



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

