiatief en word je wederom bevestigd dat het lastig is. De andere kant van het verhaal is jezelf afvragen, "Wat wil ik nu eigenlijk echt"? Als je bijvoorbeeld af wil vallen, dan zou je hartstem hierop kunnen zeggen, "ik wil gewoon lekker gezond leven met een gezonder gewicht". Die grijze boeddha zal je meteen om de oren slaan met

"Nadeel van een opvoeding waarin we niet geleerd hebben om gezond te eten is, dat we op een bepaald moment gaan geloven dat wij zelf het probleem zijn."

de gedachte dat het je toch niet lukt, maar die blauwe kiem kan je laten groeien door hem aandacht te geven. "Wat moet ik ervoor doen? Wat ga ik ervoor doen?" Dat zijn efficiënte vragen, waar je onderbewustzijn ook antwoord op geeft, want intelligent zijn we allemaal.

VOED JOUW BLAUWE BOEDDHA!

Als het idee er is wat je aan wil pakken in 2016, meer bewegen, meer sporten, spiertraining, meer groenten, rauwkost, meer volkoren, meer noten, meer water drinken of groene thee, dan is het zaak jezelf te blijven voeden om er aan te blijven denken. We vallen namelijk snel terug in oude gewoonten, die grijze Boeddha's zijn sterk en zeer stevig. Schrijf op wat je gaat doen, maak het SMART, hoe vaak, wat exact, met wie? Onderzoek, kijk op de site van het Voedingscentrum, kijk op www.bewegenismedicijn.nl en onderzoek waarom dat wat je aan gaat pakken zo goed is. Doe het samen met iemand? Plaats een Postit sticker op je koelkast en PC, zodat je jezelf blijft herinneren aan jouw persoonlijke blauwe boeddha project 2016. Maak er een vitaal jaar van!



Nieuwe evenementen- en congreslocatie presenteert zich met trots

Maak je evenement groener

Om MVO kan de meeting- en eventbranche tegenwoordig niet meer heen. Een stap in de goede richting is het kiezen van een duurzame locatie, maar ook het event zelf kan op verschillende manieren worden verduurzaamd. Stichting Duurzaam Organiseren kan daarbij helpen.

De non-profit organisatie Stichting Duurzaam Organiseren (SDO) is in 2006 opgericht door onder andere Stephan la Haye. "Ik was toen zelf organisator van duurzame evenementen en kreeg regelmatig de vraag wat een evenement nu precies duurzaam maakt, en hoe dit ook inzichtelijk kon worden gemaakt. Met SDO willen we (semi-)overheidsinstellingen, evenementenlocaties en -organisatoren verder helpen met het verduurzamen van hun evenementen. Dit doen we aan de hand van praktische en efficiënte oplossingen." Overheden hebben de doelstelling om klimaatneutraal te worden. Volgens La Haye is het naast het uitkiezen van duurzame locaties voor externe bijeenkomsten ook raadzaam om de evenementen zelf onder de loep te nemen. "Onze stichting adviseert hoe zij samen met evenementenorganisaties hun event 'groener' kunnen maken. Hetzelfde geldt voor deze evenementenorganisaties en de locaties waar deze bijeenkomsten worden georganiseerd. Daarnaast hebben we ook een online platform van leveranciers die duurzame producten en diensten bieden."

DUURZAME BAROMETER

De leidraad voor het adviseren is de Barometer Duurzame Evenementen (BDE). La Haye: "Deze barometer is in samenwerking met Stichting Milieukeurmerk ontwikkeld. Voor de invulling zijn we met 100 stakeholders zoals locaties, PCO's, leveranciers en gemeenten in gesprek gegaan. Vervolgens is in samenspraak met een begeleidingscommissie, een college van deskundigen, een raad van accreditatie en input uit een algemene hoorzitting de barometer opgesteld." De BDE bestaat uit 100 criteria verdeeld over acht thema's, waaronder catering, mobiliteit en energie. Evenementen kunnen aan de hand van deze thema's duurzamer worden ingestoken. "Bewustwording staat centraal, maar het moet natuurlijk wel haalbaar zijn", benadrukt La Haye. "Een goed energieplan kan soms nog wat voeten in aarde hebben, maar wat betreft de catering kan er ook in een vergevorderd stadium nog advies toe worden gepast. Bij elk event zijn er wel een aantal quick wins te analyseren." Dit kan ook worden onderzocht door middel van een app waarbij een organisator een aantal documenten kan uploaden. Vervolgens wordt geanalyseerd waar de groene verbeterpunten liggen. Organisatoren en locaties die veel met de stichting samenwerken en ervaring hebben met het toepassen van de thema's en criteria in de barometer zullen in de nabije toekomst zelf in de gelegenheid zijn om hun evenementen te toetsen. Organisatoren die nog een stapje verder willen gaan, kunnen hun event ook als duurzaam laten certificeren. Ook hiervoor wordt de BDE gebruikt. De certificering zelf wordt door een externe organisatie getoetst en toegekend. Dit is onder andere interessant voor terugkerende evenementen waarvan de opzet en de manier van organiseren elk jaar hetzelfde is.

BASISTHEMA

La Haye heeft in de afgelopen jaren gemerkt dat duurzaamheid een basisthema is geworden. "Onder andere (semi-)overheidsinstellingen, nutsbedrijven en financiële instellingen besteden hier veel aandacht aan. Ook organisatoren beginnen dit nu op te pikken." Een voorbeeld hiervan is Noordwijk Marketing, die de intentie heeft uitgesproken om de duurzaamste congreslocatie van Nederland te worden. La Haye: "Noordwijk Marketing heeft haar events langs de barometer gelegd. Daaruit bleek

dat ze bijna op het niveau van certificering zaten en dit dus zeker haalbaar was. Bij de Space Rally, een bijeenkomst voor meetingplanners die zij op 8 oktober organiseerden, hadden zij zelf al bewust gekeken naar geschikte locaties en vervoer. In combinatie met een aantal quick wins die wij aan konden dragen, is het uiteindelijk een verrassend duurzaam evenement geworden."

Rondom muziekfestival Noorderslag, dat in de tweede week van januari plaatsvindt, lanceert SDO het portaal duurzaam-evenement.nl. "Op dit portaal krijgt elke regio een eigen hoofdstuk, zodat je heel snel een

overzicht krijgt van leveranciers en andere organisaties die je kunt inschakelen voor je duurzame evenement. Dit is zeker ook interessant voor corporate events zoals personeelsfeesten. In 2015 hebben we ongeveer 70 evenementen verduurzaamd. In 2016 verwacht ik een flinke groei. Want je merkt al snel dat wanneer een evenement duurzaam worden georganiseerd, er ook op het gebied van financiën en efficiency voordelen ontstaan", aldus La Haye.

www.duurzaamorganiseren.nl



Stephan la Haye

Duurzame trends volgens MVO Nederland

Dit jaar bracht MVO Nederland voor de derde keer het MVO Trendrapport 2015 uit. Hiervoor benaderde zij tal van experts binnen en buiten MVO Nederland en raadpleegde zij onder meer onderzoeksrapporten, vakbladen, websites en beleidsnotities. In dit trendrapport zijn 7 trends opgenomen die ook voor de MICE-branche interessant zijn.



1. VAN WINST NAAR WAARDE

Vroeger stond bij het MVO-beleid van veel bedrijven liefdadigheid en het verminderen van uitstoot, overlast of schade. Er ontstaat nu een kentering waarbij MVO vanuit een positief uitgangspunt wordt benaderd. De focus verschuift van het verminderen van negatieve impact naar over het vergroten van positieve impact. Dit gaat gepaard met de opkomst van termen zoals 'Nieuwe Business Modellen', 'true pricing', 'social enterprises', 'impactdenken', 'integrated thinking' en 'intrinsiek restauratieve ondernemingen'. Het maatschappelijk nut van de business, gekoppeld aan de kernactiviteiten van het bedrijf, staat centraal binnen het MVO-beleid. Daarnaast worden bedrijven ook meer en meer afgerekend op de waarde die ze voor de maatschappij toevoegen, en welke bijdrage ze leveren aan het oplossen van maatschappelijke vraagstukken. Financiële winst en een 'do no harm'-aanpak is dus niet genoeg.

2. EXIT FOSSIEL

CO₂-uitstoot door menselijke activiteiten werkt klimaatverandering in de hand. Dit heeft niet alleen gevolgen voor natuur en milieu maar ook voor de economie. Het lijkt erop dat juist geopolitieke spanningen en economische wetmatigheden de nekslag vormen voor de oliebedrijven. Er worden tal van nieuwe manieren ontwikkeld om duurzame energie op te wekken en op te slaan. Nederland loopt op het gebied van duurzame energie nog achter vergeleken met andere landen. Toch houden steeds meer bedrijven rekening met een naderende omslag en houden hun CO₂-uitstoot bij, mede om economische redenen.

3. SMART SUSTAINABILITY

Internet of things en big data worden steeds vaker genoemd. En juist deze technologische ontwikkelingen kunnen een flinke bijdrage aan kwaliteit van leven, energiebesparing en veiligheid leveren. Door informatie aan elkaar te koppelen wordt het makkelijker om verspilling te vermijden, kennis te delen en ketens transparant te krijgen. Bij veranderende omstandigheden of calamiteiten kan op afstand ingegrepen worden, al dan niet automatisch. Ondernemers die erin

slagen slimme technologie in te zetten om maatschappelijke vraagstukken op te lossen, brengen hun duurzame bedrijf naar een hoger niveau van duurzaam ondernemen.

4. HET POTENTIEEL VAN HET TEVEEL

Onze economie kent zo zijn voordelen, maar het grote aanbod waar onze consumptiemaatschappij graag gebruik van maakt kent ook een keerzijde. Er ontstaan enorme overschotten en overcapaciteit waardoor kantoorpanden leeg staan en mensen werkloos thuis zitten. Deze overschotten en overcapaciteit vormen steeds vaker de basis voor nieuwe verdienmodellen zoals kringloopwinkels en modebedrijfjes die kleding maken van afgedankte materialen. Ook wordt er steeds vaker met gesloten beurzen

Door informatie aan elkaar te koppelen wordt het makkelijker om verspilling te vermijden, kennis te delen en ketens transparant te krijgen.

producten, kennis, diensten en zelfs personeel met elkaar uitgewisseld. De discussie rijst of dit wel eerlijke concurrentie is ten opzichte van traditionele bedrijven. Toch lijken deze nieuwe verdienmodellen een verdere opmars te gaan maken.

5. DUURZAAMHEID VERKOOPT NIET

Ondanks het feit dat consumenten steeds meer uitgeven aan duurzame producten is duurzaamheid voor hen geen aankoopargument. Prijs, kwaliteit, gezondheid en korte termijn prikkels zijn aspecten die hun koopgedrag beïnvloeden. De markt begint dit steeds beter te beseffen en verschuift haar focus op duurzaam richting het verhaal achter het product of dienst. Dit wordt gedaan door middel van strategieën als storytelling en

inspelen op bijvoorbeeld lokale betrokkenheid, gezondheid, authenticiteit of ambachtelijkheid. Op die manier kan je ervoor zorgen dat consument zich binden aan een duurzame merk. Vertel dus het echte verhaal en werk vooral samen met ambassadeurs. Dit zijn ook je eigen medewerkers!

6. REVOLUTIE IN DE HANDELSKETEN

Nederland is een echte handelsnatie. Maar voor al die producten heb je wel grondstoffen nodig die langzaam opraken. Ook krijgen aspecten zoals onveilige arbeidsomstandigheden, armoede, rampen en schandalen steeds meer aandacht. Als gevolg hiervan beginnen de activiteiten binnen handelsketens steeds meer te verschuiven van lineair naar circulair. Dat levert uiteindelijk niet alleen nieuwe verdienmodellen, sociale innovaties en technische verbeteringen op, maar maakt bedrijven ook bewust van het spaarzaam omgaan met grondstoffen en hun rol bij sociale uitdagingen.

7. DUURZAAM = DAT JE LANG MEEGAAT

Duurzaamheid heeft niet alleen betrekking op ecologische impact, maar ook human capital, wijzelf dus. Niet alleen vanuit welzijnsoogpunt, maar ook vanuit financieel opzicht wordt het steeds belangrijker dat mensen zo lang mogelijk gezond, zelfstandig, gelukkig en vitaal zijn, ook op de werkvloer. Steeds vaker worden thema's als ziekte en gezondheid niet als schadepost, maar als omzet- en imagokans voor ondernemingen gezien. Denk aan de toenemende aandacht voor arbeidsparticipatie door mensen met een beperking, duurzame inzetbaarheid, vitaliteit en het optimaal benutten van talent en betrokkenheid van medewerkers. Ook komt preventie hoger op de agenda te staan. Het resultaat is individuele welzijnswinst, gezonde en gemotiveerde medewerkers en klanten, minder onbenut potentieel en uiteindelijk besparing op zorgkosten voor de maatschappij.

mvoederland.nl/trendrapport-2015



Foto: Buro Binnen

Ruimte voor duurzaamheid

Noordwijk Marketing heeft haarzelf een mooie ambitie opgelegd: een duurzame meeting- en evenementenbestemming te zijn. Om te testen hoe ver de MICE-faciliteiten al aan deze ambitie voldoen, werd de Space Rally georganiseerd. Meeting Magazine was erbij en deed verslag.

THE SPACE TO BE

De meeste mensen zullen Noordwijk kennen vanwege het strand en de zee. Het is de nummer drie op de lijst van Nederlandse badplaatsen en heeft een keur aan hotels zoals het bekende Grand Hotel Huis ter Duin, waar het Nederlands Elftal regelmatig overnacht. Noordwijk wordt ook wel 'The Space to Be' genoemd, door de vestiging van ESA-ESTEC, het grootste technologische centrum van de Europese ruimtevaart, de permanente ruimtevaarttentoonstelling Space Expo en het bedrijfsterein Space Business Park.

START BIJ DECOS

De Space Rally stond in het teken van duurzaamheid en begon daarom heel toepasselijk bij Decos, een organisatie die bedrijven helpt met duurzaam ondernemen. Dit doen ze door volledig digitaal te werken waardoor papier niet meer nodig is. Directeur Paul Veger hield een inspirerend verhaal over 'paperless office.' Met elektrische auto's, beschikbaar gesteld door onder meer BMW, Tesla en Nissan werd een parcours gereden langs organisaties die iets doen met duurzaamheid. Zo werd het pand van Staatsbosbeheer bezocht, alsook Space Expo en hotel Golden Tulip Noordwijk Beach.

AMBITIEUZE DOELSTELLINGEN

Voor de gemeente Noordwijk is duurzaamheid een belangrijk speerpunt. Een en ander is vastgelegd in het college-akkoord 'Denk mee, Doe meer'. Niet verwonderlijk, als je bedenkt dat de gemeente verweven is met de natuur; niet alleen dankzij het strand en de zee, maar ook doordat rond en in Noordwijk het grootste natuur- en wandelgebied ligt. In 2030 moet de gemeente geheel energieneutraal zijn. Verder komen er elektrische oplaadpalen voor zowel auto's als fietsen. Noordwijk beschikt ook over de kwaliteitskeurmerken zoals de Blauwe Vlag en Quality Coast Gold. Het streven is om dit jaar als



Foto: Noordwijk Marketing

eerste badplaats van Europa voor een platinum award te gaan. Al die wapenfeiten bij elkaar leveren Noordwijk de tweede plek op in de wereldwijde top 100 van groene toeristische bestemmingen. Deze 'Sustainable Destinations Global Top 100' is tot stand gekomen dankzij oproepen op social media en de beoordeling door dertig internationale experts in duurzaam toerisme.

VOORBEREIDING: METEN IS WETEN

Voorafgaand aan de Space Rally heeft Stichting Duurzaam Organiseren bekeken hoe het evenement zo duurzaam mogelijk kon worden georganiseerd. Dit gebeurde aan de hand van de Barometer Duurzame Evenementen dat onder meer kijkt naar catering en locaties. Wordvoerder Stephan La Haye noemde het achteraf een topprestatie, want het event zat dicht tegen

een bronzen certificaat aan. Naast de prijs voor de winnaar van de Rally, was er ook nog een prijs voor het team dat de Rally het duurzaamst wist te rijden. Dit werd gemeten door de app 'Drive Flo', die de rijprestaties van de deelnemers nauwlettend in de gaten hield. Het team van Grand Hotel Huis ter Duin ontving een speciaal 3D-geprinte bokaal.

TOPNOTERING

Inmiddels weten bedrijven en organisaties Noordwijk als congreslocaties te vinden. De gemeente host ruim 1000 vergaderingen en meetings per jaar, waaronder 250 internationale congressen en seminars. Denk aan de Nuclear Security Summit en de NATO top in 2007. Dankzij de Space Rally maakten meetingplanners en congresorganisatoren kennis met bedrijven uit Noordwijk die het streven naar duurzaamheid onderschrijven. Zo was er een tussenstop bij Brouwer's Tours BV, een touringcarbedrijf dat maatschappelijk verantwoord ondernemen heeft opgenomen in haar bedrijfsprofiel. Er wordt uitsluitend geïnvesteerd in energiezuinige motoren en ook krijgt elke chauffeur intensieve training om zo efficiënt mogelijk te rijden. Ook bij vervoerder Koninklijke Beuk treft

Foto: Marcel Verheggen





men dergelijke maatregelen; hier staan de letters MVO voor Milieu Vriendelijk Onderweg.

DUURZAAM GENIETEN

In een artikel over duurzaam Noordwijk mag de horeca niet ontbreken. Zo ligt pal aan het Noordwijkse strand St(r)andplaats Nederzandt, een evenementenlocatie die de slogan 'duurzaam genieten' hoog in het vaandel heeft. De deelnemers van de Space Rally kregen hier een power speech en een versnapering om vol energie aan het tweede deel van de tour te beginnen. Nederzandt won voor haar inspanningen al de duurzaamheidsprijs Bollenstreek 2014 en betreft een substantieel deel van

haar producten bij biologische leveranciers. Ook serveert Nederzandt water waarvan de opbrengst ten goede komt aan duurzaamheidsprojecten over de hele wereld.

GROEN OVERNACHTEN

Congressen en meetings kunnen gehouden worden bij een van de vele hotels die Noordwijk rijk is. Zo ligt pal aan de boulevard het Golden Tulip Noordwijk Beach, een gerenommeerd hotel dat voorziet in alle gemakken en uitkijkt op zee. Ook zij dragen bij aan het groene imago van Noordwijk: vermindering van milieubelasting is een continu speerpunt, alsook het streven naar transparantie en het tegengaan van ongewenste activiteiten in



Foto: Buro Binnen



Foto: Noordwijk Marketing



Foto: Jan van Haarlem

en om het hotel. Een andere partner van Noordwijk Marketing is De Baak Seaside, een vergaderlocatie aan zee waar duurzaamheid verweven is in de dagelijkse werkzaamheden en dienstverlening.

CONCLUSIE: VEELZIJDIG

Het evenement werd in stijl afgesloten bij Space Expo voor de prijsuitreiking en een informele borrel. De organisatie verdient complimenten; op een informele en speelse manier is duidelijk geworden dat het Noordwijk menens is als het

“Het streven is om dit jaar als eerste badplaats van Europa voor een platinum award te gaan.”

gaat om duurzaamheid. Voor partners en deelnemers was de dag een prima gelegenheid om elkaar te ontmoeten. Je zou haast vergeten dat Noordwijk al zoveel andere kwaliteiten heeft die een bezoek

rechtvaardigen. De zee, de uitgestrekte bossen, duinen en het avontuurlijke centrum maken van deze badplaats dé ideale bestemming voor zowel zakelijke als leisure gasten. Een enclave van rust en ruimte, maar gunstig gelegen ten opzichte van belangrijke steden als Leiden en Amsterdam. Bezoek Noordwijk en ervaar de succesvolle mix van rust, ruimte en water en duurzaamheid.

www.noordwijk.info



HANGAAR2

2450 m² evenementenlocatie

Van
VLIEGTUIGHANGAAR
naar
EVENEMENTENLOCATIE

Op zoek naar een eigentijdse locatie met ongekennde mogelijkheden in de Randstad?

Maak kennis met de unieke evenementenlocatie Hangaar2 op voormalig Marine Vliegveld Valkenburg in Katwijk. Een stoere, ruime, en industriële black box locatie met een capaciteit van 2500 personen.

Hangaar2 is ook te combineren met de naastgelegen TheaterHangaar, waar de succesvolle productie Soldaat van Oranje – De Musical draait. De 360° ronddraaiende tribune is ideaal voor congressen.

www.hangaar2.nl | www.theaterhangaar.nl



UNIEK IN
NEDERLAND BIJ
NH CONFERENCE
CENTRE
LEEUVENHORST

EXCLUSIEF BIJ NH HOTEL GROUP 3D HOLOGRAPHIC TELEPRESENCE

Bij NH Hotel Group geloven we in evenementen die inspireren, die zorgen voor een onvergetelijke herinnering, maar bovenal in evenementen die bijdragen aan uw succes. Innovatie is daarbij onze belangrijkste drijfveer.

NH Hotel Group is trots de eerste hotelketen te zijn die de revolutionaire **3D Holographic Telepresence** geïmplementeerd heeft in haar key Meeting & Events hotels.

Daardoor bent u verzekerd van een evenement waarbij uw boodschap beter dan ooit overkomt en blijft. Ontdek hoe technologie het verschil kan maken tijdens uw volgende bijeenkomst.

NH Hotel Group, where the future is already present.

NH CONFERENCE CENTRE LEEUVENHORST

Langelaan 3, Noordwijkerhout
mtngs.nhleeuwenhorst@nh-hotels.com
+31 (0)252 37 8499

NH MEETINGS
inspire. create. enjoy.



Google kiest oude garagewerkplaats als congreslocatie

Ben je kleine ondernemer? Google komt naar je toe dit jaar. Om je te inspireren en motiveren tot een betere website die beter communiceert wat je te bieden hebt en bij het googelen beter gevonden wordt.

Goed initiatief. In november heeft de Digitale Werkplaats al vier keer proefgedraaid. Een paar duizend ondernemers en zzp'ers troffen elkaar in het voormalige Ford-garagecomplex in hartje Eindhoven. De toegang was gratis. Ik ben gaan kijken want ik ben geïnteresseerd in de inhoud én de locatie.

Laat ik kort zijn, de digitale registratie, catering en algehele verzorging waren net zo uitstekend als het programma. De workshops gingen onder meer over WAT je site moet communiceren (pitchtalk en zoekwoorden), over mobielvriendelijkheid, over doelgroepgericht webontwerp en over meten en bezoekersanalyse.

Als directeur van de vergaderhamers vind ik natuurlijk de verlaten werkplaats als congreslocatie zeker zo interessant. We weten dat Google geld genoeg heeft om die congresgeschikt te maken. Maar wat daar allemaal bij komt kijken, joh, dat is te gek voor woorden... en de portemonnee.

Ik som even op wat je in iedere congresaccommodatie standaard aantreft en in deze kale, kille ruimte nog eventjes moet aanbrengen. Wat dacht je van glasvezel en snelle Wi-fi, extra dames- en rolstoelvriendelijke toiletten, verwarming, verlichting, meubilair, keukenvoorzieningen, beamers, geluidsapparatuur, podia, projectiewanden, brandveiligheidsvoorzieningen? Dan ben ik vast nog het een en ander vergeten.

Op de betonnen vloer is geen tapijt gelegd. Ik heb daardoor best last gehad van optrekkende kou; daar kon de luchtslang-verwarming niks tegen beginnen. Grote lappen zwart gordijn dienden als aankleding en galmdemping maar ook als afscheiding voor de workshopruimten. Dat voldeed natuurlijk niet want voor geluiddemping is massa nodig. Dat was jammer want verstaanbaarheid behoort tot de basiseisen van iedere congres- en vergaderaccommodatie. De plastic stoeltjes zaten hard en ongemakkelijk, maar waren keurig gekoppeld zoals wettelijk voorgeschreven. Er moet dagenlang heel hard gewerkt zijn aan de voorbereiding en inrichting.

Ik ben benieuwd of ook in de andere steden de congreshotels concurrentie krijgen van leegstaande werkplaatsen. Ook al passen die nog zo mooi in het creatieve idee van de Digitale Werkplaats. Of zou Google de workshops echt digitaal maken?!

Ton Soons

Directeur Congres- en Vergaderclassificatie.
Reageren? Mail naar info@vergaderhamer.nl.

Resideren op niveau?

Gelderland levert je mooie streken...



Voor een bijzondere ontmoeting, ga naar conventionbureau.nl



Noordwijk wint bid DNA congres

Noordwijk Marketing heeft het bid gewonnen voor het eerste congres van De Nederlandse Associatie (DNA). Het tweedaagse congres wordt georganiseerd op 2 en 3 juni 2016 voor ruim 500 verenigingsprofessionals en vindt plaats in het NH Conference Centre Leeuwenhorst. Op de openingsavond wordt er een diner en feestavond georganiseerd aan het strand bij Alexander Beach Club.

DNA is een vereniging van, voor en door Nederlandse verenigingen en verenigt brancheverenigingen, beroepsverenigingen, federaties, paritaire organisaties, fondsen en ledenorganisaties. "Een zeer interessante doelgroep voor Noordwijk aangezien de verenigingen individueel ook bijeenkomsten en congressen organiseren. Dit betekent ruim 500 potentiële opdrachtgevers onder 1 dak", aldus Sandra Nonhebel, product manager zakelijke markt van Noordwijk Marketing.

Noordwijk Marketing liet in de bidprocedure onder andere de steden Rotterdam en Den Haag achter zich. "Tijdens de site visit in augustus hebben we Noordwijk van haar beste kant laten zien. De organisatie was meteen gecharmeerd van de congreslocatie en de combinatie die gemaakt kon worden met een locatie aan het strand. En daar is juni een perfecte maand voor", vertelt Sandra Nonhebel. Het congres staat twee dagen in het teken van netwerken en delen van nieuwe ontwikkelingen en best practices. Noordwijk Marketing verzorgt de promotionele ondersteuning van het congres.

MVO bij Theater de Meervaart

Wat is er mooier dan met het organiseren van uw congres, evenement of vergadering bij te dragen aan educatie en talentontwikkeling voor jongeren. Theater de Meervaart verwelkomt jaarlijks zo'n 150 zakelijke congressen en is daarnaast met 1100 stoelen en 280 voorstellingen per jaar het 4e theater van Amsterdam. Naast theater en congreslocatie, zijn wij ook een jeugdtheaterschool voor talentontwikkeling. Alle opbrengsten van congresverhuur komen ten goede aan de Meervaart en gaan rechtstreeks naar cultuureducatie en talentontwikkeling, een belangrijke pijler van onze veelzijdige organisatie met ANBI-status. Met veel enthousiasme werkt de Meervaart dag in, dag uit aan een aantrekkelijk programma voor jong en oud. Theater gaat voor ons verder dan het vertonen van podiumkunsten. Wij zijn de plek waar verhalen worden verteld, maar waar je ook zelf kunt leren vertellen, dansen, zingen of filmen. In het bruisende culturele hart van Amsterdam Nieuw-West draagt de Meervaart bij aan de culturele ontwikkeling van alle Amsterdammers.

Podiumkunsten hebben in onze visie een belangrijke, maatschappelijke waarde. Theaterbezoek is een verrijkende ervaring, het biedt ruimte aan verrassing en geeft nieuwe inzichten. Onderling respect, nieuwsgierigheid en het wegnemen van culturele drempels staan daarbij centraal.

Actief deelnemen aan (podium)kunsten heeft, naast dat het gewoon leuk is, allerlei positieve effecten op de ontwikkeling van kinderen. Scholen kunnen bij ons terecht voor voorstellingsbezoek en educatietrajecten. Kinderen en jongeren uit de buurt kunnen in hun vrije tijd jaarcursussen en workshops volgen bij onze jeugdtheaterschool 4West en talentencentrum Studio West. Jaarlijks nemen meer dan 5.000 kinderen en jongeren deel aan activiteiten in de Meervaart. Dit alles mogelijk gemaakt door congressen en evenementen. 2016 Staat voor ons zoals ieder jaar weer in het teken van Maatschappelijk Verantwoord 'Organiseren'.



Geslaagd evenement bij Classic Park

Op vrijdag 11 december 2015 werd de Two-Tone zaal van Classic Park gereed gemaakt voor de ontvangst van zo'n 450 medewerkers van Bosch Rexroth. Om 14:45 uur werden de eerste gasten verwelkomd met een heerlijk kopje koffie of thee en een speciaal voor deze gelegenheid zelf gemaakt Koningsblauw koekje. Na de plenaire opening en diverse presentaties was er gelegenheid om te genieten van een heerlijk gerechtje van de foodtrucks die buiten stonden opgesteld. Uitvoering was in samenwerking met: Marquis events & imagineering. Classic Park in Boxtel verenigt de volgende activiteiten op één unieke locatie: automuseum, autoverkoop, zakelijke en publieke events, restaurant, shop en werkplaats. De locatie beschikt over meerdere zalen en breakout rooms die voor verschillende zakelijke bijeenkomsten worden ingezet. www.classicpark.nl



Resideren op niveau?

Gelderland levert je mooie streken!

Congrescentrum De Werelt

Goed voor elkaar!

Westhofflaan 2 | 6741 KH Lunteren
T 0318 48 46 41 | info@congrescentrum.com
www.congrescentrum.com



Bilderberg Zuid Veluwe Hotels

Dat is pas écht munt slaan uit uw vergadering!

Hotel de Buunderkamp | Hotel Wolfheze
Hotel Klein Zwitserland | Hotel de Bilderberg
T 0317 31 83 19 | JSchuring@bilderberg.nl
www.bilderberg.nl

BEST WESTERN PLUS Hotel Haarhuis

*Sinds 1918 hét stadshotel
van Arnhem !*

Stationsplein 1 | 6811 KG Arnhem
T 026 442 74 41 | info@hotelhaarhuis.nl
www.hotelhaarhuis.nl



Strandclub en Evenementenlocatie Watergoed!

Tielsestraat 129 | 6675 AC Valburg
T 0488 - 410 222 | info@watergoed.nl



Landgoed Hotel Groot Warnsborn

*Groot Warnsborn, zowel zakelijk
als privé, nèt even meer!*

Bakenbergseweg 277 | 6816 VP Arnhem
T 026 44 55 751
info@grootwarnsborn.nl
| www.grootwarnsborn.nl

Fletcher Parkhotel Val Monte

*“Organiseer uw
bijeenkomst op de berg!”*

Oude Holleweg 5 | 6572 AA Berg en Dal
T 024 684 20 00 | info@goldentulipvalmonte.nl
www.goldentulipvalmonte.nl



Theater & Congres Orpheus

*Orpheus: hét podium
voor uw evenement!*

Churchillplein 1 | 7314 BZ Apeldoorn
T 055 527 03 30
sales@orpheus.nl
Orpheus.nl/congres

Papendal

*Het hart van de
Nederlandse topsport!*

Papendallaan 3 | 6816 VD Arnhem
T 026 483 79 00 | info@papendal-hotel.nl
www.papendal.nl



Amrâth Hotel Belvoir

*Nabij het historische hart
van Nijmegen*

Graadt van Roggenstraat 101
6522 AX Nijmegen | 024-3232344
info@belvoir.nl | www.amrathhotels.nl

PIETERS
KERK
LEIDEN



www.Pieterskerk.com | T: +31(0)71-5124319 | sales@Pieterskerk.com

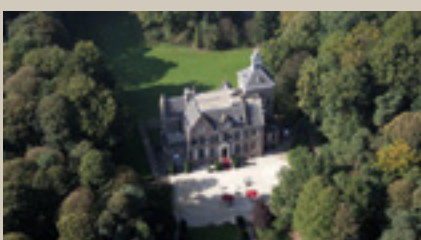


Duurzame gastvrijheid op de Utrechtse Heuvelrug

- 33 vergaderzalen
- Conferentiezaal tot 500 gasten met aangrenzend ontvangst- en cateringruimte
- 110 hotelkamers
- Restaurant met 350 zitplaatsen, terras en bar
- 47 hectare bos met twee vergaderlodges
- Voldoende gratis parkeergelegenheid
- 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



Wieteke Lemmen



Michiel Smilde



Trees Overkamp

Nieuw onafhankelijk initiatief zet toplocaties in the picture

Nationale Meeting Award 2015

In de Nederlandse MICE-branche zijn heel wat locaties te vinden die iets bijzonders te bieden hebben, wat met een award extra in de picture kan worden gezet. Toch miste de branche volgens Meeting Magazine een algemene, onafhankelijke prijs. Om die reden werd in oktober de Nationale Meeting Award gelanceerd.

De Nationale Meeting Award is een initiatief van MeetingReview.com, EvenementContact, de Congres- en Vergaderclassificatie en Meeting Magazine. De prijs is bestemd voor de beste meeting- en eventlocatie van Nederland. Voor de Nationale Meeting Award 2015 kan gestreden worden in een vijftal categorieën. In drie categorieën wordt de winnaar door een vakjury bepaald. Daarnaast worden er twee extra categorieën beloond met een publieksprijs; de 'Warme deken' voor de beste gastheer of gastvrouw en 'bijzondere locatie voor een

zakelijke bijeenkomst of bedrijfsevent' (zie kader). De vakjury bestaat uit Michiel Smilde van Eventerim, Wieteke Lemmen van WietWeetWaarheen.nl en Trees Overkamp van Cygnea. Het volledige inschrijfgeld dat de locaties betalen, zal ten goede komen aan Cliniclowns Nederland.

Inmiddels hebben diverse locaties zich aangemeld voor de drie vakjuryawards. Hiervoor moesten zij ten minste 10 reviews verzamelen op reviewplatform MeetingReview.com. De vakjury zal in januari 2016 een onaangekondigd bezoek brengen aan deze locaties.

Stemmen op uw favoriete locatie binnen de categorieën 'Warme deken' of de 'Meest bijzondere locatie' kan vanaf januari via www.nationalemeetingaward.nl. De bekendmaking van de winnaars van de Nationale Meeting Award 2015 zal plaatsvinden tijdens een feestelijke awarduitreiking op EvenementContact op donderdagmiddag 18 februari 2016.

DE VIJF CATEGORIEËN:

- **Categorie Small:** voor locaties met een capaciteit tot 50 personen (winnaar gekozen door vakjury)
- **Categorie Medium:** voor locaties met een capaciteit van 51 tot 250 personen (winnaar gekozen door vakjury)
- **Categorie Large:** voor locatie met een capaciteit van meer dan 250 personen (winnaar gekozen door vakjury)
- **Warme Deken Award:** voor de beste gastheer/gastvrouw (winnaar gekozen door het publiek)
- Meest bijzondere locatie voor een zakelijke bijeenkomst of bedrijfsevent (winnaar gekozen door het publiek)



UW CONGRESPARTNER

**SCHERPE PRIJZEN, STIJPE LEVERING EN 100% SERVICES,
ÓÓK TIJDENS UW CONGRES OF EVENEMENT.**

Wij verhuren de presentatiematerialen en verzorgen tevens uw grafische blikvangers.

BEL VOOR EEN OFFERTE 036- 5481122



**PRESENTATIE-
SYSTEMEN**



M

THE
MANHATTAN
HOTEL

★★★★★

ROTTERDAM

A World Class Business Venue



VERGADEREN • EVENEMENTEN • CONGRESSEN • INCENTIVES



Gelegen in Rotterdam Central District, direct tegenover het nieuwe Rotterdam Centraal Station.
The Manhattan Hotel is de plek waar Rotterdam en Europa elkaar ontmoeten.

The Manhattan Hotel | The Manhattan Brasserie & Bar | Weena 686 | 3012 CN Rotterdam
reservations@manhattanhotelrotterdam.com Tel +31 10 430 2222

www.manhattanhotelrotterdam.com

WORLDHOTELS
deluxe

Toplocaties langs de Kust



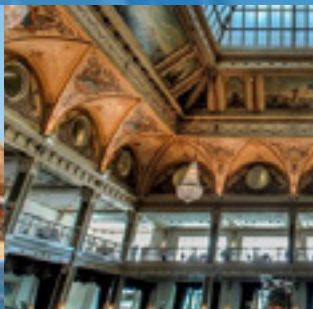
Deltapark Neeltje Jans

Faelweg 5
4354 RB Vrouwenpolder
T 0111 655 655
E info@neeltjans.nl
I www.neeltjans.nl



Grand Hotel Opduin

Ruijslaan 22
1796 AD De Koog
T 0222 317 445
E info@opduin.nl
I www.opduin.nl



Grand Hotel Amrâth Kurhaus

Gevers Deynootplein 30
2586 CK Den Haag
T 070 416 2636
E info@amrathkurhaus.com
I www.amrathkurhaus.com



StrandHotel Nassau Bergen

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



Strandpaal 17

Ruyslaan 94-98
1796 AZ - De Koog
T 0222 317614
E reserveren@paal17.com
I www.paal17.com





Geslaagd ReddingsVestifal biedt perspectief voor tweede editie

Op 14 oktober 2015 kwamen zo'n 250 event specialisten bij elkaar in Studio's Aalsmeer om met hun entreekaartje ter waarde van € 29,50 een directe donatie te doen aan het Rode Kruis. Ook een deel van de horeca-opbrengsten van de foodtrucks en de bar ging rechtstreeks naar deze internationale hulporganisatie. Tot voor kort was het tevens mogelijk om voor € 10,00 een lot te kopen ten behoeve van de vluchtelingen en met een kans op mooie prijzen die aangeboden werden door partijen uit de evenementenmarkt.

Op de dag van het ReddingsVestifal stonden Arjen Lemstra van EvenementContact en Barbara van Baarsel van High Profile Events en Buro Barcode op het beursplein van de Week van de Ondernemer in Ahoy om daar in een liveshow van BNR Nieuwsradio uitgebreid te vertellen over het ReddingsVestifal. Waarom het georganiseerd werd, wat het doel was en waarom hiermee het Rode Kruis werd gesteund. Ook andere media, zoals Sprout, Events.nl en Meeting Magazine pakten zowel voorafgaand als na het evenement dit initiatief op en schreven lovend over het feit dat een groot deel van de branche en veel van haar verenigingen (zoals IDEA, MPI en CLC Vecta) samen de boer op gingen om het ReddingsVestifal tot een succes te maken. Met optredens van onder andere Wende, Speelman&Speelman en Gerson Main werd het een muzikaal programma, dat vervolgens werd voortgezet in de Comedy Club waar drie cabaretiers, waaronder Arie Koomen, een lach op het gezicht van alle genodigden toeverden. Uiteraard had de avond ook een inhoudelijk tintje met verhalen van een vluchteling en een uiteenzetting van wat het Rode Kruis doet met de donaties die via Giro 6868 binnenkomen. Tijdens de eerste editie van het ReddingsVestifal is een bedrag van € 6.000 euro opgehaald ten behoeve van het Rode Kruis en € 1.500 euro ten bate van de vluchtelingen in de Koepel in Haarlem. De organisatie van het ReddingsVestifal heeft besloten om in 2016 een volgende editie te organiseren.

Aristo onthult nieuwe visuele identiteit

Aristo Accommodaties geeft met de lancering van een videoboodschap op YouTube vandaag, het startschot voor de onthulling van haar nieuwe merkpositionering. Vormgegeven in bewegend en stijlstaand beeld en vertaald in de gedachte: 'Aristo, uw persoonlijke partner in werken, leren en ontmoeten'.

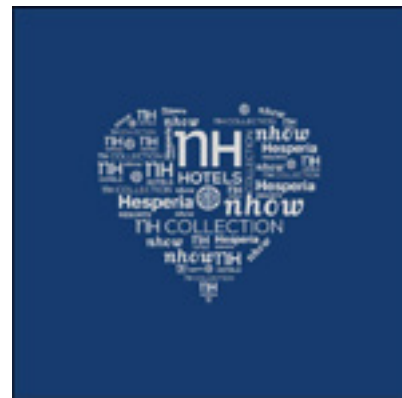
De nieuwe strategie vormt een hernieuwde kennismaking met het bedrijf. In foto en video laten we zien wat volgens ons de sleutel is tot succes in de snelle online wereld waarin we leven, namelijk ruimte voor persoonlijk contact. Technologie kan immers niet tippen aan samenzijn. Mensen doen geen zaken met LinkedIn-accounts, maar met mensen. En in de strijd om de uit te geven euro, wint vertrouwen het steeds vaker van prijs en kwaliteit. 'Verbinding' heeft volgens ons dan ook de toekomst en speelt de hoofdrol in zowel de nieuwe visuele identiteit, als de manier waarop we werken.

RUIMTE VOOR PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

Met deze nieuwe weg breken we met het beeld dat veel mensen tot nu toe van ons zagen. We bieden immers geen loze vergaderruimte, maar geven er invulling aan. Verhuren geen flexplekken, maar bieden ruimte om te netwerken. En met de digitalisering van congressen en trainingen, maakt juist het samenzijn het verschil. Onze kracht schuilt erin dat te faciliteren. Om een omgeving te creëren die in alle opzichten goed voelt en waarin alles gewoon geregeld wordt. En om ruimte te bieden voor ontmoeting, persoonlijke en zakelijke groei. Het succes van onze opdrachtgevers, bepaalt tenslotte wie wij zijn.

Elfde editie Hotels with a Heart

NH Hotel Group heeft voor de elfde keer de wereldwijde Hotels with a Heart campagne gelanceerd. In samenwerking met meerdere goede doelen, waaronder het Ronald McDonald Kinderfonds, biedt NH Hotel Group overnachtingen aan aan families van wie een kind in een ziekenhuis ver van huis verpleegd wordt. Hierdoor kunnen deze families bijvoorbeeld de feestdagen op een speciale manier doorbrengen en genieten van een diner, een high-tea of een uitje voor het hele gezin. Meer dan 2000 medewerkers van NH Hotel Group in onder andere de Benelux, Spanje, Frankrijk, Argentinië, Italië, Mexico en Duitsland werken ieder jaar vrijwillig mee om deze bijzondere gezinnen een hart onder de riem te steken. De medewerkers van NH Hotel Group worden actief betrokken bij het 'Hotels with a Heart' initiatief. Vanuit ieder hotel zorgt een speciale ambassadeur ervoor dat het de families aan niets ontbreekt tijdens hun verblijf. Volgens Marta Martin, Director of Corporate Social Responsibility van NH Hotel Group, zit hierin de kracht van deze campagne: "In de steden waarin we gevestigd zijn, kunnen wij het verschil maken door onze core business in te zetten: gastvrijheid. Hotels with a Heart is één van de meest geliefde programma's binnen onze organisatie, omdat alle medewerkers hun steentje kunnen bijdragen. Hierdoor kunnen we al elf edities lang structureel een bijdrage leveren aan de fantastische doelen die onze samenwerkingpartners in dit project nastreven." In het afgelopen decennium heeft NH Hotel Group bijna 22.000 overnachtingen gedoneerd in de Hotels with a Heart campagne. Dit najaar werd de campagne bekroond als Best Corporate Social Responsibility Initiative tijdens de Worldwide Hospitality Awards in Parijs.



WORK | EAT | MEET | SLEEP

bij **AUTOGRILL**



AUTOGRILL



GRATIS WIFI

A EVEN FSPREKEN

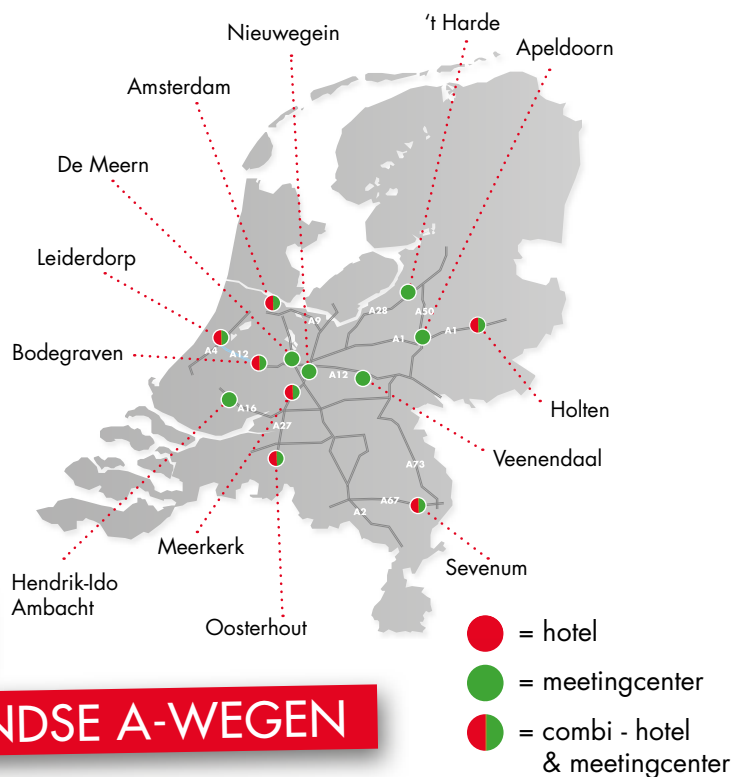
RUIME PARKING

13 VERGADERLOCATIES

IDEALE FLEXWERKPLEKKEN

ZEER GEMAKKELIJK BEREIKBAAR

18 LOCATIES LANGS DE NEDERLANDSE A-WEGEN



www.autogrill.nl/meet

A **AUTOGRILL**
Feeling good on the move



'Bedgeheimen 3.0...'

'Wat hebben bedgeheimen te maken met een meeting of een congres? En wat zijn 'bedgeheimen 3.0'? Wat kan zo interessant zijn aan bedgeheimen dat ik het aandurf om in dit blad met u te delen? Behoort dit niet tot de categorie privé?

Het zijn geheimen waar de meesten onder u die overnachten in hotels misschien ook wel 'wat van vinden' of ervaring mee hebben. Klinkt redelijk vaag tot nu toe. Laat ik het concreet maken. Het gaat om het bed. Misschien dat u denkt, oninteressant, afhaken naar de volgende pagina bladeren, maar wacht nog even... Heeft u enig idee hoeveel liter vocht, laten we zeggen transpiratie verdwijnt in de gemiddelde (hotel)matras per jaar? Ik geloofde het niet toen ik het hoorde, maar het is ongeveer 100 liter! Daarnaast is mij recentelijk verteld dat er nog veel meer zaken en (onbekende) beestjes een rol spelen die er in combinatie met een standaard matras er mogelijk voor zorgden dat ik dit jaar vaak niet lekker heb geslapen in hotels. Dit terwijl ik de volgende dag op en top fit wilde zijn voor een bijeenkomst of een training die ik mocht verzorgen. Herkenbaar? Zweten, draaien, vervelende kussens, wakker worden, water drinken, weer bed in en merken dat de matras te warm is en het dekbed ook? Gevolg? Je 'rommelt' de benodigde minimale zes uurtjes bij elkaar en voelt voor de koffiepauze al dat je niet goed bent uitgerust. En dat lag aan het bed en niet aan de alcohol de avond ervoor. Ik drink de avond voor een belangrijke meeting namelijk nooit en ga altijd een uurtje sporten. Slechte hotels gekozen? Ik denk het niet. Allemaal viersterrenhotels of vergelijkbaar. Ook de kamers waren keurig met hip design en alles op het oog brandschoon. Ik wil ook zeker niet de locaties afkraken, die waren goed, maar waarom sliep ik er zo slecht? Lag dat aan mij of is er iets waarvan ik het bestaan nog niet wist?

Iets nieuws kwam op mijn pad. Een bijzonder bed. Iets waar blijkbaar zeven jaar ontwikkeling en wetenschappelijk onderzoek aan vooraf is gegaan. Ik heb er in geslapen en het was de 'beste nachtrust' in een hotel ooit voor mij! Het zogenaamde 'Freshbed', zorgt voor een diepe slaap omdat je individueel het slaapklimaat kan instellen. Wetenschappelijk onderzoek heeft aangetoond dat een warm bed, na stress, de grootste slaapverstoorder is. Je slaapt dankzij het bed in een allergievriendelijke omgeving en ademt 99,7% puur gezuiverde lucht in. En dat heb ik geweten! 'Oh what a night'. Ik mag en wil natuurlijk geen reclame maken, maar wil u dit niet onthouden. Het was bij Merlet in Schoorl, ik was er zake-lijk, had de volgende dag een meeting en het bed is een FreshBed. Beide een groot compliment! Volgens mij een bed 3.0! Wanneer staan er overal van dat soort bedden? Ik heb er zeker een paar tientjes extra voor over als gast!

Wouter Olland

Eigenaar Olland Marketing Solutions

Hoe reviews bijdragen aan je online reputatiemanagement

"HUMOR DOET VAAK AL HEEL ERG VEEL"

Stel, je hebt een mooie vergaderlocatie waar je erg trots op bent. Ineens kom je op social media een negatieve uitlating van een gast tegen die bij jou langs is geweest. Besluit je dit te negeren, met deze gast in discussie te gaan of probeer je het zo goed mogelijk op te lossen? Marco Kole en Robert Spakman van MeetingReview leggen uit hoe je reviews in je voordeel kan laten werken en ook meteen je online reputatiemanagement kunt optimaliseren.

Steeds meer mensen maken tegenwoordig gebruik van websites zoals Tripadvisor of IENS om hun mening over een hotel of restaurant kenbaar te maken. Potentiële gasten maken dankbaar gebruik van deze meningen bij het selecteren van een locatie. Nu zijn positieve reviews een leuke en goedkope vorm van PR, maar negatieve reviews kunnen je commercieel behoorlijk tegenwerken. Volgens Marco Kole is dat ook een van de redenen waarom sommige locaties nog niet met reviews aan de slag willen. "In feite is het concept reviews al heel oud, alleen de manier om te bevragen is nieuw. Daarbij komt dat alles tegenwoordig transparant is en mensen gewoon hun mening online verkondigen. Vroeger kon je de uitslag van een klanttevredenheids-onderzoek gewoon in je la laten liggen, nu staat alles online en kan iedereen het zien. Dat houd je niet tegen."

"Het grote voordeel van online reviews is dat je hele nuttige feedback krijgt die je kan gebruiken om je bedrijfsvoering te verbeteren", vertelt Robert Spakman. "Als er bijvoorbeeld meerdere mensen klagen over je parkeergelegenheid, is het wellicht raadzaam om daar toch eens iets aan te doen. Daarmee verbeter je je gastvrijheid en door dit vervolgens online te publiceren laat je aan mensen zien dat je gegronde klachten van gasten serieus neemt."

REVIEWS VERZAMELEN

Locaties die met reviews aan de slag willen gaan, kunnen volgens Spakman en Kole heel eenvoudig beginnen bij hun eigen achterban. Spakman: "Let wel dat één keer per jaar een klanttevredenheidsonderzoek houden niet voldoende is. Het opvragen van reviews moet onderdeel uitmaken van je dagelijkse activiteiten. Je kunt starten

OVER MEETINGREVIEW

Marco Kole en Robert Spakman zijn de bedenkers achter online reviewplatform MeetingReview. Op deze website zijn ruim 4.300 locaties in de meeting- en eventbranche in Nederland te vinden. Hiervan hebben 2.000 locaties een profiel aangeemaakt en hun gasten opgeroepen om een review te schrijven aan de hand van hun bezoek. De reviews en de gemiddelde reviewscore worden op de website getoond. De locaties worden door MeetingReview ondersteund door middel van tools voor het verzamelen van reviews en het monitoren ervan. Ook geeft het platform tips bij het afhandelen van reviews en het ter beschikking stellen van een uitgebreid netwerk. www.meetingreview.com

door bijvoorbeeld elke maand een deel van je vaste gasten te vragen om je te beoordelen en hen een jaar later weer benaderen. Dit kan heel eenvoudig door een iPad of laptop ter beschikking te stellen waarop mensen bijvoorbeeld na afloop van hun bijeenkomst hun review kunnen invoeren, of door een kaartje met een oproep in de lobby of de koffiecruiser te leggen. Er zijn inmiddels ook heel veel online tools ontwikkeld om reviews te verzamelen."

"Benadruk daarbij dat je het belangrijk vindt dat zij hun eerlijke mening geven", geeft Kole aan. "Met name organisatoren zijn ervaren en kunnen een betrouwbare review geven. Op die manier kan je de maandelijkse stroom aan reviews op gang brengen. Hierdoor worden je vaste gasten je ambassadeurs die online je bedrijf gaan promoten. Overigens is het aantal mensen dat een negatieve review schrijft laag, dat geldt voor alle reviewsites wereldwijd. En als een review echt niet goed is en de aangekaarte problemen door meerdere mensen worden onderstreept, is dat gewoon een

punt waar je hoognodig mee aan de slag moet." "Daarnaast is het verstandig om je niet op één platform te concentreren, maar je reviews op meerdere plekken te tonen, bijvoorbeeld zowel op je website als via Google Maps", geeft Spakman aan. "Mensen bezoeken immers verschillende websites."

OMGAAN MET REVIEWS

Actief om een review vragen is een zet in de goede richting. Daarnaast dient een locatie ook heel goed in de gaten te houden wat er verder online wordt verkondigd. Kole: "Regelmatig monitoren is heel erg belangrijk. Alleen al op social media wordt heel erg veel gedeeld. Ook de snelheid waarmee je kan communiceren wordt alleen maar groter. Met Google Alerts kan je de meeste meldingen opvangen. Hootsuite is een ideaal middel voor het managen van je social media accounts. Vervolgens is het de kunst om de meningen over jouw bedrijf voor je te laten werken. Het afhandelen van online reviews maakt namelijk onderdeel uit van je reputatiemanagement en je marketingstrategie."

Bij positieve feedback raden Spakman en Kole aan om online te reageren en door te vragen. Op basis van de feedback kan je je bedrijfsvoering verder verbeteren. Bij negatieve kritiek is reageren nog belangrijker. "Ga vooral niet online de discussie aan, want dat kan dramatische gevolgen hebben", benadrukt Spakman. "Vergeet niet dat je alles op social media heel makkelijk kan delen. Probeer daarom de discussie zo snel mogelijk offline te halen door bijvoorbeeld de contactgegevens van de sales of general manager te geven en te vermelden dat deze contact op zal nemen. Dat zal voor de reviewer niet meteen afdoende zijn, maar je laat de lezers dan al zien dat de klacht

WIN EEN VAN DE VIJF EXEMPLAREN VAN 'DE (ON)ZIN VAN REVIEWS'

MeetingReview profileert zich als kennisplatform en biedt onder andere door middel van blogs informatie over reviews en online reputatiemanagement. Onlangs verscheen ook het eBook 'De (on)zin van reviews' waarin Spakman en Kole hun verzamelde kennis bundelden tot een handboek voor de meeting- en eventbranche. Het boek legt stapsgewijs uit hoe je zelf met online reviews aan de slag kan gaan en hoe je dit effectief onderdeel kan laten uitmaken van je online reputatiemanagement. Binnenkort zullen ze ook starten met workshops.

Meeting Magazine mag vijf exemplaren van dit eBook weggeven. Je kan een exemplaar winnen door uiterlijk maandag 18 januari een e-mail te sturen naar info@meetingmagazine, ovv eBook reviews. De eerste vijf reacties worden beloond met het boek.



THE COLLEGE HOTEL
AMSTERDAM



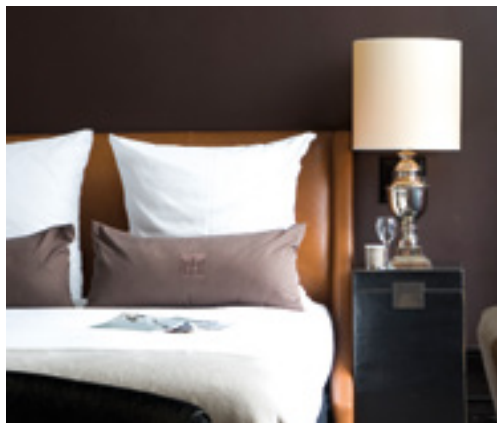
Ontdek de nieuwe ballroom van The College Hotel Amsterdam

The College Hotel Amsterdam is vernieuwd! Wij nodigen u graag uit uw evenement in een exclusieve, historische én chique setting plaats te laten vinden, in de gloednieuwe **Rembrandt Ballroom**.

In de Rembrandt Ballroom zijn authentieke details op smaakvolle wijze gemixt met modern design. De ballroom is voorzien van State-of-the-Art audiovisuele middelen.

Boekt u uw volgende evenement in de **Rembrandt Ballroom**?

- ✓ Nieuwe ballroom tot 250 personen
- ✓ 4 sfeervolle vergaderzalen tot 60 personen
- ✓ Inner Courtyard én zonnig terras
- ✓ Uw persoonlijke event-planner





Robert Spakman en Marco Kole

IN DE PRAKTIJK:

Eén van de locaties in Nederland die aan de slag is gegaan met reviews, is conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten. "Reviews zijn belangrijk, het is de mond-tot-mond reclame van vandaag de dag", geeft commercieel manager Lars Beckers aan. "Veel gasten maken de beslissing voor een locatie op basis van deze reviews. Bovendien levert het extra aandacht op voor het hotel." Kontakt der Kontinenten maakt hiervoor gebruik van de faciliteiten van Olery en MeetingReview. "Olery geeft de gastbeoordelingen realtime op onze website weer. Daarnaast scant het alles wat er over onze locatie te vinden is op het wereldwijde web. Sinds begin 2015 maken we ook gebruik van de diensten van MeetingReview. Er waren al platforms voor reviews voor hotelkamers, maar nog niet voor vergaderlocaties, dus dit is zeker een mooie aanvulling. Het prettige is dat ik vanuit één dashboard met Olery en MeetingReview aan de slag kan."

netjes wordt afgehandeld. En mocht je aan de hand van de feedback stappen ondernemen, dan kan je die persoon over een tijdje opnieuw uitnodigen om de verbeteringen zelf te ervaren."

Mensen zijn bang voor een negatieve review, maar er kan altijd wel iets fout gaan, meent Spakman. "De positieve kritieken hebben ook meer geloofwaardigheid als er ook een keer een negatieve ervaring tussen staat. En vergeet ook niet dat degene die de reviews lezen, niet op hun achterhoofd zijn gevallen. Je hebt altijd mensen die op elke slak zout leggen, maar daar kunnen lezers echt wel doorheen prikken. Dan kan je als locatie gewoon aangeven dat je de volgende keer nog beter je best zal doen en het dan laten rusten."

HUMOR

Een andere manier om met een negatieve review om te gaan, is door humor in te

zetten. Dit is ook een goed instrument als een negatieve review riekt naar chantage. Kole: "Uit onderzoek van de Koninklijke Horecabond Nederland onder ruim 800 horecagelegenheden is gebleken dat 61% te maken heeft gehad met chantage. Er zijn zelfs mensen die bereid zijn om hun klacht in een betaalde advertentie via Facebook te verspreiden. Als je zelf te maken krijgt met online chantage is het essentieel om er niet in mee te gaan. In plaats daarvan kan je beter inhoudelijk reageren op de aangedragen feiten in de review zodat de lezer eruit op kan maken dat de reviewer zelf schuld heeft aan zijn negatieve ervaring."

FRAUDE

Naast een goede en tijdige reactie doet ook de kwaliteit van de reviews veel voor het imago van het beoordeelde bedrijf. "Gefraudeerde scores zijn vaak heel zwaar negatief of juist uitmuntend jubelend", licht

Spakman toe. "Die hele positieve reacties zijn vaak afkomstig van eigen personeelsleden die denken er goed aan te doen een positief verhaal te schrijven. De zware negatieve reviews zijn vaak afkomstig van mensen met persoonlijke rancune, maar ook dat haal je vaak wel uit de tekst. Overigens is de reviewmarkt zich sterk aan het professionaliseren. Er komt steeds meer jurisprudentie over fraudegevallen waarbij individuen en bedrijven zijn beboet of strafrechtelijk vervolgd om wat ze hebben gepubliceerd. Zo was er in Frankrijk een rechtszaak rondom een review over een restaurant dat nog niet eens open was. Dit is een goede ontwikkeling. Mensen willen betrouwbare reviews lezen en moeten er vanuit kunnen gaan dat deze ook kloppen."

GESLAAGDE IMPLEMENTATIE

In de Verenigde Staten zijn bedrijven en organisaties al veel verder met het vergaren en managen van reviews. Spakman en Kole merken via hun bedrijf dat dit ook bij steeds meer Nederlandse locaties gemeengoed wordt. Kole: "Er zijn zelfs locaties die de reviews meenemen in de beoordeling van hun medewerkers en het onderdeel maken van de variabele beloning. Door het intern te gebruiken maak je iedereen deelgenoot van de ervaring van de gasten." "Een juiste omgang met online reviews geeft een consistent beeld af op het gebied van online reputatiemanagement. Vraag jezelf dus voortdurend af wat je uit wilt stralen en of dit ook in de reviews naar voren komt", aldus Spakman.



Meet Work Stay

Postillion Hotels is een Nederlandse hotelketen met vestigingen in Amersfoort, Arnhem, Deventer, Dordrecht, Haren en Bunnik. Waar recentelijk ook het Convention Centre WTC Rotterdam aan toegevoegd is. Met ons overall concept 'Meet Work Stay' komen wij tegemoet aan de wensen van de moderne zakelijke reiziger.

Zo kunnen onze zakelijke gasten via postillionhotels.com last minute vergader- en werkplekken online boeken en direct betalen met creditcard. Uniek in Nederland! Kortom wij zijn dé vergaderexpert en zorgen ervoor dat u op al onze locaties zorgeloos kunt vergaderen. Mocht er toch iets misgaan fixen we dit binnen 15 minuten! Dat is onze 15-minute fix garantie.

5-hamerclassificatie

- Postillion Hotel Utrecht Bunnik
- Postillion Hotel Deventer
- Postillion Hotel Dordrecht
- Postillion Convention Centre WTC Rotterdam

Beste Congreslocatie van het jaar

- Postillion Hotel Dordrecht in 2014
- Postillion Hotel Utrecht Bunnik in 2013 en 2012

Dutch Hotel Award

- Postillion Hotel Deventer



POSTILLION HOTELS WINNAAR
NATIONALE BUSINESS SUCCES AWARD
CATEGORIE HOSPITALITY

POSTILLION HOTELS NEDERLAND

T +31 (0)30 - 747 02 10

E reservations@postillionhotels.com

WWW.POSTILLIONHOTELS.COM

Vergaderen kost Nederland jaarlijks 12,5 miljard euro

In Nederland wordt jaarlijks circa 25 miljard euro uitgegeven aan 'vergaderen'. Europees onderzoek, Schell 2010, toont echter aan dat managers bijna de helft van alle vergaderingen als a waste of time ervaren. Veel te weinig actieve deelname van alle deelnemers, slordig omgaan met begin- en eindtijd, te weinig daadkracht en veel te grote groepen zijn de meest gehoorde frustraties. Dat betekent jaarlijks een verspilling van maar liefst 12,5 miljard euro, en nog eens 12,5 miljard voor de benodigde reis- en voorbereidingstijd. Met het concept 'Ongewoon Goed Vergaderen. Slimmer. Korter. Inspirerender.' introduceert Rob de Haas een speciale methodiek waarmee je als vergaderteam doelgericht tot betere besluiten komt in veel minder tijd. Met de Ongewoon Goed Vergaderen (OGV)-methodiek laat De Haas mensen volledig anders kijken naar vergaderen. Met voorstellen als 'maak een knip tussen voorzitter en technisch voorzitter', 'werk standaard in kleine groepjes zodat je actieve deelname van iedereen stimuleert' en 'formuleer een doel per agendapunt stellen', introduceert het boek de nieuwe spelregels voor het nieuwe vergaderen. www.ongewoon-goedvergaderen.nl

Hoteltarieven stijgen sneller dan verwacht

Advito, expert op het gebied van zakenreizen, heeft de december update van zijn Industry Forecast voor 2016 uitgebracht. Daaruit blijkt dat bedrijven in 2016 hogere hotelkosten moeten verwachten dan eerst werd voorspeld. De hoteltarieven zullen in vijf van de zeven wereldwijde regio's sneller stijgen dan in september werd verwacht, met een verhoging in acht Europese markten. De stijging van de hotelprijzen is een belangrijke trend die in de laatste weken van 2015 naar voren is gekomen en die invloed kan hebben op de zakelijke boekingen. Enkele andere bevindingen uit de december update van de Advito 2016 Industry Forecast: De lage olieprijs zal volgend jaar eventuele prijsstijgingen van vliegtickets tegengaan. Amerikaanse hotels blijven kosten aanrekenen voor internet, vroeg inchecken, etc. Het wereldwijde aanbod van hotels wordt nog geconcentreerder, nu grote ketens als Marriott en Starwood fuseren. Luchtvaartmaatschappijen berekenen minder kosten voor brandstof dankzij de lagere prijs van kerosine. Verder gaat de volledige Advito 2016 Industry Forecast ook in op de reisrisico's en veiligheid, de rol en impact van Airbnb, innovatie van hotelprogramma's en de distributiekosten van Lufthansa. Het advies van Advito heeft er ook voor gezorgd dat travelmanagers na de aanslagen in Parijs beginnen in te zien hoe belangrijk het is dat ze hun travel risk management op orde hebben.

Kerstvakantie onverminderd populair

Dit jaar gaan er, net zoals de afgelopen twee jaar, in totaal zo'n 1,8 miljoen Nederlanders op vakantie tijdens de kerstvakantie, zo verwacht NBTC Holland Marketing. De helft, 900.000 Nederlanders, viert kerstvakantie in eigen land. De andere helft gaat naar het buitenland voor een (korte) kerstvakantie. De kerstvakantie vindt dit jaar in alle regio's plaats van 19 december 2015 tot en met 3 januari 2016. De kerstvakantie blijft een populaire periode om er tussenuit te gaan. Vergeleken met vorig jaar brengen iets meer Nederlanders de kerstvakantie in eigen land door (+50.000). Met name een bungalowvakantie met familie en/of vrienden is populair. Circa de helft van de binnenlandse vakanties wordt doorgebracht in een vakantiehuisje of -bungalow. Ongeveer een kwart van de Nederlanders kiest voor een hotelvakantie in eigen land. Zo'n 900.000 Nederlanders gaan naar het buitenland voor een (korte) kerstvakantie. Vergeleken met vorig jaar zijn dat er zo'n 50.000 minder. Duitsland blijft de meest populaire bestemming voor een buitenlandse vakantie. Bijna 30 procent van de vakanties vindt plaats bij onze oosterburen. Daarnaast zijn Oostenrijk, België en Frankrijk traditiegetrouw in trek voor een buitenlandse kerstvakantie. In de kerstvakantie komen er naar verwachting enkele honderdduizenden buitenlandse verblijfs-toeristen naar ons land voor een (korte) kerstvakantie. Bijna de helft daarvan komt uit Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk. De grootste regio in Duitsland, Noordrijn-Westfalen, heeft kerstvakantie van 23 december tot en met 6 januari 2016. België heeft kerstvakantie van 21 december tot en met 3 januari 2016 en in het Verenigd Koninkrijk is de richtlijn voor de kerstvakantie 21 december tot en met 1 januari 2016.



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
I www.museon.nl



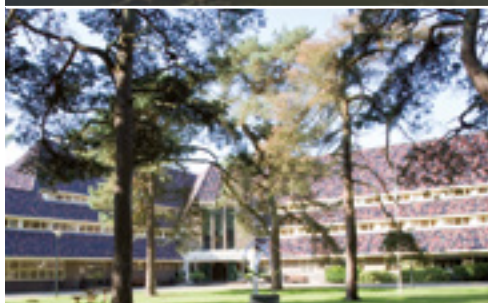
Golden Tulip Strandhotel Westduin

Vlissingen - **E** info@goldentulipwestduin.nl
I www.strandhotelwestduin.nl



Amsterdam Arena

Amsterdam - **E** info@amsterdamarena.nl
I www.amsterdamarena.nl



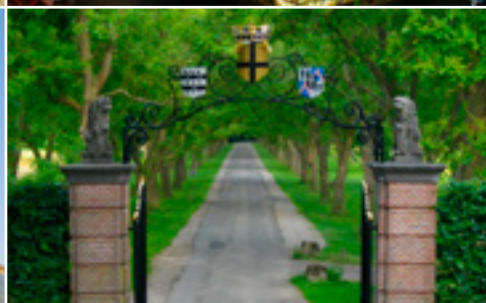
Woudschoten

Zeist - **E** info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl



CORPUS congress Centre

Oegstgeest - **E** congres@corpusexperience.nl
I www.corpusexperience.nl



Heerlijkheid Mariënwaerd

Beesd - **E** locaties@marienwaerd.nl
I www.marienwaerd.nl



Kontakt der Kontinenten

Soesterberg - **E** info@kontaktderkontinenten.nl
I www.kontaktderkontinenten.nl



Congrescentrum De Werelt

Luntenen - **E** info@congrescentrum.com
I www.congrescentrum.com



Landgoed de Horst

Driebergen - **E** welcome@landgoeddehorst.nl
I www.landgoeddehorst.nl



Worldhotel Bel Air

Den Haag - **E** sales@worldhotelbelair.nl
I www.worldhotelbelair.nl



Internationale School voor Wijsbegeerte

Leusden - **E** info@isvw.nl - **I** www.isvw.nl



de Baak Seaside

Noordwijk - **E** welcome@debaakseaside.nl
I www.debaakseaside.nl



Verandering van spijs doet eten

Ik ben groot gebracht met 'verandering van spijs doet eten'. Of met andere woorden, je wordt er beter van als je zo nu en dan eens iets verandert, uit je comfort zone stapt. Dan blijft het leven spannend, inspirerend en blijf je ontwikkelen. Dat geldt eigenlijk op alle vlakken. Mijn moeder kookte er experimenterend op los. Vaak was dat een feestje, soms ook een miskleun (ik herinner me macrobiotische sojabrokken ... kreun). Resultaat is dat ik graag kook, voor ieder gerecht open sta en kan genieten van lekker (en vooral gezellig) eten.

Mijn ouders hadden een eigen bedrijf en iedere keer wisten ze weer iets nieuws te bedenken om klanten te enthousiasmeren en op ideeën te brengen. Iedere keer weer iets nieuws, iedere keer haalden zij weer de krant. Als kind vond ik het irritant maar nu ben ik er super trots op.

Ook zie ik het in interieurs om me heen. Vrienden hebben een gezellig huis en na wat kleine veranderingen wordt de sfeer of de energie in een kamer totaal anders, beter, warmer, gezelliger. Soms ligt dit aan kleurgebruik of verlichting, soms ligt het aan meubels op een andere manier neerzetten en soms ook door wat nieuws te kopen. Dit is niets nieuws. Toch zie je vaak mensen in angstige wezens veranderen als er ontwikkelingen op de werkvloer zijn. Gelukkig zijn er ook mensen die verandering als kans waarderen en dat is nodig om verder te ontwikkelen.

Toen ik zelf 12,5 jaar geleden de stap waagde naar zelfstandig ondernemerschap waren er ook veel mensen die me voor gek verklaarden om een leuke, spannende baan in een snel ontwikkelende markt op te geven voor onduidelijkheid en onzekerheid. Voor mij was het duidelijk: ik wilde mijn eigen ontdekkingen doen, mijn eigen toekomst vormgeven en ja, dat was aanvankelijk behoorlijk spannend. Toch geloofde ik stellig dat het zou lukken ... en laten we wel wezen, een zekere baan bestaat er nergens meer.

Nu zijn we twaalf jaar verder en ben ik met een business partner vorige maand een nieuw bedrijf gestart. Met veel plezier, uitdagingen, geweldig leuke contacten en te weinig tijd geniet ik er nu ook van om secretaresses en andere management ondersteuners op te leiden in de prachtige wereld van zakelijke bijeenkomsten. Want ook voor deze dames (en in toenemende mate heren) verandert de wereld en daarin hun professionele rol heel erg snel. Wie wij zijn? Wij zijn InControl!

Ingrid Rip

Eigenaar bureau RREM

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



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 Ridderkerk

Krommeweg 1
2988 CB Ridderkerk
T 0180 64 69 10
E sales@ridderkerk.valk.com
I www.hotelridderkerk.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
's-Hertogenbosch- Vught

Bosscheweg 2
5261 AA Vught
T 073 658 77 77
E events@vught.valk.com
I www.hotelvught.nl



**Van der Valk
Theaterhotel Almelo**

Schouwburgplein 1
7607 AE Almelo
T 0546 - 803000
E info@theaterhotel.nl
I www.theaterhotel.nl



**Van der Valk
Hotel Cuijk-Nijmegen**

Raamweg 10
5431 NH Cuijk (A73 afrit 4)
T 0485 33 51 23
E cuijk@valk.com
I www.hotelcuijk.nl



**Van der Valk
Hotel Hoorn**

Westfriese Parkweg 1
1625 MA Hoorn
T 0229 799 061
E sales@hoorn.valk.com
I www.hotelhoorn.com



**Van der Valk
Hotel 's-Hertogenbosch-
Vught**

Boscheweg 2
5261 AA Vught
T 073 658 77 77
E events@vught.valk.com
I www.hotelvught.nl



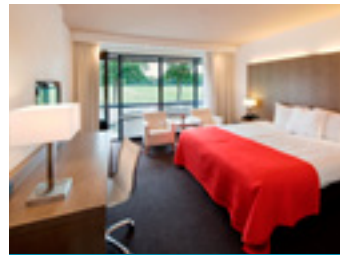
**Van der Valk
Hotel Arnhem**

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



**Van der Valk
Hotel ARA**

Veerweg 10
3336 LM Zwijndrecht
T 078 623 17 83
E sales@arnhem.valk.com
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 -
040 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-Tilburg**

Klein Zwitserland 8
5126 TA Gilze
T 0161 454 951
E receptie@hotelgilzetilburg.nl
I www.hotelgilzetilburg.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 Amersfoort-A1**

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



**Van der Valk Hotel
Nuland – 's-Hertogenbosch**

Rijksweg 25
5391 LH Nuland
T 073 534 2522
E sales@nuland.valk.com
I www.hotelnuland.nl



**VAN DER VALK
BUSINESS**

www.valkbusiness.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 Dennenhoeve

Elspeterweg 14
8071 PA Nunspeet
T 0341 - 260106
E hotel@dennenhoeve.nl
I www.dennenhoeve.nl



Landgoed de Rosep

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



Postillion Hotel Utrecht Bunnik

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



Postillion Hotel Deventer

Deventerweg 121 +31
7418 DA Deventer
T 0570 - 624 022
E hotel.deventer@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com/deventer



Postillion Hotel Dordrecht

Rijksstraatweg 30 +31
3316 EH Dordrecht
T 078 - 618 44 44
E hotel.dordrecht@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com/dordrecht



Postillion Convention Centre WTC Rotterdam

Beursplein 37
3011 AA Rotterdam
T 010 - 405 4462
E wtc.rotterdam@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com/postillion-hotel-wtc



Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum

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



Congres- & Vergadercentrum Domus Medica

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



Novotel Amsterdam City

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



Landhuishotel De Bloemenbeek

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



De Bonte Wever Assen

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



Amsterdam RAI

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



Kaap Doorn Conferentiecentrum

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



Pullman Eindhoven Cocagne

Vestdijk 47
5611 CA Eindhoven
T 040- 232 6190
E H5374-RE2@accor.com
I www.accorhotels.com/5374



kies voor zekerheid

KIES VOOR EEN ERKEND CONGRESORGANISATIEBUREAU

Een “**Erkend Congresorganisatiebureau**” voldoet aan strenge kwaliteitseisen rond professionaliteit, deskundigheid, documentatie en continuïteit (zowel financieel als organisatorisch). Bekijk de details op erkendcongresbedrijf.nl.

1. Het heeft ruime congreservaring en beschikt over voldoende mensen. Bij grote internationale ervaring is het predicaat “**Certified International Congress Organizer**” gerechtigd
2. Het voldoet aan strenge eisen rond financiële transparantie, risicobeheersing, algemene voorwaarden en communicatie
3. Het bureau is transparant over organisatie en dienstverlening, direct naar opdrachtgevers en via de website
4. Het is verzekerd tegen aansprakelijkheid
5. Het stelt de belangen van opdrachtgevers en hun gasten voorop
6. Het onderwerpt zich aan strenge periodieke inspecties

UW BIJEENKOMST IN DE BESTE HANDEN



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



Congress Care

Congress Care –
Uw medisch specialist in
congressen en symposia

Europaplein 16
5232 BC 's-Hertogenbosch
T 073 – 690 1415
E info@congresscare.com
I www.congresscare.com




Cygnea

Cygnea

Achterwetering 23
2871 RK Schoonhoven
T 0182 320126
E info@cygnea.nl
I www.cygnea.nl

Het Congresbureau



Congresbureau
Erasmus MC

Burg. s' Jacobplein 51
3015 CA Rotterdam
T 010 – 704 3878
E congresbureau@erasmusmc.nl
I www.hetcongresbureau.nl



**Congress
by design**

Congres by Design

Kloosterweg 6c
3481 XC Harmelen
T 088 - 0898101
E info@congressbydesign.com
I www.congressbydesign.com



Willem Lageweg: "Stip aan de horizon is Nederland als wereldvoorbeeld van een circulaire en inclusieve economie."

MVO Nederland versnelt transitie

Kenniscentrum wordt coalitiebouwer

Zelfs in crisistijd nam de aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen verder toe. Stip aan de horizon voor MVO Nederland: ons land als wereldvoorbeeld van een circulaire en inclusieve economie. Daarbij worden koplopers gekoesterd maar maakt het peloton het verschil. MVO Nederland-directeur Willem Lageweg benadrukt dat we de wereld goed moeten achterlaten voor onze (klein)kinderen. "De wetenschap dat daartoe nog maar weinig tijd rest, heeft mij feller gemaakt."

TEKST HANS HAJÉE

MVO Nederland bevindt zich volgens directeur Willem Lageweg in de derde levensfase. "Ruim elf jaar geleden zijn we gestart als door de overheid gefinancierd kenniscentrum over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Voorlichting was de belangrijkste taak." De overheidsondersteuning voor deze rol was eindig. "Daarom is in 2009 begonnen met

het bouwen van een partnernetwerk. Dat bestaat nu uit zo'n 2.100 bedrijven van uiteenlopende aard; groot en klein, koplopers en beginners op het gebied van MVO." Deze partners betalen contributie en maken de activiteiten van MVO Nederland mede mogelijk. "Zij zorgen voor een stevig fundament in onze huidige fase. Voorlichting is nog altijd belangrijk maar de nadruk ligt op coalitievorming. We brengen partijen bij elkaar om met duurzame initiatieven het verschil te maken."

MATCHMAKER

Eén daarvan betreft beton. "Bij de betonproductie komt veel CO₂ vrij. Samen met marktpartijen is onderzocht hoe deze uitstoot op een economisch verantwoorde manier teruggebracht kan worden. Daartoe zijn innovaties ontwikkeld zoals het gebruik van vlieggas en meer granulaat. De uitstoot neemt hierdoor af en hergebruik wordt eenvoudiger." Volgende stap is het creëren van

vraag. “Bij een aantal projecten hebben aanbesteders als vastgoedpartijen en overheden inmiddels hun voorkeur uitgesproken voor duurzaam beton.”

Ook in de gezondheidszorg treedt MVO Nederland op als matchmaker. “Ziekenhuizen en verpleeginrichtingen gebruiken veel bedrijfskleding. Die is meestal van katoen en gemaakt in lage-lonenlanden onder slechte omstandigheden. Productie en reiniging zorgen voor forse milieudruk door het gebruik van veel water en chemicaliën. Met zorginstellingen als UMC Utrecht en BrabantZorg zijn richtlijnen geformuleerd. Op basis daarvan is samen met aanbieders en innovatieadviseurs alternatieve kleding ontwikkeld. Die heeft een 75% lagere footprint en wordt mensvriendelijk geproduceerd. Verder bevat de kleding innovaties zoals een sensor die een signaal geeft als verkeerd gebukt of getild wordt.”

KENNIS EN KENNISSEN

Bij projecten als deze is het netwerk van MVO Nederland van grote waarde. “We brengen niet alleen kennis maar ook kennis in: bedrijven, overheden, ngo’s en kennisinstellingen.” MVO Nederland

“We brengen niet alleen kennis maar ook kennis in: bedrijven, overheden, ngo’s en kennisinstellingen.”

brengt partijen bij elkaar en fungeert vervolgens als transitieversneller. “Doel is dat een nieuwe oplossing niet alleen leidt tot substantiële verduurzaming maar ook meerwaarde heeft voor de betrokken bedrijven. In de aanloopfase worden initiatieven vaak gefinancierd met projectsubsidies van de overheid. Later in het traject vergoeden de deelnemers onze uren.”

WERELDVOORBEELD

Lageweg constateert dat MVO steeds meer impact krijgt. “Kijk naar de horeca met veel aandacht voor streekvoedsel en biologische producten. Of naar de bouw waar

DE TIJD DRINGT

MVO Nederland en haar netwerk kennen in Europa hun gelijke niet. Hoe staat het met de duurzame prestaties van Nederland? “Bij internationale arbeidsvraagstukken in de handelsketen horen we bij de kopgroep”, weet Lageweg. “Op het gebied van duurzame energie echter liggen wij ver achter op landen als Denemarken, Duitsland en Spanje.’ Het ontbrak lange tijd aan een consistent overheidsbeleid. Stimuleringsregelingen waren beperkt en maar van korte duur. ‘Onze grote gasvoorraad speelde hierbij zeker een rol; de urgentie werd minder sterk gevoeld. Bestuurlijk is dat nu anders maar de inhaalslag verloopt moeizaam. Het Energieakkoord moet zorgen voor een versnelling maar het afgelopen jaar zijn we nog niets opgeschoten. Ook hier geldt: de tijd dringt.”

het duurzame karakter van een pand de waarde positief beïnvloedt. Ook komen er steeds meer dienstverleners die bedrijven in brede zin ondersteunen bij duurzaamheid.” Het aantal prikkels om verantwoord te ondernemen, neemt toe. “Denk aan de MVO-eisen die de overheid stelt bij inkoop. Ook bedrijven onderling vragen steeds vaker om aantoonbaar duurzame prestaties.”

Deze ontwikkeling sterkt MVO Nederland in haar ambitieuze doelstelling: “Stip aan de horizon is Nederland als wereldvoorbeeld van een circulaire en inclusieve economie. Anders gezegd: een land waar geen afval meer is en waar ieder talent meedoet. Idealiter zou het personeelsbestand van elk bedrijf een afspiegeling van de samenleving moeten zijn.” De zorg voor medewerkers strekt zich uit buiten de landsgrenzen. “Als handelsnatie is het onze verantwoordelijkheid dat ook mensen bij buitenlandse leveranciers onder goede omstandigheden hun werk kunnen doen.”

BELONING

Een klimaatneutraal bedrijfsleven betekent dat per saldo geen sprake meer is van uitstoot. “Onder meer de NS bewijst dat dit mogelijk is. Als grote elektriciteitsverbruiker draaien zij in 2018 volledig op duurzame energie. Inspirerend voorbeeld is ook Interface. Deze tapijtfabrikant wil in 2020 met een zero footprint – dus geheel afvalloos – opereren.”

Dergelijke ambities vergen een forse inspanning. “Maar de beloning is groot,” benadrukt Lageweg. “Organisaties die serieus werk maken van duurzaamheid presteren aanzienlijk beter dan bedrijven die zich slechts minimaal inspannen.

Koplopers inspireren en laten andere bedrijven zien wat mogelijk is. Maar uiteindelijk zijn die anderen – het peloton – essentieel voor het creëren van echte impact. Dat realiseren wij ons terdege.”

BELAZEREN

Door de toenemende aandacht voor MVO – ook in crisistijd – kan Willem Lageweg niet ontevreden zijn. “Bedenk echter wel dat de CO₂-uitstoot wereldwijd nog met zeker 80% moet dalen om te voorkomen dat de aarde met meer dan 2 graden opwarmt. En uitstoot verpest niet alleen het milieu maar bedreigt ook onze gezondheid. Niet voor niets pleiten ziekenhuizen in Californië voor een strengere klimaatwet. Vergeleken met de huidige wetgeving zullen de kosten voor gezondheidszorg in de Amerikaanse staat daardoor jaarlijks met acht miljard dollar dalen. Vertaal deze consequenties naar globaal niveau en de gevolgen laten je duizelen.”

Actuele rapporten over klimaatontwikkeling en biodiversiteit zijn volgens Lageweg alarmerend. “Naarmate ik ouder word, besef ik steeds sterker dat wij de wereld goed moeten achterlaten voor onze (klein) kinderen. De wetenschap dat daartoe nog maar weinig tijd rest, heeft mij feller gemaakt. Gelukkig zetten steeds meer mensen en bedrijven zich met hart en ziel in voor duurzaamheid. Tegelijkertijd maakt de fraude door VW duidelijk dat een groot internationaal concern de boel simpelweg belazert – en blijkbaar de onderliggende noodzaak van emissierichtlijnen niet onderkent. Dat baart grote zorgen. Want er is echt geen tijd te verliezen.”



Landgoed Rhederoord

Pure beleving

Gelegen in een park dat maar liefst tachtig verschillende boomsoorten bevat en geflankeerd door de Veluwezoom, maakt Landgoed Rhederoord deel uit van een prachtig stukje landschap. Zo dicht bij de natuur mag duurzaamheid natuurlijk niet ontbreken in de bedrijfsvoering van deze locatie. Meeting Magazine reisde af naar De Steeg om dit te toetsen.

Wie over de oprijlaan naar het landgoed rijdt, passeert de moestuinen van het landgoed. Hier wordt biologisch getuinierd door tuinders uit de omgeving. “Tuinders kunnen tegen een relatief laag bedrag een tuin huren en krijgen de tuingereedschappen van ons in bruikleen”, zo vertelt Bart-Jan Hallers, operationeel directeur van Landgoed Rhederoord. Hallers, die samen met zijn compagnons Sander te Winkel en Gerhard van den Broek verantwoordelijk is voor de dagelijkse leiding, vervolgt: “Bovendien kunnen zij de tuin voorzien van water dat afkomstig is uit onze eigen bron aQaaQa. De energie die de waterzuiveringsinstallatie gebruikt om water op te pompen en te zuiveren wordt verkregen uit zonnecellen die in de moestuin staan. De tuinders leveren tien procent van de opbrengst aan de biologische keuken van ons hotel.” Een bijzonder plek in het geheel nemen de twee voedselbanktuinen in. “Deze worden geheel gerund door vrijwilligers, meestal zijn dit mensen die hier zelf al een moestuin hebben”, vertelt Hallers. “Zij zorgen ervoor dat

wij één keer per week de oogst van de voedselbanktuinen aan de Voedselbank in Rheden kunnen leveren.”

BRUIDSPAREN

Hoewel we benieuwd zijn naar hoe MVO nog meer verweven is met Landgoed Rhederoord besluiten we eerst onze kamer te gaan inspecteren. Voor ons is een Grand Deluxe kamer geboekt. De kamer is qua afmetingen enorm en bovendien smaakvol ingericht. De houten vloerdelen zijn origineel en stammen uit 1850. Dat dit een populaire kamer is onder bruidsparen verbaast ons niets. Vanaf het enorme balkon heb je hier namelijk een prachtig uitzicht over de uitlopers van de IJsselvallei. Landgoed Rhederoord blijkt zelfs zo geliefd onder bruidsparen, dat de locatie begin december 2015 uitgeroepen is tot beste trouwlocatie van Nederland. “En daar zijn wij natuurlijk ontzettend trots op”, aldus Hallers. “Dit betekent echter niet dat we tevreden achterover gaan zitten leunen. Wij willen toonaangevend zijn op het gebied van trouwen, vergaderen, feesten, dineren en catering. Dit proberen wij te realiseren door de combinatie van duurzaamheid, biologische keuken, gastvrijheid, natuur en beleving naar het meest onvergetelijke niveau te brengen.”

PRIVATE DINING

Van het feit dat Landgoed Rhederoord graag belevissen creëert, zijn wij 's avonds getuige wanneer wij voor een private dining aan tafel schuiven in de sfeervolle wijnkelder van het landhuis. Naast dat het dineren in de wijnkelder an sich al een hele bijzondere ervaring is, vertelt Sander van Beek vol enthousiasme bij ieder gerecht en iedere wijn over de herkomst. “Naast dat alles biologisch is wat bij ons op de kaart staat, weten wij precies waar onze producten vandaan komen”, vertelt hij



bevlogen. “We koken op basis van wat er aan kruiden en groenten uit onze eigen tuin komt en wat onze producenten aanleveren. Wij werken graag met kleinschalige leveranciers. Zo wordt ons brood geleverd door Bakkerij Tom van Otterloo uit De Steeg en hebben we regelmatig rundvlees op de kaart staan van een boer uit Toldijk die soms maar twee runderen heeft. Bovendien schenken we ons eigen aQaaQa water dat vierduizend jaar oud is en afkomstig is uit de bron die op ons landgoed ligt. Het bottelen hiervan doen wij overigens ook zelf. De wijnen zijn afkomstig van de met name wat kleinere biologische boeren en onze honing komt veelal van ons eigen terrein, waar een imker bijen houdt.”

SEQUOIA'S

’s Ochtends krijgen we na het uitgebreide biologische ontbijt een rondleiding door het park van Landgoed

Rhederoord. Het park is in 1868 ontworpen door de Duitse landschapsarchitect Eduard Petzold. Volgens Hallers maakte Petzold oorspronkelijk een parkontwerp waarin ruimte was voor bestaande oude boomgroepen, maar ook zeer veel nieuwe boomgroepen werden aangeplant. “Zoals de Sequoia’s, die met hun 39 meter tot de hoogste bomen van Nederland behoren.” De geschiedenis van het landhuis zelf gaat terug naar de zeventiende eeuw. “Lange tijd bleef het landhuis familiebezit. Van 1953 tot 1977 was het landgoed verhuurd aan een internationale school. In 1977 werd de Nederlandse Christelijke Gemeenschapsbond eigenaar van het landgoed en diende het als conferentie- en vakantieoord.” Sinds 2004 is het weer in particulier eigendom. “In 2004 werd het park in slechte staat aangetroffen, zo was het enorm dichtbegroeid en waren er nauwelijks paden. Wij hebben het park weer in ere hersteld. Hier gaat dagelijks



heel veel tijd in zitten, wij hebben twee parkbeheerders die hier fulltime mee bezig zijn.”

BIB GOURMAND

Terwijl we door het park wandelen, passeren we het Koetshuis. Hier vinden we een well-being centre en Restaurant Koetshuis Rhederoord. Dit restaurant, dat sinds een jaar geopend is, staat bekend om de streekgebonden biologische producten. “Ons volgende streven is het binnenhalen van een Bib Gourmand”, aldus Hallers. “Een driegangenu bieden wij dan ook aan voor 37 euro.”

Dan is het weer tijd om terug te keren naar het landhuis. Onderweg passeren we een paar grote stenen waarin in het midden een vuurkorf staat. “Hier worden vuursprekken gehouden”, legt Hallers uit. “Maar we bieden ook andere groepsarrangementen aan zoals parkwandelingen, maar ook diverse kookworkshops, wijnproeverijen of een oesterexperience. Bovendien hebben we

zeven vergaderzalen die verschillen in grootte, dus op zakelijk gebied zijn de mogelijkheden eindeloos.” Sinds 2013 heeft Landgoed Rhederoord de exploitatie van Antropia overgenomen. “En voor meubelbedrijf Eijerkamp in Zutphen runnen we de biologische kantine”, vult Hallers aan. “Toen wij hier kwamen zagen de mensen ons een beetje als snelle cowboys”, vertelt Hallers met een glimlach. “Maar niets van wat wij vertellen en uitdragen is gelogen. Onze groenten komen echt uit onze eigen tuinen en onze inkoop is zo geregeld dat de boeren waarmee wij samenwerken eerlijke prijzen krijgen. Duurzaamheid zit echt verankerd in onze bedrijfsvoering.”

www.rhederoord.nl

MEETING LUXURY



Pop-up restaurant Chris Naylor in Sint Olofskapel Amsterdam

VERDER IN DIT KATERN: DE MICHELINSTERREN VOOR 2016





Op 17 januari opent 1* Michelin Chef Chris Naylor, bekend van Restaurant Vermeer in Amsterdam, een tijdelijk restaurant in de oudste kapel van de hoofdstad: de Sint Olofskapel aan de Zeedijk. Het restaurant draagt de naam Roomservice at Olof's en het interieur wordt volledig opgebouwd uit elementen van het bijbehorende NH Barbizon Palace hotel, dat in de pop-up periode wordt omgetoverd tot een flagship hotel van het NH Collection merk.

Fotografie Sacha de Boer

Chris Naylor en zijn brigade zetten in Roomservice at Olof's groenten in de spotlight, aangevuld met bijzondere vis- en vleesgerechten. Ook zullen er geregeld gastchefs meedraaien en krijgt Roomservice at Olof's een Fever-Tree cocktailbar en een echte vermouthebar, de eerste van Nederland.

FLEXITARIAN

1*Michelin Chef Chris Naylor staat bekend om zijn passie voor groenten. Restaurant Vermeer, onderdeel van het aan de Prins Hendrikkade gelegen NH Barbizon Palace hotel, beschikt zelfs over een eigen daktuin met seizoensgroenten, kruiden en drie bijenkasten voor de productie van honing. Ook bij Roomservice at Olof's spelen groenten en kruiden de hoofdrol. Vlees en vis zijn te bestellen als side dishes. De in november 2015 door GaultMillau bekroonde sommelier Simon Veldman (Beste Wijn-Spijs Specialist van het Jaar) serveert bijpassende wijnen en zorgt voor Roomservice met een verhaal. De gehele brigade van Vermeer verhuist mee naar de kapel, waaronder ook Restaurantmanager Wesley Schipper en Souschef Rudolf Brand. Chris Naylor kijkt uit naar het pop-up pro-



ject: "Vier maanden lang ga ik met mijn brigade bij Roomservice at Olof's mijn gerechten presenteren aan een breed publiek. Het wordt bijzonder!"

BELEEF ROOMSERVICE AT OLOF'S

Roomservice at Olof's is van 17 januari tot 30 april 2016 iedere dag geopend. Gasten kunnen gewoon binnenlopen. Wie liever gegarandeerd plek heeft, kan dagelijks reserveren voor diners tussen 18.00 en 20.00 uur via www.roomserviceatolofs.com.

De eerste gerechten zullen op 16 januari al bereid worden tijdens de Amsterdamse Hotelnacht 2016, wanneer Amsterdammers traditiegetrouw op verkenning gaan in hotels in de eigen stad. Na 30 april zal Roomservice at Olof's de deuren sluiten en kunnen gasten weer terecht bij Restaurant Vermeer in NH Collection Barbizon Palace.

Michelinsterren 2016

Het nieuwe sterrenfirmament voor komend jaar

Maandag 7 december presenteerde Michelin haar nieuwe restaurantgids in het DeLaMar Theater in Amsterdam. Bijzonder is dat geen één restaurant een ster verloor.

De Leest in Vaassen en De Librije in Zwolle hebben ook voor komend jaar hun eer weer hoog kunnen houden en mogen drie Michelinsterren voeren. Een tweede ster werd gegund aan restaurant De Groene Lantaarn in Zuidwolde. Daarmee komt het totaal aantal tweesterrenrestaurants in Nederland op twintig.

De Heeren van Harinxma (Beetsterzwaag), Zarzo (Eindhoven), De Swarte Ruijter (Holten), Het Roode Koper (Ermelo), Aan de Zweth (Schipluiden), Joelia

(Rotterdam) en Strandlodge in Winterswijk kregen hun eerste Michelinster. Daarmee zijn er in ons land nu 85 restaurants met één ster te vinden. Het totaal aantal restaurants (één of meer sterren) staat nu op 107, een record voor Nederland!

Tijdens de uitreiking werd ook stilgestaan bij restaurant De Kromme Dissel in Heelsum, waar chef-kok Tonny Berentsen de leiding heeft. Het restaurant kreeg voor het 45e jaar op rij een Michelinster toegewezen, wat eveneens een Nederlands record is.

KROON OP HET WERK

Voor restaurants worden de Michelinsterren beschouwd als dé kroon op het harde werk en blijk van waardering en kwaliteit. De sterren worden toegekend aan de hand van vijf criteria: de kwaliteit van de producten, de beheersing van kooktechnieken en smaken, hoe de persoonlijkheid van de chef in zijn gerechten doorklinkt, de prijs-kwaliteitverhouding en de constantheid van de prestaties door de tijd heen en over de hele kaart.

De betekenis van de sterren is als volgt:

* 1 ster – Uitzonderlijke keuken

** 2 sterren –

De keuken is een omweg waard

*** 3 sterren –

De keuken is een reis waard

De verdeling:

3 Michelinsterren:

-Vaassen: De Leest

-Zwolle: De Librije

2 Michelinsterren:

-Amsterdam: Bord'Eau

-Amsterdam: Ciel Bleu

-Amsterdam: 8samhoud places

-Amsterdam: Librije's Zusje

-Amstelveen: Aan de Poel

-Bloemendaal: Chapeau!

-Giethoorn: De Lindenhof

-Hoofdplaat: De Kromme Watergang

-Harderwijk: 't Nonnetje

-Heeze: Boreas

-Kruiningen: Inter Scaldes

-Maasbracht: Da Vinci

-Maastricht: Beluga

-Nuenen: De Lindehof

-Overveen: De Bokkedoorns

-Rotterdam: FG

-Rotterdam: Fred

-Rotterdam: Parkheuvel

-Waalre: De Treeswijkhoeve

-Zuidwolde: De Groene Lantaarn

1 Michelinster (gerangschikt

per provincie):

Drenthe

-Zuidlaren: De Vlindertuin

-Zuidwolde: De Groene Lantaarn

Friesland

-Beetsterzwaag: De Heeren van

Harinxma

-Drachten: Koriander

-Leeuwarden: Élevé

Gelderland

-Bennekom: Het Koetshuis

-Duiven: 't Raedthuys

-Ermelo: Het Roode Koper

-Harderwijk: Basiliek

-Heelsum: De Kromme Dissel

-Wageningen: O Mundo

-Winterswijk: Strandlodge

-Zutphen: 't Schulten Hues

Groningen

-Aduard: Herberg Onder de

Linden

-Onderdendam: In de Molen

Limburg

-Maastricht: Château Neercanne

-Maastricht: Tout à Fait

-Roermond: One

-Venlo: Valuas

-Tegelen: Aubergine

-Ubachsberg: De Leuf



- Weert: Bretelli
- Well: Brien en aan de Maas

Noord-Brabant

- Breda: Wolfslaar
- Eindhoven: Avant-Garde Van Groeninge
- Eindhoven: De Karpendonkse Hoeve
- Eindhoven: Wiesen
- Eindhoven: Zarzo
- Etten-Leur: De Zwaan
- 's-Hertogenbosch: Sense
- Oss: Cordial
- Sint-Oedenrode: Wollerich
- Vught: De Heer Kocken
- Wouw: Mijn Keuken

Noord-Holland

- Amsterdam: Bridges
- Amsterdam: Lastage
- Amsterdam: Le Restaurant

- Amsterdam: La Rive
- Amsterdam: Ron Gastrobar
- Amsterdam: Sazanka (Hotel Okura)
- Amsterdam: Sinne
- Amsterdam: Vermeer
- Amsterdam: Vinkeles
- Amsterdam: Yamazato
- Bussum: Soigné
- Castricum: Apicius
- Haarlem: ML
- Haarlem: Ratatouille Food & Wine
- Heemstede: Cheval Blanc
- Hoorn: Lucas Rive
- Monnickendam: Posthoorn
- Santpoort: De Vrienden van Jacob
- Schoorl: Merlet
- Texel: Bij Jef

Overijssel

- Blokszyl: Kaatje bij de Sluis
- Hardenberg: De Bokkepruik

- Hengelo: 't Lansink
 - Holt en: De Swarte Ruijter
 - De Lutte: De Bloemenbeek
- #### **Utrecht**
- Amersfoort: Blok's
 - Bosch en Duin: De Hoefslag
 - Driebergen-Rijsenburg: La Provence
 - Houten: Kasteel Heemstede
 - Loenen aan de Vecht: 't

- Amsterdammertje
- Loenen aan de Vecht: Tante Koosje
- Linschoten: De Burgemeester
- Vreeland: De Nederlanden

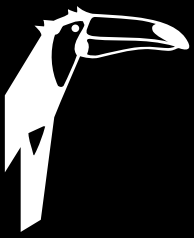
Zeeland

- Breskens: Spetters
- Cadzand: Pure C
- Koewacht: 't Vlasbloemeken
- Sluis: La Trinité

- Wilhelminadorp: Katseveer

Zuid-Holland

- Capelle aan den IJssel: Perceel
- Den Haag: Calla's
- Den Haag: HanTing Cuisine
- Noordeloos: De Gieser Wildeman
- Noordwijk aan Zee: Latour
- Reeuwijk: Kaagjesland
- Rijswijk: Niven
- Rotterdam: Amarone
- Rotterdam: FG Food Labs
- Rotterdam: Joelia
- Rotterdam: Wereldmuseum
- Scheveningen: Seinpost
- Schipluiden: Aan de Zweth
- Warmond: De Moerbeij



BUSINESS

VERRASSENDE VERGADERLOCATIES VANZELFSPREKEND VAN DER VALK

Toonaangevende locaties, gratis parkeren, goed geoutilleerde vergaderruimtes en comfortabele hotelkamers. Van der Valk geldt ook binnen het zakelijke segment als een vanzelfsprekende keuze. Laat u verrassen door de mogelijkheden en vernieuwde, moderne uitstraling van onze hotels. Daarnaast maakt de goede prijs-kwaliteit verhouding en de vriendelijke service uw bijeenkomst compleet. Een groot deel van de Van der Valk hotels is aangesloten bij de externe classificatie Vergaderhamers en erkend als kwalitatief uitstekend presterende vergaderlocaties. Door het aantal vergaderhamers ziet u meteen wat het hotel u te bieden heeft en komt u nooit voor verrassingen te staan! Bezoek de site www.valkbusiness.nl en u ziet meteen de mogelijkheden.



VAN DER VALK

verrassend vanzelfsprekend

Complete verzorging en ontzorging van uw:

vergaderingen – meetings – presentaties – congressen – seminars - diners & lunches – zakenreizen – overnachtingen



Scan de code om onze meeting directory aan te vragen of ga naar www.valkbusiness.nl

Centrale Zaalreserveringen +31 (0)40 222 33 62 - Corporate Sales +31 (0)40 222 33 61 - reservations@valkcorporates.com

info@valkbusiness.nl

MEETING ABROAD

Zwitserland

Meetingpoint Bern

Met een rechtstreekse treinverbinding reis je in vijf kwartier van Zürich luchthaven naar de binnenstad van Bern. Bij een verblijf van minimum één nacht is het vervoer per tram of bus in Bern gratis. Je waant je dankzij de prachtige gebouwen vele eeuwen terug in de tijd. Bern is klein maar compact en fijn.



Er is nauwelijks een andere stad die haar historische trekken zo bewaard heeft als Bern, de hoofdstad van Zwitserland. De oude binnenstad staat op de lijst van de UNESCO-wereldcultuurgooederen en heeft met 6 kilometer arcades, de zogenoemde gaanderijen, één van de langste tegen het weer beschermde winkelpromenades van Europa. De stad ligt aan de rivier de Aare, oorspronkelijk gebouwd in een bocht van die rivier. Bern behoort tot de tien steden ter wereld met de hoogste levenskwaliteit.

Uniek is de middeleeuwse sfeer van de stad met zijn talrijke fontein, zand-

“Bern behoort tot de tien steden ter wereld met de hoogste levenskwaliteit.”

steengevels en historische torens. Het mooiste uitzicht over de oude binnenstad is vanaf ‘Restaurant Rosengarden’. Het restaurant met rozentuin bevindt zich boven de ‘Bärengraben’, het berenpark. De berenkuil is op dit

Hotels

Hotel Schweizerhof Bern & The Spa

Schitterend 5-sterren superior hotel dat op slechts 2 minuten loopafstand van het treinstation van Bern is gelegen. Hotel Schweizerhof Bern & The Spa in het centrum van de stad is een fusie van grote traditie met eigentijdse flair, design en exclusieve service. Het hotel biedt 99 stijlvolle kamers en suites, een 880 m2 conferentiecentrum met een fantastische balzaal, een restaurant Brasserie de Jack's en een verfijnde lobby-lounge-bar, sigaarlounge en uitgebreide wellness spa.

Hotel Allegro Kursaal Bern

Veel zaken onder één dak: dat biedt het meest trendy lifestyle- en business hotel van Bern ‘Hotel Allegro’. Het hotel heeft het predicaat 4* superior met 171 kamers en suites, vier specialiteitenrestaurants, bars, terras, fitness, Zino Platium Cigar Lounge, parking en Grand Casino. Daarnaast aangrenzend het congres- en cultuurcentrum ‘Kursaal Bern’ met capaciteit voor maximaal 1.500 deelnemers. Er zijn totaal 27 ruimtes die gebruikt kunnen worden voor diverse doeleinden: congressen, banketten, evenementen, tentoonstellingen, beurzen, concerten en andere festiviteiten. Centraal gelegen met schitterend uitzicht over de stad.

Hotel Bellevue Palace

Het hotel ligt naast het parlamentsgebouw midden in de stad en biedt een inspirerend uitzicht. Bellevue Palace is een 5-sterren superior hotel. Of het nu voor een discreet zakelijke bijeenkomst is of voor een diner, het hotel biedt met zijn 13 vergaderruimten een perfecte setting en is uitgerust met state of the art technologie.

moment leeg, want de beren Finn, Björk en Ursina zijn tijdelijk op vakantie, vanwege bouwactiviteiten. De beer is trouwens de mascotte van de stad Bern. Bij de Bärengraben bevindt zich ook het ‘Restaurant Altes Tramdepot’, een restaurant met vergaderfaciliteiten, gevestigd in een voormalige tramremise. Hier schenken ze trouwens hun eigen gebrouwen bier. Markant in de stad is de Zytglogge, een toren in de binnenstad, gebouwd in de 12e en 13e eeuw met astronomisch uurwerk. Bijzonder is het parlamentsgebouw ontworpen door de architect Hans Auer. De stad is het beste te verkennen te voet of waarom niet op een trotinet (Zwitserse step)?



BERN REGION

De omgeving van Bern is eveneens het verkennen waard. Fiets naar één van de boerderijen in het Emmental voor een lunch met streekgerechten. Het dal staat bekend om de Emmentaler kaas. Het dal van de Berner rivier de Emme is een aantrekkelijk heuvel-landschap waar de bewoners vasthouden aan oude tradities. Hier beleef je het authentieke Zwitserland met zijn mystieke sfeer. Prachtige

“Uniek is de middeleeuwse sfeer van de stad met zijn talrijke fontein, zandsteengevels en historische torens.”

boerderijen sieren het landschap. In Affoltern op de Emmentaler kaasboerderij kom je alles te weten over het ontstaan van de kaas. Er zijn vier verschillende boerderijen uit verschillende periodes die bezichtigd kunnen worden: de Küherstock uit het jaar 1741, de Chäshütte uit 1900, de oude dorpskaasmakerij uit 1954 en de kaasboerderij uit 1989. In die laatste



Venues

Cinématte

Gevestigd in een voormalige bioscoop, direct gelegen aan de rivier de Aare. De venue heeft een klein buitenterras waar een aperitief gedronken kan worden. Ook is er een restaurant en bar aanwezig. Geschikt voor ongeveer 80 personen.

Restaurant Schellenmätteli

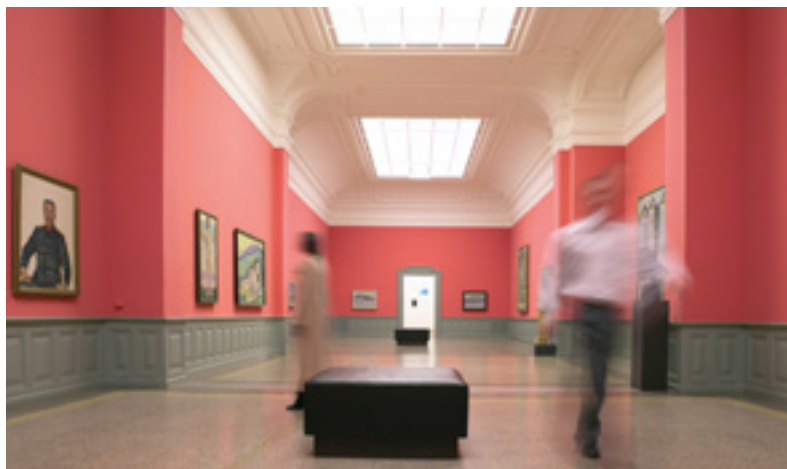
Midden in de rivier de Aare gelegen, hartje stad. Het heeft drie vertrekken: het restaurant 'Terrasse' en 'Casa' en de multiculturele bar 'Kultur-Lounge'.

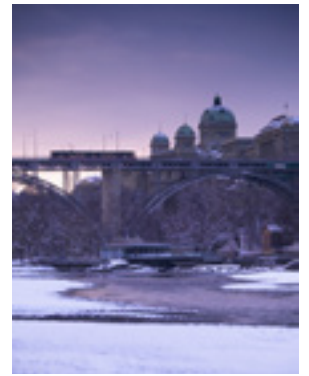
Paul Klee Zentrum

Het centrum is een museum annex cultuurinstituut dat een omvangrijke kunstverzameling van de gelijknamige kunstenaar Paul Klee tentoonstelt. Het door de Italiaanse architect Renzo Piano ontworpen culturele centrum bestaat uit drie golvende delen. Het centrum beschikt over een auditorium dat geschikt is voor conferenties, presentaties, muziek en theater/dansvoorstellingen (300 pers), het forum (een multifunctionele ruimte voor 200-250 personen) en seminarzalen (kleinere evenementen).

Kornhauskeller

De Kornhauskeller is echt uniek en opmerkelijk vanwege de omvang en de pracht zoals de schitterende fresco's van Mürger. De locatie is gebouwd tussen 1711 en 1718. Laat je hier vooral ook gastronomisch verwennen.





Feiten

Stad van fonteinen

In het centrum van Bern staan meer dan honderd gedecoreerde oude fonteinen. Elf daarvan op de Kramgasse stammen nog uit de 16de eeuw en zijn versierd met kleurrijke sculpturen die de deugden verbeelden. Tussen de fonteinfiguren bevindt zich ook een mysterieuze baby-eter.

Museumstad

Van Barry, de beroemdste Sint-Bernardshond van Zwitserland tot 'Paarden in Landschap' van Franz Marc: de bijzondere musea van het kleine Bern bevatten vele pareltjes. Onder de musea bevinden zich het natuurhistorisch museum waar de opgezette Barry staat en het Kunstmuseum.

Overal beren

De naam Bern zegt het al, deze stad heeft iets met beren. Dankzij een oude legende is de beer het stadssymbool geworden. Dat is terug te zien in het stadswapen. De oude berenkuil heeft plaatsgemaakt voor een ruim verblijf aan de rand van het centrum.

wordt de melk met behulp van de meest moderne technieken tot kaas gemaakt. De FLYER e-bike leent zich uitstekend voor dit bezoek. De e-bike is made in Switzerland. In 1993 werd het prototype van de elektrische fiets 'de rode buf-

De stad kent een vriendelijke en tolerante sfeer waar altijd wel iets te doen is.

falo' gelanceerd. Sinds juli 2009 wordt de FLYER geproduceerd in de nieuwe fabriek in Huttwill in Bern Region. Het is mogelijk om de fabriek te bezoeken.

STAD VAN EVENEMENTEN

Bern is naast een stad van cultuur en historie ook een stad waar evenementen worden georganiseerd. Het Rendez-vous Bundesplatz is een licht- en klankspel op

het plein voor het parlamentsgebouw. De show die circa 25 minuten duurt, vindt iedere avond gedurende anderhalve maand in de herfst plaats. De Zibelenmärit in Bern is een jaarlijks evenement. Allerlei kwekers bieden dan hun uien aan. Zibelenmärit is de lokale benaming voor deze uienmarkt. Ieder jaar in november zijn de straten van Bern met mensen en confetti bezaaid. Bij de vele kraampjes worden onder meer in strengen gevlochten uien en uientaart verkocht. Dit traditionele volksfeest zorgt voor een ware omslag in alle horeca. Het enige wat aangeboden wordt zijn kaas, kaastaart, uiensoep en uientaart. Het is in deze tijd van het jaar niet warm, warm jezelf dus op met de glühwein! De Uienmarkt van Bern start al om 5.00 uur dus zorg dat je op tijd bent. Het jazzfestival lokt tussen maart en mei bezoekers uit binnen- en buitenland naar de bondshoofdstad; het heeft zich de naam als een van de belangrijkste traditionele jazzgebeurtenissen verworven. Iedere zomer (juli) trekken tienduizenden de Berner huisberg (de Gurten) op, waar het meerdaagse Gurtenfestival met kunstenaars uit de internationale muziek scene plaatsvindt.

De nieuwe trend in de Nederlandse markt voor 2016

De Griekse Nationale Organisatie voor Toerisme in Amsterdam, heeft met groot succes tijdens 2 evenementen, de bestemmingen Thessaloniki voor citytrips en Chalkidiki als nieuwe vakantiebestemming aan de Nederlandse markt gepresenteerd, in samenwerking met de Hoteliers Vereniging van Thessaloniki en de Promotie Organisatie van Chalkidiki. De presentaties waren bestemd voor media vertegenwoordigers en professionals uit de reisbranche. Aanleiding zijn de frequente rechtstreekse vluchten naar Thessaloniki, verzorgd door TRANSAVIA. Met slechts 3 uur vliegen vanuit Schiphol de hele jaar door, die in het bijzonder tijdens de lente en de zomermaanden, op dagelijkse basis opereren en de goedkope ticketprijzen, Thessaloniki heeft alles in zich om de nieuwe trend onder de citytripbestemmingen te worden. Tijdens deze evenementen werden er 18 vakantieaccommodaties onder de aanwezigen verloot, die bovendien de kans zullen hebben om Griekse lokale producten te proeven, via het initiatief 'The Greek Breakfast'. Een promotionele actie om reizigers culinair kennis te laten maken met de Griekse keukens uit de regio, trouw gebleven aan traditie en gebruik makend van zuivere agrarische producten, afkomstig uit de vruchtbare grond van Chalkidiki. 13 hoteliers uit Thessaloniki en Chalkidiki hadden de gelegenheid om de bestemmingen en hun hotels in een gezellige sfeer te presenteren. Het Nederlands publiek heeft groot interesse getoond voor beide bestemmingen en het Grieks Verkeersbureau verwacht derhalve een toename aan de reserveringen voor Griekenland in 2016.

Louvre Hotels Group neemt portfolio van het Duitse Nordic Hotels AG over

Louvre Hotels Group, één van de grootste hotelketens van Europa, heeft het Duitse Nordic Hotels AG overgenomen. Hiermee voegt de hotelketen maar liefst 25 hotels in 11 Duitse steden met een totale capaciteit van 1.816 kamers aan haar portfolio toe. 10 Hotels worden Golden Tulip, 10 krijgen het label Tulip Inn en 5 gaan het merk Première Classe voeren. Enkele maanden na de rebranding van negen Motel One hotels in Première Classe, kondigde Louvre Hotels Group gisteren de overname van de Scandinavische hotelportfolio aan. Van de 25 hotels worden er momenteel 23 gerebrand. De andere twee hotels zijn nog in aanbouw en worden in 2016 geopend. Door deze deal verdubbelt Louvre Hotels Group haar aantal hotels in Duitsland. De 25 hotels worden omgedoopt tot Golden Tulip (10), Tulip Inn (10) en Première Classe hotels (5). Deze worden toegevoegd aan de al 18 bestaande hotels van Louvre Hotels Group in Duitsland: 9 onder de Golden Tulip en Tulip Inn brands en 9 onder Première Classe. Bovendien zijn er twee Première Classe hotels in aanbouw. Nordic Hotels AG, opgericht in 2002, is een onafhankelijke Duitse hotelgroep met 25 hotels en opereert door het hele land onder haar eigen merk Nordic en ook onder Best Western en Mercure. Nordic Hotels AG zal zich nu richten op hotel onroerend goed. De Algemeen Directeur (CEO) van Nordic Hotels AG is Thomas Knudsen. Voorzitter van de raad van commissarissen is de voormalige premier van Sleeswijk-Holstein Peter Harry Carstensen.

THAILAND VERWELKOMT 26 MILJOENSTE BEZOEKER

Thailand heeft onlangs de 26 miljoenste bezoeker van 2015 mogen verwelkomen. Het bezoekersaantal is binnen 10 dagen van 25 miljoen naar 26 miljoen gestegen. De 26 miljoenste bezoeker, Tommy Jeppsson uit Noorwegen, werd verwelkomd door de minister van Toerisme en Sport op Bangkok's Suvarnabhumi Airport met een speciale ceremonie. De 26 miljoenste bezoeker werd, net als alle andere miljoenste bezoekers, verwelkomd door TAT met een 'Thailand's Luckiest Visitor' welkomstceremonie. Hij ontving twee retourtickets naar Thailand, een voucher voor vijf nachten in een luxe accommodatie, een mobiele telefoon en zeven dagen internet voor tijdens zijn trip. Deze welkomstceremonies maken deel uit van TAT's '2015

Discover Thainess' campagne dat Thailands meest charmante attracties benadrukt: de diversiteit aan bestemmingen, de pittige smaken van het Thaise eten, de kleuren van de Thaise tradities, festivals en cultuur, en de vriendelijkheid van de Thaise mensen. De welkomstceremonies zijn dankzij succes verlengd tot 31 december 2015 om zo het beste jaar ooit te vieren op het gebied van toeristische aankomsten. Het totale aantal van 24,8 miljoen bezoekers van vorig jaar is nu al overtroffen. Volgens cijfers van het Ministerie van Toerisme en Sport heeft Thailand tijdens de eerste 10 maanden van 2015 24,36 miljoen bezoekers ontvangen en Thailand verwacht dat het doel van 28,8 miljoen van dit jaar overtroffen zal worden.

De Kuip Meetings & Events

Samenkomen in het mooiste stadion van Nederland

Voetballiefhebbers uit het hele land zijn het er al jaren over eens: De Kuip is het mooiste stadion van Nederland. Maar De Kuip is meer dan alleen de thuishaven van Feyenoord. Het is ook de plaats waar grootheden als de Rolling Stones, U2 en Michael Jackson optraden en waar jaarlijks honderden grote en kleine zakelijke evenementen worden gehouden.

VERDER IN DIT KATERN: EVENEMENTCONTACT 2016 - KONINKLIJKE LUCHTMACHT HISTORISCHE VLUCHT
DE ECONOMISCHE IMPACT VAN MEERDAAGSE ZAKELIJKE BIJENKOMSTEN



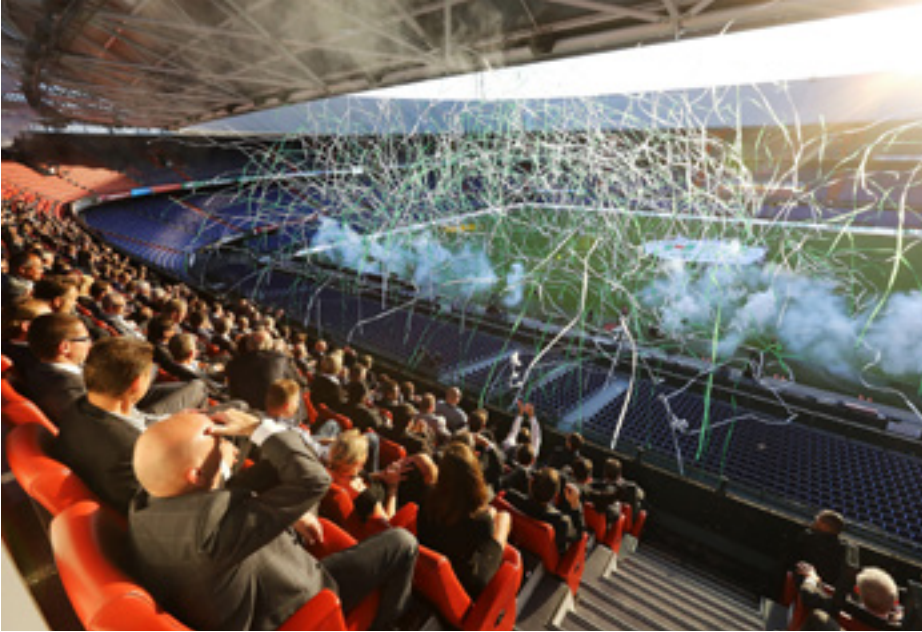
DE KUIP ADEMT HISTORIE

Beleving is één van de sleutelwoorden als het gaat om de organisatie van een evenement. Die beleving is terug te vinden in het karakter van De Kuip, in de prachtige architectuur, in de historie dat het uitademt en in de vele mogelijkheden die het stadion biedt als evenementenlocatie. Van een beurs tot een personeelsfeest en van een vergadering tot een teambuildingactiviteit: De Kuip biedt de inspirerende omgeving waar een evenement om vraagt. Of het nou gaat om een evenement voor 50 of 2.500 personen. De Kuip heeft 15 zalen in alle soorten en maten, is uitstekend bereikbaar en biedt daarnaast gratis parkeermogelijkheden, gratis Wifi en catering op maat.

ONTVANGST OP DE TRIBUNE

In het Maasgebouw bevinden zich diverse naar Feyenoord-helden vernoemde zalen die bij uitstek geschikt zijn voor een vergadering, beurs, congres of personeelsfeest tot maximaal 2.500 personen. Voor wie van wat meer nostalgie houdt, bevinden zich in het Olympiagebouw ruimtes met een his-





den opgeknapt en is er nieuw meubilair geplaatst. Op de plaats waar voorheen het Feyenoord Museum huisde is nu een gloednieuwe ruimte te vinden: de exclusieve Boardroom. Hier worden tijdens thuiswedstrijden de directie en het bestuur van Feyenoord en de bezoekende club ontvangen, de Director Seat houders en andere prominente gasten. Buiten wedstrijddagen is de Boardroom te huur als unieke locatie voor een borrel of diner tot maximaal 225 gasten.



“Door de combinatie van zalen en het stadion gaan bij De Kuip inhoud en activiteiten perfect samen.”

DE VOORDELEN OP EEN RIJTJE:

- Gratis parkeren voor de deur
- Zalen voor 50 tot 2.500 personen
- Flexibiliteit m.b.t. catering, techniek, meubilair en decoratie
- Gratis WiFi
- Makkelijk bereikbaar en nabij uitvalswegen

Neem voor de mogelijkheden contact op met De Kuip Meetings & Events via 010-4929455 of evenementen@dekuip.nl

torisch en klassiek karakter. Niet alleen de zalen zijn geschikt voor een evenement. Ook een ontvangst op de tribune, een workshop in de spelerstunnel of een presentatie in het Perscentrum behoren tot de mogelijkheden. In de zomermaanden, als het eerste elftal geniet van een welverdiende vakantie, is ook het heilige gras beschikbaar voor evenementen. Denk dan aan een voetbaltoernooi, een BBQ, een dansfeest of een beurs.

NIEUW: DE EXCLUSIEVE BOARDROOM

In het laatste kwartaal van 2015 is er in De Kuip hard gewerkt aan het restylen van een aantal zakelijke ruimtes in het Maasgebouw. Zo zijn de vloeren en wan-

WOORDEN ÉN DADEN

Door de combinatie van zalen en het stadion gaan bij De Kuip inhoud en activiteiten perfect samen. Een workshop gevolgd door abseilen van de lichtmasten, een presentatie en daarna een voetbalclinic of gewoon een opening op de tribune en daarna feesten met alle medewerkers in het Maasgebouw. Alles is mogelijk en zal een onvergetelijke beleving zijn!

BEREIKBAARHEID EN PARKEREN

Het stadionterrein biedt ruimte aan minimaal 1.000 gratis parkeerplaatsen. De Kuip is centraal gelegen in de directe nabijheid van de uitvalswegen rond Rotterdam. Bovendien is De Kuip met een tram- en bushalte voor de deur, goed bereikbaar met het openbaar vervoer.

www.dekuip.nl/events



EvenementContact

Dé dag voor de totale evenementenbranche

Op donderdag 18 februari 2016 vindt de 8de editie plaats van EvenementContact in Hal 8 van de RAI te Amsterdam.

UNIEK BEURSCONCEPT: ALLEEN HET VERHAAL TELT!

Ruim 8 jaar geleden stoorden Arjen Lemstra en Joris Bots zich aan de bestaande beurzen. Ze hadden allebei een evenementenbureau en haalden, ondanks de forse investeringen, heel weinig resultaat uit beurzen.

In slechts 14 weken hebben zij een nieuw ééndaags concept in de markt gezet, wat vanaf de eerste editie gelijk een succes was. De kracht zit in de uniforme stands, waardoor alle exposanten gelijke kansen hebben en waar het verhaal belangrijk is.

Met dit unieke concept heeft BrancheContact in 2012 de Gouden Giraffe gewonnen.

RAI: LOCATIE MET INTERNATIONALE ALLURE

Joris Bots: "Na 7 jaar te hebben gekozen voor min of meer onconventionele locaties voor een beurs, gaan we met de 8ste editie van EvenementContact naar de RAI. Een Toplocatie, goed bereikbaar, prima faciliteiten en 8000 m². Een gigantische beursvloer vol inspiratie, beleving en inhoud!"

300 EXPOSANTEN

EvenementContact groeit nog steeds en de verwachting is dat de komende editie maar liefst 320 enthousiaste exposanten bezit nemen van de RAI. Door de indeling in 'straten' en thema's is het voor de bezoeker erg makkelijk zich te oriënteren. Thema's die aan bod komen: zakelijke bedrijfsevenementen, festivals, entertainment, outdoor, brancheverenigingen en media, zzz, culinair en mobiele keukens.

Arjen Lemstra: "Voor de bezoeker zijn de themavelden ideaal om zich snel te oriënteren. De ervaring leert dat bezoekers bij EvenementContact veel meer exposanten spreken dan bij vergelijkbare beurzen, waar veel meer ruis is."

UITGEBREID KENNISPROGRAMMA

Alleen al het uitgebreide workshop- en sprekersprogramma is een bezoek aan EvenementContact waard. Enkele namen die nu al bekend zijn: Tim Coronel over de kracht van Social Media, Rens Tanis over het belang van Netwerken, Cyriel Kortleven over Creativiteit, LaKei over 25 jaar Gastheerschap en topspreker Jan van Setten. Daarnaast wordt tijdens EvenementContact de Nationale Meeting Award uitgereikt.



MEDIAPLAZA

Op het grote centrale plein van EvenementContact kun je in contact komen met mediapartijen en brancheverenigingen, zoals CLC-VECTA, IDEA, MPI en Genootschap voor Eventmanagers. Events.nl heeft haar eigen bar waar interviews worden afgenomen en waar je je LinkedIn-foto kunt laten vernieuwen. Bij binnenkomst staat een glas champagne voor je klaar om te proosten op een mooie dag!

SAMEN KANSEN CREËREN BORRELS

Om de branche te verbinden organiseren Arjen Lemstra en Joris Bots regelmatig

succesvolle Samen Kansen Creëren borrels op mooie locaties in het land. Deze worden gemiddeld door 200 mensen bezocht. Wil je deze een keer bijwonen meld je aan voor de nieuwsbrief op de site van www.evenementcontact.nl. Je ontvangt dan hiervoor de uitnodiging.

Na de beursdag vindt de grootste Samen Kansen Creëren borrel met ca. 1200 gasten plaats van 18.00 uur tot 20.30 op het centrale plein van de beursvloer, waarna de die-hards vertrekken naar het, naast de RAI gelegen, Zuidpool. Je kunt lekker eten bij diverse Rollende Keukens en

genieten van een drankje. Er zijn optredens van topartiesten.

Via de site van EvenementContact kun je gratis je toegangskaart boeken.

EvenementContact

Donderdag 18 februari 2016

Hal 8, RAI Amsterdam - 300 exposanten



Koninklijke Luchtmacht Historische Vlucht

Bevlogen in historische belevening

Een dag doorbrengen midden in de luchtvaart historie, rondlopen op een plek waar 100 jaar geleden al een vliegveld lag. Een omgeving waar de geschiedenis je tegemoet komt gevlogen in de vorm van de legendarische Spitfire, die op D-day nog boven de stranden heeft gepatrouilleerd, de B-25 Mitchell bommenwerper, het oudste in Nederland geregistreerde toestel de Tiger Moth dubbeldekker, maar ook Harvards en Piper Cubs.

FOTOGRAFIE BEN ULLINGS

De combinatie van je onderdompelen in een historische sfeer en de charme van de luchtvaart van dichtbij te ervaren blijkt uitermate aantrekkelijk. Hoewel de Koninklijke Luchtmacht Historische Vlucht (KLuHV) op het eerste gezicht een opvallende winnaar is

van de Meeting Magazine Award: 'Leukste Bedrijfsuitje 2015', onderschrijft het wel een duidelijke tendens voor (bedrijfs)evenementen. Unieke en authentieke belevingen winnen aan belang. De meerwaarde die je zo biedt aan je medewerkers of relaties resonanceert nog lang door. Zoervaarde ook de redactie van Meeting Magazine die tijdens de prijsuitreiking getuige kon zijn van een trainingsvlucht van de Spitfire. Reden te meer om stil te staan bij deze bijzondere club mensen en unieke vloot vliegtuigen.

"...DE REDACTIE KON TIJDENS DE PRIJSUITREIKING GETUIGE ZIJN VAN EEN TRAININGSVLUCHT VAN DE SPITFIRE..."

De Koninklijke Luchtmacht Historische Vlucht is een stichting en wordt gedragen door louter vrijwilligers, allen in de ban van het behouden van het militair historisch erfgoed. Ieder jaar weer zijn de vliegtuigen een graag geziene gast op diverse airshows door heel Europa en in eigen land wordt menige herdenking bijgestaan met 'flypasts'. Maar ook bedrijven kunnen de historie van dichtbij meemaken. De KLuHV stelt haar faciliteiten open voor bedrijfsuitjes, productpresentaties, lezingen en meer. En daarin is de stichting uniek, want of het nu gaat om een rondleiding of een evenement waarbij bedrijven medewerkers en of relaties kunnen uitnodigen een rondje te gaan vliegen, de vrijwilligers van deze stichting zorgen voor een mooi en uniek programma in een historische sfeer.

"Als stichting zijn wij in ons voortbestaan afhankelijk van de steun die wij via sponsoring en financiële bijdragen van bedrijven en andere organisaties ontvangen", zegt Folkert Horst, voorzitter van de KLuHV. "Het organiseren van bedrijfsuitjes zien wij als een prima manier om iets terug te geven voor de 'sponsoring'. Het bezoekend bedrijf draagt zo niet alleen bij aan de instandhouding van cultureel erfgoed maar krijgt zo ook een onvergetelijke ervaring. Onze professionele, persoonlijke en bevlogen aanpak vind je terug in elk 'bedrijfsuitje' dat we organiseren. We zetten elke keer iets bijzonders op wat inspeelt op de persoonlijke wensen van onze bezoekende klant."

"...ONZE PROFESSIONELE, PERSOONLIJKE EN BEVLOGEN AANPAK VIND JE TERUG IN ELKE 'BEDRIJFSUITJE'..."

En dat heeft zich in de loop der jaren opgebouwd tot een erg divers portfolio aan evenementen, van kleinschalige en intieme bijeenkomsten en vergaderingen tot grote evenementen. Dergelijke evenementen wor-

den vaak ingezet om bedrijfsdoelstellingen te behalen. "Zo weet ik nog een grote elektronikagigant die alle hangars afhuurde en haar retailers hier uitnodigde rond een belangrijke productlancering. De unieke beleving die wij konden aanbieden zorgde ervoor dat iedereen met een grote glimlach rondliep en enthousiast de gesprekken in ging. En dat is natuurlijk van groot belang als je verschillende mensen wilt verzamelen rond een bepaald doel."

"...IEDEREEN GAAT HIER WEG MET EEN GROTE GLIMLACH EN EEN UNIEKE ERVARING VOOR HET LEVEN..."

Enkele namen die de stichting al heeft mogen verwelkomen en enthousiasmeren zijn KLM/Air France, Philips, ASML, BMW en Fokker. En zelfs filmproducties vinden een magische plek om hun verhaal kracht bij te zetten. Maar ook kleinere bijeenkomsten komen bij de stichting goed tot hun recht.

Op de vraag of het 'Top Gun' effect vandaag de dag zich nog steeds manifesteert

bij bezoekers antwoordt Folkert lachend: "Ik weet niet zeker of iedereen de film Top Gun nog helder voor ogen heeft. Maar feit is wel dat de charme van de luchtvaart, zeker als bezoekers in de gelegenheid zijn om zelf mee te vliegen in zo'n historisch vliegtuig, iedereen aanspreekt. Ongeacht leeftijd, geslacht of zelfs persoonlijke interesse in het vliegen, iedereen gaat hier met een grote glimlach en een unieke ervaring voor het leven weg."

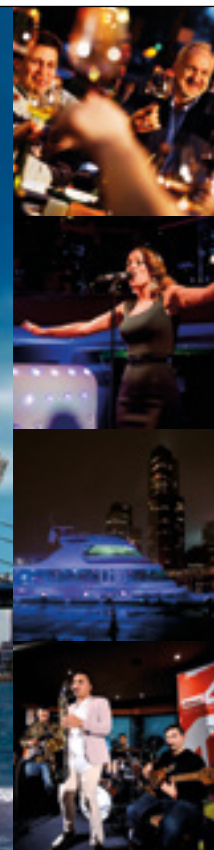
De Koninklijke Luchtmacht Historische Vlucht publiceert met enige regelmaat korte documentaires op haar facebookpagina (www.facebook.com/kluhistorischevlucht).

Meer informatie over het organiseren van een bedrijfsuitje bij de Koninklijke Luchtmacht Historische Vlucht? Neem contact op via staff.sales@kluhv.nl of Markant Historical Flight Events, info@markantevents.com, 013 5450 233.



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



DELTAPARK
**NEELTJE
JANS**



**DELTA
EXPERIENCE**
ERVAAR ZELF DE
ENORME KRACHT
VAN HET WATER

NIEUW!

DÉ AVONTUURLIJKE ZAKELIJKE DAGATTRACTIE!

Wil je meer weten over de Deltawerken? Ben je natuur- en dierenliefhebber? Of zoek je een unieke locatie voor een zakelijke bijeenkomst? Kom naar Deltapark Neeltje Jans en beleef het hele jaar door interessante exposities, zeedierenshows en spetterende attracties. WWW.NEELTJEJANS.NL



De economische impact van meerdaagse zakelijke bijeenkomsten

NBTC Holland Marketing is, in samenwerking met CLC-VECTA Centrum voor Live Communication, MPI Foundation en Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF), in 2014 gestart met een onderzoek naar het economische belang van meerdaagse zakelijke bijeenkomsten in Nederland.

Uit het onderzoek, dat door Ecorys is uitgevoerd, blijkt dat er vorig jaar ruim 2,3 miljoen meerdaagse georganiseerde zakenreizen in Nederland zijn ondernomen door Nederlanders en buitenlandse bezoekers, die in totaal ruim €2,3 miljard opleverden.

ZAKELIJKE BIJEENKOMSTEN

In Nederland worden ruim 2,3 miljoen meerdaagse georganiseerde MICE zakenreizen ondernomen, die zorgen voor circa 5,1 miljoen overnachtingen. Het gaat hierbij om het bijwonen van een (meerdaagse) zakelijke bijeenkomst, zoals een meeting, (meet)incentive, congres of (vak)beurs. Nederlanders ondernemen circa 1,3 miljoen zakenreizen in eigen land met minimaal één overnachting. Buitenlandse bezoekers ondernemen bijna 1 miljoen meerdaagse zakenreizen in ons land; de meesten komen uit Groot-Brittannië, de Verenigde Staten en Duitsland. Meetings worden het meest vaak ondernomen (1,5 miljoen), gevolgd door congressen en vakbeurzen (750.000). Het aantal (meet)incentives in Nederland is bescheiden met zo'n 75.000.

ECONOMISCH INTERESSANT

Zakelijk toerisme is economisch interessant, want zakenreizigers geven boven-

gemiddeld veel uit aan hun bezoek. Gemiddeld geeft de zakenreiziger bijna € 1000,- uit per zakenreis, inclusief organisatiekosten. De omzet van meerdaagse zakelijke bijeenkomsten in Nederland wordt geraamd op ruim € 2,3 miljard. Een belangrijk deel hiervan wordt gegenereerd door internationale bezoekers (54%), dit komt overeen met circa € 1,3 miljard.

De MICE industrie is ook voor de Nederlandse kenniseconomie van groot belang. "Mensen komen samen om kennis te delen, ervaringen uit te wisselen, te netwerken, innovatieve onderzoeken te presenteren of nieuwe producten te zien. De MICE industrie levert hiermee een wezenlijke bijdrage aan de Nederlandse

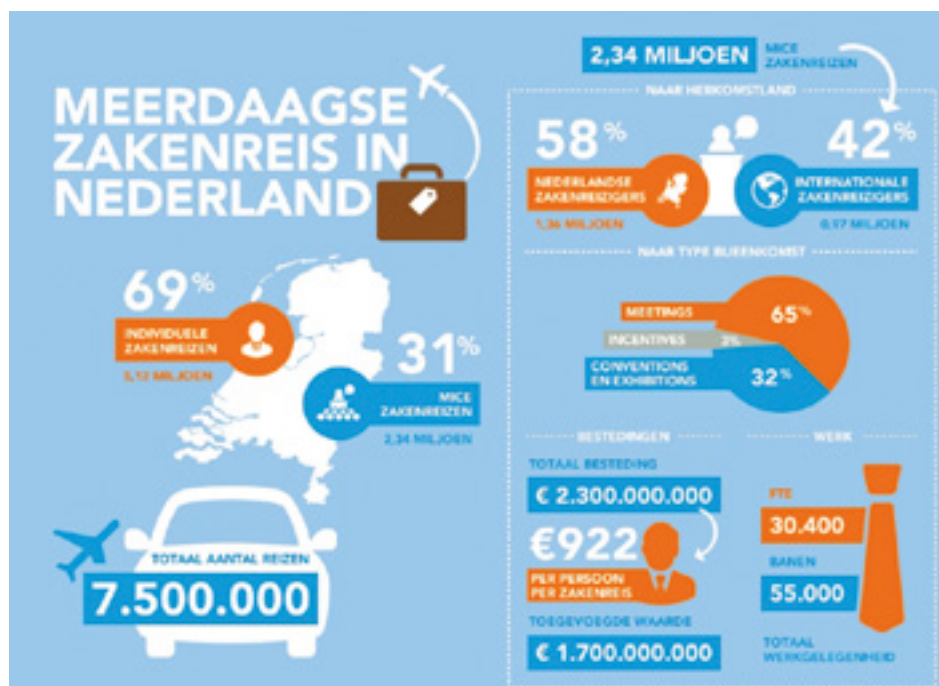
kenniseconomie", aldus Riemer Rijkema, directeur CLC-VECTA.

WERKGELEGENHEID

Zakenreizen dragen ook substantieel bij aan de werkgelegenheid in Nederland. In totaal zorgt de markt voor meerdaagse MICE zakenreizen voor ruim 55.000 banen in Nederland. Iets meer dan de helft (52%) van de totale werkgelegenheid wordt gecreëerd door internationale bezoekers.

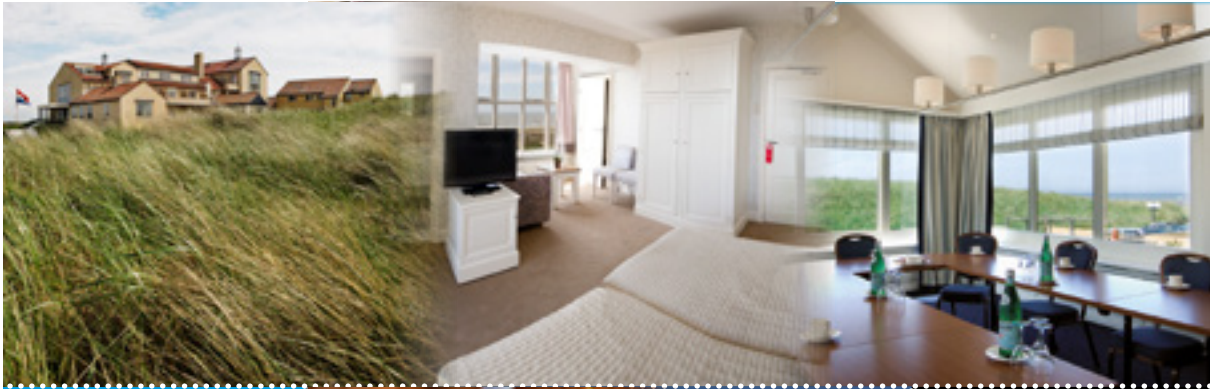
RESULTATEN

De resultaten van het onderzoek zijn gevat in een online magazine. Je kunt het magazine bekijken via zakelijkemarkt.nbtc.nl.



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

1

2

Vergaderlocatie & Kookstudio Het Nut

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



3

Alexander Hotel

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



4

Antropia, Cultuur- en Congrescentrum

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



5

Congres- & Vergadercentrum Domus Medica

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



6

De Bonte Wever

Gratis parkeren + Wifi

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



7

De Duckenburg

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



8

Delpark Neeltje Jans

Faelweg 5
4354 RB Vrouwenpolder
T 0111-655655
E info@neeltjans.nl
I www.neeltjans.nl



9

Louwman Museum

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





Creatie & design, beeld & geluid, sfeer & smaak, kennis & content: een mix van elementen staat aan de basis van ieder evenement. De vakbeurs event 16 geeft alle elementen de aandacht die ze verdienen. Niet alleen in het logo maar ook met een spectaculaire, nieuwe indeling van de beursvloer. Benieuwd naar welke rol jij daarin kan spelen?

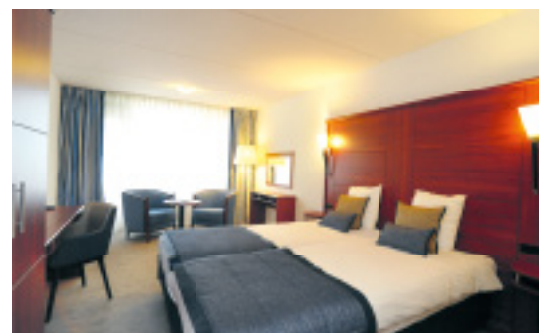
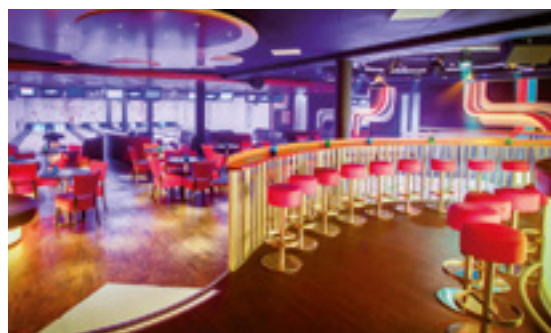
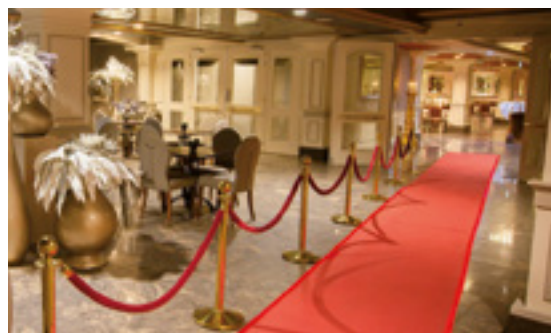
Neem dan snel contact met ons op via (026) 333 75 77 of sales@event.nl

De Beste Beurs voor de evenementenbranche vindt plaats op woensdag 23 en donderdag 24 maart 2016 in de Jaarbeurs te Utrecht.

Vergaderingen, evenementen
en bedrijfsfeesten aan zee
van 2 tot 1500 personen

33 zalen 30 - 1000 m²
550 kamers

Neem contact op met de salesafdeling
072 750 2020



100 meter van het strand - restaurant - feestzalen - sauna's en zwembad
fitnessruimte - wellness center - bistro en pub - bowling - teambuilding - congresservice

MEETINGS MADE MEMORABLE



STAD



BOS



STRAND



Bij Golden Tulip haalt u meer uit uw meetings en events. In de Benelux hebben wij 40 hotels, genoeg keus om u te laten inspireren. Boek een ruimte voor uw vergadering, training of cursus bij Golden Tulip via de Central Meeting Line. Vraag nu uw offerte op maat aan via 0343-523020 of via holland@centralmeetingline.com.

