

# Meeting

## Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen  
Jaargang 12 - nr 2 - Meetingmagazine.nl



NH Collection Hotels

## NH Hotel Group lanceert premium merk in Nederland

---

Amsterdam blijft groeien - Utrecht: kennisstad van Nederland - Vergaderen als nuttige en leuke tijdsbesteding - FoodValley: het kenniscentrum van de agrofood sector - Top meeting hotels in Europa - Nationale Meeting Award 2017

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 500 people. Trust us, this is going to be great!

### 11 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](mailto: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.

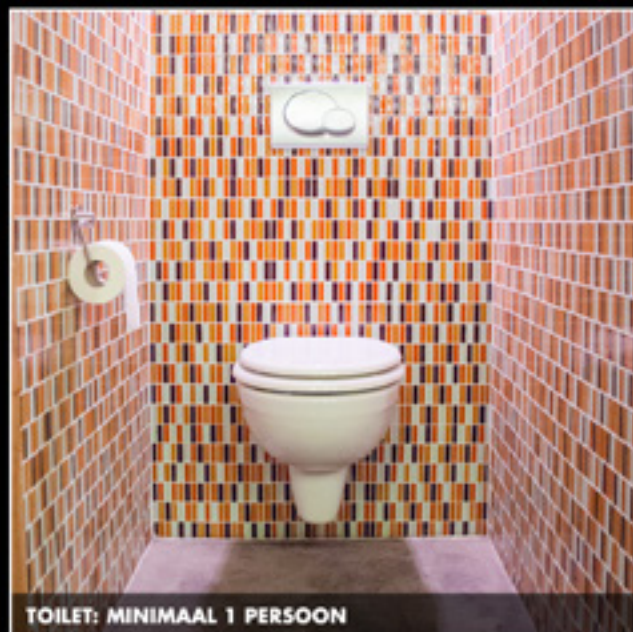


Why settle for less?

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](http://www.bilderberg.nl/business) of bel 0317 362 266.

# VAN DE GROTE THEATERZAAL TOT HET KLEINE KAMERTJE





## Continue ontwikkeling

De MICE-branche staat nooit stil. Hotels blijven hun hotelkamers renoveren en hun faciliteiten van de nieuwste hightech snufjes voorzien, PCO's en eventmanagers blijven rondkijken naar nieuwe technologieën om hun congressen en evenementen te verbeteren en ook brancheverenigingen kijken continu rond of en hoe zij moeten inspringen op ontwikkelingen in de maatschappij. Niets is leuker dan deze trends analyseren en kijken hoe de branche inspeelt op de actualiteiten.

In deze editie van Meeting Magazine gaan we onder andere in op het fenomeen storytelling, dat bij steeds meer hotels zijn intrede doet. De reden: hotels met een verhaal laten de gast onderdeel uitmaken van hun merk, wat voor klantenbinding zorgt. Ook besteden we aandacht aan de eerste hotelrobot in Nederland, die te vinden is in Hampshire Hotel - The Manor Amsterdam en Hampshire Hotel - Savoy Rotterdam. Verder komen Amsterdam en Utrecht aan bod. Deze steden blijven zich ontwikkelen waardoor zij steeds aantrekkelijker worden voor onder andere zakelijke gasten. Zo mogen we in Amsterdam de komende jaren een flink aantal nieuwe hotels verwachten. Utrecht is bezig met een ware transformatie en zal over een tijdje een prachtige stationsomgeving en een nieuwe gracht hebben.

Zelf zijn we alweer druk bezig met de voorbereidingen voor de Nationale Meeting Award. Na het debuut in februari, waarbij de reacties zeer positief waren, hebben we besloten om deze Award opnieuw uit te reiken tijdens EvenementContact in 2017. Locaties kunnen zich nu al inschrijven via [www.nationaalemeetingaward.nl](http://www.nationaalemeetingaward.nl). Wij zijn er benieuwd wie ditmaal de strijd met elkaar aan zullen gaan voor deze onafhankelijke award!

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest  
Hoofdredacteur Meeting Magazine  
[sofie@vanmunstermedia.nl](mailto:sofie@vanmunstermedia.nl)

“Vergaderen wordt als een last beschouwd, terwijl hier jaarlijks 7 tot 13% van het totale budget aan opgaat.”

Rob de Haas, pagina 46

## 8 NH Hotel Group lanceert premium merk in Nederland

Op 7 april introduceerde NH Hotel Group met de heropening van NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky, NH Collection Doelen en NH Collection Barbizon Palace in Amsterdam haar merk NH Collection in Nederland. Dit merk staat voor hotels waar gasten kunnen genieten van gastronomische ervaringen, technische innovaties en uitstekende service.

## 12 Amsterdam blijft groeien

Amsterdam is en blijft een zeer populaire locatie voor congresplanners van over de hele wereld. Dat wil echter niet zeggen dat de hoofdstad op haar lauweren blijft rusten. Zo is de campagne Metropool Amsterdam opgezet om de omgeving van Amsterdam promoten. Ook worden er de komende jaren worden nog zo'n honderd hotels bijgebouwd.

## 20 Storytelling

Steeds meer bedrijven vertellen een verhaal bij hun merk om mensen te boeien en te overtuigen om zich vooral aan hun merk te binden. Met storytelling laten ze de consument als het ware onderdeel uitmaken van de beleving van hun merk. De hotelbranche zet deze tactiek inmiddels ook in om zich te onderscheiden in een concurrerende markt en de herinnering van de gast blijvend te maken.

## 28 Utrecht: kennisstad van Nederland

Met diverse innovatieve bedrijven, kennis- en onderwijsinstellingen, onderzoekscentra en de projecten die uit de samenwerkingsverbanden tussen deze spelers voortvloeien, profileert Utrecht zich als de kennisstad van Nederland. Om deze profilering extra kracht bij te zetten, wil de provinciehoofdstad de komende jaren nog meer kennisevenementen aantrekken die aansluiten bij de speerpunten Groen, Gezond en Slim.

## 46 Vergaderen als nuttige en leuke tijdsbesteding

Uit onderzoek van het Oostenrijkse bureau Schell onder 20.000 Europese managers in het bedrijfsleven is gebleken dat zij maar liefst 60 tot 70% van hun tijd vergaderen. Maar liefst 42% vindt dit echter zonde van de tijd. Rob de Haas, schrijver van het boek Ongewoon Goed Vergaderen, is van mening dat dit beter kan.

## 52 FoodValley: het kenniscentrum van de agrofood sector

Sinds 10 jaar wordt het gebied rondom Wageningen aangeduid als FoodValley: het kennishart van de agrofoodsector in Nederland. In het buitenland weten ze het eigenlijk beter dan wijzelf: de kennis in Nederland over productie, opslag, logistiek en handel van voedsel is van topkwaliteit.



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. Abonnementenprijs per jaar 39 euro excl. btw.

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

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

Aantal verschenen edities: 63



## 74 Top meeting hotels in Europa

Onlangs presenteerde Cvent voor de eerste keer een top-50 lijst van hotels voor meetings en events in Europa. De resultaten zijn samengesteld en verzameld op basis van de boekingsactiviteiten voor meetings en events via haar Cvent Supplier Network. De bedoeling is dat dit onderzoek jaarlijks wordt uitgevoerd, net zoals de Amerikaanse tegenhanger.

## 80 Nationale Meeting Award: Nieuwe ronde, nieuwe kansen

Tijdens EvenementContact werd dit jaar voor de eerste keer de Nationale Meeting Award uitgereikt. Deze onafhankelijke award werd door de branche zeer positief ontvangen. De prijs krijgt dan ook een vervolg in 2017.

### Verder in deze editie

- 25 MPI Content
- 26 Resultaten uit de Hotelbarometer
- 32 Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum
- 35 Conferentiehotel Kontakt der Continenten
- 36 KNVB Campus
- 40 Hampshire introduceert Hugo de Robot
- 54 Convention Bureau Gelderland
- 58 nhow The Loft
- 62 Hotelketen Bilderberg
- 65 ss Rotterdam
- 82 Terugblik event 16

### In elke editie

- 16 Hotelrecensie: Sir Albert Boutique Hotel
- 39 Column Wouter Olland - Olland Marketing Solutions
- 45 Column Vincent Pahlplatz - MPI
- 57 Column Ingrid Rip - RREM
- 67 Column Ton Soons - Vergaderhamer
- 86 CLC-VECTA



NH Collection Hotels

# NH Hotel Group lanceert premium merk in Nederland

Op 7 april introduceerde NH Hotel Group met de heropening van NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky, NH Collection Doelen en NH Barbizon Palace in Amsterdam haar merk NH Collection in Nederland. Dit merk staat voor hotels waar gasten kunnen genieten van gastronomische ervaringen, technische innovaties en uitmuntende service. "NH Collection is het paradepaardje van onze keten, dat garant staat voor een onvergetelijke beleving", aldus Managing Director Maarten Markus.

**V**an de bijna 400 hotels die NH Hotel Group wereldwijd in haar portfolio heeft, behoren op het moment van schrijven 58 hotels tot het merk NH Collection. "Dit zijn hotels in het upper-upscale segment", legt Maarten Markus uit. Hij is als Managing Director verantwoordelijk voor de Benelux, Groot-Brittannië, Frankrijk en Afrika. Wat deze hotels zo bijzonder maakt, is de locatie 'een historisch of architectonisch markant gebouw op een centrale locatie in de stad', de gastronomische ervaring, de technologische innovatie en de uitmuntende service die

samen voor een onvergetelijke beleving zorgen. Ook wordt er een duidelijke connectie met de lokale omgeving gelegd. Dat betekent dat er wordt samengewerkt met lokale leveranciers en dat er lokale invloeden terug zijn te vinden die de sfeer van het hotel mede bepalen."

## LANCERING

De Nederlandse lancering van het merk NH Collection vond plaats op 7 april 2016 in Amsterdam. Diverse internationale en nationale media, corporate clients, meeting-, congres- en eventplanners, Amsterdamse gasten en andere genodigden mochten eerst een kijkje nemen in NH Collection Doelen, om vervolgens de feestelijke lancering bij te wonen in NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky. Federico J. González Tejera, Global CEO van NH Hotel Group, reisde persoonlijk naar Amsterdam af om een toelichting op het merk NH Collection te geven. Naast Grand Hotel Krasnapolsky en Doelen, treedt ook Barbizon Palace toe tot het NH Collection merk. "Alle drie de locaties voldoen aan de kenmerken van NH Collection", licht Markus toe. "NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky is natuurlijk de 'grand lady' van de stad. Dit



paradepaardje begon ooit als koffiehuis, maar bestaat inmiddels uit 55 aaneengeschakelde panden. Iedereen kent het hotel, het bestaat dit jaar 150 jaar. Het pand waarin NH Collection Doelen is gevestigd stamt uit de vijftiende eeuw en is prachtig gelegen aan de Amstel. Hier heeft ooit De Nachtwacht van Rembrandt gehangen, en Keizerin Sissi en The Beatles hebben er overnacht. Het pand van NH Collection Barbizon Palace gaat terug tot de zeventiende eeuw en heeft een ondergrondse verbinding via de Zeedijk met de naastgelegen vijftiende-eeuwse Sint Olofskapel. Dit hotel heeft na een ingrijpende renovatie op 1 mei weer haar deuren geopend.”

De reacties vanuit de meeting en events markt op de Amsterdamse NH Collection hotels zijn volgens Markus erg positief. “De merken bieden dankzij hun eigen kenmerken houvast. Dat ervaren de mee-

ting- en eventmanagers als zeer prettig. Er is ook veel interesse in de locaties: onze medewerkers hebben het drukker dan ooit met de aanvragen voor rondleidingen. NH Collection Barbizon Palace heeft

zelfs wanneer het weer open gaat al een bezettingsgraad van 80%. Maar ook de Amsterdammers zelf zijn zeer tevreden over het resultaat en wij hopen dan ook van harte dat zij zich welkom voelen in bij-

#### DE MERKEN VAN NH

Het merkenportfolio van NH Hotel Group bestaat naast NH Collection uit NH Hotels, nhow en Hesperia. Elk van deze merken heeft een duidelijke, eigen identiteit en elk hotel binnen dat merk draagt deze identiteit ook uit. NH Hotels, die 70 tot 80% van het portfolio uitmaken, zijn gericht op de zakenreiziger en bieden een goede prijs-kwaliteitverhouding. De Hesperia hotels vind je in warme oorden zoals Spanje en zijn gericht op de liefhebbers van vakantieersorts. Het merk nhow is gericht op lifestyle en design, waarbij elk hotel een eigen thema heeft met een duidelijke link naar de stad. Zo staat in nhow Rotterdam kunst en architectuur centraal. In 2019 zal er in Nederland een tweede nhow-hotel worden geopend; nhow Amsterdam RAI wordt met 650 kamers en 91 meter hoogte het grootste hotel van de Benelux.



voorbeeld bar 'The Tailor' en restaurant 'The White Room by Jacob Jan Boerma', beide gesitueerd in NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky."

#### TOPCHEFS

De gastronomische belofte die het NH Collection merk doet, wordt bij alle drie de Amsterdamse hotels waargemaakt door topchefs. Markus: "Voor NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky is Executive Chef Jacob Jan Boerma van driesterrenrestaurant De Leest in Vaassen aangetrokken als Signature Chef. Hij opende op 30 april jongstleden restaurant The White Room in het hotel. Ook de gerechten en de patisserie in Grand Café Krasnapolsky hebben zijn culinaire stempel gekregen. Hier proef je de frisse, zure tonen die zijn signature dishes kenmerken terug in de gerechten."

De brigade van Restaurant Vermeer, het restaurant van NH Collection Barbizon Palace dat één Michelinster heeft, runde tijdens de renovatie van het hotel restaurant Roomservice at Olof's. In dit pop-up restaurant in de Sint Olofskapel konden gasten tot eind april genieten van de zogenoemde 'flexitarian' gerechten van Executive Chef Chris Naylor. "Bij deze gerechten speelden groenten de hoofdrol en werden vlees en vis als side dish gepresenteerd. Wanneer Vermeer in juni weer open gaat, zullen groenten nog steeds veel aandacht krijgen. Leuk detail is dat een deel hiervan wordt verbouwd in de eigen daktuin, waar ook de bewoners van drie bijenkasten voor de honing zorgen."

NH Collection Doelen heeft sinds april restaurant Swych, waar Rudolf Brand de culinaire scepter zwaait. Brand is de voormalige Souschef van Chris Naylor en zal bij Swych een kaart voeren die in lijn ligt met de populaire gerechten van Roomservice at Olof's.

#### COMFORT

Naast aandacht voor gastronomie staan natuurlijk ook technologische innovatie en comfort hoog op de ranglijst van NH Collection. "In ons Living Lab experimenteren we met het toepassen van technologische ontwikkelingen om het verblijf van onze gasten nog prettiger en aangenamer te maken. Zo zijn er in NH Collection Eurobuilding speciale testkamers waar je bijvoorbeeld je smartphone kunt opladen door deze simpelweg neer te leggen op het nachtkastje. Ook bevat het balkonmeubilair bluetooth audio speakers en ambilight, zodat de gast zelf de sfeer op het balkon kan bepalen. Straks heb je in de hotels zelfs geen sleutelkaart meer nodig en kun je inchecken en de gewenste kamer kiezen via je smartphone. Of denk aan een in de kamer geïntegreerde tablet waarop gasten direct hun feedback kunnen geven. Als er dan iets niet bevalt, kunnen medewerkers meteen actie ondernemen."

Een andere belangrijke factor bij NH Collection is de uitstekende service. "Dat zie je onder andere terug in de premium wifi-verbinding in de NH Collection hotels. Daarnaast kunnen gasten genieten van de NH Collection Brilliant Basics op de kamer. "Dat betekent dat elke gast kan genieten van onder andere een 34 centimeter dik NH





#### NH COLLECTION GRAND HOTEL KRASNAPOLSKY

NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky op de Dam is misschien wel het bekendste hotel van Amsterdam. Het hotel bestaat inmiddels uit 55 aaneengeschakelde panden, maar begon 150 jaar geleden als koffiehuis in één pand dat werd uitgebaat door de Poolse ondernemer A.W. Krasnapolsky. Hij was uiteindelijk de eerste hotelier die de badkamer onderdeel liet uitmaken van de hotelkamers. Ook bedacht hij het concept roomservice. Het hotel telt 451 kamers, waaronder de Royal Suite aan de Damzijde. Het hotel heeft 2.200 m<sup>2</sup> aan meeting- en eventruimte. Overige faciliteiten zijn de monumentale Wintertuin (ontbijt- en eventruimte), Grand Café Krasnapolsky, cocktailbar The Tailor (bekroond met de 'Best New HotelBar of Amsterdam' award 2016) en restaurant The White Room by Jacob Jan Boerma.

#### NH COLLECTION DOELEN

Het pand van dit hotel gaat terug tot de vijftiende eeuw en is daarmee het oudste hotel van Amsterdam. De Nachtwacht van Rembrandt van Rijn werd destijds in opdracht van de Kloveniersdoelen geschilderd om dit in het pand op te hangen. Beroemde gasten waren Keizerin Sissi en The Beatles. Het hotel telt 81 hotelkamers in boutique stijl. Restaurant Swych serveert onder leiding van chef Rudolf Brand gerechten waarbij groenten de hoofdrol spelen.

#### NH COLLECTION BARBIZON PALACE

Dit hotel is gevestigd in een zeventiende-eeuws pand dat tegenover het Centraal Station van Amsterdam is gelegen. In het pand zijn 274 kamers, twaalf meeting- en eventruimtes en een fitnessruimte te vinden. In de naastgelegen Sint Olofskapel kunnen evenementen en congressen worden georganiseerd. Medio juni opent restaurant Vermeer (bekroond met een Michelinster) haar deuren weer. Chris Naylor heeft de leiding in de keuken.

Collection Sleep Better matras, een douche met regeneffect, een LED flatscreen televisie, een Nespressomachine, een professionele haardroger en een speciale lijn van bad- en verzorgingsproducten."

#### AMBITIE

NH Hotel Group heeft de ambitie om binnen vijf jaar het aantal hotels wereldwijd te verdubbelen naar 800. Onder andere China is een belangrijke groeiemarkt. NH Collection zal in 2016 al doorgroeien van 58 naar 68 hotels. Deze groei vindt onder andere in Brussel plaats, waar nu al NH Collection Brussels Centre te vinden is. In het najaar wordt het huidige NH Brussels du Grand Sablon heropend als NH Collection

hotel. De inrichting zal worden beïnvloed door de wijk De Zavel, die bekend staat om de vele antiekwinkels en chocolatiers. Uiteindelijk moet NH Collection samen met de andere merken ervoor zorgen dat de ultieme ambitie van NH Hotel Group wordt waargemaakt. "Wanneer een gast een reis boekt naar een stad, voor een zakelijk of recreatief verblijf, vraagt hij of zij zich af of er een NH hotel op de plaats van bestemming is gevestigd", stelt Markus. "Door de duidelijke positionering van onze hotels door middel van onze vier merken, met NH Collection als vlaggenschip, weet elke gast precies welk hotel het beste aansluit bij het doel van zijn of haar reis." Om dit te kunnen realiseren blijft NH Hotel Group

verder schaven aan haar propositie. "Als hotel acteer je in de gastvrijheidsbranche. Dat betekent dat je elke dag een fantastische ervaring voor iedere gast wil realiseren. En juist door de transparantie van social media en reviewsites moet je wat je zegt ook waar maken. Gelukkig bewijzen mooie prestaties zoals het winnen van de Nationale Meeting Award en het veroveren van de Zoover Award voor Beste Hotelketen in 2014, 2015 én 2016 dat we op de goede koers zitten. NH Collection kan met gastronomische ervaringen, technologische innovaties en uitstekende service daar nog net even dat extra schepje bovenop doen", aldus Markus.

[www.nh-hotels.com](http://www.nh-hotels.com) - [www.nh-collection.com](http://www.nh-collection.com)



# Amsterdam blijft groeien

Amsterdam is en blijft een zeer populaire locatie voor congresplanners van over de hele wereld. Dat wil echter niet zeggen dat de hoofdstad op haar lauweren blijft rusten. Zo is de campagne Metropool Amsterdam opgezet om de omgeving van Amsterdam promoten. Ook worden er de komende jaren worden nog zo'n honderd hotels bijgebouwd.

**W**ie aan Amsterdam denkt, denkt aan de fraaie binnenstad met ontelbaar veel bezienswaardigheden zoals de grachten, de historische gebouwen, de vele attracties, de horecagelegenheden en de winkelstraten. De 'Amsterdam Area', de regio rond Amsterdam is echter net zo interessant en zeker het verkennen waard. Om bezoekers hierop te attenderen heeft Amsterdam Marketing enige tijd geleden de campagne Metropool Amsterdam op touw gezet waarbij Amsterdam en regio als één bestemming worden neergezet.

## THEMA'S

De metropool Amsterdam wordt gepresenteerd door middel van zes thema's: Flowers of Amsterdam, Old Holland, Castles & Gardens of Amsterdam, New Land, Authentic Haarlem en Amsterdam Beach. Tussen maart

"Wat betreft overnachten in metropool Amsterdam, is er keuze uit een enorme hoeveelheid hotels en accommodaties."

en augustus staat elke maand een ander thema centraal in alle communicatie-uitingen van Amsterdam Marketing. Uiteraard blijven alle zes de thema's en bijbehorende bestemmingen gedurende de periode actueel en is alle informatie terug te vinden op de website. In maart/april is de campagne met 'Flowers of Amsterdam' gestart, met een koppeling aan de Keukenhof. Thema van dit bekende Nederlandse lentepark is dit jaar 'De Gouden Eeuw'. Dit komt onder andere tot uiting in het bloembollenmozaïek in de vorm van een Delfts Blauw-tegel van 250 m<sup>2</sup> waarin de handel over zee en rijke Amsterdamse grachtenpanden zijn afgebeeld. Ook de bloemenshows in het Oranje Nassau Paviljoen is aan dit thema gewijd. Verder tref je in de regio de Bollenstreek en de Bloemenveiling FloraHolland in Aalsmeer.

April stond in het teken van 'Old Holland'. Hierbij worden steden zoals Marken, Volendam en Edam gepromoot waar oude ambachten zoals scheepsbouw, visserij en kaasmakerij nog steeds volop aanwezig zijn. In de maand mei werd dieper ingedoken op het thema 'Castles & Gardens of Amsterdam'. De rijke kooplieden

lieten in de Gouden Eeuw op het platteland van de provincie Noord-Holland en langs de Amstel en de Vecht voor zichzelf fraaie landhuizen en prachtige tuinen aanleggen. Deze zijn prima per fiets en per boot te bereiken.

'New Land', het thema in juni, staat stil bij de polders en de provincie Flevoland. Steden zoals Almere en Lelystad zijn bekend om hun architectuur en design, maar zijn ook prima uitvalsbases voor de natuur die nog volop te vinden is in deze provincie.

Bij Authentic Haarlem (juli) draait het om deze prachtige stad met historische monumenten, zoals de Amsterdamse Poort en Sint-Bavokerk en natuurlijk de schilder Frans Hals die in het Frans Hals Museum uitgebreid aan bod komt.

Ten slotte is in augustus het thema Amsterdam Beach aan de beurt. Want vanuit Amsterdam ben je zo op de mooie stran-

den van Zandvoort en Bloemendaal waar vele beachclubs te vinden zijn. Ook kan je er wind- en watersporten doen zoals windsurfen en blokarten.

**GEGARANDEERDE KAMERS**

Wat betreft overnachten in metropool Amsterdam, is er keuze uit een enorme hoeveelheid hotels en accommodaties. Sinds april 2013 garandeert Amsterdam Marketing organisatoren van internationale congressen de beschikbaarheid van maximaal 16.000 hotelkamers in Amsterdam. Tijdens de bidprocedure van een congres leggen de drie-, vier- en vijfsterrenhotels in een charter vooraf vast hoeveel kamers zij kunnen aanbieden aan organisatoren. Hierdoor kan de stad zonder vooroverleg snel en efficiënt reageren in offertetrajecten voor grote evenementen. Momenteel telt Groot-Amsterdam bijna 36.000 hotelkamers, waarvan 25.300

hotelkamers in de stad zelf. Hoewel de gemeente Amsterdam het hotelbeleid heeft aangescherpt, zullen er tot 2022 naar verwachting nog zo'n 100 hotels bijkomen in Amsterdam, waarvan 25 in de binnenstad (veelal reeds goedgekeurde plannen). Dit betekent een toename tot minimaal 30.000 hotelkamers in de stad die bijdragen aan een totaalcapaciteit voor zo'n vijf miljoen overnachtingen per jaar. 15 Hotels worden in 2016 gerealiseerd die samen goed zijn voor 2.100 kamers. Deze hotels worden onder andere gebouwd in opdracht van Van der Valk, NH Hotel Group, Postillion Hotels, Tulip Inn en WestCord Hotels.

[www.iamsterdam.com/area](http://www.iamsterdam.com/area)





THE COLLEGE HOTEL  
AMSTERDAM



## Ontdek het compleet gerenoveerde 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 Rembrandt Ballroom!**

Geniet na afloop van uw evenement van heerlijke, verse gerechten in de stijlvol gerenoveerde Bar-Lounge, of verblijf in één van de 40 vernieuwde kamers en suites.

Boekt u uw volgende evenement in **The College Hotel Amsterdam?**

- ✓ Nieuwe ballroom tot 250 personen
- ✓ 3 sfeervolle vergadersalons tot 60 personen

- ✓ Inner Courtyard én zonnig terras
- ✓ Uw persoonlijke eventplanner



• The College Hotel Amsterdam • Roelof Hartstraat 1, 1071 VE Amsterdam  
• +31 (0) 20 571 15 11 • [banquetsales@thecollegehotel.com](mailto:banquetsales@thecollegehotel.com) • [thecollegehotel.com](http://thecollegehotel.com)



# HAARLEM

## EEN BRON VAN INSPIRATIE VOOR DE ZAKELIJKE BEZOEKER

Haarlem is een inspirerende plek voor elke zakelijke bijeenkomst, op welke schaal ook. Op relatief kleine afstand zijn alle ingrediënten voor een geslaagd business event te vinden. Van efficiënt ingerichte, historische congres- en vergaderruimten tot uitstekende restaurants, b&b's en hotels. Haarlem kenmerkt zich door de centrale ligging, niet alleen ten opzichte van Amsterdam, maar ook van Schiphol en andere steden in de Randstad. Met de unieke locaties in de historische binnenstad, de prachtige landgoederen in de directe omgeving en iets verderop het strand biedt Haarlem alles voor het opdoen van frisse ideeën.

Of het nu een vergadering, een workshop, een training of een groot congres betreft, Haarlem heeft altijd een passende locatie. Tot ziens in Haarlem!



Meer informatie is te vinden op:  
[haarlemmarketing.nl/zakelijk-bezoek](http://haarlemmarketing.nl/zakelijk-bezoek)

HAARLEM

[haarlem.nl](http://haarlem.nl)



# Een beetje verliefd op Sir Albert

**Sir Albert is niet zomaar een hotel. Wie over de drempel van deze voormalige diamantslijperij stapt, laat de drukte van de Amsterdamse Pijp achter zich en dompelt zich onder in de wereld van de fictieve aristocraat Sir Albert.**

**S**ir Albert is een moderne aristocraat, een beetje zoals Charlie in Charlie's Angels. Een avontuurlijke levensgenieter, een collector, iemand die de wereld bereisd heeft en weet wat zijn gasten echt raakt. Bij binnenkomst valt direct de Study op, die fungeert als het hart van de 'private mansion' van Sir Albert. Een hard-

## DESIGN HOTELS

Sir Albert is lid van Design Hotels. Design Hotels vertegenwoordigt wereldwijd een unieke collectie van 283 onafhankelijke design hotels in meer dan 50 landen. Design Hotels focust zich op unieke hotelconcepten met een fantasierijke geest.

stenen vloer, grote fauteuils, Perzische tapijten en eigenzinnige kunst nodigen de gast uit om tijd voor zichzelf te nemen. Bij de open haard staat een bibliotheek met boeken over kunst, fotografie, mode, natuur en architectuur, maar er liggen ook iPads die de gasten kunnen gebruiken.

De inrichting van het hotel is zorgvuldig gekozen door BK Architecture, en het design, de meubels, stoffen en verlichting zijn geselecteerd uit beroemde ontwerpen van Baxter, Nika, Maxalto, EAMS, Moooi, Flos, Piet Hein Eek en Diesel. Toch voelt het hotel absoluut niet als opgeprikt, maar juist heel relaxed. Bij het inchecken kunnen we plaatsnemen in comfortabele stoelen en krijgen we een glas prosecco aangeboden.



**CREATIVE SPACE**

Sir Albert's Creative Space is een ruimte voor kleine bijeenkomsten, productlancerings, fotoshoots, recepties, vergaderingen en elk ander evenement waarvoor men een originele locatie zoekt. Een omgeving waar 'work' en 'play' samengaan. Daarom staat er geen gewone vergadertafel, maar een tafeltennistafel. De muren zijn van kurk waar de gasten hun creatieve ideeën op kunnen pinnen, en personen die geen zin hebben om de hele dag op een bureaustoel te zitten, ploffen neer op Sir Albert's sofa. De ruimte is voorzien van de modernste audiovisuele functies zoals een flatscreen televisie, Apple TV en de snelste internetverbinding. Sir Albert's Creative Space is ideaal voor 24 afgevaardigden in theateropstelling, 20 creatievelingen in boardroom opstelling of voor 15 personen op Sir Albert's sofa voor een relaxte bijeenkomst.

**CUSTOMIZED**

Sir Albert heeft inmiddels twee keer de award 'Netherlands Leading Boutique Hotel' uit handen van de World Travel Awards mogen ontvangen. De World Travel Awards zijn wereldwijd uitgegroeid tot de ultieme onderscheiding in de reisindustrie. Het hotel beschikt over negentig kamers. Voor ons is een Sir Deluxe kamer gereserveerd op de vierde verdieping. Het ontwerp van de kamer is rustig van kleur; veel zwart, wit en bruin. Op het bureau ligt een handgeschreven briefje met daarop een welkomstwoord van Sir Albert, wat zorgt voor een persoonlijke touch. Het bed is van Simmons en helemaal customized voor Sir Albert met een extra dikke topper met daarop een featherbed, twee verschillende kussendiktes en bedlinnen van extra fijn 300-draads Egyptisch katoen. De badkamer heeft een enorme regendouche en luxe spa en cosmetica-artikelen van het Amsterdamse merk DEAD CLEAN, dat gebaseerd is op de rijkdommen van de Dode Zee. Deze ingrediënten dragen bij aan de optimale verzorging van de huid. Maar het meest spectaculair aan onze kamer is ons privébalcon, dat uitnodigt om een heerlijk kopje koffie te drinken dat we zelf kunnen zetten met het illy-espressoapparaat dat op de kamer staat.





#### ROBATA GRILL

's Avonds zijn we te gast bij IZAKAYA, dat gevestigd is op de begane grond van het hotel. De internationaal opererende ondernemer Yossi Eliahoo (eigenaar van de Entourage Group van onder andere MOMO Restaurant, Bar & Lounge en The Butcher), is het inspirerende brein achter deze vernieuwende Asian Kitchen & Bar. Executive chef Hariprasad Shetty, afkomstig uit het Japanse sterrenrestaurant 'Nobu' te Londen en bekend van MOMO Restaurant, Bar & Lounge, is verantwoordelijk voor de keukenbrigade en de samenstelling van het vernieuwende menu. Binnen een mum van tijd is het restaurant uitgegroeid tot een hotspot, waar creatievelingen, zakenlui en BN'ers graag vertoeven. De traditionele Japanse Robata grill vormt het hart van IZAKAYA. In het volle zicht van de gasten doen de chefs op onnavolgbare wijze hun werk. Traditionele technieken worden gecombineerd met een eigen signatuur, met spectaculaire gerechten tot gevolg.

#### DELEN

De gerechten worden geserveerd op kleine bordjes waarbij de gast, in lijn met de Aziatische 'grazing menu's', net zoveel of weinig gerechten kan bestellen als hij wil. De gerechten nodigen uit om met elkaar te delen. De Crispy Rice met Spicy Tuna Tartare tilt Japans eten naar een hoger niveau. De oester met kaviaar biedt zo'n intense smaakbeleving dat ons hart van blijdschap een sprongetje maakt. De Beef Toban, die geserveerd wordt op een traditionele Japanse bakplaat, en de Chileense zeebaars met Yuzu soya en truffel geven de innovatieve signatuur van de witte brigade goed weer. De sushi's die we geserveerd krijgen, waaronder de spicy tuna en de crispy duck roll, zijn absoluut niet te vergelijken met de sushi's uit de doorsnee all you can eat restaurants. De rijst van de sushi's van IZAKAYA is perfect bereid.

#### SIR HOTELS

Sir Albert is onderdeel van SIR Hotels, een Europees lifestyle boetiek merk, opgericht in Amsterdam in 2011. SIR Hotels is een collectie van luxe boetiek hotels, die een onverwachte gastenbeleving weet te creëren door een sterk (storytelling) concept. Elk SIR Hotel heeft zijn eigen karakter en sfeer, een verfijnde smaak van esthetiek en geldt als opvallende bestemming voor de lifestyle reiziger. Momenteel bevinden zich SIR Hotels in Amsterdam en Berlijn. In de zomer van 2016 opent bovendien Sir Adam in Amsterdam in de A'DAM Toren (het voormalige Shellgebouw) de langverwachte nieuwe culturele hub van Amsterdam. Sir Adam is een vermaard muziek impresario, producer, en vooraanstaand familielid van SIR Hotels. De onstuimige Sir Adam heeft naast kennis van muziek, ook een fijn gevoel voor styling en design. Hij weet als geen ander hoe het is om luxe te vertalen naar een unieke lifestyle experience. In zijn urban chique boetiek hotel aan het IJ kunnen gasten en Amsterdammers straks genieten van ongekennde services, 110 stijlvol ingerichte kamers en creatieve ruimtes met een adembenemend uitzicht over Amsterdam, en van een spraakmakend restaurant. Dit jaar opent ook Sir Nikolai in Hamburg. Sir Nikolai houdt van bohemian chic en werkt met het Nederlandse designbureau FG Stijl. Sir Nikolai gaat wonen aan de Katerinnenstrasse, beschikt over 94 kamers en suites en heeft aan de achterzijde uitzicht over de Nikolaijflleet, een van de vele waterwegen in Hamburg. SIR Hotels wordt gemanaged door Europe Hotels Private Collection (EHPC). EHPC is gevestigd in Amsterdam en wordt gerund door een internationaal, gepassioneerd team van hotel en restaurant professionals.



De sushi is laagje voor laagje opgebouwd, bevat zuiver gesneden verse vis of vlees en wordt geserveerd op de juiste temperatuur. Hier hoeft je niet tot in het oneindige wasabi of soja toe te voegen. Puurheid in zijn eenvoud.

#### THUIS VOELEN

De uitgebreide wijnkelder heeft toonaangevende wijnen afkomstig uit alle windstreken, waarvan een selectie van 13 wijnen per glas wordt geserveerd. Het personeel van IZAKAYA doet er alles aan om de gast zich thuis te laten voelen. Bij elk gerecht volgt een uitgebreide toelichting en ook is er ruimte voor hier en daar een kwinkslag waardoor je je al snel op je gemak voelt.

Wie na het diner nog een afzakkertje wil drinken, kan terecht aan de bar van IZAKAYA. Hier wordt een scala van house-infused tonics geschonken, met het Japanse Shochu als basis. Shochu wordt gedestilleerd uit onder andere gerst, boekweit en zoete aardappel. Het is de ultieme basis gebleken voor de well-being tonics maar ook voor een brede selectie van exclusieve en verrassende longdrinks en cocktails. Geliefd bij de gasten is bijvoorbeeld de Bloody Geisha, een Japanse twist op de welbekende Bloody Mary.

#### CURIOSA

's Ochtends worden we uitgerust wakker. Na het uitgebreide ontbijt, waarbij je naast een buffet ook keuze hebt uit

diverse à la carte gerechten, wordt in de lobby onze aandacht getrokken door de diverse curiosa die Sir Albert van zijn reizen heeft meegenomen. Oude foto's, replica's van hoofden van nijlpaarden en andere snuisterijen geven het gevoel alsof je bij een goede vriend in een wereldstad verblijft, maar wel met de privacy van een hotel. Maar het zijn de medewerkers op de vloer die het personage tot leven wekken. Zij vertellen het verhaal en zorgen voor een ervaring waar je als gast nog graag aan terug denkt. Wij zijn op slag een beetje verliefd...

[www.siralberthotel.com](http://www.siralberthotel.com)

Storytelling in de hotelbranche

# De kracht van een goed verhaal

Steeds meer bedrijven vertellen een verhaal bij hun merk om mensen te boeien en te overtuigen om zich vooral aan hun merk te binden. Met storytelling laten ze de consument als het ware onderdeel uitmaken van de beleving van hun merk. De hotelbranche zet deze tactiek inmiddels ook in om zich te onderscheiden in een concurrerende markt en de herinnering van de gast blijvend te maken.





### KENMERKEN STORYTELLING

In het Storytelling Handboek (Tesselaar/Scheringa, Boom 2008) wordt een verhaal als volgt gedefinieerd: een weergave van gebeurtenissen die met elkaar in verband worden gebracht. Bovendien heeft het de volgende kenmerken:

- Het staat op zichzelf en heeft een begin, midden en einde.
- Het bevat narratieve elementen: een hoofdpersoon, een verhaallijn met daarin een ontwikkeling als gevolg van een worsteling, dilemma of conflict, tegenstanders, medestanders.
- Het is authentiek: waar of waar-achtig.
- Het is persoonlijk.
- Het is prikkelend en roept emotie op.

**S**torytelling is simpelweg het vertellen van een verhaal. Iets waarmee je mensen intrigeert of vermaakt. Het moet iets uitdragen wat nieuwsgierig maakt en emoties oproept. Hotels zijn plekken waar verhalen van hoteliers, anekdotes over de plek zelf en verhalen van de gasten zich afspelen. Denk aan de historie van een gebouw of plaats, bijzondere ervaringen van gasten, kunst en mythes. Dit komt vaak terug in allerlei details als de menukaart, de kleding van het hotelpersoneel of de inrichting van het hotel. Veel dingen mogen vaag blijven, zodat de gast het zelf kan inkleuren met herkenbare emoties en eigen herinneringen.

Storytelling is alleen succesvol als ook de medewerkers hun rol in het geheel kennen, erop getraind worden en ze de rol bevlogen uitvoeren. De hele offline en online marketing van deze hotels moet erop gericht zijn dit onderscheidende karakter aan de wereld te vertellen.

### BESTEMMING OP ZICH

Hotels met een verhaal zijn vaker een bestemming op zichzelf, in tegenstelling tot de meer standaard hotels waarbij de omgeving meestal de bestemming is. Mond-tot-mond reclame zorgt er voor dat er meer over hen gepraat wordt en ze sneller aangeraden worden aan vrienden en kennissen. Ze voelen zich verbonden met het hotel, identificeren zich met het merk en zullen sneller terugkeren. De band tussen de gast en het hotel is dus sterker. Gaat er een keer iets mis, dan zal de gast ook eerder bereid zijn dit door de vingers te zien.

### VEEL VOORKOMENDE FOUTEN

Een serie gevaren ligt op de loer wanneer je je bezig gaat houden met storytelling. Meeting Magazine zet de meest voorkomende fouten op een rij.

- Borstklopperij. Kijk eens hoe goed, slim, liefdadig wij zijn! Beter, goedkoper, klantvriendelijker. Ken je jezelf eigenlijk wel goed genoeg is hierbij de essentiële vraag die je jezelf moet stellen.
- Teveel opsommingen, er is geen sprake van een echt verhaal.
- De organisatie is zelf de hoofdpersoon in het verhaal. Denk aan de pushmarketing van 'Wij van WC-eend, adviseren WC-eend'. Niet de organisatie moet de held zijn, maar juist de klant.
- De plotvraag in het verhaal ontbreekt. Hierdoor boeit het verhaal niet en blijft het niet hangen.
- Het verhaal is veel te ingewikkeld en niet makkelijk samen te vatten. Vertel je een makkelijk verhaal, dan wordt het beter onthouden en kunnen mensen het makkelijker navertellen.

### BREINONDERZOEK

De reden waarom storytelling zo effectief is, berust op het feit dat de mens zo ontworpen is, dat we ons in verhaalvorm het beste kunnen uiten en dus het best informatie kunnen overdragen. Uit breinonderzoek blijkt bovendien dat onze hersenen niet functioneren als een doos waarin je losse gegevens opbergt tot je ze nodig hebt. Hersenen zijn steeds op zoek naar samenhang tussen informatie-eenheden zodat informatie makkelijk opgeslagen wordt. Dat is exact wat verhalen doen: ze presenteren gebeurtenissen in samenhang.

### SUCCESVOLLE TOEPASSINGEN

In de hotelbranche zijn diverse hotels die storytelling succesvol toepassen. Wat te denken van het Efteling-hotel, dat sprookjes uit de Efteling tot in detail door weet te

voeren. Maar ook ss Rotterdam dat gevestigd is in het voormalige gelijknamige cruiseschip, geeft de gasten het gevoel alsof ze zich terug in de tijd wanen. SIR Hotels (zie de hotelrecensie in dit magazine) vertelt hun verhaal aan de hand van fictieve personages.

Verhalen zijn een effectief communicatiemiddel om mensen te verbinden. Wat echter nooit uit het oog verloren moet worden is dat verhalen krachtiger worden met persoonlijke anekdotes. Storytelling is te allen tijde maatwerk.



# VERGADER DE TAFEL VAN MUIDEN

& Eten

& Sloepvaren

& Zeilen

& Coachen

& Trainen

Vergaderen

**Royal class service op de grond, in een persoonlijke en warme setting**

De Vergadertafel van Muiden exploiteert vier unieke, inspirerende vergaderruimten die plaats bieden aan 2 tot 40 personen. Op 20 rijminuten van Amsterdam en op steenworp afstand van het Gooi, vlakbij A1 met uitstekende parkeermogelijkheden. Gelegen aan De Vecht en het IJsselmeer. Vergaderen wordt er veel gecombineerd met sloepvaren, zeilen of andere nautische activiteiten.

De Vergadertafel van Muiden | Amsterdamsestraat 3a | 1398 BK Muiden  
info@devergadertafelvanmuiden.nl | www.devergadertafelvanmuiden.nl  
0294-265059 | 06-53964919





## B2B versterkt B2C bij TOBACCO Theater

Commercieel directeur van TOBACCO Theater, Frank Hekelaar, heet ons voorafgaand aan een internationale meeting, welkom in de fantastische multi-industriële Theaterzaal van het TOBACCO Theater in Amsterdam.

Onder het genot van een kopje, hand geplukte, koffie legt Frank Hekelaar uit wat TOBACCO Theater onderscheidt: "Cultuur is het hart van ons gebouw en dat kan blijven kloppen door een sterke B2B-focus.

De theaters vallen op dit moment bij bosjes om en de subsidies worden alleen nog maar minder. Daarom is het onze visie dat B2B bij ons B2C en alle gelieerde culturele activiteiten ondersteunt." We houden daarbij onze kernwaarden scherp in de gaten: details, details, details en samen durven te ondernemen."

Na de discussies en analyses is het tijd voor heerlijke gerechten, geserveerd door het keukenteam - De Artiësten - van TOBACCO Theater, onder leiding van chef-kok Marc Rewinkel. Visitekaartjes, ideeën en Instagram accounts worden rijkelijk uitgewisseld.

Frank vervolgt vol enthousiasme: "En morgen treedt Shirma Rouse voor de 17e keer voor een uitverkocht huis op." Bij het verlaten: "En vergeet ons belangrijkste kernwaarde niet: Live life the fun way."

[www.tobacco.nl](http://www.tobacco.nl)



## SCHIJNWERPERS OP KENNISEVENEMENTEN TIJDENS VRIJETIJDSCONFERENTIE TOERISME UTRECHT

Tijdens de vrijetijdskonferentie van Toerisme Utrecht op donderdag 19 mei heeft gedeputeerde Pim van den Berg (portefeuillehouder Economie en Toerisme) vertegenwoordigers van de MCCR workshop van de European CanCer Organisation en de 5e Utrechtse Stamcel Conferentie gehuldigd als Kennisambassadeurs van de regio Utrecht. Beide evenementen ontvangen een bijdrage uit het stimuleringsfonds internationale kennisevenementen. Dit fonds is in 2016 in het leven geroepen om nationale en internationale congressen die aansluiten op de speerpunten groen, gezond en slim naar de regio Utrecht-Amersfoort te trekken. De regio Utrecht is de meest competitieve regio van Europa volgens de EU. Het stimuleringsfonds wil deze positie verder versterken door passende internationale kennisevenementen te acquireren. Kennisevenementen zijn ideale momenten om de Utrechtse kennis te etaleren, netwerken te ontsluiten en de regio Utrecht te promoten onder relevante doelgroepen. De gemiddelde bezoeker van een kennisevenement blijft drie dagen in de regio en besteedt gemiddeld 344 euro per dag. Gestreefd wordt naar een extra omzet van 7,5 miljoen euro en circa 25 banen in de hotel- en congresbranche in de regio. Het stimuleringsfonds is een gezamenlijk initiatief van verschillende partijen uit de regio Amersfoort-Utrecht. Samen met de uitvoerende promotiepartners bieden de gemeenten Amersfoort en Utrecht een pakket dat wordt ingezet om nieuwe kennispartners goed te faciliteren. Mede-investeerders zijn: Economic Board Utrecht, HOST Utrecht, HOST Amersfoort, Jaarbeurs, Teka Groep, Universiteit Utrecht, UMC Utrecht, Flint en Mariënhof.

# nice to meet!

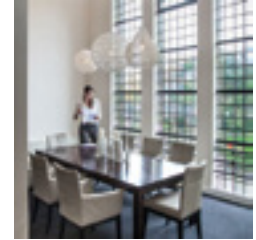
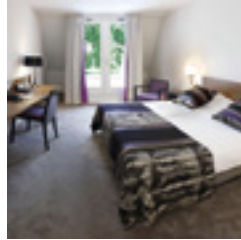
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

WoudschotenHotel & Conferentiecentrum in Zeist is centraal gelegen op een bosrijk eigen landgoed van 45 hectare. Uitstekend geschikt voor één- en meerdaagse bijeenkomsten als trainingslocatie, om te vergaderen en voor Business Events.



**Korting op onze  
arrangementen?**

Kijk op [woudschoten.nl](http://woudschoten.nl)  
voor de actuele  
kortingskalender



Woudenbergsesweg 54  
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492  
F 0343 - 492 444

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



## Inspirerend congresseren

Inspirerend congresseren in het hart van de hoofdstad doet u in de Beurs van Berlage. In dit hoogtepunt van de Nederlandse architectuur vindt u congreszalen voor 800 tot 1.300 deelnemers. Met het Amsterdam Centraal Station en een overdekte en bewaakte parkeergarage op loopafstand is dit een van de best bereikbare locaties van Nederland. **Bel voor meer informatie met 020 531 33 55 of ga naar [beursvanberlage.com](http://beursvanberlage.com).**

**BEURS·VAN·BERLAGE** [Beurs van verhalen](http://Beursvanverhalen)





Dagvoorzitter Loek Peters



MPI Nederland gooit het roer om

## “Balanceren op het randje van het (on)mogelijke”

**Na vijftien edities is de MPI NL Conference omgedoopt tot Content. Het jaarlijks event en vlaggenschip van MPI Nederland gaat verder onder deze nieuwe naam. Hiermee slaat MPI een nieuwe weg in en wil het balanceren op het randje van wat mogelijk is. Hoe? Door het evenement als een proeftuin neer te zetten waarbij gezocht wordt naar de grenzen van het mogelijke, omdat dat gezien wordt als een functie van de vakvereniging.**

**C**ontent gaat terug naar de basis. Weg met alles wat afleidt van de inhoud. Vanuit een blackbox bouwen we de juiste omgeving. Voor 2016 is dit SugarCity in Halfweg. “Content gaat over het breken met de gevestigde orde, de gebaande paden verlaten en nieuwe concepten uitproberen”, aldus Roel Frissen van het organiserende team. “Wij willen dat de annual conference een proeftuin is voor nieuwe ideeën en waar professionals worden geïnspireerd om hun evenementen te blijven innoveren. Bij een dergelijk evenement hoort een locatie die aansluit bij deze gedachte; een locatie die een beetje schuurt en waar een creatieve en ondernemende spirit heerst. We waren op

zoek naar een evenementenlocatie waar het concept onderdeel wordt van de inhoud. SugarCity past hier perfect bij.” Content trapt af met een lunch die je van tevoren kunt boeken. Deze lunch van Chef Naresh leent zich uitstekend om voorafgaand aan het event even met een relatie bij te praten voordat het event begint. Wil je informeler lunchen en alvast sprekers leren kennen? Dat kan ook, schuif aan tafel voor een gezellige en inhoudelijke lunch.

**VAN 100 NAAR 10 NAAR 5 NAAR 1 NAAR...**  
Voor Content op 5 juli is MPI op zoek naar sprekers die houden van een uitdaging. Na een oproep voor sprekers worden bijna

100 inzendingen beoordeeld en vervolgens worden tien sprekers samen met het publiek geselecteerd. Tijdens het event krijgen 10 sprekers de gelegenheid om hun verhaal in 5 minuten te pitchen. Daarna is het aan het publiek. Het publiek bepaalt welke 5 sprekers we terug zien in de rest van het programma. De best beoordeelde spreker wordt de keynote spreker van Content en geeft een presentatie van 45 minuten. De volgende 4 sprekers geven daarna simultaan en parallel tweemaal hun presentaties, waarbij het publiek de sprekers allemaal tegelijk ziet en het geluid via 4 frequenties en via tolkensetjes is te beluisteren.

Deze 4 sprekers gaan naar huis met ieder 15% van de inkomsten van het evenement. De keynote speaker en winnaar van de challenge ontvangt 30% van de opbrengsten uit de registraties.

### SCHAARSTE PUSHT PRIJS

Het kaartje biedt een zitplaats, koffie, thee en water. Lunch en andere versnaperingen kunnen ter plekke of via voorregistratie worden aangeschaft. Zo blijft de kaartopbrengst zuiver en maximaal beschikbaar voor de inhoud. Alle extra's kunnen deelnemers zelf kiezen. De kaarten lopen op in prijs: niet de tijd maar het aantal verkochte kaarten bepaalt de prijs. Prijzen variëren tussen 135 en 225 euro, de conceptual lunch van Chef Naresh is 39,50 euro en de 'Mama Bakery Lunch' kost 12,50 euro. Prijzen zijn exclusief BTW.  
[www.content.events](http://www.content.events) - [info@content.events.nl](mailto:info@content.events.nl)



Resultaten uit de Hoteltariefbarometer

# Amsterdam vraagt naar het budget, Rotterdam trekt met goedkope overnachtingen

In veel Europese landen verlichten hoteliers het reisbudget van hun gasten. In Nederland zijn de tarieven gehandhaafd op die van het voorgaande jaar. De ontwikkeling in de grootste steden pakte echter heel anders uit, zoals de huidige prijsbarometer van het internationale boekingsportaal **HOTEL INFO** toont.

Fotografie Holland Media Bank

## DE RESULTATEN VAN DE HOTELPRIJSBAROMETER VOOR NEDERLAND

(Gemiddelde prijzen in euro per nacht en per kamer)

Stad	Maart 2016	Maart 2015	Zie maart 2016 tot maart 2015 in %
1. Amsterdam	122,45	113,79	7,61
2. Utrecht	109,91	100,54	9,32
3. Eindhoven	101,36	107,40	-5,62
4. Den Haag	100,71	99,46	1,26
5. Rotterdam	78,30	88,85	-11,87

**L**eider in de nationale ranking is overigens Amsterdam. In de hoofdstad moeten hotelgasten met 122,45 Euro 7,61% meer op de balie neertellen dan het jaar ervoor. In vergelijking hiermee presenteert Rotterdam zich op uiterst competitieve wijze. In de havenstad daalden in de twee opeenvolgende jaren de overnachtingskosten met bijna 12% tot € 78,30. Zo is de afstand tot de andere steden

in de top 5 nog groter geworden. In Eindhoven konden de zoekers van een hotelkamer ook geld uitsparen. De overnachtingskosten daalden hier met 5,62% tot € 101,36. De grootste prijsverhoging ten opzichte van het voorgaande jaar moesten hotelgasten daarentegen in Utrecht (plus 9,32% tot € 109,91) betalen. Hier konden de talrijke beurzen de vraag naar kamers en dus de hotelkosten verhogen.

**BERN, DE DUURSTE HOOFDSTAD VAN EUROPA**

In de internationale vergelijking is het beschouwde Bern uitgegroeid tot de duurste hoofdstad van Europa. Ondanks een lichte daling van de totale kosten ten bedrage van 0,7% tot € 149,37, plaatst de hoofdstad van Zwitserland zich in de top van de Europese klassering, vooral omdat Londen met € 139,59 voor het boeken van klanten uit het eurogebied door valuta-effecten meer dan 9% goedkoper is geworden.



“In de internationale vergelijking is het beschouwde Bern uitgegroeid tot de duurste hoofdstad van Europa.”

Ook de stad van de liefde (€ 118,83) toont een warm hart voor toeristen. De Parijse hoteliers besparen ten bate van het reisbudget van hun gasten ongeveer 8% op de overnachtingskosten. De hotels in Moskou werden goedkoper voor buitenlandse gasten door de lagere roebelkoers met bijna 16% tot € 93,89. Drie jaar geleden moesten hotelkamerzoekenden nog bijna het dubbele op de balie neertellen. Amsterdam bevindt zich binnen deze Europese vergelijking op de 8ste positie.

**DE RESULTATEN VAN DE HOTELPRIJSBAROMETER VOOR EUROPA**

(Gemiddelde prijzen in euro per nacht en per kamer) \*

Stad	Maart 2016	Maart 2015	Zie maart 2016 tot maart 2015 in %
1. Bern	149,37	150,43	-0,70
2. Londen	139,59	154,45	-9,62
3. Kopenhagen	138,42	131,36	5,37
4. Stockholm	134,91	138,62	-2,67
5. Oslo	130,63	128,59	1,59
6. Brussel	129,94	129,69	0,19
7. Helsinki	127,99	128,70	-0,55
8. Amsterdam	122,45	113,83	7,57
9. Parijs	118,53	129,12	-8,20
10. Dublin	116,51	100,80	15,59
11. Moskou	93,89	111,65	-15,91
12. Belgrado	93,03	80,80	15,14
13. Berlijn	88,37	86,49	2,17
14. Wenen	86,41	88,51	-2,37
15. Madrid	82,78	81,98	0,98

\* Valutaconversies zijn gebaseerd op de mogelijke gemiddelde wisselkoersen van de maand, afrondingsverschillen zijn mogelijk





28  
>  
Utrecht

# Kennisstad van Nederland

**Met diverse innovatieve bedrijven, kennis- en onderwijsinstellingen, onderzoekscentra en de projecten die uit de samenwerkingsverbanden tussen deze spelers voortvloeien, profileert Utrecht zich als de kennisstad van Nederland. Om deze profilering extra kracht bij te zetten, wil de provinciehoofdstad de komende jaren nog meer kennisevenementen aantrekken die aansluiten bij de speerpunten Groen, Gezond en Slim.**

**E**en van de locaties waar kennis en kennisontwikkeling centraal staat, is het Utrecht Science Park. "Partijen zoals de Universiteit Utrecht, het Universitair Medisch Centrum Utrecht en het Hubrecht Instituut voor Developmental Biology en Stem Cell Re-

search zijn belangrijke aanjagers voor research", vertelt Hans Sittrop, manager bij Utrecht Convention Bureau. "Deze partijen ontwikkelen samen met bedrijven en onderzoeksinstituten zoals TNO, Deltares, Danone Research, SRON en RIVM oplossingen op het gebied van biowetenschappen en gezondheid, duurzaamheid (energie, water, mobiliteit en bouw) en slimme toepassingen zoals gaming. De resultaten van deze ontwikkelingen maken dat Utrecht steeds vaker wordt gekozen als bestemming voor congressen die zich op deze onderwerpen richten. Begin april organiseerde bijvoorbeeld het Centre of Expertise Smart Sustainable Cities (HU University of Applied Sciences Utrecht) samen met zes Nederlandse Universities of Applied Sciences en het Utrecht Sustainability Institute (USI) de internationale conferentie 'Sustainable Built Environment 2016: TRANSITION ZERO – SBE16' on sustainable building and construction.

Begin oktober mogen we het jaarlijkse International Society of Exposure Science (ISES) congres verwelkomen, dat zich richt op exposure and environmental health sciences. Dit soort mooie evenementen zet het Utrecht Science Park op de kaart, en versterkt daarmee de profilering van Utrecht als kennisstad."

**STADSONTWIKKELINGEN**

De inhoudelijke kant is dus goed vertegenwoordigd. Maar om een congres goed te kunnen hosten, moet de stad zelf natuurlijk ook wat te bieden hebben. "In Utrecht zijn een heleboel ontwikkelingen gaande", vertelt Sittrop. "Het stationsgebied ondergaat een volledige metamorfose. Aan de stadszijde wordt het overdekte winkelcentrum Hoog Catherijne, dat het station met de binnenstad verbindt, volledig vernieuwd. Tussen het station en de binnenstad wordt de Catherijnesingel aangelegd. Via een modern, licht gebouw kan je over het water van de nieuwe singel naar de binnenstad lopen." Aan de andere zijde van het station wordt een 'tweede voorkant' gecreëerd. Het Jaarbeursplein, waar ook de grootste beurs- en congreslocatie van

Utrecht is gevestigd, wordt als evenementenplein ingericht. Ook worden er het nieuwe stadskantoor, een megabioscoop en een WTC met kleinschalige kantoren, winkels en horecagelegenheden gecreëerd. Doordat er een natuurlijkere verbinding met de multiculturele wijk Lombok met diverse barretjes, restaurantjes en buurtwinkels ontstaat, zal dit voor veel levendigheid gaan zorgen. Met de komst van terrassen, fiets- en wandelpaden rondom het stationsgebied wordt dit een nieuwe hotspot.

Volgens Sittrop is dit een mooie aanvulling op de faciliteiten die de prachtige middeleeuwse binnenstad biedt. "Hier vind je in een relatief klein gebied bezienswaardigheden zoals de Domtoren, grachten, werfkelders en musea zoals het nieuwe nijntje museum dat ter gelegen-

heid van het 60-jarig bestaan van dit bekende figuurtje is geopend. Samen met de vele fraaie locaties, hotels, winkels, barretjes en horecagelegenheden kun je je prima in Utrecht vermaken. Bovendien komen er binnen 5 tot 10 jaar nog ruim 750 hotelkamers bij." Sinds kort werkt Utrecht ook nauwer samen met partijen op de Utrechtse Heuvelrug. "De vele kastelen, forten, landgoederen en natuurgebieden zijn zeker de moeite waard om bijvoorbeeld met de fiets te verkennen. Daarnaast heeft Amersfoort prachtige monumenten zoals de Koppelpoort, terwijl het voormalige vissersdorp Spakenburg aan de Zuiderzee zeker niet onderdoet voor Volendam. En natuurlijk zijn ook hier diverse locaties te vinden die zeer geschikt zijn voor zakelijke bijeenkomsten."



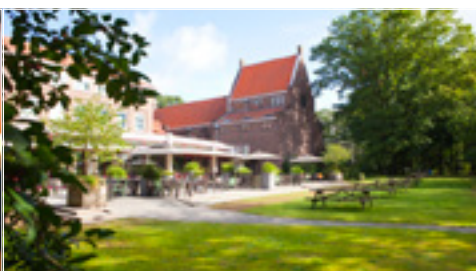
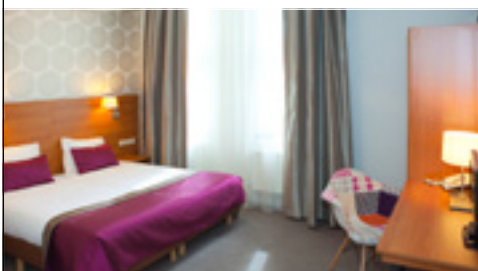


## CONFERENTIEHOTEL KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

25 zalen | 131 hotelkamers | gratis WiFi en AV-middelen | gouden Green Key | ProefLokaal De Wereld | gratis parkeren | buitenactiviteiten



Amersfoortsestraat 20, 3769 AS Soesterberg - Tel. +31 (0)346 35 17 55 - info@kontaktdercontinenten.nl - www.kontaktdercontinenten.nl



# 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](http://WWW.MITLAND.NL)



### VEEL KANSEN

Sittrop ziet de komende jaren het aantal associatiecongressen dat in en om Utrecht plaatsvindt graag groeien. Hiervoor stelt de Economic Board Utrecht (EBU) een stimuleringsfonds van 1,3 miljoen euro ter beschikking voor organisatoren die internationale kennisevenementen in de provincie laten plaatsvinden, en die aansluiten op de speerpunten Groen, Gezond en Slim. "Volgens de EU is de regio Utrecht de meest competitieve regio van Europa. Juist door de organisatie van internationale kennisevenementen te ondersteunen, kunnen we de Utrechtse kennis etaleren, netwerken ontsluiten en Utrecht promoten onder relevante doelgroepen." Ter ondersteuning is business researcher Liza Verkroost aangetrokken die samen met onder andere Sittrop en accountmanager Monique André de la Porte onderzoek doet naar nieuwe poten-

### UTRECHT CONVENTION BUREAU

Organisatoren die een kennisevenement in en om Utrecht willen organiseren, kunnen rekenen op de assistentie van Utrecht Convention Bureau, dat kosteloos, onafhankelijk en deskundig advies biedt over de congres- en informele programmamogelijkheden in Utrecht en onder andere een bidfonds ter beschikking stelt. Ook initiatieven zoals Hotel Service Utrecht, een kosteloze online reserveringsdienst waarop congres- en evenementdeelnemers eenvoudig en veilig hun hotelkamer kunnen reserveren en betalen, maken het organiseren van internationale bijeenkomsten makkelijk. Bovendien is Utrecht vanaf Schiphol binnen een half uur per trein en auto te bereiken en is de regio prijstechnisch zeer gunstig.

tiële congressen voor Utrecht. Zelf heeft Sittrop de nodige ervaring wat betreft het organiseren van kennisevenementen. Hij schat dan ook in dat de groei-ambitie van Utrecht als congresstad zeker te realiseren is. "Utrecht is echt een verborgen parel waar heel veel kansen liggen. Door de samenwerking tussen de verschillende partners verder te optimaliseren, kun-

nen we samen nog meer bereiken. Want wil je Utrecht en omgeving als kennisstad, en daarmee als congresstad profileren, dan is het heel belangrijk dat je samen laat zien dat Utrecht alle ingrediënten heeft om een congres te laten slagen."

[www.utrechtconventionbureau.nl](http://www.utrechtconventionbureau.nl)



Woudschoten:

## veelzijdig, inspirerend en gastgericht

De Utrechtse Heuvelrug is een schitterend, natuurrijk gebied. Een locatie die er met name uitspringt, is Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist. En dat is niet alleen dankzij de bosrijke en inspirerende omgeving. Directeur Hans van Pelt: "Eén van de andere waardeproposities die we hebben, is persoonlijke gastgerichtheid."

**H**et centrale gedeelte van Woudschoten is een villa uit 1932, waar in 1994 en 2009 twee vleugels zijn aangebouwd. Het streven van Van Pelt is om de authenticiteit van de Art Deco-stijl van de architectuur van de Villa, zoveel mogelijk te bewaren en te herstellen. Het meest recente project in dat streven is de renovatie van de Villa Lounge.

### HART

Van Pelt vertelt: "Dat is het hart van Woudschoten, daar hebben we de stijl in teruggebracht. We hebben een mooie, sfeervolle lounge gecreëerd die een rustpunt is zoals ook de villa zelf een rustpunt is binnen heel Woudschoten. In de andere ruimtes die er rondomheen zijn gerealiseerd is gewoonlijk meer reuring omdat daar

grotere gezelschappen zijn." De bar in de lounge is nu centraal geplaatst, aan de zijkanten zijn zitjes gerealiseerd waar je in alle rust, eventueel bij de open haard, een kopje koffie kunt drinken of een zakelijk gesprek kunt houden. De ronde bar nodigt uit voor gezellig boren en informele gesprekken. De grote ramen bieden een prachtig uitzicht op het bos.

### NATUUR

Die natuur speelt een belangrijke rol, zegt Van Pelt: "Het landgoed bevindt zich midden op de Utrechtse Heuvelrug, wat wij wel eens het duurzame alternatief voor de Veluwe noemen. Want het ligt dichterbij de Randstad en is dus makkelijker en sneller aan te reizen. De natuur is een rustgevende maar ook inspirerende factor en vaak ook de behoefte en aanleiding van de gast om hier te verblijven. De natuur vindt altijd een weg om een toegevoegde waarde te brengen, wat het doel van de gast ook is. Of dat nu een vergadering is, een training, een business event of een privé-verblijf. We merken ook dat mensen graag de nacht voor een vergadering al hier verblijven."

### HET IS ONZE NATUUR

Voortbordurend op die natuur heeft Woudschoten een nieuwe campagne gestart: 'Het is onze natuur'. Van Pelt: "Die slogan heeft een dubbele lading. Er wordt uiteraard op de prachtige omgeving gedoeld – het complex ligt midden in een bos van 45 hectare – maar de andere lading is dat het onze natuur is om een persoonlijke gastgerichtheid te hebben en zorgen dat we altijd oog hebben voor alle wensen van de gasten, ongeacht de aanleiding voor het bezoek."

Om een goede indruk te krijgen van die dubbele lading is via de website [www.woudschoten.nl](http://www.woudschoten.nl) een film



te bekijken waarin alle aspecten van Woudschoten aan bod komen. Van Pelt: “Deze is interactief. We wilden geen digitale brochure waar iedereen minutenlang doorheen moet bladeren om uiteindelijk te vinden waar hij naar op zoek is. Op verschillende momenten kan de film als het ware stopgezet worden en krijgt de kijker de keuze om dieper te gaan, specifiek gericht op het product dat zijn interesse heeft en waar hij meer van wil weten.”

Op deze manier kan de kijker een goed beeld krijgen van, bijvoorbeeld, de ambiance van een vergaderzaal. De directeur vervolgt: “We willen met die film echt laten zien welke sfeer Woudschoten ademt. Mensen denken bij ‘conferentiecentrum’ vaak aan massaal, grootschalig, onpersoonlijk, en ik denk dat wij hier een heel mooie mix hebben gevonden tus-

sen authentiek, eigentijds, en een hoge mate van service door die persoonlijke gastgerichtheid. Dat alles bij elkaar maakt Woudschoten uniek.”

#### RESPECT

Het geheel van de propositie die Woudschoten biedt, is samen te vatten met ‘respect’. Respect voor de natuur, voor de architectuur, en voor de wensen van de gast. Van Pelt: “Het veelzijdige product van Woudschoten is echt klaar voor de toekomst. We zijn ervan overtuigd dat als mensen voor de eerste keer op Woudschoten komen, ze aangenaam verrast zullen zijn. Dankzij alle verbeteringen en vernieuwingen en doorontwikkelingen die we de afgelopen jaren hebben doorgevoerd, zijn we geheel van deze tijd, veelzijdig, met een hoge mate van servicegerichtheid.”

De directeur sluit af: “Het bedrijf is veelzijdiger geworden, de doelgroep is dus ook groter geworden. En nu willen we heel Nederland laten weten – en ook laten zien met die film – hoe bijzonder we zijn. Dat we een bezoek waard zijn, of dat nu privé is of met een zakelijke aanleiding. Woudschoten is nog niet heel bekend, het ligt ook verscholen in de natuur. Het is dus bepaald geen zichtlocatie, dat is ook één van onze onderscheidende factoren, maar dat betekent dat we mensen op andere manieren kenbaar moeten maken dat we er zijn en dat we heel veel te bieden hebben.”

[www.woudschoten.nl](http://www.woudschoten.nl)



# Muntgebouw Utrecht

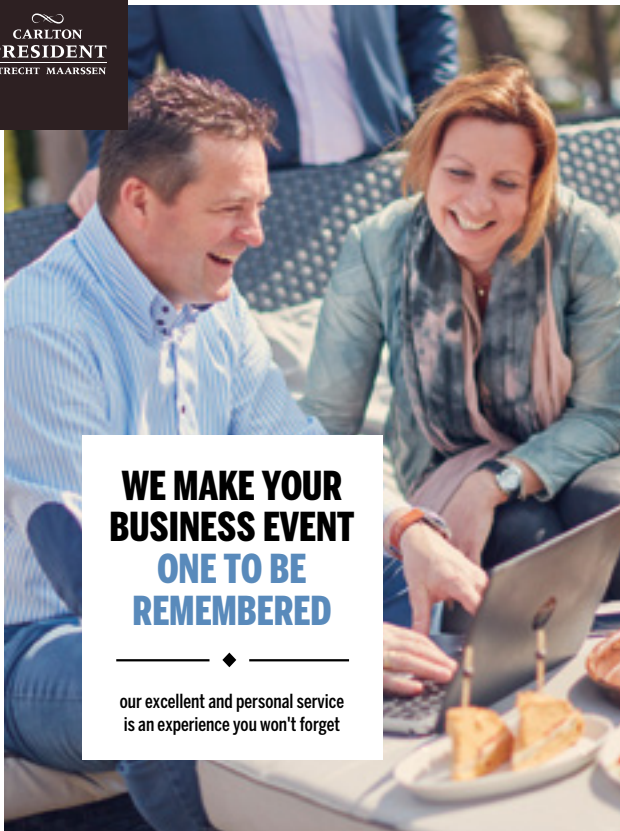
Letterlijk een evenementenlocatie van waarde, gelegen in hartje Utrecht.

- ✓ Vergaderen, meetings en presentaties
- ✓ Congressen en beurzen
- ✓ Bedrijfsfeesten
- ✓ Privé bijeenkomsten
- ✓ Unieke film- en fotolocatie
- ✓ En nog veel meer...

[www.muntgebouw-utrecht.nl](http://www.muntgebouw-utrecht.nl)



CARLTON  
PRESIDENT  
UTRECHT MAARSSEN



**WE MAKE YOUR  
BUSINESS EVENT  
ONE TO BE  
REMEMBERED**

our excellent and personal service  
is an experience you won't forget

Ga naar [CARLTON.NL/PRESIDENT](http://CARLTON.NL/PRESIDENT) of bel Anne 030 2425900  
Volg ons op [instagram.com/carltonutrecht](https://www.instagram.com/carltonutrecht)

*Let's make a memory!  
Groetjes, Anne*



## Landgoed Zonheuvel

[info@landgoedzonheuvel.nl](mailto:info@landgoedzonheuvel.nl) | 0343 47 35 00  
[WWW.LANDGOEDZONHEUVEL.NL](http://WWW.LANDGOEDZONHEUVEL.NL)



Lars Beckers

# Onderscheidend – en bekroond

**Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten in Soesterberg is geen venue zoals er zoveel zijn. Dat is niet alleen omdat de organisatie een unieke achtergrond heeft, een basis waarop in de loop der jaren een onderscheidend concept is ontwikkeld. Commercieel manager Lars Beckers vat dat concept samen in: ‘wereldse gastvrijheid’.**

**D**at de aanpak en de uitvoering van dat concept aanslaat, blijkt uit het feit dat Kontakt der Kontinenten in februari de Nationale Meeting Award in de wacht sleepte.

## BEVESTIGING

Beckers over deze prijs: “De Meeting Award is absoluut een mooie bevestiging dat we het goed doen. Je probeert toch een uniek product op je eigen manier in de markt te zetten. In de basis zijn wij een conferentiehôtel net als heel veel andere: zalen, beamers, gratis internet, goed eten, comfortabele hotelbedden, gezellige bar, enzovoort. En dan wil je je natuurlijk onderscheiden van al die andere, en wij zijn op onze manier onderscheidend.”

Die manier is het gevolg van de historie van het complex, dat een voormalig missiehuis, een klooster en een kapel omvat. Beckers: “De paters die hier woonden, gingen de hele wereld over als missionarissen. Die wereldse insteek, het openstaan voor andere culturen, laten we terugkomen in ons F&B concept ProefLokaal De Wereld, in onze zalen en hotelvleugels, en in onze service.”

## BESLISSENDE FACTOREN

Die wereldse achtergrond en insteek is een voordeel bij het aantrekken van internationale en nationale conferenties. De schitterende omgeving van de Utrechtse Heuvelrug, de uitstekende bereikbaarheid en de centrale ligging in het land zijn daarbij andere beslissende factoren. “En wij als

conferentiehôtel bieden de combinatie van zalen en hotelkamers, daarom hebben wij ook veel meerdaagse bijeenkomsten.”

## BREDER AANBOD

Het aanbod van het conferentiehôtel is ook breder geworden: sinds afgelopen jaar heeft Kontakt der Kontinenten een nieuwe buurman in de vorm van Omega Spa en Wellness. “Dat is het nieuwste en meest moderne saunacomplex van Nederland. Als goede burens hebben we een goede samenwerking, dat verhoogt alleen maar de meerwaarde van onze producten. Eind 2014 is hier om de hoek het Nationaal Militair Museum geopend op Park Vliegbasis Soesterberg, dat is de voormalige luchtmachtbasis. We bieden vergaderbreaks waarbij de groep op de fiets, Segway of ander vervoermiddel, onder leiding van Het Utrechts Landschap uitleg krijgt over de wapendepots, over de schitterende natuur daar, over de shelters waar vroeger de F15's stonden, echt een unieke en leuke vergaderbreak.”

Het winnen van de Meeting Award is beslist geen reden om achterover te leunen, zegt Beckers. “Het is een teken dat we het met z'n allen goed hebben gedaan, daar hebben we ook hard voor gewerkt, het is een team effort. Het is ook een stimulans om op de ingeslagen weg verder te gaan.” [www.kontaktderkontinenten.nl](http://www.kontaktderkontinenten.nl)



# KNVB Campus: Voor de teams van morgen

Op het terrein van de KNVB in Zeist wordt op dit moment druk gebouwd aan de KNVB Campus. Op deze campus komen moderne trainingsfaciliteiten en sportvelden, het Bonds bureau, het Sportmedisch Centrum, het Teamhotel en het Trainingscentrum bij elkaar. Per 1 september 2016 kunnen hier echter niet alleen amateur- en profvoetballers terecht, maar ook bedrijven die in een sportieve, inspirerende omgeving willen samenkomen voor een zakelijke bijeenkomst.

**D**e KNVB Campus moet als innovatiecentrum gaan functioneren waar de voetbalsport zich verder kan ontwikkelen met de focus op jong talent: voor de teams van morgen. Om dat te kunnen bewerkstelligen, komen in de nieuwe gebouwen en op de sportvelden van de KNVB Campus spelers, trainers, wetenschappers en het bedrijfsleven bij elkaar. Daarbij kunnen ze gebruik maken van de sportvelden, het Sportmedisch centrum waar trainingen, tests en behandelingen plaatsvinden en het Teamhotel speciaal voor elftallen met 21 kamers en een gezamenlijke woonkamer. Daarnaast zullen hier de business events en KNVB

evenementen rondom de voetbalsport gaan plaatsvinden en is er ruimte voor de KNVB Voetbalkampen waar kinderen hun spel, techniek, tactiek en balbehendigheid kunnen verbeteren en samen lekker kunnen voetballen.

## ZAKELIJKE MOGELIJKHEDEN

Naast prof- en amateurvoetballers zijn ook bedrijven van harte welkom op de KNVB Campus. Tussen het bedrijfsleven en topsport zijn namelijk diverse parallellen te leggen. Zo moeten ook de mensen binnen het bedrijfsleven voortdurend een topprestatie leveren. Juist omdat de hele campus is gericht op teamprestaties, is het voor

(non)profit organisaties de ideale omgeving om prestaties te leveren en elkaar te inspireren.

In het Trainingscentrum is ruimte voor grote en kleine bijeenkomsten. Zo zijn er acht vergaderzalen, waaronder de bestuurskamer van de KNVB. Grotere

**“Naast prof- en amateurvoetballers zijn ook bedrijven van harte welkom op de KNVB Campus. Tussen het bedrijfsleven en topsport zijn namelijk diverse parallellen te leggen.”**

evenementen kunnen plaatsvinden in de ruime centrale hal met de grote tribu-  
netrap, die onderdeel uitmaakt van het Oranjeplein. Lunches, diners en borrels kunnen uiteraard worden verzorgd. Na of tijdens een zakelijke bijeenkomsten kunnen gasten kiezen voor Oranje Modules op de KNVB Campus; van voetbal- en hardloopclinics tot vitaliteitstesten en kookworkshops. Daarnaast is het Teamhotel exclusief af te huren voor bijvoorbeeld een teamsessie met managementteams. Kortom, iedereen is welkom op de KNVB Campus.

[www.knvb.nl/campus](http://www.knvb.nl/campus)



## Parkstad Limburg wint wereldprijs

Parkstad Limburg heeft de Tourism for Tomorrow Award 2016 - de hoogste toeristische onderscheiding ter wereld - gewonnen. Eric Geurts, gedeputeerde Toerisme Provincie Limburg, Kelly Regterschot, wethouder Toerisme stadsregio Parkstad Limburg en Anya Niewierra, algemeen directeur VVV Zuid-Limburg namen de felicitaties ontvangst tijdens de uitreiking door de World Travel & Tourism Council (WTTC) in Dallas (VS). Vooral de structurele, complete aanpak die in korte tijd leidde tot een succesvolle ontwikkeling van een 'zwart naar groen' gebied, werden geroemd door de jury. Parkstad Limburg was één van de drie finalisten in de categorie Destination voor deze prestigieuze WTTC Award 2016. Parkstad Limburg is daarmee de eerste Nederlandse bestemming die de prijs wint en nu wereldwijd te boek staat als een van de toonaangevende regio's op het gebied van toerisme. Parkstad Limburg is het enige voorbeeld in Nederland van de transitie van een voormalig mijngebied naar een toeristische bestemming. Het project bewijst dat een lelijke regio mooi kan worden op haar eigen manier met accenten op de juiste plekken. Overheden, ondernemers, inwoners en de VVV werkten intensief en vastbera- den samen en ontwikkelden in 15 jaar tijd een toeristische bestemming van formaat. Met een omzet in 2015 van € 368 miljoen en 5800 nieuwe fulltime banen. In 2015 werd 29% van de totale toeristische omzet van Zuid-Limburg zelfs gerealiseerd door dit vroeger 'lelijkste gebied' van de regio. [www.parkstad-limburg.nl](http://www.parkstad-limburg.nl)

### Maak kennis met onze website

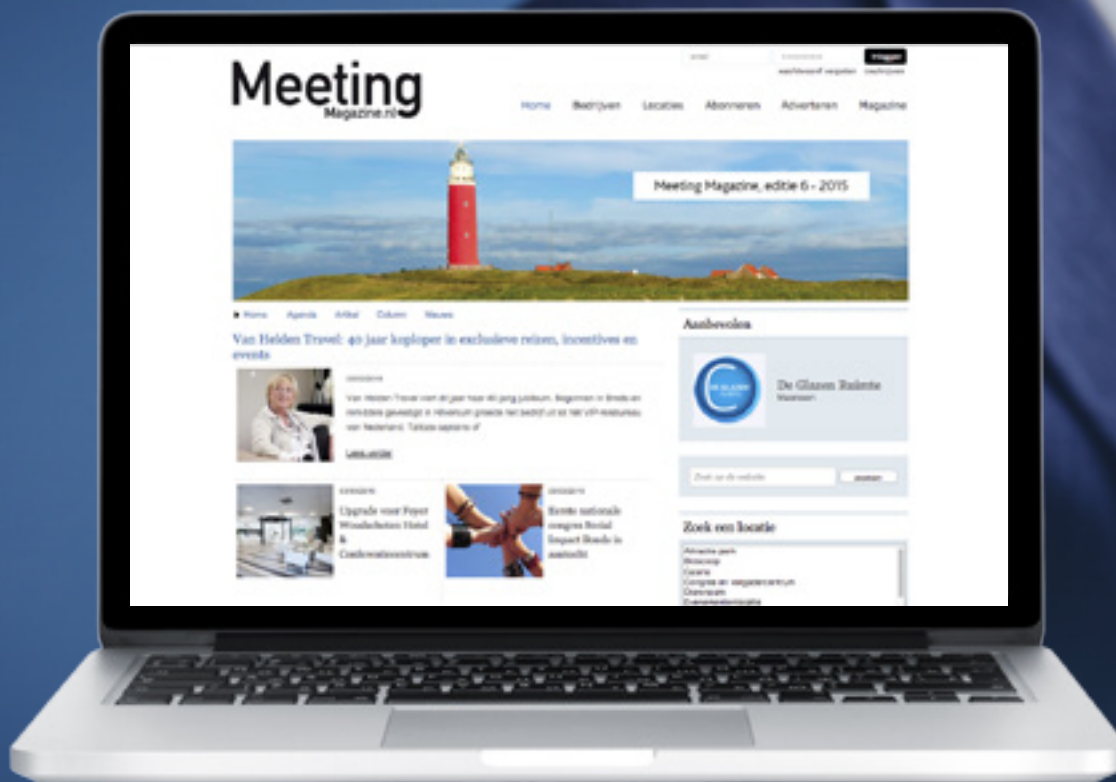
Op [www.meetingmagazine.nl](http://www.meetingmagazine.nl) vindt u altijd het actuele nieuws uit de MICE-branche. Heeft u zelf iets interessants te melden zoals een jubileum, een bijzondere bijeenkomst, een uitbreiding van het team, een nieuw initiatief of een nieuw product of dienst? Meeting Magazine publiceert dit graag voor u op de website. Persberichten kunt u doormailen naar hoofdredacteur Sofie Fest via [sofie@vanmunstermedia.nl](mailto:sofie@vanmunstermedia.nl).



## Honderd congresambassadeurs voor Leiden

Het geweldige aantal van 100 congresambassadeurs voor Leiden is een feit. Dit nieuws werd bekend gemaakt door burgemeester Henri Lenferink tijdens de jaarlijkse bijeenkomst voor congresambassadeurs. Deze vond plaats in de Marekerk, waar in aanwezigheid van andere Leidse prominenten uit de kennissector en het bedrijfsleven 14 nieuwe congresambassadeurs geïnstalleerd werden. Het netwerk van congresambassadeurs, 10 maart 2014 opgericht op initiatief van Leiden Convention Bureau, is inmiddels erg succesvol in het werven van grote internationale congressen voor Leiden. De uitstekende ligging van Leiden ten opzichte van Schiphol, de prima congresfaciliteiten en de wetenschappelijke reputatie van de Universiteit maken Leiden tot een geliefde congresstad. Na een openingspeech van burgemeester Lenferink,

die de congresambassadeurs dankte voor hun inzet die een enorme impuls geeft aan de economische groei en werkgelegenheid in de regio, plaatsten de 14 nieuwe ambassadeurs hun handtekening. Menno Bentveld, presenter van de middag, interviewde 3 ervaren ambassadeurs over de mogelijkheden die zij voor Leiden als congresstad zien. Leiden heeft als stad veel te bieden, op kennis- maar ook op cultureel gebied. De Leidse schrijver Onno Blom kwam dit illustreren met de presentatie van zijn nieuwe serie 'Leidse literaire werken'. Voor actieve congresambassadeurs liggen de kansen voor het oprapen. Bo Kruger, Deense creativiteitsconsulent, besprak de uitdagingen die congresorganisatoren hebben en hoe de creativiteit en aandacht tijdens een kennisintensief congres weer vlot getrokken kunnen worden. [www.leidenconventionbureau.nl](http://www.leidenconventionbureau.nl)



# Volg, check en maak kennis met Meeting Magazine

## WWW.MEETINGMAGAZINE.NL

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

## ONLINE EDITIES

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

## @MEETINGMAGAZINE

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





## Wat is jouw communicatiestijl?

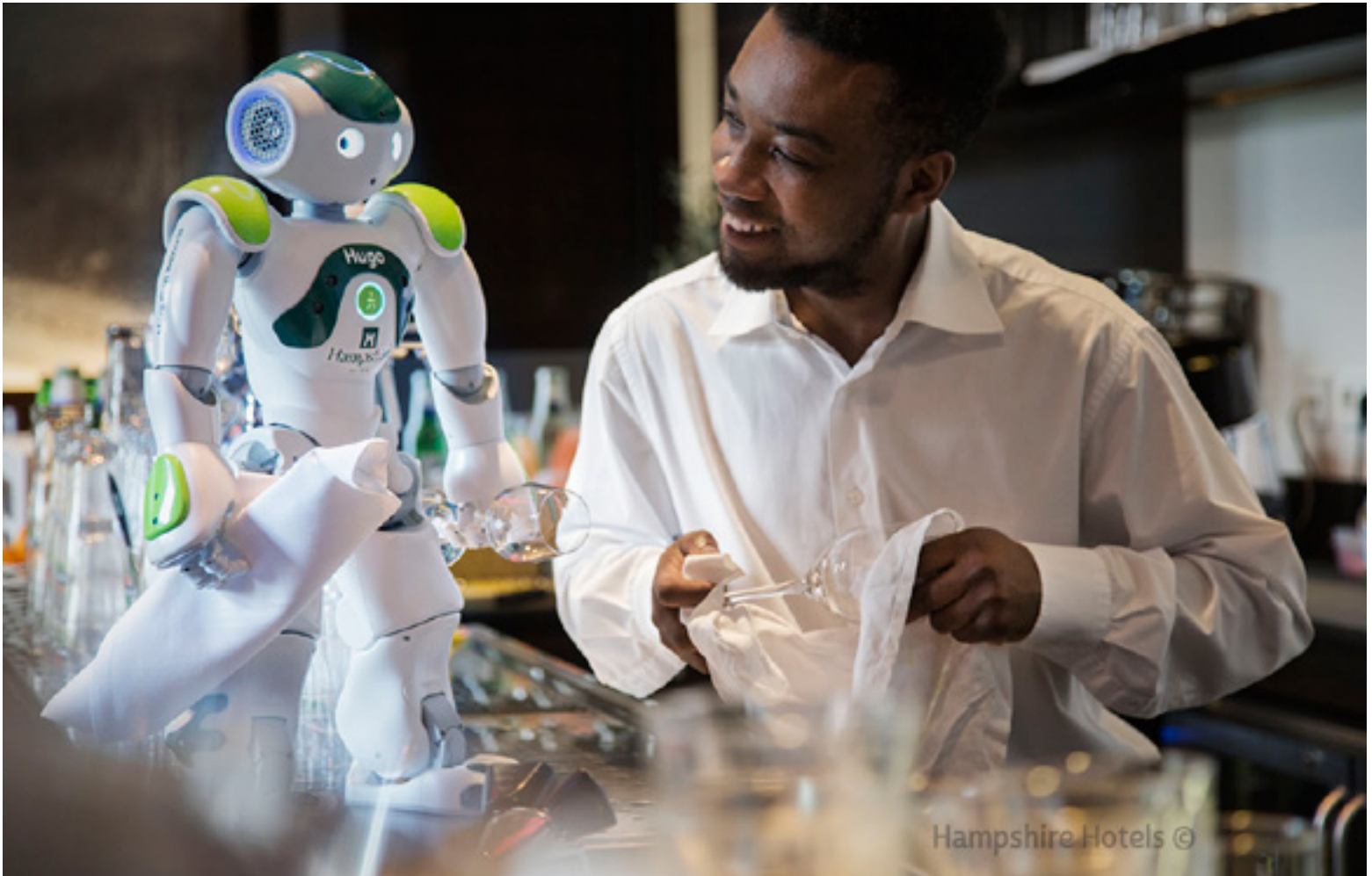
'Geen idee' is vaak het antwoord van allerlei deelnemers aan MICE sales & hospitality trainingen die we verzorgen. Mijn vervolgvraag is dan; 'Zou je het leuk en interessant vinden om daar wat meer inzicht te krijgen?' Vrijwel iedereen reageert hierop positief. Leuk, cool, maar wat gaan we doen? Ik geef dan aan dat ze een DISC-analyse mogen doen. Dit is een online analyse die inzicht geeft in wat je sterke kanten zijn en waar je mogelijk nog kan of moet groeien. Waar ben je allergisch voor en wat zijn je communicatieve uitdagingen? Op welke wijze kun je effectiever en succesvoller communiceren met gasten, (MICE)opdrachtgevers en collega's? Daarvoor moet je eerst jezelf nog beter leren kennen en daarnaast meer inzicht krijgen 'hoe de ander in elkaar zit' of verwacht en belangrijk vindt.

En wat vinden mensen dat leuk en interessant! Er wordt veel gelachen als men aan de slag gaat met elkaar, maar er is natuurlijk ook de soms wat confronterende spiegel. De methodiek maken we praktisch door deze direct te verbinden aan de actuele praktijk van teams. Zowel individueel als binnen het team gaat men anders aankijken tegen opdrachtgevers, collega's en gasten. Vaak positiever en met minder vooroordelen en met meer begrip. En hoe prettig is dat?

Waarom ik hierover schrijf? Omdat ik me verbaas dat er zo weinig aandacht is voor inzicht in de eigen communicatiestijl en wat het effect hiervan is op anderen. Even los van de bekende zakelijke redenen zoals het verhogen van je conversie op offertes, het verlagen van irritaties, het sterker acteren in onderhandelingen, is er een hele belangrijke andere reden om hier al op veel jongere leeftijd mee te starten. En dat is minder conflict. Gewoon een leukere wereld met meer begrip, empathie en aandacht voor elkaar. Klinkt wat soft? Ik denk het niet. Vooral niet in deze tijd.

*Wouter Olland*

Eigenaar Olland Marketing Solutions



Hampshire Hotels ©

# Hugo de robot heet u van harte welkom

De trend van de robotisering heeft ook zijn intrede gedaan in de hotellerie: The Manor Amsterdam en Hampshire Hotel – Savoy Rotterdam, onderdeel van Hampshire Hotels, één van de grootste hotelondernemingen van de Benelux, hebben onlangs een hotelrobot in dienst genomen: Hugo. We spraken over deze opmerkelijke zet met Etienne Verkerk, algemeen directeur van Hampshire Hotels.

**M**EETING MAGAZINE: WAAROM HEBT U HUGO IN DIENST GENOMEN? ALS LEUKE GADGET, ONDERSCHEIDENDE FACTOR, ANDERS?

Verkerk: "Voor het eerst in de geschiedenis is er een niet-menselijke medewerker in een Nederlands hotel ingezet. Hampshire Hotels heeft hiermee de primeur in Nederland. De humanoïde robot Hugo past bij de waarden en beloftes

van Hampshire Hotels en wordt ter verrijking van de gastbeleving ingezet, bijvoorbeeld als front office medewerker. Daarnaast is Robot Hugo onderdeel van een innovatieslag bij Hampshire Hotels."

**MM: WAAROM HEEFT U EEN 'MANNELIJKE' ROBOT GENOMEN? EEN 'VROUWELIJKE' KOMT TOCH VEEL GASTVRIJER OVER?**

Verkerk: "De stem van het kleine, aandoenlijke ventje is wat jongensachtig. Hugo is daarnaast heel charmant en sympathiek, echt een 'goeierd'. De robot is humanoïde, omdat hij menselijke trekjes heeft zoals knipperende ogen en omdat hij kan communiceren met gasten."

**MM: BENT U VAN PLAN OM MEER ROBOTS IN DIENST TE NEMEN? BIJVOORBEELD VOOR HET WEGBRENGEN VAN BAGAGE VOOR DE GASTEN NAAR HUN KAMER, VIA BLUETOOTH DE LIFT BEDIENEN, ROOMSERVICE, ENZOVVOORT?**

Verkerk: "Hugo is 57 cm groot, dus het is wat uitdagend om te assisteren bij de bagage, maar vertellen over wat er in de omgeving te doen is, of algemene informatie vertellen kan hij wel."

**MM: WAT ZIJN DE ERVARINGEN TOT NU TOE MET HUGO?**

Verkerk: "Heel positief! Het is natuurlijk even afwachten hoe gasten reageren op een niet-menselijke medewerker, maar tot nu toe zijn de reacties boven verwachting. Gasten





vinden het erg leuk als Hugo danst, loopt en praat. Vanwege zijn menselijke trekjes praten gasten vrij gemakkelijk met hem en vergeten al snel dat een medewerker hem bedient.”

**MM: KOMEN ER MEERDERE 'HUGO'S' IN UW HOTELS? DUS NIET ALLEEN IN DE LOCATIES IN AMSTERDAM EN ROTTERDAM, MAAR OOK IN ANDERE VESTIGINGEN?**

Verkerk: “Er zijn twee Hugo's van Hampshire. Op dit moment werkt er 1 in Hampshire Hotel – The Manor Amsterdam en 1 in Hampshire Hotel – Savoy Rotterdam. Hugo reist naar alle waarschijnlijkheid zeker eens naar een van de 58 andere locaties, of is aanwezig bij een van de zakelijke evenementen die Hampshire organiseert. Waar Hugo over een aantal maanden wordt ingeroosterd is nu nog niet bekend.”

**MM: HOUDT DE KOMST VAN HUGO IN DAT ER MENSEN OVERBODIG GAAN WORDEN?**

Verkerk: “We proberen elke hotelgast een gastvrije en een geweldige ervaring te bezorgen. We lopen graag een stap vooruit,

maar Hugo zal zeker geen mensen gaan vervangen. Hugo is een welkome collega die assistentie zal verlenen aan de balie, in een vergaderruimte of de lobby. We houden technische innovaties die we kunnen toepassen in de hotelbranche nauwlettend in de gaten. Hugo is een schakel in de wereldwijde ontwikkeling van humanoïde robots. Er zijn mogelijkheden waar we nu misschien nog niet aan denken, maar die tijdens het gebruik naar voren komen. Hoe meer we interacteren en communiceren met de robot, hoe slimmer hij wordt en dat draagt bij aan een unieke beleving voor de gast!”

**MM: HUGO IS EEN LERENDE ROBOT, HEB IK BEGREPEN. WIL DAT ZEGGEN DAT HIJ OOK MEERDERE FUNCTIES ZAL GAAN KRIJGEN?**

Verkerk: “Ja, de komende maanden wordt er onderzocht wat de mogelijkheden zijn om Hugo verder te ontwikkelen, specifiek voor onze hotels. Zo heeft Hugo gezichtsherkenning en kan hij bezoekers tot zes maanden lang herinneren. Interessant om te onderzoeken voor bijvoorbeeld terugkerende gasten.”

**MM: BENT U NIET BANG DAT HUGO GEHACKT ZAL WORDEN? OF DAT DE GEGEVENS VAN HUGO WORDEN MISBRUIKT DOOR KWAADWILLENDEN? DENK AAN DE WET OP DE PRIVACY!**

Verkerk: “Robot Hugo en de laptop waarmee Hugo wordt bediend zijn niet verbonden aan de systemen waar onze gastgegevens in staan. Uiteraard neemt Hampshire Hotels alle veiligheid in acht bij het beschermen van de gegevens van onze gasten.”

**MM: WAT MOET IK ME VOORSTELLEN BIJ 'HET BEGELEIDEN VAN VERGADERINGEN' DOOR HUGO?**

Verkerk: “Hugo kan geanimeerd praten, dat wil zeggen dat hij een PowerPoint presentatie kan geven, een welkomstwoord kan houden of een praatje kan verzorgen terwijl hij met zijn handen en armen beweegt.”

Met dank aan Lonneke Jagersma, PR Manager a.i., en Jose Brillman, Marketing Executive Hampshire Hotels.

# LEIDEN CONVENTION BUREAU

Leiden Convention Bureau biedt u concrete hulp bij uw zoektocht naar de beste congreslocatie. Wij bieden gratis en onafhankelijk advies over congreslocaties, hotelaccommodaties en Professional Congress Organisers (PCO's) en hebben ideeën en suggesties voor een onvergetelijk sociaal programma.



U kunt bij het Leiden Convention Bureau terecht voor de volgende kosteloze diensten:

- advies congreslocaties
- advies hotelaccommodatie
- organisatie site-inspectie
- opstellen en vormgeven van uw bidbook
- promotiemateriaal
- gebruik beeldbank

Voor meer informatie over onze diensten, kunt u contact opnemen met Leiden Convention Bureau via [info@leidenconventionbureau.nl](mailto:info@leidenconventionbureau.nl) of bezoek onze website: [leidenconventionbureau.nl](http://leidenconventionbureau.nl)



## ECC Leiden

Vergaderlocatie, congres- en evenementenaccommodatie, restaurant en hotel; vele benamingen voor een veelzijdige locatie met alles onder één dak.

[eccleiden.nl](http://eccleiden.nl)



## Pieterskerk

Met 3.300m<sup>2</sup> verwarmd vloeroppervlakte is deze authentieke locatie het gehele jaar beschikbaar voor uw meeting of congres.

[pieterskerk.com](http://pieterskerk.com)

“Leiden vormt de perfecte omgeving voor het houden van toonaangevende congressen”

Burgemeester Henri Lenferink



## Leidse Schouwburg- Stadsgehoorzaal

Voor iedereen een podium.

[leideschouwburg-stadsgehoorzaal.nl](http://leideschouwburg-stadsgehoorzaal.nl)

# Congresstad Leiden



## CORPUS Congress Centre

In het CORPUS Congress Centre staat de mens centraal in de ruime, multifunctionele lounge & congreszaal en het penthouse met groots uitzicht.  
[corpuscongresscentre.nl](http://corpuscongresscentre.nl)



## Boerhaave Congres Service

Zoekt u ervaren organisatoren die met u meedenken en u ontzorgen? Kom dan naar Boerhaave Congres Service.  
[boerhaavenascholing.nl](http://boerhaavenascholing.nl)



## Hooglandse Kerk

Zowel de kerk als het zalencomplex bieden alle mogelijkheden voor het welslagen van uw evenement.  
[hooglandsekerk.com](http://hooglandsekerk.com)



## Evenementenbureau Universiteit Leiden

Het Evenementenbureau helpt met het organiseren van academische evenementen, van workshop tot symposium, congres of publieksevenement.  
[voorzieningen.leidenuniv.nl/evenementenbureau](http://voorzieningen.leidenuniv.nl/evenementenbureau)

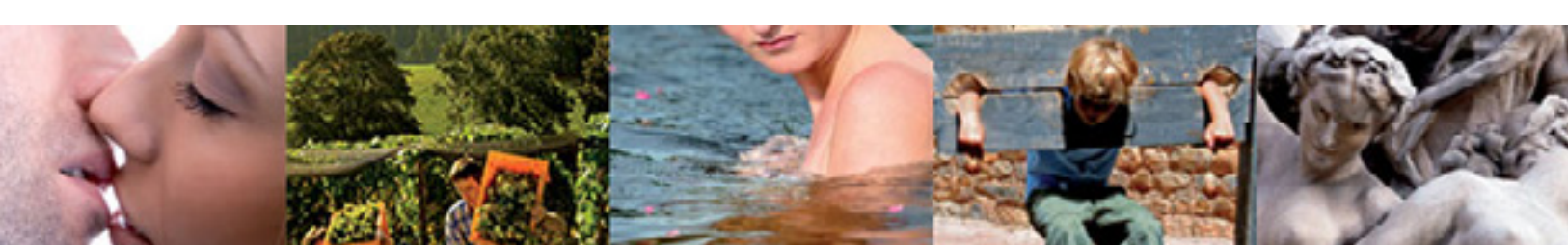


**LEIDEN**  
stadvanontdekkingen

Top 10 redenen om Leiden te kiezen voor uw congres:

- 1 **Internationaal vermaarde onderzoeksuniversiteit**
- 2 **Een van de grootste bioscience clusters van Europa**
- 3 **15 minuten naar Schiphol International Airport**
- 4 **4e Cultuurstad van Nederland, 13 musea waarvan 4 Rijksmusea**
- 5 **Gevarieerd aanbod van congreslocaties**
- 6 **Compacte stad, bijna alles op loopafstand**
- 7 **Amsterdam, Den Haag, Rotterdam  
10 – 35 minuten per trein**
- 8 **Historische kern met grachtengordel**
- 9 **Leiden aan Zee: 12 km naar het Noordzeestrand**
- 10 **Hotels en restaurants in elke prijsklasse**

[leiden.nl](http://leiden.nl)



# 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](http://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](mailto:info@hetmaashotel.nl)  
[www.hetmaashotel.nl](http://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](http://www.chateauhotels.nl)

## Buitenplaats Vaeshartelt

*Met Liefde Kan Alles*

Buitenplaats Vaeshartelt - Weert 9  
6222 PG Maastricht - T 043 - 369 0200  
[reserveringen@vaeshartelt.nl](mailto:reserveringen@vaeshartelt.nl) - [www.vaeshartelt.nl](http://www.vaeshartelt.nl)





## Onderscheidend vermogen

Als kersverse directeur van het The Hague Convention Bureau schreef Nienke in haar column over de stad en de markt die continu in beweging is. Haar uitdaging is om met het nieuwe The Hague Convention Bureau in deze constant veranderende markt een betrouwbaar en succesvol partner te zijn. Ik ben ervan overtuigd dat het creëren van de juiste partnerships de komende jaren de sleutel tot succes gaat zijn. Na jaren van crisis en met name op het gebied van business events een krimpemde markt zien we nu een voorzichtig herstel. In de crisisjaren is de markt echter wel compleet veranderd. Ondanks de dalende vraag groeit het aanbod van evenementenlocaties als kool, kerken stromen leeg, theaters en musea krijgen geen subsidie meer en hoe leuk is het niet om te vergaderen in onze lege fabriekshal? De tijd dat wij als hoteliers het verschil konden maken met onze systeemplafonds en chique overheadprojectoren, ligt definitief achter ons. Dat neemt niet weg dat ook de echoënde kerk of de koude fabriekshal zo hun eigen uitdagingen hebben.

Kortom het onderscheidend vermogen ligt niet alleen meer bij de locatie, de professionaliteit of het gemak. Het onderscheid ligt bij die bedrijven die bewijzen het verschil te kunnen maken, die door anders te kijken en anders te denken een actieve bijdrage kunnen leveren aan het resultaat. Iedere bijeenkomst groot of klein begint namelijk altijd met de meest essentiële vraag; "wat willen we bereiken met dit evenement?" Wanneer het antwoord op deze vraag glashelder beantwoord wordt, kunnen we ook daadwerkelijk een partner zijn en een actieve bijdrage leveren. Een ander noodzakelijk ingrediënt voor een succesvolle samenwerking, is vertrouwen. Dit blijft in de praktijk toch lastig, regelmatig worden we geconfronteerd met: "als ik mijn budget prijsgeef, maken ze alles op, of ik ga zeker niet delen wie de opdrachtgever is want dan gaan ze deze vast direct benaderen." Echter wanneer organisaties over hun eigen schaduw heen durven te stappen en beseffen dat het niet alleen draait om prestige en winstmaximalisatie, dan ontstaan de mooiste samenwerkingsverbanden.

De afgelopen jaren hebben bewezen dat in nood organisaties gedwongen werden om samen te werken. Zo werden in het Haagse initiatief van de Convention Dot ([www.conventiondot.com](http://www.conventiondot.com)) concurrerende hotels partners om zo aan de vraag van de markt te kunnen voldoen. De partnership is duurzaam gebleken en nu de crisis achter ons ligt zal deze zeker blijven bestaan. De crisis is voorbij! De gebakken lucht is uit de markt, tijd voor een nieuwe periode van bijeenkomsten met toegevoegde waarde.

***Vincent Pahlplatz***

General Manager - The Hague Marriott



# Vergaderen als nuttige en leuke tijdsbesteding

**Uit onderzoek van het Oostenrijkse bureau Schell onder 20.000 Europese managers in het bedrijfsleven is gebleken dat zij maar liefst 60 tot 70% van hun tijd vergaderen. Maar liefst 42% vindt dit echter zonde van de tijd. Rob de Haas, schrijver van het boek *Ongewoon Goed Vergaderen*, is van mening dat dit beter kan. "Ik ben voor grotere productiviteit en meer plezier in vergaderen."**

**R**ob de Haas heeft de afgelopen jaren onderzoek gedaan naar de manier waarop er wereldwijd wordt vergaderd, en hoe het komt dat deze vergaderingen vaak als een last worden gezien, in plaats van een vaardigheid met de nodige voordelen en positieve effecten. "Mijn onderzoek kwam voort uit de persoonlijke verontwaardiging die ik acht jaar geleden voelde tijdens een vergadering. Daar werd in een notendop pijnlijk duidelijk hoe het nu precies niet moet. De stukken werden pas uitgedeeld bij aanvang, vragen werden vijandig teruggevoerd en van de 35 mensen die aanwezig waren, kwamen er slechts vier mensen aan het woord. In feite waren de besluiten al genomen. Als gevolg hiervan raakten de aanwezigen ontkoppeld en waren zij niet langer betrokken. Dan krijg je het kenmerkende gedrag waarbij mensen stil worden en met hun smartphone aan de slag gaan. Ik vond het verbijsterend dat er zo slordig met elkaar werd omgegaan, want vergaderingen nemen kostbare tijd in beslag."

## LAST

De Haas besloot hiermee aan de slag te gaan. "Ik ben onderzoek gaan doen naar 'perceived meeting effectiveness', waarvoor ik onder andere de databases van de Universiteit van Tilburg heb geraadpleegd. Op basis van mijn onderzoek heb ik de vijf grootste klassieke vergaderfrustraties achterhaald (zie kader), waar gebrek aan daadkracht en een te grote groep er twee van zijn. Mede door die klassieke vergaderfrustraties loop je het gevaar dat er 'relational loss' ontstaat; mensen raken ontkoppeld en nemen niet meer actief deel. Vervolgens ontstaat er 'motivational loss'; de betrokkenheid gaat verloren. Mede door deze verschijnselen wordt vergaderen als een last beschouwd, terwijl hier jaarlijks 7 tot 13% van het totale budget aan opgaat."

ties achterhaald (zie kader), waar gebrek aan daadkracht en een te grote groep er twee van zijn. Mede door die klassieke vergaderfrustraties loop je het gevaar dat er 'relational loss' ontstaat; mensen raken ontkoppeld en nemen niet meer actief deel. Vervolgens ontstaat er 'motivational loss'; de betrokkenheid gaat verloren. Mede door deze verschijnselen wordt vergaderen als een last beschouwd, terwijl hier jaarlijks 7 tot 13% van het totale budget aan opgaat."

## STRUCTUUR

Op basis van zijn bevindingen ontwikkelde De Haas het concept 'Ongewoon Goed Vergaderen'. Het uitgangspunt van dit concept is dat de structuur de effectiviteit bepaalt, dat je vergaderen als een vaardigheid moet beschouwen en dat een vergadering de collectieve denkkracht van een bedrijf of afdeling bundelt. "Veel mensen zijn van mening dat een vergadering afleidt van hun werk en ervaren het als belastend en tijdrovend, terwijl tijdens zo'n bijeenkomst de meest waardevolle mensen van een bedrijf bij elkaar komen. Een vergadering is juist het ultieme moment om te laten zien hoe het hoort. Als je zorgt dat vergaderingen slimmer, korter en inspirerender worden, ontstaan er drie positieve effecten; het persoonlijk welbevinden van de deelnemers wordt beter, de aanwezigen krijgen meer het

gevoel dat zij bij een succesvol team horen, en dat zij deel uitmaken van een succesvolle organisatie."

## VERGADERDOELEN

De Haas onderscheidt acht universele vergaderdoelen waarom mensen bij elkaar komen. Dit zijn onder andere de sociale ontmoeting, het bedenken van oplossingen, evalueren en het oplossen van problemen. "Het doel van een vergadering moet je vooraf delen met de vergadergroep. Doe je dit niet, dan zijn de aanwezigen overgelaten aan het lot van degene die de grootste mond heeft." Een ander essentieel aspect is voorbereiding. "Zonder voorbereiding doe je jezelf en de groep tekort. Om een vergadering effectiever en efficiënter te maken kun je het beste een stappenplan hanteren en elk agendapunt goed voorbereiden. Aan elk agendapunt dient apart een doel te worden gekoppeld. Iets bespreken is te vaag en vrijblijvend, je kunt beter stellen dat er of met elkaar van gedachten wordt gewisseld, of dat er aan het einde van de vergadering een advies dient te worden opgesteld." Ook de samenstelling van de groep heeft invloed op de effectiviteit van een bijeenkomst. "Een veelvoorkomende misvatting

## DE VIJF GROOTSTE KLASSIEKE VERGADERFRUSTRATIES

- Gebrek aan actieve deelname: deelnemers krijgen niet de kans om bij de vergadering betrokken te worden;
- slordige omgang met tijd: de vergadering start en eindigt te laat;
- slordige omgang met de agenda: de vergadering begint op tijd, maar wanneer de eerste punten uitlopen worden de laatste punten afgeraffeld waardoor steeds dezelfde agendapunten niet aan bod komen;
- gebrek aan daadkracht: er is geen besluitvaardigheid waardoor het gevoel ontstaat dat je stilstaat;
- een te grote groep.



is dat als de juiste mensen bij elkaar zitten, het dan wel goed komt. Ook de grootte van de groep is een valkuil. Uit onderzoek is namelijk gebleken dat 30% van de Nederlanders tijdens vergaderingen introvert gedrag vertoont. Die hoor je dus niet. Maar om maximale denkeenheid te creëren moeten mensen de ruimte voelen dat zij input kunnen geven. Anders zijn er altijd slechts een paar deelnemers aan het woord."

#### TIJD

Het toekennen van tijd kan ervoor zorgen dat de vergadering niet uitloopt. "Hoeveel tijd je per agendapunt nodig hebt, is sterk afhankelijk of je zelf de tijd mag bepalen of dat je tijdindicatie krijgt, de groeps grootte (iedereen telt, dus je moet ook iedereen aan het woord laten) en de doelstelling per punt. Deadlines zijn vaak nodig om prestaties te leveren, dus tijdsdruk kan de effectiviteit en doelgerichtheid zeker vergroten."

Verder wijst De Haas op het belang van een gezamenlijke afronding. "Ik zie vaak mensen tijdens de vergadering eten of weglopen voor een telefoongesprek. Het gevaar daarvan is dat je met verschillende interpretaties van de gemaakte afspraken de deur uitloopt. Dit kan je voorko-

men door een eenvoudig formaat te gebruiken, genaamd 'batec'. Je begint met het formuleren van een besluit, benoemt vervolgens de acties, je houdt je aan de tijdlijn, bepaalt wie de eigenaar van het doel is en hoe er wordt gecommuniceerd. Wanneer je dit goed aanpakt, hoef je de volgende vergadering alleen maar te controleren of de acties zijn uitgevoerd."

#### EIGEN ROL

De Haas is een voorstander van het toekennen van rollen. "Ik maak daarbij een onderscheid tussen de voorzitter en de technisch voorzitter die de agendapunten beheert. Als een meeting bijvoorbeeld over IT gaat, kan de IT-man het beste deze rol op zich nemen. De voorzitter kan de algemene gang van zaken van de vergadering bewaken, dit kan je beter overlaten aan iemand die affiniteit heeft met het leiden van processen." De rol van notulist zou moeten rouleren, "want anders kan deze persoon nooit een bijdrage leveren en bovendien is deze rol vaak niet populair. Zelf ben ik voorstander van een verslaggever die een algemene weergave produceert in plaats van een gedetailleerd verslag. Overige functionele rollen kunnen die van timekeeper, nar of complimenteuzer goedzak zijn,





maar of je een dergelijke extra rol nodig hebt, is afhankelijk van het doel van de vergadering en de bedrijfscultuur.”

#### VALKUILEN

Bij vergaderingen zijn ook een aantal veelvoorkomende valkuilen aan te wijzen. “Denk aan een te hard werkende voorzitter. Dit is vaak de leidinggevende die bij gratie van zijn functie als voorzitter wordt aangewezen. Hij of zij is vaak veel energie kwijt met de agenda, het verzamelen van documenten, de uitnodiging en het verloop van de vergadering.” Een andere valkuil is dat teamwerking niet als belangrijk wordt ervaren. De Haas: “Bij brandweren en chirurgen is dit essentieel, maar bij veel bedrijven is dit wat minder het geval omdat de noodzaak als minder urgent wordt ervaren. Uit een vergadering moet een goed functionerend team voortkomen om de doelen te kunnen realiseren. Mijn missie is dan ook dat mensen anders

#### OVER ROB DE HAAS

Rob de Haas is de schrijver van het boek ‘Ongewoon Goed Vergaderen. Slimmer. Korter. Inspirerender’. Dit concept is gebaseerd op twee elementen, een set van nieuwe spelregels en een methodiek die bij elke bespreking kan worden toegepast. Uitgangspunten zijn: structuur bepaalt de effectiviteit, organiseer collectieve wijsheid en zie vergaderen als een vaardigheid. Hierop zijn de spelregels en het stappenplan in het boek gebaseerd waar je direct mee aan de slag kan. Ook bevat het boek kaarten met procesgerichte denktechnieken. Met deze kaarten kan de choreografie van de bespreking worden samengesteld. De Haas geeft ook trainingen, workshop en presentaties. Zijn methode wordt door zowel profit- als non-profit organisaties gebruikt, waaronder in de MICE-branche.

‘Ongewoon Goed Vergaderen. Slimmer. Korter. Inspirerender’  
Uitgever Business Contact. Boek te verkrijgen in de goede boekhandel en bij Bol.com/Managementboek.nl. [ongewoongoedvergaderen.nl](http://ongewoongoedvergaderen.nl)

naar vergaderen kijken, want dat verdient het ook. Vergaderingen zijn bedoeld als inspiratie- en acceleratiemoment voor je werkzaamheden. Geen enkel bedrijf of

organisatie zou er dus tegenaan moeten hikken, maar een vergadering in moeten zetten als een effectief hulpmiddel om doelen te bereiken.”



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](mailto:info@congrescentrum.com)  
[www.congrescentrum.com](http://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](mailto:JSchuring@bilderberg.nl)  
[www.bilderberg.nl](http://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](mailto:info@hotelhaarhuis.nl)  
[www.hotelhaarhuis.nl](http://www.hotelhaarhuis.nl)



## Strandclub en Evenementenlocatie Watergoed!

Tielsestraat 129 | 6675 AC Valburg  
T 0488 - 410 222 | [info@watergoed.nl](mailto: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



FoodValley

# Het kennis- centrum van de agrofood sector

**Sinds 10 jaar wordt het gebied rondom Wageningen aangeduid als FoodValley: het kennishart van de agrofoodsector in Nederland. In het buitenland weten ze het eigenlijk beter dan wijzelf: de kennis in Nederland over productie, opslag, logistiek en handel van voedsel is van topkwaliteit. Wageningen Universiteit en research is het meest bekende instituut. Uit de hele wereld komen hier mensen studeren en onderzoek doen. Om na enkele jaren terug te gaan naar het land van afkomst om daar de voedselketen te versterken.**

**I**n 2011 hebben acht gemeenten een gezamenlijke ambitie geformuleerd: de regio ontwikkelen tot een gebied met één focus: samenwerken aan innovatie op het gebied van agro en food. Boeren en industrie samen. Local en global in het verlengde van elkaar. Inmiddels is de samenwerking verbreed. Partners uit onderwijs, onderzoek, bedrijfsleven en overheid hebben

## FOODVALLEY

Een groene vallei met veel foodbedrijvigheid. Dat was 100 jaar geleden zo; dat is nog steeds zo. FoodValley: een compacte regio, herkenbaar, veel foodkennis en innovaties op gebied van gezonde en duurzame voeding. Natuurlijk, alles is anders nu. De schaal, de technieken, de vraagstukken. Maar nog steeds ontwikkelen en testen we hier kennis en passen deze toe. Al die jaren ontwikkelen we hier nieuwe technieken. En nog altijd is alles hier gericht op innoveren. Proeftuin van de wereld. Dat is FoodValley.

gezamenlijke ambities geformuleerd en werken samen aan uitvoering van projecten. Ervaring leert dat juist in deze samenwerking de kiem ligt voor innovatie. Met food als focus creëert deze samenwerking kansen voor vele partijen in de regio. Hotels, restaurants, transportbedrijven en zorginstellingen pakken ideeën op, vooral door samenwerking aan te gaan. Zo heeft het ziekenhuis in Ede vanuit een alliantie met Wageningen Universiteit zich ontwikkeld tot het Voedingsziekenhuis van Nederland.

FoodValley geniet grote belangstelling vanuit het buitenland. Vele missies bezoeken de regio. Veel landen, onder andere in Azië, willen een vergelijkbaar concept realise-



ren als FoodValley. Miljoenesteden zien Nederland als inspiratie voor de ontwikkeling van duurzame voedselsystemen. Wij hebben elke dag een ruime keuze aan voedsel en ingrediënten. Bovendien is Nederland tweede exporteur in de wereld van agro en food.

Ook ontstaan veel lokale initiatieven. De regio kent een breed scala van producten. Restaurants, cafés en instellingen werken steeds vaker met regionale producten. Het vergroot de betrokkenheid van bewoners en bedrijven bij het concept FoodValley. Het gaat behalve om meer voedsel produceren (vanwege een groeiende wereldbevolking) ook om hogere kwaliteit voedsel: duurzamer en gezonder.

Verbinding en ontmoeting zijn kernwoorden in de plannen van de regio. Juist in een regio kunnen partijen elkaar gemakkelijk ontmoeten. Er is voortdurend aandacht voor het ontwikkelen van relaties tussen spelers uit diverse achtergronden. Machinebouwers werken

met onderzoekers aan broedsystemen voor kuikens. Studenten werken samen met transportbedrijven aan apps voor nieuwe vervoersystemen.

De regio ontwikkelt zich ook als ontmoetingsplaats. Centraal gelegen in het land is de regio een strategisch plaats voor congressen, seminars en meetings. Dankzij passende faciliteiten, bijzondere catering en goede bereikbaarheid kiezen steeds meer organisaties voor deze regio. In de afgelopen jaren is het aanbod van hotelkamers fors gestegen. De variatie in het aanbod van congresfaciliteiten is uitgebreid.

Veel netwerkorganisaties combineren een congres met een bezoek aan een agrofoodbedrijf. De regio kent diverse innovatieve bedrijven die open staan voor bezoeken en rondleidingen. Gecombineerd met lokale catering kunt u uw gasten verrassen en iets verrassends bieden.

[www.regiofoodvalley.nl](http://www.regiofoodvalley.nl)



## Summerclass

# Het evenement dat niemand wil missen

**Hoe kun je je evenement op zo'n manier organiseren dat niemand het wil missen? Dat is een vraag waar menig meetingplanner graag het antwoord op zou krijgen. Roeland Tameling, van Convention Bureau Gelderland, en Erik Peekel, schrijver van het boek 'Het evenement dat niemand wil missen', brengen ervaren meetingplanners samen tijdens een unieke Summerclass. Tijdens dit 24 uur durende evenement, op 27 en 28 juni op verschillende locaties in Gelderland, gaat het tweetal samen met de deelnemers en een aantal gastsprekers op zoek naar inzichten.**

Tekst en fotografie Elly Molenaar

**J**e kunt wel een leuk event organiseren over het organiseren van het perfecte event, maar dan moet je natuurlijk wel zelf het juiste voorbeeld geven. Dat realiseren Tameling en Peekel zich maar al te goed en dat is de reden dat ze niet bepaald over één nacht ijs gaan als het over de organisatie van hun Summerclass gaat. De voorbereidingen zijn in volle gang en over alle facetten van het event denkt het tweetal uitvoerig na. "Ten eerste moet de programmasamenstelling natuurlijk perfect zijn", zegt Peekel, die zelf net als Tameling behoorlijk wat ervaring heeft op het gebied van eventplanning. "Uiteraard zijn inspirerende sprekers onmisbaar. Hans Janssen van DenkProducties komt tijdens de Summerclass vertellen over de programmering en over de marketing van zijn succesvolle seminars. Hij organiseert bijvoorbeeld 'MBA in één dag' met Ben Tiggelaar. Hans leerde ooit van een circusdirecteur dat je je beste spreker direct voor de lunchpauze moet programmeren. Mensen gaan dan met elkaar in gesprek. "Het is wel erg goed hè?!", zeggen ze dan tegen elkaar. Dat zet direct de toon voor de rest van het programma."

### ERVARINGSDESKUNDIGEN

Deelnemers aan de Summerclass zijn stuk voor stuk ervaringsdeskundigen die het klappen van de zweep

kennen. Tameling: "We hoeven hen de basisbeginselen van het organiseren niet bij te brengen. Het gaat niet over de logistiek, maar over het samenstellen van een aantrekkelijk programma én over het uitnodigingstraject en het natraject van je evenement. We willen een verdiepingsslag maken en in het programma genoeg ruimte bieden voor het uitwisselen van ervaringen."

### DOELGROEP

"Een aantrekkelijk evenement is volledig afgestemd op de doelgroep", tipt Peekel. "Allereerst moet je daarom je doelgroep zo goed mogelijk specificeren. Zet de juiste groep mensen bij elkaar. De deelnemers aan de Summerclass zijn bijvoorbeeld stuk voor stuk organisatoren die bij grote ondernemingen actief zijn. Deze personen zullen zich herkennen in dezelfde uitdagingen en kunnen elkaar echt verder helpen. Precies de bedoeling." Bij de Summerclass zijn slechts zestig plaatsen beschikbaar, de meest verrassende inzichten worden na afloop gedeeld met een bredere doelgroep.

De Summerclass start op 27 juni met een zomerse lunch bij Watergoed langs het water in het Betuwse Valburg. 's Avonds verplaatst het gezelschap zich naar Papendal voor het diner, een sportieve workshop en de overnachting. De volgende ochtend wordt het inhoudelijke programma voortgezet in het Safari Meeting Center van Burgers' Zoo in Arnhem en afgesloten met een lunch.

### DEZE SUMMERCLASS NIET MISSEN?

Je kunt er bij zijn! Er zijn vier gratis plaatsen gereserveerd voor lezers van Meeting Magazine. Je moet wel meetingplanner zijn om deel te nemen. Meld je aan via [r.tameling@conventionbureau.nl](mailto:r.tameling@conventionbureau.nl) o.v.v. kaart via Meeting Magazine. Let op: vol is vol.

[www.conventionbureau.nl](http://www.conventionbureau.nl)



## Green Key

U zoekt een inspirerende locatie voor een heidesessie met uw team. Een duurzame vergaderlocatie in een stad met uw buitenlandse gasten. Of een congreslocatie met een duurzaam karakter en met een comfortabele ontvangst. De Green Key accommodaties bieden u dat, zonder het milieu onnodig te belasten. Kwaliteit en duurzaamheid gaan hand in hand.

Onderstaand hebben wij een selectie voor u gemaakt van locaties die duurzaamheid volledig in hun bedrijfsvoering hebben opgenomen.

Op [www.meetingmagazine.nl/locaties](http://www.meetingmagazine.nl/locaties) vind u nog meer Green Key locaties. U kunt in de zoekcriteria zoeken op locaties met een brons, zilver of goud certificaat



### Hotel Mitland

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



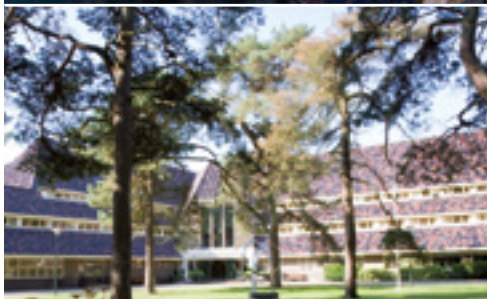
### de Baak Seaside

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



### Landgoed de Horst

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



### Woudschoten

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



### Congrescentrum De Werelt

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



### Van der Valk Hotel Haarlem

Haarlem - [E Haarlem@valk.nl](mailto:Haarlem@valk.nl)  
[I www.hotelhaarlem.nl](http://www.hotelhaarlem.nl)



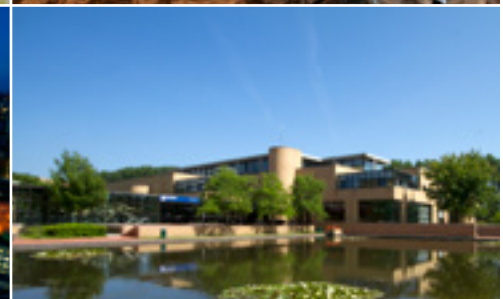
### Kontakt der Kontinenten

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



### Amsterdam Arena

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



### Museon

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



### CORPUS congress Centre

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



### De Bonte Wever

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



### Holiday Inn Leiden

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





## Doelen

Tegenwoordig is het een soort mantra: een event is een middel om doelen te realiseren. Dit is iets dat door velen wordt (h)erkend. Het is dan ook niet vreemd dat dit vaak een vast onderdeel in mijn trainingen is. Zo maar lukraak iets organiseren omdat "het toch ieder jaar wordt georganiseerd", is niet meer van deze tijd.

Toch komt het nog vaak voor, zo bleek in de afgelopen weken. In februari gaf ik een workshop en ik startte met dit onderwerp. Ik vroeg: "Wie pakt direct de telefoon, als je wordt gevraagd een locatie te boeken voor een bijeenkomst voor 150 personen op 25 januari?" Vingers vlogen de lucht in. "Wat moet ik anders!?", was de ontstemde reactie van een deelnemer.

Nou gewoon: DOORVRAGEN! Waarom wil je dat organiseren? Wat wil je bereiken? Wat maakt dat dit georganiseerd moet worden? Wat missen mensen als je het niet organiseert? Enfin, maakt niet zo veel uit hoe je het vraagt, als je de opdrachtgever maar laat vertellen over wat zijn hart sneller doet kloppen voor deze bijeenkomst. Niet alleen datum, aantal mensen, gewenst programma maar de 'why', om in termen van Simon Sinek's Golden Circle te spreken.

Afgelopen week was er weer een training waar we met dit onderwerp startten. Bij een brainstormsessie na de introductie was ik aanvankelijk bang voor wat afhakers. Je ziet dan iets gebeuren in de alertheid, in de houding van de deelnemers. Na de brainstorm vertelden we in meer detail waarom dit zo belangrijk is en wat je er mee bereikt. Toen werden mensen minder sceptisch.

Wat een feest toen we in de feedback na de training terugkregen dat iedereen met het geleerde aan de slag wilde om te professionaliseren. De vrijblijvendheid van "het leuk organiseren van events" voor deze instelling was getransformeerd naar een slimmer proces met de juiste uitgangspunten! Ik ben benieuwd of onze opdrachtgever de doelstellingen met deze training gaat realiseren ... Over enkele maanden weet ik het als ik naar de impact van mijn training ga informeren!

***Ingrid Rip***

Eigenaar RREM

Directeur/Partner InControl B.V.



## Nieuwe eventruimte bij nhow Rotterdam: The Loft

nhow Rotterdam is sinds de opening in januari 2014 een hotspot voor toeristen, zakelijke reizigers en rasechte Rotterdammers. Het viersterren designhotel is gevestigd in het iconische gebouw 'De Rotterdam' en is zowel van buiten als van binnen ontworpen door de gerenommeerde architecten van OMA, opgericht door Rem Koolhaas.

**H**et hotel is net zo vooruitstrevend en innovatief als de stad zelf. Architectuur en design spelen een belangrijke rol en het hotel staat qua stijl en inrichting geheel in het teken van deze thema's. Zo typeert het design zich door de contrasten tussen hoogwaardig afgewerkte materialen zoals spiegels en goudtinten en ruwe materialen als staal en beton en is de lobby een wisselend expositieplatform dat gasten verrast en inspireert. nhow Rotterdam prikkelt niet alleen de zintuigen van leisure gasten, ook op gebied van M&E blijft het hotel zich ontwikkelen. Sinds begin april is nhow Rotterdam een nieuwe state-of-the-art meetings & events locatie rijker: The Loft.

### THE LOFT

nhow Rotterdam beschikt reeds over uitstekende conferentiefaciliteiten met acht multifunctionele zalen. Het congrescentrum bevindt zich op de zesde verdieping

### THE LOFT - A LIMITLESS LOCATION

- \* 700 m<sup>2</sup>
- \* Capaciteit tot wel 500 gasten
- \* Unieke open ruimte; 'Create everything, unlike anything'
- \* Spectaculair uitzicht op de Erasmusbrug en skyline van Rotterdam met raampartijen van vloer tot plafond
- \* Uitstekende F&B mogelijkheden
- \* State-of-the-art AV-faciliteiten
- \* Gesitueerd in het iconische gebouw 'De Rotterdam', ontworpen door OMA/Koolhaas

en profiteert van natuurlijk daglicht met een bijzonder uitzicht over de Erasmusbrug en de skyline van Rotterdam. Door de enorme belangstelling voor nhow Rotterdam als meeting- en eventlocatie, was er snel behoefte aan nog meer ruimte.

De toevoeging van The Loft is dan ook een uitstekende aanvulling op het huidige M&E aanbod.

"We zijn erg blij met de uitbreiding van onze capaciteit. Door de opening van The Loft zijn we in staat om de vraag van grotere groepen te bedienen en bieden we een inspirerende locatie aan met schitterend uitzicht", aldus Hermann Spatt, Hotel Director van nhow Rotterdam.

The Loft kenmerkt zich door 700 m<sup>2</sup> flexibele ruimte met een rauwe, industriële uitstraling en een spectaculair uitzicht. The Loft heeft een capaciteit tot 500 gasten en kan helemaal custom-made worden ingericht door middel van de verschuifbare wanden, de mobiele bar-



ren, state-of-the art AV-faciliteiten en uiteraard een hoogstaand F&B-aanbod.

Deze flexibiliteit stelt nhow in staat om de ideale setting te bieden voor elk soort evenement. “Van product launches tot fashion shows, van congressen tot grote diners, The Loft is ontworpen om te inspireren op spectaculaire wijze. Het is met recht een ‘Limitless Location’, “ aldus Hermann Spatt.

#### BAR/KITCHEN

Hotelgasten, passanten en culi-lovers weten inmiddels al goed de weg te vinden naar nhow's BAR/KITCHEN op de zevende etage. Mede door het unieke uitzicht op de skyline, een prachtig terras aan de Maas en een zeer aantrekkelijke kaart met gerechten en cocktails, is dit een perfecte locatie. BAR/KITCHEN is in 2014 verkozen tot ‘Best Hotel Bar of Rotterdam 2014’. Het hotel als geheel kreeg een award voor ‘Best Hotel Design’ tijdens

de Entree Hospitality & Style Awards in datzelfde jaar.

#### HOTELKAMERS

nhow Rotterdam heeft 278 kamers. In de Sunrise-kamers geniet je iedere ochtend van een prachtige zonsopkomst en kijk je uit op Rotterdam-Zuid. Het uitzicht in de Sunset-kamers is mogelijk nog spectaculairder; kamerhoge raampartijen zorgen dat de gast ‘front-row’ zit tijdens zonsondergang en kan genieten van de skyline van Rotterdam, de Maas en de Erasmusbrug. De Horizon-suites zijn gelegen op de hoeken van het hotel en beschikken over een apart woon- en slaapgedeelte. De kamers zijn onder design van OMA/Rem Koolhaas ingericht en beschikken over alle moderne voorzieningen.

#### NHOW

nhow is iconisch, inspirerend en verrassend, vanaf de ingang van het hotel en de

lobby tot de kamers, de restaurants, de gangen, de vergaderzalen en de creatieve ruimtes. Elk nhow hotel is in staat een dynamiek om zich heen te creëren waar mensen graag samenkomen; niet alleen om er te vergaderen of te overnachten maar ook als trefpunt voor het uitgaansleven. nhow biedt gasten een unieke hotelervaring, waaronder een hoogstaand gastronomisch aanbod, faciliteiten en services die de evenementervaring versterken.

nhow Rotterdam, geopend sinds 2014, is het eerste nhow hotel in Nederland. In 2019 wordt de tweede Nederlandse vestiging van het designmerk geopend, nhow Amsterdam RAI. Met 650 kamers is dit viersterrenhotel, ontwikkeld door de wereldberoemde architecten van OMA/Koolhaas, het grootste hotel in de Benelux.

# Toplocaties langs de Kust



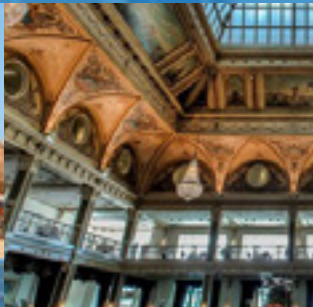
## Deltapark Neeltje Jans

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



## Fletcher breidt uit met drie Gelderse hotels

Per 1 juni behoren De Wageningsche Berg, Landgoed Avegoor en Frerikshof bij Fletcher Hotels. Daarmee heeft de hotelketen 73 hotels in haar bezit. De drie hotels maakten voorheen onderdeel uit van Jaap Venendaal Groep. Eerder kocht de keten al Hampshire De Eese en Mercure Leidschendam. De keten heeft is met de recentste overname een stapje dichterbij de ambitie om door te groeien naar 100 hotels. Fletcher is nu al de grootste hotelketen van Nederland.

CEO Rob Hermans beschouwt de drie nieuwe telgen als een enorme verrijking voor Fletcher. "De hotels begeven zich alle drie in een ander segment. Ook zijn ze gelegen op unieke locaties." In Hotel-Restaurant De Wageningsche Berg in Wageningen zijn 108 kamers, 5 vergaderzalen, bar, à la carte restaurant, brasserie en fitnessruimte te vinden. Landgoed Hotel Avegoor in Ellecom beschikt over 73 kamers, 15 vergaderzalen, een à la carte restaurant, een binnenzwembad en een buitentennisbaan. Hotel-Restaurant Frerikshof in Winterswijk biedt 69 kamers, 4 vergaderzalen, bar, à la carte restaurant, binnenzwembad en bowlingbanen.



## Postillion Hotels introduceert uniek vrouwenlabel

Bij Postillion Hotels weten ze precies wat de vrouwelijke gast dagelijks beweegt en waar hun behoeften liggen als zij gebruik maken van de faciliteiten en services van de hotels. Om nog beter aan te sluiten op de wensen van de vrouwelijke zakengast introduceert Postillion Hotels vanaf mei 'Female Touch'. Een handig pakket met essentials die goed van pas komen bij een overnachting op een van de locaties. 'Naast het handige essentials pakket, biedt Postillion Hotels tijdens het verblijf diverse services.' 'Zo bieden zij kamers dichtbij de lift, een föhn op de kamer en benefits op de damestoiletten, alles om het verblijf bij Postillion zo comfortabel mogelijk te ervaren.' 'Bij boeking is het wel noodzakelijk dat de gast aangeeft gebruik te willen maken van de 'Female Touch', aldus Mathilde van der Weerd, directeur Postillion Hotels. Postillion Hotels introduceerde al eerder de 'Woman friendly' parkeerplaatsen, die zeker niet bedacht zijn vanuit het cliché dat vrouwen niet zouden kunnen inparkeren. De 'Woman friendly' parkeerplaatsen zijn bedacht vanuit de benefit om extra dichtbij te parkeren mocht het regenen of donker zijn bij arriveren of vertrek. Deze parkeerplaatsen zijn namelijk extra goed verlicht en bieden dus extra veiligheid. Deze service ontstond nadat Postillion een sterke toename zag van het aantal vrouwelijke gasten aan meetings, congressen en events die in de locaties georganiseerd worden. Maar ook de Business Point faciliteiten trekken steeds meer zelfstandige en ondernemers, waaronder zakenvrouwen.

[www.postillionhotels.com/nieuws/female-touch.htm](http://www.postillionhotels.com/nieuws/female-touch.htm)

## Praag: 11e plaats op ranglijst populairste congresdestinaties

Op de ranglijst van steden wereldwijd waar associatie-bijeenkomsten worden gehouden, eindigde Praag op de 11e plaats. De jaarlijks samengestelde ranglijst wordt opgesteld door de International Congress and Convention Association (ICCA). In 2015 werden in Praag 123 associatie-bijeenkomsten georganiseerd, wat een stijging is van 4,2% ten opzichte van 2014.

De eerste plaats werd ingenomen door Bertlijn, met 195 meetings. Parijs, dat in 2014 de eerste plek bezette, eindigde nu als tweede met 186 bijeenkomsten; de derde plaats ging naar Barcelona (180), gevolgd door Wenen, Londen, Madrid, Singapore, Istanbul, Lissabon en Kopenhagen. De eerste zeven plaatsen worden ingenomen door dezelfde steden als in 2014, alleen de noteringen

verschillen. Veel van de top 20 destinaties zagen een daling in het aantal meetings, wat kan duiden op een meer gelijkmatige verdeling van events onder de andere steden. Hoewel het aantal associatie-bijeenkomsten dat in Praag werd gehouden, toenam, daalde de stad van de 10e plaats die het in 2014 innam, naar de 11e plek in 2015. In totaal registreerde de ICCA een record aantal internationale meetings van meer dan 12.000.

"Ik beschouw de toename van het aantal meetings in Praag als een heel positieve ontwikkeling. We zien dit fenomeen ook terug in onze statistieken gebaseerd op de gegevens van onze leden," aldus Roman Muška, Managing Director van het Prague Convention Bureau. "Het doel van het

Prague Convention Bureau is om deze ontwikkeling de komende jaren te stimuleren en ook om een vaste plek te veroveren in de top 10 van de congres-destinaties wereldwijd."

Volgens het Tsjechische Bureau voor de Statistiek vond eenderde van alle associatie- en zakelijke congressen die werden gehouden in de Tsjechische republiek, plaats in Praag. Afgelopen jaar werden in Praag 4.187 meetings gehouden, wat een toename is van 14% ten opzichte van 2014.



# “Ons doel is de gast een fantastische ervaring mee te geven”

**Hotelketen Bilderberg onderscheidt zich al meer dan honderd jaar met goede service op prachtige locaties. Op dit moment ondergaan de hotels een uitgebreid transformatieprogramma. Het doel: persoonlijke aandacht bij vergaderingen, meer groene conferentiemogelijkheden en vernieuwende culinaire concepten.**

Tekst Stèfan van der Steen

**B**ilderberg heeft 17 hotels, verspreid over zowel de grote steden als de provincie, en 1400 medewerkers. In deze periode van economisch herstel ziet de keten door toename in de bezetting en bestedingen, zowel door de week als in de weekenden, dat de hotel-industrie weer de wind in de rug heeft. Om hierop in te spelen heeft Bilderberg een investeringsplan opgesteld met als doel de keten te vernieuwen en zelfs te transformeren. Het plan gaat verder dan alleen de renovatie van hotelkamers en vergaderzalen. Algemeen directeur Dries van der Vossen vertelt: “Bilderberg heeft een reputatie hoog te houden. Ook de komende jaren willen we ons onderscheidend positioneren aan de bovenkant van de

markt door middel van kwaliteit, service en persoonlijke aandacht naar onze gasten toe. Met ons renovatie- en transformatieprogramma willen we deze kwaliteitsaspecten nog duidelijker in onze hotels tot uitdrukking laten komen. Halverwege 2017 zullen alle hotels een vernieuwingsslag hebben ondergaan.”

## PERSOONLIJK MAATWERK

Bilderberg heeft een hele duidelijke keuze gemaakt wat betreft haar zakelijke doelgroep. Van der Vossen legt uit: “Wij zijn traditioneel een sterke speler in de vergadermarkt. En we geloven dat deze markt de komende jaren nog flink zal groeien. Vanwege kostenbeheersing vergaderden veel bedrijven de afgelopen jaren vaak in-house, maar in deze periode van economisch herstel zetten ze veel meer in op groei. Dit betekent dat de budgetten voor trainingen en vergaderingen stijgen. Daar spelen wij als aanbieder op in met een product dat verder gaat dan alleen de traditionele vergaderzaal. We willen maatwerk leveren aan de gasten, waarin persoonlijke aandacht centraal staat. En daarbij denken we niet alleen aan verlichting, audiovisuele middelen en wifi – want dat

moet gewoon goed zijn, en is bij ons zelfs vooruitstrevend – maar ook de persoonlijke service die je daaromheen aanbiedt. We willen heel duidelijk ingaan op de specifieke wensen en eisen van de gast en hoe die zijn meeting wil inrichten. Dat doen we soms ook samen met hulp van partners. Een voorbeeld hiervan is de samenwerking met The Brown Paper Company, een adviesbedrijf op het gebied van het creëren en implementeren van de ultieme klantbeleving. Ons doel is zo de gast een fantastische ervaring mee te geven.”

#### GROEN

Bilderberg heeft zeven vestigingen op de Veluwe, een gebied dat historisch altijd heel belangrijk voor de keten is geweest. Van der Vossen: “We willen sterk zijn in de steden, maar verliezen onze herkomst van de Veluwe zeker niet uit het oog. De natuur gaat namelijk een belangrijke rol spelen in hoe mensen een bijeenkomst willen beleven. Uit gesprekken met onze gasten kwam duidelijk naar voren dat men

ervoor kiest naar de Veluwe te gaan omdat men naar buiten wil, en juist in het groen wil verblijven. Bij onze Veluwse conferentielocaties is dat groene element onderdeel van het geheel. Juist daar bieden we een heel onderscheidend product op het gebied van ‘groene’ meetings.” Volgens Van der Vossen is dat product niet alleen voor de binnenlandse, maar ook voor de buitenlandse markt bijzonder interessant: “Onlangs sprak ik een grote Chinese tour-operator die me vroeg naar wat hij noemde ‘dat fantastische park in Amsterdam, waar je uren kan rijden’. Toen bleek dat hij het over de Veluwe had. Hij legde uit dat hij in Shanghai twee uur moet rijden voor hij een boom ziet. Doordat mensen steeds mobieler worden, wordt Nederland in de beleving steeds kleiner. Wat mij betreft promoten we de Veluwe als het stadspark van Amsterdam.”

#### CULINAIR

Bilderberg zet met het transformatietraject ook extra in op de culinaire beleving. Bij

verschillende hotels zijn nieuwe concepten geïntroduceerd, vaak in samenwerking met topchefs. Van der Vossen: “In De Kersentuin, het restaurant van het Bilderberg Garden Hotel Amsterdam, zijn we de samenwerking aangegaan met Stefan van Sprang. In Rotterdam is Erik van Loo nauw betrokken bij The Park in Parkhotel Rotterdam. Deze chefs hebben ieder twee Michelinsterren. Bovendien heeft Arjan Bisschop van De Heeren van Harinxma in Lauswolt vorig jaar zijn eerste Michelinster gekregen. En Tonny Berentsen, chef-kok van De Kromme Dissel in Heesum, is ook goed voor een ster en heeft die zelfs al 45 jaar op rij. Als executive chefs drukken zij hun culinaire stempel op de signatuur van onze restaurants. Dit slaat enorm aan. Ook hiermee hebben we een hele sterke troef in handen die perfect aansluit bij ons meetingproduct.”

[www.bilderberg.nl/business](http://www.bilderberg.nl/business)



# VARENDE EVENTS IN EEN STEEDS VERANDEREND DECOR



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

GA VOOR MEER INFORMATIE NAAR ONZE WEBSITE [WWW.SPIDO.NL](http://WWW.SPIDO.NL) OF BEL **010 - 275 99 89**

CARLTON  
PRESIDENT  
UTRECHT MAARSSSEN



**WE MAKE YOUR  
BUSINESS EVENT  
ONE TO BE  
REMEMBERED**

our excellent and personal service  
is an experience you won't forget

Ga naar [CARLTON.NL/PRESIDENT](http://CARLTON.NL/PRESIDENT) of bel Anne 030 2425900  
Volg ons op [instagram.com/carltonutrecht](https://www.instagram.com/carltonutrecht)

*Let's make a memory!  
Groetjes, Anne*

**ECC LEIDEN**  
EVENT & CONVENTION CENTER

[eccleiden.com](http://eccleiden.com)



**... voor spetterende  
evenementen**

**en succesvolle  
congressen!**



Voor evenementen en congressen van 25 - 2500 personen  
"Black Box" concept | Totale oppervlakte van 2700 m<sup>2</sup>  
Plenaire zaal van 7 meter hoog | 1775 m<sup>2</sup> Vrije vloeroppervlakte  
Eigen entree | Ruime parkeergelegenheid | Onder één dak met hotel  
Holiday Inn Leiden | 14 Vergaderzalen | 200 Hotelkamers

ECC Leiden is owned and operated by Holiday Inn Leiden

Haagse Schouwweg 10 | 2332 KG Leiden  
T: 071 - 53 55 523 | E: [info@ECCLeiden.com](mailto:info@ECCLeiden.com) | [/ECCLeiden](https://www.facebook.com/ECCLeiden) | [@ECCLeiden](https://www.instagram.com/ECCLeiden)  
[eccleiden.com](http://eccleiden.com)





# Een dagje meedraaien met Martijn Afink

**Martijn Afink (39) is geboren en getogen in het Overijsselse Almelo, woonachtig in Nieuw-Vennep en momenteel werkzaam in de Rotterdamse havenstad. Na zijn studie op de Hotelschool te Almelo is hij doorgegroeid van afwasser tot hotelmanager en sinds september 2015 Operations Manager Meetings & Events op het ss Rotterdam. Als eindverantwoordelijke voor alle meetings en events op het ss Rotterdam, houdt Martijn zich dagelijks bezig met drie hoofdingrediënten van een geslaagd evenement: een mooie locatie, een goede sfeer en een verzorgde organisatie. Oftewel: The start of new memories!**

**H**et is vroeg als Martijn met zijn auto het parkeerterrein oprijdt. Zijn dag start met een ronde langs alle operationele afdelingen. In de zalen zijn de partymanagers bezig om alles klaar te zetten. De eerste gasten worden al ontvangen. Het loopt allemaal voorspoedig waardoor Martijn op kantoor zijn eerste kopje koffie kan nuttigen terwijl hij ondertussen de planning doorneemt. Hij wordt gebeld omdat er een groep gasten

is gearriveerd die een meerdaags congres hebben aan boord. Hij loopt eerst nog even langs de Rooms Division Manager om te vragen of de hotelkamers straks op tijd klaar zijn. Daarna worden handen geschud en het programma met de opdrachtgever, partymanager en de technicus doorgesproken.

Ik vraag aan Martijn wat hij nou het leukste vindt aan zijn werk: "Deze dag is

een goed voorbeeld; een congres in het Theatre, een condoleance in een voormalige dinerzaal, een huwelijk in de Grand Ballroom en in de meetingzalen diverse vergaderingen. Deze variatie en een gepassioneerd team dat op een bevlogen wijze de werkzaamheden verricht, maken mij een gelukkig mens."

Na een aantal telefoontjes en e-mails met diverse leveranciers is het tijd om de lunch klaar te zetten in het restaurant Club Room. Aansluitend staat er in de nieuwe cateringkeuken een bespreking met de chef op de planning om de laatste punten voor het diner morgen van een belangrijke delegatie door te spreken. Tijdens deze bespreking komt onder andere ook de nieuwe culinaire invulling ter sprake. Martijn sluit zijn dag af met een aantal kwaliteitscontroles en bereidt alvast weer de nieuwe dag voor.

Het was een inspirerende dag om mee te draaien. Martijn: "Niets is zo mooi als een event geslaagd is en we de verwachtingen op het gebied van beleving en gastvrijheid weten te overtreffen."

[www.ssrotterdam.nl](http://www.ssrotterdam.nl)

Resideren op niveau?

Gelderland levert je mooie streken...



Voor een bijzondere ontmoeting, ga naar [conventionbureau.nl](https://www.conventionbureau.nl)



## Dag en nacht bezig zijn met je vak

Door smartphone en tablet zijn we tegenwoordig vaak letterlijk dag en nacht met ons werk bezig. Maar ook zonder die hulpmiddelen kun je een betrokkenheid of bezetenheid hebben die je bijna niet kunt uitschakelen. Dat kan best vermoeiend zijn. Helemaal als het werk je zorgen baart. Maar ook kan het belastend zijn als alles wat je ziet en meemaakt nuttig materiaal voor je is, zoals dat geldt voor roman- en liedjesschrijvers, voor journalisten, voor redacteuren van magazines en praatprogramma's en voor cabaretiers. Ja, zelfs modeontwerpers en inkopers van warenhuizen kunnen altijd en overal iets in zien dat bruikbaar is voor hun werk.

### Onbevangen

Beroepsdeformatie noemen ze het, als je de wereld nog enkel ziet door de bril van je vak. Dat is niet altijd leuk voor je omgeving. Toen ik zelf nog congresontwikkelaar was, kon ieder maatschappelijk probleem een congresonderwerp worden, iedere expert op tv een spreker of researchcontact. Ik noteerde dag en nacht ideeën en namen en was al 35 jaar geleden onafscheidelijk vergroeid met een digitaal notitieboekje. Op menig verjaardagsfeestje kon je mij naar mijn Casio of Palm PDA zien grijpen. En ook nu nog zet ik alles wat geschikt is voor mijn werk of columns in mijn telefoon. Zoals wat ik op de radio hoor van Coen Verbraak over zijn tv-serie 'Kijken in de ziel van schrijvers'. Hij vertelt hoe sommige romanschrijvers de onbevangenheid verliezen om te genieten van wat andere schrijvers geproduceerd hebben. Ik kan zelf ook mijn professionele oordeel niet uitschakelen voor hoe een congres georganiseerd is of hoe comfortabel hotels en vergaderlocaties zijn, zelfs als ik op vakantie of zomaar in een buurtbijeenkomst ben. En evenzo fascineert het me mateloos hoe cabaretiers twee uur vol praten, hoe sprekers pakkend weten te presenteren, hoe goed of slecht voorbereid interviewers zijn - ik ben fan van Sven Kockelmann - en hoe wervend een reclametekst opgesteld is.

### Bewondering

Maar let op, ik ben niet jaloers of gefrustreerd hoor, want ik heb niks te klagen over mijn eigen creativiteit of productiviteit. Ik ben ook niet extra kritisch of negatief over het werk van anderen. Ik heb juist eerder bewondering voor wat er gepresteerd wordt omdat ik weet hoe moeilijk het is om iets moois neer te zetten. Verder vind ik dat je ook gewoon veel kunt leren van de dingen die niet goed zijn. Op zo'n moment denk ik: "Da's waar ook, niet alles is voor iedereen even vanzelfsprekend." En dat is nou precies waarom de inspectielijsten van de congres- en vergaderclassificatie zo lang zijn voor het toekennen van vergaderhamers aan meeting locaties. Van de 140 checkpunten zijn er tientallen die voor de hand lijken te liggen, maar lang niet altijd in orde bevonden worden. En bij de meeste gasten pas ergernis of verbazing oproepen als ze mis zijn. Zoals wanneer er te weinig toiletten zijn, vooral in congreslocaties waar een leegstromende zaal er tegelijk massaal gebruik van wil maken. Zie je ook de rij bij de dames-wc's al voor je? Daarom eisen we ook dat er meer toiletten voor dames dan voor heren zijn, terwijl het vaak andersom is. Als je precies wilt weten wat de eisen zijn, kijk dan eens op [Vergaderhamer.nl](http://Vergaderhamer.nl) bij de Classificatieregeling.

Nee, ik vind het niet vermoeiend om 24x7 met mijn vak bezig te zijn. Integendeel, ik krijg er meer energie van dan dat het me kost.

### *Ton Soons*

Directeur Congres- en Vergaderclassificatie.

Reageren? Mail naar [info@vergaderhamer.nl](mailto:info@vergaderhamer.nl).

# 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](http://WWW.VERGADERHAMER.NL)  
[WWW.VERGADERHAMER.BE](http://WWW.VERGADERHAMER.BE)

Postbus 62  
5600 AB Eindhoven  
T 040-84 82 836  
[info@vergaderhamer.nl](mailto:info@vergaderhamer.nl)



Van der Valk  
Hotel Princeville Breda

Princenhagelaan 5  
4813 DA Breda  
T 076 522 60 55  
E [princeville@valk.com](mailto:princeville@valk.com)  
I [www.hotelprinceville.nl](http://www.hotelprinceville.nl)



Van der Valk  
Hotel Ridderkerk

Krommeweg 1  
2988 CB Ridderkerk  
T 0180 64 69 10  
E [sales@ridderkerk.valk.com](mailto:sales@ridderkerk.valk.com)  
I [www.hotelridderkerk.nl](http://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](mailto:inforeserveringen@udenvegheh.valk.com)  
I [www.hoteludenvegheh.nl](http://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](mailto:events@vught.valk.com)  
I [www.hotelvught.nl](http://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



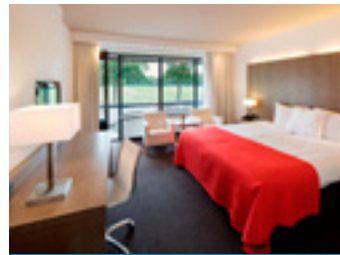
**Van der Valk  
Hotel Arnhem**

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 Landgoed Ehzerwold

Ehzerallee 14  
7218 BS Almen  
T 0575-431143  
E info@ehzerwold.nl  
I www.ehzerwold.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 reserveringen@domusmedica.nl  
I www.domusmedica-congrescentrum.nl



### 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



In 2016  
vieren wij  
ons 50 jarig  
jubileum



### 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](http://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](mailto:info@vergaderhamer.nl) - [www.vergaderhamer.nl](http://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](mailto:info@congresscare.com)  
I [www.congresscare.com](http://www.congresscare.com)




**Cygnea**

A perfect day

Cygnea

Achterwetering 23  
2871 RK Schoonhoven  
T 0182 320126  
E [info@cygnea.nl](mailto:info@cygnea.nl)  
I [www.cygnea.nl](http://www.cygnea.nl)

Het Congresbureau



**Congresbureau  
Erasmus MC**

Burg. s' Jacobplein 51  
3015 CA Rotterdam  
T 010 – 704 3878  
E [congresbureau@erasmusmc.nl](mailto:congresbureau@erasmusmc.nl)  
I [www.hetcongresbureau.nl](http://www.hetcongresbureau.nl)



**Congress  
by design**

Congres by Design

Kloosterweg 6c  
3481 XC Harmelen  
T 088 - 0898101  
E [info@congressbydesign.com](mailto:info@congressbydesign.com)  
I [www.congressbydesign.com](http://www.congressbydesign.com)



## De Bonte Wever Assen breidt fors uit

De toevoeging van 78 nieuwe hotelkamers, twee restaurants, een lobby, Grand Café, recreatieruimte, een nieuwe entree, een multifunctionele congres- en evenementenlocatie en meerdere (vergader)zalen maken De Bonte Wever in de toekomst een nog grotere landelijke speler op het gebied van hotellerie, evenementen en (zakelijke) bijeenkomsten. In maart jl. werd de 400-meter ijsbaan van De Bonte Wever in Assen gesloten. Inmiddels zijn de plannen op deze vrijgekomen locatie binnen De Bonte Wever bekend. De Bonte Wever in Assen breidt fors uit. Het viersterrenhotel zal worden uitgebreid met 78 kamers en heeft in de toekomst 261 kamers met een capaciteit van 620 bedden. De lobby van het hotel wordt fors uitgebreid, alsmede de parkeervoorzieningen voor de hotelgasten. Daarnaast wordt er een buffetrestaurant gerealiseerd met een capaciteit voor 900 gasten. Het restaurant is zowel bestemd voor de hotelgasten, als voor passanten en krijgt een nieuw concept met bijvoorbeeld show-cooking. Naast het buffetrestaurant wordt aan de zijde van de Europaweg een nieuw à la carte restaurant gerealiseerd. Beide restaurants worden voorzien van buitenterrassen. Naast nieuwe restaurants worden extra faciliteiten voor hotelgasten toegevoegd. Een nieuwe recreatieve ruimte met buitenterras biedt straks vermaak, sport en spel aan jong en oud. Ook het uitgaanscentrum van De Bonte Wever wordt vergroot. Middels de bouw van een nieuw Grand Café, direct grenzend aan de huidige Caféstraat wordt onder andere een geheel nieuwe, sfeervolle locatie gecreëerd voor besloten feesten, partijen en (zakelijke) borrels. Het evenementencentrum krijgt een grote boost. Door de realisatie van een nieuwe multifunctionele locatie van 900 m<sup>2</sup> heeft De Bonte Wever straks twee grote zalen beschikbaar voor beurzen, concerten, festivals, sportieve evenementen en meer. De zalen zijn onderling gekoppeld door het uitgaanscentrum, waardoor deze nog meer bij evenementen betrokken kunnen worden. De nieuwe evenementenlocatie biedt straks plaats aan meer dan 5000 gasten indoor en vergroot de mogelijkheden tot organisatie van evenementen enorm. [www.debontewever.nl](http://www.debontewever.nl)

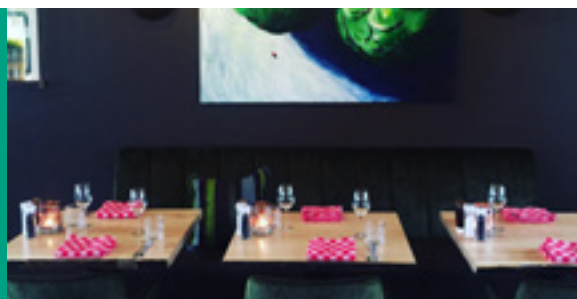
## Vijf hamers voor Hotel Van der Valk Sassenheim-Leiden

Na een uitgebreide inspectie ontving Hotel Van der Valk Sassenheim-Leiden in mei de hoogst mogelijke onderscheiding voor congres- en vergaderaccommodaties in Nederland: 5 vergaderhamers. Ab de Bruijn, directeur Van der Valk Sassenheim-Leiden: "Eind 2015 is ons hotel volledig verbouwd en uitgebreid met 16 multifunctionele congres- en vergaderzalen. Bij alles wat we doen, staat de beleving van onze gasten centraal. Dat we nu deze kwaliteitserkenning ontvangen, daar zijn we als team ontzettend trots op." Mevrouw Simone Verdaasdonk, inspecteur van de organisatie Congres- en Vergaderclassificatie, schrijft in het juryrapport het volgende over Hotel van der Valk Sassenheim-Leiden: "Bij de recente verbouwing in 2015 heeft men het belang van de gast voorop gesteld. Er is met veel zorg aandacht besteed aan het interieur en de technische middelen zijn van een hoogwaardig niveau. De publieke ruimtes zijn ruim van opzet, maar door middel van kleur of verschillende materialen heeft men in eenzelfde ruimte diverse zit-/vergadergelegenheden gecreëerd. Dit gecombineerd met ruimschoots aanwezige overnachtingsmogelijkheden en parkeervoorzieningen en de ligging nabij de snelweg maakt Hotel van der Valk Sassenheim-Leiden een ideale accommodatie voor één- of meerdaagse bijeenkomsten voor zowel kleine als grote gezelschappen." Vergaderhamers worden op basis van onafhankelijk onderzoek toegekend door Stichting Kwaliteitsregelingen Congres- en Vergaderbranche. [www.vergaderhamer.nl](http://www.vergaderhamer.nl), [www.hotelsassenheim.nl](http://www.hotelsassenheim.nl)

## NIEUW OP BILDERBERG LANDGOED LAUSWOLT: BISTRO NIJEHOLT

Bistro Nijeholt, de nieuwe bistro van Bilderberg Landgoed Lauswolt, is laagdrempelig en informeel van opzet en mikt nadrukkelijk naast de hotelgasten ook op de lokale markt. De naam verwijst naar de grondlegger van het landgoed, dat dateert uit 1867. Gasten van de nieuwe Bistro Nijeholt kunnen dezelfde lokale streekproducten en dezelfde kwaliteit verwachten als in restaurant De Heeren van Harinxma, alleen zijn de bereidingen anders en de prijs ook. "Laagdrempelig, snel, goed en lekker, dat is het karakter van Bistro Nijeholt en hiermee spelen we ook in op de behoefte van de lokale markt, die niet zo snel ons sterrenrestaurant bezoeken. Maar ook voor onze hotelgasten die enkele dagen blijven is Bistro Nijeholt een mooie toevoeging," aldus directeur Marc van Gulick van Bilderberg Landgoed Lauswolt.

De naam is bedacht door een hotelgast en verwijst naar Augustinus Lycklama à Nijeholt die in 1867 het huis Lauswolt heeft laten ontwerpen en bouwen. Bistro



Nijeholt is gevestigd naast de keuken, die is verbouwd om beter zichtbaar te zijn voor de gasten. Zij lopen nu door de keuken naar de bistro.

De kaart van Bistro Nijeholt biedt eerlijke en lokale gerechten. Van Gulick: "We koken hier op het landgoed al jaren met ingrediënten uit onze prachtige veelzijdige regio. De eerste twee weken van de bistro waren een groot succes, we hebben veel gasten uit de omgeving ontvangen en de reacties waren overweldigend." [www.bilderberg.nl](http://www.bilderberg.nl)



MEETING ABROAD

# Top meeting hotels in Europa

Onlangs presenteerde Cvent voor de eerste keer een top-50 lijst van hotels voor meetings en events in Europa. De resultaten zijn samengesteld en verzameld op basis van de boekingsactiviteiten voor meetings en events via haar Cvent Supplier Network. De bedoeling is dat dit onderzoek jaarlijks wordt uitgevoerd, net zoals de Amerikaanse tegenhanger.



In de periode waarin het onderzoek werd uitgevoerd – van januari 2015 tot en met december 2015 – evalueerde Cvent hotelcomplexen die omzet genereren via het Cvent Supplier Network. De complexen werden beoordeeld volgens verschillende criteria, waaronder het zogeheten totaal aantal ‘Requests For Proposals’ (RFP’s, offerte-aanvragen), geaccepteerde RFP’s, totaal aantal overnachtingen per kamer, gerealiseerde overnachtingen, ‘major metropolitan area’ (MMA, grootstedelijk) marktaandeel, conversieratio, en de unieke profielbezoeken van het hotel in het Cvent Supplier Network. De criteria zijn opgesteld om de meest accurate weergave te verkrijgen van de top meeting hotels in Europa. In de lijst die het resultaat is van dit onderzoek, bezet Barcelona twee van de top-3 noteringen van de meeting hotels in Europa. Londen domineert de lijst van 50 met zeven vermeldingen, op de voet gevolgd door Amsterdam en Barcelona met elk zes complexen.

#### TOP-10 HOTELCOMPLEXEN IN EUROPA:

1. Hotel Arts Barcelona – Barcelona, Spanje
2. Hilton Praag – Praag, republiek Tsjechië
3. Hilton Diagonal Mar Barcelona – Barcelona, Spanje

“Dat Hotel Arts Barcelona door Cvent beoordeeld is als het top hotel in Europa voor meetings en events is voor ons een grote eer,”

4. Paris Marriott Rive Gauche Hotel & Conference Center – Parijs, Frankrijk
5. Hilton London Metropole – Londen, Verenigd Koninkrijk
6. Sheraton Frankfurt Airport Hotel & Conference Center – Frankfurt, Duitsland
7. InterContinental Vienna – Wenen, Oostenrijk
8. W Barcelona – Barcelona, Spanje
9. DoubleTree by Hilton Amsterdam Central Station – Amsterdam, Nederland
10. Park Plaza Westminster Bridge London – Londen, Verenigd Koninkrijk

**GROTE EER**

“Dat Hotel Arts Barcelona door Cvent beoordeeld is als het top hotel in Europa voor meetings en events is voor ons een grote eer”, gaf general manager Raúl Salcido als commentaar op de vermelding. “We zien ernaar uit om nieuwe en terugkerende zakelijke reizigers te ontvangen, zowel vanuit Spanje zelf als vanuit andere landen. We streven ernaar dat onze gasten optimaal genieten van onze authentieke service en luxe inrichting en aankleding.”

“Dit alles maakt de hoofdstad van Nederland tot een aantrekkelijke keuze voor MICE-planners van over de gehele wereld.”

**AMSTERDAM**

Cvent gaf ook een overzicht van de meest populaire locaties in Nederland (cijfers tussen haakjes is de positie in de top 50).

1. DoubleTree by Hilton Amsterdam Central Station (no. 9)
2. Amsterdam Marriott Hotel (no. 17)
3. Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre ijVENUES (no. 18)
4. Hilton Amsterdam (no. 28)
5. Hotel Novotel Amsterdam City (no. 31)
6. Renaissance Amsterdam Hotel (no. 48)
7. NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky
8. Mercure Hotel Amsterdam City
9. Radisson Blu Hotel Amsterdam
10. Hotel Casa 400 Amsterdam

David Chalmers, marketing director voor Cvent Europe, geeft aan dat Nederland, en met name Amsterdam, een belangrijke speler is geworden in het Europese MICE landschap. “Vorig jaar eindigde Amsterdam op de vierde plaats in Cvent’s top 25 Meeting Destinations in

**Over Cvent**

Cvent, Inc. (NYSE: CVT) is een toonaangevende cloud-based onderneming voor event management, met meer dan 15.800 cliënten wereldwijd. Cvent biedt event planners software-oplossingen voor online event registratie, locatieselectie, eventmanagement, mobiele apps voor events, e-mail marketing, en internet-onderzoeken. Cvent biedt hotel-eigenaren een geïntegreerd platform waarmee zij de vraag vanuit zakelijke groepen kunnen vergroten door middel van gerichte reclame, en de conversie kunnen verbeteren door middel van specifiek vraag-beheer en oplossingen op het gebied van zakelijke informatievoorziening. Oplossingen van Cvent optimaliseren de gehele waardeketen van het event management en hebben cliënten wereldwijd in staat gesteld, honderdduizenden meetings en events te managen. [cvent.com](http://cvent.com).

Europa, en dat is bepaald geen verrassing gezien het aantal hoogwaardige hotels, locaties, en dienstverlenende organisaties. Ook dit jaar heeft een aantal Nederlandse accommodaties een vermelding behaald in de top 50 hotels voor meetings en events van Cvent, waaronder DoubleTree van Hilton Amsterdam Central Station, Hotel Novotel Amsterdam City en

Mövenpick Hotel Amsterdam City Centre ijVENUES.

Amsterdam biedt ook het Amsterdam RAI Convention Centre met zijn 330.000 vierkante meter beursoppervlak, een schitterende ambiance van grachten, architectuur, en musea van wereldklasse, evenals betaalbare vliegvluchten naar zowel Europese als internationale destinaties.

Dit alles maakt de hoofdstad van Nederland tot een aantrekkelijke keuze voor MICE-planners van over de gehele wereld.”

**AMERIKA**

Behalve het onderzoek naar de Europese markt, voerde Cvent ook een onderzoek uit voor de Amerikaanse markt. Dit onderzoek wordt al enkele jaren achtereen gehouden, en via de website wordt allerlei informatie over de hotels geboden.

“Net zoals in de afgelopen twee jaar heeft Nashville, in de staat Tennessee, twee van de top meeting hotels in de Verenigde Staten.”

**TOP-10 HOTELCOMPLEXEN IN NOORD-AMERIKA:**

1. Omi Nashville Hotel, Nashville, Tennessee
2. Gaylord Opryland Resort & Convention Hotel, Nashville, Tennessee
3. ARIA Resort & Casino, Las Vegas, Arizona
4. The Venetian and Palazzo Resort, Hotel & Casinos, Las Vegas, Arizona
5. Gaylord Texan Resort & Convention Center, Grapevine, Texas
6. Sheraton Denver Downtown Hotel, Denver, Colorado
7. Hyatt Regency Chicago, Chicago, Illinois
8. Hyatt Regency Orlando, Orlando, Florida
9. Fontainebleau Miami Beach, Florida
10. Hilton San Diego Bayfront, San Diego, Californië

Net zoals in de afgelopen twee jaar heeft Nashville, in de staat Tennessee, twee van de top meeting hotels in de Verenigde Staten, en bezet zelfs de twee eerste plekken in de ranglijst van dit jaar (over afgelopen jaar). Nieuwkomers in de top-100 van de lijst zijn onder andere Loews Chicago O’Hare Hotel in Chicago, Illinois, het Renaissance Washington, D.C. Downtown Hotel,





in Washington, Columbia, en Tampa Marriott Waterside Hotel & Marina, in Tampa, Florida. Belangrijke stedelijke gebieden die opvallen in de lijst omdat ze meer dan 10 hotels hebben, zijn onder andere Orlando, Florida met 14 hotels, en Chicago, Illinois en Las Vegas, Arizona, beide met 10 hotels. Andere grotere spelers zijn onder andere Phoenix/Scottsdale, Arizona, met 8 hotels op de lijst, 6 waarvan dit jaar op de ranglijst stegen, en Dallas/Fort Worth, Texas, met 6 hotels in de lijst van dit jaar.

#### OVER CVENT SUPPLIER NETWORK

Met circa 240.000 hotels, resorts en speciale event venues is het Cvent Supplier Network één van 's werelds grootste en meest accurate databases met gedetailleerde informatie over locaties. Het platform, dat in 2015 het uitgangspunt was voor het realiseren van meer dan \$9,8 miljard in meetings en events via zijn 'marketplace', fungeert als een waardevolle zoekmachine voor meeting planners en locatie-selectie wereldwijd. Het Cvent Supplier Network bevat vermeldingen en beoordelingen van hotels en andere accommodaties in meer dan

175 landen. Het bestand kan doorzocht worden en gefilterd op basis van circa 200 meetings en events aspecten. Het Cvent Supplier Network is onderdeel van de Cvent Hospitality Cloud; deze

"Het Cvent Supplier Network bevat vermeldingen en beoordelingen van hotels en andere accommodaties in meer dan 175 landen."

biedt hotels, congresscentra, en andere eventlocaties oplossingen om effectiever gekwalificeerde vraag te genereren voor meetings en events, die vraag efficiënter te managen, en de prestaties te meten op het gebied van gastengroepen. Chalmers: "Met het ontwikkelen van het Cvent

Supplier Network hebben we een stabiele en krachtige marktplaats neergezet die niet alleen waardevolle inzichten biedt in de branche, maar tevens hotel-eigenaren omzet oplevert vanuit gastengroepen doordat zij zich kunnen presenteren aan een grote en mondiale doelgroep van meeting en event planners. Dit is de eerste keer dat we dit onderzoek binnen Europa hebben gehouden, en de resultaten hiervan zullen ongetwijfeld een waardevolle bron van informatie vormen voor geslaagde projecten van meeting- en eventplanners."

[www.cvent.com/rfp/hotels](http://www.cvent.com/rfp/hotels).



## Nieuwe eventruimte in Nekkerhal Mechelen

De voorbije maanden is er in de Nekkerhal hard gewerkt. Alle veranderingen en optimalisaties aan onze locatie gebeuren in het kader van de positionering van de Nekkerhal als multi-format eventlocatie. Zo is de herinrichting van beide inkomzones en alle sanitaire blokken maar het begin van vele nieuwigheden. Artexis Easyfairs zet meer en meer in op evenementen, conventies en conferenties, al dan niet gelinkt aan beurzen, om de bezoekersbeleving te verhogen. De huidige infrastructuur leent zich perfect voor kleine en grote evenementen. Met de Nekkerbox voegt Artexis daar een nieuwe multifunctionele ruimte aan toe. De Nekkerbox is een budgetvriendelijke en instapklare box, voorzien van de noodzakelijke basisstructuur. Het biedt de organisator voldoende creatieve vrijheid en is standaard uitgerust met bewegend sfeerlicht, moduleerbare wanden, basis podiumlicht en basis geluidset. De indeling van de Nekkerbox bestaat standaard uit een inkom, vestiaire, ontvangst & receptie box, event box met podium & projectiescherm en uiteraard plaats voor de cateraar. De Nekkerbox heeft een totale oppervlakte van 2.312 m<sup>2</sup> en biedt een capaciteit van minimum 150 en maximum 1.200 personen. De centrale ligging van de Nekkerhal, en dus ook de Nekkerbox, maakt van deze locatie de meest toegankelijke in België. Eenvoudig te bereiken met de auto en met het openbaar vervoer. De parking voor de deur biedt plaats aan 2.500 wagens. Bovendien is het historische en culturele centrum van de Stad Mechelen vlakbij.

[www.nekkerhalbrusselsnorth.com](http://www.nekkerhalbrusselsnorth.com)



## Drie overwinningen voor Emirates bij Business Traveller Middle East Awards

Emirates heeft opnieuw bewezen aan de top van de luchtvaartindustrie te staan door drie overwinningen bij de Business Traveller Middle East Awards 2016. De maatschappij uit Dubai ging naar huis met de awards voor Beste Airline Wereldwijd, Beste Economy Class en Airline met de Beste Cabin Crew. De prijzen werden uitgereikt tijdens een galadiner met reisindustrie professionals. Deze prestigieuze onderscheidingen zijn het bewijs van de betrokkenheid van Emirates om excellente service en innovaties te bieden op allerlei vlakken van de industrie. De luchtvaartmaatschappij blijft leidend in het bepalen van de vliegbeleving. Denk bijvoorbeeld aan het prijswinnende in-flight entertainmentsysteem met het grootste aanbod aan entertainment content en de grootste persoonlijke schermen in de Economy Class, regionaal geïnspireerde gastronomische gerechten, gratis WiFi aan boord van alle A380's en iconische producten zoals de privé suites in de First Class en de Onboard Lounge en de First Class Shower spa in de A380 toestellen. De Cabin Crew van Emirates bestaat uit meer dan 23.000 werknemers van ruim 130 verschillende nationaliteiten die alle passagiers een onvergetelijke en persoonlijke reiservaring willen bieden, zij zijn het werkmerk van de service aan boord bij Emirates geworden.

## Presentatie NH Collection Palazzo Cinquecento in Rome

NH Hotel Group heeft in Rome het nieuwe hotel NH Collection Palazzo Cinquecento gepresenteerd. Nadat eerder al hotels in Venetië, Amalfi, Taormina, Florence, Milaan, Genua en Turijn het predicaat NH Collection kregen, breidt het upper-upscale merk van NH Hotel Group haar aanwezigheid in Rome nu uit met een derde hotel. NH Collection Palazzo Cinquecento ligt centraal en vlakbij de belangrijkste toeristische en culturele bezienswaardigheden van de stad. Het hotel beschikt over 177 kamers, een terras van 600 m<sup>2</sup>, uitgebreide meeting- en eventfaciliteiten en een aantrekkelijk gastronomisch aanbod. NH Collection Palazzo Cinquecento is het 53e hotel van NH Hotel Group in Italië en het tiende NH Collection hotel in dit land. Het hotel is gehuisvest in een gebouw dat ooit het hoofdkantoor was van de spoorwegen en postkerken. NH

Collection Palazzo Cinquecento beschikt over 177 comfortabele en ruime kamers (82 Superior, 56 Premium, 8 Premium XL, 20 Junior Suites, 11 Suites), ingericht in een elegante en verfijnde stijl. De kamers zijn voorzien van alle comfort en faciliteiten die kenmerkend zijn voor de hoge standaard van het merk NH Collection. Naast het 'Grand Tour' restaurant beschikt het hotel over twee cocktailbars. Eén van de twee bars bevindt zich op de vijfde verdieping van het gebouw en beschikt over een dakterras dat een uniek uitzicht biedt op de skyline van Rome. Het hotel heeft vier meeting- en eventruimtes en beschikt over een fitnessruimte. [www.nh-collection.com](http://www.nh-collection.com).



Nationale Meeting Award

# Nieuwe ronde, nieuwe kansen

Tijdens EvenementContact werd dit jaar voor de eerste keer de Nationale Meeting Award uitgereikt. Deze onafhankelijke award werd door de branche zeer positief ontvangen. De prijs krijgt dan ook een vervolg in 2017 met een nieuwe categorie voor organisatiebureaus.

EVENT 16: BEKENDE EN NIEUWE GEZICHTEN OP DE BEURS -  
TERREURDREIGING EN EEN GEPLAND EVENT; WAT NU?



### De categorieën van de Nationale Meeting Award 2015

#### Vakprijzen:

'Beste meeting- en eventlocatie van Nederland'

- Categorie Small: capaciteit minder dan 50 personen
- Medium: capaciteit tussen de 51 en 250 personen
- Large: capaciteit meer dan 250 personen

'Beste Organisatiebureau'

**D**e Nationale Meeting Award is een initiatief van MeetingReview.com, Evenement-Contact, de Congres- en Vergaderclassificatie en Meeting Magazine. Deze algemene, onafhankelijke prijs is bestemd voor de beste meeting- en eventlocatie van Nederland. In 2016 kende de Nationale Meeting Award vijf categorieën: drie vakjuryprijsen voor de 'Bes-

te meeting- en eventlocatie van Nederland' in de categorieën Small, Medium en Large, plus twee publieksprijzen voor de 'Warme Deken' voor de beste gastheer of gastvrouw van een locatie en de 'Meest Bijzondere Locatie'. Vorig jaar werden de drie vakjuryprijsen gewonnen door deVLOER (Small), Kontakt der Kontinenten (Medium) en NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky (Large).



De publieksprijzen gingen naar Gerard Oude Nijeweme van Bilderberg Hotel de Keizerskroon ('Warme Deken') en Art Centre Delft ('Meest Bijzondere Locatie'). Het volledige inschrijfbedrag van alle genomineerde locaties werd in de vorm van een cheque t.w.v. € 2.325,- gedoneerd aan CliniClowns Nederland. Alle winnaars waren zeer te spreken over het feit dat het een onafhankelijke award betreft waarbij de vakjury en voor een klein aandeel ook het publiek uiteindelijk bepalen wie de Award het meeste verdient.

#### NIEUWE CATEGORIE

In 2017 zal voor de tweede maal de Nationale Meeting Award worden uitgereikt. Dit evenement vindt opnieuw plaats tijdens de vakbeurs EvenementContact op donderdag 9 maart in Ahoy Rotterdam.

Om het onafhankelijke karakter van de prijs verder te onderstrepen, zullen de beide publieksprijzen komen te vervallen en wordt er aan de vakjury prijzen een extra categorie toegevoegd: 'Beste Organisatiebureau.' Elk bedrijf dat dagelijks bezig is met het professioneel organiseren van meetings en events kan zich nomineren voor deze award.

#### AANMELDEN EN PROCEDURE

Locaties en organisatiebureaus kunnen zich nu al inschrijven via [www.nationalemeetingaward.nl](http://www.nationalemeetingaward.nl). Het inschrijfgeld (25 euro voor de categorie Small, 50 euro voor de categorie Medium en de categorie Beste Organisatiebureau, 100 euro voor de categorie Large) komt volledig ten goede aan een goed doel. Om genomineerd te worden voor de award, dienen de gega-

digden in 2016 minimaal 10 reviews via MeetingReview te verzamelen. Binnen elke categorie komt uiteindelijk een winnaar naar voren. Dat is degene die het beste voldoet aan de lijst van criteria van de Congres en Vergaderhamerclassificatie, de meeste publieksstemmen weten te behalen en het beste worden beoordeeld naar aanleiding van het bezoek van de vakjury.

Heeft u een bijzondere locatie of organisatiebureau? Blinkt u uit in service en gastvrijheid? Heeft u niets dan positieve reviews van gasten en zou u dus met gemak die Nationale Meeting Award binnen moeten kunnen halen? Nomineer uzelf dan nu voor de Nationale Meeting Award via [www.nationalemeetingaward.nl](http://www.nationalemeetingaward.nl)!







event 16

# Bekende en nieuwe gezichten op de beurs

**De Jaarbeurs in Utrecht was op 23 en 24 maart het decor voor de jaarlijkse beurs event. Dit jaar koos de organisatie voor een indeling met themapleinen rondom de 'vier elementen'. Ook was er weer een uitgebreid kennisprogramma.**

**B**ezoekers van de beurs event startten hun beursbezoek met de 'proloog van 2016'. Programmamakers van De Theaterloods in Radio Kootwijk boden een korte wandeling vol bijzondere ontmoetingen en verrassende inzichten en lieten de bezoekers kennismaken met het spel van de vier elementen die tijdens de beurs centraal stonden: Creatie & Design, Beeld & Geluid, Kennis & Content en Sfeer & Smaak. Die vier elementen kwamen ook tijdens het kennisprogramma 'Fun-

damentals' aan bod. Onder leiding van Ronnie Overgoor ervoeren bezoekers wat de juiste mix van Creatie & Design, Beeld & Geluid, Sfeer & Smaak en Kennis & Content voor de communicatiekracht van een event betekent. Onder andere gedragsbioloog Daniel Seesink (over de fundamentele van ons gedrag, en daarmee ook communicatie), Roel Frissen (Eventmodel Canvas) en dr. Elling Hamso (Return on Investment bij evenementen) boden de bezoekers inhoudelijke kennis die kan worden ingezet bij het organiseren van evenementen.

De organisatie van de beurs kijkt terug op een geslaagde beurs. De volgende editie vindt plaats op 12 en 13 april 2017. [www.event.nl](http://www.event.nl)



Rent  
Around.nl

Dé online showroom en kassa van  
elke AV Verhuurder



Meer dan 12.000 AV verhuurproducten uit  
heel Nederland op één plek.



T: 055-3125450 | E: [info@rentaround.nl](mailto:info@rentaround.nl)  
I: [www.rentaround.nl](http://www.rentaround.nl)

CARLTON  
PRESIDENT  
UTRECHT MAARSSEN

Hoi, ik ben Anne!  
Meeting expert bij Carlton President.



## AT CARLTON PRESIDENT WE TURN YOUR BUSINESS EVENT INTO A MEMORY!

Elke aanvraag is uniek. Ik hoor dan ook graag wat jouw doel is en wensen zijn, zodat wij hier op onze manier aan kunnen bijdragen. Wij zorgen ervoor dat het jou en je gasten aan niets zal ontbreken, zodat jij je kunt richten op de zaken die voor jullie belangrijk zijn. Succes verzekerd!

Door onze persoonlijke touch zal een meeting of business event bij Carlton President je altijd bij blijven.

- › ONZE GASTEN WORDEN PERSOONLIJK ONTVANGEN,  
BEGELEID EN UITGEZWAARD
- › DE CHEFKOK EN ZIJN TEAM STREVEN ERNAAR  
ONZE GASTEN ELKE DAG TE VERRASSEN



LAAT MIJ INSPIREREN!

Ik help je graag met het organiseren van  
jouw perfecte business event of meeting.  
Bel of maak een afspraak en ik hoor graag  
waar ik jou mee kan helpen!

Let's make a memory! Groetjes, Anne

Ga naar [CARLTON.NL/PRESIDENT](http://CARLTON.NL/PRESIDENT) of bel Anne 030 2425900  
Volg ons op [instagram.com/carltonutrecht](https://www.instagram.com/carltonutrecht)



## Er wordt eindelijk bier gedronken bij Reuring

Na negen jaar schrijft het tot nu toe volledig door vrouwen gerunde Bureau voor Reuring uit Bussum geschiedenis door twee leuke mannen aan het team toe te voegen.

### **Ederik Tiessen (34) Senior Projectmanager**

Op 1 april is Ederik gestart. Hij werkte eerder bij Move en ATP1 en krijgt binnen Reuring de operationele verantwoordelijkheid voor diverse klanten en projecten. Ederik zegt zelf over zijn eerste maand bij Reuring: "Het voelt goed, Reuring gaat duidelijk voor de hoogste kwaliteit en dat past bij mijn ambitie om klantverwachtingen te overtreffen."

### **David van Hoorn (31) Designer**

Per 1 mei begon ook David van Hoorn. Daarmee ging een lang gekoesterde wens van de Reuringmakers in vervulling. Een vormgever in eigen huis die fulltime ter beschikking staat om de mooiste creaties te maken. Bij bureaus als Eindeloos en WWAV bouwde David een smaakvol portfolio op. Het is zijn plan om bij Reuring grote toegevoegde waarde te gaan leveren in het creatieve proces. [www.bureauvoorreuring.nl](http://www.bureauvoorreuring.nl)



## Maak kennis met onze website

Op [www.meetingmagazine.nl](http://www.meetingmagazine.nl) vindt u altijd het actuele nieuws uit de MICE-branche. Heeft u zelf iets interessants te melden zoals een jubileum, een bijzondere bijeenkomst, een uitbreiding van het team, een nieuw initiatief of een nieuw product of dienst? Meeting Magazine publiceert dit graag voor u op de website. Persberichten kunt u doormailen naar hoofdredacteur Sofie Fest via [sofie@vanmunstermedia.nl](mailto:sofie@vanmunstermedia.nl).

## Jetwise introduceert nieuwe manier van vliegen

Vanaf mei biedt Jetwise een nieuwe manier van vliegen; de shared jet. Jetwise maakt privé-vliegen voor iedereen toegankelijk en verandert daarmee de reguliere luchtvaartmarkt. Deze new-kid-on-the-block verzorgt een high efficiency service in een abonnementsvorm van één jaar voor één prijs. Hiermee kan de gebruiker ongelimiteerd op vaste lijntrajecten vliegen. De basis voor het initiatief komt voort uit innovatieve shared economy modellen, toegepast op luchtvaart in plaats van de huizen-, muziek- of automarkt. Vince Meens, CEO van Jetwise: "Jetwise is ontstaan uit de shared economy gedachte. Wij zagen dat 95% van de privé toestellen stilstaat, en aan de andere kant een gigantische behoefte voor routes en schema's die niet bediend worden door de reguliere airlines omdat de behoefte te klein is voor de grote toestellen die ze exploiteren. Daarom hebben we de shared jet in het leven geroepen." De nieuwkomer spreekt met

dit innoverende concept binnen de huidige industrie niet alleen de frequent flyers aan, maar ook de reizigers die gewend zijn om te vliegen met een privé-jet. Dezelfde voordelen zijn van toepassing: geen lange wachtrijen en -tijden, parkeren voor de deur, en reizen met een hoge standaard van privacy en luxe. Jetwise verzorgt een high efficiency service en voor frequent flyers is Jetwise omgerekend goedkoper dan reguliere airlines. Naast het membership kan er ook betaalbaar per stoel geboekt worden. Door het delen van de faciliteiten biedt Jetwise private jet charter tevens een scherpe prijs. Jetwise vliegt al op verschillende plaatsen binnen Europa: Ibiza, Cannes, Malaga, en Sion. Met het membership vliegt de reiziger voor € 6.000,- per jaar onbeperkt op de vaste lijnen. In de toekomst worden er meer bestemmingen aan de kaart toegevoegd. [www.jetwise.com](http://www.jetwise.com)



# Terreurdreiging en een gepland event; wat nu?

Het organiseren van een evenement stond al in het teken van vele punten van aandacht. Maar de recente gebeurtenissen in Frankrijk en België hebben hier beslist nog een extra dimensie aan toegevoegd.

// Kort na de aanslagen in Brussel kregen we diverse vragen vanuit opdrachtgevers, organisatoren en leveranciers over hoe nu precies om te gaan met terreurdreiging en de gevolgen daarvan voor geplande beurzen en evenementen. Denk aan terugbetaling van toegangskaarten en afgelasting of verplaatsing. Voor wiens rekening komen de kosten en wat is er wel of niet te verzekeren? Daarom hebben we onze partner Meeüs Media om toelichting en het nut en de noodzaak van verzekeren gevraagd”, aldus Riemer Rijkema, directeur CLC-VECTA.

## Groot molest en klein molest

“Het mooie is dat een evenementenverzekering, zoals de CLC-VECTA event verzekering, een zeer ruime omschrijving geeft van wat er verzekerd wordt. Maar daarom is het des te belangrijker goed kennis te nemen van de uitsluitingen en bijzondere omschrijvingen”, aldus Wim Maas, directeur Meeüs.

Onder **groot molest** wordt verstaan:

- Gewapend conflict
- Burgeroorlog
- Opstand
- Binnenlandse onlusten
- Oproer
- Mouterij

Deze risico's gelden als uitgesloten van de evenementenverzekering.

Naast groot kennen we ook **klein molest**, dit zijn bijvoorbeeld terrorisme, sabotage, vordering, werkstaking, lock-out, bedrijfsbezetting, modelactie, rellen, relletjes of opstootjes en vandalisme.

Standaard kent de polis een uitsluiting van molest die nader wordt gedefinieerd. De uitgesloten risico's betreffen het zogenoemde groot molest risico's (zie kader). Daar waar sprake is van (dreiging van) terreur en terroristische aanslagen is het belangrijk om te weten dat deze risico's onderdeel zijn van het zogenoemde klein molest. Na de aanslag in New York (9/11) is er in Nederland een verzekeringspool tot stand gekomen, die we kennen als de Nederlandse Herverzekeringsmaatschappij voor Terrorismeschade (de NHT). Deze NHT geeft dekking voor schade door terrorisme tot maximaal een verzekerde som van 1 miljard euro. Overige klein molest risico's (zie kader) worden in principe nog steeds verzekerd onder de standaard dekking.

## AFGELASTING VERZEKERD?

Van groot belang is dat afgelasting onder deze omstandigheden wordt ingegeven door een beslissing vanuit een overheidsorgaan. Een opdrachtgever of organisator

De veranderende wereld heeft tot gevolg dat door verzekeraars de risico's voortdurend opnieuw zullen worden afgewogen. Bij het aanbieden van de verzekering voor een evenement kan een verzekeraar dus altijd een beoordeling maken van de recente risico's en omstandigheden. Uitzondering hierop zijn de regelingen die vallen onder een zogenoemde doorlopende dekking. In deze situatie is er op enig moment een afweging gemaakt en worden de evenementen die in de polisperiode worden aangeboden op gelijke basis en zonder onderscheid geaccepteerd mits deze passen binnen de afgesproken parameters. De CLC-VECTA event verzekering is hier een goed voorbeeld van.

van een beurs of evenement kan dus niet zomaar beslissen om vanwege een terreurdreiging zijn evenement af te gelasten om vervolgens te rekenen op vergoeding van de onkosten door verzekeraars onder de afgesloten eventverzekering. Een ander geval is het indien de locatie onbereikbaar wordt, zoals bijvoorbeeld het geval was tijdens de lock-down in Brussel. En hoe zit het dan met verplaatsing van het evenement of terugbetaling van verkochte en betaalde toegangskaarten? Wim Maas licht toe: "Voor verplaatsing geldt hetzelfde als afgelasting; er moet sprake zijn van een beslissing vanuit een overheidsorgaan wil er sprake zijn van dekking. Terugbetaling

van toegangskaarten komt, onder voorwaarden, enkel in aanmerking voor compensatie indien er bij de verzekering een recettedekking is gesloten."

#### **CASUS: ORGANISATOR > EXPOSANT > STANDBOUWER**

Stel nu dat je als standbouwer opdracht hebt gekregen om een stand te realiseren voor een exposant tijdens een beurs en de organisator besluit, op basis van terreurdreiging zonder beslissing vanuit een overheidsorgaan, de beurs te annuleren. Wie draait er dan op voor de door de standbouwer gemaakte kosten? In principe brengt de standbouwer gemaakte

kosten in rekening bij zijn opdrachtgever, de exposant. Er is immers sprake van een overeenkomst tussen beide partijen. De exposant zal zich dan weer melden bij de organisator. Een vergelijkbare situatie kan zich voordoen bij een door een artiesten- of evenementenbureau ingehuurd artiest in opdracht van een opdrachtgever. Verzekerd ja of nee? "Dit maakt geen onderdeel uit van de dekking van een gesloten evenementenverzekering, tenzij er sprake zou zijn van een afgelasting op last van een overheidsbeslissing", aldus Wim Maas. En biedt een aansprakelijkheidsverzekering dan nog houvast? Helaas niet, de aansprakelijkheidsverzekering dekt in de basis alleen goederen en letselschade en dergelijke financiële schade kunnen daarom hier al niet terecht.

Vragen naar aanleiding van dit artikel? Mail dan naar [r.rijpkema@clcvecta.nl](mailto:r.rijpkema@clcvecta.nl)!



# Aanbevolen Locaties







## Walibi Holland

Spijkweg 30  
8256 RJ Biddinghuizen  
**T** 0321 - 329952  
**E** sales@walibiholland.nl  
**I** www.walibi.nl

1

## Vergaderlocatie & Kookstudio Het Nut

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



## De Landgoederij

Camminghalaan 30  
3981 GH Bunnik  
**T** 030 - 2040542  
**E** info@delandgoederij.nl  
**I** www.delandgoederij.nl



## Spido

Willemssplein 85  
3016 DR Rotterdam  
**T** 010 - 2759988  
**E** events@spido.nl  
**E** www.spido.nl



## Congres- & Vergadercentrum Domus Medica

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



## De Bonte Wever

*Gratis parkeren + Wifi*

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



## De Duckenburg

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



## Deltapark Neeltje Jans

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



## Louwman Museum

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



2

3

4

5

6

7

8

9

# 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**



# 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](https://nh-hotels.com)

**NH** | HOTEL GROUP

**NH**  
HOTELS

  
NH COLLECTION  
HOTELS

**nhow**

**Hesperia**  
RESORTS

# MEETINGS MADE MEMORABLE



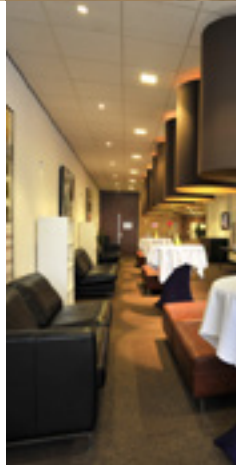
STAD



BOS



STRAND



Bij Golden Tulip haalt u meer uit uw meetings en events. In Nederland en België hebben wij circa 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](mailto:holland@centralmeetingline.com).

