

Meeting

Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen
Jaargang 13 - nr 5 - Meetingmagazine.nl

Merk Utrecht onderstreept kracht van het samenwerken
"Utrecht blinkt uit in verbinden,
innoveren en langdurige waarde creëren"

Het nieuwe denken binnen de gastronomie - Last minute congressen organiseren -
Amsterdam: metropool met intieme setting - Trending technologische ontwikkelingen
voor jouw event

Op het puntje van je stoel.

Zakelijk gezien.

Ook zakelijk gezien ontvangt het Beatrix Theater u met alle egards.

Voor een stijlvol jubileumgala bijvoorbeeld. Voor een live te volgen congres. Of voor warme momenten van waardering na een reorganisatie. Wat de zakelijke reden ook is, het Beatrix Theater brengt je naar het puntje van je stoel. Vanuit het makkelijk te bereiken Utrecht zetten wij u en uw gasten in de spotlights. Dat kan met een unieke combinatie van de theaterzaal, een exoruimte en een grote variatie aan sessiezalen. En natuurlijk krijgt u ruim 100 jaar Jaarbeurs ervaring achter de schermen.

Meer weten? Bel 030 295 58 81 of mail events@jaarbeurs.nl

BEATRIX
T H E A T E R

Succesvol vergaderen in de stad

Unieke locaties midden in de stad

Op zoek naar een unieke locatie voor uw vergadering? Laat u inspireren door onze hotels midden in bruisende stadscentra. Van Groningen tot Amsterdam, Maastricht of Den Haag, onze hotels zorgen voor de juiste sfeer voor een succesvolle bijeenkomst. Wij helpen u graag met het vinden van de juiste locatie.



Benieuwd welk hotel het beste bij uw wensen past?

Bel 020 5205 555 of e-mail reservations@hampshire-hotels.com

- ✓ Advies op maat
- ✓ Binnen 4 uur een offerte
- ✓ Voor al uw zakelijke wensen


Hampshire
HOTELS

ABC DISPLAY
PORTABLE BRANDING



KEEP MOVING YOUR BRAND!



POSTERBORDEN EN BEURSSTANDS

**ABC DISPLAY PRODUCEERT MODULAIRE PRESENTATIESYSTEMEN VOOR:
PRESENTATIES, EVENEMENTEN, PROMOTIES.**



OFFERTE? BEL 036-5481122

www.abcdisplay.nl



Kwaliteit

Of je nu actief bent in de bancaire wereld, de uitvaartbranche of de schoonmaaksector; kwaliteit bieden is dé manier om jezelf te onderscheiden. Wanneer je uitblinkt in je product en/of dienst, weten klanten jou uiteindelijk te vinden. Hetzelfde geldt voor de MICE-branche. Een mooie locatie en goed eten bieden, is niet genoeg. Wanneer ook je service op niveau is en je weet hoe je dat stapje extra kunt zetten voor de klant, komen meeting- en eventplanners vaker terug. Omdat ze weten wat ze bij deze locatie kunnen verwachten. Steeds meer ervaren MICE-professionals hameren op kwaliteit, en dat is een hele positieve ontwikkeling. Dat komt immers ook de mooie evenementen en congressen die in Nederland worden georganiseerd ten goede.

Dat kwaliteit ook van belang is bij het organisatieproces van bijeenkomsten ervoer ik begin november. Samen met mijn collega nam ik deel aan een regionale beurs. Ondanks de prachtige visie die de organisator had, was deze beurs op zijn zachts gezegd helaas geen succes. De reden was de zeer lage opkomst van bezoekers. Ook in de MICE-branche sneuvelde dit jaar een beurs. Event is niet meer, terwijl EventSummit (voorheen EvenementContact) nog altijd verder doorgroeit.

Een ander initiatief dat gestaag aan zijn succes werkt, is de Nationale Meeting Award. Op 12 maart 2018 wordt deze onafhankelijke award voor de derde keer uitgereikt aan de beste meeting- en eventlocatie van Nederland die uitblinkt in kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap. Met trots mogen we melden dat CLC-VECTA zich aan deze beurs heeft verbonden. De uitreiking zal onderdeel uitmaken van een interactief programma met de mogelijkheid on site keuzes voor deelname te maken. In het katern Eventz lees je meer over de Nationale Meeting Award.

Ik wens je veel inspiratie en leesplezier toe.

Met vriendelijke groet,
Sofie Fest

Hoofdredacteur Meeting Magazine
sofie@vanmunstermedia.nl

8 Utrecht blinkt uit in verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren

Utrecht is een regio waar in verbinding met elkaar gecreëerd en geïnnoveerd wordt. Dit inspireert verschillende kennisevenementen om voor Utrecht als bestemming te kiezen. Om de identiteit van de stad en de regio nog duidelijker te kunnen positioneren, is het merk Utrecht gedefinieerd. Het Utrecht Convention Bureau (onderdeel van Utrecht Marketing) zet in op congressen en evenementen die in overeenstemming zijn met het merk.

38 Het nieuwe denken binnen de gastronomie

Nederland staat van oudsher niet bekend om haar culinaire tradities. Mede daardoor heeft onze gastronomie in de afgelopen jaren een enorme ontwikkeling doorgemaakt. Volgens Peter Klosse, directeur van de Academie voor Gastronomie, mogen chef-koks nog een stapje verder gaan met deze ontwikkeling. "Het nieuwe denken over gastronomie kan een belangrijke bijdrage leveren om eetpatronen positief te beïnvloeden en het maken van betere keuzes te bevorderen."

50 Metropool met intieme setting

Amsterdam is al jaren een zeer geliefde bestemming voor (inter)nationale bijeenkomsten. Dat heeft niet alleen te maken met de uitstraling van en sfeer in de stad, maar zeker ook met de consequente wijze waarop de hoofdstad zich op de congresmarkt profileert.

65 Last minute

De economie trekt aan en steeds meer organisaties stellen weer een budget beschikbaar voor scholing en teambuilding. Waar de jaarlijks terugkerende congressen vanuit het verenigingsleven vaste prik zijn, zo wordt binnen het bedrijfsleven veel meer op korte termijn besloten om iets te organiseren. Met name in het najaar is de 'leadtime' een stuk korter.

87 Topper onder de mice-bestemmingen

Zwitserland is al geruime tijd een favoriete bestemming voor de meeting- en congresbranche. Meeting Magazine reisde op uitnodiging van Switzerland Convention & Incentive Bureau naar dit mooie land af om de steden Zürich en Bern te bezichtigen. En wat bleek: Zwitserland is terecht een topper onder de mice-bestemmingen.

96 CLC-VECTA partner Nationale Meeting Award

Branchevereniging CLC-VECTA is partner in de Nationale Meeting Award (NMA), op zich geen verrassend nieuws maar nieuw is wel dat CLC-VECTA participeert door de organisatie van het congresprogramma voor haar rekening te nemen.

"Voorheen heerste de opvatting dat je bij vis witte wijn moet serveren en dat rode wijn bij vlees hoort. Maar wie heeft dat eigenlijk bedacht?"

Peter Klosse, pagina 38





Een uitgave van:
MVM Producties b.v.
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26c, 6546 BE Nijmegen
t: 024 - 3 738 505
f: 024 - 3 730 933

UITGEVER
Michael van Munster

DRUKWERK
Balmedia

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIE-ADVIES
Jessica Scheffer

REDACTIEMEDEWERKERS
Ingrid Rip, Jessica Scheffer, Ton Soons,
Marianne Kuiper, Aart van der Haagen, Niek Arts,
Samira Salman, Jeroen Kuypers, Wouter Olland,
Gijs Verbeek, Hans Hajée

VORMGEVING
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

ADVERTENTIE EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Jordey de Joode t: 024-642 3449
Aysun Mahubessy-Saruhan t: 024-642 1917
Advertentietarieven: op aanvraag

ABONNEMENTEN
t: 024-3738505

COVERSTORY
Utrecht Convention Bureau

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

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

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

Aantal verschenen edities: 72



Verder in deze editie

- 13 BHG Groep
- 14 Kontakt der Kontinenten
- 17 Hotel Mitland
- 19 Stadskaasteel Oudaen
- 22 Spoorwegmuseum
- 25 Kinopolis
- 26 Jaarbeurs
- 28 Muntgebouw
- 31 Dynamisch vergaderen
- 34 Trend: online reserveren
- 42 Apeldoorn Now Boarding
- 44 Bilderberg
- 47 Igluu Den Haag
- 48 Holiday Inn Eindhoven
- 52 Unique Venues of Amsterdam
- 55 Conservatorium hotel
- 59 Kimpton De Witt Amsterdam
- 60 Venuesuite
- 66 Delft MICE City Challenge
- 68 Masterclasses 'Klantvriendschap'
- 70 Voorfinancierings- & Garantiefonds

- 73 Meerwaarde van beurzen
- 78 Hotelrends op productgebied
- 86 Papendal
- 91 ibtm world

In elke editie

- 37 Gadgetpagina - Samira Salman
- 41 Column Ingrid Rip - RREM
- 57 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 77 Column Pieter Aalbers - The Attention Group
- 85 Column Ton Soons - Vergaderhamers
- 92 Hotelrecensie: Althoff Grandhotel Schloss Bensberg
- 94 Column Gijs Verbeek - MPI
- 96 CLC-VECTA
- 99 Column Wouter Olland - OMS
- 102 IDEA onderstreept de kracht van live



Merk Utrecht onderstreept kracht van het samenwerken

“Utrecht blinkt uit in verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren”

Utrecht is een regio waar in samenwerking met elkaar gecreëerd en geïnnoveerd wordt. Dit inspireert verschillende kennisevenementen om voor Utrecht als bestemming te kiezen. Om de identiteit van de stad en de regio nog duidelijker te kunnen positioneren, is het merk Utrecht gedefinieerd. Utrecht heeft zelfs haar eigen merkpaspoort, waardoor verschillende dromen, ideeën, samenwerkingen en projecten worden verbonden aan één doel: samen het merk Utrecht versterken.

Fotografie Juri Hiensch, Wouter Jansen en Renzo Gerritsen

Het Utrecht Convention Bureau (onderdeel van Utrecht Marketing) zet in op congressen en evenementen die in overeenstemming zijn met het merk. Het merk vormt daarmee niet alleen een houvast, maar ook een strategisch kader.

“Tot 2015 positioneerde Utrecht zich als stad van kennis en cultuur. Maar in Utrecht vinden veel meer ontwikkelingen plaats”, legt brandmanager Max Trienekens van Utrecht Marketing uit. “Om een completer beeld van de Utrechtse identiteit te kunnen geven, hebben we samen met organisaties, bedrijven en instellingen, waaronder de gemeente, Economic Board Utrecht en de Rabobank onderzocht wat het DNA van de stad en de regio is, en wat onze ambities zijn. We concludeerden dat Utrecht uitblinkt in verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren. De stad en de regio inspireren door mensen, ideeën, projecten en ambities samen te brengen. Deze verbindingen zijn sectoroverschrijdend; publieke en private partijen slaan de handen ineen op het gebied van kennisontwikkeling, economie, sport en cultuur en zorgen voor innovatieve, vernieuwende samenwerkin-

gen. Het feit dat Utrecht een regio met een menselijke maat is, maar met grootstedelijke voorzieningen, maakt dit mogelijk.”

KENNIS

De diverse kennisinstellingen en bedrijven die gevestigd zijn op het Utrecht Science Park dragen bij aan de missie van Utrecht: samen gepassioneerd vooruitgang brengen. Persvoorlichter Merel van der Ham: “Mede dankzij het Utrecht Science Park, een broedplaats voor innovatie, is Utrecht uitgeroepen tot één van de meest competitieve regio’s van Europa. Er wordt op dit



“Mede dankzij het Utrecht Science Park, een broedplaats voor innovatie, is Utrecht uitgeroepen tot één van de meest competitieve regio’s van Europa.”

moment hard gewerkt aan het ontwikkelen van een netwerk waarin onderwijsinstellingen, bedrijven, instanties, de provincie en de gemeente elkaar nog makkelijker kunnen vinden. Dat zorgt voor een sterke innovatiedynamiek en maakt Utrecht een proeftuin voor stedelijke ontwikkelingen.”

“Een mooi voorbeeld op het gebied van gezondheidszorg is het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie”, voegt Trienekens toe. “Meestal zijn een ziekenhuis en laboratorium twee fysiek gescheiden instanties. Het Prinses Máxima Centrum is het eerste centrum in Europa dat expertise in de zorg en research bundelt op één locatie. Daarom werken straks kinderoncologische specialisten uit heel Nederland in het Prinses Máxima Centrum samen met toponderzoekers van over de hele wereld. Dit initiatief is echt Utrechts; kennis en zorginstelling slaan de

Utrecht Convention Bureau

Organisatoren die een kennis-evenement 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 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.



handen ineen om samen gepassioneerd vooruitgang te brengen.”

Deze bedrijven maken onderdeel uit van de identiteit van Utrecht en trekken bovendien andere bedrijven en instellingen met ambities aan. “Dit soort initiatieven zien we niet alleen in de zorg- en kennissector maar ook in de cultuur- en commerciële sector. Denk hierbij aan de vele festivals die in Utrecht zijn ontstaan zoals Nederlands Film Festival, Festival Oude Muziek en Le Guess Who?. Ook hierin is sectoroverstijgende samenwerking een sleutelbegrip. Het creëren in samenwerking zit echt in het DNA van de stad en regio.”

VERBINDINGEN

De nieuwe identiteit van Utrecht biedt ook houvast voor het Utrecht Convention Bureau, dat verantwoordelijk is voor het aantrekken van kennisevenementen naar de stad en de regio. Accountmanager Monique André de la Porte licht verder toe vanuit het merk als strategisch kader: "Wij gaan specifiek op zoek naar evenementen die een duidelijke link hebben met life sciences en health, innovatie en duurzaamheid. Utrecht ambieert om gezond, sociaal en zelfstandig samenleven te bevorderen in een prettige, duurzame en economisch welvarende stad. Dit spreekt opdrachtgevers aan. Bij al onze activiteiten speelt het verbinden van verschillende partijen een grote rol. Wanneer wij bijvoorbeeld een site visit organiseren, gaat het niet alleen over wat Utrecht aan locaties te bieden heeft, maar brengen we partijen ook in contact met bedrijven die wellicht een interessante toevoeging voor het congres kunnen zijn. De keuze voor een bestemming is niet langer enkel gebaseerd op de uitstraling, de prijs en de bereikbaarheid. Ook het verhaal van de stad en regio is van belang."

Utrecht heeft in de afgelopen jaren een aantal mooie congressen mogen verwelkomen. "De onderwerpen

zijn divers, maar passen allemaal in de identiteit van Utrecht", vertelt Business Researcher Liza Verkroost. "Zowel kennisevenementen over wiskunde, gezondheidszorg voor varkens, kinderpsychologie en kankeronderzoek, als het congres van de International Association for the Study of the Commons (IASC) hebben hier plaatsgevonden. "In Utrecht staan mensen open voor elkaar en voor samenwerking. Dat betekent dat wanneer er in de stad een congres met 900 deelnemers plaatsvindt, er een hele natuurlijke interactie met de bewoners tot stand komt", voegt André de la Porte toe. "Daardoor maak je als stad en regio een goede indruk. Dit zorgt ervoor dat tevreden congresgangers ook privé terugkomen."

FACILITEITEN

Waar voorheen de focus lag op de stad, wordt tegenwoordig de hele regio Utrecht gepromoot als een veelzijdige congresbestemming die uitstekend bereikbaar is. "Steeds meer locaties op de Heuvelrug en in steden zoals Zeist en Woerden sluiten zich aan", stelt André de la Porte. "Ook zij maken onderdeel uit van de identiteit van Utrecht. Bovendien hebben we de samenwerking met de regio ook gewoon nodig. Hoe meer locaties en hotels je kunt bieden,





v.l.n.r.: Merel van der Ham, Liza Verkroost,
Monique André de la Porte en Max Trienekens



des te meer mogelijkheden er zijn voor de kennisevenementen. Congresorganisatoren kunnen nu kiezen voor een historische of juist een moderne locatie in het bruisende stadsleven, of voor een verblijf in de regio midden in de inspirerende natuur zonder afleiding." Met de mogelijkheid om uit te wijken naar de regio kan Utrecht maximaal 2.000 congresdeelnemers ontvangen per congres. "Wat betreft de hotelcapaciteit zitten we nu op ongeveer 2.000 hotelkamers. Naar verwachting komen daar in de komende tien jaar nog een kleine 1.000 kamers bij. Extra aantrekkelijk is natuurlijk het Stimuleringsfonds Kennisevenementen, waar met name verengingscongressen erg blij mee zijn. Het biedt een extra ondersteuning van maximaal 10.000 euro per con-

gres, mits deze raakvlakken hebben met de speerpunten groen, gezond en slim."

PLATFORM

André de la Porte wijst voor het succes van Utrecht als congresbestemming ook op de goede contacten tussen de partners onderling. "We merken dat er meer dan ooit behoefte is aan een platform waar partners samen op kunnen trekken. De focus ligt op het samenwerken en cross selling. Wanneer een locatie niet genoeg beschikbaar heeft, wordt er doorverwezen naar die ene collega die wel genoeg ruimte heeft. De achterliggende gedachte is dat men de bijeenkomsten vooral niet de regio uit moet laten gaan. De behoefte aan samenwerken zie je ook terug in

initiatieven zoals Hotel Service Utrecht, een kosteloze online reserveringsdienst waarop congres- en evenementdeelnemers eenvoudig en veilig hun hotelkamer kunnen reserveren en betalen." Verkroost: "De betrokkenheid is erg groot. Dat merken we bij gezamenlijke activiteiten zoals onze deelname aan de beurs EventSummit (voorheen EvenementContact) waar we in 2016 met veertien partners stonden om samen de stad en de regio te promoten. Of de Locatietour van afgelopen oktober waarbij eventplanners per fiets de mogelijkheden verkenden. De kracht zit in het samenwerken."

www.utrechtconventionbureau.com



KINEPOLIS JAARBEURS

Where business meets pleasure

Kinopolis Jaarbeurs is een nieuwe megabioscoop vlakbij Utrecht CS. De ideale locatie om uw bedrijf in de spotlight te zetten!

EVENTS | Een unieke plek voor zakelijke events. Trakteer relaties op een beleving, met of zonder catering.

GIFTS | Met vrijkaarten voor Kinopolis doet u waardevolle contacten 'the ultimate cinema experience' cadeau!

ADVERTISING | Wat uw boodschap ook is, bij Kinopolis bereikt u gegarandeerd een groot publiek met onmisbare reclameboodschappen.

Wilt u een vrijblijvende offerte of meer informatie? E-mail dan naar: [wworkus@kinopolis.com](mailto:workus@kinopolis.com)



BHG veelzijdig in Midden-Nederland vertegenwoordigd met diversiteit in horeca

Unieke locaties, fijne mensen

Aangeboren ondernemerschap verloochent zich niet. Het verklaart hoe de broers Marco en Rob Peek twintig jaar geleden een discotheek begonnen en inmiddels negen horecalocaties in Midden-Nederland exploiteren, waarbij een grote diversiteit troef is. Dat de overkoepelende naam BHG tegenwoordig verwijst naar Bevlogen, Hartelijk, Gastvrij, zegt genoeg over wat de gasten mogen verwachten.

Tekst Aart van der Haagen

Zowel het horeca- als het ondernemersbloed zat er bij de broers die BHG oprichtten al in, want hun ouders runden vroeger een partyboerderij met dancing in Bunnik. “Marco en Rob Peek zagen er potentie in om dat groter aan te pakken en openden op 15 februari 1997 discotheek Brothers, die echt een droomstart maakte,” vertelt marketing manager Judith Prins. “Vanaf het eerste moment stonden er elk weekend duizenden bezoekers op de stoep. Gastvrijheid en veiligheid vormden toen al belangrijke speerpunten. Toen ze na een aantal jaren hun horecavizier wilden verbreden, deed zich bij toeval de kans voor om te starten op De Uithof in Utrecht met Grand Café The Basket. Dat was de aanzet tot een tweeledige groei: enerzijds bestaande gelegenheden overnemen en nieuw elan geven, anderzijds op unieke plekken zelf

accommodaties bouwen. Neem Restaurant Zuiver achter The Wall in Leidsche Rijn, eigenlijk een heel gekke plek: een als bouwval aangekochte boerderij op een bedrijventerrein, omgetoverd in een sfeervolle accommodatie met een à la carte-restaurant en twee zalen voor vergaderingen en congressen. Juist het verrassingselement, de centrale ligging en de optimale bereikbaarheid verklaren het succes. Gasten ontdekken bij een bezoek de overige mogelijkheden en dan ontstaat er een vlieg-wieleffect.”

ONDERSCHIED

Het typeert volgens de marketingmanager alle BHG-locaties dat deze iets onderscheidends bieden. “Down Under in Nieuwegein, dicht bij de A12 met een mooi uitzicht over de Laagravenseplas, voegt aan de eet- en vergaderfaciliteiten

een recreatieve component toe. Dat gaat van watersport tot activiteiten op het land, zoals 4x4-rijden. Direct naast de snelweg bij Bunnik bevindt zich Studio A12, een grote evenementenlocatie die ook de concepten van Brothers integreert. Deze beschikt met vier grote ruimtes over de capaciteit om tot 3.500 mensen te ontvangen voor bedrijfsfeesten, maar ook productpresentaties, medewerkers- of franchisedagen, grootschalige trainingen etcetera. Eén ruimte is een black box zonder decoratie, die we helemaal naar de wens van de opdrachtgever kunnen inrichten. Eveneens in Bunnik ligt, prachtig in het groen aan de Kromme Rijn, De Landgoederij. Op hetzelfde terrein tref je een klein kasteeltje aan, wat samen met de outdoor-mogelijkheden ter plaatse mooie combinatie-evenementen mogelijk maakt. Bij De Hoefslag in Bosch en Duin, dat een Michelin-ster heeft, staat een culinaire beleving voorop. Dezelfde accommodatie beschikt tevens over een laagdrempeliger bistro en vier vergaderzalen.” Hoe groot de diversiteit ook is, alle BHG-locaties dragen de kernwaarden Bevlogen, Hartelijk, Gastvrij uit. Prins: “De mensen zorgen voor het ware onderscheid. Enthousiasme en mentaliteit vinden we het belangrijkste. We trainen ze intensief en laten ze via een buddy in aanraking komen met waar we voor staan.” Dat de kwaliteit en gastvrijheid bijdragen aan succes, behoeft gezien de evolutie van BHG geen betoog.

www.bhg.nl



Het beste van veel werelden

Kontakt der Kontinenten biedt alles wat u van een conferentiehôtel mag verwachten: een ligging centraal in het land, 25 vergaderzalen, 3 congreszalen en 131 hotelkamers. De arrangementen hebben een aantrekkelijke prijs/kwaliteitverhouding. Maar de aantrekkingskracht van Kontakt der Kontinenten gaat verder dan het direct zichtbare. Inbegrepen in de prijs zijn tal van extra's om de gasten meer ontspannen en bewust de bijeenkomst te laten beleven, van een gratis parkeerplek direct voor de deur tot een bosrijke omgeving en inspirerende verhalen.

Tekst Jeroen Kuypers

Op een paar minuten van de afslag Soesterberg aan de A28 liggen twee grote historische panden. Tot 1961 boden ze onderdak aan het Misiehuus St. Jan en aan Klooster Cenakel. Nu dienen ze al vele jaren als onderkomen voor een conferentiehôtel. De wereldse naam daarvan weerspiegelt de lijn met dit verleden. "Er is geen enkele band meer met de religieuze orde maar de grote interesse van de paters voor verre landen en culturen is aan ons doorgegeven", zegt commercieel manager Lars Beckers. "Je vindt dat onder meer terug in onze hang naar storytelling. Onze zalen zijn bijvoorbeeld

genoemd naar de landen waar de paters vroeger naar werden uitgezonden. Als je de Togozaal of de Angolazaal betreedt, kun je naast de deur lezen wat zij over die landen te vertellen hebben. Je vindt dat ook terug in onze koffiecorners. Daar bieden we Rainforest-Alliance koffie, diverse theesoorten en werelds snoep, ook weer met een verhaal."

'PROEFLOKAAL DE WERELD'

Onbepakt genieten van koffie, thee en versnaperingen is bij de prijs inbegrepen. En als de nieuwsgierigheid een beetje op smaak is gebracht kunnen gasten tijdens de maaltijd uitgebreid genieten van wereldse gerechten in het restaurant, dat toepasselijk 'ProefLokaal De Wereld' is genoemd. En proeven blijft het: de kaart is niet statisch. Eens in zeven à acht weken wordt ze vernieuwd. "Maar de gasten kunnen ook kiezen voor typisch Nederlandse gerechten", aldus Beckers. "We dringen onze verhalen niet op. Wie niet geïnteresseerd is in de achtergronden van Togo of Angola kan direct plaatsnemen in de zaal. Wie aan het eind van de dag gewoon wil ontspannen met een lekkere bitterbal en een pilsje wordt op zijn wenken bediend. Maar wie een bitterbal zonder rundsvlees en een apart biertje wil laten serveren, heeft die keuze."

PAPIERLOOS VERGADEREN

Het koesteren van het verleden gaat niet ten koste van de hedendaagse techniek. Prachtige glas-in-loodramen gaan perfect samen met het gebruik van de modernste spotlights, schermen en beamers, waarvan het gebruik ook in de prijs is inbegrepen. Het signaal van het WiFi-netwerk is overal even sterk. Er is zelfs een app te downloaden die de gasten in staat stelt de volledige vergadering papierloos te laten verlopen. Het standaardassortiment is zeer uitgebreid. Voor het vervullen van complexe wensen werkt het conferentiehôtel samen met externe specialisten. Kontakt der Kontinenten biedt van oudsher een platform aan grote maatschappelijke organisaties. Die blijven jaar na jaar komen omdat hun bijeenkomsten steeds op de spreekwoordelijke rolletjes lopen.

BOSTUIN VOOR TEAMBUILDING

Alles is erop gericht de gasten comfort en gemak te bieden. Dat geldt ook voor de uren na en tussen de vergaderingen en congressen. Daarom zijn alle hotelkamers zo ingericht dat ze de gast uitnodigen zich te ontspannen, eerst en vooral door de comfortabele bedden. De tien comfortkamers zijn nog iets ruimer van opzet en voorzien van extra zitgelegenheid, zodat die ontspanning gedurende een meerdaags verblijf constant blijft. "Een extra troef is onze bosrijke omgeving", zegt Beckers. "Ons restaurant is heel open vormgegeven. Je bent in een paar stappen op het terras en in de tuin. Het hele jaar kun je gebruik maken van de buitenkeuken. Nog een paar stappen verder en je bevindt je in het bos. Die wisselwerking tussen binnen en buiten wordt erg op prijs gesteld, en onze uitgebreide bostuin wordt ook veel gebruikt voor teambuildingactiviteiten. Voor wie 's avonds wil relaxen in een professionele sauna, hebben wij een samenwerking afgesloten met onze burens van Thermes Soesterberg. Natuurlijk hebben veel hotels een eigen fitnessruimte, maar bij ons loop je eerst door het bos en word je vervolgens ontvangen in een sauna en wellnessresort met alles erop en eraan."

ZINTUIGEN STIMULEREN

Kontakt der Kontinenten is een conferentiehôtel met een klinkende naam dat zich al sinds jaar en dag richt op het middensegment van de markt. De taart wordt gevormd door de locatie en de faciliteiten. Het hotel is uitstekend bereikbaar met de auto en het openbaar vervoer en wie zelf

aan komt rijden, hoeft nooit te zoeken naar een parkeerplek of geld voor de meter. De goed onderhouden historische gebouwen bieden zalen voor kleine bijeenkomsten en omvangrijke conferenties, beperkt tot een dagdeel of uitgestrekt over meerdere dagen. De kers én de slagroom op de taart worden gevormd door de bosrijke omgeving en de inrichting van het voormalige missiehuis en cenakel. Die stimuleren doelbewust de zintuigen en de bewustwording. "We doen dat met de kunst aan de muren, maar ook met het water dat we op de tafels plaatsen. Alleen daarvoor vragen we een vrijwillige bijdrage. De flessen bevatten kraanwater maar de boodschap op het glas vertelt hoe we zelfs met die paar euro helpen om Afrikaanse dorpen van waterpompen te voorzien en de wereld een druppeltje duurzamer te maken", legt Beckers uit.

AANDACHT NAAR TWEE KANTEN

De zintuigen worden gevoed met geuren, smaken en beelden, de verbeelding krijgt

een impuls van de verhalen die door foto's, bordjes maar ook gerechten en dranken worden verteld. De combinatie draagt bij tot een verblijf dat zowel plezieriger is als interessanter dan in een gestandaardiseerde omgeving. De gasten worden zich een beetje meer bewust van hun eigen rol in een wereld die altijd wat groter en meer divers blijkt dan werd aangenomen en ook de vergadering of conferentie waarvoor ze naar Kontakt der Kontinenten zijn gekomen wordt met meer aandacht gevolgd. "Zo werkt het kontakt in de naam naar twee kanten: aandacht voor de samenhang tussen werelddelen en werelden vertaalt zich ook in een scherpere aandacht voor de eigen omgeving en dus een beter rendement van de bijeenkomst", aldus Beckers.

www.kontaktderkontinenten.nl



The 5 key factors to ensure your next conference is a success



No matter how big or small the conference is, we offer our clients a personal approach.



Our IAPCO certification confirms we understand professional conference organisation.



We provide clients with full-service support so they can give their full attention to the scientific program.



We are a trustworthy partner and take a strong stand on financial transparency.



Our team has more than 25 years of experience in international professional conference organisation.

Contact us for more information or visit:
www.congressbydesign.com



CONGRESS BY DESIGN

www.congressbydesign.com | +31 (0)88 0898101 | contact@congressbydesign.com

Cursus- en
vergadercentrum

DOMSTAD

www.accommodatiedomstad.nl

Cursus-en vergadercentrum Domstad in Utrecht biedt uw gasten uitstekende accommodatie voor kennisontwikkeling, kennisdeling en kennisoverdracht.

Zalen en ligging

Moderne functionele zalen van 4 tot 400 personen en de centrale ligging ten opzichte van het Centraal Station maken Cursus-en vergadercentrum Domstad tot een succesvol accommodatiecentrum.

Service

We zijn er op gespist om zo efficiënt mogelijk onze diensten aan te bieden. Geen overbodig luxe waar u niet op zit te wachten maar to-the-point dienstverlening met een hecht team van medewerkers. Waardoor u ruimte over houdt in uw budget. Graag maken we een vrijblijvende offerte op maat om dat te bewijzen.

Koningsbergerstraat 9, 3531 AJ Utrecht - reserveringen@accommodatiedomstad.nl - tel. 030- 2927 700





Ontspannen in het groen vergaderen bij Hotel Mitland

Op een hoog niveau vergaderen en toch helemaal ontspannen in een groene omgeving. Deze unieke combinatie bieden ze bij Hotel Mitland in Utrecht. Het viersterrenhotel is gevestigd in een prachtig natuurlijk stadspark. Een oase van rust aan de rand van Utrecht. Met als grote plus de aanwezigheid van Fort De Bilt: een stukje geschiedenis dat in 2019 UNESCO werelderfgoed wordt.

Tekst Niek Arts

Door haar bijzondere ligging is Hotel Mitland dé plek in Utrecht waar je op een unieke manier vergadert, overnacht en écht tot rust komt. Michiel Prijs van Hotel Mitland is trots op de natuur en het vele groen waarmee het hotel omgeven is. "Die natuurlijke elementen zijn volop doorgetrokken in het hotel."

OASE VAN RUST

De mooie natuur ervaar je optimaal in de directe omgeving van het hotel. "We liggen enigszins verscholen aan de rand van

het park, het is daarmee een ware oase. De gracht van Fort De Bilt zorgt voor een mooie waterpartij, waar je de vogels en vissen volop ziet genieten. Aan de gracht hebben we een mooi terras gemaakt, zodat de gast tijdens of na een vergadering meteen kan relaxen. Als extra pré zijn de twee luxe vergaderruimtes op de begane grond gekoppeld aan een buitenruimte."

De bezoekers keren graag terug bij het familiehotel. Dit vanwege de unieke combinatie van het erkende hoge service-

niveau en de bijzondere omgeving. Prijs: "Hiervoor combineren we goed opgeleid personeel met ongekende flexibiliteit. Bij ons is bijna alles mogelijk wat de zakelijke klant wenst. We hebben verschillende vergaderruimtes waarin op hoog niveau vergaderd kan worden. Waarna er meer dan genoeg mogelijkheden zijn om te ontspannen."

GREEN KEY

Hotel Mitland ligt ideaal tussen de historische binnenstad van Utrecht en de groene omgeving van de Utrechtse Heuvelrug. Prijs: "We zitten op zowel vijf minuten fietsen van de binnenstad als van het mooie buitengebied van Utrecht. Een ingrijpende verbouwing in 2006 heeft het hotel tot een duurzaam eco-hotel gemaakt. Vanaf 2012 zijn we in het bezit van het Gouden Green Key-certificaat. Een internationaal keurmerk op het gebied van duurzaamheid en MVO. We zijn daarmee één van de groenste hotels van Utrecht."

Kom gerust langs: de koffie staat klaar! Want een eigen ervaring zegt méér dan 1000 woorden en een mooie foto.

www.mitland.nl



Stadskasteel Oudaen

Stads chic vergaderen in centrum Utrecht

Midden in Utrecht-stad, aan de Oudegracht, vindt u het oudste Stadskasteel van Nederland. Oudaen is groots in geschiedenis en een begrip in de wijde omgeving. Al decennialang verwelkomt de locatie zakelijke gasten, particulieren en toeristen. Zij kiezen voor Oudaen vanwege onder meer de centrale ligging en faciliteiten: verschillende zalen, trouwmogelijkheden, een bierbrouwerij met werfterras, een restaurant en een grand café. Recentelijk is deze locatie in een nieuw jasje gestoken waar de beleving van eten, drinken, vergaderen en trouwen centraal staat: in een stads chic monumentaal kasteel.

VERNIEUWDE VERGADERZALEN

Met een vernieuwd zalencentrum biedt Oudaen haar gasten een unieke beleving waarbij de rijke geschiedenis van het kasteel is vertaald naar op de kintsugi-stijl geïnspireerde meetingrooms. De groenblauwe wanden en plafonds, geelgouden accenten in de comfortabele stoelen en het houtlijmeffect langs de muren zorgen voor een intieme sfeer.

De vergaderruimtes zijn geschikt voor vergaderingen, presentaties, een congres of teambuildingactiviteit. Voor kleine groepen is de Zoudenbalchzaal zeer geschikt, met een beperkte capaciteit van zestien personen. Voor grotere groepen zijn onder meer de

“De Houdaenkamer op de eerste etage is in zijn oorspronkelijke staat gehouden en ademt de geschiedenis van Oudaen.”

Couwenhovezaal en de Lintelozaal beschikbaar. In de tussengelegen bar area kan men volop genieten van een pauze, kop koffie of even een ontspannen praatje met een collega. Stads chic in een nieuw jasje. Ook is er rekening gehouden met liefhebbers van Oudaen en



haar geschiedenis: de Houdaenkamer op de eerste etage is in zijn oorspronkelijke staat gehouden en ademt de geschiedenis van Oudaen.

WENSEN

De gast staat centraal bij Oudaen en is dan ook een belangrijke factor geweest in de verbouwing: de wensen van de gast zijn meegenomen in het nieuwe ontwerp. Dit is onder meer te zien aan de zalen op de tweede verdieping; deze kunnen door middel van schuifbare wanden aan elkaar verbonden worden, waardoor één grote ruimte ontstaat. "Dit soort gastvrijheid is belangrijk en uniek, vanwege

"Dit soort gastvrijheid is belangrijk en uniek, vanwege zijn sterke karakter en ontzorging van onze gast."

zijn sterke karakter en ontzorging van onze gast. Op deze manier kan Oudaen bieden wat gevraagd wordt, namelijk een veranderende omgeving bij veranderende omstandigheden", aldus Roos van Dijk van Oudaen.



Facts & Figures

- Ligging aan de gracht in Utrecht (hartje Utrecht)
- Goed bereikbaar met zowel OV als per auto
- Verschillende parkeergarages, zoals La Vie & Vredenburg op 5 minuten loopafstand
- 4 verschillende zalen
- 1 bierbrouwerij
- 1 restaurant
- werfterras
- 1 grand café
- In-house AV-faciliteiten

ONTSPANNEN GASTVRIJHEID

Dat Oudaen groot is in gastvrijheid en zichzelf daarmee op de kaart heeft gezet, is niet nieuw: "Dankzij onze jarenlange ervaring in het hosten en begeleiden van verschillende evenementen, of dat nu vergaderingen of bruiloften zijn, kunnen wij onze gasten juist dát beetje extra bieden wat in de hedendaagse wereld gevraagd wordt. Een gezellige borrel na een vergaderdag, een afsluitende rondleiding door onze bierbrouwerij of een mooi driegangendiner, onze gast krijgt wat zij verdient."

RONDLEIDING

Oudaen speelt in op de veranderende tijden waarin werk en ontspanning naast elkaar staan en biedt haar gasten verschillende mogelijkheden. Een rondleiding door de bierbrouwerij in de kelder van het kasteel is bijvoorbeeld zo'n afsluiting van de dag. "Onze gasten waarderen de rondleidingen door de bierbrouwerij enorm en kunnen zich ontspannen met ons heerlijke eigen gebrouwen bier. Daarnaast bestaat er sinds kort de mogelijkheid om in onze bierbrouwerij te eten, dus op die manier is de afsluiting compleet." Liever een heerlijk diner in het restaurant of je dag afsluiten met een groepsborrel behoort ook tot de mogelijkheden.

Het kasteel biedt al jaren gastvrijheid waarin de verschillende facetten en ruimtes die het kasteel te bieden heeft, optimaal worden ingezet. Kiest u voor Oudaen, dan kiest u voor hoogwaardige gastvrijheid in een unieke omgeving waarbij uw wensen centraal staan.

www.oudaen.nl

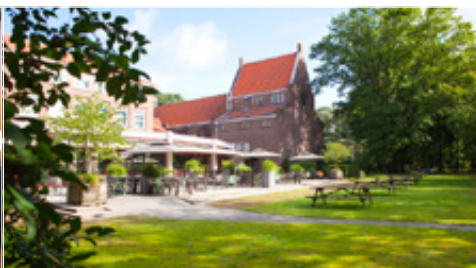
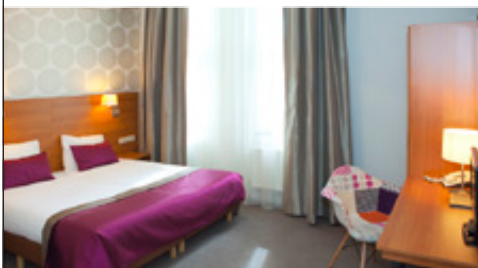


CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



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



KNVB | CAMPUS

De gloednieuwe KNVB Campus is de plek waar onze nationale selecties trainen en waar trainers worden opgeleid, scheidsrechters werken aan de arbitrage en waar voetballers van ons land kunnen revalideren.

Maar de KNVB Campus is meer dan het hart van het Nederlandse voetbal.

Het is ook een plek waar het bedrijfsleven in een inspirerende topsportomgeving kan vergaderen, waar je aan teambuilding kunt doen, waar je clinics kunt volgen en waar je kunt eten, drinken en overnachten.

DE KNVB CAMPUS IS DE ULTIEME PLEK VOOR DE TEAMS VAN MORGEN!





De zakelijke ruimtes van het Spoorwegmuseum

Met de hele zaak op een ander spoor

Het Spoorwegmuseum is de grootste publiekstrekker in de stad Utrecht, ruim 400.000 bezoekers beleven jaarlijks de treingeschiedenis in de fascinerende werelden van het museum. Met een prachtig visitekaartje: de entree in het historische Maliebaanstation. Het klassieke treinstation uit 1874 is in oude glorie hersteld en ademt negentiende-eeuwse grandeur, compleet met marmeren vloeren, kroonluchters en wachtkamers.

Een bezoek aan het museum brengt je in één klap terug in de tijd. Aan de andere zijde van het spoor vind je een indrukwekkende grote museumhal waarin de hele geschiedenis van het spoor te zien, te ruiken en te voelen is. Met als centraal uitgangspunt: het museum als belevenis.

ZAKELIJKE RUIMTES

Het Spoorwegmuseum is prachtig centraal gelegen in hartje Utrecht met uitgebreide parkeergelegenheid voor

de deur en bereikbaar met de trein. Het museum biedt een breed scala aan zakelijke ruimtes. Van majestueuze wachtkamers tot industriële ruimtes tussen de indrukwekkende stoomlocomotieven in de grote museumhal. De museale omgeving en prachtige treinen geven bijeenkomsten of evenementen altijd een stukje extra beleving. Daarmee biedt het Spoorwegmuseum de gasten een leuke, enthousiasmerende plek voor een bijzondere dag. Tussen de bedrijven door kan men wegdwalen tussen de treinen en genieten van de spoorhistorie.

HET MALIEBAANSTATION

De entree toont het al, het reizen per trein was vroeger alleen weggelegd voor de allerrijksten. Het Maliebaanstation is een klassiek negentiende eeuws treinstation met een rijke geschiedenis. 'Bestijg de trein nooit zonder uw valies met dromen' staat er op de muur. Onder de tekst staat de bagage hoog opgestapeld, klaar voor vertrek. Dit sfeervolle stationsgebouw biedt verschillende mogelijkheden; een prachtige klassieke

ontvangsthal en mooie ruimte wachtkamers aan het perron met uitzicht op de treinen, een overdekt terras en zelfs een Koninklijke Wachtkamer.

MUSEUMHAL

Aan de andere kant van het spoor staat de grote museumhal. Bij de entree loopt u onder een levensgrote stoomlocomotief door. Het kan niet missen, hier staan de stalen monsters van het spoor en betreedt u de fascinerende werelden van het Spoorwegmuseum. In de overdekte museumhal van 14.000m² zijn zakelijke of feestelijke bijeenkomsten tot wel 3.000 personen geen probleem. In de museumhal vinden regelmatig diners plaats, een leuke ervaring tussen de oude historische treinen van het museum.

BESLOTEN RUIMTES

Ook voor besloten ontvangsten is er ruimte. Afspreken onder het 'blauwe bord', iedereen die vroeger wel eens op Utrecht CS kwam, kent dit wel. Het blauwe bord hangt tegenwoordig in de Expositieruimte van het Spoorwegmuseum. Hier zijn alle audiovisuele middelen aanwezig voor presentaties tot 300 personen. Hoog boven de majestueuze treinen bevindt zich tevens

de Bedrijfsschool, het oude opleidingsinstituut van NS. De zaal beschikt over een eigen foyer voor een warme ontvangst van de gasten. Daarnaast zijn er talrijke andere besloten ruimtes, voor grote en kleine groepen. Zo biedt een oude elektriciteitscentrale plaats aan 25 tot 90 personen en kunnen 200 gasten plaatsnemen in de theaterzaal. Hier spelen de acteurs van het museum hun voorstellingen over de Oriënt-Express, maar de zaal is ook exclusief te boeken. Kortom, voor alle soorten groepen en bijeenkomsten is er een mogelijkheid. Buiten openingstijden, dat wil zeggen na 17 uur, zijn naast besloten ruimtes ook de publieke ruimtes van het museum beschikbaar. Borrelen naast de eerste stoomlocomotief van Nederland, de Arend, is dan een optie. Of dineren op het perron voor de Orient Express. Op maandagen buiten de schoolvakanties is het museum de hele dag gesloten voor publiek, dan zijn er voor de zakelijke klant volop mogelijkheden.

MUSEUMBEZOEK

Een extra voordeel van een zakelijke bijeenkomst in het Spoorwegmuseum is dat ook de andere kant van het museum ontdekt kan worden. De rondleiders van het

museum weten alles te vertellen over de treinen en hun geschiedenis. Het biedt de mogelijkheid om tussen de bedrijven door een ontspannende en leerzame wandeling te maken langs de kroonjuwelen van het museum. Natuurlijk zijn ook de museumattracties het bezoeken waard zoals de spectaculaire Vuurproef, De Grote Ontdekking of Vorstelijk Reizen. Onlangs opende het museum ook een Techlab waar de techniek achter de trein centraal staat. De thema's van de spoorgeschiedenis zoals innovatie, ontwikkeling en samenwerking zijn tegenwoordig ook vaak sleutelwoorden voor bedrijven.

PROFESSELE BEGELEIDING

Het Spoorwegmuseum zorgt dat bijeenkomsten op een goede en soepele manier verlopen. De catering is daarvan een belangrijk aspect. Het Spoorwegmuseum werkt daarom samen met verschillende cateraars, aan u de keuze welke cateraar het beste bij u past. De afdeling reserveringen helpt u graag met het samenstellen van een geschikt programma.

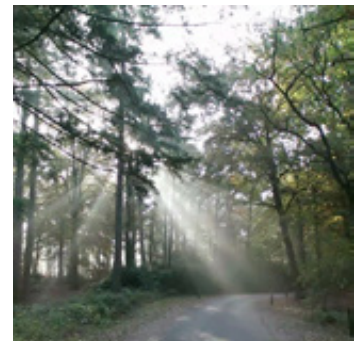
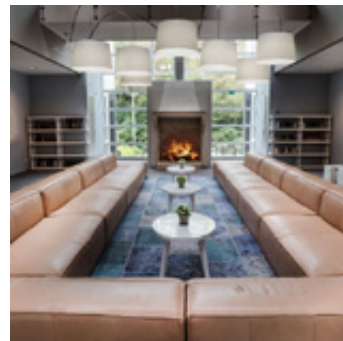
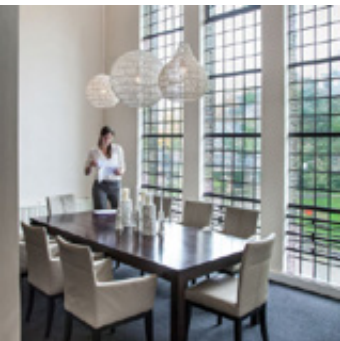
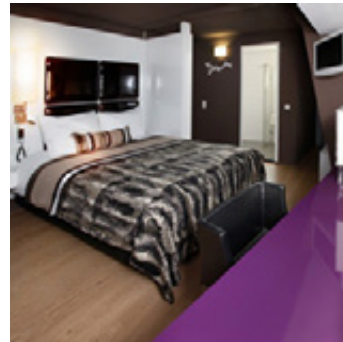
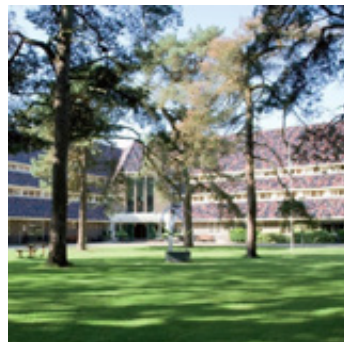
Meer informatie is ook te vinden op www.spoorwegmuseum.nl (T: 030-2306289 of sales@spoorwegmuseum.nl).



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.

Woudschoten Hotel & 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, voor business events maar ook als sfeervol hotel voor een weekendje weg.



Woudschoten

HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergsesweg 54
3707 HX Zeist

T 0343-492 492
F 0343-492 444

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



Eventplanners: al eens gedacht aan de bioscoop?

Een bioscoop is tegenwoordig niet meer alleen de plek waar je geniet van de magie van film. Het is ook een zéér geschikte locatie om seminars, productpresentaties en symposia te organiseren. Daar weet accountmanager Wanda Borkus van bioscoop Kinopolis Jaarbeurs (vlakbij Utrecht Centraal Station) alles van. Ze laat u graag de speciale zakelijke kant van de bioscoop ervaren.

Tekst Niek Arts

Misschien kent u Kinopolis Jaarbeurs in Utrecht nog niet zo goed, ze zitten vanaf december 2016 aan de Jaarbeurs vast. Het karakteristieke en moderne gebouw torent stijlvol boven de Jaarbeurs uit. Kinopolis is een van oorsprong Belgisch bedrijf dat nu vijftien bioscopen in Nederland heeft.

DE BIOSCOOP ALS IDEALE EVENTLOCATIE
Borkus: "De bioscoop is niet de eerste locatie waar mensen aan denken voor het organiseren van een zakelijk event. En dat is écht een gemiste kans. Wij hebben als moderne bioscoop veel unieke te bieden. Hét grote voordeel van een bioscoopzaal is de tribuneopstelling waardoor het

podium perfect te zien is. Verder zijn de modernste audiovisuele oplossingen standaard aanwezig. Ieder event prikkelt zo de zintuigen van de bezoekers."

"Wij hebben 14 zalen met een capaciteit van 100 tot 619 zitplaatsen. Ter ondersteuning hiervan zijn er twee grote naastgelegen ruimtes die ideaal zijn voor een borrel, pauze-activiteit of lunch. Verder kunnen onze gasten aanschuiven in restaurant Speys, dat bij ons in het gebouw zit."

UNIEKE BELEVING

"De bioscoop is een unieke omgeving waar de magische wereld van film tot leven komt. Bij ons loop je lang de posters van films die nu draaien of binnenkort uitkomen. Desgevraagd kunnen we de filmbeleving verder doorvoeren in een event. Zo liet laatst een klant popcorn uitserveren in bakjes met zijn eigen logo erop. Ook combineren klanten regelmatig een filmbezoek met een zakelijke aangelegenheid. Als de groep groot genoeg is, maken we er een privébioscoop van!"

PERFECT BEREIKBAAR

"We zitten naast Utrecht Centraal Station, dus met de trein komen is ideaal. Voor bezoekers die met de auto komen, biedt de Jaarbeurs voldoende parkeerplaatsen. We werken intensief samen met de Jaarbeurs en zijn via een overdekte gang met elkaar verbonden. Dit geeft veel extra flexibiliteit bij het organiseren van een event."

"Wij denken graag met de klant mee om van ieder event een topevent te maken. Er is vaak veel meer mogelijk dan mensen denken. Al nieuwsgierig geworden? Kom dan gerust een kop koffie drinken of een bakje popcorn eten."

kinopolis.nl/kinopolis-business

Honderdjarige Jaarbeurs koestert band met de stad

“Utrechtse vibe brengt ons verder”

Bij het honderdjarig bestaan van Jaarbeurs kijkt CEO Albert Arp vol vertrouwen naar de toekomst. De nieuwe strategie levert nu alweer zwarte cijfers en groeiperspectief op in binnen- en buitenland. De komende jaren investeert Jaarbeurs ruim 100 miljoen euro in terrein en gebouwen. “Dit wordt een van de gaafste evenementenlocaties van Europa.”

Tekst Hans Hajée Fotografie Marnix Schmidt

Albert Arp was veelbelovend semi-profwieler tot dat een val eind jaren tachtig abrupt een einde maakte aan zijn topsportcarrière. Na studies Bedrijfseconomie aan de UvA en Auditing aan de Erasmus Universiteit volgden advies- en bestuursfuncties. Arp was onder meer voorzitter raad van bestuur van het Ziekenhuis St. Jansdal in Harderwijk, door Elsevier meermaals uitgeroepen tot beste ziekenhuis.

STERKE COMEBACK

De keuze om begin 2016 als CEO bij Jaarbeurs aan de slag te gaan, lijkt verrassend. “Ik breng zaken in beweging, zorg voor verandering”, zegt Arp. “Na het formuleren van een bestendige visie is het daartoe zaak om de mensen mee te krijgen en de strategie vervolgens gezamenlijk uit te voeren. Deze gouden driehoek – visie, framen, executie – fascineert mij en is op veel plekken van waarde.” Ook bij Jaarbeurs. Na decennia van voorspoed kende de Utrechtse beurs- en evenementenorganisator een aantal verliesgevende jaren. Daar is nu verandering in gekomen. “Gelukkig is het financiële fundament zeer solide. Dat vormt de basis voor een sterke comeback met een afgeslankte maar effectieve organisatie.”

MARKTEN EN MERKEN

Daartoe formuleerde Jaarbeurs een strategie waarbij waardevolle ontmoetingen centraal staan. “Doel: handel tot stand brengen, kennis delen en passie beleven. Daarbij focussen we op grootschalige live events voor een aantal kernmarkten. Verder beschikt Jaarbeurs over ijzersterke merken zoals de Vakantiebeurs, met meer dan 100.000 bezoekers het grootste Europese evenement in zijn soort. Die bouwen we verder uit.” De focus op markten en merken vereist discipline. “Het betekent heldere keuzes maken bij nieuwe concepten. En evenementen afstoten die niet bij ons passen.”

LIVE EN ONLINE

Juist in dit online tijdperk doen ontmoetingen er meer dan ooit toe, stelt Arp. “Ook zijn er steeds meer voorbeelden waarbij beide elementen elkaar versterken. Neem Dutch Comic Con; vanuit een online community ontstond de behoefte om elkaar ook echt te ontmoeten. Eind november komen ruim 20.000 liefhebbers naar de Jaarbeurs, veelal uitgedost als hun favoriete strip- of filmfiguur.” De combinatie live en online komt op meerdere manieren tot stand. “KreaDoe wordt hier al tientallen jaren gehouden en kent een bloeiende Facebookcommunity.”

TWEERICHTINGSVERKEER

De buitenlandse activiteiten van Jaarbeurs zijn onverminderd succesvol. Dochterbedrijf VNU Exhibitions heeft kantoren in Sjanghai en Bangkok. Het merk VIV – beurs voor feed en food – wordt in steeds meer landen uitgerold. “De sterke positie maakt ons in Azië een interessante gesprekspartner voor overheden. Ook de samenwerking met concerns als Alibaba en Tencent is waardevol voor het bedrijf.” Jarenlang had China grote behoefte aan Westerse expertise. “Het land maakt een omslag van imitatie naar innovatie en wordt op steeds meer gebieden leidend. In de toekomst zal sprake zijn van tweerichtingsverkeer; Chinese kennis en activiteiten komen naar Europa. Ook daarbij speelt Jaarbeurs graag een rol.”

100 MILJOEN EURO

De onder Arp ingezette strategie werpt vruchten af. “Dit jaar zijn de cijfers weer zwart en de prognose voor 2018 duidt op verder herstel. Daarmee gaan we vol zelfvertrouwen de volgende uitdaging aan: een ingrijpende metamorfose van onze gebouwen en het Jaarbeursterrein.” De komende jaren investeert het bedrijf ruim 100 miljoen euro. Momenteel wordt hard gewerkt aan de plannen. Daarbij schakelt Jaarbeurs architect Winy Maas in, onder meer bekend van de Rotterdamse Markthal. Belangrijk element in het vernieuwde gebied is de Centrieboulevard, een voetgangerszone die Jaarbeurs vanaf het Merwedekanaal verbindt met het historische centrum. Door een grondruil met de gemeente verdwijnt het parkeerterrein aan de Croeselaan. Naast megabijscoop Kinopolis Jaarbeurs – al volop in bedrijf – komen er nieuwe functies zoals een hotel. Het gaat hier om ontmoeten en verblijven. Hallen worden deels gesloopt en nieuw gebouwd, deels gerenoveerd. Jaarbeurs concentreert de parkeerruimte aan de overkant van het Merwedekanaal.

HEALTHY URBAN LIVING

De Jaarbeurszijde van het Centraal Station is nu een plek waar je zonder dringende noodzaak niet komt. “Dat gaat veranderen”, zegt Arp. “Het wordt een dynamisch gebied waar altijd wat te beleven is, waar mensen graag verblijven. Voor onze klanten wordt dit een van de gaafste evenementenlocaties van Europa.” De ligging pal aan het vernieuwde Centraal Station is daarbij een sterke troef. “Bezoekers die met de trein komen, zijn binnen een paar minuten ter plaatse. Dat maakt het heel verleidelijk om de auto te laten staan. Een onderscheidend kenmerk, ook

TRANSPARANT Vernieuwen

Op de zesde verdieping van het Beatrixgebouw bevindt zich de Jaarbeurs Innovation Mile, kortweg JIM: een samenwerkplek van ruim 7.000 m². “JIM is bedoeld voor scale-ups en vernieuwers,” verduidelijkt Arp. De nadruk ligt op ontmoeting en interactie. “Bedrijven als SnappCar, BeBright en Lygature kozen voor JIM. Alliander brengt er haar innovatieteam onder. Er zijn al uitbreidingsplannen voor een tweede verdieping.” De jonge, vernieuwende bedrijven triggeren niet alleen elkaar maar ook Jaarbeurs. “Een aantal JIM-bewoners dacht op ons verzoek mee over de toekomstige invulling van een van de beurzen. Hun frisse blik en innovatiekracht zijn van grote waarde. Zo’n samenwerking is een voorbeeld van de toegenomen transparantie bij Jaarbeurs.”

vanuit het oogpunt van duurzaamheid.” Met jaarlijks 2,5 miljoen bezoekers voelt Jaarbeurs een sterke verantwoordelijkheid om duurzaamheid te stimuleren. “Het vormt een rode draad bij het vernieuwde Jaarbeursterrein. Dat gaat veel verder dan het gebruik van zonnepanelen. We willen echt een voorbeeld creëren, bijvoorbeeld op het gebied van circulariteit. Deze doelstelling past bij Healthy Urban Living als hét speerpunt van stad en regio. Steeds meer partijen omarmen de gezamenlijke ambities op het gebied van groen, gezond en slim. Jaarbeurs doet dat voluit.”

SMEEROLIE

Jaarbeurs en Utrecht zijn al honderd jaar onlosmakelijk met elkaar verbonden. “We zijn smeerolie voor de lokale economie”, weet Arp. “Elke euro die tijdens de ruim 8.000 evenementen wordt uitgegeven, zorgt voor 4 euro aan bestedingen bij hotels, restaurants en leveranciers. Andersom maken de stad en regio ook ons sterker. Denk aan Utrechtse bedrijven die het congres- en vergadercentrum gebruiken voor bijeenkomsten. De vernieuwing en uitbreiding van het Stationsgebied versterkt onze propositie enorm. Niet alleen economisch, ook mentaal. Utrecht is een gemeente die investeert, waar gebouwd wordt. Een stad met ambitie en toenemend zelfvertrouwen. Dat leidt tot een vibe die ook Jaarbeurs inspireert. En bijdraagt aan onze doelstelling om weer een toonaangevende evenement- en congresorganisatie te worden. Landelijk en op termijn zeker ook internationaal.”



Muntgebouw Utrecht

Verrassen door return on inspiration

Met The Attention Group combineren Pieter Aalbers en Adriaan Derksen hun passie voor mensen, innovaties en historische gebouwen. Het Muntgebouw in Utrecht is één van de locaties die zij ontwikkelden voor congressen, meetings, evenementen en prijswinnende horecaconcepten. Beide pandbewaarders geloven heilig in return on inspiration. "Door samenwerking met creatieve ondernemers voegen we nieuwe elementen toe aan het bedrijf en de locaties."

Adriaan Derksen en Pieter Aalbers kennen elkaar al twintig jaar en hebben een uitgebreid trackrecord met directiefuncties in binnen- en buitenland. "We besloten het roer om te gooien en samen te ondernemen," zegt Aalbers. "Met The Attention Group staan we weer met onze voeten in de klei. En daar worden we erg gelukkig van."

UNIEKE HABITAT

Klei klinkt oneerbiedig, want met het Muntgebouw Utrecht beschikt The Attention Group (TAG) over een unieke habitat. "We hebben een voorliefde voor monumentale gebouwen met een bijzondere geschiedenis. Door de exploitatie als locatie voor congressen, meetings, evenementen en prijswinnende horecaconcepten krijgt het Muntgebouw een bestendige toekomst. En we geven het gebouw terug aan de gasten en de omgeving. Niet voor niets noemen we ons pandbewaarders, geen eigenaren."

PERFECTE AVOND

Met 11.000 m² is het Muntgebouw de grootste historische congreslocatie van Midden-Nederland. Zakelijke opdrachtgevers uit het hogere segment weten de plek op waarde te schatten. "Waaronder financiële bedrijven, overheden en zorginstellingen", aldus Derksen. "Plenaire faciliteren we hier groepen tot maximaal driehonderd personen." Kennisoverdracht is vaak een rode draad bij de bijeenkomsten. "Het grote verschil met congreslocaties die specifiek voor dat doel zijn ontwikkeld: hier word je verrast door het gebouw."

Het Muntgebouw is ook gastheer van bijzondere evenementen. "Denk aan prijsuitreikingen en boekpresentaties. Er zijn commercials opgenomen, evenals de tv-serie De Fractie en het discussieprogramma Debat op 2. Bij Frits, een vernieuwend uitgaansconcept voor werkende jongeren hadden vijfhonderd mensen een perfecte avond." Zakelijke bijeenkomsten blijven de corebusiness. Door de onder-



scheidende locatie en de strategische ligging, vlakbij Jaarbeurs en centraal station, weten steeds meer landelijke en ook internationale partijen het Muntgebouw te vinden. De opdrachtgevers hebben bovendien een vaste contactpersoon. "Zij hebben één aanspreekpunt die optreedt als spin in het web en alles regelt. Zowel de gastvrijheid als de culinaire invulling zijn volledig in eigen hand."

MUNTSTRAAT

Sinds kort zijn de mogelijkheden in het Muntgebouw verder uitgebreid. De ruimtes op de eerste etage van het pand, die vroeger dienden als het depot van het Geldmuseum, zijn nu ook beschikbaar voor bijeenkomsten zoals vergaderingen, borrels en diners. Aan de 'Muntstraat' zijn vijf huisnummers te vinden die toegang bieden tot vijf ruimtes. Gasten mogen hier letterlijk 'alles uit de kast' halen, inclusief de lunch die als streetfood wordt gepresenteerd en de zoete lekkernijen voor tijdens het ontvangst en de lunch. Op

de tweede verdieping van het Muntgebouw liggen de Handelskamers. Deze vier praktische ruimtes, voorzien van voldoende daglicht, zijn zeer geschikt voor vergaderingen, boardmeetings, presentatie of als subruimte en beschikken daarnaast over een mooi uitzicht.

DELEN IS HET NIEUWE HEBBEN

Het is een voorbeeld van de filosofie op grond waarvan Aalbers en Derksen hun locaties openstellen voor creatieve, ondernemende mensen. "Delen is het nieuwe hebben. Door met die insteek samenwerkingen aan te gaan, ontstaan verrassende innovaties. Zoals de ontwikkeling van soundperfume; speciaal gecomponeerde achtergrondmuziek, geïnspireerd door heden, verleden en toekomst van de gebouwen. Of onze signature dishes, gepersonaliseerde gerechten en drankjes die de eigenheid van opdrachtgevers in zich dragen. Zo komen er alsmear meer voorbeelden van return on inspiration;

een samenwerking waarbij 1 plus 1 echt 3 is. Dat vliegwiel gaat steeds sneller draaien. Het zorgt continu voor energie, voor nieuwe elementen in het bedrijf. Klanten en hun gasten plukken daar de vruchten van."

ONDERNEMEN ZONDER BANK

Drie jaar geleden startten Derksen en Aalbers met zijn tweeën, inmiddels telt TAG ruim veertig medewerkers. "Bij de selectie kijken we naar competenties. Er werken veelal jonge mensen die zich hier volop kunnen ontwikkelen. Ziekteverzuim en verloop zijn minimaal. Medewerkers hebben plezier in hun job en zijn betrokken; ze zien het echt als hun gebouwen."

Om die historische objecten succesvol te exploiteren, is een lange adem nodig. "Zeker omdat wij ondernemen zonder bank. Dus voor elke verbouwing of uitbreiding moeten we eerst zaalruimte verhuren en heel veel kopjes koffie verkopen. Dat besef houdt ons alert en leidt tot scherpe keuzes."

NOG BETER WORDEN

Er is steeds meer waardering voor de authenticiteit en het gedurfde ondernemerschap van TAG. "Wij groeien in een krimpende, competitieve markt. Maar het kan altijd beter", stelt Aalbers. "In reviews wordt het Muntgebouw gemiddeld hoog beoordeeld. Toch kwamen onze medewerkers met het verzoek nog een stap verder te gaan en mystery guests in te schakelen voor aanvullende feedback. Natuurlijk krijgen ook wij wel eens kritiek. Zoiets komt echt binnen in het bedrijf. Iedereen staat op scherp en zet alles op alles om nog beter te worden."

www.theattentiongroup.nl



Duurzame gastvrijheid op de Utrechtse Heuvelrug

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



Landgoed Zonheuvel



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

STADS
SCHOUW
BURG OLBECHL
UTRECHT



Stadsschouwburg Utrecht
Unieke locatie voor uw
zakelijke evenement!

ssbuzaalverhuur.nl



0522 745 813
verkoop@joustrastoelverzorgers.nl
www.joustrastoelverzorgers.nl

**De stoel zorgt voor u,
zorgt u ook voor uw stoel?**

herstoffering - stoffering - onderhoud



Bezoekadres Meppel:
Eekhorstweg 4
7942 JC Meppel

Bezoekadres Harderwijk:
Schimmelstraat 2
3842 CN Harderwijk



Beweging als sleutel voor efficiënte meetings

Vergaderruimtes worden veelal standaard ingericht met een grote lange tafel en daaromheen staan doorgaans standaard vergaderstoelen welke voor de gebruikers, in deels lange vergaderingen, vermoeiend is. Door de stijl en de vormgeving wordt een belangrijk detail gemakkelijk vergeten: beweging.

Beweging houdt niet alleen het lichaam maar ook de geest fit. Dat heeft **aeris** meer dan twintig jaar geleden erkend. Het bedrijf heeft intussen een reeks aan producten in portfolio die van vermoeiende vergaderingen constructieve gesprekken maakt.

DESIGN DAT BEWEEGT

De conferentiestoel **oyo** van **aeris** is niet alleen bij de eerste aanblik uitzonderlijk. Een unieke mix van kuipstoel, schommelstoel en zadel zit maakt hem een

echte blikvanger. De organische vorm nodigt uit tot verschillende zithoudingen. Hierdoor volgt u spontaan en intuïtief uw natuurlijke bewegingspatroon. Door licht te schommelen houdt u uw lichaam en geest fit.

NIETS ZAL U MEER BEWEGEN

Hoewel de **swopper** inmiddels een echte bureaunklassieker is, heeft het unieke concept niet aan belang verloren. **aeris** heeft met de **swopper** de basis gelegd voor zitten in beweging. Door haar flexibiliteit stimuleert u gelijkmatig lichaam en geest.

De **swopper** slaat niet alleen een goed figuur aan het bureau maar is ook ideaal voor vergaderzalen. Dankzij zijn gepatenteerde 3D-technologie stimuleert en bevordert hij beweging en maakt meervoudig dimensionaal zitten mogelijk. De **swopper** is flexibel, volgt de beweging van de gebruiker en verbetert op deze wijze de lichaamshouding en de cognitieve prestaties. Daarnaast neemt de

swopper maar weinig ruimte in waardoor hij geschikt is voor iedere vergadering.

ERGONOMISCH PERFECT

Sneller, efficiënter en gezonder – staande meetings duren meestal wezenlijk korter dan wanneer men zittend een meeting houdt en bevorderen dankzij bewegingsvrijheid de creativiteit. De actieve zitstakruk **muvmán** van **aeris** onderbreekt deze bewegingsvrijheid niet. In tegendeel, het wordt juist bevorderd.

Dankzij zijn grote hoogte verstelbaar is de **muvmán** voor elke lichaamslengte geschikt. Intelligente techniek in de voetplaat en de zitting passen zich automatisch aan het gewicht en de bewegingen van de gebruiker aan en biedt voor iedereen de perfecte ergonomie bij het zitten en staand-zitten.

www.aeris.de/nl



Dynamisch vergaderen bevordert concentratie, effectiviteit en resultaat

Nederlanders zitten teveel en dat doet het lichaam geen goed. Sterker nog, het veroorzaakt concrete klachten en kan zelfs ziekte in de hand werken. Wat dan? Staan? Liever een juiste mix in beweging vinden, zo adviseert Aeris, specialist in dynamische zitoplossingen. Werken en vergaderen met de juiste balans daarin zorgt voor een beter concentratievermogen, tijdwinst en meer resultaat.

Tekst Aart van der Haagen

“Miljoenen jaren evolutie kostte het voordat de mens volledig rechtop kon lopen en in de afgelopen zestig jaar hebben we dat afgebroken door steeds meer te gaan zitten”, schetst Stef Middel, area sales manager bij aeris. Cru gesteld natuurlijk, maar in feite komt het daar wel op neer. “Bewegen is in onze genen verankerd, je zit

het kleine kinderen voortdurend doen. Later gaan ze naar school en belanden ze dag in, dag uit op een stoel, wat zich veelal voortzet in hun carrière in het bedrijfsleven. Buitensporten gebeurt steeds minder. Op een bureaustoel neem je automatisch een onjuiste, passieve houding aan. Die inactiviteit moet je doorbreken, anders ontstaan er gezondheidsproblemen, zoals vermoeidheid, pijn en op den duur wellicht zelfs ziekte. Mensen wenden zich dan tot de fysiotherapeut, maar als je de oorzaak niet wegneemt, zullen de klachten na verloop van tijd terugkeren.”

STIMULEERT DOORBLOEDING

“Vanuit een stukje bewustwording omtrent deze verschijnselen experimenteren steeds meer bedrijven - vooral de grote, in mindere mate ook het MKB - met staand vergaderen”, vervolgt de salesmanager. “Dan kom je vanzelf meer

in beweging en dat stimuleert de doorbloeding van het lichaam, waardoor er meer zuurstof naar de hersenen gaat. Je kunt je dan beter focussen, makkelijker informatie opnemen en meer werk verzetten, wat het resultaat bevordert en veelal tot een kortere vergadertijd leidt. Het effect van zo'n dynamische houding en omgeving is inmiddels ruimschoots bewezen. Aan de andere kant blijkt uitsluitend staan nog veel slechter voor het lichaam. Het geeft een hoge belasting van onder andere de voeten en de enkelgewrichten maar ook op de onderrug. Niet voor niets komen spataderen bovengemiddeld vaak voor bij mensen in staande beroepen. Je moet dus een modus zien te vinden waarin je het afwisselt met zitten, of het nu om werken achter een bureau of vergaderen gaat."

ALLE KANTEN OP BEWEGEN

Hier ligt de specialiteit van aeris, een Duits bedrijf dat zich 21 jaar geleden vestigde en de swopper op de markt bracht, een bijzonder ergonomische stoel die we verderop toelichten. Als expert in dynamische zitoplossingen is het bedrijf ondertussen marktleider geworden en via een brede handelsstrategie actief in 39 landen. "Specifiek voor staand vergaderen hebben we de muvman ontwikkeld, een zit-stakruk die je even gebruikt op de minder actieve momenten voor ondersteuning en ontspanning aan de onderrug, bijvoorbeeld wanneer je luistert naar een spreker. De meervoudige, traploze



verstelbaarheid maakt hem voor iedereen geschikt, ongeacht lengte en lichaamsbouw. De muvman neemt zeventig procent van de belasting op de voeten weg en werkt dus een stuk minder vermoeiend. Mocht een bedrijf niets voelen voor staand vergaderen, dan biedt de swopper uitkomst. Het betreft een stoel die dankzij een laag kantelpunt met een groot bereik alle kanten op kan bewegen, wat vanzelf de bloedsomloop stimuleert. Een spiraalveer zorgt voor een zachte landing wanneer je gaat zitten, hetgeen de tussenwervelschijven enorm ontlast."

SCHOMMELEN

Als variant op de swopper (overigens ook voor kinderen leverbaar als swoppster) noemt Middel de 3Dee Active Office Chair. "Die beschikt over een vijftiens voetenkruis met wielen en een flexibele rugleuning, waardoor hij meer oogt als een traditionele bureaustoel. Deze kies je vooral op grond van uitstraling en beweeglijkheid. Hij heeft bewust geen armleuningen, schuifzitting en synchroonmechanisme meegekregen, die gebruikers van traditionele bureaustoelen in de praktijk toch veelal vastzetten. De bewegingen dankzij het scharniersysteem en de verticale vering doen het werk. Als laatste onderscheiden we oyo The Chair, een waanzinnig mooi vormgegeven zadelstoel van de Duitse topontwerper Martin Ballendat. Deze stimuleert het bewegen door te schommelen en biedt een uiterst comfortabele zit. Je kunt er voorwaarts, zijwaarts of achterstevoren op zitten, waarmee je een afwisseling in je houding stimuleert." Met bovengenoemde producten komen we volgens de salesmanager van aeris tot de kern van de zaak: werken en vergaderen moet prettig voelen en dat begint met een gezonde, actieve houding, die voor energie en concentratie zorgt. Dan volgen de prestaties vanzelf, veelal in een korter tijdsbestek.

www.aeris.de/nl





Gaat online reserveren van vergaderzalen in 2018 doorbreken?

Onlangs kwam het bericht naar buiten dat de test voor het online boeken van vergaderzalen bij geselecteerde NH Hotels in Duitsland is geslaagd. Vanaf nu is het mogelijk daar direct een reservering online af te ronden. In Nederland is NH Hotels nog niet zo ver, maar nu deze internationale keten het live heeft is het wachten op de volgende (hotelketen) locaties. Uit betrouwbare bron weten we dat ook bijvoorbeeld Accor voornemens is de nieuwe applicatie snel te lanceren.

Tekst Marco Kole, MeetingReview

Rianne Sikkema, Senior Brand Manager B2B van NH Hotel Group, geeft aan dat de ontwikkeling van de nieuwe online bookingtool aansluit bij de vraag in de markt. "Men wil zelf zaken kunnen regelen op een tijdstip dat het men het beste uitkomt zonder tussenkomst van een contactpersoon. Voor het boeken van een hotelkamer, het reserveren van een tafel in een restaurant of het boeken van een vliegtuigstoel is het al heel normaal dat je dit zelf doet. Dat zou ook gebruikelijk

moeten worden voor een meeting- of vergaderruimte." Naast 24 uur beschikbaarheid is de NH Instant Booking Tool ook zeer gebruikersvriendelijk. In slechts vijf muisklikken kan met deze tool per keer twee zalen voor maximaal vijftig personen en meerdere ruimtes voor groepen van negen tot twintig personen worden gereserveerd. Ook kunnen gebruikers apparatuur, catering en overige services reserveren, prijzen en specificaties opzoeken en zelfs aanbiedingen van verschillende hotels vergelijken.

ARISTO

Ook Aristo heeft al een jaar een eigen online reserveringstool. Monique der Kinderen, directeur van Aristo Accommodaties, heeft net de resultaten binnen van een onderzoek dat gehouden is onder de klanten van Aristo. "80% van onze relaties is zeer tevreden en dat willen we graag zo houden of liefst nog verbeteren. Daarom proberen we ons te verdiepen in hun wensen over onze service, maar ook in hoe zij het liefst willen reserveren."



Uit het onderzoek blijkt dat 67% online wil boeken en 75% hiervan in de toekomst ook graag reeksen wil plaatsen. Om in deze trend mee te kunnen, heeft Aristo haar boekingstool vernieuwd. Er is minder contact per telefoon en meer per e-mail en de website. Der Kinderen: "Er komen nu per maand al veel nieuwe boekingen via onze tool binnen. Via de site kun je direct boeken, maar ook chatten of vervolgens nog bellen voor extra wensen. De 33% die niet online wil boeken, vindt een e-mail of telefoontje fijner vanwege de snelheid, extra aanvullingen of houden simpelweg van het persoonlijke contact. Zij vinden dat juist de kracht van Aristo en kunnen op deze manier snel hun wensen kenbaar maken. Vooral voor grotere bijeenkomsten, waar meer bij komt kijken, geldt dit. Overigens proberen we het ook online persoonlijk te maken. En op de vestigingen hebben we net ons lunchconcept vernieuwd, met de mogelijkheid om staand te eten, waardoor onze gasten gemakkelijker persoonlijk contact maken of samen een ArisToGo wandeling kunnen maken."

Online reserveren kan trouwens al geruime tijd bij ketens als Postillion Hotels en citizenM die gebruik maken van de software van LetShare of via de SaaS oplossing van Deskbookers.

VOLLEDIG ONLINE

We vroegen tot slot team leader societyM meetings & events Marleen Rompen van citizenM naar de belangrijkste redenen. "We gebruiken de online boeking tool al sinds oktober 2014 en 80% van onze boekingen worden online gemaakt. De tool is 24/7 beschikbaar en hier

wordt dan ook gretig gebruik van gemaakt. De enige handmatige boekingen die wij maken zijn groepsboekingen van vergaderruimtes of een combinatie boeking met hotelkamers. Dit zal in de toekomst echter ook volledig online gaan. Hiermee proberen we ons concept efficiënt te houden. Wie wil er nu nog twee dagen wachten op een quote? Daarnaast komen onze ruimtes met alles er op en eraan. Op kantoor heb je ook pennen voor het oprapen, een tv om te presenteren en een koffie apparaat, dus waarom zou je er bij ons voor moeten betalen? Het enige wat bijgeboekt hoeft te worden, zijn onze catering pakketten om de maag ook blij te houden. Door het gebruik van de online tool kunnen we met een team van twee alle zeven hotels met vergaderruimtes managen." Regardz heeft daarnaast een applicatie ontwikkeld die zowel de eigen locaties als aangesloten partners kunnen gebruiken. De eerste partij in Nederland die online reserveren mogelijk heeft gemaakt is Seats2Meet. Ze waren de markt ruimschoots voor met een introductie in 2010.

Alles wijst er dus op dat de markt van het online reserveren van vergaderzalen aan het doorbreken is. Het wachten is eigenlijk op een online booking agent die voor een affiliate vergoeding de beschikbaarheid toetst bij de diverse systemen en vergelijking maakt. Het reviewplatform MeetingReview sluit aan op de applicatie die de locatie zelf wenst te gebruiken. Zo blijft het klanteigendom bij de locatie en kan daar nooit een discussie over ontstaan. Inmiddels zijn via diverse online boekingsengines ruim 2000 locaties via het reviewplatform in Nederland te reserveren.



Patrick Kessler nieuwe chef restaurant De Kersentuin Amsterdam

Signature Chef Stefan van Sprang van Restaurant De Kersentuin in Amsterdam heeft Patrick Kessler gepresenteerd als de nieuwe chef-kok. Patrick Kessler werkte al sinds 2016 bij De Kersentuin, en het restaurant is voor hem bekend terrein: "Ik wil vooral op dezelfde voet door blijven gaan en gewoon lekker koken." De opzet van De Kersentuin blijft nagenoeg gelijk: Signature Dishes van Stefan van Sprang, vlot geserveerd met een gezonde dosis flair. Patrick Kessler volgt Wessel Ruijngaart op, die is gestopt bij De Kersentuin om zich volledig op het openen van een eigen zaak te richten.

Patrick Kessler en Stefan van Sprang kennen elkaar van Aan de Poel in Amstelveen, waar Kessler vijf jaar onder leiding van Van Sprang kookte, en waar hij de lichte en frisse keuken van de Signature Chef van De Kersentuin heeft leren kennen. Vanaf de derde week van oktober presenteren beiden weer een nieuw Chef's Menu: "Deze maand begint het wildseizoen en niets zo lekker als een fazant, natuurlijk op het karkas gebraden. Klassiek geserveerd met zuurkool, maar dan op onze eigen wijze", aldus Stefan van Sprang. Ook voor kerst worden al voorbereidingen getroffen. "Ideeën voor nieuwe gerechten waren er natuurlijk al langer, maar met de kerstdagen mogen we echt uitpakken. Geweldig om met alle kerstdagen diner te serveren, en eerste kerstdag ook lunch", aldus Patrick Kessler en Stefan van Sprang. Restaurant De Kersentuin is gevestigd in het Bilderberg Garden Hotel aan het Dijsselhofplantsoen in Amsterdam-Zuid. De Kersentuin is van maandag t/m zaterdag geopend voor diner, en van maandag t/m vrijdag ook voor de lunch. Stefan van Sprang is Signature Chef van De Kersentuin en Patron-Cuisinier van Restaurant Aan de Poel** in Amstelveen.

Interieur design en architectuur Pulitzer Amsterdam uitgeroepen tot beste in Europa

Pulitzer Amsterdam heeft in oktober de award gewonnen voor 'Best Interior Design and Architecture in a hotel in Europe' tijdens de 15de editie van Prix Villegiature Awards in Parijs. Ze versloegen hiermee prestigieuze hotels als Hotel Eden, Dorchester Collection in Rome en La Réserve Hotel and Spa in Parijs. De jury, bestaande uit 24 prominente internationaal erkende journalisten en correspondenten, hebben unaniem besloten dat Pulitzer Amsterdam beschikt over het mooiste hotelinterieur en architectuur van Europa. Al eerder wist het hotel diverse onderscheidingen in de wacht te slepen met haar hotel en design, waaronder de "It-List" 2017 van Travel + Leisure, JetSetter's 'Best of the Best' Awards 2017 en National Geographic Traveller's Big Sleep Awards 2017.

Het Amsterdamse vijfsterrenhotel heropende, na een 1,5 jaar durende verbouwing en restyling van alle vijftientig Gouden Eeuwse grachtenpanden, in augustus 2016 opnieuw haar deuren. Creative Director Jacu Strauss heeft originele en historische elementen gecombineerd met rijk hedendaagse design. Een mix van eclectische details en designstukken, samen met het individuele karakter van elk grachtenpand, laten Pulitzer Amsterdam tot leven komen. Director of Business Development Yvonne van der Klaauw en PR Manager Sophie Janssen mochten de 'Best Interior Design and Architecture in a hotel in Europe' in ontvangst nemen in Château de Ferrières net buiten Parijs.

www.pulitzeramsterdam.com

Amsterdam twaalfde op lijst meest elegante steden wereldwijd

Zalando, het toonaangevende online modeplatform van Europa heeft een studie uitgevoerd die de meest elegante steden van de wereld evalueert en rangschikt. Om het elegantiegehalte van een stad te bepalen, keken ze naar drie belangrijke factoren. Als eerste keken ze naar de modescene van elke stad: aanwezigheid van modescholen, de associatie met mode en het oordeel van gerenommeerde modejournalisten. Daarnaast brachten ze de omgeving in kaart: de toeristische aantrekkingskracht, de bereikbaarheid, de netheid, de architectuur en het oordeel van architectuurdeskundigen. Als laatste factor speelt de betaalbaarheid van de stad een rol. Om inzicht te krijgen in de meest elegante steden ter wereld heeft Zalando een lijst samengesteld met 400 steden die in aanmerking kwamen. Door het optrommelen van 5.000 deskundigen, die zich bogen over de drie eerder genoemde factoren, kwam een shortlist van 80 steden tot stand.

Enkele uitkomsten

- Parijs is 's werelds meest elegante stad en werd door deskundigen op het gebied van mode en architectuur bekroond met het maximale aantal punten.
- De top 10 kleurt Europees. Enkel New York City nodigt zichzelf uit op het Europese modefeestje.
- Voor Nederland zijn Amsterdam (12), Den Haag (62) en Rotterdam (63) vertegenwoordigd in de erelijst.

De volledige resultaten van de rangschikking zijn te vinden op de resultatenpagina: www.zalando.nl/meest-elegante-steden-wereld.



Billboat: Opvallen met een varende billboard

Organiseer je een evenement in de buurt van water en wil je een boodschap overbrengen? Met een varende billboard val je op! Zo deed Suitsupply dat ook in de hoofdstad om te laten weten dat er een boottocht startte op een bepaald tijdstip. Je kunt het ook gebruiken om mensen te activeren social media te gebruiken of een leuke act op te voeren in combinatie met een mooie achtergrondfoto.

GADGETS

Hoe zorg je ervoor dat jouw bijeenkomst nog lang blijft hangen bij jouw bezoekers? Samira Salman van EventGoodies selecteerde voor Meeting Magazine de drie leukste gadgets en ideeën. Meer locaties, gadgets, entertainment, bijzondere catering en tips zijn te vinden op eventgoodies.nl



De Sanitairbus voor extra luxe toiletten

Met deze vijfsterren toiletbus kunnen jouw eventbezoekers altijd fris naar de wc; zelfs op festivals en andere buitenevenementen. Er bevinden zich onder andere tien wc's, vier urinoirs en vier wastafels in de toiletbus. Om het helemaal af te maken kan er een passend muziekje en luxe geuren ingezet worden. De bus is nog eens duurzaam ook. Zo gebruiken zij bijvoorbeeld zonnepanelen op het dak en LED-verlichting.



Vrolijk gekleurde snoepjes met je eigen logo

Deze snoepjes van papabubble zijn handgemaakt. Naast een heel assortiment aan verschillende snoepjes, kun je ook je eigen snoepje ontwerpen. Zelfs met je eigen logo. Kies uit een van de 34 smaken, zoals aardbei of banaan, rozemarijn, lavendel of mojito. Je kunt ook meerdere ontwerpen bestellen, zodat je een mix krijgt van verschillende snoepjes. Geef ze weg in kleine zakjes, potjes of kies voor een levering in een grote zak, als je zelf een snoeppot wilt vullen.



Peter Klosse stimuleert nieuwe denken binnen gastronomie

“Ingrediënten vormen het uitgangspunt, niet de traditionele receptuur”

Nederland staat van oudsher niet bekend om haar culinaire tradities. Mede daardoor heeft onze gastronomie in de afgelopen jaren een enorme ontwikkeling doorgemaakt. Volgens Peter Klosse, directeur van de Academie voor Gastronomie mogen chef-koks nog een stapje verder gaan met deze ontwikkeling. “Het nieuwe denken over gastronomie kan een belangrijke bijdrage leveren om eetpatronen positief te beïnvloeden en het maken van betere keuzes te bevorderen.”

Peter Klosse heeft zich gedurende zijn gehele carrière bezig gehouden met gastronomie en het concept smaak. Zijn ouders begonnen in 1955 met restaurant De Echoput in Hoog Soeren. Het restaurant ontving in 1967 een eerste Michelinster. “Mijn vader

was altijd bezig met het herinterpreteren van gerechten en ingrediënten. Hij accepteerde niet klakkeloos wat iedereen riep, maar wilde juist vernieuwen en grenzen verleggen.”

Met de overname van De Echoput in 1985 had ook Klosse de drang om te vernieuwen. “Ik hield me bezig met de betekenis van het concept gastronomie en probeerde te snappen waarom we dingen doen zoals we die doen. De constatering dat smaak een vak is waar je over kunt leren, was de grondslag voor de Academie voor Gastronomie die in 1991 is opgericht. Hier kunnen sommeliers, chef-koks en maitres cursussen volgen over wijn-spijs combinaties, gastheerschap en bereidingswijzen voor wild. Een aantal van deze opleidingen zijn ook interessant voor particulieren.”

Met de Academie voor Gastronomie wordt volgens Klosse voorzien in de groeiende behoefte aan informatie. “Tegenwoordig hebben we toegang tot een ruime keuze aan producten. Informatie over wijn en spijs helpt om de juiste keuze te maken. Bovendien zijn consumenten kritischer geworden. Dan is het voor een wijnhandelaar prettig als hij of zij gedegen advies kan geven wat betreft goede wijnspijscombinaties.”

ONTWIKKELING

Het niveau binnen het hogere segment van de gastronomie heeft een flinke ontwikkeling doorgemaakt, met name in de Noord-Europese landen zoals Noorwegen, Denenmerken, Duitsland en Nederland. “Deze landen hebben de kans gezien om een bres te slaan in het bastion van de traditionele gastronomie. In twintig jaar tijd is daar door topchefs een hele nieuwe invulling van de interpretatie van de noordelijke keukens gegeven. De klassieke gerechten zoals canard à l’orange maken plaats voor nieuwe lichtere gerechten waarbij chef-koks de smaak van de producten als uitgangspunt nemen. Kijk maar naar de Deense chef-kok René Redzepi van restaurant Noma. Ook de Nederlandse chef-koks hebben zich ontwikkeld. Jonnie Boer en Sergio Herman die genieten op internationaal niveau veel aanzien. Binnen hun gerechten staan de eigen signatuur en smaak centraal. Die individualiteit is ook de reden waarom we binnen het bovengement naar een bepaald restaurant gaan en waarom je als chef-kok wordt beloond met een Michelinster.”

De nieuwe manier van koken vraagt logischerwijs ook om andere wijn-spijscombinaties. “Voorheen heerste de opvatting dat je bij vis witte wijn moet serveren en dat rode wijn bij vlees hoort. Maar wie heeft dat eigenlijk bedacht? De mooiste combinaties ontstaan juist wanneer je op basis van wat er op je bord ligt een smaakprofiel opstelt en daar een passende wijn, of zelfs thee of sake bij selecteert.”

TRADITIES

Het feit dat Nederland, in tegenstelling tot landen zoals in Italië en Frankrijk, geen dominante culinaire tradities kent, heeft de gastronomische ontwikkeling positief gestimuleerd. Klosse: “Doordat Nederlanders over het algemeen niet zijn belast met traditioneel denken, is er juist

Over Peter Klosse

Peter Klosse is met gastronomie opgevoed. In 1985 nam hij sterrenrestaurant De Echoput over van zijn ouders, en maakte er een vijfsterrenhotel van met een gastronomisch restaurant. In 1991 richtte hij de Academie voor Gastronomie op en ging hij boeken schrijven over de gastronomie en de voedselindustrie. In 2004 promoveerde hij aan de Universiteit van Maastricht aan de faculteit Gezondheidswetenschappen met het Smaakstijlen-concept. In 2011 werd Klosse lector in Leeuwarden. Tegenwoordig is hij verbonden aan de Hotel Management School in Maastricht. Ook is Klosse lid van het Google Food Lab en helpt hij als consultant verschillende bedrijven en organisaties met vraagstukken die met smaak te maken hebben. Met The Academy For Scientific Taste Evaluation buigt Klosse zich over de rol voor smaak en smaakbeleving bij de bevordering van gezonde en duurzame voeding.

Lezersactie

Meeting Magazine mag drie exemplaren weggeven van ‘Een Uitgekookte Zaak’. Deze roman van Peter Klosse gaat over het voedselsysteem en de culinaire wereld, waarbij het verhaal wordt verrijkt met feitelijke informatie. Wilt u kans maken op deze roman, stuur dan een e-mail naar sofie@vanmunstermedia.nl.



ruimte voor vernieuwing. In de zeventiende eeuw waren we een van de eerste landen die dankzij de VOC kennismaakte met specerijen zoals kaneel en nootmuskaat. Deze statussymbolen pasten we al snel toe in onze gerechten. Aan de andere kant is agrarische grootmacht Nederland van oudsher een volumeproducent, waardoor er te weinig is gelet op de eigen kwaliteit. Wanneer we de kennis en kunde inzetten om de kwaliteit van onze producten te verbeteren, heb je het beste van twee werelden. Gelukkig zijn er steeds meer voedselproducten die inzetten op kwaliteit en hun producten via restaurants en par-

tijen zoals Hanos aan een groot publiek kunnen aanbieden.”

KRITISCH

Hoewel de meeste mensen gastronomie associëren met restaurants, ziet Klosse dit begrip veel breder. “Voor mij is gastronomie de wetenschap van smaak en proeven. Dat speelt niet alleen in toprestaurants een rol, maar ook in andere segmenten zoals McDonalds en sectoren zoals onderwijs en gezondheidszorg. De gehele voedingssector houdt zich bezig met gastronomie door de producten aan te passen aan de smaak van de consument. Dit heeft



echter ook een keerzijde: de voedingsindustrie gebruikt woorden waarmee de suggestie wordt gewekt dat de producten in bijvoorbeeld de supermarkt authentieke of natuurlijke smaken bevatten met gezonde voedingsstoffen. Tegelijkertijd beweren zogenaamde voedingsexperts via hun eigen websites of social mediakanalen dat zij verstand van voeding hebben en verspreiden zij onjuiste informatie. Mensen zijn steeds kritischer op wat ze in hun mond stoppen en die bewustwording is goed. Maar men komt te makkelijk weg met het vertellen van onzin omdat de gemiddelde burger onvoldoende kennis heeft om te kunnen weten dat het niet zo is."

MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S

Gelukkig hebben we wel de mogelijkheid om onszelf hierin te scholen. "Smaak is wat een product heeft, dat is een vaststaand, meetbaar begrip", legt Klosse uit. "Door boeken te lezen, jezelf te ontwikkelen op het gebied van ingrediënten en wijnen en nieuwe gerechten te bereiden, kun je smaken beter leren herkennen. Wanneer je weet hoe smaak (flavour) in elkaar zit en wat iemands smaakvoorkeur is (liking), kun je gerechten zo bereiden dat deze qua smaak matchen met deze voorkeuren en dus lekker (delicious) worden gevonden. Ingrediënten vormen dan het uitgangspunt, en niet de traditionele recep-

tuur. Door concepten zoals smaak en lekker te koppelen aan consumentenvoorkeuren, kun je beter inspelen op maatschappelijke thema's zoals gezondheid, duurzaamheid en grond- en watergebruik. Het nieuwe denken over gastronomie kan een belangrijke bijdrage leveren om eetpatronen positief te beïnvloeden en het maken van betere keuzes te bevorderen."

Klosse ziet in dit proces een belangrijke rol weggelegd voor chef-koks. "Chefs begrijpen wat lekker is en kunnen helpen om ongezonde of ongewenste eetpatronen te veranderen. Steeds meer moderne restaurants leggen bijvoorbeeld de focus op groente als hoofdingrediënt voor hun gerechten, zonder het predicaat vegetarisch te hanteren. Door bepaalde maatschappelijke opvattingen op een positieve manier te benaderen, leggen chef-koks niet de nadruk op het feit dat er minder of geen vlees op het bord ligt en zal de gast dit zelf ook niet doen. Dan zijn ze vooral bezig met genieten."



De basis

Ik schreef al eerder over 'de basis' van iedere bijeenkomst. Voor de meeste professionals zijn de vragen "Wat wilt u met uw bijeenkomst bereiken?" en "Wat is uw doelgroep?", de start van een succesvol event. Een bijeenkomst is immers een middel om met je doelgroep 'iets' te bereiken. Het is niet meer dan dat, dus moet dat ook je uitgangspunt zijn.

Waarom kijken mensen mij dan nog steeds zo vaak glazig aan als ik die vragen stel? Vaak heeft het te maken met het feit dat de wetenschappers met wie ik spreek, toch niet van de hoed en de rand blijken te weten. En als het wel de initiatiefnemers zijn, worden ze zich soms ter plekke pas bewust van wat ze met een congres écht kunnen. En die kandidaatstelling? Ja, ook dat is meer dan een documentje met een toelichting op potentiële sprekers, posters, expo en een fijn diner op een mooie plek die zo makkelijk te bereiken is.

Een voorbeeld vanuit mijn dagelijkse praktijk. Een professor besloot op te gaan voor een congres in het jaar 2021 en vroeg zijn assistent "even wat informatie op te vragen" zodat hij de bid in orde kon maken. We maakten een afspraak en na een korte introductie bleven de aanwezigen angstvallig stil nadat ik mijn basisvragen had gesteld over doelstelling, doelgroep, bidding guidelines, noodzakelijkheden en wensen bij de initiatiefnemer en bij de internationale vereniging. En wat betreft die internationale vereniging, hoe zit die eigenlijk in elkaar? Hoe lopen de lijnen? Hoe is hun organisatiecultuur? Ik heb in een grijsverleden echt congressen verloren door een verkeerde inschatting van die verenigingscultuur. Jammer van alle energie en goedbedoelde initiatieven.

Natuurlijk heb ik in dit specifieke geval veel basisinformatie kunnen geven. En ja, gewapend met heel veel huiswerk waren ze blij dat ze verder konden. Een stapje dichterbij een succesvol congres, zeg maar. Afgesproken is dat alle betrokkenen de volgende keer (weer) aanwezig zullen zijn zodat op alle mogelijke vragen duidelijke antwoorden komen. En ja, dan mag ik ze helpen met die bid.

Eigenlijk is het best fijn dat nog niet iedereen van de hoed en de rand weet, want wat een leuk en dankbaar werk heb ik toch! Maar als ik mocht kiezen?

Ingrid Rip

Eigenaar van RREM, hét bureau voor training, coaching en projecten binnen de congresmarkt sinds 2003.



Apeldoorn Now Boarding

Verken Apeldoorn vanuit de lucht

In Nederland profileren verschillende steden en regio's zich als congresbestemming. Hoe val je dan op en kun je daadwerkelijk laten zien wat jouw pluspunten zijn? Apeldoorn Congresstad pakt het dit jaar anders aan en neemt meeting- en eventplanners mee de lucht in. Ook Meeting Magazine klom aan boord en verkende de stad vanuit het luchtruim.

Toen Apeldoorn Congresstad een tijdje geleden in april van dit jaar de nieuwe website lanceerde, wilde de organisatie een goed beeld van de stad en de groene omgeving op de Veluwe omgeving meegeven. "In eerste instantie viel de keuze op een mooie luchtfoto. Maar je krijgt een veel beter beeld van de ligging en de groene omgeving als je zelf over de stad vliegt", vertelt Bianca Cuperus, projectmanager bij Apeldoorn Congresstad. Met vliegveld Apeldoorn-Teuge in de buurt was het idee snel omgezet in een campagne met de naam Apeldoorn Now Boarding. Cuperus stuurde diverse meeting- en eventplanners met een concrete interesse in Apeldoorn een boarding pass toe, met de uitnodiging om een vlucht boven Apeldoorn te maken. "Dankzij die vlucht komen de sterke punten van de stad letterlijk in beeld. Na de vlucht wordt er een (kennismakings) bezoek gebracht aan de locaties die het beste bij het congres passen." Apeldoorn biedt verschillende soorten locaties die alle redelijk dicht bij elkaar liggen. Het aanbod varieert van een dierentuin tot een wielerved, paleistuin, pretpark, theater, congreshotel of sterrenrestaurant. Die diversiteit maakt dat je



"Sommige organisatoren nodigen hun klant uit zodat de opdrachtgever zelf kan zien welke voordelen Apeldoorn biedt."

hier niet alleen kleine congressen, maar ook grote meerdaagse congressen met meer dan 1.000 deelnemers kunt organiseren. "Je merkt dat congressen steeds meer gericht zijn op het meegeven van een beleving en het verbinden van mensen. Die beleving kun je juist in Apeldoorn neerzetten door onderdelen van het congres op verschillende locaties in de stad te laten plaatsvinden. De Veluwe en het aanbod aan leuke activiteiten maken het plaatje compleet. Bovendien is Apeldoorn uitstekend bereikbaar dankzij de ligging aan de A50 en de A1." Inmiddels hebben er al verschillende vluchten in een Cessna

Partners

Bij Apeldoorn Congresstad zijn vijftien partners aangesloten. Dit zijn zowel locaties als bureaus die zijn gespecialiseerd in het organiseren van congressen, events en (teambuilding)activiteiten. Ook een rondvlucht maken? Neem dan contact op met Bianca Cuperus via 06-1338 5568 of support@apeldoorncongresstad.nl. Meer informatie over Apeldoorn Congresstad is te vinden op www.apeldoorncongresstad.nl.

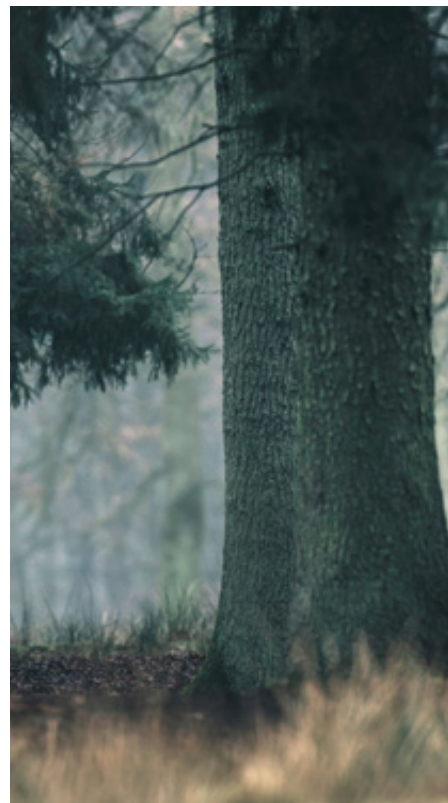
plaatsgevonden. Cuperus: "Sommige organisatoren nodigen hun klant uit zodat de opdrachtgever zelf kan zien welke voordelen Apeldoorn biedt."

RONDVLUCHT

Ook Meeting Magazine mag aan boord. Gewapend met een smartphone en een

handheld gimbal met camera nemen we plaats in de Cessna. Binnen vijf minuten vliegen we boven Apeldoorn en zien we inderdaad hoe groen de regio is. Al snel komen het markante gebouw van Omnisport en Paleis Het Loo met de barokke tuinen in beeld. Vervolgens ontdekken we tussen de bomen de attracties van de Koningin Julianatoren en de dierenverblijven van de Apenheul. Ook de Grote Kerk en Theater & Congres Orpheus zijn duidelijk te herkennen, net als de kruising van de snelwegen A1 en A50. Na twintig minuten staan we weer aan de grond.

Voor wie zelf eens een rondvlucht wil maken is er goed nieuws. Apeldoorn Congresstad biedt in ieder geval tot en met het einde van het jaar deze unieke vluchten aan. "Er staan nog diverse vluchten ingepland. Zolang het goed weer is, kunnen we de lucht in."



Maatwerkprogramma Bilderberg geeft belangrijke toegevoegde waarde aan meetings

Het doel versterken

Nu de economische crisis achter ons ligt, krijgen organisaties meer oog voor het organiseren van meetings met een maatwerkprogramma eromheen, dat helpt de impact van de boodschap te versterken. Hotelketen Bilderberg behoort tot de koplopers in het invullen daarvan en draagt dat vanaf nu uit onder de campagnenaam #outoffice.

Tekst Aart van der Haagen

Bilderberg, die naam associeer je met kwaliteit en vooral met bijzondere locaties, zoals landgoederen, kastelen, historische of anderszins karakteristieke panden in steden. Met achttien hotels, waarvan er zeventien tevens als plek voor congressen en meetings fungeren, kent het een aardige spreiding in Nederland. Diverse fraaie locaties bevinden zich - heel centraal - op de Veluwe, de streek waar Bilderberg oorspronkelijk vandaan komt. De keten oriënteert zich op het hogere middensegment, zonder zichzelf uit de markt te prijzen. 'Bereikbare luxe', zo communiceert de organisatie het zelf. "Ten aanzien van het bedrijfsleven richten we ons niet zozeer op vergaderen alleen, maar op het aanbieden van een compleet pakket, van een tot in de puntjes verzorgde dag", vertelt commercieel directeur Arlette Gilbert. "Speciaal daarvoor zetten wij op elke locatie een 'Maître B' in, een servicepartner die alles regelt, de organisator voortdurende ten dienste staat

en deze proactief begeleidt. Hij of zij voelt aan wat nodig is, vaak zelfs zonder dat de klant erom vraagt of erbij staat."

MENSEN IN HUN ELEMENT

De economie zit weer in de lift en anders dan voor de crisis zie je dat organisaties het steeds meer buiten de deur zoeken als zij een vergadering, een congres, een training of een ander evenement willen houden. Een bijzondere plek, waar mensen in hun element raken, brengt het beste in hen naar boven en geeft inspiratie. "Je voelt je al meteen anders wanneer je via een prachtige oprijlaan op een landgoed arriveert of door de natuur wandelt", aldus de commercieel directeur. "Elk van onze hotels biedt zijn eigen unieke omgeving en krijgt de vrijheid om daar een programma omheen te bouwen. Neem de Nacht van De Buunderkamp bij Hotel De Buunderkamp in Wolfheze. Die accommodatie beschikt over twintig hectare bos en gelooft absoluut in de meerwaarde daarvan. Er staan letterlijk en figuurlijk geen muren omheen en je snuift er frisse lucht op. De genoemde activiteit houdt in dat deelnemers 's avonds in plaats van 's ochtends arriveren en bij een barbecue en een kampvuur een zakelijke sessie meemaken, waar bijvoorbeeld een 'boswachter' het verhaal over de nieuwe bedrijfsstrategie vertelt. Vervolgens praten ze met zijn allen na in die sfeer. Dat geeft een heel andere dynamiek."



ANDERE CONNECTIE MAKEN

De term duikt tegenwoordig overal op, maar waar het oprecht op neerkomt is 'beleving'. Een manager kan een prachtige PowerPoint-presentatie in elkaar draaien en een uur lang een verhaal houden, maar beklijft het verhaal dan echt? Waarschijnlijk slechts ten dele. Je moet ervoor zorgen dat het brein een andere connectie kan maken, dat je er een herinnering en een beleving aan toevoegt, met als resultaat dat de boodschap veel

meer impact zal hebben. Gilbert: "Met de campagne #outofoffice willen we organisaties stimuleren om met hun team naar buiten te gaan, in welke vorm dan ook. Wij geloven er namelijk in dat de ingrediënten voor groei en dingen die je bedrijf versterken soms buiten de muren liggen. Een wandelende vergadering door het bos, een informeel diner met collega's, een actieve break na een intensieve sessie; een andere omgeving en de juiste inspiratie kunnen ervoor zorgen dat alle neuzen dezelfde kant op komen, er nieuwe ideeën of betere vormen van samenwerking ontstaan. Omdat iedere organisatie een ander doel heeft, maken we zo veel mogelijk bijeenkomsten op maat. Onze eventregisseur stelt samen met de klant een uniek en effectief programma op. Dat creëren wij bijvoorbeeld door in de tuin tenten op te stellen, waar plenaire sessies met kleine groepjes plaatsvinden, te midden van foodtrucks en andere elementen die een festivalkarakter bewerkstelligen. Moet de bijeenkomst een meer formeel karakter hebben, dan kan een spreker c.q. dagvoorzitter - op verzoek iemand uit ons uitgebreide netwerk - een goede meerwaarde bieden. In alle gevallen bekijken we samen met de klant welke opzet het beste bij een doel past. Wat wil hij bereiken en hoe, met wat voor beleving eromheen? Bij een training is ongestoord bezig zijn wellicht juist het meest wenselijk."

RUN YOUR HOTEL

Bij dit onderscheidend vermogen, gecommuniceerd onder de noemer '#outofoffice',

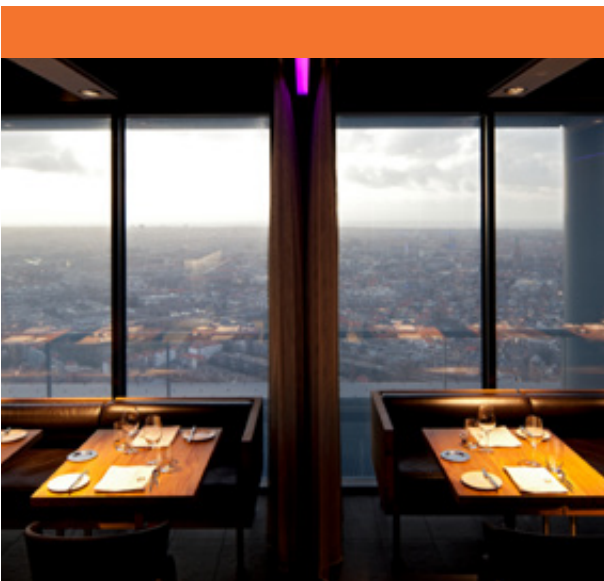
kenmerkt Bilderberg zich door een grote variëteit aan locaties met dito activiteiten. Arlette Gilbert noemde De Buunderkamp al even, maar haalt nog twee voorbeelden ter illustratie aan. "Résidence Groot Heideborgh in Garderen, dat veel doet op het gebied van wellness, kent de Vitality Experience. Dan gaat een groep onder leiding van wetenschappers, sporters en medisch deskundigen in op thema's als gezondheid en duurzaamheid. Van een heel andere orde is de sessie 'Run your hotel' bij De Keizerskroon in Apeldoorn, waar bijvoorbeeld een managementteam een dag lang mag meelopen in de gang van zaken binnen het hotel. Dat geeft waardevolle inzichten op onder meer het gebied van klantvriendelijkheid." Ook op het gebied van eten, met verse ingrediënten, lokale producten en soms zelfs een eigen kruidentuin, hebben alle Bilderberg-locaties hun eigen kracht. "Wij besteden veel aandacht aan de maaltijden. Die vormen ontzettend belangrijke momenten om even tot rust, maar ook tot elkaar te komen als groep, wat het onderlinge begrip en de samenwerking kan bevorderen, naast het opladen van de accu. Onze programma's op maat, die wij altijd tot in de details met de klant afstemmen, zorgen ervoor dat het beoogde doel op inspirerende wijze versterkt kan worden."

www.bilderberg.nl/meetings



Bilderberg neemt Nederland mee #outofoffice

'Ga mee #outofoffice'. Die oproep doet Bilderberg in haar nieuwe campagne gericht op de zakelijke markt. Met deze campagne wil Bilderberg organisaties stimuleren om vaker buiten de deur bijeen te komen. "Wij geloven dat een bijzondere omgeving het best in je naar boven kan brengen", vertelt commercieel directeur Arlette Gilbert. "Een andere omgeving kan je inspireren om vaste patronen te doorbreken, nieuwe oplossingen te bedenken of beter samen te gaan werken. Bij Bilderberg is dat dan ook het belangrijkste element dat we aan een meeting toevoegen: inspiratie. Met de campagne willen we bedrijven laten zien: soms gebeuren de dingen die goed zijn voor je bedrijf juist buiten de muren van je kantoor. Ga dus wat vaker #outofoffice." Op www.bilderberg.nl/meetings worden regelmatig verhalen geplaatst over de psychologische effecten van #outofoffice, ook lees je er bijzondere interviews met aansprekende mensen over hun eigen #outofoffice plekje en onderzoeken journalisten waar in de geschiedenis van Nederland een bijzondere locatie een belangrijke rol heeft gespeeld. Een leuke start voor je volgende #outofoffice ervaring.



Hoogste restaurant van Nederland wint Ondernemersprijs

De Zilveren Ooievaar, de prijs voor uitzonderlijk ondernemerschap in Den Haag, is afgelopen vrijdag uitgereikt aan The Penthouse. Het 135 meter hoge restaurant werd door de vakjury omschreven als innoverend en onderscheidend. Wethouder Karsten Klein (economie) en directievoorzitter van Rabobank Regio Den Haag, Jaap Wielaart, overhandigden de prijs aan Giel tijdens Het Ondernemersplein Den Haag. Klein sprak namens de jury zijn bewondering uit voor het bedrijf: "Ambitie en innovatie was dit jaar duidelijk de hoofdboodschap en dat kun je dit bedrijf wel toeschrijven." Daarnaast werd The Penthouse geprezen om het internationale team en de positieve invloed die het pand heeft op de buurt (omgeving station Holland Spoor). Deze prijs kon niet op een beter moment komen, The Penthouse is namelijk bezig met een aantal spannende ontwikkelingen. Rondom de jaarwisseling zal de nieuwe skybar open gaan en er zijn plannen om volgend jaar een wandeling op het dak mogelijk te maken. Deze is overigens nu al te beleven via de VR-experience op de www.thepenthouse.nl/vrtour2017. Elwin Giel wil nog even benadrukken dat iedereen welkom is, van newly weds tot toeristen en van businessclubs tot de echte Hagenaars. "Nu zijn we voornamelijk bekend onder internationale gasten, maar het moment is er nu wel rijp voor om juist ook met bezoekers uit heel Nederland kennis te maken."

Nieuw horeaconcept Musis Arnhem

Musis Stadstheater Arnhem (MSA) heeft Roelofsen, Gerritsen en Van Hooff bereid gevonden om een volledig vernieuwde horecazaak vorm te geven. Directieteam Gijsje van Honk en Hans Verbugt van Musis Stadstheater Arnhem (MSA), maakt bekend dat Addie Roelofsen, Chantal Gerritsen en de familie Van Hooff per 1 januari 2018 de exploitatie gaan verzorgen van het huidige Grand Café Mahler. Na een complete transformatie opent het vernieuwde horeaconcept medio april 2018 zijn deuren. De centraal gelegen horecalocatie in de Arnhemse binnenstad zal een eigentijdse uitstraling krijgen, waar iedere Arnhemmer zich welkom voelt. JANS' is zeven dagen per week geopend op alle momenten van de dag, van ontbijt tot borrel. De horeca is fris, modern, betaalbaar en voor iedereen toegankelijk. Oprechte gastvrijheid, een pure, ambachtelijke keuken en een duurzame filosofie staan hierbij centraal. Familie van Hooff is geen onbekende in het Arnhemse, zij vormt al jarenlang de directie van het inmiddels 104-jarige dierenpark Koninklijke Burgers' Zoo. Alex en Bertine van Hooff voelen zich zeer betrokken bij de stad Arnhem en haar beeldbepalende iconen, zoals bijvoorbeeld het Nederlands Openluchtmuseum, Introdans, Sonsbeek State Of Fashion, Papendal en Musis Sacrum. Addie Roelofsen en Chantal Gerritsen waren samen een succesvol team bij 'Het Ambacht' in Driel, maar maakten pas echt naam met 'Hotel de Wereld' en sterrenrestaurant 'O Mundo' in Wageningen. In 2013 verkochten Roelofsen en Gerritsen hun bedrijven en bleven als adviseurs betrokken bij het ontwikkelen en begeleiden van diverse horeaconcepten, waaronder in Koninklijke Burgers' Zoo.

Exclusief vergaderen 'Op Haagse Hoogte'

Op de bovenste drie etages van Igluu's karakteristieke pand in de binnenstad van Den Haag vindt u exclusieve ruimte voor uw vergadering, evenement, congres, conferentie, receptie of private dining.

ANNO 2009

Igluu – workspace for professionals is in 2009 opgericht als een van de eerste cowork-locaties in Nederland en heeft vestigingen in Den Haag, Utrecht en Eindhoven. Naast luxe flexplekken en kwalitatief hoogstaande kantoorruimte biedt Igluu ook inspirerende ruimte voor bijeenkomsten.

In Den Haag kunt u bij ons terecht voor bijeenkomsten in verschillende settings. Van een spreekkamer voor persoonlijke

gesprekken tot en met ruimtes voor workshops, trainingen en meerdaagse conferenties met grotere groepen. Ons enthousiaste en flexibele team ondersteunt u graag in aanloop naar en tijdens uw bijeenkomst.

OP HAAGSE HOOGTE

Op de vijfde verdieping van ons pand bevindt zich een exclusieve penthouse-etage met meerdere ruimtes en twee dakterrassen. Vanwege het prachtige uitzicht over de binnenstad van Den Haag hebben we deze etage de toepasselijke naam Op Haagse Hoogte gegeven. De grootste zaal op deze etage biedt plaats aan bijeenkomsten tot 250 personen in theater-opstelling of 60 personen in carré. Er is uiteraard een professionele AV-installatie aanwezig en de gasten hebben de optie om de ruimte en het licht aan te passen aan de eigen iden-

titeit. Wanneer u Op Haagse Hoogte wilt reserveren voor een congres of conferentie dan beschikt Igluu over maar liefst zeven aantrekkelijke subzalen voor parallelsessies, waaronder een board room met eigen dakterras.

PERFECTE LIGGING

De ligging van Igluu is perfect; in de binnenstad, op loopafstand van het Centraal Station en omringd door gezellige horeca en inspirerende winkels. Ook met de auto, bus of tram is Igluu goed bereikbaar.

DÁT IS PAS LEKKER VERGADEREN!

Vanzelfsprekend verzorgen wij graag een ontbijt, lunch, aangeklede borrel of een uitgebreid diner of buffet bij ons op locatie. Maar ook het vergaderen zelf wordt een stuk aangenamer met een lekkere snack, gezonde break of zoete inval. Er kan heel veel bij Igluu Den Haag. Vraag ons gerust naar de mogelijkheden.

Interesse? Bel ons en wij helpen u graag verder :
+31 (0)85 773 7703 of kijk op www.igluu.nl





Holiday Inn Eindhoven koppelt Amerikaanse servicegraad aan Brabantse gastvrijheid

Gouden formule sinds 1973

Pal tegenover het station en het stadshart gelegen valt Holiday Inn Eindhoven niet meer weg te denken uit de Lichtstad. Sterker nog, het past vandaag de dag uitstekend bij de internationaliseringsslag die Brainport en Mainport Eindhoven maakt. Als vanouds bereikt de servicegraad Amerikaans-hoge standaarden, vermengd met lokale invloeden in de vorm van Brabantse gastvrijheid. Dat levert sinds 1973 een gouden formule op.

Tekst Aart van der Haagen
Fotografie Marcel Krijgsman

Holiday Inn kent een indrukwekkende historie, waarbij de ontstaansgeschiedenis op een treffende wijze het serviceniveau illustreert. Ontevreden over de dienstverlening in de hotelwereld besloot de Amerikaanse zakenman Kemmons Wilson in 1952 zelf de draad op te pakken en klantvriendelijkheid boven alles te stellen, wat ver-

bluffende service-elementen opleverde, zoals standaard airconditioning en telefoon op de kamers. Door telkens vanuit de behoeften van gasten te innoveren ontwikkelde Holiday Inn zich tot een wereldwijde keten met 1.371 hoogwaardige, comfortabele hotels. Het maakt deel uit van de InterContinental Hotels Group, mondiaal marktleider. Holiday Inn Eindhoven wordt sinds 2007 geëxploiteerd door de Nederlandse hotelgroep Hampshire Hotels, die een vergelijkbare filosofie ten aanzien van persoonlijke dienstverlening en verzorging van de gasten hanteert. Dankzij een uitgebreide renovatie is het viersterrenhotel sindsdien weer up-to-date, waarbij het blijft evolueren op detailniveau. Daarbij blijven de centrale ligging in Eindhoven en de makkelijke bereikbaarheid met de auto en het openbaar vervoer (ook vanuit Eindhoven Airport op slechts acht kilometer afstand) sterke troeven. Parkeren kan op eigen terrein.

BEROEMD FRANS CONCEPT

Bovengenoemde elementen maken Holiday Inn Eindhoven bijzonder geschikt als locatie voor zakelijke meetings en trainingen. Het

telt vijf vergaderruimtes, die zich via flexibele wanden laten uitbreiden in capaciteit. Zoals het een gerenomeerd hotel betaamt zijn alle moderne voorzieningen voor presentaties en verzorging van de gasten aanwezig, inclusief gratis wifi. Voor directie-bijeenkomsten biedt de boardroom een comfortabele omgeving, uiteraard full-service. Qua overnachtingsmogelijkheden onderscheidt Holiday Inn Eindhoven in totaal 207 kamers op verschillende niveaus, van standaard tot en met executive, in alle gevallen optimaal ingericht voor een comfortabel verblijf en een uitgeruste start van een nieuwe werkdag. Een zwembad en gym geven extra energie, terwijl gasten zich kunnen ontspannen in Bar The Living. Verrassend is de aanwezigheid van Brasserie FLO, onderdeel van het beroemde Franse concept, dat faam verwierf met zijn fruits de mer, crêpes Suzette en de aan tafel bereide steak tartare. Een bijpassende wijnkaart maakt de beleving compleet.

VOORBEELDEN STELLEN

De faciliteiten kunnen perfect op orde zijn, uiteindelijk drukken de medewerkers van



een hotel hun stempel op de mate van service. "Wij selecteren onze mensen met name op hun persoonlijkheid", vertelt Peter Vos, general manager van Holiday Inn Eindhoven. "Kennis kun je immers verkrijgen. Wil je het beste in een team naar boven halen, dan moet je goede voorbeelden stellen en daarom zetten wij in op aanstekelijk leiderschap, dat mensen prikkelt, stimuleert en motiveert. Met elkaar houden wij onze ogen en oren goed open voor verbeterpunten, vanuit een streven om altijd die extra stap te maken. Overigens volgen wij met

onze dienstverlening de strenge normen die Holiday Inn hanteert, maar laten we ons niet beperken door een vast stramien. Integendeel, een flexibele attitude om de wensen en behoeften van elke individuele gast in te willen vormt juist ons sterke punt." Dat alles laat zich ervaren in een veelzijdige, innoverende stad, die internationaal furor maakt op het gebied van technologie en kunst. Kortom, een inspirerend klimaat voor zakelijke bijeenkomsten.

www.hieindhoven.nl

Hampshire Hotel - Crown Eindhoven

Naast het Holiday Inn opereren er nog twee hotels in de Lichtstad onder de Hampshire groep. Het bij velen bekende HAMPSHIRE HOTEL - CROWN EINDHOVEN is gelegen in het bruisende centrum met zijn talloze cafés, terrassen en culturele mogelijkheden. De Eindhovenaren spreken zelf van het 'Crown Hotel', dat sinds jaar en dag een begrip vormt in de stad. Hier ervaren de gasten wat de typische Brabantse gastvrijheid inhoudt, het stokpaardje van het enthousiaste team.

Het charmante driesterrenhotel **Hampshire Hotel - Parkzicht Eindhoven**, met uitzicht op het Stadswandelpark, zit in een rustige villawijk en toch dichtbij het centrum. Een historisch en eigentijds hotel met een bourgondisch, authentiek restaurant waar persoonlijke service centraal staat.



Congresstad Amsterdam

Metropool met intieme setting

Amsterdam is al jaren een zeer geliefde bestemming voor (inter)nationale bijeenkomsten. Dat heeft niet alleen te maken met de uitstraling van en sfeer in de stad, maar zeker ook met de consequente wijze waarop de hoofdstad zich op de congresmarkt profileert.

De vrije, creatieve en ondernemende handelsgeest en de economische ontwikkelingen in en om Amsterdam vormen de basis voor creatieve samenwerkingsverbanden op het gebied van technologie en kennis tussen diverse onderwijs- en onderzoeksinstellingen en innovatieve bedrijven. Deze instellingen en bedrijven kunnen inspiratie of zelfs een inhoudelijke bijdrage bieden aan congressen en kennisevenementen. In de haven van Amsterdam vindt bijvoorbeeld veel logistieke bedrijvigheid plaats en is er veel kennis over water aanwezig. Wat betreft

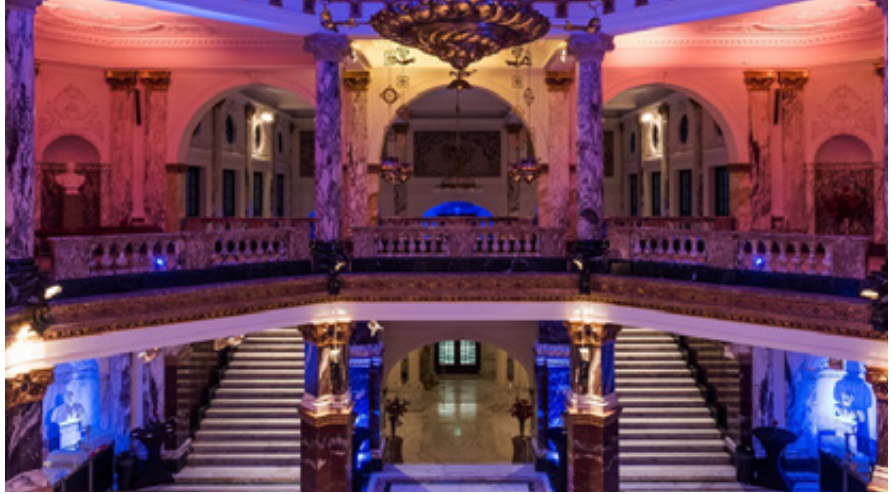
connectiviteit heeft Amsterdam een van 's werelds snelste internetverbindingen. Daarnaast zijn ook de fysieke verbindingen in en om Amsterdam goed ingericht. De hoofdstad heeft vliegverbindingen met Azië, Oceanië en Noord- en Zuid-Amerika. Dankzij het uitgebreide openbaar vervoer in de stad zelf kunnen bezoekers en bewoners zich uitstekend vervoeren per tram, bus en metro.

Daarnaast heeft Amsterdam een zeer ruim cultureel aanbod. Amsterdam is een echte metropool, maar in een klassieke en intieme setting van een dorpsomgeving. Zo kun je de iconen in de binnenstad opzoeken, maar er ook voor kiezen om de verschillende buurten van Amsterdam te verkennen. Ook de rust en de ruimte in de duinen, het strand en de natuur zijn dankzij de goede treinverbindingen binnen handbereik.

De aan de typisch Amsterdamse handelsgeest gerelateerde open-mind mentaliteit én het stabiele, politieke klimaat maken dat er in Amsterdam bovendien alle ruimte is om onderwerpen aan bod te laten komen. Dat wordt nog eens onderstreept door het feit dat er in Amsterdam meer dan 180 nationaliteiten wonen.

FACILITEITEN

Amsterdam beschikt niet alleen over kennis en inspiratie, maar biedt ook een scala aan faciliteiten om bijeenkomsten te kunnen hosten. Vorig jaar verdubbelde het aanbod



van hotelkamers van circa 20.000 naar meer dan 40.000 kamers. Naar verwachting zullen er in 2018 nog een aantal hotels worden geopend, waaronder Crowne Plaza Amstelkwartier, nhow Amsterdam RAI, Rosewood Hotel Amsterdam en Park Inn by Radisson Amsterdam. In de hotels worden met name de kleinere congressen met minder dan 300 bezoekers georganiseerd. Wat betreft de grootschalige bijeenkomsten kunnen organisatoren terecht bij RAI Amsterdam. Ook de Beurs van Berlage en Amsterdam Arena worden steeds vaker ingezet om grote vergaderingen en congressen te hosten. Net als het hotelaanbod zal ook het aantal congrescentra de komende jaren verder worden uitgebreid. Het nieuw te bouwen congreshotel Maritim Amsterdam biedt vanaf 2018 ruimte voor 4.000 deelnemers. TEKA Holding is van plan om in stadsdeel Nieuw-West een congrescentrum te gaan bouwen met de voorlopige naam Aviodome. Het aanbod aan hotels en locaties is echter groter dan het centrum van Amsterdam zelf. Ook diverse partners in de verschillende buurten en net buiten Amsterdam zijn aangesloten bij Amsterdam Marketing. Denk aan Tropic Hotel (KIT Meeting & Events), Steigenberger Airport Hotel Amsterdam, Postillion Hotel Amsterdam of Hotel Casa 400.

SUCCESS

De uitstraling van en sfeer in de stad, de aanwezige kennis bij de kennis- en onderzoeksinstituten en het ruime aanbod aan locaties vormen een zeer succesvolle combinatie voor de MICE-markt. Per jaar ontvangt Amsterdam meer dan 5.000 congressen, waarvan zeker de helft een internationaal karakter heeft. Op de ICCA-ranglijst doet onze hoofdstad het erg goed. In 2016 wist Amsterdam de zevende plaats te veroveren. In totaal leveren de zakelijke bijeenkomsten alleen al meer dan een miljoen bezoekersdagen per jaar op. De deelnemers komen af op zakelijke bijeenkomsten met zeer verschillende onderwerpen. In 2015 vonden bijeenkomsten plaats vanuit 26 vakgebieden, van medisch tot industrie, finance, ICT en technologie. Enkele voorbeelden zijn het 25th Annual Congress of the European Respiratory Society (23.000 bezoekers in 2015), de International Broadcast Conference 2016 (55.000 bezoekers) en The Next Web Conference (20.000 bezoekers). In juli 2018 wordt in Amsterdam de Internationale Aidsconferentie gehouden.

AMSTERDAM MARKETING

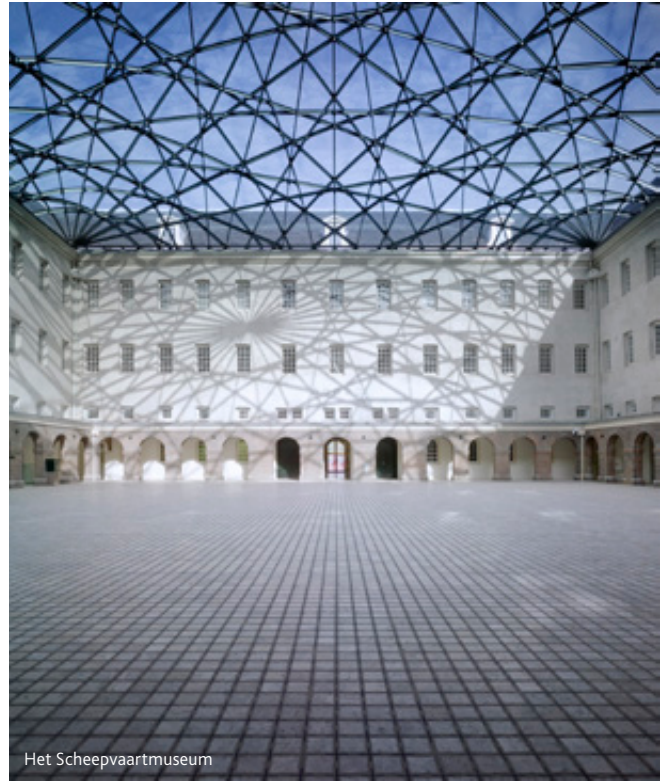
Congres- en eventplanners die graag wat hulp willen bij het organiseren van een zakelijke bijeenkomst in Amsterdam en omgeving, kunnen hiervoor terecht bij

Amsterdam Marketing. Via de website kunnen meetingplanners onder andere gebruik maken van de Venuefinder, waarmee ze de perfecte locatie kunnen vinden (www.iamsterdam.com/venuefinder). Voor citywide congressen is het label I amsterdam® approved opgericht. Dit is een samenwerkingsverband tussen de hotels in Amsterdam, Amsterdam Marketing en RAI Amsterdam. Dit label garandeert de beste deal voor verblijfsaccommodaties plus de garantie dat er op elk moment 16.000 kamers vrij zijn in de stad. Zo kan Amsterdam snel en efficiënt inspelen op de behoeftes van deze organisatoren. Ook heeft Amsterdam Marketing speciaal voor organisatoren van meetings, congressen en evenementen informatiemateriaal ontwikkeld dat kan worden gebruikt als wegwijzer in Amsterdam voor congresdeelnemers en beursbezoekers. Deze producten zijn veelal kosteloos of tegen gereduceerde prijzen te bestellen (www.iamsterdam.com/meetings). Het al eerder genoemde culturele aanbod van de stad maakt dat er voor de schaarse vrije uren tijdens een congres meer dan genoeg keuze is om een leuke, ontspannende activiteit te organiseren. Ook daarbij kan Amsterdam Marketing helpen om de perfecte keuze te maken.

www.iamsterdam.com



Westergasfabriek



Het Scheepvaartmuseum

Unique Venues of Amsterdam

Uniek en onderscheidend aanbod in Amsterdam

Met haar tweejarig jubileum net achter de rug, is de organisatie Unique Venues of Amsterdam een relatief jonge speler op de markt van de congressen en evenementen. Wat maakt haar dan in deze korte periode zo succesvol en wat is er zo uniek aan deze locaties in Amsterdam?

Unique Venues of Amsterdam is een samenwerkingsverband van bedrijven die zich in de markt van externe bijeenkomsten begeven. De bedrijven zijn locaties in het centrum van Amsterdam die niet van oorsprong als congres- of evenementenlocatie gebouwd of bedoeld zijn, maar zich inmiddels wel op professionele basis ontwikkeld hebben om congressen en evenementen op hoog niveau gastvrij te ontvangen. Het zijn stuk voor stuk pareltjes vanwege de unieke architectuur, ligging of positie. Gezamenlijk vormen deze parels een prachtig halssnoer waardoor de positie van de individuele locaties en Amsterdam als unieke stad voor de organisatie van congressen en evenementen verbeterd.

“Door samenwerking tussen deze unieke locaties, ontstaat meerwaarde voor ieder individueel lid. Meerwaarde in de

positionering, meerwaarde als gesprekspartner, meerwaarde met betrekking tot de zichtbaarheid voor internationale en nationale congres- en evenementorganisatoren en meerwaarde door van elkaar te leren en kennis te delen”, aldus Michiel Lindenberg, voorzitter en één van de founding fathers van Unique Venues of Amsterdam.

HET ONTSTAAN VAN UNIQUE VENUES OF AMSTERDAM

Zeven Amsterdamse congres- en evenementlocaties (Het Concertgebouw, Westergasfabriek, Rembrandt Tower Boardroom, de Bazel, de Rode Hoed, Koninklijk Theater Carré en de Beurs van Berlage) namen het initiatief om gezamenlijk na te denken hoe er een verbeterde positionering gerealiseerd zou kunnen worden van hun aanbod in de nationale en internationale markt van congressen- en evenementen.

In 2014 is gezamenlijk een website gebouwd en zijn verkennende gesprekken geweest over formalisering van de samenwerking en een gemeenschappelijke beursstand bij de nationale evenementenbeurzen. In 2015 is de vereniging officieel opgericht en geformaliseerd met statuten, een huishoudelijk reglement, toelatingscriteria en een organi-



Het Koninklijk Concertgebouw

satiestructuur en is in het najaar van 2015 de eerste openbare ledenvergadering gehouden waarna de ledenwerving is gestart. In 2016 is de vereniging gelanceerd.

“Dit eerste verenigingsjaar van de Unique Venues of Amsterdam had een stormachtig karakter”, vervolgt Lindenbergh. Binnen een jaar traden 25 leden toe. Het bestuur en de werkgroepen gingen voortvarend aan de slag en er is verbazingwekkend veel bereikt. Voor het tweede volle verenigingsjaar 2017 heeft het bestuur bewust gekozen om een gecontroleerde groei strategie toe te passen. “We kunnen zeggen dat er een stabiele vereniging is ontstaan, die met flinke slagkracht de gestelde doelen aan het bereiken is. De gewenste groei tot 30 leden is bereikt, de activiteiten zijn alle zeer succesvol en de leadgeneratie ontwikkelt zich goed.”

VISIE UNIQUE VENUES OF AMSTERDAM

De visie van Unique Venues of Amsterdam is helder. In Amsterdam is een (groot) aantal locaties dat een prachtig, uniek en onderscheidend aanbod levert voor congressen, vergaderingen, diners en feestelijke bijeenkomsten. Het aanbod is weliswaar divers, maar heeft een grote gemene deler: Alle locaties zijn gevestigd in zeer unieke gebouwen en op bijzondere plekken, die niet van oorsprong bedoeld zijn om congressen en evenementen te laten plaatsvinden.

“De markt is sterk in beweging en de concurrentie neemt toe en zit niet stil”, legt Lindenbergh uit. “Onze overtuiging is dat de uniciteit van de aangesloten locaties meerwaarde biedt voor de (potentiële) opdrachtgever. Door samen te werken en te verbinden zal de aantrekkelijkheid van Amsterdam als bestemming voor congressen en evenementen versterken en wordt de individuele positie verstevigd.”



Beurs van Berlage



Michiel Lindenbergh



Koninklijke Industriële Groote Club

De missie van Unique Venues of Amsterdam is het bewerken van de (inter)nationale evenementen- en congresmarkt om congressen en evenementen voor de aangesloten leden en Amsterdam te werven.

WAT MAAKT UNIQUE VENUES OF AMSTERDAM UNIEK IN HAAR SOORT

De vereniging is zo succesvol doordat een aantal kernwaarden duidelijk is vastgesteld voor alle leden. Zo moeten alle locaties een full-servicelocatie met een plus zijn, waarbij professionele begeleiding op gebied van evenementen op gebied van AV, organisatie, catering en alles onder één dak wordt aangeboden. Maar ook moeten locaties aanvullend en onderscheidend zijn. Daarbij brengt elke locatie een unieke eigenschap mee hetzij in historie hetzij in huidige ‘core-business’. Het Koninklijk Concertgebouw heeft zijn muziek van wereldklasse, De Kromhouthal is rauw en industrieel, Het

West-Indisch Huis heeft de historische link met Amerika, NEMO Science Museum de wetenschap en Desmet Studio's de link met televisie et cetera.

Onder het motto ‘eendracht maakt macht’ is samenwerking tussen ‘concurrerende’ locaties noodzakelijk. Iedere deelnemende locatie heeft zijn eigen set van USP's die via Unique Venues gekoppeld en gecombineerd worden. “Juist deze vorm van samenwerken zorgt ervoor dat locaties elkaar beter leren kennen en elkaar business gunnen wanneer zij een opdrachtgever zelf niet kunnen helpen. Dat maakt Unique Venues of Amsterdam een unieke vereniging met een gezamenlijke visie en draagkracht om Amsterdam en haar unieke locaties voor het voetlicht te brengen bij de opdrachtgever”, sluit Lindenbergh af.

www.uniquevenuesofamsterdam.com



ALTIJD DOELTREFFEND

Het ArenA Congrescentrum biedt een inspirerende en dynamische omgeving waar u uw evenement kracht bij kunt zetten. Nergens anders komt uw evenement zo spectaculair van de grond als hier. Een prachtige plek dus voor een congres, seminar, bedrijfsfeest, galadiner of exclusieve vergadering. Combineer de flexibele capaciteit van onze zalen met het bijzondere decor van het stadion. In het ArenA Congrescentrum is een ontmoeting er altijd één in stijl.





Op ontdekkingsstocht in Amsterdam

Het Conservatorium hotel is een inspirerende omgeving waar uw zakelijke bijeenkomst iets bijzonders wordt. Met de speciaal samengestelde inspirational packages neemt het Conservatorium hotel de zakelijke gast mee op ontdekkingsstocht.

Alle vergader- en evenementzalen van het Conservatorium hotel zijn zo ingericht dat ze passen bij elke gelegenheid. De eventruimtes hebben een spectaculair uitzicht over het glazen atrium van het hotel. De Symphony Room van 120m² op de derde verdieping is de grootste zaal. De grote ramen, reikend van vloer tot plafond, hebben uitzicht op de binnenplaats en het atrium. Het hotel heeft 129 modern ingerichte design kamers en zes zalen voor meetings en evenementen. In de Brasserie wordt een 'all-day dining' concept uitgevoerd en in Taiko Restaurant vinden gasten het hedendaags Aziatisch geïnspireerde restaurant. Tevens heeft het

hotel een bar, lounge en het uitgebreide Akasha Holistic Wellbeing Centre met een Spa & Gym van meer dan 1.000 m².

INTERNATIONAL PACKAGES

Voor een extra bijzondere zakelijke ervaring biedt het Conservatorium hotel verschillende inspirational packages aan. Discover Amsterdam staat in het teken van de meest creatieve hoofdstad. Voor, na of eventueel zelfs tussen het zakelijke programma in hebben gasten de gelegenheid om Amsterdam te ontdekken met een één uur durende wandel- of fietstocht onder leiding van Urban Tour. Een typisch Nederlands gebakje en een lunch vol Hollandse verrassingen horen uiteraard ook bij dit arrangement. Gasten ontvangen een speciaal geselecteerd boek over Amsterdam om mee naar huis te nemen.

Met Wellness in the City kunnen gasten tijdens de bijeenkomst genieten van een gezond menu met lichte gerechten, diverse soorten kruidenthee, verse sappen en verfrissende dranken. Door een 'energi-

zer' tussendoor kan iedereen na de pauze weer fris aan de slag. Daarnaast behoort uiteraard een bezoek aan het Akasha Holistic Wellbeing Centre tot de mogelijkheden met bijvoorbeeld een introductie les 'Mindfulness in Workspace' of een bootcamp in het beroemde Vondelpark.

Inspired by Art haakt aan op de nabijgelegen musea. Het Conservatorium hotel organiseert graag een rondleiding voor haar gasten door het Van Gogh Museum of een architectonische rondleiding door Amsterdam. Ook binnen worden gasten omringd door de Hollandse Meesters: Nederlandse seizoensbloemen, speciaal 'Hollandse Meesters'-gebak en als afsluiter door Van Gogh geïnspireerde cocktails. Als souvenir krijgen de gasten een boek over Van Gogh mee.

www.conservatoriumhotel.com

Boek een
groepsarrangement
en **beleef Amsterdam**
Light Festival
vanaf het water!

CANAL TOURS
AMSTERDAM



Part of



Amsterdam staat in de
spotlights deze winter.
Stap met uw gezelschap
aan boord van een privé
rondvaartboot voor een
spectaculaire avondvaart
langs de lichtkunstwerken,
de Water Colors route.
Het festival is het best te
belevan vanaf het water!

30 november 2017 - 21 januari 2018

Varen vanaf 20 personen

Prijzen vanaf € 21,50 p.p.

Bekijk alle groepsarrangementen

aan boord: stromma.nl/alf-groepen

founding partner
since 2012



Hopper

Na de eerste samenwerking in het dansconcert *Silent Songs* vorig seizoen, maken het Doelen Ensemble uit Rotterdam samen met het Internationaal Danstheater een voorstelling met als uitgangspunt het werk van schilder Edward Hopper.

In de dans zien we verstilde taferelen die tegelijkertijd licht verontrustend zijn: de moderne mens, verbeeld als een geïsoleerd en melancholiek wezen. De muziek geeft hem de kracht om zijn isolatie te doorbreken. Realistische beelden die emotioneel, actief, dissonant en dan weer in harmonie zijn. Een fascinerende muzikale en dansante reis door het werk van één van de meest baanbrekende kunstenaars van de vorige eeuw.

Doelenensemble piano, viool en klarinet.

Composities van o.a. Aaron Copland, Leonard Bernstein, Philip Glass, Max Richter en nieuw werk van Meric Artac.

Internationaal Danstheater *Choreografie* Neel Verdoorn

Dansers Jeroen van Acker, Francesca Peniquel en Lorenzo Capodiceci.

Speellijst 2018

Zo 11 maart	15:00	Amsterdam	DeLaMar Theater
Wo 4 april	20:15	Woerden	Theater Het Klooster
Wo 11 april	20:30	Assen	Theater De Nieuwe Kolk
Vr 13 april	20:00	Roosendaal	Theater De Kring
Wo 18 april	20:15	Hoofddorp	Theater De Meerse
Zo 22 april	15:00	Laren	Singer Theater
Wo 25 april	20:15	Heerenveen	Posthuis Theater
Do 17 mei	20:30	Heerlen	Parkstad Limburg Theaters
Vr 18 mei	n.n.b.	Rosmalen	Podium Rosmalen
Do 24 mei	20:15	Heerhugowaard	Cool Kunst & Cultuur
Za 26 mei	20:00	Sittard	De Domijnen
Ma 28 mei	20:15	Rotterdam	De Doelen
Wo 30 mei	20:15	Purmerend	Theater de Purmaryn

Hopper



PASSION FOR SHARING CULTURES

**INTERNATIONAAL
DANSTHEATER**
WWW.INTERNATIONAALDANSTHEATER.NL





Foto: Ellen Martens

ONVERGETELIJK

We zijn verhuisd. Inpandig. Zonder verhuisdozen, zonder enige vorm van stress. Appeltje-eitje, de snelste en makkelijkste verhuizing ooit. We schoven onze spullen, zo hop, van de voorzijde naar de achterzijde van ons schitterende pand en namen met weemoed afscheid van onze muzikale burens, de Martin Garrix BV. We zullen deze burens, die het bekende gezegde: 'een goede buur is beter dan een verre vriend' in ere hielden, zeker niet vergeten. We hebben wat vaak een beroep op hen gedaan: Moest er een onmogelijke plafondlamp worden vervangen? Het brandalarm (omdat wij het broodje in de rooster vergeten waren en er rookwalmen opstegen) uitgezet worden? Of wilden we een handtekening van Martijn voor onze kinderen? Een mooi T-shirt? Of met friends & family naar ADE? Niks te veel. Altijd stonden ze voor ons klaar.

En nu? Nu worden we burens van onszelf. Huh? Hoe kan dat? Al jaren hield ik nauwlettend in de gaten of er een leuk pandje vrijkwam in het oude dorp van Amstelveen om onze eigen vergaderlocatie te beginnen. Maar of ik was net te laat. Of het pand bleek niet echt geschikt. Totdat de buurman, geheel onverwacht, vroeg of wij misschien interesse hadden om te verhuizen naar hun plekje? Ja, ja, ja! Dit bood ruimte om langgekoesterde dromen om te zetten in nieuwe plannen.

Momenteel werken we keihard aan een te gek project: onze Music Meeting Lounge. Deze exclusieve vergaderruimte biedt straks plaats aan groepen tot twintig personen, heeft een prachtige vide om te kunnen gebruiken als break-out, een zonnig dakterras en genoeg fijne plekjes waar ongestoord gewerkt kan worden. Deze ambiance, met een muzikale knipoog naar vervlogen tijden wordt bijzonder en verrassend.

Maar wat is die muzikale knipoog dan? En hoe is dit idee ontstaan? Ik maak een sprong terug in de tijd, naar 1997. Mijn vader woont noodgedwongen in een verpleeghuis. Zijn enige bezittingen zijn nog enkele foto's van mij en een aansteker. Hij kan niets meer onthouden, Alzheimer is zijn lot. Vijf jaar lang stelt hij mij tijdens ieder bezoek nerveus dezelfde vraag: "Wat heb je met mijn schilderijen, mijn dia's en mijn platenverzameling gedaan?" En ik stel hem keer op keer gerust: "Nog niets papa, maar ik bewaar alles en zal er heus iets moois mee doen."

Het is 2017. De schilderijen, ooit te goeder trouw in bewaring gegeven, zijn 'zoek'. De mooiste dia's gedigitaliseerd en de langspeelplaten staan in de berging. Op een dag besluit ik de platen af te stoffen, hoes voor hoes. Het vinyl is volledig intact. Er zitten pareltjes tussen, het is een prachtige verzameling van de beste artiesten waaronder U2, Simple Minds, David Bowie, George Michael en ga zo maar door. Opeens krijg ik een briljant idee. Hoe leuk zou het zijn om onze vergadergasten de gelegenheid te geven om voor, tijdens of na een vergadering ouderwets plaatjes te kunnen laten draaien? Muziek brengt herinneringen tot leven, verbindt, stimuleert en inspireert. En is dat niet precies wat nodig is om een bijeenkomst succesvol te maken?

Een fantastisch interieurontwerp is klaar, qua food bedenken we het allerlekkerste, het muzikale idee wordt verder uitgewerkt, de aannemer is begonnen. Vanuit onze nieuwe kantoor begluren we enthousiast de voortgang. Een aspect is alvast helder: onze missie: don't you forget about me!

Marianne Kuiper

Eigenaar Efficient Hotel Partner

Intermediair op het gebied van het zoeken en boeken van de perfecte locaties

Meer blogs lezen? www.efficienthotelpartner.nl

Volg mij ook op [instagram@marianne.fj.kuiper](https://www.instagram.com/marianne.fj.kuiper)



KIMPTON

DeWitt

AMSTERDAM

'Perk up your event'
bij Kimpton De Witt



Vaarwel gewone meetings en hallo frisse fietstochten, beignetpauzes en jeneverproeverijen! Bij Kimpton De Witt verras je jouw gasten met extraatjes, met een Amsterdams tintje, ook wel 'perks' genoemd.

Healthnut Perk:

8km fietstocht door het Vondelpark
- Beleef Amsterdam als een local. Spring op de fiets en rijd door het bekendste park van Amsterdam. Zo kun je rustig genieten van de vijvers, rozentuin, sculpturen en flora en fauna.

It's 5 O'clock Somewhere Perk:

Jeneverproeverij
- Dé sterke drank van Hollandse origine, ook wel de Nederlandse gin genoemd, is er in allerlei soorten en smaken. Organiseer een proeverij van verschillende jenever met ons deskundige barteam.

Lekker Love Perk:

Zoete verwennerij voor tijdens je vergaderpauze
- Onze eigen Miss Louisa Coffee & Beignets koffiebar fleurt je vergadering op met verse beignets met een dun laagje poedersuiker en koffie van de speciaal voor ons gebrande koffiebonen.



Welkom bij de voorwaarden, ook wel de kleine lettertjes genoemd: Bezoekers van het georganiseerde 'social hour' moeten minimaal 18 jaar zijn. Deze aanbieding is op basis van beschikbaarheid en geldt niet voor groepen die al zijn gecontracteerd en/of in combinatie met andere aanbiedingen. Alle voordelen zijn op basis van beschikbaarheid en afhankelijk van de omvang en beschikbaarheid van de ruimte. Alternatieve opties kunnen bestaan uit meerdere sessies van het groepsvoordeel van uw voorkeur. Er zijn mogelijk minimumbedragen voor eten en drinken van toepassing. Ten slotte behoudt Kimpton Hotels zich het recht voor om reserveringen te annuleren die zijn geboekt met foutieve kamertarieven.



Kimpton De Witt Amsterdam

Stijlvol ingerichte kamers en fantasierijke ruimtes

Welkom bij ons eerste Europese boetiekhotel, het Kimpton De Witt Hotel, dat met zijn 274 frisse, stijlvol ingerichte kamers en fantasierijke ruimtes geïnspireerd op typisch Nederlands design een moderne kijk op luxe uitstraalt.

Ons hotel midden in het gezellige centrum van Amsterdam nodigt je uit om je fantasie te gebruiken, nieuwe ideeën op te doen, je creatieve kant te herontdekken en je echt te ontspannen. Kom helemaal tot rust in de binnentuin. Geniet van een heerlijke maaltijd

in het restaurant. Bestel een slaapmutsje in de gezellige House Bar, die dateert uit de Hollandse Gouden Eeuw. Ons unieke karakter en hartelijke gastvrijheid maken dit boetiekhotel tot jouw stijlvolle toevluchtsoord.

Weet jij een betere plek om je volgende evenement of bijeenkomst te organiseren? Onze acht stijlvol ingerichte vergader-ruimtes en drie unieke evenementenruimtes beslaan een oppervlak van 602m² in



hartje Amsterdam. Twee van de ruimtes zijn uitgevoerd in de stijl van de Gouden Eeuw, met kunst en historische designelementen die met eigentijdse flair de sfeer van weleer doen herleven. Ons zonnige Penthouse De Witt op de zesde verdieping doet tevens dienst als een luxueus appartement met een adembenemend uitzicht over Amsterdam vanaf het ruime dakterras.

www.kimptondewitthotel.com





Ralph van Hooijdonk

Venuesuite maakt het iedereen makkelijker

“Hospitality as a service”

Lange en ondoorzichtige zoektochten naar de juiste venue voor uw event zijn nu voorbij. Met het nieuwe online platform Venuesuite maakt iedere meeting- en eventplanner snel en doordacht de juiste keuze. Het initiatief is een verbetering voor planners en voor venues. Een regelrechte win-winsituatie dus!

Tekst Niek Arts

De initiatiefnemers achter Venuesuite pakken het anders aan: makkelijker, echt transparant en direct. Vanaf nu regelt u alles direct via één platform. Ralph van Hooijdonk is één van de initiatiefnemers. Door slim gebruik te maken van de nieuwste online mogelijkheden helpen ze de meeting en eventbranche vooruit!

VENUESUITE

“Met Venuesuite brengen we vraag en aanbod letterlijk dichterbij elkaar”, legt Van Hooijdonk uit. “Met het

online platform schakelen we de intermediair uit en brengen planner en venue direct met elkaar in contact. Daardoor verloopt dit contact sneller en soepeler: er is minder ruis. Tegenwoordig voegt een intermediair niks meer toe, terwijl hij wel een commissie van tot 30% verlangt. We ervaren dat zowel de venues als de meeting- en eventplanners opzoek zijn naar een platform zoals dat van ons. Het bestond nog niet, dus hebben we het uiteindelijk zelf gebouwd. Nu is er dus wél een mooi alternatief!”

HOE WERKT HET?

Venuesuite richt zich op de grotere venues die meerdere zalen hebben. Van Hooijdonk: “De venues geven zelf in het systeem aan wat ze te bieden hebben en wat ze zo interessant maakt. Al deze informatie is verwerkt in de zoekmodule op ons platform. Zo krijgt de planner een goede indruk, ziet precies of de venue aan zijn eisen voldoet én of deze nog beschikbaar is op de gewenste datum.”

“Daarna kan direct het programma worden samengesteld met opties voor catering, uiteenlopende packages en de audiovisuele wensen. De gebruiker ziet in real-time wat dit met de prijs doet. Met andere woorden: de offerte wordt direct live opgesteld en aangepast. Na het boeken wordt ook de facturatie automatisch via het platform afgehandeld. Voor eventuele vragen en last minute aanpassingen staat de accountmanager van de venue altijd stand-by.”

VOORDELEN PLANNER EN VENUES

Het mes van Venuesuite snijdt aan twee kanten. Van Hooijdonk: "Voor planners is het platform gratis, en door de intermediair 'uit te schakelen' bespaart het veel kosten. Door het directe contact leert men elkaars wensen goed kennen en ontstaat er van beide kanten een goede band. Vaak leidt dit tot langdurige zakelijke relaties. Venuesuite werkt samen met de Dutch Venue Association (DVA) waardoor planners toegang hebben tot een landelijk dekkend netwerk. Een netwerk dat in 2018 verder groeit."

Natuurlijk zijn er ook voor de venues grote voordelen. Zij plukken vooral de vruchten van de snelle en directe communicatie. Waardoor er veel minder vertraging is of ruis ontstaat. Van Hooijdonk: "Zodra een venue zich op ons platform registreert, is hij boekbaar. De venue hoeft dus niet meer zelf een ingewikkeld boekingssysteem te bouwen en onderhouden. Verder blijven ze op de hoogte van de veranderingen in de software. Zodat we samen kritisch naar de venue zijn propositie blijven kijken en deze future proof houden. Kortom: het maakt de online samenwerking tussen de planners en de venues een stuk eenvoudiger. En dat voor een faire, minimale fee!"

IDEE GEBOREN

Van Hooijdonk vindt het leuk om te ondernemen op het snijvlak van technologie en hospitality. In het verleden is hij betrokken

geweest bij de ontwikkeling van een aantal 'software as a service-bedrijven'. Met die ervaring is hij in Venuesuite gestapt. "We hebben de afgelopen jaren een sterk team developers samengesteld. Hiermee maken we softwareproducten die echt waarde toevoegen aan de hospitality branche. We hebben veel gesproken met de venues en de planners. Daarbij merkten we dat beide partijen ontevreden zijn met de werkwijze van intermediairs. Maar dat er helaas geen alternatief in de markt was. In dat gat zijn we met Venuesuite gedoken."

PROBEER HET ZELF UIT!

Voor de ontwikkeling van Venuesuite is er veel input uit de branche gehaald. "Dit

hebben we samen met een aantal leden van de Dutch Venue Association gedaan. We verwachten dat we een grote stap hebben gezet in het optimaliseren van het digitale reserveringsproces. Het platform is live en zowel de venues als de meeting- en eventplanners kunnen zich aanmelden. Het is een on-going proces, dit betekent dat we het platform blijven verbeteren. We nodigen u graag uit om deel te nemen. We weten zeker dat het u veel tijd gaat besparen!"

Venuesuite.com

@venuesuite

Dutchvenueassociation.nl



Rent Around.nl

*Dé online showroom en kassa van
elke AV Verhuurder*



*Meer dan 20.000 AV verhuurproducten
van >200 AV Verhuurders uit heel
Nederland op één plek.*



**T: 055-3125450 | E: info@rentaround.nl
I: www.rentaround.nl**

ECC LEIDEN
EVENT & CONVENTION CENTER

eccleiden.com



evenementen
congressen
diners (sitdown)

tot 2500 personen
tot 1500 personen
tot 750 personen



eccleiden.com info@eccleiden.com

071 53 55 523 @ECCLeiden /ECCLeiden
ECC Leiden is owned & operated by *Holiday Inn Leiden*

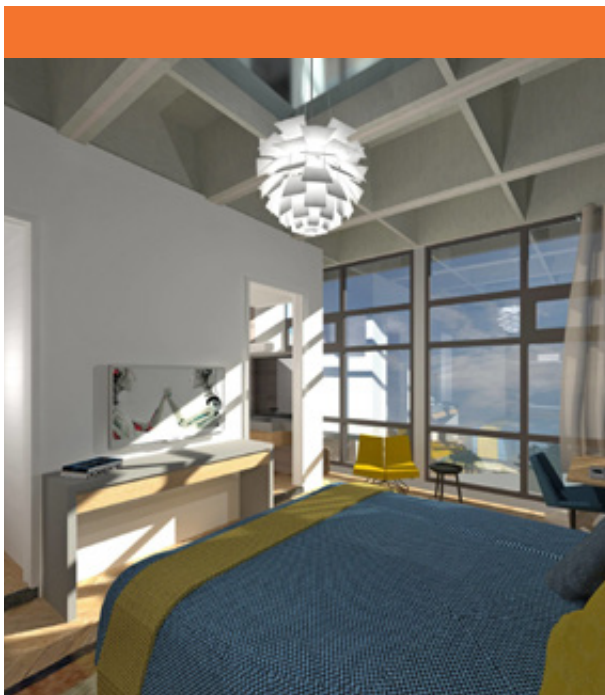
SUBLIEM SPARREN?



**SUBLIEM
SINDS 1986**

DE ROSEP
LANDGOED

Oirschotsebaan 15 5062 TE OISTERWIJK (NL)
T +31 (0)13 - 523 21 00 E info@rosep.com I www.rosep.com



Nieuwe hotel op campus Universiteit Twente

Vanaf najaar 2018 neemt het huidige conferentiehôtel Drienerburght op de campus van de Universiteit Twente haar intrek in het nieuwe gebouw De Hogekamp. Dat is ook het moment dat het hotel haar naam wijzigt in een meer internationaal herkenbare naam, het U Parkhotel. Het voormalige faculteitsgebouw voor Electrotechniek en Technische Natuurkunde, één van de eerste gebouwen ten tijde van de oprichting van de UT in 1965, wordt op dit moment duurzaam getransformeerd. Hier wordt onder andere het nieuwe U Parkhotel in ondergebracht. Het U Parkhotel is een internationaal georiënteerd hotel, waar kwaliteit en duurzaamheid hand in hand gaan. Het hotel beschikt straks over de Green Key, hét internationale keurmerk in onder meer de zakelijke markt. De U in de internationale naam verwijst naar de gast die centraal staat én naar de Universiteit Twente. Het nieuwe hotel biedt 72 kamers aan, een ruim restaurant met terras, een bar en moderne conferentiefaciliteiten. Op de 9e verdieping bevinden zich acht executive kamers en een boardroom met een panoramisch uitzicht over het omringende coulisselandschap. Het ontwerp kenmerkt zich door een eigentijdse, warme uitstraling. De ligging van het nieuwe hotel sluit perfect aan op de boulevard van de campus. Gasten kunnen hier dan ook optimaal gebruik maken van de faciliteiten op de campus op het gebied van sport, cultuur en natuur.

Nieuw logo MECC Maastricht in lijn met stadsbranding

Een nieuwe kleur, een nieuw logo, een nieuw lettertype én een nieuwe pay-off. MECC Maastricht presenteert een nieuwe huisstijl die beter past bij een organisatie die klaar is voor de toekomst én die aansluit bij de branding van de stad Maastricht. De rode ster is vijfpuntig, zoals in het wapen van Maastricht, maar heeft toch een eigen karakter. Zo bestaat de ster uit losse elementen die een persoon vormen, wat de persoonlijke kracht van MECC Maastricht toont. De slogan 'Beyond Boundaries' vertelt bovendien dat MECC Maastricht letterlijk en figuurlijk over grenzen heen gaat voor succes en beleving. Niet alleen de rode ster visualiseert dat de venue onderdeel uitmaakt van de stad, ook de naam MECC Maastricht laat zien dat de twee partijen onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Aan de basis van deze nieuwe branding ligt een gedegen imago- en identiteitsonderzoek uitgevoerd door het Maastrichtse bureau Zoom Industries. MECC Maastricht heeft met verschillende doelgroepen te maken en het verschil tussen de segmenten publieksevenementen, congressen en beurzen en het onderdeel arbeidsmarktcommunicatie, zorgde voor een uitdagende case. In het onderzoek naar het DNA van MECC Maastricht werd duidelijk dat het team van mensen achter het merk één van de grote krachten is van het bedrijf. De nieuwe huisstijl zal komende periode in fases geïntroduceerd worden, waarbij de website uiteraard als eerste aan de beurt was en inmiddels live is gegaan. www.mecc.nl

Meest gastvrije steden en de effecten van massatoerisme

In het kader van het thema 'Innovatief bestuur, open steden' rondom de Internationale Dag van de Stad van De Verenigde Naties, deed online reisbureau TravelBird onderzoek naar hoe internationale steden scoren in gastvrijheid ten opzichte van het niveau van massatoerisme. Zoals deze zomer door veel media is uitgelicht, neemt de druk op sommige steden door toerisme enorm toe, wat een sterke invloed heeft op lokale gemeenschappen en de reisbeleving van toeristen. Als reisbureau vindt TravelBird dat ze de plicht hebben om duurzaam toerisme te promoten. Dit onderzoek is in eerste instantie uitgevoerd om te achterhalen welke steden indrukwekkende initiatieven nemen om toeristen op een verantwoordelijke manier te verwelkomen. Daarnaast is het doel om de impact van massatoerisme op inwoners van de steden aan te kaarten. Als een stad boven haar draagkracht opereert, ontstaan er problemen zoals drukte, lange wachtrijen en stijgende kosten. Dit draagt allemaal bij aan een negatieve impact op lokale inwoners en daarmee op de gastvrijheid. Om een complex probleem als massatoerisme meetbaar te maken, hebben specifiek gekeken naar de toeristische draagkracht van elke stad. Dit is berekend door de volgende factoren te vergelijken: het aantal inwoners ten opzichte van het aantal toeristen tijdens het hoogseizoen en het aantal gelicenseerde hotelbedden in combinatie met het aantal beschikbare bedden dat via andere netwerken wordt verhuurd (per vierkante kilometer). Tot slot heeft TravelBird een tweede representatieve peiling gehouden waarin ze aan lokale inwoners hebben gevraagd hoe toerisme het dagelijks leven in de stad positief of negatief beïnvloedt. Deze gegevens zijn gebruikt om een afgewogen gemiddelde van de definitieve massatoerisme score te berekenen. Singapore scoort het hoogst en is de meest gastvrije stad, dit komt mede door een succesvol beleid waarin de hoge bezoekersaantallen goed worden opgevangen. De stad beschikt over het beste vliegveld ter wereld en een veilig ecosysteem. Nederland heeft steden die zowel deel uitmaken van de top 10 en de onderste 10 voor massatoerisme. Amsterdam staat op positie 10 bij de laagst genoteerde steden voor massatoerisme en Rotterdam staat op positie 4 bij de beste steden voor een laag niveau massatoerisme. travelbird.nl/de-meest-gastvrije-steden.



Last minute

De economie trekt aan en steeds meer organisaties stellen weer een budget beschikbaar voor scholing en teambuilding. Waar de jaarlijks terugkerende congressen vanuit het verenigingsleven vaste prik zijn, zo wordt binnen het bedrijfsleven veel meer op korte termijn besloten om iets te organiseren.

Met name in het najaar is de 'leadtime' een stuk korter. Het jaar komt ten einde en er wordt na de zomer besloten om toch nog wat te gaan doen voor het einde van het jaar. De last minute aanvragen vliegen ons om de oren. Dit is natuurlijk al een trend van de afgelopen jaren maar er lijkt maar geen einde aan te komen. De aanvraagtermijn lijkt steeds korter te worden. Onlangs hebben we nog een driedaags congres vastgelegd twee weken voor aanvang.

Stop er mee! Dat is mijn advies. Waarom moet alles nog in oktober en november gepropt worden. Er zijn te veel

nadelen. Zo is er (te) weinig voorbereidingstijd om een goed programma in elkaar te zetten. Ook zijn er in het najaar al zo veel congressen en bijeenkomsten dat je dagelijks wel naar drie verschillende events toe kan gaan in je vakgebied. Daarnaast is de opkomst vaak kleiner als je iets last minute organiseert.

Een congres of bijeenkomst is, als het goed is, een onderdeel van de communicatiestrategie van een organisatie. Door zo last minute te acteren, maak je te weinig gebruik van het optimaal benutten van de communicatiemogelijkheden met je doelgroep. Het voortraject, het uitnodigingstraject en het informatietraject krijgen te weinig aandacht voor een maximaal resultaat.

MOTIVERENDE START

Stel je organiseert je congres of bijeenkomst in januari of februari. Dit heeft veel voordelen. Er is minder druk op de ketel maar het is ook een motiverende start van het nieuwe jaar. Daarnaast zijn de maanden januari en februari relatief rustige maanden bij de locaties waardoor er meer keuze is voor de locatie die perfect aan sluit op je wensen. Ook is er meer ruimte voor goede tarieven en voorwaarden omdat het laagseizoen is. Er is ruimte voor onderhandeling. In oktober kun je de jaarplannen alvast

voorbereiden waardoor ook de communicatie meer tijd heeft en bijdraagt aan het succes en eerder zorgt voor het behalen van je doelstellingen.

MEER TIJD

De organisatie is vaak duurder uit bij het last minute organiseren van een bijeenkomst. Niet alleen omdat de locaties duurder zijn maar juist ook omdat er minder tijd is om te onderhandelen met zowel de locaties als de overige leveranciers. De beperkte tijd geeft geen mogelijkheden om de markt goed te verkennen. Hierdoor word je als organisator 'onder druk' gezet en word je gedwongen tot snelle keuzes. Onlangs hadden we nog zo'n praktijkvoorbeeld waarbij de tentenleverancier een extra bedrag in rekening bracht omdat hij

zijn tent ook elders bij een andere partij kon verhuren. De locatie moest een andere tentleverancier vinden welke niet de vaste leverancier was en de kosten werden doorberekend aan de organisatie van de bijeenkomst. Kortom, maak het leven voor jezelf en voor je genodigden makkelijker en kies voor een langere termijnplanning en informeer je relaties tijdig van je plannen in het nieuwe jaar.

Na het schrijven van dit artikel heb ik zelf maar snel een last minute geboekt naar de zon! Even een week bijkomen van de drukte die het congresseizoen met zich mee brengt.

Gastschrijver Erik Werners is directeur/eigenaar van De Vergaderstoel. Onder het label Congres-Service.nl organiseert De Vergaderstoel congressen voor beroepsverenigingen en bedrijven. De Vergaderstoel inspireert, reserveert en organiseert. Contact opnemen met de gastschrijver kan via erik@devergaderstoel.nl





Inspirerende kennismaking met Delft

Op donderdag 5 oktober organiseerde Delft Convention Bureau voor diverse meeting- en eventplanners de eerste editie van de Delft MICE City Challenge. Doel van deze bijeenkomst: op een inspirerende manier kennismaken met deze congresstad.

Het gezelschap van eventplanners dat de challenge aanging, werd welkom geheten bij Art Center Delft. Deze voormalige boerderij ligt midden in de natuur en staat volledig in het teken van internationale kunst en educatieve projecten. Het Art Center biedt zowel binnen als buiten diverse zalen en ruimten waar kan worden vergaderd. Na een kort welkomstwoord en een smakelijke lunch gingen de eventplanners in drie groepen verder. Tijdens de challenge moesten zij op verschillende plekken in Delft diverse vragen beantwoorden over de geschiedenis en bijzonderheden van Delft en over de MICE-mogelijkheden bij de bezochte locaties.

DELFTS BLAUW

De groep met de kleur blauw vertrok met de tuktuk naar het Science Centre Delft, waar de TU Delft aan het publiek laat zien waar de universiteit zich mee bezig houdt. In het tentoonstellings- en onderzoekscentrum

staan diverse opstellingen die een leuke teambuildingsactiviteit vormen wanneer je hier één of meerdere zalen huurt. De volgende reeks vragen mocht na een korte wandeling in Theater de Veste worden beantwoord. Dit theater vormt samen met het tegenoverliggende Pathé een prima locatie voor een congres met diverse break-outsessies. De wedstrijd ging verder in Royal Delft, waar de geschiedenis en het productieproces van het Delfts blauwe aardewerk centraal staat. De Porceleyn Fles is de enige overgebleven aardewerffabriek uit de zeventiende eeuw. Naast de traditionele vormen en technieken die nog altijd worden toegepast, worden er ook nieuwe modellen van bijvoorbeeld vazen en serviesgoed geproduceerd. Royal Delft heeft verschillende zalen, en het is ook mogelijk om te dineren bij een prachtig porseleinen tegeltableau van de Nachtwacht op ware grootte.

GESCHIEDENIS

Hierna stond er een bezoek aan Museum Prinsenhof Delft op het programma, dat bekend staat als het "hart van de congresmogelijkheden in Delft". De prachtige Van de Mandelezaal vormt in combinatie met de Waalse Kerk en de tegenoverliggende Oude Kerk een prima locatie voor congressen. Sinds kort kunnen ook de drie zalen van het nabij gelegen Prinsenkwartier gehuurd wor-



den. Via het Delftse stadhuis, waar regelmatig recepties plaatsvinden, liep de groep naar de Nieuwe Kerk. Deze locatie is met name na sluitingstijd te huur voor bijvoorbeeld recepties en diners.

INDUSTRIEEL ERFGOED

De challenge werd afgesloten met een bezoek aan Lijm & Cultuur. Hiervoor namen alle groepen plaats in de paardentram. Het cultureel centrum annex evenementencomplex is gevestigd op het terrein van een voormalige lijm- en gelatinefabriek. Negen gebouwen zijn beschikbaar voor zakelijke bijeenkomsten zoals congressen, symposia, trainingen, workshops en lezingen, maar ook theater- en muziekvoorstellingen en festivals worden op het terrein georganiseerd. De deelnemers konden hier kennis maken met de partners van Delft Convention Bureau. Ook werd de winnaar van de MICE City Challenge bekendgemaakt, die met een mand vol Delftse lekkernijen naar huis ging.

BELEVING

Het team van het Delft Convention Bureau (onderdeel van Delft Marketing) kijkt terug op een zeer geslaagde middag. "Met de traditionele aanpak van een site visit waarbij je van locatie naar locatie reist, heb je aan het einde van de dag veel te veel informatie opgedaan waardoor je de locaties niet goed uit elkaar kunt houden. We wilden de deelnemers aan de City Challenge juist inspiratie op laten doen en een beleving meegeven. Dankzij het wedstrijdelement hebben de planners op een speelse manier zelf kunnen ervaren hoe historie en wetenschap in Delft met elkaar verbonden zijn. Delft is de perfecte basis voor elk zakelijk evenement waarbij inhoud leidend is."

Benieuwd wat Delft nog meer te bieden heeft? Delft Convention Bureau informeert je graag over de zakelijke mogelijkheden.
www.delftconventionbureau.com, conventions@delft.com.



68 > Klantvriendschap door de ogen van een professional

“Ik wil onze MICE-branche klantvriendelijker maken”

Jeannette van Namen is een bekende speler binnen de congresbranche. Inmiddels heeft zij tientallen jaren ervaring en honderden congressen op haar naam staan in binnen- en buitenland. Daarnaast gaf zij met heel veel plezier jarenlang les op diverse hogere hotelscholen in conference- en eventmanagement. Nu heeft Van Namen als missie om haar kennis en ervaring te delen met andere professionals. “Ik wil onze MICE-branche klantvriendelijker maken.”

Samen met Martin de Ruijter, trainer en coach in gedragsverandering, organiseert Jeannette van Namen masterclasses en trainingen ‘Klantvriendschap’. “Omgaan met een complexe werkelijkheid met klanten in diverse leeftijdscategorieën en goed kunnen reageren op

zaken die anders gaan dan verwacht en gepland, is aan de orde van de dag in vele sectoren. Denk aan de zorg, de retail en de bancaire wereld, maar het geldt net zo goed voor de horeca en de MICE-branche”, licht Van Namen toe. “Superieure dienstverlening zorgt voor meer klanten en meer vaste klanten die aantoonbaar meer besteden. Dat betekent dat je een goede relatie met deze klanten of gasten moet opbouwen. Inzicht in je eigen rol en handelen en het belang hiervan in het gehele proces van communicatie en samenwerking is dan essentieel. Door authentiek te blijven, je in te leven in de gast, congruent te handelen en meer te doen dan wordt gevraagd, zorg je ervoor dat jouw gasten en klanten tevreden zijn.” Volgens Van Namen hebben met name de medewerkers die direct met klanten, gasten, relaties en boekers in aanraking komen, baat bij de trainingen

en masterclasses. “Denk aan salesmedewerkers, F&B-managers, shiftleaders en HR-managers, maar ook reserverings-, receptie- en restaurantmedewerkers. Zij kunnen ervoor zorgen dat er door middel van klantvriendschap meer omzet wordt gehaald uit zakelijke boekers.”

INZICHT

Tijdens de masterclass (anderhalf uur) en de training (tweemaal een dag) ‘Klantvriendschap’ nemen Van Namen en De Ruijter de deelnemers mee in de wereld van congressen en zakelijke evenementen en vooral hoe klanten, opdrachtgevers en gasten denken en handelen. Hoe en waarom maken zij bepaalde keuzes? Hoe zorg je ervoor dat deze klant voor jouw locatie kiest? Wat wil die klant nu echt en hoe? De antwoorden op deze vragen krijgen de deelnemers aan de hand van praktijkcases, voorbeelden en concrete tips. Deze kunnen zij direct in hun dagelijkse werkomgeving toepassen. Ook is er veel ruimte voor eigen praktijkvoorbeelden. De Ruijter zorgt ervoor dat de inhoud in een goed onderbouwd programma wordt aangeboden, aan de hand van zorgvuldig gekozen leermodellen. “De deelnemers maken zelf het verschil, samen met hun collega’s. Zij zien in wat open en helder communiceren en echt samenwerken kan opleveren en worden

“Service is net zo belangrijk”

Van der Valk Business, waar in Nederland 68 hotels bij aangesloten zijn, is een structurele samenwerking aangegaan met Jeannette van Namen en Martin de Ruijter. “De afgelopen jaren hebben we veel geïnvesteerd in onze locaties. Service is echter net zo belangrijk”, vertelt Robbert Weddephohl, directeur Van der Valk Business. “Binnen de Van der Valk Business Academie kunnen medewerkers van de aangesloten hotels trainingen volgen op het gebied van techniek, upsale en hospitality. Dat de trainingen van Jeannette een mooie aanvulling op dit rijtje zijn, beseften we tijdens de masterclass die tijdens het jaarlijkse event van Van der Valk Business werd georganiseerd. Jeannette vertelde toen meer over de wereld van de PCO, waar deze professional tegenaan loopt en hoe je daar als hotel mee om kunt gaan.” Omdat het MICE-segment een belangrijke markt is, besloot Weddephohl na deze masterclass ook de trainingen ‘Klantvriendschap’ via de academie aan te bieden. “Het gaat erom dat onze medewerkers intrinsiek beseffen wat hun meerwaarde kan zijn voor opdrachtgevers. Dankzij de trainingen hebben zij meer inzicht in wat er leeft bij de opdrachtgever en wat diens verwachtingen zijn, maar ook hoe de MICE-professional naar de hotelwereld kijkt. Door gewoon te vragen hoe we voor de PCO het onderscheid kunnen maken, krijg je heel veel waardevolle informatie.” Inmiddels heeft een aantal medewerkers deze training gevolgd. De tips en tricks die meteen in de praktijk kunnen worden gebracht, worden door hen als zeer nuttig ervaren.

gestimuleerd om het lef te tonen dit in de praktijk te doen.”

Van Namen en De Ruijter hebben al verschillende masterclasses mogen verzorgen, bijvoorbeeld tijdens het VOVZ congres voor Oogzorgverpleegkundigen in Zwolle dat begin november plaatsvond. Van der Valk Business biedt de trainingen aan haar mede-

werkers aan (zie kader). “Of je nu actief bent in de zorg of de MICE-branche; tevreden klanten zorgen voor tevreden medewerkers. Uiteindelijk zijn alle partijen gebaat bij een geïntegreerde rol van klantvriendschap in de organisatie”, aldus Van Namen.

Meer weten? Kijk op www.j-mklantvriendschap.nl of www.jvncongress.nl.





VGF vroegtijdig in acquisitie voor congressen betrekken vergroot succeschansen

Meerwaarde die vertrouwen geeft

Afgelopen winter zoomden we in op het VGF, het Voorfinancierings- & Garantiefonds, dat organisatoren van congressen helpt de risico's fors in te dammen. Het kan een belangrijk obstakel wegnemen om een goed idee daadwerkelijk te verwezenlijken en vanuit dat perspectief gezien is het belangrijk dat organisatoren vroegtijdig dit vangnet leren kennen. Daar ligt een sleutelrol voor professionals in de congresbranche.

Tekst Aart van der Haagen

In het kort licht Paul Gruijthuijsen, verantwoordelijk voor de marketing, nog even toe wat het VGF inhoudt. "Een vereniging, stichting of een autoriteit in een vakgebied kan een goed idee lanceren als basis voor een congres en wellicht via de achterban prima de

logistiek daaromheen regelen, maar op financieel vlak valt veelal een grote horde te nemen. Denk aan het tijdig aanbetalen van een locatie en het maken van kosten voor promotie om de doelgroep te bereiken, ruim voordat het congres inkomsten zal genereren. Het VGF overbrugt de tussenliggende periode door aan ervaren organisatoren van internationale, meerdaagse congressen een rentevrije voorfinanciering tot een bedrag van 90.000 euro te verstrekken. Daarnaast kan het fonds via de garantstellingsregeling een verlies door tegenvallende bezoekersaantallen opvangen, tegen een premie van 2,5 procent van het verzekerde bedrag. In beide gevallen zitten er geen addertjes onder het gras. Het VGF, in 2001 als een zelfstandige stichting gegroeid vanuit NBTC Holland Marketing, het Ministerie van Economische Zaken en twintig partijen uit de congresbranche, wil het organise-

ren van congressen in Nederland stimuleren en daarmee het economisch belang van diverse sectoren dienen.”

BEKENDHEID

Nu geniet het VGF binnen de Nederlandse congresbranche een aanzienlijke en almaar stijgende bekendheid, maar voor de uiteindelijke doelgroep ligt dat in veel gevallen anders. Gruijthuijsen: “Neem een landelijke vereniging van medici in een bepaald specialisme, die binnen een internationaal netwerk heel graag een congres naar hier proberen te halen. Degene die de kar wil trekken of daarvoor gevraagd dan wel aangewezen wordt, weet wellicht niet van het bestaan van het fonds. Hetzelfde geldt voor een autoriteit, bijvoorbeeld een hoogleraar, die een internationaal congres organiseert om een bepaald thema onder de aandacht te brengen en daarmee zijn faculteit in de schijnwerpers zet. Verder willen we ook buitenlandse organisaties ondersteunen die voornemens zijn in Nederland een congres te houden. Binnen het VGF stellen wij ons regelmatig de vraag: hoe bereiken wij deze mensen?”

PLUSPUNT IN BIDFASE

Het antwoord geeft de marketing-representant zelf. “Dat kunnen we niet alleen, daarom brengen we het VGF zo veel mogelijk onder de aandacht bij de professionals in onze branche, dus locaties, conventiebureaus en PCO's. De meeste partijen binnen de sector kennen ons zoals gezegd inmiddels, maar we blijven netwerken om ze allemaal te bereiken, bovendien vinden er natuurlijk wel eens personeelwisselingen plaats. Wanneer zij in de acquisitiefase het VGF al weten te introduceren bij hun

opdrachtgevers, de organisatoren dus, zal de kans toenemen dat het congres daadwerkelijk doorgang vindt en dat de initiatiefnemer met hen in zee gaat. Het aanbieden van deze zekerheid betekent een mooie extra service, die vertrouwen geeft. Daarnaast maximaliseert de voorfinancieringsregeling de kans dat de rekening die de klant ontvangt, betaald wordt. Voor de organisator vormt de ondersteuning vanuit het VGF een belangrijk pluspunt om uit te dragen in de bidfase, wat binnen een internationaal netwerk de slagingskans verhoogt om het congres in Nederland te laten plaatsvinden.”

IBTM WORLD

Vanuit het bovenstaande mag het logisch heten dat het VGF zo veel mogelijk samen optrekt met de professionals in de congresbranche. “Zo geef ik bijvoorbeeld presentaties tijdens een inspiratiedag van Rotterdam Partners en een bijeenkomst van Unique Venues of Amsterdam”, vertelt Gruijthuijsen. “Binnenkort vertegenwoordig ik de stichting op de stand van het NBTC Holland Marketing tijdens ibtm world in Barcelona. Dat doe ik niet alleen om buitenlandse organisatoren te attenderen op het bestaan van het fonds, dat overigens vrijwel uniek in de wereld is, maar ook om de circa veertig aanwezige partners van NBTC Holland Marketing indien gewenst te ondersteunen tijdens gesprekken met geïnteresseerde partijen. Het voegt een extra stukje professionaliteit toe aan onze markt; het laat zien hoe goed we alles weten te regelen in Nederland, iets dat aansluit bij ons imago in de wereld.”

www.vgfholland.nl



Paul Gruijthuijsen





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 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)



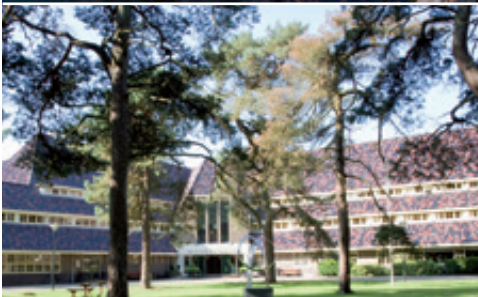
de Baak Seaside

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)



Worldhotel Wings

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



Meerwaarde van beurzen

IMEX, ibtm world, M&I Forum, Meeting Show, Break the Ice Forum, MICE is NICE, BBT en nog vele vele anderen; het aanbod van beurzen binnen de MICE-branche is enorm. Als je wilt en het budget toereikend is, kan je gemakkelijk drie keer per maand deelnemen aan een event. Maar is het zinvol om hier als locatie aan mee te doen?

Vaak hoor ik van concollega's die dit niet of minimaal doen, dat deelname de investering niet waard zou zijn. Speeddaten met klanten op een mooie locatie (Dubai, Tenerife, Barcelona, Londen, ect ect) in een prima hotel (viersterren plus is de norm) met minimaal twee avonden met 'open bar' (op dé locatie van de stad met uiteraard de beste entertainment) is toch niet van toegevoegde waarde. Potentiële klanten weten het hotel toch wel te vinden via het internet of de online RFP websites zoals Cvent en Starcite, is vaak hun argument. Begrijpelijk, ik durf ook niet te garanderen dat een hotel die specifieke aanvraag heeft gekregen omdat

hij participeerde aan die beurs waar net die ene meeting planner rond liep.

Wel denk ik persoonlijk dat deelname aan dit type evenementen een hele mooie en reële toevoeging is aan de marketinguitingen van een hotel of locatie. Natuurlijk is er online van alles terug te vinden zoals foto's, virtual tours en reviews. Maar ik ben van mening dat de meetings & events business nog steeds veel te maken heeft met gunning en vertrouwen. Zeker wanneer er (wat voor grotere bijeenkomsten vaak het geval is) een intermediair betrokken is. Deze kan en wil de aanvraag liever niet sturen naar een voor hem of haar onbekende locatie en/of destinatie. Vertrouwen dat dit onbekende hotel toch de ervaring zal gaan geven zoals deze door hem of haar is verkocht aan de klant, is een stuk gemakkelijker te geloven als er ooit persoonlijk contact is geweest tussen de intermediair en salesmanager van het hotel.

Natuurlijk is het aan het hotel om na, soms wel 52 gearrangeerde speeddates in vier dagen de juiste follow-up te doen

Jeroen van Gils is Director of Sales bij twee grote Meeting & Event Hotels. Zelf is hij al meer dan twaalf jaar werkzaam voor moedermaatschappij Accor Hotels. Reageren kan via jeroen.vangils@accor.com.

richting de potentiële klant en verwachten wij ook dat de klant dit intern met de collega's communiceert. Uiteindelijk is er vanuit het hotel de intentie om eens te gaan samenwerken met de nieuwe potentiële klant en verwachten de hotels ook dat de klant kennis komt vergaren over de destinatie en locaties.

Gelukkig zijn ook steeds meer forums en beurzen strikter geworden in kwalificatie van de hosted buyers. Verschillende criteria moeten op voorhand bij de registratie worden ingevuld en het gebeurt ook regelmatig dat deze informatie bij de hotels wordt geverifieerd. Niemand is er bij gebaat dat hotels niet meer willen deelnemen vanwege het hoge aantal 'freeloaders'.

Maar moet dit internationale netwerken dan op zo'n mooie locatie, ergens aan een beachbar terwijl het thuis 12 graden is? Als ik de keuze als meetingplanner zou hebben tussen een aangeboden hosted buyer trip naar Dubai of het noorden van Groningen zou ik het wel weten.



Landgoed Hotel Groot Warnsborn

"Net even meer!"

Bakenbergseweg 277 | 6816 VP Arnhem | T 026-44 557 51
info@grootwarnsborn.nl | www.grootwarnsborn.nl



Landgoed Rhederoord

"Rhederoord geeft zuurstof aan uw zakelijke bijeenkomst!"

Parkweg 19 | 6994 CM De Steeg | T 026-4959104
info@rhederoord.nl | www.rhederoord.nl



Strandclub en Evenementenlocatie Watergoed!

"Unieke en sfeervolle evenementenlocatie!"

Tielsestraat 129 | 6675 AC Valburg | T 0488-410222
info@watergoed.nl | www.watergoed.nl

Een congres, vergadering of zakelijke bijeenkomst organiseren?

Welkom in Gelderland!

Ben je op zoek naar een passend congrescentrum, een bijzondere vergader ruimte of een inspirerende evenementenlocatie voor jouw evenement? Op deze pagina tref je een overzicht van inspirerende locaties in Gelderland. In Gelderland vind je een uniek aanbod voor zakelijke bijeenkomsten, want Gelderland:

- ✓ ligt centraal in Nederland;
- ✓ biedt goed bereikbare professionele vergader ruimtes en evenementenlocaties;
- ✓ is thuisbasis van kennisuitwisseling en innovatie voor Food, Health, EMT en Sport;
- ✓ biedt inspirerende steden als Arnhem, Nijmegen en Apeldoorn;
- ✓ heeft een prachtige natuurlijke omgeving;
- ✓ heeft een zichtbare rijke historie met prachtige kastelen en landgoederen;
- ✓ biedt topattracties als Burgers' Zoo, Paleis het Loo, de Apenheul, Nederlands Openluchtmuseum.



Amrâth Hotel Belvoir

"Nabij het historische hart van Nijmegen!"

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



Hotel de Echoput

"Maakt van vergaderen een bijzondere luxe."

Amersfoortseweg 86 | 7346 AA Apeldoorn | T 055 - 519 1248
reserveringen@echoput.nl | www.echoput.nl



Thermen Bussloo

"Mooiste businesslocatie op de Veluwe!"

Bloemenksweg 38 | 7383 RN Voorst | T 055-3682 615
events@thermenbussloo.nl | www.thermenbussloo.nl

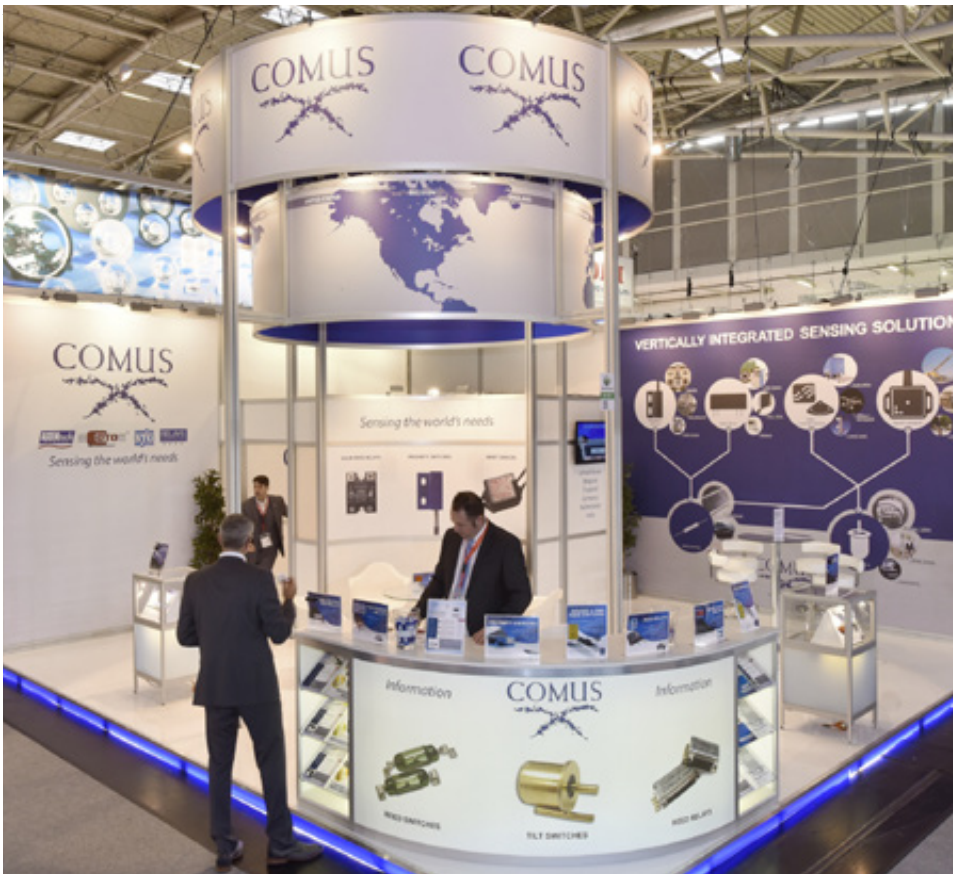


WAAROM GELDERLAND?

Geen anonieme kantoorpanden in Gelderland, maar duizenden hectare ongerepte zandvlaktes, eeuwenoude bossen en zuurstofrijke lucht. Gelderland barst van de plekken waar je ongestoord kunt brainstormen en met collega's en relaties van gedachten kunt wisselen. Gelderland is een mooie en verfrissende provincie die zakelijk veel te bieden heeft. Het is niet voor niets dat Gelderland tot de top 5 van toeristische bestemmingen in Nederland behoort.

De bakens verzetten en de boel even opschudden? Dat kan nergens beter dan in Gelderland. Bij ons is een heisessie écht een heisessie. En ben je op zoek naar een prikkelende vergaderruimte of congreslocatie waar je je fantasie de vrije loop kunt laten? In Gelderland kun je vergaderen te midden van wilde dieren of tussen wereldberoemde schilderwerken.

Kortom, Gelderland is *de* omgeving voor jouw zakelijke bijeenkomst!

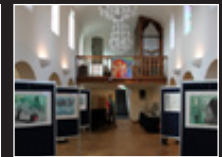


Alu Expo Art

TENTOONSTELLINGSBOUW

**MEER DAN 40 JAAR
UW PARTNER IN:**

- Individuele & uniforme standbouw
- Beurs presentatiemateriaal
- Posterpanelen
- Systeem standbouw



www.aluexpoart.nl

Telefoon: 0485-712 400

Ook verzorgen wij congressen, symposia, hospitality units en tijdelijke afscheidingswanden

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 OF BEL **010 - 275 99 89**



“You have to learn the rules of the game. And then you have to play better than anyone else”

Albert Einstein

Als het goed is, verschijnt deze column op het moment dat elk bedrijf binnen de MICE-markt volop aan het draaien is en van de ene bijeenkomst in de andere rolt. ‘Volle bak’ noemen wij dat en iedereen weet ook dat juist nu het verschil gemaakt gaat worden in een goed óf een zeer succesvol jaar.

Juist in deze periode - hoe toevallig - worden ook letterlijk de vakprijzen verdeeld en dingen wij met onze bedrijven mee in een aantal in het oog springende awards. Ook dit vergt extra inspanning want je wilt natuurlijk goed voor de dag komen als het juryrapport wordt overhandigd, en er bovenal van leren.

Nu hebben wij het voorrecht gehad, in ons nog jonge bestaan, dat we begin dit jaar daadwerkelijk werden uitgeroepen tot beste Trouwlocatie van Nederland. Dat terwijl we nog in het begin van onze leercurve zaten... We waren nog helemaal niet zover vonden wij.

Toch vond de vakjury dat wij er bovenuit staken. Niet omdat er geen mooiere en beter geoutilleerde locaties waren om bijvoorbeeld je evenement en trouwpartij te organiseren. Nee, het was omdat ze voelden dat wij - vaak tegen financieel beter weten in - voor onze opdrachtgever en haar gasten gingen. Dwars door alle bedrijfslogica heen werd er letterlijk gezegd.

Ondanks onze rijke ervaring in de branche en de ontwikkeling van horecaconcepten, moesten we onze locaties de eerste jaren echt uitvinden. Wat kan er wel, wat moeten we niet meer willen, waar zit de rek, enzovoort. Maar nog belangrijker, wat wil de markt? Om hier achter te komen zijn we langs vele opdrachtgevers en vakvrienden gegaan: de nieuwe regels van het spel peilen en om hiervan te leren. Er werd nogmaals onderstreept dat betekenisvol ondernemen en ‘die extra mile lopen’ het verschil maakt.

We proberen een echte verandering teweeg te brengen en elke keer weer waarde toe te voegen. Natuurlijk deelt onze accountant niet altijd deze mening en vindt dat we meer naar onze marges moeten kijken. Maar geven en elkaar verbinden maakt zo gelukkig; een leuker spel kunnen wij ons niet voorstellen.

Pieter Aalbers

Co-owner The Attention Group: Mariënhof Amersfoort, Muntgebouw Utrecht, interim, advies en concepten.

www.theattentiongroup.nl



De 25 grootste trends van de afgelopen 25 jaar

Deel 4 – Producten

Wie kent ze niet? De 4 p's van de marketingmix.

Product is hier één van. Hotels en vergaderlocaties zijn dienstverlenende ondernemingen die zowel een tastbaar product (kamer, zaal, eten en drinken) als een niet-tastbaar product (gezelligheid, sfeer, sociale contacten) bieden.

Opgeteld is dit het totaalproduct. Beide onderdelen moeten goed op elkaar afgestemd zijn: wanneer bijvoorbeeld een maaltijd perfect bereid is, maar de bediening onvriendelijk, zal dit een negatieve impact hebben op het algehele verblijf. In dit artikel belicht ik een aantal trends op productgebied.

Tekst Jennifer Hohepa-Lam, Efficient Hotel Partner

TREND 16: VERBETERDE EN VERRASSENDE VOORZIENINGEN IN DE HOTELKAMER

Voorzieningen en producten in een hotelkamer hebben een drastische verandering ondergaan de afgelopen kwart eeuw. Deze trend is eind jaren '80 begonnen met het aanbod van zachte badjassen, slippers, minibars, föhns, schoenpoets en naaikits. In de loop der jaren kwamen daar koffie- en theevoorzieningen bij, wat nu is uitgegroeid tot de invoering van Nespresso-machines in vier- en vijfsterren hotelkamers. Ook kwamen hotels met merk (bijvoorbeeld Hästens) bedden en matrassen en worden deze opgemaakt met luxe 'high thread count' lakens, is er keuze uit verschillende kussens via een kussenmenu en liggen er donsdekens

op de bedden. Voor de badkamer ontwikkelen hotels eigen producten in de meest unieke geuren. Op technologisch gebied is er eveneens het een en ander veranderd. Kamers zijn geüpgradet met de nieuwste televisies, iPod docking stations, iPads en natuurlijk WiFi. Ik kom bij site inspecties voor klanten van Efficient Hotel Partner zelfs yogamatten en een aanbod aan erotische speeltjes (ja, echt waar!) tegen in de kamer.

TREND 17: ONTBIJT WORDT MAALTIJD

Ontbijt is met stip de nummer 1 maaltijd die gasten gebruiken tijdens hun verblijf in een hotel. Tot eind jaren '80 werd het ontbijt door de meeste gasten nog in een chique ontbijtzaal genuttigd. In de jaren '90 kwam hier, door de invoering van 'all you can eat' ontbijtbuffetten, verandering in. Een nieuw aanbod van cultuurspecifieke ontbijtproducten zoals rijst, soep en warme groenten volgde. Vandaag de dag verwachten gasten dat de kamer inclusief ontbijt wordt aangeboden, al wordt dit bij de meeste hotels nog steeds apart gereserveerd, en is er een groeiende vraag naar gezonde ontbijtproducten. Niet verrassend is de populariteit van de 'on the go' producten, zoals mueslirepen en handfruit. Juist nu merk ik dat we teruggaan naar het concept van de jaren '80 met versbereide ontbijtjes, vooral gerechten met ei. De gezonde trend trekt ook door in de catering tijdens een vergadering. Zo worden er nu bijvoorbeeld noten en zaden

('brainfood') aangeboden en staan smoothies ook steeds vaker op het menu.

TREND 18: KARAKTERISTIEKE RESTAURANTS

In de vorige editie belichtte ik verschillende marketingtrends waar hotels en vergaderlocaties op inspelen om zich van de concurrent te onderscheiden. Restaurants zijn daar geen uitzondering op. In de jaren '80 en '90 ontstond er een verschuiving van fine dining in traditionele hotel-restaurants naar fast food service. Voor veel hoteliers was het restaurant slechts een bijzaak, waardoor deze steeds vaker werden uitbesteed. Even leek het erop alsof restaurants in hotels helemaal zouden uitsterven, maar hotels die volhielden en unieke concepten lieten ontwikkelen, werden ontmoetingsplaatsen voor de lokale omgeving, waardoor zij minder afhankelijk zijn geworden van de bezetting van de kamers. Gewaagde concepten, spannende menu's, bekende chefs en een meer relaxte (lees: toegankelijke) sfeer zijn aspecten die deze restaurants zo succesvol hebben gemaakt. Een bijzondere wending dus. Nu zijn het juist de restaurants die de hotels op de 'kaart' zetten.

TREND 19: MULTIFUNCTIONEEL GEBOUW

Hotelontwikkelaars hebben de afgelopen twee decennia naar alternatieven moeten zoeken om de bouw van nieuwe hotels te financieren, omdat de prijs van vastgoed drastisch is gestegen. In een reeds gepubli-

ceerd interview met Roman Wagenaar van ING, Gerard Schalk van Rabobank, Arthur de Bos van NIBC Bank en Richard Bakker en Sonny Duijn van ABN Amro is er aandacht besteed aan de vraag "waaraan moet een hotel voldoen willen banken er hun geld aan toevertrouwen?" Het antwoord? Goede en onderscheidende concepten, kansrijke locaties, ervaren beleggers en exploitanten in combinatie met toekomstbestendig vastgoed. Zo worden hotels steeds vaker met appartementen, studentenaccommodatie, kantoren en attracties (zoals casino's) gecombineerd. Een goed voorbeeld hiervan is het nieuwe Park Inn by Radisson Amsterdam City West, gevestigd in het multifunctionele VEN-complex. Efficient Hotel Partner speelt ook in op deze trend. Wij gaan namelijk in het pand waar wij kantoor houden in Amstelveen, een eigen vergaderlocatie exploiteren; Music Meeting Lounge. Deze inspirerende locatie biedt plaats aan groepen tot twintig personen, beschikt over een ruime vide, een fijn terras en genoeg zitjes waar in alle rust gewerkt kan worden. Deze ambiance, met een muzikale knipoog naar vervlogen tijden, verrast!

TREND 20: NIEUWE CONCEPTEN

Ik zie steeds vaker dat er voorafgaande aan bouw of renovatie een duidelijk concept aanwezig is. Dit is belangrijk, want zo stem je alle producten en services op elkaar af. Het interieur (zoals in de vorige editie beschre-

ven), de prijzen, de service... alles is uitgewerkt tot in het kleinste detail zodat alles met elkaar in verbintenis staat. Hotels en vergaderlocaties hebben de afgelopen jaren vernieuwende concepten in de markt gezet. Zo is het Fletcher Amsterdam rond en heeft het Sir Albert een 'creative space'. Banks Mansion hanteert een all-in concept waarbij het ontbijt, minibar en borreluurtje inclusief in de kamerprijs worden aangeboden. Long-stay hotels deden hun intrede in de markt en zijn nu niet meer weg te denken. Ook kleinschalige en unieke vergaderlocaties schieten als paddenstoelen uit de grond. Niet alleen de locaties zelf worden aangepakt, maar ook de manier waarop er vergaderd wordt. Bij het Bilderberg kun je midden in het bos vergaderen in een heksenkring van boomstammen en worden er steeds vaker korte 'energizers', ofwel brainbreaks, toegevoegd aan een vergadering, zoals een yogasessie of een kwartiertje zingen.

Wat is het gekste, meest bijzondere, leukste, verrassendste of uniekste wat je ooit bent tegengekomen in een hotel of vergaderlocatie? Of, wat mis je nu wat je wel zou willen zien in deze branche? Ik hoor het graag via jennifer@hotelpartner.nl.

Volgende keer: de laatste vijf trends in deze serie, toegespitst op veranderingen op operationeel gebied.



Kies voor zekerheid

Kies voor accommodaties met vergaderhamers

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.



VERGADERHAMERS

"HET KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"

WWW.VERGADERHAMERS.NL
WWW.VERGADERHAMERS.BE

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



Van der Valk Hotel
Nijmegen-Lent

Hertog Eduardplein 4
6663 AN Nijmegen-Lent
T 024 - 792 02 00
E nijmegen@valk.com
I www.valknijmegen.nl



Van der Valk Hotel
Sassenheim-Leiden

Warmonderweg 8
2171 AH Sassenheim
T 0252 21 90 19
E sassenheim.valk.com
I www.hotelsassenheim.nl



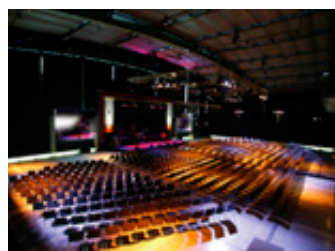
Postillion Hotel
Amsterdam

Paul van Vlissingenstraat 8
1096 BK Amsterdam
T 034 135 64 64
E hotel.amsterdam@postillionhotels.com
I www.postillionhotels.com



Postillion Hotel Utrecht
Bunnik

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



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



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 Hotel Deventer

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



Evenementenhal Gorinchem

Franklinweg 2
4207 HZ Gorinchem
T +31 (0)183 680 680
E gorinchem@evenementenhal.nl
I www.evenementenhal.nl/
gorinchem



Landgoed de Rosep

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



Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten

Amersfoortseweg 20
3769 AS Soesterberg
T 0346 35 17 55
E info@kontaktderkontinenten.nl
I www.kontaktderkontinenten.nl



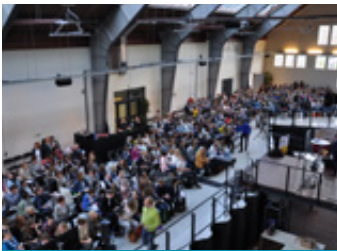
Woudschoten Conferentiecentrum

Woudenbergsesweg 54
3707 HX Zeist
T 0343 49 24 92
E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl



Pullman Eindhoven Cocagne

Vestdijk 47
5611 CA Eindhoven
T 040 23 26 190
E EH5374-RE2@accor.com
I www.accorhotels.com/5374



Congrescentrum Bouw & Infra Park

Ceintuurbaan 2 (gebouw 20)
3847 LG Harderwijk
T 0341 - 499 000
E info@bouwinfrapark.nl
I www.bouwinfrapark.nl



Hotel- en congrescentrum de Zeeuwse Stroom

Duinwekken 5
4325 GL Renesse (Zeeland)
T 0111 - 462040
E info@zeeuwsestromen.nl
I www.zeeuwsestromen.nl



Landhuishotel De Bloemenbeek

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



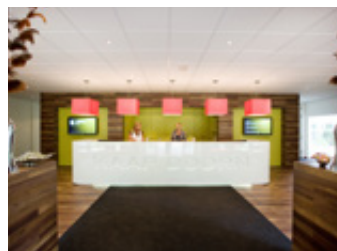
De Bonte Wever Assen

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



RAI Amsterdam

Europaplein
1078 GZ Amsterdam
T 020 - 549 1722
E info@rai.nl
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



Dekker Zoetermeer Sport, Party en Conferentiecentrum

Scheglaan 12
2718 KZ Zoetermeer
T 079 - 368 42 00
E sales@dekkerzoetermeer.nl
I www.dekkerzoetermeer.nl



VERGADERHAMMERS

"HÉT KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"



**Van der Valk
Hotel Amersfoort-A1**

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



**Van der Valk Hotel
Apeldoorn – de Cantharel**

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



**Van der Valk
Hotel ARA**

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



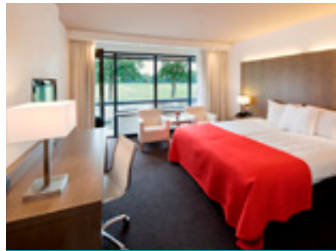
Van der Valk Hotel Assen

Balkenweg 1
9405 CC ASSEN
T 0592 85 16 51
E sales@assen.valk.nl
I www.hotelassen.nl



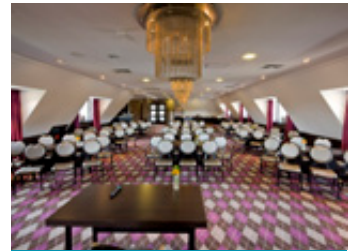
**Van der Valk
Hotel Cuijk-Nijmegen**

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 De Bilt – Utrecht**

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



**Van der Valk
Den Haag Wassenaar**

Zijdeweg 54
2245 BZ Wassenaar
T 070 511 93 44
E denhaag-wassenaar@valk.com
I www.hoteldenhaagwassenaar.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 Ridderkerk**

Krommeweg 1
2988 CB Ridderkerk
T 0180 64 69 10
E sales@ridderkerk.valk.com
I www.hotelridderkerk.nl



**Van der Valk Hotel
Volendam**

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



**VAN DER VALK
BUSINESS**

Meetings | Incentives | Congres | Events | Corporates
67 locaties | één centraal aanspreekpunt

Van der Valk Business

T +31 (0) 88 024 64 00
E info@valkbusiness.com
W www.valkbusiness.com

kies voor zekerheid

KIES VOOR EEN ERKEND CONGRESORGANISATIEBUREAU

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

1. Het heeft ruime congresservaring 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

Erkend Internationaal Congresorganisatiebureau

Postbus 62 - 5600 AB Eindhoven - T +31 40-84 82
836


info@vergaderhamers.nl - www.vergaderhamers.nl



**Congress
Care**

Congress Care –
Uw medisch specialist in
congressen en symposia

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



pcO PAUWELS
CONGRESS
ORGANISERS

Pauwels Congress
Organisers

Avenue Ceramique 222
6221 KX Maastricht
T 043 - 321 81 80
E info@pauwelspcO.nl
I www.pauwelspcO.nl



**Congress
by design**

Congress by design

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



**A perfect day
CygneA**

CygneA

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

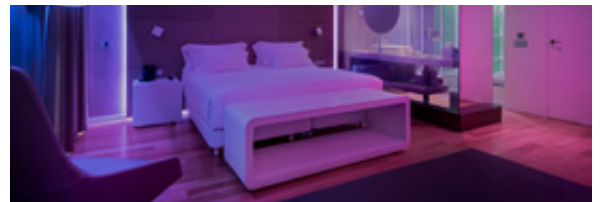
Meer reizigers voor Thalys

Voor de twaalfde achtereenvolgende maand ziet Thalys het aantal reizigers groeien. Sinds het begin van het jaar vervoerde Thalys in totaal 7,5% meer reizigers. In termen van omzet, die in het bijzonder werd ondersteund door een succesvolle Nederlandse route, registreert Thalys een groei van 11% ten opzichte van de periode januari – september 2016. Met de introductie van de nieuwe tarieven op 12 september (Standard, Comfort, Premium - eerste ritten op 10 december) ziet Thalys de toekomst rooskleurig tegemoet. De nieuwe tarieven spelen in op behoeften van vrijetijdsklanten die enerzijds gericht is op een uitstekende prijs-kwaliteitsverhouding en anderzijds op zakenreizigers die op zoek zijn naar waarde, frequentie en keuze. Thalys bereikte onlangs het belangrijke doel van 37% minder CO₂-uitstoot onder de voorwaarden die zijn vastgelegd in het internationale Science Based Targets-programma. "We zetten onze inspanningen verder voort voor een samenleving die zowel koolstofvrij als mobieler, meer open staat voor andere culturen en meer dynamisch is in termen van economische uitwisselingen. Alle doelstellingen zijn met elkaar verweven. Op die manier zullen we meerwaarde creëren, zowel op menselijk, economisch en milieuvriendelijk vlak", aldus Agnès Ogier, CEO van Thalys.



Bedrijfsevenementen in de warmte van de Winter Efteling

Vanaf 13 november is het weer Winter Efteling. Voor de negentiende keer verandert het attractiepark elf weken lang in een winterwereld vol twinkelende lichtjes en besneeuwde dennenbomen. De ideale locatie voor een personeelsfeest, zakelijke bijeenkomst, familiedag of speciale avondopenstelling om het jaar onvergetelijk af te sluiten of voor een kick-off van het nieuwe jaar voor medewerkers en relaties. Het betoverende en winterse decor van de Winter Efteling biedt kleine en grote organisaties de kans een gezellig en warm evenement te organiseren. Bijvoorbeeld in het vernieuwde overdekte IJspaleis waar geschaatst kan worden op een bevroren paleisvijver, zittend rondom één van de knisperende Vreugdevuren of bij de water-show Aquanura die extra spectaculair is als de avond in de Winter Efteling valt. Een evenement in het Efteling Theater, in combinatie met een bezoek aan Sprookjessprokkelaar de musical, behoort ook tot de mogelijkheden. Sprookjessprokkelaar de musical staat tot en met 4 maart 2018 exclusief in het Efteling Theater. In deze musical zijn steeds tien gastrollen weggelegd voor zakenrelaties samen met hun kleinkind. Als het enige boek van Sterre letterlijk stuk is gelezen, wijst opa haar op de verborgen sprookjesbibliotheek in het verlaten kasteel. Daar, achter de juiste deur, wachten eindeloos veel verhalen. Vindt Sterre de juiste deur naar de sprookjesbibliotheek? Wat zit er achter al die andere deuren? En wie is toch die Sprookjessprokkelaar? www.efteling.com/nl/meetings-en-events/winterefteling, www.efteling.com/theater



NH Hotel Group en Philips Lighting presenteren Mood Rooms

Voor het eerst kunnen gasten in hun hotelkamer een individuele sfeer creëren en met iPad het licht, muziek, gordijnen en temperatuur naar eigen behoefte aanpassen. In samenwerking met Philips Lighting heeft NH Hotel Group hun idee van het 'hotel van de toekomst' in Madrid gepresenteerd. Voor het eerst kunnen gasten in vier Mood Rooms in NH Collection Eurobuilding hun verblijf helemaal zelf inrichten, wanneer ze met de iPad bijvoorbeeld verlichting en temperatuur naar persoonlijke voorkeur instellen. Een bijzondere gastervaring, die de nieuwste snufjes op het gebied van technologie, licht en geluid met elkaar combineert. Deze Philips RoomFlex-Techniek zal daarnaast vanaf begin 2018 in NH Collection Berlijn Mitte Am Checkpoint Charlie beschikbaar zijn. Met de Mood Rooms hebben de twee bedrijven iets gecreëerd dat veel meer is dan gewoon een hotelkamer. Dankzij innovatieve ontwikkelingen kunnen gasten de hotelkamer nu zelf aanpassen aan hun behoefte. Een belangrijk onderdeel van de Mood Rooms is Philips RoomFlex, een volledig configureerbaar systeem voor de hotelkamers, waarin de verlichting eenvoudig kan worden geïntegreerd met sensoren van bijvoorbeeld de verwarming, de ventilatie of de airconditioning. Daarnaast kunnen ook de gordijnen en boekingssoftware hiermee bediend worden. Via één bedieningspaneel kunnen gasten dit allemaal zelf instellen. "Hotels van de toekomst moeten zich vooral bezighouden met duurzaamheid, connectiviteit en de gastervaring", vertelt Hugo Rovira, Managing Director voor Zuid-Europa en de VS. "Dankzij de nieuwe technologie van 'connected lighting' kunnen we aan al deze aspecten beantwoorden en onze gasten een onvergetelijk verblijf bieden."



Doveryai no proveryai

Voor de laagste prijs willen klanten veel inleveren. Ryanair, kiloknallers, derdewereld kleding, wachtrijen, vul maar in. Als er geen overheid met regelgeving was, zou de race-to-the-bottom geen rem kennen. Alles zou ten onder gaan wat geld kost voor beschaving, veiligheid en onzichtbare kwaliteit.

Omdat ze in de Verenigde Staten een hekel hebben aan overheidsbemoeienis zijn daar nogal wat maatschappelijke voorzieningen minder goed geregeld dan bij ons. In Nederland bemoeit de overheid zich met veel zaken waar ieder bedrijf mee te maken heeft. Bouwkwaliteit, veiligheid, hygiëne, gezondheid, milieu, arbeidsverhoudingen. Dat kost ondernemers geld dus die willen dat doorberekenen. Omdat de regelgeving voor iedereen geldt, is het een eerlijk speelveld.

Controle

Maar... de naleving moet dan wel gecontroleerd worden. En daar kan het misgaan. We leven al enkele decennia in een trend van privatisering, liberalisering en bezuinigingen. De overheid controleert dus steeds minder zelf of steeds minder grondig. Een bizar voorbeeld is in feite de Belastingdienst. Toch is toezicht, handhaving en controle nodig voor het vertrouwen dat we in elkaar en in de overheid moeten hebben. Sterker nog, zonder vertrouwen wordt de maatschappij een chaos. Over vertrouwen gesproken. Laatst tankte ik in België benzine. Tot mijn verbazing moest ik meer liters afrekenen dan er ooit in mijn tank kon. Hij was niet eens leeggereden. Hebben ze daar geen Meetinstituut of Tokheim? Ik moest denken aan het Russische spreekwoord: 'Doveryai no proveryai'. Vertrouw maar controleer...

Experts

Gezien het gering aantal schandalen denk ik dat we het in Nederland nog niet zo slecht doen. Zou dat komen omdat we via sociale media intussen miljoenen controleurs hebben, naast de overvloed aan professionele media? Ze pakken samen iedere misstand met twee handen en een dik vergrootglas aan. Bovendien kun je over alles reviews op het internet kwijt. Zo bezien komt de overheid goed weg met haar terugtrekkende bewegingen. Maar voor genuanceerdere en gespecialiseerde controles blijven experts noodzakelijk. Experts die onrecht, gevaar of onkunde blootleggen zonder uit te zijn op hoge lees- en kijkcijfers of zoveel mogelijk likes. Samen houden we zo ons land aangenaam - onder controle.

Ton Soons

directeur van Vergaderhamers, het kwaliteitslabel voor de congres- en vergadermarkt.

Reageren? Schrijf naar info@vergaderhamers.nl



Nieuwe evenementen- en congreslocatie presenteert zich met trots

The Christmas Factory #OpPapendal

Voor de vierde keer op rij organiseert Papendal The Christmas Factory. Een event voor bedrijven die met kerst op zoek zijn naar iets unieks voor hun medewerkers. Steeds vaker horen wij dat men uitgekeken is op de standaard kerstpakketten en de belevenisbonnen. Veel liever sluiten zij het jaar gezamenlijk af onder het genot van een hapje, een drankje en de directeur die het jaar wilt afsluiten met een speech op een inspirerende locatie.

Op vier dagen in december (14, 15, 21 en 22 december a.s.) worden medewerkers van verschillende bedrijven ontvangen door de kerstman in zijn kerstfabriek. De kerstfabriek is natuurlijk geheel in stijl gedecoreerd. Sfeervolle kerstbomen, houten huisjes, een foodcourt en een keur aan standjes met ontzettend veel leuke producten, zoals parfum, diverse biersoorten, prachtige wijnen, heerlijke kaasjes, prachtige woonaccessoires, handig huishoudelijk apparaat en leuke gadgets. Teveel om allemaal op te noemen.

HOE WERKT HET?

Afhankelijk van de wensen van het bedrijf kunnen we een (mid)dag of avond op maat

samenstellen. Denk bijvoorbeeld aan een welkomstwoord, een meeting om het jaar af te sluiten, borrel of diner. Voorafgaand of aansluitend kunnen medewerkers op basis van een vooraf bepaald budget met (door ons verstrekte) muntjes in de kerstfabriek naar hartenlust shoppen. Zo stelt iedere medewerker een persoonlijk kerstpakket samen. En gaat niemand met hetzelfde pakket naar huis. Natuurlijk hebben we een inpakcorner zodat het thuisfront ook nog verrast kan worden.

TIJD VOOR WAT LEKKERS!

In de kerstfabriek vind je een heus foodcourt met leuke standjes en (h)eerlijk winters eten, zoals bijvoorbeeld een huisgemaakte burger, borrelhapjes, culinaire

stampotjes, ambachtelijke erwtensoep en uiteraard ook een keur aan zoete lekkernijen. We hebben vier verschillende cateringpakketten, variërend van een ontvangstpakket tot een brons, zilver of gouden pakket. Met deze cateringpakketten, bestaande uit eet en drankbonnen, kunnen men zelf bepalen wat men eet en drinkt. Makkelijk toch?

ACTIEF BEZIG ZIJN?

En wil je het dit jaar écht een keer anders doen? Denk er dan eens over om samen met je collega's iets actiefs te doen. Met de Olympische winterspelen op komst bieden wij diverse winteractiviteiten, zoals de Olympische Wintergames, aan. We hebben zelfs een bobstartbaan laten bouwen op het terrein voor leuke clinics waarbij je ook nog een geheel verzorgde dag in Winterberg kunt winnen! Kom jij ook in beweging #OpPapendal?

www.papendal.nl/christmasfactory

Zürich en Bern

Topper onder de mice-bestemmingen

Zwitserland is al geruime tijd een favoriete bestemming voor de meeting- en congresbranche. Meeting Magazine reisde op uitnodiging van Switzerland Convention & Incentive Bureau naar dit mooie land af om de steden Zürich en Bern te bezichtigen. En wat bleek: Zwitserland is terecht een topper onder de mice-bestemmingen.

IBTM WORLD 2017 - HOTELRECENSIE GRANDHOTEL SCHLOSS BENSBERG



Zürich

Op het vliegveld van Zürich staan Lisette van Dolderen van SCIB en Magdalena Krol van Zürich Tourismus Convention Bureau klaar om een gezelschap van vijf meetingplanners per trein naar het Centraal Station van de stad te begeleiden. Na een korte wandeling worden we ontvangen in het 25hours Hotel Langstrasse. Dit hotel combineert een trendy inrichting met vintage elementen. Denk aan jarentachtigspelmachines, platenspelers met een leuk aanbod aan elpees, en zelfs polaroidcamera's met directklaarfotorolletjes zodat bezoekers de leuke ervaringen kunnen vastleggen en her en der aan de muren mogen pinnen. Na een heerlijke lunch in Neni, gevestigd op de begane grond van het hotel, krijgen we een rondleiding in het hotel. Ook de vergaderzalen, met een capaciteit tot 40 personen, blijken zeer trendy ingericht.

MEESTE FONTEINEN

Wat voor moois het centrum van Zürich te bieden heeft, laat de 'Senses City Tour' ons zien en ervaren. Met de Polybahn, een soort kruising tussen een tram en een kabelbaancabine, gaan we de berg op naar een prominent gebouw van Universität Zürich. Het uitzicht over de baai waar de binnenstad van Zürich aan ligt, is hier prachtig. Tijdens de wandeling terug naar het centrum krijgen we alvast wat van de sfeer van de oude binnenstad mee, die vooral bepaald wordt door de vele fontein die we tegenkomen. Zürich is de stad met de meeste fontein ter

wereld, weet onze gids te vermelden. Onze rustpauze bij Café Schober staat in het teken van een typische lekkernij. In deze banketbakkerij met stijlvolle negentiende-eeuwse inrichting krijgen we uitleg over de productie van echte Zwitserse chocolade en welke elementen de smaak hiervan bepalen. Ook mogen we een aantal chocolademonsters proeven.

JOLIG JODELEN

Na deze zoete onderbreking gaat de stadstour verder richting Kulturhaus Helferei. Gelegen in het oude stadscentrum biedt deze locatie doorgaans een uitgebreid cultuurprogramma met theater-, film- en muziekvoorstellingen. Deze locatie heeft meerdere ruimtes te huur, met een capaciteit van 12 tot 70 personen, in klassieke sfeer, geschikt voor uiteenlopende activiteiten. Er is zelfs een mooie kapel met uitstekende akoestiek, met ruimte voor 160 personen. Aan het eind van de rondleiding gaan we aan de slag met een typische Zwitserse activiteit: jodelen. Met veel charme en humor brengt een echte jodelaar, gekleed in traditionele Zwitserse klederdracht, ons in rap tempo de kunst van het jodelen bij. Op basis van ons stemgeluid krijgen we een eigen rol in ons jodelconcert toebedeeld, wat voor de nodige hilariteit zorgt.

KAASFONDUE

Een korte wandeling brengt ons vervolgens bij het Zunfthaus zur Zimmerleuten, waar we op het terras van



25hours Hotel Langstrasse



Kameha Grand Hotel



Café Schober



Atlantis by Giardino

een heerlijke kaasfondue genieten. In de prachtige, stijlvolle inrichting van dit oude gildehuis vind je oude wapenschilden en muurschilderingen terug. De zalen bieden ruimte voor events tot 120 personen. Het laatste onderdeel van de stadstour is een bezoek aan de Lindenhof, gelegen op het hoogste punt van de stad aan de andere kant van de baai. Hier worden we getraceerd op een glaasje Turicum, een lokale variant van gin. Met een kort raadspelletje naar de ingrediënten worden onze zintuigen nogmaals geprikkeld.

THEMAKAMERS

In het vijfsterrenhotel Atlantis by Giardino genieten we van een viergangendiner. Dit hotel is legendarisch vanwege de ligging aan de voet van de Uetlichberg waar tevens een prachtig nationaal park te vinden is. De locatie biedt mogelijkheden voor bijeenkomsten met een capaciteit tot 200 mensen. Het terras van dit hotel biedt een prachtig uitzicht op Zürich aan de ene en op de Uetlichberg aan de andere kant. De overnachting staat gepland in het Kameha Grand Hotel. Dit hotel ligt precies tussen het oude stadscentrum van Zürich en

de luchthaven. Het hotel is drie jaar geleden gebouwd naar ontwerp van de Nederlandse architect Marcel Wanders, die ook de vergaderzalen en de hotelkamers heeft ontworpen. Na een rustige nacht in een DeLuxe-kamer krijgen we de volgende ochtend tijdens een rondleiding ook de andere hotelkamers te zien. Sommige kamers hebben een bijzonder thema, zoals de Poker Face Suite, de Diva Suite en de Workout Suite. Met trots wordt ook het fine-dining-restaurant You getoond. Hoewel de sfeer er Aziatisch aandoet, is het menu allround. Het Kameha Grand Hotel heeft bovendien een enorme congreszaal met kroonluchters en bordeauxrode gedrapeerde gordijnen, waardoor het de uitstraling van een ballroom heeft. Deze ruimte kan 550 mensen zetelen en heeft tevens een groot terras. Ook biedt dit hotel nog enkele meetingzalen met elk een thema-interieur gebaseerd op een chocoladesmaak: wit, melk, puur. Het hotel wil met deze inrichting en thema's typisch Zwitsers zijn, maar zich toch onderscheiden.

ZÜRICHSEE

Met de tram reizen we naar de Zürichsee, waar we met de boot naar de andere kant

van het meer varen. De naam van restaurant Lake Side zegt het al: deze locatie ligt aan de Zürichsee, en heeft een prachtig uitzicht. Bij Lake Side kun je, naast dineren in een restaurant in speelse 'Ibiza-stijl' dat in afzonderlijke privéruimtes te verdelen is, tevens bijeenkomsten organiseren in een zaal met een standaard capaciteit van 200 personen, uit te breiden tot 400. Vooral de grote ramen, en dus veel daglicht, maken indruk. Ook is er een privéterras met ruimte voor maximaal 40 personen.

ERFGOED

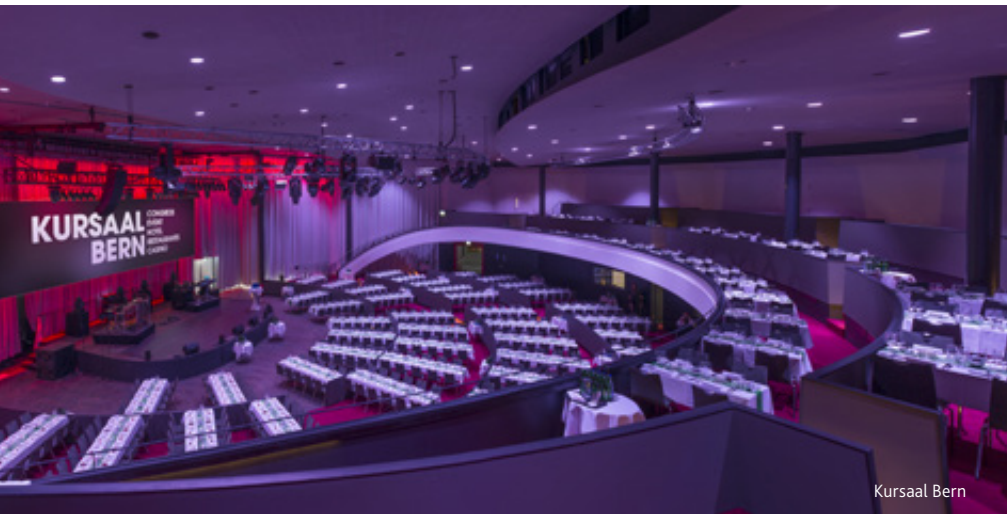
Na Zurich is Bern aan de beurt, waar we per trein naartoe reizen. De Zwitserse bondsstad staat bekend om zijn relaxte sfeer. Het middeleeuwse stadscentrum is tegenwoordig UNESCO-wereldcultureerfgoed. We checken in bij Hotel Allegro, een viersterrenhotel dat deel uitmaakt van het business- en congrescentrum Kursaal. Na de kennismaking met Michèle Gerber, sales coördinator congress bij Bern Incoming (deze organisatie helpt bij het organiseren van congressen, seminars en events in Bern), gaan we met een gids mee op stadstour door het pittoreske



Bern Zytglogge



Bern vanuit de lucht



Kursaal Bern



Zentrum Paul Klee



Altes Tramdepot

stadscentrum. Onder andere de monumentale locaties het Kornhauskeller, het Kulturcasino en het Altes Rathaus blijken geschikt te zijn voor diverse zakelijke bijeenkomsten.

EINSTEIN

Terug in het Kursaal krijgen we een uitgebreide rondleiding. Het gebouw is in een ronde boog tegen een bergwand gebouwd, waardoor de hotelkamers en de meeting- en eventruimtes een prachtig uitzicht hebben op het oude stadscentrum en op de Alpen. Het inpandige Allegro Hotel biedt economy rooms, panorama rooms en enkele thema-kamers zoals de Einstein Room. Dat thema is niet zomaar gekozen: Einstein woonde enkele jaren in de stad en ontwikkelde hier zijn bekende relativiteitstheorie. Er zijn dertig ruimtes te huur, van kleine met een capaciteit van 6 personen tot de grootste met een capaciteit van maar liefst 1.500 personen. De grote congressaal oogt, door de oplopende zitplaatsen, als

een ruime arena en heeft tevens een terras. Toegang tot deze zaal wordt verkregen via een hal die opvalt vanwege het aparte plafond, dat volhangt met aluminium kokers waar ledverlichting in is verwerkt. Deze verlichting kan miljoenen verschillende kleuren aannemen, wat al aan verschillende evenementen, zoals autopresentaties, een apart "tintje" heeft gegeven. We vermoeden dat deze opvallende inrichting de reden is dat deze hal ook afzonderlijk wordt verhuurd. Het Kursaal herbergt het "beste restaurant van de stad". Voor het diner mogen wij echter neerstrijken in de privékamer met prachtige oude muurschilderingen van Restaurant Lorenzini, gevestigd in het oude stadscentrum.

CREATIEF

Na de overnachting in het Allegro Hotel nemen we de volgende ochtend in het Zentrum Paul Klee deel aan een creatieve workshop. Het centrum is vernoemd naar Berns trots op het gebied van moderne

kunst, die leefde in het begin van de twintigste eeuw. Een vriendelijke kunstenaar leert ons in een uur tijd schilderen zoals Paul Klee dat deed. Door de ongebruikelijke hulpmiddelen wordt een beroep gedaan op onze creativiteit en leren we vanuit een nieuw perspectief naar kunst te kijken. Na de jodelles van twee dagen eerder is dit opnieuw een schot in de roos voor de goede sfeer. Natuurlijk mag een rondleiding door het museum langs de belangrijkste werken van Klee niet ontbreken. Een lunch op het terras van het Altes Tramdepot, een restaurant met – hoe kan het ook anders in Zwitserland – een prachtig uitzicht over de oude binnenstad, vormt een passende afsluiting van een energerende reis.

Benieuwd naar de mogelijkheden in Zürich en Bern?

Meer informatie is te vinden op

www.MySwitzerland.com/meetings



Dame Stella Rimington



Yancey Strickler

ibtm world

Aanloop naar Barcelona

Eind november staat de Fira de Barcelona wederom drie dagen in het teken van de internationale MICE-beurs ibtm world. De internationaal georiënteerde MICE-professional kan gedurende de beurs niet alleen diverse stands bezoeken, maar ook zich ook laten inspireren door de keynote sprekers.

Onlangs maakte ibtm world bekend dat Dame Stella Rimington, schrijver en oud algemeen directeur van de UK Security Service, als keynote speaker aan het kennisprogramma van de beurs is verbonden. Rimington zal tijdens haar presentatie op 29 november ingaan op haar 27 jaar lange carrière en haar kennis over onder andere contraspionage, contraterrorisme en de ontwikkelingen op het gebied van veiligheid en beveiliging. In september werd al bekendgemaakt dat ook medeoprichter en CEO van crowdfundingwebsite Kickstrater Yancey Strickler als keynote spreker aanwezig zal zijn. Tijdens de session 'Resist and thrive, how new models and ways of thinking can beat the status quo' op 28 november gaat Strickler in op de geschiedenis van zijn bedrijf, de keuze om bedrijfswaarden boven winst te stellen en hoe het bedrijf diens innovatieve strategieën formuleert.

Het ibtm world kennisprogramma omvat zeven verschillende thema's met als doel om deelnemers te inspi-

ren. Deze thema's zijn onder andere Industry Trends; Engagement & experiences; Safety, security & riskmanagement; Innovation, disruption & technology; Sustainability & CSR; Professional & staff development en Business development & strategy.

TECH WATCH AWARD

Ondertussen zijn ook de negen finalisten van de ibtm world Tech Watch Award bekend. Tijdens de beurs zullen deze technologiebedrijven hun product presenteren aan duizenden potentiële klanten, influencers en media in de Innovation Zone. De Award kent dit jaar drie categorieën: Logistics & Production; Management & Marketing en Audience Engagement. De jury kiest per categorie een winnaar voor de Tech Watch Award 2017. Enkele genomineerden zijn Bizly, Inc. (medewerkersplatform voor het managen van kleine bijeenkomsten), Sciensio (een AI chatbot) en SwarmWorks Ltd. (applicaties voor interactiviteit met het publiek).

AANMELDEN

Ibtm world vindt dit jaar plaats van 28 tot en met 30 november 2017 in Fira Barcelona. In 2016 kwamen bijna 15.000 bezoekers naar deze beurs. Er vonden meer dan 67.000 vooraf ingeplande afspraken plaats gedurende de driedaagse beurs. Aanmelden kan via www.ibtmworld.com.



Althoff Grandhotel Schloss Bensberg

Ongekende schoonheid

Nederland heeft prachtige kastelen waar je kunt overnachten, maar bij het zien van Schloss Bensberg in Bergisch Gladbach in Duitsland, kom je superlatieven te kort. De majestueuze oprijlaan, het adembenemende uitzicht over Keulen en de prachtige tuinen spreken tot ieders verbeelding. Dit hotel is anders dan anders, groter en van ongekende schoonheid.

De lange oprijlaan leidt naar een kasteel met een grote ontvangsthuis en 84 kamers en 36 suites in de verschillende vleugels. Wie om zich heen kijkt, ontdekt dat alles hier groot, groter, grootst is. Niet voor niets behoort dit hotel tot een van de grootste barokhotels van Europa. Het hotel maakt tevens onderdeel uit van The Leading Hotels of the World.

Schloss Bensberg zakelijk

Schloss Bensberg heeft negen meetingrooms en een balzaal. De balzaal is 385 vierkante meter en is daardoor uitermate geschikt voor grote events. De Bel Etage Foyer is 124 vierkante meter en gesitueerd op de eerste verdieping. Deze ruimte is geschikt voor recepties en koffiebreaks. Vanuit hier hebben de gasten een adembenemend uitzicht over Keulen.

In de bibliotheek bevinden zich 5.000 antieke boeken, hier kunnen aan een grote houten tafel zo'n twaalf personen plaatsnemen. Restaurant Jan Wellem is 140 vierkante meter groot, de perfecte plek voor een feest of voor een diner voor genodigden.

MEDICI

Schloss Bensberg werd begin 18de eeuw gebouwd als jachtslot voor Johann Wilhelm II, hertog van de hertogdommen Jülich en Berg. Hij stierf voor het was afgebouwd. Omdat zijn vrouw Anna Maria Luisa de Medici, telg uit het befaamde Italiaanse geslacht, niet goed wist wat ze met het reusachtige witte barokkasteel aanmoest, werd het de jaren erna zelden bewoond. Later kreeg

Schloss Bensberg verschillende bestemmingen. Het was een ziekenhuis, kostschool en het werd van 1935 tot het einde van de Tweede Wereldoorlog als opleidingscentrum gebruikt.

BALZAAL

Diverse details in het hotel herinneren aan vervlogen tijden, zoals de voormalige balzaal en de fresco's in de torenkamer. Onze Junior Suite heeft met 55 vierkante meter een behoorlijke oppervlakte. Een marmeren badkamer, een zithoek met bank en fauteuil en een bureau geven de ruimte een huiskamerachtige uitstraling. Niet dat van een doorsnee huiskamer, maar meer alsof je bij een prins of prinses op de koffie bent. Aan comfort niets te klagen. Zo zijn er twee televisies op de kamer. Met een druk op de knop komt de televisie bij het bed automatisch uit een kast naar boven geschoven. Het bed is gesitueerd op een verhoging tussen twee pilaren en heeft aan weerskanten gordijnen die je dicht kunt doen. Niet dat je hier graag de gordijnen sluit, want vanuit je hotelkamer heb je een prachtig uitzicht

over Keulen, dat zo'n twintig kilometer verderop ligt. Wie goed kijkt ziet zelfs de bekende Dom.

MICHELIN

De grootste trots van dit hotel is echter restaurant Vendôme, dat gevestigd is in een bijgebouw aan de voorzijde van het slot. Het telt drie Michelinsterren en behoort tot de 50 beste restaurants ter wereld, zo valt te lezen in de lijst 'San Pellegrino World's 50 Best Restaurants'. Wij zijn echter uitgenodigd om te dineren in het Italiaanse restaurant van het hotel, Trattoria Enoteca. De mediterrane flair en de fijnste aroma's van authentieke Italiaanse gerechten in restaurant brengen ons al gauw in een gezellige stemming. Hier mogen de jasjes uit en is het allemaal net is iets minder formeel dan bij restaurant Vendôme. Een uitstekend voordelig alternatief.

SPA

's Ochtends nemen we een duik in het zwembad, dat zich in het spa-gedeelte bevindt van zo'n 1.000 vierkante meter.

Onder een nagebootste sterrenhemel kun je hier je batterij opladen. Het spa-gedeelte omvat naast het zwembad ook een jacuzzi, stoombad en diverse sauna's. Ook voor uiteenlopende lichaams- en gezichtsbehandelingen, waarbij onder andere producten van het luxe merk La Prairie gebruikt worden, zorgen ervoor dat je hier maximaal kunt ontspannen.

We sluiten ons bezoek aan dit prachtige kasteel af met een uitgebreid ontbijt, waarbij diverse streekproducten de boventoon voeren. Hoewel we niet anders hadden verwacht, ontbreekt het ons hier ook weer aan niets. In alle opzichten zijn we het hele weekend in de watten gelegd. Niet zo vreemd dat Schloss Bensberg al talloze beroemdheden heeft mogen verwelkomen, zoals Sir Paul McCartney, Robby Williams, Koningin Silvia van Zweden en Keira Knightley.

www.schlossbensberg.com





Referentiemachine

Durf jij jouw klanten om een referentie te vragen? Ik bedoel niet een testimonial voor op de website, maar echt een referentie, een warme introductie bij een persoon. En die persoon moet ook nog eens beslissingsbevoegd zijn; van hetzelfde niveau als jouw klant.

Recent heb ik High Performance expert Paul Rulkens aan het werk gezien. Nu hoor ik je denken; wat is High Performance ook al weer? Zijn passende uitleg was even kort als duidelijk: "Hoe kom je van A naar B met zo min mogelijk inspanning." Ik moest erom lachen omdat zelfs bij zijn uitleg High Performance lijkt te worden toegepast. Paul Rulkens gaf een eendaagse masterclass Strategisch Accelereren aan leden van CLC-VECTA en MPI Nederland. Een hele dag boordevol kennis samenvatten in een column is niet aan mij besteed, maar mijn grootste take away deel ik graag met je.

Je hoeft nooit meer sales te bedrijven

Er zit uiteraard een hele theorie en strategie achter dit statement. Ik leg het graag in mijn eigen woorden uit, al raad ik je aan om vooral zelf een keer naar Paul te gaan luisteren. Een veel voorkomend obstakel bij sales is dat je niet bij de eigenaar aan tafel komt. Met eigenaar bedoel ik eindbeslissers ook wel budget owner genoemd. In veel gevallen kom je in eerste instantie uit bij een gate keeper. Deze persoon is een belangrijke influencer (sorry voor alle Engelse termen...), maar neemt niet de finale beslissing. Het verschil zit hem in het persoonlijke doel van beide personen.

Je zult moeten erkennen dat je inderdaad opvallend vaak over prijs aan het steggelen bent met bijvoorbeeld een inkoper (gate keeper) en dat de kans van slagen sowieso afneemt. Als je bij de eigenaar aan tafel zit, gaat het doorgaans meer over de impact en hoe je ze verder kunt helpen. Je zult eerst vertrouwen moeten opbouwen voor je om een referentie vraagt. In de beginfase gaat het dan vooral om snelheid en accuraatheid.

Bedenk je maar eens hoe makkelijk 'verkopen' wordt als je een referentiemachine hebt gebouwd. Je wordt in contact gebracht met nieuwe klanten waar je wellicht het bestaan niet van wist. Het risico voor jouw potentiële nieuwe klant is laag, omdat je bent aangedragen door iemand die ze vertrouwen. Prijs speelt ook direct veel minder een rol. Sterker nog, vaak hebben ze al een idee van jouw kosten door degene die jou heeft aanbevolen. Het is veel meer *hoe* ze zaken met je gaan doen dan *of* je zaken kunt doen. Je zit direct met de juiste persoon aan tafel en hebt de gate keeper weten te omzeilen.

Het is best lastig om voor het eerst een referentie te vragen, maar er eerst één geven voelt goed!

Gijs Verbeek

is sinds 2009 Executive Director van vakvereniging MPI Nederland (Meeting Professionals International). MPI heeft als doel om de gehele meeting & event industrie op een hoger plan te tillen. Kennis en ervaring wordt verzameld en gedeeld binnen de branche om uiteindelijk iedere meeting professional te laten groeien.

CLC-VECTA partner Nationale Meeting Award

Branchevereniging CLC-VECTA is partner in de Nationale Meeting Award (NMA), op zich geen verrassend nieuws maar nieuw is wel dat CLC-VECTA participeert door de organisatie van het congresprogramma voor haar rekening te nemen.



COLUMN OMS - TRENDING TECHNOLOGISCHE ONTWIKKELINGEN VOOR JOUW EVENT - HEARTBEATS VERANKEREN

Welkom bij de uitreiking 2015



De eerste uitreiking in 2015

Uit de gesprekken in de afgelopen maanden bleek de behoefte om de NMA duidelijker te positioneren en dat een zelfstandig evenement hiertoe de beste mogelijkheid is. Dit in de vorm van een congresprogramma met daaraan gekoppeld de uitreiking van de NMA's. Het is een nieuw en versterkend podium voor deze onaf-

hankelijke prijs voor de beste meeting- en eventlocatie van Nederland in een vijftal categorieën, waarbij kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap de belangrijke graadmeters zijn.

hankelijke prijs voor de beste meeting- en eventlocatie van Nederland in een vijftal categorieën, waarbij kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap de belangrijke graadmeters zijn.

Over de Nationale Meeting Award

De Nationale Meeting Award wordt in 2018 voor de derde keer uitgereikt. Deze algemene, onafhankelijke prijs is bestemd voor de beste meeting- en eventlocatie van Nederland die uitblinkt in kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap. Meeting Magazine, MeetingReview, Vergaderhamers, CLC-VECTA en EventSummit (voorheen EvenementContact) hebben het initiatief genomen tot de organisatie van de Nationale Meeting Award. Motivatie voor deze nieuwe award was het feit dat er in Nederland nog geen algemene en onafhankelijke prijs bestond voor de beste meeting- en eventlocatie. Het inschrijfgeld is komen te vervallen en deelname aan de NMA is hiermee kosteloos.

Informatie over deelname, de verschillende rondes en criteria is te vinden op www.nationalemeetingaward.nl. Nieuwe en ontwikkelingen rondom de Nationale Meeting Award worden ook op Twitter @NatMeetingAward geplaatst.

INVULLING

Inmiddels zijn we volop aan de slag met de invulling van het programma dat gaat bestaan uit verschillende onderwerpen die op dit moment voor locaties en meeting pro-

Een belangrijk deel van het programma heeft een interactief karakter met de mogelijkheid on site keuzes voor deelname te maken.

professionals topics zijn. Een belangrijk deel van het programma heeft een interactief karakter met de mogelijkheid on site keuzes voor

deelname te maken. De datum is bekend, 12 maart 2018, in de middag. De locatie houden we nog even geheim tot dat we het programma definitief hebben ingevuld.

PODIUM

Voor CLC-VECTA biedt de NMA een prima podium om een betekenisvol congresprogramma te organiseren dat toegankelijk is voor de professionals in de branche en waarmee CLC-VECTA haar positie als kennispartner kan versterken. Daarbij onderschrijft CLC-VECTA het belang van de prominente rol die locaties in de meeting industrie vervullen en past de NMA in haar ambitie om de professionals hierin te ondersteunen en te stimuleren. Eind november volgt de definitieve aankondiging van het programma. Er is nu al de mogelijkheid om je al in te schrijven voor deelname.

De inschrijving is geopend

Is jouw locatie al aangemeld voor de eerste ronde van de Nationale Meeting Award?

Inschrijven voor de Nationale Meeting Award 2018 gaat automatisch bij aanmelding voor de Publieksprijs van MeetingReview. Om jouw locatie te kwalificeren voor de Publieksprijs zijn minimaal 10 reviews in 2017 vereist. Een locatie kan worden beoordeeld op het boekingsproces, de locatie, de zaal en de catering. Per categorie wordt op 1 januari bepaald wie de beste klant-score heeft ontvangen over de afgelopen jaren.

De winnaars van vorig jaar



Maak kennis met de website

Op 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.



's Werelds grootste vliegende restaurant

Emirates serveert 100 miljoen maaltijden per jaar, met dezelfde aandacht voor detail in First, Business en Economy Class. Als cateraar voor meer dan 55 miljoen gasten per jaar, reizend van en naar 144 steden verspreid over zes continenten, begrijpt Emirates wereldwijde culinaire trends als geen ander en biedt dan ook bestemming-geïnspireerde menu's aan op haar vluchten. Met een investering van 1 miljard dollar per jaar runt Emirates een fulltime keuken met 1.200 chefs gebaseerd in Dubai die 12.450 verschillende recepten verzorgen. Zo worden 590 vluchten per dag voorzien van authentieke lokale gerechten die reizigers een voorproefje geven van de bestemming waar ze naartoe gaan. De maatschappij werkt daarnaast nauw samen met 25 cateringpartners over de hele wereld om dezelfde kwaliteit eten te bieden voor haar Dubai vluchten. Om de regionale en seizoensgebonden voedseltrends bij te houden, verandert Emirates haar menu's maandelijks en beoordeelt haar recepten voortdurend. De gevarieerde menu's op elke route zijn ook terug te zien in de broodmandjes die aan boord worden geserveerd. Zo is brood met zuurdesem basis populair op Europese routes, terwijl op alle negen routes naar India parathas, pooris en naan brood wordt geserveerd. Op Midden-Oosterse routes kunnen klanten genieten van Arabisch brood – Markook – een dun, ongezuurd brood dat veel in de regio voorkomt, en Manakesh gearmeerd met Zaatar of kaas. In de premium klassen worden maaltijden geserveerd op Royal Doulton servies met Robert Welch bestek, speciaal ontworpen voor Emirates.



Helikopterstunt voor Nederlandse mediapartijen in Cannes krijgt vervolg

In oktober dagen vond in Cannes de MIPCOM plaats. Tientallen Nederlanders die werkzaam zijn in de mediabranche maakten gebruik van het aanbod om zich gratis per helikopter te laten vervoeren van Nice Airport naar Cannes en andersom. Vanwege de enthousiaste reacties krijgt dit een vervolg bij de volgende MIPCOM editie in april. Vote Company, marktleider in het organiseren en groot maken van publieksverkiezingen, bood de helikoptervluchten aan. Wilfred Romijn, co-founder van Vote Company, legt uit: "Veel Nederlandse bezoekers hebben tijdens MIPCOM een groot aantal afspraken en komen tijd te kort. De helikoptervlucht levert tijdswinst op. Het is altijd maar de vraag hoe snel je Cannes uit kunt komen met een taxi of eigen vervoer. Daarnaast hebben we ondervonden dat mensen door de helikoptervlucht een gezamenlijke ervaring delen met andere professionals die met dezelfde vlucht mee vliegen. Dat schept meteen een band. En last but not least op deze manier krijgt men ook goed mee hoe mooi de Cote 'd Azur is. Op deze manier hebben we waarde willen toevoegen. Net als bij de verkiezingen die we in opdracht faciliteren brengen we een bezoek aan MIPCOM naar een hoger niveau, leveren we maatwerk en ontzorgen we." Vote Company werkt voor diverse opdrachtgevers uit de mediabranche zoals bijvoorbeeld De Persgroep en Vakmedianet. Bekende verkiezingen waarvoor het bedrijf verantwoordelijk is, zijn de AD Publieksprijs bij de Musical Awards, de Zoover Awards en de Dutch-IT Awards. Dit jaar werd een Cross Media Award gewonnen voor de campagne rondom de Verkiezing van het Mooiste Natuurgebied. Deze verkiezing werd door Vote Company georganiseerd in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken. Mensen die zich nu al willen aanmelden voor de helikoptervluchten in april kunnen zich melden via wilfred@votecompany.nl.



Hoe zo 'lieve stad? Oplichterij in Amsterdam

Wat is Amsterdam veranderd. In de herfstvakantie ging ik even met mijn dochter naar onze hoofdstad. Lekker fietsen door de Jordaan, Oud Zuid en de Pijp. Mijn favoriete buurtjes waar ik acht jaar woonde en de reden waarom ik me ook een beetje een Amsterdammer voel. Eberhart van der Laan had het nog over 'een lieve stad'. In veel opzichten had hij gelijk, maar onze ervaringen waren even wat anders. Amsterdam was helemaal niet lief. Gewoon twee keer ordinair opge-licht. Met de gastvrijheid 'aan de buitenkant' zat het meestal wel goed. Vrolijke, gewiekste Amsterdammers op het Centraal Station, een grote smile van de bediening bij de eerste kop koffie afgewisseld door charmante vlotte verkopers in diverse winkels. 'So far so good'. Dachten we. Behendig slingerden we van gracht naar gracht en van buurt naar buurt. Het voelde weer als mijn stad. Voor even. Na een uur werden de eerste middelvingers opgestoken door opgefokte bestuurders van busjes, werden we twee keer levensgevaarlijk ingehaald door pizza-koeriers op scooters en slingerden de laatste bierfietsen met schreeuwende mensen plotseling voor ons langs.

De stemming veranderde en werd wat grimmig. Er hing een wat opgewonden sfeer met tienduizenden buitenlandse toeristen die zich gewillig laten leiden en verleiden. Halverwege ons uitje dachten we nog dat wij daar niet bij hoorden, totdat we zelf slachtoffer werden. Na de koffie, ook op de niet toeristische plekken, word je ongegeneerd gevraagd 'waar kom je vandaan?' Waarom doen ze dat? Ik had mijn klompen niet aan, spreek geen dialect, wijs niet naar geveltjes en slinger professioneel over de tramrails met de fiets. Opdringerig en brutaal word je te woord gestaan. Zijn wij dit niet meer gewend? Zijn we nu echt die provinciaaltjes geworden? Zijn we ontmaskerd en ziet iedere echte Amsterdammer dat we Nederlandse toeristen zijn? Ik sluit het niet uit. Helaas. Gelukkig is mijn dochter een blijde, lieve schat en vond ze het allemaal leuk.

Nieuwsgierig hoe ik de oplichterij ontdekte? Met het verwerken van de administratie. Ik kijk nooit naar bonnen en check de betaling bij het pinnen niet goed genoeg. Slordig en mijn fout natuurlijk. Ik ben daar vast niet de enige in. In beide horecazaken waar we wat dronken waren ongevraagd fooien opgevoerd. Ik denk dat de meeste toeristen geen bonnetjes vragen of krijgen. En de meesten zullen ze niet gaan checken. Een van onze favoriete stops, het piepkleine leuke tentje op de Nieuwezijdsvoorburgwal uit de film 'Alles is liefde', presteerde het om ongevraagd 15% fooi aan te slaan terwijl ik al wat cash had achtergelaten. Foutje? Structureel? Slim? Ik voel me bedonderd en benadeeld, terwijl die jongen nog zo aardig deed en wat grapjes maakte. Zegt deze ervaring wat over het veranderde Amsterdam of met name iets over mijzelf? Het is duidelijk dat ik niet meer in dat lieve dorpje in Portugal zit waar ik u in mijn vorige column over schreef. Ik ga binnenkort toch maar even terug naar de zaken waar ik ben opgelicht. En dat doen de meeste toeristen niet... Maar ik wel! I'll be back.

Wouter Olland

Eigenaar van Olland Marketing Solutions. Met zijn bureau OMS geeft hij advies en trainingen op het gebied van (online) marketing | sales | revenue management | hospitality



Trending technologische ontwikkelingen voor jouw event

Je kan er niet meer omheen: technologie wordt steeds belangrijker in het dagelijks leven, dus ook voor events. Van socials tot de nieuwste Virtual Reality mogelijkheden, je kunt er niet meer omheen. Maar wat is nou eigenlijk trending én interessant voor jouw event?

Tegenwoordig maken de bezoekers van een event graag een uitgebreid verslag. Vervolgens delen ze dit op hun persoonlijke social account met vele volgers. Over het algemeen is dit bereik veel groter dan een bedrijf dat zelf een berichtje plaatst. Daarnaast is de waarde van een bericht geschreven door iemand anders dan de organisatie zelf, velen malen groter. De verslagen van jouw bezoeker zijn daarom enorm waardevol! Probeer om die reden zoveel mogelijk deze actie te stimuleren én

te faciliteren. Maar hoe? Hier zijn leuke en interessante mogelijkheden voor!

SELFIESPOT

Om te beginnen de 'selfiespot'. Selfies zijn namelijk niet weg te denken in het persoonlijke leven van je bezoekers, dus ook niet op events. Op deze manier geef je de bezoeker de mogelijkheid om een mooie herinnering vast te leggen, wellicht wel met een collega of kennis die ook aanwezig is bij het event. De selfie wordt steeds meer het visitekaartje van een event. Creëer een selfiespot op het event en kies hierbij voor een omgeving, wellicht met hier en daar het een logo, die voor jou interessant is om te 'verspreiden' via diverse kanalen. Deze plek kan je op verschillende manieren invullen, denk ook aan een foto-frame of 3D-selfie!



GIFbooth

Ook de GIFbooths zie je steeds meer op events. GIFjes zijn korte animaties die zichzelf steeds weer herhalen. Heel erg hip en dus is het zeer interessant voor jouw event! Natuurlijk wil de gast het GIFje graag ontvangen. Dit kan hij doen door zijn telefoonnummer of e-mailadres in te voeren. Dan ontvangt hij gelijk een sms of e-mail met de link naar een custom webgallery. Vanaf dat moment kan het GIFje gedeeld worden via de socials wat zorgt voor publiciteit én tegelijkertijd heb jij extra data!

LIVESTREAMING

Naast de 'selfiespot' en de GIFbooths kun je ook gebruikmaken van livestreaming, Virtual Reality én video. Vorig jaar was livestreaming al een belangrijke trend, maar nu zet het echt door. Mensen die niet fysiek aanwezig zijn, kunnen eenvoudig online meekijken. Dit kan al heel gemakkelijk met Facebook Live. Met maar één klik deel je al jouw event met al je volgers!

VIRTUAL REALITY

Virtual reality zie je steeds meer op events voorbij komen. Het gaat veel verder dan

Data

Het is het jaar van het beseft: met alle toepassingen zoals smartbadges, NFC, voortrajecten, interactie en scanners laten we gegevens achter. Een event is dé plek waar bezoekers bereid zijn hun data bewust of onbewust achter te laten. Hiermee verzamelt je veel waardevolle informatie.

alleen een VR-bril. Zo kan je met een 360 graden video je helemaal inleven in de video. Hierdoor zijn mogelijkheden met betrekking tot beleving vrijwel onbeperkt. Met video kun je niet alleen jouw event vastleggen, maar ook het volgende event promoten. De video's voor, tijdens én na events zullen in de toekomst een vast onderdeel van de contentstrategie worden.

Daarnaast spreken we er al jaren over, maar komend jaar ga je het echt zien: jouw gast als eindregisseur van je evenement. C2B, Crowdsourcing, Crowdshaping. Allerlei vormen van eindregie bij jouw gasten. Hen sprekers laten kiezen, vragen

laten stellen en natuurlijk verslagen laten maken op de hun socials.

Als je de regie in handen van jouw gasten durft te leggen, zul je zien dat jouw event vooral ingericht wordt om contacten te leggen en kennis te delen!

Kortom, de technologie is niet meer weg te denken bij events. Met de tools hierboven kun je jouw bezoekers verrassen en ze nóg meer betrekken bij jouw event.

Het Sprekershuys is een eigentijds en innovatief sprekersbureau waar vak-kennis, transparantie, persoonlijkheid en meedenken de kernwaarden zijn. De verbinders van het Sprekershuys hebben intensief contact met zowel klanten als huysgenoten en gaan regelmatig mee naar events waar de huysgenoten geboekt worden. Reageren kan via info@sprekershuys.nl.



IDEA ondersteemt de kracht van live

Heartbeats verankeren

In de rubriek 'IDEA ondersteemt de kracht van live' brengt Meeting Magazine ieder nummer afwisselend een B2B, B2E en B2C case van een IDEA-lid onder de aandacht. IDEA gelooft in de marketingkracht van live; dat live communicatie inzetten binnen de marcom-strategie zorgt voor impact. In deze editie vertelt Femke Ramaker over de evenementen die D&B Eventmarketing voor het jubileumjaar van zaadveredelaar Pop Vriend Seeds heeft georganiseerd.

WAT WAS DE AANGELEGENHEID?

"Pop Vriend Seeds is gespecialiseerd in het veredelen van groentezaden. Door een sterke groei en veel nieuwe collega's waren de bedrijfswaarden niet meer zo vanzelfsprekend en was het HR-beleid onderbelicht. In 2016 bestond Pop Vriend Seeds zestig jaar. Het bedrijf wilde dit jubileum aangrijpen om de cultuur een boost te geven en de kernwaarden van het bedrijf tussen de oren én in het hart van de medewerkers te krijgen."

Over IDEA:

IDEA verenigt de leading agencies in live-communicatie. IDEA is een community van bevoegen specialisten die elkaar helpen en inspireren en zich sterk maken voor het vak. Die campagne-breed denken en geloven dat live-communicatie een onmisbaar onderdeel is van elke volwaardige marketingstrategie. Wie samenwerkt met een IDEA-bureau kan rekenen op een strategisch partner en een berg expertise: van strategie- en conceptontwikkeling tot de productie van events en campagnes waar events deel van uitmaken. IDEA en haar leden staan voor creativiteit, vakmanschap en financiële stabiliteit. www.ideaonline.nl

HOE IS DE PROBLEEMSTELLING

VERTAALD NAAR EEN CREATIEF CONCEPT?

"De hoofddoelstelling was het ontwikkelen van een jubileumprogramma, waarin naast het vieren van het zestigjarig bestaan ook aandacht werd besteed aan het verankeren van de kernwaarden bij de medewerkers. Hiervoor hebben we drie subdoelstellingen geformuleerd: vieren, verdiepen en verbinden. Op basis van deze doelstellingen ontwikkelden we een eventkalender waarbij de mensen van Pop Vriend Seeds en de heartbeats (bedrijfswaarden) de leidraad waren voor de programmering van het hele jubileumjaar. Pop Vriend Seeds 60 years 'Feel the Beat!' is gebaseerd op



Facts & figures

- IDEA bureau: D&B Eventmarketing
- Opdrachtgever: Pop Vriend Seeds
- Event: Pop Vriend Seeds 60 years 'Feel the Beat!'
- Doelgroep: 65 medewerkers
- Segment: B2B
- Datum: juni tot en met november 2016
- Locatie: eigen terrein in Hoorn



Pop Vriend Seeds aan het woord

Waarom hebben jullie gekozen voor een evenementenbureau?

"Onze core business is de veredeling van groentezaden. Zaken die niet tot onze core business behoren besteden we uit. Daarnaast is het organiseren van een event zeer specialistisch werk. Professionals weten wat aansluit bij een bepaalde doelstelling of doelgroep. Ook kost het organiseren van een event veel tijd die we beter kunnen besteden. Onze ervaring met D&B Eventmarketing is louter positief. We hebben een fantastisch event gehad en hebben er relatief weinig tijd in hoeven steken."

Is het doel van het event behaald?

Het doel van het jubileumjaar was het zoeken van de kernwaarden en deze te definiëren en te verankeren. Door de inzet van events in plaats van besprekingen in de vergaderkamers zijn onze medewerkers niet alleen trots, maar kennen zij nu ook onze heartbeats. Deze zijn intussen ook verankerd in het bedrijf doordat deze bijvoorbeeld mee worden genomen in de feedback en de beoordeling. We zijn nu bezig met een plan om onze heartbeats volop levend te houden, en we gaan dat zeker weer doen door een koppeling te maken met events!"

de gedachte dat de medewerkers van Pop Vriend hart hebben voor de zaak en voor zaden. Daarom stonden zij centraal in het jubileumjaar. Enerzijds om ze te bedanken, anderzijds om nog meer het Pop Vriend bloed door de aderen te laten stromen. De titel van de campagne is tevens een knipoog naar de bietenzaden waarin Pop Vriend Seeds gespecialiseerd is."

HOE IS HET EVENTCONCEPT UITGEWERKT?

"In de heartbeat survey (0-meting) werden de bedrijfswaarden gemeten. Tegelijkertijd werd ook de POP Groep geformeerd; een groep enthousiaste medewerkers die meedacht over het jubileum. De uitkomst van het onderzoek, de gezamenlijke bedrijfs-

waarden, werd gepresenteerd tijdens een bruisende zomerbarbecue. Hiervoor mochten medewerkers vrienden en familie uitnodigen. Na de zomer werd een eigen kas omgebouwd tot een pop-up restaurant waar klanten van een diner konden genieten. In de kas werden daarnaast de uitkomsten van de waarden in kleine groepen besproken. Tijdens de klantendagen kwamen groentetelers uit de hele wereld naar Noord-Holland om de nieuwste innovaties te bekijken. Als klap op de vuurpijl gingen alle 65 medewerkers in november op een driedaagse verrassingsreis door Nederland, gebaseerd op de vijf heartbeats. De medewerkers bezochten onder andere de Rotterdamse haven, kookten met eigen groenten en er was uiteraard

een feestelijke avond waarin de directie alle medewerkers persoonlijk bedankte."

HOE EFFECTIEF WAS HET EVENT?

"De jubileumviering heeft echt een boost gegeven aan de moraal van de mensen van Pop Vriend Seeds. De organisatie bij de POP Groep leggen (in plaats van bij de directie) heeft erg goed gewerkt. Doordat de directie meer 'losliet' en vertrouwen gaf aan het team, kregen de leden van de POP Groep een enorme boost. Dat het event effectief is geweest, konden we met de gemeten resultaten aantonen. Met de D&B Effectmeter is 'Feel the Beat' geëvalueerd. De medewerkers gaven een totaal score van 8,8 voor het hele traject en een 9,1 voor de jubileumreis!"

Aanbevolen LOCATIES



1

Meeting House

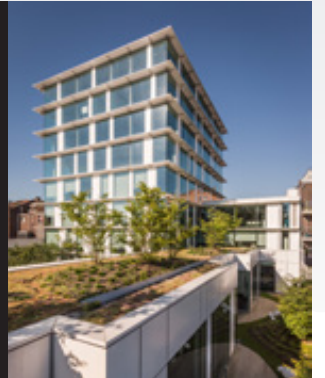
Johan de Wittstraat 2
3311 KJ Dordrecht
T 078-6146724
E info@meetinghouse.nl
I www.meetinghouse.nl



2

BluePoint Liège

Boulevard Emile
de Laveleye 191
4020 Liège
T +32 (0)4 340 35 06
E infoliege@bluepoint.be
I www.bluepoint.be



3

Landgoed Huize Bergen

Glorieuxlaan 1
5261 SG Vught
T 073-6580400
E welkom@huizebergen.nl
I www.huizebergen.nl



4

EIGENTIJDSERF

Spreeuwelsedijk 9
5091 KS Westelbeers
T 013-5041392
E welkom@eigentijdserf.nl
I www.eigentijdserf.nl





5

KNVB Campus

Woudenbergseweg 56-58
3707 HX Zeist
T 0343 - 491 424
E info@knvbcampus.nl
I www.knvb.nl/campus

6

BluePoint Antwerpen

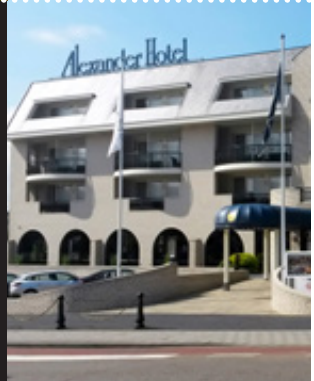
Filip Williotstraat 9
2600 Berchem
T +32 (0)3 280 45 11
E infoantwerpen@bluepoint.be
I www.bluepoint.be



7

Alexander Hotel

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



8

Landgoed de Reehorst

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



9

BluePoint Brussels

80 Bd. A. Reyers
1030 Brussels
T +32 (0)2 706 88 00
E infobrussels@bluepoint.be
I www.bluepoint.be



10

Laurenskerk Rotterdam

Grotekerkplein 27
3011 GC Rotterdam
T 010 - 4131494
E info@laurenskerkrotterdam.nl
I www.laurenskerkrotterdam.nl



11

Hotel-Restaurant De Os & het Paard

Dolsedijk 73-75
4158 EG Deil
T 0345-651616
E info@osenpaard.nl
I www.osenpaard.nl



12

Restaurant Zuiver

Krommewetering 51
3543 AM Utrecht
T 030-23 83 233
E utrecht@zuivergastvrij.nl
I www.zuivergastvrij.nl

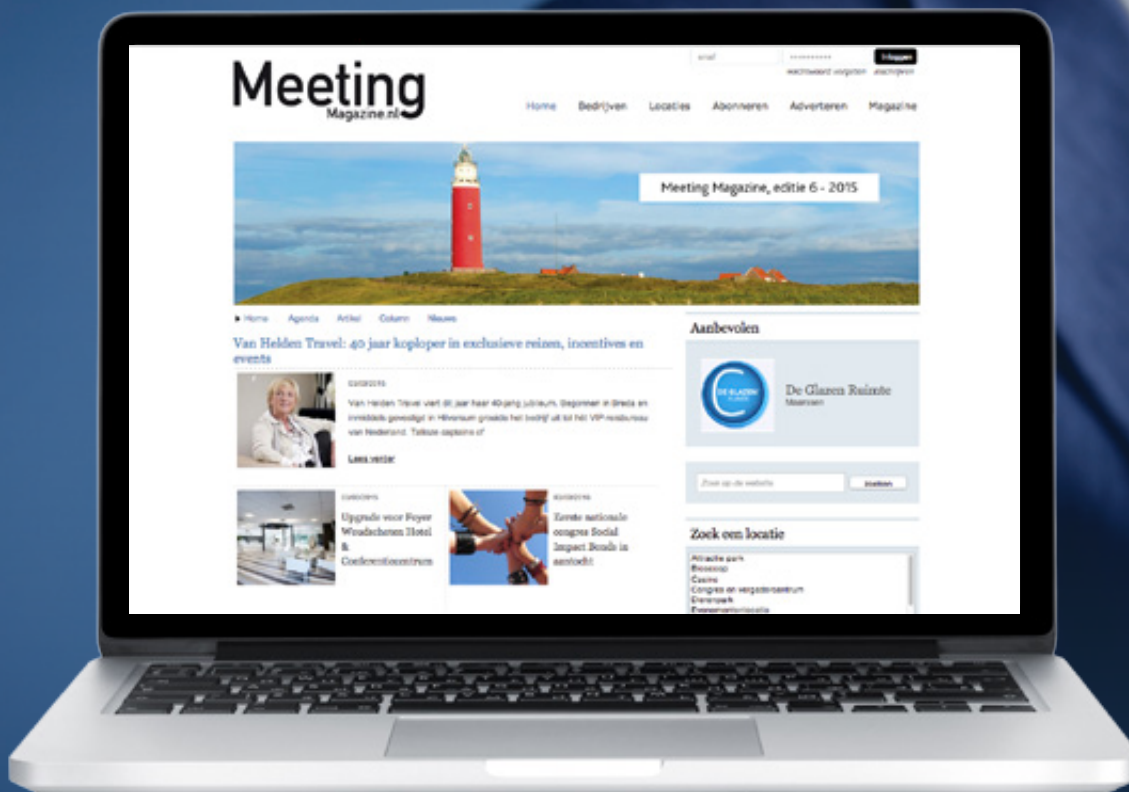


13

Beurs van Berlage

Damrak 243
1012 ZJ Amsterdam
T 020 - 531 33 55
E events@beursvanberlage.com
I www.beursvanberlage.com





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

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.



Financiële zekerheid voor uw internationale congres in Nederland!

Een congres organiseren, maar u ziet op tegen de financiële risico's. De stichting Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF) neemt uw zorgen weg!

U overweegt een internationaal congres in Nederland te organiseren, maar wat nou als er minder deelnemers komen dan verwacht? En hoe gaat u de aanloopkosten financieren, als er nog geen inkomsten zijn vanuit de deelnemers of sponsors?

Het Voorfinancierings- & Garantiefonds biedt uitkomst. Opgericht door het Ministerie van Economische Zaken en het Nederlandse Bureau voor Toerisme & Congressen, kent het VGF twee regelingen die bijdragen aan het minimaliseren van deze risico's:

Via de Voorfinancieringsregeling kunt u geheel gratis en rentevrij tot maximaal € 90.000,- lenen om uw opstartkosten te financieren!

Via de Garantstellingsregeling verzekert u uw congres tot maximaal € 90.000,- tegen een negatief resultaat dat ontstaan is door tegenvallende deelnemersaantallen!

Kijk op www.vgfholland.nl en ontdek hoe onze non-profit stichting er mede voor zorgt dat u een uitermate geslaagd en financieel gezond congres in Nederland kunt organiseren!

Wij staan u graag persoonlijk te woord op 070 – 370 57 05 of via info@vgfholland.nl



Voorfinancierings-
& Garantiefonds

WWW.VGFHOLLAND.NL



Panasonic



DE COMPACTE LASERPROJECTOR VOOR CONFERENTIES, EVENTS & TENTOONSTELLINGEN

PANASONIC PT-RZ970 SERIES

- 10,000 lm*1 helderheid
- Compact en lichtgewicht design
- Geometric adjustment
- Dynamic Light Control (10.000:1)
- 20.000 uur onderhoudsvrij
- 1-chip DLP & Solid Shine lasertechnologie

Uw distributeur:

output

Professional audio, video & lighting

De Meerheuvel 10
5221 EA 's-Hertogenbosch
Tel: +31 (0)73 639 2600
Fax: +31 (0)73 639 2601
info@outputnl.com

www.outputnl.com