

Meeting

Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 14 - nr 1 - Meetingmagazine.nl

Carlton President

Klaar voor de gast van de toekomst

Terugblik ISE 2018 - Woerden geeft je de ruimte - EMEC 2019: Nederland op zijn allerbest -
GDPR-compliant in zes stappen - Dit zijn de winnaars van de Nationale Meeting Award



Nr. 1

EXPOSITIEPANELEN EN POSTERBORDEN

CLICK® Panelen

Verkoop en verhuur

Wist u dat ABC Display dé producent is van de succesvolle Click® lichtgewicht panelen? De basis van het concept is: universeel tijdloos paneel, geen gereedschap nodig, licht van gewicht, compact te vervoeren en snel te plaatsen met multifunctionele opstellingen.

De toepassingen zijn eindeloos; poster- of pinpanelen, scheidingswanden, promoties, congressen, presswanden, exposities, tentoonstellingen, sponsorwanden en complete stands etc.

Wij leveren dit prachtige expositie- en presentatie-systemen in tal van uitvoeringen en afmetingen.

U kunt Click® bij ABC Display aanschaffen of huren, tevens verzorgen wij de grafische producties en monteren/demonteren de panelen op elke locatie binnen Europa.



**KEEP MOVING
YOUR BRAND!**



Dubbelzijdig inzetbaar



Landscape & Portrait inzetbaar



Montage zonder gereedschap



Panelen zijn te koppelen en zelfstandig inzetbaar



Bevestiging met: Pushpins, Ritssluitband of schilderijstaken.

LET'S MEET!

WIJ ZIJN EDEN

Maar genoeg over ons. Hoe is het met jou en waar heb jij behoefte aan? We beseffen dat jouw behoeften anders zijn dan die van anderen. We bieden dan ook een grote variëteit aan zakelijke faciliteiten. Even snel een werkplek nodig in een gezellige sfeer of een meeting room voor 100+ personen, laat het ons weten en we zullen je niet teleurstellen.

Kijk gerust even rond op: www.edenhotels.nl/nl/zakelijk of via onze social media kanalen, want we hebben best veel te bieden.

*Individual hotels,
collective memories*

www.edenhotels.nl/nl/zakelijk



Eden Hotels



#outofoffice

Soms gebeuren dingen die goed zijn voor je bedrijf
juist buiten je bedrijf.



Wij geloven dat een inspirerende omgeving het beste in je naar boven brengt. Bij Bilderberg ervar je de rust van de natuur of juist de energie van de stad. Vind de focus die je nodig hebt, of de bijzondere ontmoeting die je verder brengt. Met aandacht bieden wij de inspiratie om samen te werken, patronen te doorbreken of een sterke toekomst te ontwikkelen op 17 bijzondere meeting locaties.



B I L D E R B E R G

bilderberg.nl/meetings

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





Combineren

Het MICE-seizoen is weer in volle gang. Dat merk ik onder andere aan de hoeveelheid persberichten over geslaagde bijeenkomsten en uitnodigingen die binnenstromen. De professionals in de branche staan duidelijk in de startblokken om ook dit jaar weer bijzondere bijeenkomsten te organiseren.

EventSummit was wat mij betreft een prima aftrap. Net als voorgaande jaren was de sfeer goed, waren de bezoekers geïnteresseerd en de combinatie van een beurs met een congres en diverse seminars zorgde voor de perfecte gelegenheid om kennis te delen en te netwerken. Volgens het onderzoeksrapport van CLC-VECTA en NHTV is dit ook waar vakbeurzen in de toekomst op in zouden moeten spelen. Kennis delen kan online, maar elkaar treffen doe je offline. De combinatie biedt meerwaarde voor de bezoekers.

Ondertussen blijven de deadlines en eigen verplichtingen gewoon doorlopen. Tijdens het schrijven van dit voorwoord zijn we druk bezig met de voorbereidingen voor de derde uitreiking van de Nationale Meeting Award in Mariënhof te Amersfoort. Op 12 maart maken we daar bekend welke vijf winnaars met de trofee naar huis mogen. Ook bij deze uitreiking hebben we gekozen voor de koppeling aan een kennisevenement, en natuurlijk de mogelijkheid om na de bekendmaking nog na te praten tijdens de borrel.

Natuurlijk moet de naamsbekendheid van zo'n verkiezing nog verder groeien en komen er elk jaar verbeterpunten aan het licht, maar het is geweldig om te zien hoe enthousiast de finalisten zich op de strijd storten, hoe serieus en professioneel de juryleden hun oordeel vellen en hoe partners zoals MeetingReview, Vergaderhamers en CLC-VECTA de verkiezing ondersteunen. Namens team Meeting Magazine maak ik nu al van de gelegenheid gebruik om alle betrokken partijen de bedanken voor hun inzet en de winnaars te feliciteren met hun overwinning!

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest
Hoofdredacteur Meeting Magazine
sofie@vanmunstermedia.nl

10 Coverstory Carlton President: klaar voor de gast van de toekomst

De MICE-branche laat zich bij de selectie van een externe locatie steeds meer leiden door beleving en een bijzonder verhaal. Dit uitgangspunt vormde de basis voor het nieuwe concept van Carlton President. De gast heeft hier keuze uit diverse inspirerende zalen die elk een eigen sfeer en functie hebben.

18 Terugblik: ISE 2018

De grootste en drukste Integrated Systems Europe in zijn 15-jarige geschiedenis trok recordaantallen exposanten en bezoekers uit de hele wereld. In vijftien hallen van de RAI in Amsterdam trokken in totaal meer dan 80.000 bezoekers voorbij aan de bijna 1300 exposanten. Ze zagen er veel nieuws op het gebied van AV- en multimediatoepassingen.

39 Woerden geeft je de ruimte

Woerden staat al jaren op de kaart als populaire toeristische bestemming. De locaties in en om Woerden die zich op de MICE-markt richten, zagen de resultaten die Woerden Marketing met haar inspanningen wist te behalen voor de leisuremarkt en willen nu ook de zakelijke gast naar Woerden halen.

46 Verrassen en verwachtingen overtreffen

In 2018 zijn alle ogen op Leeuwarden en Friesland gericht. In het kader van de titel Culturele Hoofdstad van Europa zullen er dit jaar in Friesland diverse culturele producties, projecten en evenementen worden georganiseerd. Dankzij deze titel heeft niet alleen de leisuremarkt haar vizier op Friesland gericht; ook associaties en het bedrijfsleven reizen af naar het noorden.

52 Nederland op zijn allerbest

De Nederlandse MICE-branche laat zich kenmerken door creativiteit en innovatie. Dat je daar ver mee kan komen, blijkt uit het feit dat MPI Nederland het jaarlijkse Europese MPI-congres in 2019 niet alleen mag hosten, maar ook geheel in eigen beheer mag organiseren.

77 Dit zijn de winnaars

Na het verzamelen van genoeg reviews, het invullen van een uitgebreide vragenlijst en het overtuigen van de jury, zijn de winnaars van de Nationale Meeting Award 2018 bekend. Op maandag 12 maart mochten vijf locaties de award in ontvangst nemen.

“We willen met EMEC 2019 een visitekaartje afgeven en laten zien waarom Nederland een uitstekend congresland is.”

Gijs Verbeek, pagina 52

8
>



Jaargang 14, nummer 1
www.meetingmagazine.nl



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, Wouter Olland,
Nathalie Unger-Woolley, Hans Ebersson, Teun van Thiel

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
Carlton President

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: 74



86 Lang zal ze Live

Vijftien jaar geleden werd IDEA opgericht als branchevereniging voor onafhankelijke eventorganisatoren. Met de pay-off 'Lang zal ze Live' staat het bestuur dit jaar uitgebreid stil bij het jubileum en de ontwikkelingen binnen het vakgebied.

Verder in deze editie

- 24 Social media anno 2018
- 28 Eden Hotels
- 30 Storytelling: verhalen vertellen is van alle tijden
- 34 Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent
- 36 KNVB Campus
- 51 Papendal
- 56 ABC Display
- 58 Sandton Hotel Eindhoven City Centre
- 60 Bilderberg Hotel De Keizerskroon
- 62 GDPR-compliant in zes stappen
- 70 Over technologische gastvrijheid
- 80 Terugblik EventSummit
- 82 Event uitgelicht: opening Musis
- 90 Het Sprekershuys

In elke editie

- 17 Column Nathalie Unger-Woolley - MPI
- 33 Column Ingrid Rip - RREM
- 38 Goodies - Samira Salman
- 45 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 55 Column Pieter Aalbers - The Attention Group
- 69 Column Ton Soons - Vergaderhamers
- 74 Hotelrecensie: Hotel FRANQ, Antwerpen
- 85 Column Wouter Olland - OMS
- 92 CLC-VECTA



Carlton President

Klaar voor de gast van de toekomst

De MICE-branche laat zich bij de selectie van een externe locatie steeds meer leiden door beleving en een bijzonder verhaal. Dit uitgangspunt vormde de basis voor het nieuwe concept van Carlton President. De gast heeft hier keuze uit diverse inspirerende zalen die elk een eigen sfeer en functie hebben.

Fotografie Marcel Krijgsman

Carlton President werd in 1987 geopend als zakenhotel, met een uitstekende bereikbaarheid aan de A2. Inmiddels eist de markt dat een hotel meer biedt dan enkel een plek om te werken en te verblijven. "Wij geloven erin dat gasten behoefte hebben aan een levendige, prikkelende en dynamische omgeving, waar

Carlton President en mvo

Aansluitend op de propositie Healthy Urban Living van Utrecht Marketing, dat onder andere de kernwoorden groen, gezond en slim omvat, hanteert Carlton President een doordacht mvo-beleid dat ook duidelijk naar voren komt in het food & beverage concept. Blikman: "Natuurlijk kun je bij ons genieten van een broodje kroket, maar we leggen wel bewust de nadruk op licht verteerbare, koolhydraatarme en vegetarische gerechten gemaakt van verse ingrediënten van lokale leveranciers. Onze salades kun je als lunch- of hoofdgerecht bestellen en als vier uurtje bieden we als gezond alternatief bijvoorbeeld cruditées gemaakt van groenten van de lokale boer met zelfgemaakte hummus. Ook maken we onze eigen ontbijtkoek en kun je je eigen jus d'orange persen. Verder zijn we in het bezit van een bronzen Green Key en groeien we door naar goud."

zij het beste uit zichzelf kunnen halen", vertelt general manager Bart Blikman. Om aan deze ontwikkelingen in de markt te kunnen voldoen, zal Carlton President gefaseerd een complete metamorfose ondergaan waarbij het concept Urban Nature centraal staat. Dit voeren we niet alleen door in onze kamers en zalen, maar behelst het

gehele bedrijf, wie we zijn en hoe we ons gedragen.”

Aan de ontwikkeling van dit nieuwe concept ging een uitgebreid onderzoek vooraf. “We hebben onder andere een uitgebreid trendonderzoek gedaan en stakeholders gevraagd wat zij belangrijk vinden”, licht sales & marketingmanager Vera de Haan toe. “Ook hebben we in een vroeg stadium met meeting- en eventplanners en prospects gespard over onze visie en ideeën. Uit de resultaten bleek dat gasten behoefte hebben aan een bijzondere en creatieve omgeving. Dat is ook de trigger voor mensen om niet in hun eigen vergaderzaal samen te komen, maar juist een externe locatie op te zoeken.”

URBAN NATURE

Met de vertaling van deze visie naar een concept komt Carlton President tegemoet aan deze wensen. Blickman: “In het Carlton President kijken we met een vernieuwende, frisse blik naar werken (en verblijven), waarbij plezier voorop staat. Bij ons ervaar je geen strak afstandelijk keurslijf, maar heerst er een vrije, optimistische

en levendige vibe, waarin echte oprechte aandacht is voor jouw behoeften, zodat je kunt ontspannen en er ruimte ontstaat voor persoonlijke groei. Ons hotel ligt aan de rand van een groot bedrijventerrein en de A2 en vlakbij het centrum van Utrecht, maar ook in de buurt van het Groene Hart en de Vechtstreek. Je kunt hier je eigen, unieke hutje op de hei creëren, weg uit je eigen omgeving maar zonder ver te hoeven reizen. Door verrassende combinaties en concepten (bijvoorbeeld work vs. play, public vs. private, urban vs. nature en op food- en tech- gebied) en een inspirerend interieur, wordt het hotel een bijzondere plek om te verblijven, over te praten en met plezier naar terug te keren.”

VRIJHEID

De medewerkers van het hotel spelen eveneens een belangrijke rol bij het creëren van deze omgeving. De Haan: “Als je plezier hebt in je werk, straalt dat uit naar de gasten en creëer je een positieve sfeer. Onze medewerkers krijgen veel ruimte voor persoonlijke groei en worden gestimuleerd om de vrijheid binnen het

kader ten volle te benutten. Mede daardoor zijn zij heel ontvankelijk voor subtiele signalen en anticiperen zij daarop. Met details kun je het verschil maken.” “We leggen een stuk ondernemerschap bij hen neer”, vult Blickman aan. “Wanneer je je functie naar eigen inzicht kunt invullen, ben je meer jezelf en dan leg je juist een connectie, maak je wat los bij de gast. Die vrijheid en het plezier willen we ook meegeven aan onze gasten. Je kunt kiezen uit een brainstormzaal met loungebanken, plaatsnemen op de schommels in de congreszaal of brainstormen in de knalrode scrum ruimte in de Lounge. En wanneer je hier juist rustig door wilt werken, bijvoorbeeld op één van de werkplekken, heb je alle vrijheid om tussendoor even een uur te gaan sporten of ontspannen in het Leisure Centre. Je kunt hier doen wat je wil, wanneer je dat wil.”

EIGEN IDENTITEIT

De nieuwe zalen en hotelkamers zijn inmiddels opgeleverd en worden zeer goed ontvangen. Bij elke zaal is gekeken naar de functie en de bijeenkomsten die er worden georganiseerd en wat gasten



nodig hebben om hun doelstellingen te realiseren. “In plaats van onze negen zalen uniform in de markt te zetten, hebben we nu drie verschillende categorieën zalen die elk hun eigen identiteit hebben en de ideale zalen zijn voor de verschillende bijeenkomsten”, legt De Haan uit. “De drie brainstormzalen zijn individueel toegespitst op het doel van de bijeenkomst en hebben een eigen dynamiek. De Living is ingericht als een huiskamer, een open en toegankelijke ruimte waarin je wordt gestimuleerd om jezelf open te stellen. Je kunt plaatsnemen op de loungebank of de schommelstoel en gebruik maken van een groot whiteboard om je ideeën uit te kunnen schrijven. Wanneer deze zaal niet verhuurd is, staat de glazen deur open en kun je de ruimte als extra break-out ruimte gebruiken.” “In de blauwe boardroom Ocean staat technologie centraal”, vult Blikman aan. “Aan de speciaal ontworpen eikenhouten tafel kan een team hier juist wat meer de diepte in gaan en gebruik maken van een 65 inch scherm met touchscreenfunctie, videoconferencing-faciliteiten en digitale flip-overs om ter plekke online informatie te delen. In de Roots ga je juist terug naar de basis, waar je aan een grote ronde tafel plaatsneemt. De organische elementen in combinatie met de urban muur zorgen voor een spannend contrast.”

Dezelfde speelsheid komt terug in de 16 bij 16 meter vierkante congreszaal, uniek dankzij de afwezigheid van pilaren en een hoogte van zes meter. In het voorste deel van de zaal domineren de kleuren blauw en wit, achterin domineren groen en wit. Leuke accenten vormen de vlakken met geprepareerd mos aan de muur, de schommels en de speciaal ontworpen armaturen. De vijf training- en vergaderzalen zijn qua uitvoering wat rustiger gehouden, met afwisselend blauwe en witte vlakken op de muren. Blikman: “Dat past bij de functie van kennisoverdracht, al ontbreken ook hier de bijzondere elementen en details aan de muur niet.”

BOOST

Evenveel aandacht is besteed aan de break-out ruimtes in het hotel. De Haan licht toe: “Niemand zit van negen tot vijf in een zaal, daarom hebben we alle openbare ruimtes voorzien van allerlei soorten meubilair zoals intieme zitjes, tafels met barkrukken en loungebanken, zodat de gasten hier in kleine groepen aan de slag kunnen. Ook zijn er statafels aanwezig. Staand vergaderen is namelijk een belangrijke trend waar we op inspelen. Daarnaast is er in de Lounge bij de zalen nog een knalrode scrum ruimte





Over Carlton President

- 165 kamers
- Drie brainstormzalen
- Congreszaal (256 m²)
- Vijf training- & vergaderzalen (40 - 91 m²)
- Officiële seats2meet-locatie met diverse werkplekken
- Garden Brasserie
- Bar
- Leisure Centre met whirlpool, sauna, Turks stoombad, solarium, fitness en pool/biljart
- Gratis shuttle service vanaf station Maarssen en van en naar diverse kantoorgebieden
- Uitstekend bereikbaar per auto (vlakbij A2) en openbaar vervoer
- Eigen gratis parkeerplaats, inclusief oplaadpalen voor elektrische auto's



gerealiseerd waar je discussiepunten kunt aanvliegen om tot een doorbraak te komen.”

De indeling van de kamers heeft net als die van de zalen speelse contrasten. Rondom het bed zorgen de kleuren groen en blauw voor rust, terwijl de andere zijde van de kamers juist een industriële look heeft dankzij de witte accenten, de speciaal ontworpen stellingkast en de witte lamp die mooi afsteken tegen het hout, de vloerbedekking en de accenten op de muren die in donkerbruin zijn uitgevoerd. De badkamers zijn in wit met zwarte voegen en accenten. Ook de vloerbedekking in de gang is speciaal voor het hotel ontworpen en heeft een industriële designlook.

INSPIRERENDE OMGEVING

Na de kamers en de zalen zal in de zomer van 2018 ook de begane grond met de lobby, bar en restaurant op de schop gaan. De Haan: “De lobby wordt een sociale ontmoetingsplek met losse receptiedesks voor meer interactie met de gast. De bar gaat plaatsmaken voor een extra ontvangstruimte. Het restaurant met open keuken, de nieuwe bar en de serre vormen straks één toegankelijke ruimte, maar krijgen door middel van kleur- en materiaalgebruik elk een eigen sfeer. Gasten kunnen kiezen of zij plaatsnemen op de loungebanken met een open haard, aan de hoge tafels met hoge stoelen of toch liever een plekje aan de gezellige bar.” Om gasten van een goede maaltijd te kunnen blijven

voorzien, zal er in juli en augustus buiten een pop-up barbecuerestaurant worden gerund.

Blikman: “We zijn klaar voor de gast van de toekomst. Ook blijven we als partner van Utrecht Convention Bureau actief samenwerken met andere partijen in de regio om de positie van bestemming Utrecht op de internationale kaart te verstevigen. Met het nieuwe Carlton President sluiten we aan bij de kernwaarden Healthy Urban Living van Utrecht Marketing en krijgen de spelers in de MICE-markt hier alle ruimte om in een inspirerende omgeving hun doelstellingen te realiseren.”

www.carlton.nl/president-hotel-utrecht

Meet in Brabant

Business Brains & Hospitality Heart

Brabant biedt een brede diversiteit aan fraaie locaties voor uw zakelijke bijeenkomst, van klein tot groot, van urban tot historisch. Maak kennis met onze typische gastvrijheid, het fundament onder de Brabantse verbeeldings- en innovatiekracht. VisitBrabant Convention Bureau helpt u bij het vinden van uw perfecte locatie(s), event services en unieke social tours: stap in de voetsporen van Vincent van Gogh, proef de magie van de Efteling of verdwaal in de Brabantse natuur. Wij helpen u graag verder.

www.visitbrabant.com/conventionbureau



VISIT
CONVENTION
BUREAU
BRABANT

www.visitbrabant.com/conventionbureau

+31 (0)13 3030390

conventionbureau@visitbrabant.com



Opening Music Meeting Lounge

Op 25 januari jl opende ondernemster Marianne Kuiper de deuren van de Music Meeting Lounge, een vergaderlocatie met een muzikale knipoog naar vervlogen tijden.

Het welkomstwoord was op deze bijzonder dag in handen van Gerard Garritsen, vader en managing director van Martin Garrix. Kuiper en Garritsen deelden met hun bedrijven het kantoorpand in het oude dorp van Amstelveen. Toen Martin Garrix BV uit zijn jasje begon te groeien en eind 2017 verhuisde, ontstond voor Kuiper de kans haar lang gekoesterde droom werkelijkheid te laten worden, het realiseren van een unieke vergaderruimte waarin de platencollectie die zij van haar vader erfde, een grote rol speelt. Een ode aan de muziek! Kuiper is de oprichtster van het succesvolle Efficient Hotel Partner. Met haar bevolgen team zoekt en boekt zij al twintig jaar hotel- en vergaderaccommodaties.

Kuiper: "Bedrijven kiezen er nog steeds voor ergens anders te vergaderen dan binnen de vier muren van het eigen kantoor. Vooral de vraag naar unieke, inspirerende vergaderruimten, die echt iets speciaals hebben, neemt toe. Met dat gegeven in het achterhoofd ben ik met de architect en de conceptontwikkelaar om de tafel gegaan. Wat wij bieden is een out-of-the-box locatie, die in alle gemakken voorziet, qua inrichting, dakterrassen, catering en akoestiek, maar waar men ook echt iets bijzonders mag verwachten aan sfeer en beleving." De slogan van de Music Meeting Lounge is het welbekende 'Don't you forget about me! (Simple Minds)'. Dit is een verwijzing naar het verrassende karakter van deze nieuwe locatie, en naar de platencollectie van de vader van Kuiper die in zijn laatste jaren aan Alzheimer leed. www.musicmeetinglounge.nl

Rotterdam Ahoy en Rotterdam Partners blikken terug op geslaagde Masterclass

Op 13 februari 2018 organiseerde Rotterdam Partners Convention Bureau 'Masterclass Rotterdam: een succesvol congres' tijdens de 45e editie van het ABN AMRO World Tennis Tournament in Rotterdam Ahoy. Mede dankzij de inspirerende sprekers, bevolgen Rotterdamse experts en enthousiaste deelnemers kan er teruggekeken worden op een mooie, inspirerende bijeenkomst. In totaal 85 genodigden waren aanwezig bij het jaarlijks georganiseerde congres. Rotterdam Partners organiseert de Masterclass voor iedereen die in het dagelijks leven geen congresorganisator is, maar als lid van een nationale of internationale vereniging wel een congres wil organiseren. Een van de sprekers was niemand minder dan Jan-Peter Balkenende. De setting van het bekende tennistoernooi in Ahoy sloot uitstekend aan bij het congres. Joyce Wittelaar van Rotterdam Partners: "Het was duidelijk een goede combinatie. De zalen en foyer waren verrassend ingericht en creëerden een sfeervolle setting waarbij de ruimte werd omgetoverd tot een gezellige huiskamer. Hierdoor ontstond een inspirerende omgeving voor de verschillende sessies en de netwerkmomenten. We hebben de namen van sessies tennismen meegegeven en na afloop kon men het toernooi bezoeken." Peter van der Veer, directeur van Rotterdam Ahoy, presenteerde tevens de plannen van het nieuwe congrescentrum, welke in 2020 geopend zal worden. Joyce Wittelaar: "Hoe Rotterdam Ahoy er dan uit zal zien wordt momenteel geschetst in artist impressions. Met de ervaring van de Masterclass Rotterdam heeft Rotterdam Ahoy echter bewezen dat ook toekomstige bijeenkomsten in het RACC kunnen vertrouwen op de persoonlijke aandacht en professionaliteit die men in de voorgaande 50 jaar heeft opgebouwd."



Vierde GCB Symposium over alle organisatorische ins & outs bij congressen en events

Office- en eventmanagers, (directie)secretarissen, duizendpoten en organisatietaalenten kunnen weer kennis en inspiratie opdoen én netwerken op 27 maart 2018. Dan vindt het vierde GCB-symposium plaats in MartiniPlaza met het thema What's New? Het Groningen Congres Bureau (GCB) pakt ook dit jaar weer uit met een grote belevingsbeurs waarbij veel bedrijven uit de eventbranche aanwezig zijn. Deze bruisende omgeving - met bijvoorbeeld vloggers, filmmakers en cateraars met proeverijen - is inmiddels een must geworden voor iedereen die weleens een bijeenkomst organiseert of wil gaan organiseren. Deelnemers kunnen ter plekke een keuze maken uit drie van de zeven workshops en er zijn rondleidingen door MartiniPlaza. Bijzonder zijn de workshops 'Etiquette next level' van Etiquette à la Carte & Beaumonde Hospitality en 'Duurzame verandering' van Adecco / Dare2Change. Tijdens de workshop van cateraar Dennis Cooking Place kan iedereen zijn of haar zelfgemaakte culinaire chocoladedessert proeven. Er zal veel te beleven zijn en alle deelnemers van dit symposium maken kans op mooie prijzen. Zoals twee tickets voor een vliegreis naar Kopenhagen, München of Brussel vanaf Groningen Airport Eelde. Daarnaast zijn er hotelovernachtingen te winnen. Om 16.30 uur start de prijsuitreiking, waarna de netwerkborrel begint. De leden van GRQ Business Network hebben dan hun ledenbijeenkomst afgesloten en zullen zich ook aansluiten bij de netwerkborrel van het GCB-Symposium. Meer informatie en aanmelden: deidealecongresstad.eu



KNVB | CAMPUS

De gloednieuwe KNVB Campus is dé 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 topsport omgeving 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!

Woudenbergseweg 56-58 T 0343 - 491 424
3707 HX Zeist

E info@knvbcampus.nl
I www.knvb.nl/campus



nice to meet!

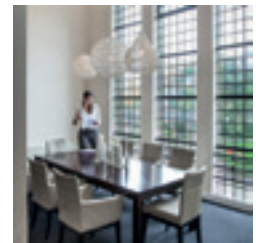
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

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 en voor Business Events.



Korting op onze arrangementen?

Kijk op woudschoten.nl voor de actuele kortingskalender



Woudenbergseweg 54 T 0343 - 492 492 E info@woudschoten.nl
3707 HX Zeist F 0343 - 492 444 I www.woudschoten.nl



Congres zoekt contact

Op dinsdag 20 maart zal het MPI Jaarcongres Contact plaatsvinden. Na CONCEPT, de geslaagde editie van 2017, zijn we als bestuur druk bezig geweest om het Europese congres binnen te halen. Om ondertussen de continuïteit te bewaren ben ik aangebleven als VP Annual Conference en mag ik nogmaals het MPI jaarcongres organiseren. Een mooie uitdaging.

Eerst een nieuw onderwerp, een mooi vervolg op de vorige edities, één met vele mogelijkheden. Zo kwamen we op Contact, een breed en interessant onderwerp. Om een mooie groep eventprofessionals te vinden die over de inhoud konden meedenken, werd er via de nieuwsbrief een eerste contactadvertentie geplaatst. Congres zoekt meedenkers. Hiermee was een mooi communicatiemiddel voor het congres Contact gevonden.

De tweede contactadvertentie: Congres zoekt Locatie werd op LinkedIn geplaatst. Ongeveer veertig locaties reageerden, een mooie score. Zo vonden wij onze perfect match: Worldhotel Wings Rotterdam The Hague Airport. Dat zoiets simpels als een contactadvertentie zulke goede resultaten kan opleveren.

De derde contactadvertentie: Congres zoekt Partners was dan ook snel bedacht, een matchmaking proces waar we nog steeds druk mee bezig zijn. Tijdens EventSummit werd de vierde contactadvertentie ingezet. Hiermee konden de bezoekers zelf een contactadvertentie plaatsen: Bezoeker zoekt contact. De advertenties die nog geen match hebben worden gedeeld, om zo alsnog een match te vinden.

De vijfde en tot nu toe laatste contactadvertentie: Deelnemer zoekt expert is een oproep aan de deelnemers om ons middels #MPIContact te laten weten wie ze graag als expert zien tijdens contact. Als een advertentie resulteert in een nieuwe expert voor het programma, maak je kans op een gratis ticket. Het zal zeker niet de laatste contactadvertentie zijn, dus houd ons in de gaten via de website www.mpicontact.nl en de social mediakanalen van MPI.

Zowel de sprekers als onze partners zijn zeer enthousiast en komen met aanvullende ideeën. Het programma, de locatie, de decoratie, de techniek en de catering zullen elkaar gaan versterken en onderling is er dan ook veel contact. Het is een uitdagende, maar vooral hele leuke taak die we met het hele team vol enthousiasme uitvoeren.

Contact is een congres dat je niet wilt missen. Je krijgt persoonlijke handvatten aangereikt, een beter inzicht in verbale en non-verbale communicatie en hoe jij dit persoonlijk direct kunt toepassen. Jullie, de deelnemers, zullen na het congres geïnspireerd en vol energie richting huis gaan. Vergeet je niet te laten weten welke expert jij wilt zien op Contact? Kijk voor meer informatie op www.mpicontact.nl.

Ik hoop je de 20e persoonlijk te mogen verwelkomen.

Nathalie Unger-Woolley

Eventmanager | Eventproducer UW Events
VP Annual Conference MPI



Terugblik:

ISE 2018

De grootste en drukste Integrated Systems Europe in zijn 15-jarige geschiedenis trok recordaantallen exposanten en bezoekers uit de hele wereld. In vijftien hallen van de RAI in Amsterdam trokken in totaal meer dan 80.000 bezoekers voorbij aan de bijna 1300 exposanten. Ze zagen er veel nieuws op het gebied van AV- en multimediatoeepassingen.

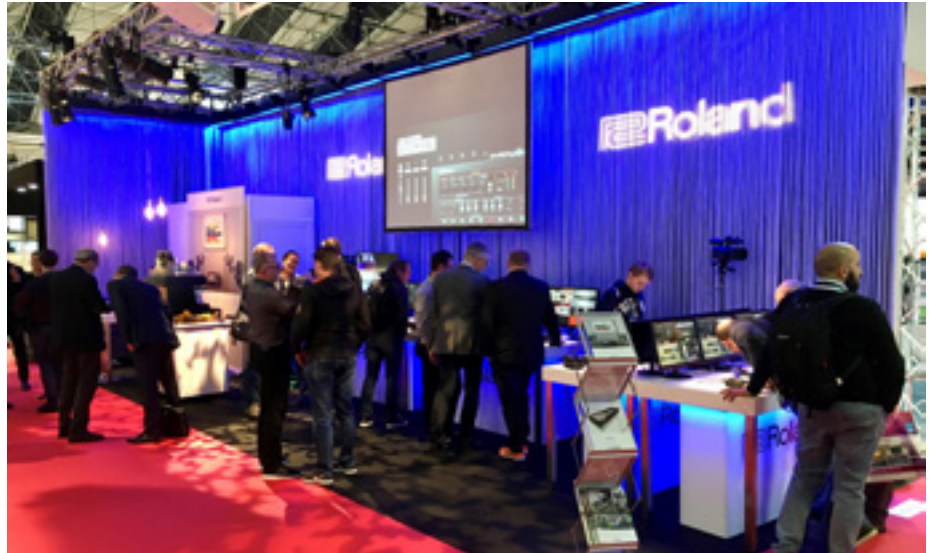
Van bezoekers en exposanten hoorden we op de beursvloer al positieve geluiden en ook bij de organisatie zelf waren ze heel blij met deze editie van ISE, blijkt uit de woorden van Mike Blackman (Managing Director van Integrated Systems Events): "Het was voor ons op alle fronten een geweldige beurs. Zowel de bezoekersaantallen als de waardering vanuit de exposanten was zeer hoog. Namens ISE wil ik dan ook alle aanwezigen, exposanten, partners en onze mede-eigenaren AVIXA en CEDIA bedankten. Deze combinatie heeft ISE gemaakt tot wat het nu is en maakt dat we jaar na jaar kunnen voortbouwen op onze successen."

AUDIO-TECHNICA / IEMKE ROOS AUDIO

Er was uiteraard weer meer dan genoeg te zien op al die stands in de RAI. Nieuwe producten en technologieën, maar soms was het nieuws ook van een andere aard. Bij Audio-Technica bijvoorbeeld, dat blij was aan te kondigen dat de naam van hun in Nederland gevestigde distributeur (Iemke Roos Audio) bij de aanvang van ISE is veranderd in 'Audio-Technica Benelux'. Iemke Roos Audio was al sinds 2014 onderdeel van de Audio-Technica Group en met de naamswijziging vergroot het Japanse bedrijf haar aanwezigheid binnen Europa. Audio-Technica Benelux is een toevoeging aan de al bestaande kantoren in Frankrijk, Duitsland, Spanje, Hongarije, Dubai en het Verenigd Koninkrijk. Robert Morgan-Males, Marketing Director van Audio-Technica Europe, toonde zich zeer tevreden: "Dit is het resultaat van een jarenlange samenwerking met Iemke Roos en ik verheug me erop om onze relatie met het Nederlandse en Belgische team verder te versterken." Gineke van Urk, Managing Director van Iemke Roos Audio, was al even blij: "Een nauwe samenwerking met Audio-Technica Europe heeft ons kansen gegeven om ons bedrijf en onze aanwezigheid in de markt te laten groeien door gebruik te maken van de kennis, ervaring en marketingmiddelen van het Audio-Technica Europe team. De verandering is ook positief voor de andere merken die wij al jarenlang in de Benelux vertegenwoordigen en ik kijk er naar uit om met het team verder te groeien in een voor Audio-Technica belangrijke markt."

ROLAND PROFESSIONAL AV

Roland Pro AV mocht tijdens ISE rekenen op een prima opkomst. “Inmiddels wordt Roland duidelijk herkend als een belangrijke speler op het gebied van professionele oplossingen voor (live) video-producties”, vertelt Kees Biemans, Sales Manager voor Roland Pro AV. “Populaire producten als de VR-50HD en V-800HD Multi-Format Video Switchers hebben in de afgelopen jaren een grote schare aan fans voor zich weten te winnen en hebben hun weg gevonden naar talloze AV-verhuurbedrijven, theaters en andere locaties waar men de behoefte heeft om een veelvoud van videoformaten op een efficiënte manier te laten samensmelten. Daarnaast zien we dat men vandaag de dag veelal zelf de regie in handen neemt bij streaming van audiovisuele content. Voorheen werd dit gedeelte van een productie vaak uitbesteed aan een externe partij. Met een AV Streaming Mixer als de VR-4HD en VR-50HD kan je dit tegenwoordig eenvoudig zelf doen. Het enige dat verder nodig is, zijn een computer en een stabiele (mobiele) internetverbinding”, verklaart hij verder. “Ook merken we nu dat het produceren in HD echt gemeengoed is geworden binnen de verhuurmarkt en dat verhuurbedrijven die zich voorheen enkel met audio bezighielden nu ook



live video toevoegen aan hun portfolio.” Verder is de Europese introductie van de XS-62S en V-60HD video switchers, die sinds eind februari leverbaar zijn, bijzonder goed ontvangen. Biemans: “Het is dan ook voor het eerst dat Roland een multi-format switcher van dit kaliber aan weet te bieden in de entry-level prijsklasse.”

SHURE

Op de stand van Shure waren onder andere nieuwe conference-oplossingen

te zien, zoals de IntelliMix P300 Audio Conferencing Processor. Dat is een nieuwe digitale signaalprocessor die vanaf nu overal leverbaar is. De P300 werd op ISE voor het eerst getoond en maakt gebruik van Shure IntelliMix DSP-algoritmes om de geluidskwaliteit tijdens videoconferenties aanzienlijk te verhogen; hij beschikt daarnaast over veel aansluitmogelijkheden en werkt bovendien naadloos samen met de AV-conferentiemicrofoonssystemen Microflex Advance en Microflex Wireless





van Shure. Uiteraard ook aanwezig: Axient Digital, hét vlaggenschip onder de draadloze systemen van Shure. Het bouwt voort op de successen van de draadloze systemen UHF-R, ULX-D en Axient en daarmee heeft Shure het meest geavanceerde draadloze platform weten te creëren dat ooit is ontwikkeld voor professionele geluidsoverdracht tijdens evenementen en voor zakelijke toepassingen. Gebruikers stellen steeds hogere eisen - vooral nu het beschikbare RF-spectrum steeds verder onder druk komt te staan - en daarom levert Axient Digital niet alleen zeer betrouwbare RF-prestaties, een uitzonderlijk hoge geluidskwaliteit en geavanceerde beheerfuncties, maar ook schaalbare hardware. Axient Digital omvat ontvangers die compatibel zijn met beide zenderlijnen van het systeem, de AD-serie en de ADX-serie. In combinatie met AD-zenders levert Axient Digital exceptioneel betrouwbare RF-prestaties met kraakheldere digitale geluidskwaliteit en flexibele netwerk mogelijkheden. Van

ADX-zenders benut Axient Digital tevens alle beschikbare ShowLink-functies voor real-time bediening op afstand van de zenderparameters en automatische interference detection en avoidance. De ADX-serie omvat bovendien de eerste micro-bodypackzender met zelftunende interne antenne. Deze is nog beter weg te werken en biedt extra draagcomfort aan de gebruikers.

ADAMSON

Adamson heeft op ISE twee nieuwe installatieboxen toegevoegd aan de reeds bestaande IS-serie installatieboxen. Deze point-source boxen zijn de IS10P en de IS7P. Beide boxen zijn uitgevoerd in een twee weg bi-amp uitvoering en hebben een dubbele kevlar speaker met in het midden een 1.4" driver met een 3" voice-coil. Deze zijn in beide gevallen gekoppeld aan een hoorn van 70x40 graden of 100x50 graden en zijn rotatable. De IS10P heeft twee 10" kevlar drivers die ook gebruikt worden in de reeds bekende

IS10 line array boxen. De IS7P heeft het kleinere broertje: twee stuks 7" kevlar speakers die ook gebruikt worden in de nieuwe IS7 line array. De IS10P point-source box kan gecombineerd worden met de reeds bekende IS119 baskast waarin een frontloaded 19" kevlar speaker gemonteerd is. De IS7P kan gecombineerd worden met de IS118 frontloaded 18" baskast waarin een 18" kevlar speaker gemonteerd is. Zowel voor de IS10P als de IS7P is een uitgebreid assortiment aan vliegmaterialen beschikbaar. Hierdoor zijn de boxen zowel enkel als dubbel recht-opstaand te monteren als ook enkel of dubbel liggend. Deze twee nieuwe point-source boxen zijn medio juli leverbaar.

DATAVIDEO

Datavideo presenteerde op ISE een volledige oplossing die camera's, switcher, opname en streaming encoder combineert. De HS-1600T is een compacte mobiele studio die in te klappen is tot het formaat van een koffertje. Door middel van HDBaseT



connectiviteit is het installeren en in gebruik nemen van de studio met camera's een fluitje van een cent. HDBaseT zorgt er namelijk voor dat zowel de voedingsspanning voor de camera's, het besturingssignaal en het (1080p) camera'signaal over een enkele netwerkkabel loopt. Hierdoor is het opzetten van de productieomgeving een kwestie van minuten en bespaar je jezelf een hoop moeite met verlengsnoeren en spanningsverdelers. Deze set is uit te breiden tot drie camera's en een HDMI-bron van bijvoorbeeld een laptop. De eenvoudige camerabesturing zorgt er voor dat iedereen met deze oplossing kan werken. Ook ingebouwd is een streaming encoder

waarmee je binnen enkele seconden live bent op Youtube of Facebook Live. Via een SD kaartje kun je eenvoudig opnamen maken.

Datavideo is producent van een breed scala streamingoplossingen. Deze variëren van streaming encoders die een H.264 stream naar bijvoorbeeld Facebook Live of YouTube kunnen sturen. Interessanter wordt het met de softwareoplossing DVS-200. Deze softwareoplossing draait op een server en kan verschillende H.264 streams ontvangen. Deze streams kunnen vervolgens naar een streamingplatform zoals Youtube worden gestuurd, maar ook

gelijktijdig naar Facebook Live. Met DVS-200 haal je een geavanceerd streamingplatform in huis, en het is ook nog eens gemakkelijk te bedienen. Datavideo produceert tevens hardware decoders. Deze decoders zijn in staat streams te decoderen (direct) vanaf YouTube of vanuit DVS-200. Hiermee kun je, in combinatie met de IR remote, een IPTV-netwerk opzetten waarbij de hardware decoder als set-top-box wordt gebruikt.

AUVICOM

Bij Auvicom repte men tijdens ISE onder andere over het jongste product van streamingspecialist Epiphany, de Mini Pearl. Het is een instapmodel dat klein is in omvang, maar groots qua functionaliteiten. Ontwerp zelf je aangepaste lay-out inclusief beeld-in-beeld en afbeeldingsoverlays. Hij beschikt over een drag-and-drop editor en is compatible met HDMI-, SDI- en DVI-bronnen. Signaalvormers of scalers zijn niet nodig. Gelijktijdig live streamen naar YouTube, Facebook of andere content delivery netwerken is mogelijk. Ook de moeite waard volgens Auvicom: de Huddle van I3-technologies, een betaalbare plug and play collaboration monitor voor vergaderzalen. Aansluiten en starten is het principe. Het is een intuïtieve totaaloplossing die presentaties, opleidingen en vergaderingen kinderspel maakt. Via een optionele button krijg je ook direct toegang tot Skype, Excel, PowerPoint en je webbrowser.

SENNHEISER

Op de stand van Sennheiser draaide het dit jaar om een 'Digitale Workflow' en exclusieve geluidsbelevingen. Bezoekers konden verschillende productoplossingen live ervaren in twee 'Experience Areas'. In de Live Demo Room, die was ingericht als vergaderruimte, werd tijdens uiteenlopende vergadersituaties gedemonstreerd wat de kwaliteit is van producten zoals TeamConnect Ceiling of TeamConnect Wireless. Daarnaast konden bezoekers de TeamConnect Ceiling-microfoon zelf ervaren in de Virtual Reality Experience. Daarnaast konden ze in de Speaker's Corner boeiende presentaties bijwonen over de nieuwste technologieën en innovaties. Ook was het hier mogelijk om de SpeechLine Digital Wireless-microfoon te testen en meer te leren over de diverse manieren waarop de Sennheiser Control Cockpit gebruikt kan worden.





PANASONIC

Bij Panasonic keken bezoekers de ogen uit bij de bijzondere oplossingen die gedemonstreerd werden. Met een indrukwekkende show waarin live artiesten werden getransformeerd in gesynchroniseerde geanimeerde projecties, werd de toekomst van live entertainment getoond. Voor deze spectaculaire show werden professionele 4K-camera's, geautomatiseerde systemen, roboticsystemen, laserprojectoren met hoge helderheid, 3D-mappingeffecten en de meest geavanceerde projectietechnologieën gebruikt, allemaal van Panasonic zelf.

AUDIO XL

Bij Audio XL was natuurlijk de op CUE 2018 gepresenteerde Soundcraft Vi-1000 te zien, maar er was veel meer nieuws te bewonderen. De JBL Professional 3 Series MKII Speakers bijvoorbeeld, compacte powered studio monitors die de legendarische JBL-prestaties mogelijk maken in elke studio. Met gepatenteerde technologieën

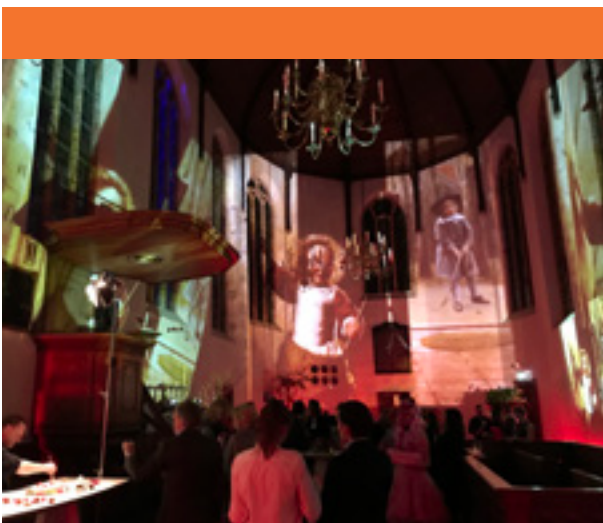
afgeleid van de JBL 7 Series en M2 Master Reference Monitors en met een slank, modern ontwerp, levert de nieuwe generatie JBL 3-Serie verbluffende prestaties en een nog betere mixervaring tegen een betaalbare prijs. Ook de JBL Professional SoundBar 1 was aanwezig. Het is een kosteneffectieve soundbar die is ontworpen om de geluidskwaliteit te verbeteren en de complexiteit te verminderen in hotelkamers en cruiseschepen. De PSB-1 biedt en vol geluid zonder de noodzaak van een aparte subwoofer en ondersteunt zowel vast als variabel bronvolume voor maximale tv-compatibiliteit.

Harman Pro introduceerde verder de nieuwe JBL Professional VLA Compact Series line array oplossing op ISE. De nieuwe VLA Compact-serie biedt dezelfde prestaties als de long-throw arrays van de VLA-serie in een compactere en weerbestendige vorm voor permanente buiteninstallatietoepassingen die een gelijkmatige dekking, hoge verstaanbaarheid en

hoge geluidsniveaus vereisen zoals kleine tot middelgrote stadions, arena's en de grotere zalen.

Tot slot lichten we de BSS DCP-555 Conference Processor uit. Een digitale VOIP-conferentieprocessor met de superieure geluidskwaliteit en geavanceerde mogelijkheden van BSS, die speciaal is ontworpen voor web- en audioconferenties in vergader ruimten. De DCP-555 is uitgerust met een scala aan I / O zoals AES67, BLU link, USB, 16 x 8 analoge audio, GPIO en biedt geautomatiseerde mix van microfoons, pc-audio en andere audiobronnen, met akoestische echo-onderdrukking. De configuratie wordt zeer eenvoudig uitgevoerd vanaf elk apparaat binnen hetzelfde netwerk door middel van een template-based web interface.

De volgende editie van Integrated Systems Europe vindt plaats van 5 t/m 8 februari 2019.



Museum Prinsenhof Delft maakt gasten het hof

Verleiden is een kunst! Museum Prinsenhof Delft en zijn partners hebben in februari laten zien dat zij deze kunst machtig zijn. Tijdens het event 'Hofmakerij – De kunst van verleiden' werden bijna 100 eventmanagers geïnspireerd en verrast door de nieuwste mogelijkheden in het museum voor meetings en events. Samen met de preferred partners Improve, Van der Linde Catering + Evenementen, Van der Maarel Eventstyling en Aanmelder.nl heeft het museum groots uitgepakt. De boodschap was duidelijk: verwonder, proef en ontmoet! Om de beleving compleet te maken was aan alle zintuigen gedacht, zodat de gasten kennis konden maken met de vele facetten van verleiden en innovatieve vormen van presentatie, decoratie en catering. De eventmanagers werden op reis genomen langs de verschillende zalen van het museum en hebben ervaren dat er zoveel meer mogelijk is met inrichting, licht, geluid en presentatievormen dan vaak wordt aangomen. De historische binnen- én buitenruimtes van Museum Prinsenhof Delft werden steeds weer op een verrassende wijze gepresenteerd. Gedurende de reis werden de gasten verleid Museum Prinsenhof Delft in het hart te sluiten, maar ook om in eigen evenementen nieuwe vormen toe te passen en los te komen van het traditionele denken hierover. Op grote schermen presenteerde het museum tal van mogelijkheden voor evenementen, sfeer, stijlen, formats en projectievormen. De samenwerkende partners liepen rond om hierbij tekst en uitleg te geven en de bezoekers zodoende te voeden met nieuwe ideeën en gedachten. Stijlen die men niet eerder overwogen of gezien had, bleken uitstekend te passen in zowel klassieke als innovatieve concepten. De blik van de eventmanagers werd verruimd met inspirerende voorbeelden. "Zo kan het dus ook!", werd gedurende de avond meerdere malen door de gasten uitgesproken.

Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent wint Duurzaamheidsprijs Nijmegen Green Capital 2018

Het door Wiegerinck ontworpen Van der Valk Hotel in Nijmegen-Lent is onderscheiden met de Duurzaamheidsprijs Nijmegen Green Capital 2018. Het Architectuurcentrum Nijmegen heeft de Duurzaamheidsprijs in het leven geroepen in het jaar waarin Nijmegen de titel 'Green Capital of Europe' draagt om de aandacht te vestigen op bijzondere duurzaamheidsprestaties. De jury roemt in het bijzonder de opdrachtgever en noemt het hoopgevend dat Van der Valk heeft gekozen voor een echte identiteitswijziging: "Dat duurzaamheid hier als uitgangspunt is genomen voor een commercieel hotelbedrijf is erg bijzonder. Zeker, omdat het hotel dit niet per se nodig heeft om zich te onderscheiden in de markt. De jury hoopt dat in de familie en breder in de hotelbranche hierdoor duurzaam (en circulair) bouwen de norm wordt." Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent is één van de duurzaamste hotels in Nederland, hetgeen mede tot uiting komt door het behalen van het BREEAM Excellent en Green Globe certificaat. De basis van deze duurzaamheid wordt gevormd door een gebouwschil met een hoge energetische waarde door onder andere een hoge luchtdichtheid, zonwerend glas en een hoge isolatiewaarde. De energie die vervolgens nodig is om bijvoorbeeld het gebouw te verwarmen wordt middels een warmtepomp zo duurzaam mogelijk opgewekt. Familie Van der Valk heeft daarnaast ook maatregelen genomen ter ondersteuning van de lokale ecologie. Er is een bijenhotel gerealiseerd, 20 nestkasten voor gierzwaluwen en een nestkast voor vleermuizen. Ook de externe verlichting is qua sterkte afgestemd op een zo minimale omgevingsvervuiling. Uiteraard is de gehele verlichting van het hotel uitgevoerd in LED.

Het Spaansche Hof heropent na restyling als trouw- en congreslocatie

Het Spaansche Hof in Den Haag heeft een grondige restauratie en restyling ondergaan. Op 8 februari is het monumentale stadspaleis heropend tijdens een open dag. De locatie is beschikbaar voor huwelijken en zakelijke bijeenkomsten zoals congressen, vergaderingen, trainingen, recepties en diners. Met tien stijlvol ingerichte, multifunctionele zalen en een riante binnentuin is er ruimte voor gezelschappen van 50 tot 400 personen. Het Spaansche Hof ligt aan het Westeinde, één van de oudste straten van Den Haag. Recent onderging Het Spaansche Hof een grondige restauratie en restyling. Dat gebeurde met oog voor de authentieke details, zoals het rococo-plafond in de Salle à manger, de vergulde ornamenten in de Balzaal en de 18de eeuwse Murano-kroonluchter in de Ontvangstzaal. De locatie heeft haar historische, koninklijke grandeur weer terug. Tegelijkertijd zijn er moderne faciliteiten toegevoegd en het interieur gerestylet. Het Spaansche Hof is één van de oudste trouw- en congreslocaties van Nederland. Het werd gebouwd in 1469 door Gerrit van Assendelft, de raadsman van Keizer Maximiliaan. Door de jaren heen woonden diverse hoogwaardigheidsbekleders in de statige woning, waaronder raadpensionaris Johan de Witt. In de 17e eeuw zagen de Spanjaarden de locatie als dé ideale plek voor hun ambassade. Ze verbouwden het tot een stadspaleis met een koninklijke uitstraling: Het Spaansche Hof. hetspaanschehof.nl



PERCENTAGE DAGELIJKS GEBRUIK SOCIAL MEDIA PER LEEFTIJDSCATEGORIE

	15-19	20-39	40-64	65-79	80+
WhatsApp	88%	78%	59%	34%	13%
Facebook	43%	67%	55%	45%	28%
YouTube	51%	24%	10%	5%	2%
LinkedIn	1%	5%	5%	1%	2%
Instagram	50%	27%	8%	1%	2%
Twitter	9%	10%	8%	3%	5%
Pinterest	4%	6%	4%	3%	2%
Snapchat	55%	16%	2%	0%	1%

Opmars WhatsApp en Instagram

Het gebruik van WhatsApp en Instagram groeit in bijna alle leeftijdscategorieën het hardst. In de leeftijdscategorieën 15 tot 19 jaar en 20 tot 39 jaar heeft een zeer grote meerderheid WhatsApp op de smartphone staan. Het dagelijks gebruik van deze applicatie ligt iets lager, maar is met respectievelijk 88 procent (15 tot 19) en 78 procent (20 tot 39) in 2018 nog steeds erg hoog. Opvallend is het verschil tussen het totale gebruik en het dagelijks gebruik bij de leeftijdscategorieën 40 tot 79, 65 tot 79 en 80+. Deze doelgroepen lijken met hun tijd mee te gaan, maar geven wat betreft dagelijkse digitale communicatie toch de voorkeur aan andere middelen.

Ranking platformen naar aantal gebruikers

Platform	Aantal gebruikers	Waarvan dagelijks
WhatsApp	11,5 miljoen	8,3 miljoen
Facebook	10,8 miljoen	7,6 miljoen
YouTube	8,0 miljoen	2,2 miljoen
LinkedIn	4,4 miljoen	0,5 miljoen
Instagram	4,1 miljoen	2,1 miljoen
Pinterest	3,0 miljoen	587.000
Twitter	2,8 miljoen	1,0 miljoen
Snapchat	2,4 miljoen	1,3 miljoen
Tumblr	0,4 miljoen	137.000
WeChat	0,2 miljoen	106.000
Foursquare	0,2 miljoen	68.000

Facebook loopt terug

Uit het onderzoek blijkt dat Facebook de snelste daler onder de social media platformen is. Die daling is met name te zien bij jongeren tussen de 15 en 19 jaar. In 2017 zat 80 procent van deze leeftijdscategorie nog op Facebook. Dit jaar heeft 72 procent een account. Het gebruik van Facebook blijft bij volwassenen tussen de 20 en 39 hetzelfde (89 procent in 2017 en 2018). De enige groep bij wie het gebruik iets toenam, is de leeftijdscategorie tussen 65 en 79. De daling is nog groter bij het dagelijks gebruik van Facebook. Newcom verwacht dat deze daling verder door zal zetten.

6.783 Nederlanders van 15 jaar en ouder namen deel aan het Nationale Social Media Onderzoek. Binnen het onderzoek is met name gekeken naar welke platformen de respondenten op dit moment gebruiken, met welke frequentie zij dit doen en hoe populair deze platformen (nog) zijn. Als eerste is gekeken naar de populariteit van de verschillende social media. WhatsApp blijkt met 11,5 miljoen gebruikers het grootste sociale platform. Facebook staat met 10,8 miljoen gebruikers op de tweede

plaats. Hekensluis is Foursquare met 0,2 miljoen gebruikers.

FACEBOOK LOOPT TERUG

Uit het onderzoek blijkt dat Facebook de snelste daler onder de social media platformen is. Die daling is met name te zien bij jongeren tussen de 15 en 19 jaar. In 2017 zat 80 procent van deze leeftijdscategorie nog op Facebook. Dit jaar heeft 72 procent een account. Het gebruik van Facebook blijft bij volwassenen tussen de 20 en 39

hetzelfde (89 procent in 2017 en 2018). De enige groep bij wie het gebruik iets toenam, is de leeftijdscategorie tussen 65 en 79. De daling is nog groter bij het dagelijks gebruik van Facebook. Newcom verwacht dat deze daling verder door zal zetten.

PRIVACY

Ondanks het feit dat we graag van deze online platformen gebruikmaken, is het vertrouwen in social media is nog altijd laag. De zorgen rondom privacy en het

Populariteit Facebook

	Totale gebruik 2017	Totale gebruik 2018	Dagelijks gebruik 2017	Dagelijks gebruik 2018
15-19	80%	72%	54%	43%
20-39	89%	89%	70%	67%
40-64	77%	77%	55%	55%
65-79	68%	69%	44%	45%
80+	61%	58%	32%	28%

Ondanks het dalend aantal gebruikers, is Facebook nog altijd het tweede grootste platform wat betreft het totale gebruik. Na WhatsApp heeft Facebook de sterkste positie in de leeftijdscategorieën 20 jaar en ouder. In de categorie 80+ is Facebook zelfs populairder dan WhatsApp.

ECC LEIDEN
EVENT & CONVENTION CENTER



PARKEREN
400



CONGRESSEN EN EVENEMENTEN

Onze 'black-box' (2700 m²) biedt alle ruimte voor uw unieke evenement, bedrijfsfeest, (dance-)feest, product-presentatie of receptie. Met ruime parkeergelegenheid voor de deur en 200 hotelkamers.

**Een totaalconcept
onder één dak!**



2700 m²
BLACKBOX



CENTRAAL
RANDSTAD



ECC Leiden
Haage Schouwweg 10
2332 KG Leiden
Nederland

+31 (0)71 53 55 523
info@eccleiden.com
ECCLEIDEN.COM



HOTELKAMERS
200



SNELWEG
A44



**Rent
Around.nl**

*Dé online showroom en kassa van
elke AV Verhuurder*

**MÉÉR DAN 25.000
PRODUCTEN OP**

**RENT
AROUND!**

T 055 - 3125450 - E INFO@RENTAROUND.NL
WWW.RENTAROUND.NL

hotel Mitland
★★★★

Green Key
SINDS 2012



**DAGELIJKS OPEN VOOR
UW ZAKELIJKE AFSPRAAK**

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

PERCENTAGE TOTAAL GEBRUIK SOCIAL MEDIA PER LEEFTIJDSCATEGORIE

	15-19	20-39	40-64	65-79	80+
WhatsApp	97%	93%	86%	67%	38%
Facebook	72%	89%	77%	69%	58%
YouTube	86%	74%	54%	38%	21%
LinkedIn	12%	45%	36%	14%	7%
Instagram	73%	46%	22%	9%	6%
Twitter	23%	26%	21%	9%	9%
Pinterest	19%	30%	21%	12%	8%
Snapchat	72%	32%	7%	1%	1%

Populariteit WhatsApp

	Totale gebruik 2017	Totale gebruik 2018	Dagelijks gebruik 2017	Dagelijks gebruik 2018
15-19	96%	97%	84%	88%
20-39	93%	93%	78%	78%
40-64	85%	86%	55%	59%
65-79	61%	67%	32%	34%
80+	36%	38%	14%	13%

Is WhatsApp wel of geen social media?

Valt WhatsApp wel of niet onder de categorie social media? Daarover zijn de meningen verdeeld. Feit is dat je op basis van enkel een telefoonnummer de profielfoto en de status van je contactpersonen kunt bekijken. De verzonden boodschappen zijn weliswaar tot op zekere hoogte privé, maar ook andere social media bieden de mogelijkheid om content privé te delen. Daarnaast heeft WhatsApp een spam-knop zodat een derde partij kan worden genotificeerd wanneer er sprake is van misbruik van het platform. Maar over het algemeen wordt de content die via WhatsApp wordt gedeeld niet gemodereerd en of gecensureerd, wat bij sociale platformen zoals Facebook en Instagram wel het geval is.

gebruik van persoonsgegevens blijven hoog volgens Newcom. Zo maakt 66 procent van de gebruikers zich zorgen over de doorverkoop van persoonlijke gegevens, terwijl 56 procent zich zorgen maakt over het beheer van deze informatie. Maar liefst 57 procent

twijfelt of social media wel te vertrouwen zijn, tegenover 19 procent die juist (zeer) veel vertrouwen in social media heeft. Het wantrouwen houdt de gebruikers echter niet tegen om in te loggen op deze platformen om hun sociale contacten te onderhouden.

Het blijft dus de moeite waard voor bedrijven om te investeren in social media en deze platformen als marketingtool in te zetten.

Het volledige rapport is te vinden op www.newcom.nl.

POPULARITEIT INSTAGRAM

	Totale gebruik 2017	Totale gebruik 2018	Dagelijks gebruik 2017	Dagelijks gebruik 2018
15-19	66%	73%	41%	50%
20-39	36%	46%	19%	27%
40-64	17%	22%	5%	8%
65-79	7%	9%	1%	1%
80+	3%	6%	1%	2%

Het totale gebruik van Instagram stijgt dit jaar binnen alle leeftijdscategorieën. Nederlanders tussen de 15 en 39 jaar maken ook dagelijks vaker gebruik van dit platform. Het totale gebruik en dagelijks gebruik is het grootst onder jongeren. Volgens het onderzoek heeft de dalende populariteit van Facebook een verband met de opmars van Instagram. Jongeren tussen de 15 en 19 gaven onder andere aan dat zij Facebook steeds meer beschouwen als een platform voor "oude mensen" en hun "ouders en hun vrienden". Aangezien hun eigen vrienden en kennissen het platform steeds minder gebruiken, stappen deze jongeren over op Instagram (73 procent) en Snapchat (72 procent) waar zij hun leeftijdsgenoten wel treffen. Interessant detail is dat dit destijds ook het lot was van het Nederlandse sociale platform Hyves. Door het toenemende gebruik onder hun ouders en grootouders verlieten jongeren het sociale platform vanaf 2010 en masse en zag Facebook het aantal gebruikers flink groeien.



Eden Hotels, een nieuwe oude naam

Terug in de familiesfeer

Lang zal de wereld er niet aan hoeven wennen, want de naam klinkt vertrouwd: Eden Hotels is na zeven jaar terug van weggeweest. Net als in het verleden zal het karakter van een oprecht familiebedrijf weer hoogtij vieren, met de relatieve kleinschaligheid die daarbij past. Dat staat enige groeiambities echter niet in de weg.

Tekst Aart van der Haagen

Om alles in het juiste perspectief te plaatsen, schetst CEO Léon Dijkstra kort de bedrijfsgeschiedenis. "In 1947 nam mijn opa in het Friese plaatsje Tzummarum een horecalocatie over en daarna kocht hij een hotel aan de Grote Markt in Groningen. Nadat opa jong overleed en mijn vader op zijn twintigste bij mijn oma in de



Léon Dijkstra

zaak kwam, werd het inmiddels geopende Hotel Dijkstra in Zwolle van de hand gedaan. Een jaar later, in 1977, kocht mijn vader het Eden Hotel in Amsterdam en na mijn aantreden in 1999 volgde het Lancaster Hotel in de hoofdstad. Vanuit een groeistrategie voegden we in 2001 het Savoy Hotel in Rotterdam aan de organisatie toe en schakelden we een bureau in om een naam voor de groep te verzinnen. Na maanden viel de keuze 'gewoon' op Eden Hotels. In zes jaar tijd adopteerden alle hotels binnen een rebranding deze naam, tot het moment dat we in 2011 Hampshire Hotels overnamen. Dat waren er zestig en het leek ons niet handig om die allemaal in Eden Hotels om te dopen, daarom deden we het andersom en verdween de oude naam van ons familiebedrijf."

EENDUIDIGE POSITIE

"Met veel energie loodste algemeen directeur Etiënne Verkerk onze onderneming door de crisis, tot hij eind 2016 voelde dat hij zijn taak volbracht had", vervolgt Dijkstra. "Toen nam ik zelf, tot dan toe lid van de raad van commissarissen, het estafettestokje weer over en begon na te denken over een speerpunt in een hotelwereld vol competitie en transparantie: de gast te laten weten wie je bent. Met 23 eigen accommodaties en zestig onder licentie valt het niet mee om een eenduidige positie te creëren. Franchisenemers mogen hun eigen koers varen, binnen bepaalde kaders. Het bracht ons tot het besluit om met die formule te stoppen, waarna de Dutch Hotel Group als eigenaar van een aantal locaties de merknaam Hampshire en de licenties overnam." Wat ligt dan meer voor de hand dan bij de eigen hotels van de familie Dijkstra de naam Eden te laten terugkeren? "Een idee van een collega, die al lang bij ons in dienst is. 'Je hoeft aan niemand uit te leggen waarvoor die naam staat,' zei ze." Dertien van de momenteel negentien hotels krijgen per direct de oude bekende identiteit aangemeten, de overige zes





ondersteunt de mensen in het volgen van opleidingen, niet alleen gerelateerd aan hun dagelijkse praktijk, maar ook op het gebied van persoonlijke ontwikkeling. Als zij zich gelukkig voelen, zullen zij in staat zijn om het onze hotelgasten optimaal naar de zin te maken.”

BESTE FOUT

Dat interne welzijn bij Eden Hotels hangt volgens Dijkstra nauw samen met ruimte om buiten de lijntjes te kleuren, als dat het belang van de gasten dient. “Laat onze medewerkers buiten hun comfortzone treden, zonder angst om fouten te maken. Sterker nog, als je altijd binnen de veilige marge blijft, trek je niet het maximale uit de kast om de gasten in de watten te leggen. Wij straffen gedrag niet af, maar vragen

volgen in de komende jaren, aangevuld met gestage uitbreiding van het familiebedrijf.


KAPITEIN OP EIGEN SCHIP

Dijkstra geeft aan dat het gereïncarneerde Eden Hotels niet het roer totaal omgooit. “Per locatie hebben we de verbeterpunten vastgesteld en daarbij nemen we de lokale markt in ogenschouw. Iedere directeur blijft kapitein op zijn eigen schip en krijgt met zijn team de vrijheid om het beleid individueel in te vullen. Marketing, sales, human resources en boekingen regelen we centraal en natuurlijk zullen alle locaties onze kernwaarden uitdragen, waarbij het uitstralen van het familie karakter voorop staat. We creëren dat gevoel binnen de organisatie door goed voor onze medewerkers te zorgen, bijvoorbeeld binnen de Sjoerd Dijkstra Foundation. Die



regelmatig: ‘Wat is de beste fout die je deze week gemaakt hebt?’ Binnen onze platte organisatie moedigen we initiatieven aan en delen ze met elkaar.” Het bovenstaande dient één algemeen doel: de verwachtingen van de gasten overtreffen. “Als je alles goed verzorgt, kost het niet zo veel moeite om op Booking.com een 8 als waardering te scoren. Wij streven echter naar een 9 en dat houdt in dat je je gasten moet verrassen. Dat zit vaak in kleine dingen, zoals een filmpje van medewerkers om te bedanken voor het bezoek. We zijn relatief kleinschalig en geven veel vrijheid per locatie, dus liggen daar mogelijkheden om het onderscheid in de markt te maken.”

www.edenhotels.nl



Storytelling

Storytelling maakt marketing weer spannend

Verhalen vertellen is van alle tijden

Reclameblokken zijn voor bijna iedereen een grote ergernis. 'Uniek, de beste, nergens goedkoper, speciale actie, als enige, boek nu, tweede gratis, derde gratis, alles gratis en het product gaat ook nog twee keer zo lang mee'. De hele riedel is bekend en dus sleets, de kracht is er uit, het lijkt wel een cola van gisteren. Maar de reclamewereld zou de reclamewereld niet zijn als daarvoor niet een oplossing werd gevonden: storytelling.

Even terug naar kerst 2015, er gaat op social media een filmpje viral van de Duitse supermarktketen Edeka. Even het geheugen opfrissen. Een oudere man komt thuis met een grote boodschappentas. Hij heeft berichten op zijn antwoordapparaat. Zijn kinderen en kleinkinderen, die allemaal ver weg wonen met een vervelende boodschap: ze kunnen dit jaar helaas niet naar het familiekerstdiner komen, maar ze verwachten voor volgend jaar een betere kans te maken. Dan gaat het zeker lukken.



Het is opvallend om te zien hoe ook moderne schrijvers zich van deze methode bedienen, soms bewust, maar ook heel vaak onbewust.

Shot van de kinderen in hun werksituatie: ze krijgen een overlijdensbericht of een app: papa is overleden. Paniek, treurnis, op naar de begrafenis. Ze komen tegelijk in stemming zwart bij hun ouderlijk huis aan, gaan naar binnen en zien een feestelijk gedekte tafel, brandende kaarsen. Dan verschijnt pa en hij spreekt de magische woorden: 'Hoe had ik jullie anders bij elkaar kunnen krijgen?' De kleinkinderen vallen opa in de armen, iedereen is

verrast, maar ook blij. Aan tafel, heerlijk eten, geweldige stemming. Precies zoals het vroeger altijd was. Einde. Het sloeg in als een bom. De makers van het filmpje vertelden een verhaal met een boodschap: over kerstradities, over eenzaamheid, over de sterke familieband. En het Edeka-logo kwam slechts één keer voorbij. Dat is storytelling.

VAN ALLE TIJDEN

Wat is storytelling? Een verhaal vertellen, niet meer en niet minder. Waarom is dat zo'n krachtig communicatie-instrument? Omdat mensen van nature graag verhalen vertellen en verhalen horen. Dat begon op het moment dat je ouders je verhaaltjes voorlezen, toen je zelf leerde lezen ging er een wereld van verhalen voor je open. Niet alleen in boeken wordt de techniek gehanteerd, natuurlijk ook in films. Steven Spielberg, George Lucas en duizenden anderen danken er hun roem en fortuin aan. Storytelling is van alle tijden. Joseph Campbell ontdekte in 1949 voor het eerst een oerstructuur in mythes uit de meest uiteenlopende culturen en tijdperken. Hij schreef er het boek 'The hero with a thousand faces', een verhandeling over de archetypische held en zijn heldenreis. Campbell verbaasde zich over de gelijkennis die hij zag in de verhalen. Kennelijk bestond er een soort logische vertelstructuur, die storytellers uit alle tijden en van over de hele wereld gebruikten. Een structuur die zich diep in ons collectief onderbewustzijn heeft genesteld. Het is opvallend om te zien hoe ook moderne schrijvers zich van deze methode bedienen, soms bewust, maar ook heel vaak onbewust

Iedereen blij

Campbell onderscheidt twaalf stappen, die niet noodzakelijkerwijs in elk verhaal hoeven terug te komen. In de Edeka-film is dat de proloog, het schetsen van de beginsituatie, de aanloop naar kerst, opa die

al voorbereidingen treft voor een uitgebreid kerstdiner, die zich verheugt op het samenzijn met kinderen en kleinkinderen en die dan de boodschap krijgt dat hij met kerst alweer alleen zal zijn. Hij ziet het beeld helder voor zich, alleen aan tafel met kerst. Zijn kinderen – druk, druk, druk – stellen andere prioriteiten. Pa bedenkt een list, hij verstuurt zijn eigen overlijdensbe-

Is elk verhaal geschikt? Natuurlijk niet. Er moet sprake zijn van authenticiteit, lezers of kijkers moeten het verhaal begrijpen, het moet verrassend zijn, het slot moet kloppen.

richt. Kinderen en kleinkinderen geschokt, maken zich op voor het laatste afscheid, gaan naar huis. En dan de verrassing, pa is niet dood, hij heeft zijn kinderen met het bericht naar huis gelokt. Hij kon geen andere manier bedenken. Slot: iedereen blij, fantastisch kerstdiner. Moraal van het verhaal, maak van kerst een prachtig familiefeest, onderliggende moraal: Edeka helpt je daar graag bij.

Is elk verhaal geschikt? Natuurlijk niet. Er moet sprake zijn van authenticiteit, lezers of kijkers moeten het verhaal begrijpen, het moet verrassend zijn, het slot moet kloppen. Er zijn vandaag de dag talloze voorbeelden van succesvolle storytelling en die zullen er over duizend jaar nog zijn, want verhalen vertellen is van alle tijden. Eén van de mooiste? Het kerstverhaal van vliegmaatschappij Westjet op YouTube: WestJet Christmas Miracle.



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN

SOESTERBERG - UTRECHT
TELEFOON 0346 351755
WWW.KONTAKTDERKONTINENTEN.NL



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN



WAAROM OP KANTOOR BLIJVEN ALS ONZE WERELD ZO MOOI IS!?

STADS
SCHOUW
BURG UTRECHT

Stadsschouwburg Utrecht
Unieke locatie voor uw
zakelijke evenement!

ssbuzaalverhuur.nl



Lol

Vorige maand waren we met vrienden in Oostenrijk. Geweldig vind ik dat. De hele dag op de piste, 's middags wat eten, een borrel naderhand en je dan heerlijk terug trekken in je appartement: gezellig koken, samen eten, wat lezen, de Olympische Spelen volgen en dan lekker je bed in met zo'n fluffy dekbed met uitzicht op een triljoen sterren ... op z'n minst!

Het eten en drinken op de piste was niet altijd genieten. We bezochten een aantal hutten: ouderwetse, moderne, grote en kleine. Opvallend was dat iedereen hard werkte. Toch was niet iedere hut even succesvol in het efficiënt en vriendelijk bedienen. Hoe dat kwam? Op basis van observatie viel het me op dat er goed op elkaar ingewerkte teams waren waarbij men hard werkte en iets realiseerde, andere teams renden hard zonder resultaat.

Daar waar het goed ging, communiceerden de mensen in de bediening onderling efficiënt en waren zij flexibel en vriendelijk. Bij diegenen waar het niet zo lekker liep, rende iedereen rond ("druk druk druk") en leek het of er niet werd gecommuniceerd behalve via een klein handcomputertje.

Ook met de gast verliep de communicatie soms moeizaam. Dat begrijp ik niet zo goed in de horeca waar je het toch van vriendelijke, duidelijke communicatie moet hebben. Zo heb ik lang gewacht tot men tot de conclusie was gekomen dat ik toch echt moest weten dat de Apfelstrudel op was. Dat kan, geen probleem. Toch verbaasde het mij dat er niets anders zoets werd aangeboden ... dat had ik dan toch geprobeerd. "Tot onze spijt is de Apfelstrudel op. We hebben ook heerlijke Kaiserschmarren, mag ik u die aanbevelen?"

Het was niet alleen helder en efficiënt communiceren wat het verschil maakte. Plezier hebben in wat je doet, is net zo belangrijk (jullie kennen mijn Passie voor Passie inmiddels). Een aantal had overduidelijk veel lol. Zij straalden en maakten plezier en grapjes. Bij anderen was het worstelen om de dag (of zelfs alleen de lunchtijd) door te komen.

Ik ben het in de loop van de jaren al zo vaak tegengekomen en toch maak ik er nog maar eens melding van: als je lol beleefd aan je werk, communiceer je beter, ben je flexibeler en oplossingsgerichter, ben je rustiger en kun je genieten van een team effort. Dat voelt je gast, dat voelt het team, dat voel je zelf omdat het zorgt voor flow. Zelfs zonder dat geweldige uitzicht op 2.000 meter!

Ingrid Rip

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



Ervaar onbegrensde gastvrijheid bij Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent

Als je bij Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent binnenkomt, proef je de gastvrijheid. In het nieuwe en lichte gebouw word je met open armen ontvangen. Je voelt je er direct thuis. Daar zorgen eigenaresse Marije van der Valk en haar team voor. Onbegrensde gastvrijheid zit in haar DNA en dat laat ze zien in haar eigen state-of-the-art-hotel.

Tekst Niek Arts

Met zijn ruim vijftig meter torent het hotel impo- sant boven de rivier de Waal en zijn uiterwaarden uit. Het uitzicht vanuit de hotelkamers en vergaderruimtes op de rivier en de stad is magnifiek. De unieke locatie wordt versterkt door een perfecte bereikbaarheid. Het hotel ligt dicht bij de A15 en A325, grenst aan station Nijmegen-Lent en je bent lopend in twintig minuten in het centrum van Nijmegen. Met slechts één treinoverstap ben je in vijf kwartier op Schiphol of Düsseldorf Airport.

GASTVRIJHEIDS-DNA

De perfecte ligging van het hotel wordt door Marije van der Valk en haar man gekoppeld aan de befaamde onbegrensde gastvrijheid. Als vierde generatie Van der Valk is dit haar met de paplepel ingegoten. Dit werd mooi vastgelegd in de serie Jonge Valken van Omroep MAX, waarin de bouw en opening van het nieuwe hotel in 2016 uitgebreid werd gevolgd.

Marije: "Het hotelvak heb ik geleerd in het hotel van mijn ouders in Arnhem. Daar heb ik de unieke standaard van het bedrijf Van der Valk mogen ervaren. Onbegrensde gastvrijheid heb ik me echt eigengemaakt toen ik samen met mijn man een zeer luxe en exclusief zeiljacht verhuurde op het eiland Vanuatu in de Pacific. De belangrijkste les die we geleerd hebben is: hoe veeleisend een gast ook is, blijf vooral jezelf, dat wordt het meest gewaardeerd. Dit koppelen we aan 'nee is geen optie' en 'altijd klaarstaan voor de gast'. Zo gaan we van gastvrijheid naar onbegrensde gastvrijheid."

THUIS VOOR DE ZAKELIJKE GAST

Bij de samenstelling en inrichting van het nieuwe hotel is veel aandacht besteed aan het thuis laten voelen van de gasten. Marije: "We ontvangen hier veel zakelijke gasten die meerdere dagen van huis zijn. Daarom is een warme, huiselijke omgeving belangrijk. Je voelt je zo snel thuis bij ons. Hetzelfde geldt voor deelnemers aan congressen en vergaderingen. In alle ruimtes is volop gespeeld met grote raampartijen die veel daglicht geven. Dit is gecombineerd met een vintage en huiselijke inrichting. Denk aan mooie designstoelen en -lampen, maar ook de opvallende witte trap in de lobby. Onze gasten kunnen altijd voor een drankje terecht in Lola's Bar. De bar wordt ook goed door de locals bezocht."

IN DE WOLKEN

De gasten van Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent zijn regelrecht in de wolken. Want overal waar je naar buiten kijkt, heb je vrij uitzicht. Marije: "Voor veel van onze medewerkers maakt dit het werken hier extra leuk, en dat ervaren de gasten

direct. De medewerkers zorgen voor het authentieke huiselijke gevoel waar wij voor staan. Vanuit alle kamers heb je een mooi uitzicht, maar op de hoogste verdieping, etage 14, geniet je hier nog meer van! Hier bevinden zich de Sky Rooms en onze luxe suite. Verder bevindt er zich Cloud 14, een board room voor maximaal twaalf personen. Iedere meeting in Cloud 14 is daarom extra bijzonder. Met privébar, break-out ruimte en spectaculair uitzicht wordt een bijeenkomst of diner in deze zaal gegarandeerd een succes!"

VERGADERMOGELIJKHEDEN

Naast 116 hotelkamers in verschillende klassen biedt Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent veel mogelijkheden op vergadergebied. Marije: "Wij huisvesten events van twee tot ongeveer 450 gasten. Met twaalf individuele vergaderzalen, waarvan er vier te koppelen zijn tot grote congreszaal, is ieder event mogelijk. Voor ontbijt, lunch, diner en snacks vallen we terug op onze eigen professionele keuken en restaurant. We hebben net een tweede chef aangenomen om nog meer kwaliteit

en diversiteit te bieden. Bij onze standaard vergaderarrangementen zit altijd onbeperkt koffie, thee, limonades en gezonde snacks. Hiervoor is een speciaal 'eiland' samengesteld. Dit eiland nodigt uit om even te relaxen, een kop koffie te drinken en te mixen met de andere deelnemers."

ALLES VOOR DE GAST

Veel grote bedrijven en instellingen uit de regio Arnhem-Nijmegen weten het hotel te vinden. Dit komt door de goede bereikbaarheid, het gratis parkeren en natuurlijk de gastvrijheid van het personeel. Marije: "Daar blijf ik op hameren, want gastvrijheid is nooit vanzelfsprekend en valt altijd te verbeteren. Benieuwd hoe ons hotel eruitziet? Bekijk dan de virtuele tour op onze website. Of kom persoonlijk kennis maken!"

www.valknijmegen.nl



Marije van der Valk en
Thijs Boomkens





De KNVB campus

De middenstip van Nederland

Topsport motiveert, inspireert en brengt mensen samen. Hoe mooi is het om die lading mee te geven aan een vergadering of evenement? Dan ben je op de KNVB Campus in de bossen bij Zeist op de juiste plek. Zij combineren op een unieke manier topsport, beleving en het Oranjegevoel met een high-end vergader- en evenementlocatie.

Tekst Niek Arts

Met Ronald Koeman als nieuwe bondscoach wordt de KNVB Campus ook de thuislocatie voor het Nederlands Elftal. Daarmee komt de wens van de KNVB uit. Alle vertegenwoordigende teams hebben nu hun thuisbasis in Zeist. En daar is de in 2016 geopende Campus ook op ingericht. "We zijn dé locatie in Nederland die voetbal en het bedrijfsleven samenbrengen. Dichtbij Oranje dan op de

Campus kom je niet!", vertelt Team Manager Sebastian Lenden vol enthousiasme. Op de KNVB Campus kun je zomaar de KNVB-scheidsrechters of topsporters als de Oranje Leeuwinnen en de spelers van Jong Oranje tegen het lijf lopen.

EEN-TWEETJE ALS VERGADERLOCATIE

Het centrale punt van de KNVB Campus is het Trainingscentrum. Dit moderne

gebouw van glas staat voor transparantie en het delen van voetbalkennis. Vanuit het Trainingscentrum kijk je uit op de trainingsvelden van het hypermoderne Sport Medische Centrum, waar regelmatig clinics plaatsvinden en de scheidsrechters en Oranje teams trainen.

Het Oranjeplein is het kloppende hart van het gebouw. Lenden: "Dit is dé centrale plek die we multifunctioneel inzetten. Hier vinden de persconferenties, galadiners, congressen en beurzen plaats. De videowall die de voetbalbeleving in de vorm van wedstrijdfragmenten overdraagt, wordt dan ingezet als presentatiescherm. Zo personaliseren we met de wall een event. Normaal heeft het Oranjeplein een informele opstelling waar mensen rustig kunnen overleggen, lunchen en dineren. Vanuit de aangrenzende buffetruijme wordt hier de lunch en het diner geserveerd." Oranje en voetbal zijn op de Campus alom aanwezig. Er is er maar één van in Nederland. Zoals de Bestuurskamer, waar je met maximaal zestien personen kunt vergaderen. "Je zit letterlijk op de stoelen van de



directie van de KNVB. In deze boardroom vergader je aan de originele bestuurstaafel. Dé plek waar alle belangrijke Nederlandse voetbalbeslissingen worden genomen. De ruimte staat bol van de nostalgie, zeker omdat je uitkijkt op het Oranjeplein. Aan de andere zijde ligt de 'Kleedkamer van Oranje', zeer geschikt voor interviews, mediatrainingen en break-outs. Naast deze twee exclusieve ruimtes, zijn er nog zes vergaderruimtes. In de grootste zaal is ruimte voor 240 personen."

RINUS MICHELS DUG-OUT

De Rinus Michels Dug-Out is gerenoveerd en heeft het karakter van een moderne voetbalkantine. Lenden: "Bij de Dug-Out creëer je een meer besloten karakter voor je event, zonder de unieke locatie en beleving uit het oog te verliezen. Je kijkt uit op het hoofdveld van de KNVB Campus waar officiële interlands worden gespeeld en waar de Nationale selecties trainen. Op en rondom deze velden kan je prima een evenement, clinic of buitenworkshop organiseren. Ideaal voor een uniek business event!"

De KNVB Campus heeft een eigen reserverings- en eventsafdeling die ondersteunend adviseert bij het samenstellen van een event. "Verder werken we samen met externe bureaus. Laatst was er een event voor 750 mensen op en rondom de Campus. Verspreid over het terrein waren verschillende activiteiten, workshops en side-events opgebouwd. Dit bewijst dat zo'n beetje alles mogelijk is!"



TEAMHOTEL

Voor de meer exclusieve heissessies en managementbreak-outs is er het Teamhotel. Het Teamhotel staat tegenover het Trainingscentrum. Hier slapen onder andere de Leeuwinnen en Jong Oranje. Verder is het te boeken voor speciale sessies. Er zijn negen eenpersoons kamers en twaalf tweepersoonskamers. Lenden: "Dat past precies voor een jeugdelftal, negen begeleiders en 24 spelers. Je boekt het hele hotel inclusief de woonkamer en andere faciliteiten. Je overnacht dan in het bed waarin Lieke Martens bijvoorbeeld heeft geslapen. Is de groep groter, dan kun je uitwijken naar onze partner Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum."

UNIEKE ORANJE-OMGEVING

Overal op de KNVB Campus ervaar je Oranje, de KNVB en voetbal. Zelfs in de toi-

letten zijn verrassende voetbalfragmenten. Je krijgt letterlijk een kijkje in de keuken van de voetbalbond. "We willen het unieke voetbalgevoel delen. De Campus is nu ongeveer anderhalf jaar open en we blijven innoveren. Neem bijvoorbeeld ons foodconcept: de maaltijden op de KNVB Campus staan in het teken van topsport. Het buffet is geïnspireerd op het eten dat de vertegenwoordigde Oranje elftallen ook krijgen. Uiteraard zijn er ook lekkere en gangbare gerechten, zoals een bitterbal voor tijdens de borrel."

Op de website van de Campus staat een speciale 3D-videotour. Kom gerust in Zeist langs om de KNVB Campus zelf te ervaren en dompel je onder in het voetbal. Sebastian en zijn collega's ontvangen je met open armen!

knvb.nl/campus



KLIC: slimme badges met veel handige features

KLIC is een handige tool waarmee bezoekers eenvoudig kunnen netwerken, hun programma kunnen samenstellen en informatie kunnen ontvangen. Ze noemen zichzelf een engagement-oplossing. De wearables werken met bluetooth en met een LED-oproepsysteem. Ze zijn te krijgen in de vorm van een badge, armband of een button aan een keycord. KLIC is niet alleen handig voor bezoekers, maar ook voor organisatoren. Met behulp van een dashboard kun je bijvoorbeeld live alle activiteiten inzien. Zo kun je bezoekersstromen op het evenement beter managen. Met de data leer je je bezoekers ook beter kennen waardoor je je volgende evenement kunt verbeteren.

GOODIES

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 goodies en ideeën. Meer locaties, gadgets, entertainment, bijzondere catering en tips zijn te vinden op eventgoodies.nl.



Organiseer eenvoudig je eigen foodtruckfestival

Wil jij je eigen foodtruckfestival organiseren, maar zie je er als een berg tegenop? Laat het dan gewoon voor jou op maat maken. Rrrollend is een bestaand foodtruckfestival dat plaatsvindt in diverse steden. Je kunt hun concept inzetten voor jouw eigen evenement en zelfs bij jou op het bedrijventerrein. Je kiest de foodtrucks uit, live-optredens en maakt het eventueel af met wat activiteiten. Rrrollend regelt de rest!

Opblaasbare zuil als alternatief op pop-up banners

Wil je een keer wat anders dan een pop-up banner? Kies dan voor een opblaasbare zuil. Het handige hiervan is, is dat het er rondom goed uitziet. Met een pop-up banner heb je altijd het probleem dat het maar van één zijde goed zichtbaar is. Bovendien is de achterkant erg lelijk, dus het moet altijd ergens achterin in de stand staan. Zo'n zuil kun je dus lekker vooraan je stand zetten en is daardoor ook beter leesbaar. Je kunt ze ook bestellen met LED-verlichting, handig voor donkere ruimtes! De opblaasbare zuil is onder andere te verkrijgen bij Publiair.



Ontmoet Woerden

Woerden geeft je de ruimte

Woerden staat al jaren op de kaart als populaire toeristische bestemming. De locaties in en om Woerden die zich op de MICE-markt richten, zagen de resultaten die Woerden Marketing met haar inspanningen wist te behalen voor de leisuremarkt en willen nu ook de zakelijke gast naar Woerden halen.



De inspanningen van Woerden Marketing zorgen al jaren voor een groeiend aantal toeristische bezoekers. De organisatie wist in 2017 zelfs een nominatie te behalen voor de Nationale Citymarketing Trofee. In samenwerking met de Regio Utrecht is in 2018 nogmaals een nominatie behaald voor de Netwerk Citymarketing Award met het gezamenlijke project 'Regionale strategie internationaal toerisme regio Utrecht', waarbij de regio Utrecht in het geheel als één toeristische bestemming wordt gepositioneerd met als doel om de bezoekersaantallen te verspreiden. "Woerden Marketing doet het ontzettend goed", zegt Gert-Jan Stok van Kasteel Woerden, "en daarom hebben diverse ondernemers de samenwerking opgezocht met Woerden Mar-

keting. Bij het ondernemerscollectief Ontmoet Woerden zijn inmiddels zestien locaties aangesloten die het promoten van Woerden als bestemming op de eerste plaats hebben staan." "Het feit dat het de ondernemers zijn geweest die het initiatief hebben genomen en zich inzetten om Woerden op de kaart te zetten als MICE-bestemming, maakt Ontmoet Woerden zo bijzonder", benadrukt Kristel Jansen in de Wal van Woerden Marketing. "Samen hebben we gekeken naar de sterke punten van Woerden en deze als uitgangspunt voor de profilering genomen. Onze organisatie faciliteert de ondernemers van Ontmoet Woerden en helpt hen met de promotie. Er wordt gewerkt vanuit de wensen en behoeften van de ondernemers."



DE PARTNERS VAN ONTMOET WOERDEN

- AnnexCinema te Woerden

Moderne gezellige bioscoop nabij het centrum en snelweg met vier zalen voor bedrijfspresentaties en privévoorstellingen.

- Best Western City Hotel Woerden

In 2016 geheel gerenoveerd en totaal vernieuwd hotel aan de rand van het centrum met 64 kamers, multifunctionele vergaderzaal, restaurant en bar.

- Boerderij de Boerinn te Kamerik

Landelijke evenementenlocatie met veertien zalen voor vergaderingen, workshops, trainingen en feesten. Zeer ruime keuze aan teambuildingsactiviteiten.

- De HALL Burgerei & Zakenlui te Woerden

Restaurant met een industriële uitstraling buiten het centrum. Drie zalen voor vergaderingen, congressen, diners, feesten en presentaties.

- De Hofclub Werken & Vergaderen te Woerden

Werk- en vergaderlocatie met drie vergaderzalen, kantoorunits en flex-werkplekken vlakbij station Woerden.

- De Kloosterhoeve te Harmelen

Monumentale stadsboerderij met drie terrassen, à la carte-restaurant en zes zalen voor vergaderingen, diners, feesten en recepties.

- De Markies te Woerden

Modern ingericht restaurant, tien zalen en een ruime tuin met veranda voor diners, feesten, recepties en vergaderingen aan de rand van Woerden.

- Gasterij de Milandhof te Zegveld

Modern ingerichte evenementenlocatie met restaurant, evenementenhal en vier zalen voor feesten, diners, vergaderen en presentaties.



IDEALE LIGGING EN UNIEKE BELEVING

De vraag waarom zakelijke bezoekers naar Woerden af zou moeten reizen, wordt enthousiast beantwoord. "Woerden is met haar centrale ligging aan de A12, tussen de grote steden Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht, uitstekend bereikbaar. Daarnaast fungeert Woerden als ov-knooppunt met een ideale verbinding naar de randstad", vertelt Jonathan Ruijter van MeetInOffice. "Bovendien ligt Woerden vlakbij Utrecht. Je kunt hier zeer centraal afspreken zonder dat je de grote stad in hoeft. Natuurlijk liggen er meer steden om Utrecht heen waar je kunt profiteren van de goede bereikbaarheid in combinatie met de centrale ligging, maar

Woerden onderscheidt zich met haar historische, compacte stadscentrum, de sfeer en de beleving die je hier meekrijgt", vult Jessica Jongen van Van Rossum restaurant, café, stadshotel & vergaderhuis aan. "Bovendien is de natuur dichtbij dankzij de ligging in het Groene Hart en de nabij gelegen dorpen Harmelen, Kamerik en Zegveld", vult Jansen in de Wal aan. "In die groene omgeving wordt een flink aantal streekproducten geproduceerd die door diverse locaties worden verwerkt in de gerechten die zij serveren. Ook kaas speelt een belangrijke rol in Woerden en omgeving. De bekende Goudse kaas wordt in de streek rondom deze kaashandelsstad geproduceerd."



DIVERS AANBOD

Ontmoet Woerden richt zich met name op de middelgrote bijeenkomsten. “De afgelopen jaren is het aantal locaties flink uitgebreid en is de capaciteit verdubbeld”, vertelt Ruijter. “Je hebt hier de keuze uit historische locaties, een theater, een modern congrescentrum of juist locaties met een industriële look. Bovendien zijn er bij Ontmoet Woerden ook partners in Kamerik, Harmelen en Zegveld aangesloten. Daar zit je middenin de natuur.” “Al deze locaties bieden mogelijkheden voor kleine vergaderingen in een boardroomsetting, of juist een groot bedrijfsfeest of congres”, vult Jansen in de Wal aan. “En omdat Woerden zo compact is, kun je ook heel makkelijk programma’s op maat samenstellen. Een vergadering combineer je hier moeiteloos met leuke teambuildingsactiviteiten zoals office yoga,

schapendrijven of een polderchallenge en een overnachting in een van de hotels. Juist door verschillende locaties en activiteiten te combineren, haal je meer uit je bijeenkomst.” “We zijn er allemaal op gebrand om de zakelijke bezoeker de mogelijkheid te geven om diens bijeenkomst in Woerden te laten organiseren”, zegt Jacqueline Engelhard van Het Klooster. “Omdat je elkaar goed kent en ook weet wat de ander te bieden heeft, kun je goed en snel een programma op maat aanbieden. En als je een bijeenkomst onverhoopt niet kunt hosten, verwijst je makkelijk door naar een locatie waar die mogelijkheid wel is.” “Juist omdat je zestien locaties ter beschikking hebt die allemaal iets anders te bieden hebben, kun je elkaar versterken en ondersteunen”, knikt Jongen. “De locaties bieden meerwaarde door met de klant mee te denken.”



- Het Klooster te Woerden

Historische locatie in het centrum met theaterzaal en drie kleinere zalen voor netwerkbiorrels, workshops, lunches, bedrijfsuitjes en presentaties.

- Kameryck te Kamerik

Landelijk gelegen evenementenlocatie met zeven zalen, restaurant en Pitch & Putt baan, drie paviljoens en overnachtingsmogelijkheden in 'veldhuysjes'. Geschikt voor lunches, diners, vergaderingen en team-buildingsactiviteiten.

- Kasteel Woerden

De veelzijdige evenementenlocatie in een 600 jaar oud rijksmonument met een capaciteit voor 850 gasten, dertien zalen voor vergaderingen, congressen, presentaties, trainingen, personeelsfeesten, huwelijken, feesten en diners. 150 meter van het station, drie minuten rijden van de A12 met eigen parkeerplaats.

- MeetINoffice te Woerden

Congres- en vergaderlocatie in Woerden met achttien zalen, break-outruimtes en een restaurant. Ook geschikt voor trainingen en workshops.

- Napkins te Woerden

Modern ingerichte lunchroom en vergadercentrum in Woerden met drie zalen voor vergaderingen, lunches en trainingen.

- Plein 7 te Woerden

Grand café met vijf zalen in een historisch gebouw in het centrum van Woerden. Geschikt voor vergaderingen, workshops, lunches, diners en feesten.

- Van Rossum restaurant, café, stadshotel & vergaderhuis te Woerden

Vergaderzaal en stadshotel in het oude wapenarsenaal in het centrum. Geschikt voor meerdaagse vergaderingen, feesten, diners en lunches.

- Buitenplaats De Blauwe Meije te Zegveld

Landelijk gelegen, kleinschalige buitenplaats met galerie, bed & breakfast en eigen aanlegsteiger. Geschikt voor lunches, trainingen, workshops en teambuildingsactiviteiten. Een buitenbelevens voor groepen!



HOTSPOT

Volgens Jansen in de Wal is er landelijk een trend te zien waarbij de organisatoren van bijeenkomsten, congressen en events steeds meer op zoek zijn naar de middelgrote steden. Deze bestemmingen hebben een betere bereikbaarheid, parkeergelegenheid en bieden net zo goed een ontspannen sfeer en goede voorzieningen. Ontmoet Woerden speelt hierop in met intensieve promotie van het diverse aanbod. Jongen: "We hebben regelmatig grote bedrijven en organisaties te gast die een inspirerende, centraal gelegen plek zoeken. Wanneer zij eenmaal Woerden

hebben ontdekt, komen ze graag terug. Dit mogen er wat ons betreft nog veel meer worden." Jansen in de Wal: "Veel mensen die Woerden voor het eerst bezoeken, zijn verrast door ons aanbod en de goede sfeer die hier hangt. Dat is te danken aan de historische centrum en de groene omgeving, maar zeker ook aan de gastvrijheid die de locaties bieden. "We zien nu al dat steeds meer bedrijven en organisaties Woerden ontdekken en als bestemming kiezen. Woerden geeft je de ruimte!", aldus Stok.

www.ontmoetwoerden.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)

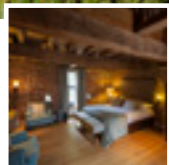
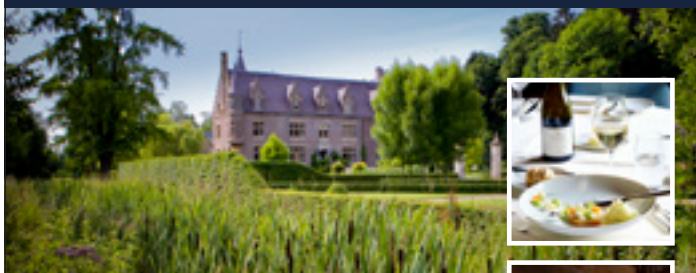


Landgoed Zonheuvel



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

Kasteel  TerWorm
HOTEL & RESTAURANT



4 Superior hotel met 40 luxe kamers en vorstelijke suites.*

- Geniet in deze historische ambiance van signatuurgerechten van SVH Meesterkok Andy Brauers.
- Privé restaurantruimtes en een goed geoutilleerde vergaderzaal staan tot uw beschikking.
- Vanaf het 200 ha groot landgoed wandelt of fietst u gemakkelijk het Heuvelland in.
- Gelegen in Parkstad Limburg (winnaar Tourism for Tomorrow Award) en op korte afstand van de Belgische en Duitse grens.
- Goed bereikbaar via de A2/A76, nabij centraal station Heerlen, 8 (internationale) luchthavens in een straal van 140 km.



Terworm 5 • 6411RV Heerlen • Tel +31 45 400 11 11 • info@terworm.valk.nl
WWW.TERWORM.NL



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



Foto: Ellen Martens

Bijstand

In het begin van ieder nieuw jaar is het betalen van verzekeringen een vast gegeven. Ik ben ervan overtuigd dat er maar weinigen zijn die zich dan eens even lekker gaan verdiepen in de polissen. Je betaalt - het blijft uitermate vaag waarvoor - en bergt de hele handel weer razendsnel op. Verzekeringen voor de inventaris, aansprakelijkheid en rechtsbijstand zijn de drie bekendste. 'Kies de dekking die bij u past' las ik ergens. Klinkt aannemelijk, nu nog de invulling ervan.

Je laat je adviseren (meestal als het al te laat is), luistert quasi geïnteresseerd totdat je halverwege de draad kwijtraakt omdat alles verweven is met regels... én uitzonderingen. *Stel je hebt tien gebeurtenissen en negen daarvan volgen een bepaalde wetmatigheid maar de tiende niet. Dat is de **uitzondering**. We zouden het geen **uitzondering** noemen als er geen **regel** was waaraan de negen andere gebeurtenissen gebonden waren. De **uitzondering bevestigt dus het bestaan van een regel**.* Duidelijk? Nee. Pas als ellende zich aandient, wordt duidelijk hoe goed of slecht je verzekerd bent. Dan blijkt dat bijvoorbeeld de rechtsbijstand niet van toepassing is op jouw zaak en je zelf op zoek moet naar een mediator of advocaat en diep in de buidel moet tasten.

Wist ik voorheen dat de rechtbank in Amsterdam ergens in de buurt van het WTC lag, weet ik de ingang inmiddels blindelings te vinden. Niet dat ik nou de ene na de andere rechtszaak voer, maar ik was er de afgelopen jaren wel een paar keer 'te gast'. De betekenis van begrippen als repliek en dupliek, bodemprocedure en jurisprudentie hoef ik niet meer op te zoeken. Het jargon heb ik mij eigen gemaakt, mijn woordenschat is flink uitgebreid en de alom bekende spreuk: *door schade en schande wordt men wijs*, prijkt in een gouden lijst in de kamer. Ter herinnering.

Wat wijzer had ik graag vooraf geweest... dat had mij een hoop tijd, geld en energie bespaard. De eerste schade liep ik op tijdens een sessie bij een mediator. Notabene zelf uitgezocht. Het uurtarief was € 225 per uur. Na de intake werd de flipover ingerold, de zogenaamde rouwcurve getekend en uitgebreid toegelicht. Conclusie: we zaten niet op één lijn. Verrassend zeg... alsof ik dat niet wist. Tijdens de tweede sessie wilde ik snel ter zake komen. Na binnenkomst werd eerst koffie en thee gehaald wat eindeloos duurde. Koortsachtig rekende ik uit dat dit de duurste kop thee (€ 56,25) was die ik ooit gedronken had. Uit frustratie at ik de hele schaal chocola leeg die op tafel stond. Als schadevergoeding. Wat maakte eigenlijk dat ik niet opstapte? Pure onwetendheid en geen ervaring.

Hoe vind je de juiste persoon om je bij te staan? Ik verklap alvast: niet via het doolhof dat internet heet. Het is net als met het zoeken naar het juiste hotel of de perfecte vergaderlocatie. Kies niet op basis van fraaie websites met veelbelovende en bemoedigende teksten. Dat biedt geen enkele garantie. Laat je vooral adviseren. Vraag in het rond en oriënteer je zorgvuldig. Heel zorgvuldig. En voel je geen klik tijdens het eerste gesprek? Dan wegwezen en op zoek naar iemand anders.

Wat is de moraal van dit verhaal? Je hebt er vast geen zin in maar het loont toch echt de moeite om je verzekeringen eens goed onder de loep te nemen en op orde te brengen. Hoe lastig dit ook is. Niet alleen zakelijk maar ook privé. Het kan zomaar gebeuren dat je als eiser of gedaagde in de rechtbank belandt. Zoek en vind iemand die jouw belangen behartigt (en niet de zijne), laat je nooit opjagen en laat - vooraf - de kosten in kaart brengen zodat je niet - achteraf - andere bijstand nodig hebt.

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)



Leeuwarden-Fryslân Culturele Hoofdstad Europa 2018

Verrassen en verwachtingen overtreffen

In 2018 zijn alle ogen op Leeuwarden en Friesland gericht. In het kader van de titel Culturele Hoofdstad van Europa zullen er dit jaar in Friesland diverse culturele producties, projecten en evenementen worden georganiseerd. Dankzij deze titel heeft niet alleen de leisuremarkt haar vizier op Friesland gericht; ook associaties en het bedrijfsleven reizen af naar het noorden.

Voor dit jaar heeft Culturele Hoofdstad van Europa Leeuwarden-Fryslân 2018 (LF2018) een programma samengesteld met meer dan honderd evenementen, bestaande uit projecten, producties en kleinere initiatieven op het gebied van theater, muziek, dans, beeldende kunst, literatuur en film. Deze evenementen vinden verspreid over het gehele jaar en in de gehele provincie plaats. Het overkoepelende thema waarvoor Leeuwarden heeft gekozen is 'iepen mienskip', ofwel open gemeenschap. De achterliggende gedachte is dat de samenleving verandert en Friesland graag wil

laten zien hoe deze provincie met de veranderingen omgaat. Door de kansen op te pikken, te luisteren naar nieuwe inzichten, flexibel te zijn en zich aan te passen zonder haar identiteit te verliezen, demonstreert Friesland tijdens het culturele jaar 2018 haar transitie van een 'mienskip' naar een 'iepen mienskip'.

PROGRAMMA

Naast de zestig evenementen en projecten die vallen onder het hoofdprogramma (waaronder de grote tentoonstelling Escher in het Fries Museum en de muziektheatervoorstelling Lost in the Greenhouse in een kas tussen de paprika's), is er ook een speciaal 'iepen mienskip' programma met honderden evenementen die mede op eigen initiatief van particulieren en organisaties zijn opgezet. Door middel van deze culturele evenementen worden maatschappelijke kwesties zoals de impact van landbouw, duurzame energie, taal en de Europese Unie aangekaart. Het programma Fossilvrij Fryslân omvat diverse (deels reeds bestaande) activiteiten rondom alternatieven op het gebruik van fossiele brandstoffen. Zo wordt er over de snelweg van Drachten naar Leeuwarden een parade van futuristische, duurzame voertuigen van over de hele wereld gehouden. In september vindt er een groot energiecongres plaats. De grootste uitdaging vormt de twee weken durende Elfwegentocht waar alle Friezen worden uitgedaagd om voertuigen op fossiele brandstoffen te laten staan en elektrische taxi's en boten, Segways, groengasbussen en e-bikes te gebruiken.

© Xanne Wijkamp for
Leeuwarden-Friesland
European Capital of
Culture 2018



CULTURELE SETTING

De campagne Meet in Friesland, die Merk Fryslân en LF2018 samen voeren om Friesland als zakelijke bestemming te promoten, heeft een stevige impuls gegeven aan de regionale MICE-markt. Volgens Jant van Dijk, directeur van Congres Bureau Friesland, vinden er dit jaar diverse nationale en internationale congressen in Friesland plaats. De trajecten die hieraan vooraf zijn gegaan, zijn mede dankzij de titel Culturele Hoofdstad van Europa in gang gezet. "De titel heeft veel

branches en associaties aangezet om zich voor 2018 kandidaat te stellen. Wanneer je naast een goed bid ook deze titel in de strijd kan werpen, zijn associaties eerder geneigd om Friesland als bestemming te overwegen. Doorgaans weet Friesland op jaarbasis enkele internationale associatie-



Opening LF 2018
@ Erikjan Koopmans

Culturele Hoofdstad Europa

Sinds 1985 wordt jaarlijks een Europese stad uitgeroepen tot Culturele Hoofdstad van Europa, sinds 2004 zijn dit elk jaar twee steden. Van tevoren wordt vastgesteld welke twee landen aan de beurt zijn om een stad voor te dragen. Welke stad dit wordt, wordt meestal aan de hand van een nationale competitie bepaald. Het doel van de titel Culturele hoofdstad van Europa is om de rijkdom, de verscheidenheid en de gemeenschappelijke kenmerken van de Europese culturen tentoon te stellen zodat burgers van de Europese Unie elkaar beter leren kennen. Om dit doel te bereiken, stelt elke culturele hoofdstad een programma op met culturele evenementen vast dat de cultuur, het cultureel erfgoed, alsmede de plaats van de betrokken stad in het gemeenschappelijk cultureel erfgoed voor het voetlicht brengt en waarbij personen uit de culturele sector uit andere Europese landen worden betrokken om tot een duurzame samenwerking te komen. Amsterdam was in 1987 de eerste Nederlandse culturele hoofdstad, gevolgd door Rotterdam in 2001 (samen met Porto). In 2018 is dit Leeuwarden, samen met de Maltese stad Valletta.

congressen aan te trekken. Dit jaar staat Friesland duidelijk op het netvlies als congresbestemming, aangezien er hier tien meerdaagse congressen met meer dan 250 deelnemers zullen worden georganiseerd. Dit zijn onder andere het congres van CIRCOM (vereniging van Europese regionale omroepen), ISASA (International Small Islands Studies Association) en het WTCAGA2018 (World Trade Centers Association General Assembly). Het effect van deze positieve beeldvorming werkt bovendien door; ook nu nog zoeken bedrijven en instellingen de verbinding tussen hun congres of inspiratiedag en de conferenties die onderdeel uitmaken van het programma van LF2018 zoals het monumentencongres, ISPA (International Society for the Performing Arts) en het European Water Tech week. Alleen al in januari hebben we diverse aanvragen binnengekregen van conferenties waar meer dan honderd personen aan deelnemen. Een hiervan is de Architects Council of Europe.



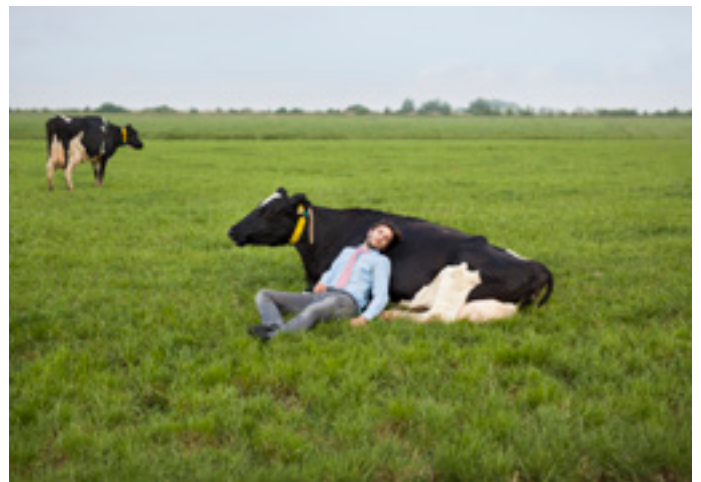
it Dreamlân

Om ervoor te zorgen dat de congresdeelnemers ook daadwerkelijk iets meekrijgen van LF2018, probeert Van Dijk waar mogelijk onderdelen van LF2018 in het programma van deze congressen te weven. "De deelnemers van het partnerprogramma van het WTC congres brengen een bezoek aan de Eschertentoonstelling en de deelnemers aan het ISPA-congres gaan tijdens een walking dinner langs verschillende LF2018 projecten. Ook brengen zij een bezoek aan Oerol. Bij alle communicatie-uitingen rondom de congressen wordt LF2018 aangehaald."

ONTWAKEND LANDSCHAP

Ook Yvonne Hulleman, campagne manager Meetcentives bij Merk Fryslân, biedt het de kans om het beeld dat meeting- en eventplanners van Friesland hebben te verbreden. "Zij beschouwen Friesland als een watersportprovincie en combineren hun

zakelijke bijeenkomst hier graag met een zeiltocht, een uitstapje naar de Waddeneilanden of een rondleiding door het centrum van Leeuwarden of het pittoreske Sneek. Dankzij LF2018 en de uitgebreide marketingcampagne die door Meet in Friesland en LF2018 in gang is gezet, staat Leeuwarden nu volop in de spotlights als culturele hoofdstad. Diverse meeting- en eventplanners hebben we tijdens site visits kennis laten maken met bijzondere locaties en unieke activiteiten die in het kader van LF2018 plaatsvinden. Zij kunnen bijvoorbeeld deelnemen aan het programma 'Ontwakend Landschap', waarbij ze in de buitenlucht samen eten, een voorstelling bezoeken, slapen in tenten en de ochtend erna worden gewekt door een trompettist, op pad gaan met de boswachter om vervolgens samen te ontbijten. De beleving die het landschap biedt, is verrassend



Sneek © Ruben van Vliet





Wadevents

BOOST

De positieve effecten van LF2018 op de Friese MICE-markt zijn bij de partners van Congres Bureau Friesland niet onopgemerkt gebleven. Van Dijk: “De stakeholders en MICE-partners zoals de hotelsector merkten in het aanlooptraject al wat de congresmarkt de regio op kan leveren. Om deze markt beter te kunnen faciliteren, werd vorig jaar Friesland Convention Partners opgericht. Dit is een samenwerkingsverband tussen Friese ondernemers die actief zijn binnen de MICE-sector. We worden ook steeds vaker getipt door de betrokken partijen om bepaalde organisaties eens te benade-

en dat spreekt meetingplanners aan. Overigens zijn ook de thema's watermanagement (WaterCampus Leeuwarden en de Afsluitdijk), duurzame energie en zuivelproductie (Dairy Campus), waarover veel kennis in de provincie aanwezig is, verweven in diverse evenementen waardoor je meer diepgang kunt geven aan een bijeenkomst. Dankzij LF2018 kunnen we cultuur aan dit rijtje kennisthema's toevoegen.”

Voor het groeiend aantal zakelijke aanvragen is er een speciale Hospitality Desk opgericht. Deze desk helpt meeting- en eventplanners om hun bijeenkomst te verbinden aan een passende LF2018-project en biedt hulp bij het zoeken naar passende vergader- en conferentielocaties en hotels in heel Friesland.



OF2017 Jantina Talsma

11Fountains Leeuwarden - Fountain Love by Jaume Plensa-Wietze Landman



ren.” Hulleman: “LF2018 zorgt voor een enorme boost voor de positionering van Leeuwarden en Friesland als cultuurstad. Je merkt dat we on top of mind zijn bij de meeting- en eventplanners. Met de unieke mogelijkheden die we bieden, kunnen we hen echt verrassen en hun verwachtingen overtreffen. Ook de inwoners, organisaties en het bedrijfsleven zijn enthousiast en treden steeds meer op als ambassadeur van hun provincie.”

Meer informatie over de MICE-mogelijkheden is te vinden op www.congresbureau friesland.nl en www.meetinfriesland.nl. Op www.2018.nl staan alle activiteiten rondom Leeuwarden-Fryslân 2018 vermeld.

Nieuwe samenwerking Flint en Seats2meet

Flint heeft al geruime tijd uiteenlopende samenwerkingsverbanden met bedrijven, veelal uit de regio, die Flint en cultuur in het algemeen een warm hart toedragen. Deze bedrijven noemen zich 'Drager van Flint' en verbinden zich op diverse manieren aan het Amersfoortse theater. Vanaf de start van het nieuwe theaterseizoen in september 2017 is daar een aantal bijzondere nieuwe Draggers bijgekomen. Deze maand is de samenwerking met Seats2meet beklonken. Seats2meet is een vernieuwend ontmoetingsconcept met meer dan 150 locaties over de hele wereld o.a. op Amersfoort CS. Twee maanden geleden heeft Flint een pilot gedaan voor een nieuw concept, getiteld 'Flex@Flint'. Hierbij is Flint letterlijk open voor mensen om te ontmoeten, te flexwerken en om tegelijkertijd een vleugje cultuur te kunnen opsnuiven. Flex@Flint is in de opzet van deze pilot ondersteund door Fountainheads, sinds 2017 ook Drager van Flint. Door de samenwerking die Flint nu is aangegaan met Seats2meet Amersfoort CS is Flex@Flint per 1 maart 2018 officieel een nieuwe en behoorlijk unieke S2M locatie geworden, de vierde in Amersfoort. Flint wil met haar activiteiten graag zo veel mogelijk mensen bereiken en tegelijkertijd nog efficiënter gebruik maken van het pand met haar vele mogelijkheden. Zo kunnen bijvoorbeeld flexwerkers en zzp'ers doordeweeks overdag terecht in Flint om te werken of te vergaderen. Bezoekers kunnen vooraf zien of Flex@Flint open is via de site van Seats2Meet (www.seats2meet.com) of via de S2M app. De bij Flint aangesloten Draggers zijn met elkaar inmiddels uitgegroeid tot een netwerk van ruim 70 lokale en regionale organisaties, actief in diverse branches en elk met een eigen specialisme. Flint maakt er werk van om binnen de diversiteit van dit zakelijke platform relevante kennis en expertise te delen, cultuur te promoten en ontmoeting en ontspanning te faciliteren. Draggers helpen middels hun steun mee om een veelzijdige en rijke theaterprogrammering voor een breed publiek te realiseren.

Google brengt Hangouts Meet hardware en Jamboard naar Nederland

Google brengt Jamboard, het interactieve whiteboard, naar Nederland. Jamboard is een whiteboard waarop verschillende content geprojecteerd kan worden, zoals foto's, video's en kaarten uit Google Maps, maar ook bestanden uit Google Drive. Doordat Jamboard is uitgerust met wifi, kan er content vanuit een mobiel apparaat doorgestuurd worden naar het whiteboard, ook als deze zich niet in dezelfde ruimte bevindt. Verder is ook video conferencing via Hangouts mogelijk door de toevoeging van een webcam, microfoon en speaker. Google heeft nu het tekenhulpmiddel AutoDraw toegevoegd aan Jamboard. AutoDraw detecteert automatisch schetsen en maakt hier vervolgens een duidelijke afbeelding van. Op deze manier worden ideeën nog visueler, of je nu een designer bent of een docent. Google brengt verder ook Hangouts Meet hardware naar Nederland, waardoor het opzetten van video meetings nog makkelijker wordt. Tot nu toe bestond de Hangouts Meet hardware kit uit een touchscreen controller, speaker mic, ASUS Chrombox en 4K sensor camera: ideaal voor het vastleggen van kleine kamers. Om er zeker van te zijn dat de kit schaalbaar is voor elke ruimte, presenteert Google twee features voor grotere ruimtes. Een nieuwe Hangouts Meet room kit met een Logitech PTZ Pro 2 die plaats biedt aan maximaal twintig personen. De camera kan details vastleggen met 10x optische zoom en ook is het mogelijk om de camera te draaien om scherp te stellen op de deelnemers. Een standalone Meet speakermic om de geluidskwaliteit scherp te houden in grote ruimtes. De speaker mic beperkt echo's en achtergrondgeluiden. Het is verder eenvoudig om tot vijf speakermics aan elkaar te koppelen zodat elke hoek van de ruimte voorzien is van uitstekende geluidskwaliteit.

Pulitzer Amsterdam treedt toe tot Legend Collection Preferred Hotels & Resorts

Pulitzer Amsterdam heeft onlangs haar status binnen Preferred Hotels & Resorts verhoogd naar de Legend Collection, de nieuwste collectie beschikbaar in 's werelds grootste onafhankelijk hotelmerk met meer dan 650 onderscheidende hotels, resorts en residenties in 85 landen. Pulitzer Amsterdam is hiermee het eerste Legend hotel in de Benelux. De Legend Collection van Preferred Hotels & Resorts vertegenwoordigt de ultieme portfolio met de meest uitzonderlijke onafhankelijke accommodaties op de meest unieke bestemmingen in de wereld. Wereldwijd geraffineerd en cultureel verfijnd, dat zijn de kenmerken van de hotels onderdeel van de Legend Collection. De meest prachtige gebouwen, attente en bijzonder persoonlijke service, gerenommeerde restaurants en faciliteiten, leggen de basis voor de meeste onvergetelijke ervaringen. "Alleen de meest bijzondere hotels in de portfolio van Preferred Hotels & Resorts worden toegelaten tot de Legend categorie, daarom spreek ik namens het hele team van Pulitzer Amsterdam dat wij vereerd en zeer trots zijn", vertelt Alexander van Gastel, General Manager van Pulitzer Amsterdam. "We streven ernaar om onze gasten een typisch Nederlandse ervaring te bieden met ons award-onderscheidende hoteldesign en continue de verwachtingen op het gebied van service, comfort en gastvrijheid te overtreffen." Het gerenoveerde Pulitzer Amsterdam is een luxe hotel gesitueerd in 25 samengevoegde 17de en 18de eeuwse grachtenpanden, in één van Amsterdams chicste buurten. Het vijfsterrenhotel heropende in augustus 2016 opnieuw haar deuren na een 1,5 jaar durende verbouwing en restyling en sloot zich destijds aan bij de LVX categorie van Preferred Hotels & Resorts. Het hotel biedt nu 225 gastenkamers, een uitgebreide serene binnentuin, vergader- en evenementenruimten evenals restaurant Jansz. en Pulitzer's Bar die lokale smaken en producten etaleren. www.pulitzeramsterdam.com



Ongekende mogelijkheden #OpPapendal

Afgelopen jaar bestond Accon avm 100 jaar. De accountants- en adviesorganisatie zocht een mooie locatie voor de jubileumdag en kwam uit bij hotel Papendal. "De mooie locatie, centrale ligging en keuze aan mogelijkheden op het gebied van activiteiten en catering waren factoren die hierin een rol speelden."

Jolanda Lensink is coördinator Marketing & Communicatie bij Accon avm. "Accon avm is dé advies- en accountantsorganisatie voor ondernemers in het MKB. Als advies- en kennisorganisatie streven wij er naar ondernemen duurzamer, aantrekkelijker, eenvoudiger en uit-

dager te maken. Met onze eersteklas diensten en advies stimuleren wij ondernemers hun onderneming naar een hoger plan te brengen." Lensink was medeverantwoordelijk voor de organisatie van de jubileumdag. "Op ons jubileumfeest waren ongeveer 550 mensen aanwezig. De gasten werden rond de middag ontvangen met een lekkere lunch. De opening van de jubileumdag en warming-up voor de activiteiten werd gedaan door oud-Olympiër en bokskampioen Arnold Vanderleijsje. Ook werd het 'Olympisch vuur' aangestoken."

ACTIVITEITEN

De deelnemers konden kiezen uit ruim 25 activiteiten. Deze liepen uiteen van boogschieten tot levend tafelvoetbal, van

mozaïeken tot een fietstocht en van een rondleiding op Papendal tot een workshop Gezonde voeding. Voor ieder was er dus wat wils. Daarna was er een lopend buffet en barbecue. Vervolgens ging de feestavond van start. Lensink: "De zaal was dusdanig ingericht dat men rustig kon bijpraten in een loungehoek, maar dat men ook lekker kon dansen of de band van een afstandje kon bekijken. Er werd in alle opzichten rekening gehouden met het aantal gasten en onze wensen."

GASTVRIJHEID

Lensink is erg te spreken over de gastvrijheid van Papendal. "De reacties waren enorm positief! Alles was goed verzorgd. Jeannette de Vries, onze contactpersoon bij hotel Papendal, dacht goed mee over allerlei zaken. De samenwerking met Hotel Papendal is erg goed verlopen. We zullen Papendal zeker in gedachten houden voor de toekomst!"

www.papendal.nl



MPI congres EMEC 2019 naar Nederland

Nederland op zijn allerbest

De Nederlandse MICE-branche laat zich kenmerken door creativiteit en innovatie. Dat je daar ver mee kan komen, blijkt uit het feit dat MPI Nederland het jaarlijkse Europese MPI-congres in 2019 niet alleen mag hosten, maar ook geheel in eigen beheer mag organiseren.

Fotografie clickshots.nl

MPI Global organiseert elk jaar in een wisselend Europees land het European Meetings en Events Conference (EMEC). Tijdens dit meerdaags congres komen meetingprofessionals uit heel Europa en daarbuiten bij elkaar om kennis en inspiratie op te doen over het vakgebied, te netwerken en zaken te doen. Normaal gesproken functioneert het gekozen land als host en mag deze helpen met het aandragen van een locatie en de hotels. MPI Nederland wilde het EMEC graag naar Nederland halen, maar dan wel op eigen voorwaarden. "Voor het eerst zal een chapter het congres hosten en volledig in eigen beheer organiseren. Dat bete-

Programma

De meetingplanners kunnen tijdens EMEC rekenen op een uitgebreid Hosted Buyer Programma waarbij locaties uitgebreid de kans krijgen om zich aan het publiek te presenteren. Daarnaast zijn er interessante sessies en sprekers en komt de innovatieve kant van de nationale MICE-sector aan bod. Ook zal er aandacht zijn voor de Nederlandse cultuur. "We willen graag op actuele themajaren aansluiten, maar we laten bijvoorbeeld ook de Nederlandse dance scene aan bod komen die internationaal veel aanzien heeft", aldus Verbeek.

kent dat we ook verantwoordelijk zijn voor eventuele verliezen", vertelt Gijs Verbeek, directeur MPI Nederland. "De betrokkenheid vanuit de VS, waar het hoofdkantoor van MPI Global is gevestigd, blijft overigens groot. Zij zullen assisteren met de marketing rondom het congres."

INNOVATIE

Uiteraard rijst de vraag waarom er voor zo'n constructie is gekozen. Verbeek: "De ondertitel van het congres is 'Changing the Game'. Door EMEC 2019 volledig vanuit het chapter te organiseren, komt het congres vanuit de 'grassroots', vanuit de leden zelf. Je kunt als land laten zien waar je voor staat. Bovendien loopt de Nederlandse

SAMENWERKING

Voor het binnenhalen van EMEC 2019 heeft MPI Nederland intensief samengewerkt met The Hague Convention Bureau, World Forum The Hague en andere betrokken partners. "World Forum The Hague is één van onze preferred partners en heeft zojuist een grote renovatie afgerond", licht Verbeek toe. "Zij hebben destijds aangegeven graag mee te willen werken om het jaarcongres naar Nederland te halen. Ook The Hague Convention Bureau heeft haar nek uitgestoken en samen met ons bijna drie jaar lang gelobbyd bij MPI Global. Het loslaten van de verantwoordelijkheid had namelijk wat tijd en vertrouwen nodig." Logischerwijs zal het congres grotendeels plaatsvinden in het World Forum, maar Verbeek wil ook graag andere locaties en steden bij EMEC 2019 betrekken. "Afgezien van het feit dat we voor dit congres gewoon hulp nodig hebben van diverse partijen, kun je met het aandoen van verschillende steden uitstekend laten zien hoe goed de bereikbaarheid in Nederland is."



chapter voorop wat betreft experimenteren en innoveren. Dat zie je onder andere terug in onze landelijke jaarcongressen waarbij vernieuwende concepten worden gehanteerd. Dat hoort ook bij een vakvereniging die actief is in de MICE-branche. Eventmanagers hebben vaak de meest fantastische ideeën maar omdat deze doorgaans niet beproefd zijn, is er relatief weinig ruimte voor innovatie. Met onze jaarcongressen hebben we laten zien dat innovatieve ideeën en concepten wel degelijk bijdragen aan het slagen van een evenement, en dat willen we ook tijdens EMEC 2019 demonstreren."

VRIJWILLIGERS

Een andere belangrijke troef die MPI Nederland in handen heeft, is de uitgebreide organisatie. Volgens Verbeek is MPI Nederland bijvoorbeeld een van de weinige chapters met een (deels) betaalde kracht. "Bovendien kunnen we steunen op een enorm netwerk aan enthousiaste leden en vrijwilligers die naast het verzorgen

van de marketing en communicatie en trainingen, ook de congressen en evenementen organiseren. Om deze vrijwilligers niet te veel te belasten, hebben we besloten om het nationale jaarcongres in 2019 te vervangen door EMEC 2019. Daarnaast zal er een aparte congrescommissie worden samengesteld die zich specifiek over de organisatie van dit congres zal buigen.

VISITEKAARTJE

Verwacht wordt dat er in 2019 tussen de 350 en 500 deelnemers naar Den Haag af zullen reizen. Dit zijn zowel leden als niet-leden uit binnen- en buitenland. "We willen met EMEC 2019 een visitekaartje afgeven en laten zien waarom Nederland een uitstekend congresland is. Het congres zal Nederland op zijn allerbest laten zien", aldus Gijs Verbeek.

Wil je op de hoogte blijven van EMEC 2019 of helpen met de organisatie? Kijk op www.mpiweb.nl of neem contact op met Gijs Verbeek via info@mpiweb.nl.





Green Key

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

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

Op www.meetingmagazine.nl/locaties 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)



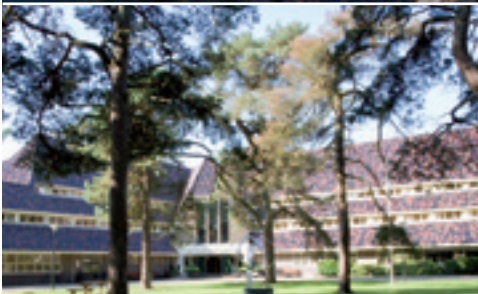
de Baak Seaside

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)



'You might be seeing obstacles but the only thing standing in your way is yourself'

Opstartproblemen

Herkennen jullie dit? Het nieuwe jaar is begonnen, de teller staat qua omzet weer op nul, en de motor komt té langzaam weer op gang. En dan gaat het niet enkel om de organisatie maar ook mijn eigen intrinsieke motivatie staat op een laag pitje.

Het is een terugkerende valkuil. Ik werk keihard tot de laatste klus van het jaar gedaan is en kom dan terecht in een soort niemandsland. De draad weer oppakken vind ik dan lastig. Zeker als blijkt dat de begroting (die je altijd weer naar boven hebt bijgesteld ten opzicht van het jaar daarvoor) de eerste drie maanden van het jaar misschien toch wat ambitieus lijkt.

Al snel verschuil ik me achter excuses maar ik weet als geen ander dat dit leidt tot niets. "Kom op Pieter, schouders eronder en alle projecten, ideeën en plannen weer uit de kast en hup, ondernemen!", spreek ik mezelf dan toe.

Eén van onze grootste uitdagingen is dat onze bedrijven door steeds meer boekers/opdrachtgevers worden gezien als benchmark, met alle gevolgen van dien. We krijgen gelukkig veel aanvragen maar zien ook dat de hoeveelheid 'verloren' offertes stijgt. Ehm, dan gaat er ergens in de pijplijn dus iets mis. Want als je traditioneel denkt, betekent het dat je steeds drukker bent met niets.

Of moeten we omdenken en die 'verloren' offerte juist beschouwen als kans? En de opdrachtgever die niet met ons in zee gaat, op een positieve manier verrassen? Laten we hem een week voor uitvoer op een andere locatie, een kaart sturen en hem succes wensen. En laten we hem een whitepaper aanbieden met tips & tricks voor een succesvol evenement. Volgens mij bouw je dan een warme relatie op zonder dat je echt zaken hebt gedaan. Return on inspiration in plaats van return on investment.

Als je dit omdenken doorvoert – van teleurstelling naar kans – gaat er een wereld voor je open en zie je enkel nog maar mogelijkheden. En ik kan jullie verzekeren; dat helpt écht om de motivatie weer aan te wakkeren.

Dat omdenken lukt echter niet altijd. We hebben steeds vaker te maken met intermediairs die door grote corporates worden ingehuurd voor het boeken van locaties voor hun meetings en congressen. Ze vragen offertes aan bij vele locaties. Bij de selectie wordt dan puur gekeken naar de harde gegevens en is er geen oog voor de bezieling en meerwaarde die wij bieden. Hoe kunnen we ook hier omdenken en de intermediair (let wel: niet de PCO's en meetingprofessionals etc.) zien als kans en niet als obstakel? Laat het me weten!

Pieter Aalbers

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

www.theattentiongroup.nl



Expositiepanelen van ABC Display

Breng je boodschap snel en flexibel over op iedere locatie

‘Portable branding’ noemt ABC Display de inzet van haar expositiepanelen. Daarmee is niets teveel gezegd: met de veelzijdige reclamedragers van ABC Display creëert iedereen in een handomdraai een professionele presentatiewand. “Ideaal voor gebruik op iedere locatie, onze expositiepanelen zijn multifunctioneel inzetbaar”, zegt Cyrus Truijens, eigenaar van ABC Display.

Tekst: Jan Mol

Of het nu gaat om evenementen in de eigen bedrijfshal, om tijdelijke exposities buiten de deur of (semi)permanente tentoonstellingen, men krijgt nooit een tweede kans om een eerste indruk te maken. Bij een professionele bedrijfsuitstraling hoort een professionele manier van presenteren. Met de ex-

positiepanelen van ABC Display kan dat, op een zeer comfortabele manier.

GEBRUIKSGEMAK EN DUURZAAMHEID VOEREN DE BOVENTOON

Truijens vervolgt zijn verhaal: “Onze expositiepanelen komen in diverse soorten en maten. Kenmerkend is het feit dat ze zonder gereedschap in elkaar te zetten zijn. De maximale maat per paneel meet maar liefst 300 cm x 125 cm. Wie meer displayruimte nodig heeft, kan de panelen eenvoudig koppelen aan elkaar. Een communicatieboodschap kan zo eindeloos uitgestrekt worden, waarbij de gekoppelde panelen als één passend geheel ogen.” De uit aluminium vervaardigde frames zijn duurzaam en licht in gewicht. Dat maakt transporteren, monteren en demonteren tot een eenvoudige klus. Materialen worden bevestigd met klittenband (het paneel in het frame is bekleed met velours), punaises of schilderijhaken. Behalve als posterbord zijn de expositiepanelen ook als posterwand in te zetten.

DRAAGBARE ROOMDIVIDER

De expositiepanelen lenen zich uitstekend om als roomdivider ingezet te worden, bijvoorbeeld op beurzen of op kantoor. “Al dan niet voorzien van een com-



municatieboodschap, kan er in een handomdraai een scheidingswand gecreëerd worden, die altijd netjes en professioneel oogt”, licht Truijens toe. “Daarbij heeft de gebruiker de keuze om het paneel in staande of liggende uitvoering toe te passen. Flexibiliteit is een echte USP van dit product.”

Het feit dat de panelen dubbelzijdig te gebruiken zijn, lost tevens een ander probleem op. De gebruiker zit niet meer vast aan een zichtzijde en een onafgewerkte zijde. Dat maakt de expositiepanelen zeer geschikt om vrijstaand in een ruimte toe te passen.

TIJDELIJK GEBRUIK

“We kunnen ons voorstellen dat bedrijven die slechts af en toe behoefte hebben aan expositiepanelen liever niet investeren in de aanschaf van een draagbare wand. Voor die bedrijven hebben we de mogelijkheid om exposi-

tiepanelen te huren, tegen schappelijke tarieven”, aldus Truijens. “Denk bijvoorbeeld aan klantendagen, waarbij er rondleidingen door het bedrijf zijn. Expositiepanelen in kleinere afmetingen kunnen dan ingezet worden als interne bewegwijzering.”

MEER DAN COMPLEET IN AANBOD

‘Keep moving your brand’ zijn de gevleugelde woorden waarmee men bedrijven die willen exposeren faciliteert. ABC Display heeft naast de genoemde expositiepanelen ook andere beursbenodigdheden in haar leveringsprogramma. “We staan tevens bekend om onze presentatie-wanden, roll-banners, beursstands, balies en zuilen. Of het nu om koop of huur gaat, het is one-stop-shopping bij ABC Display. Zelfs brochurehouders leveren we me, als dat gewenst is”, zegt Truijens tot slot.

www.abcdisplay.nl



Renovatie versterkt kernwaarden hotel Sandton Eindhoven Centre

Kleinschalig, persoonlijk

Vriendelijk, toegankelijk, huiselijk, die begrippen karakteriseren Sandton Eindhoven Centre. Dit relatief kleinschalige hotel aan de zuidelijke poort van het stadshart geeft van oudsher een persoonlijk tintje aan zijn service en de recent afgeronde renovatie zal dat alleen maar versterken.

Tekst Aart van der Haagen

Grotendeels in een nieuw jasje gestoken is Sandton Eindhoven Centre klaar voor de toekomst, waarin het als driesterrenhotel evolueert tot de bovenkant van zijn segment, zonder de nette prijs-kwaliteitverhouding uit het oog te verliezen. Het maakt deel uit van de International Hotel Management Group, moedermaatschappij van Pillows Hotels en Sandton Hotels. De eerste formule richt zich meer op het luxesegment, de tweede kenmerkt zich door het unieke karakter per locatie, zoals in Eindhoven de ligging pal aan de rand van het centrum. "Dat we daarbij over een ruime eigen parkeergarage beschikken, is op een plek als deze zeker niet gebruikelijk", weet Bram Bijnen, hotel manager van Sandton Eindhoven Centre.

OPEN KEUKEN

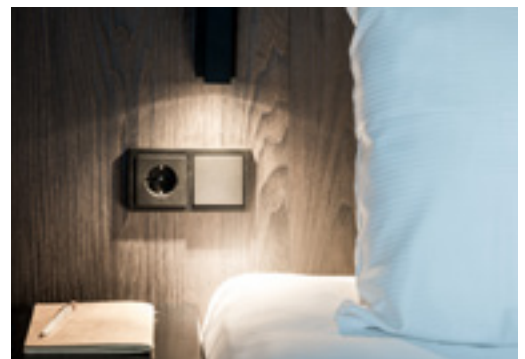
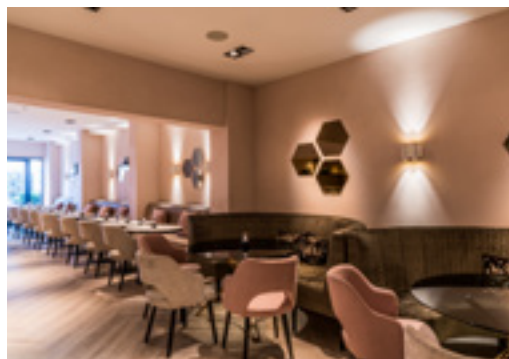
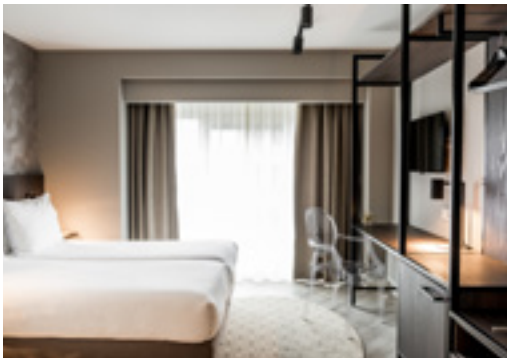
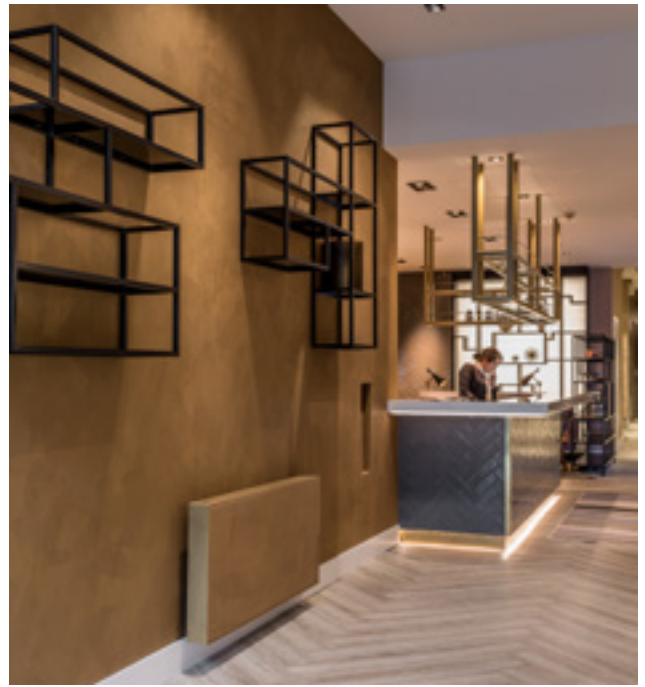
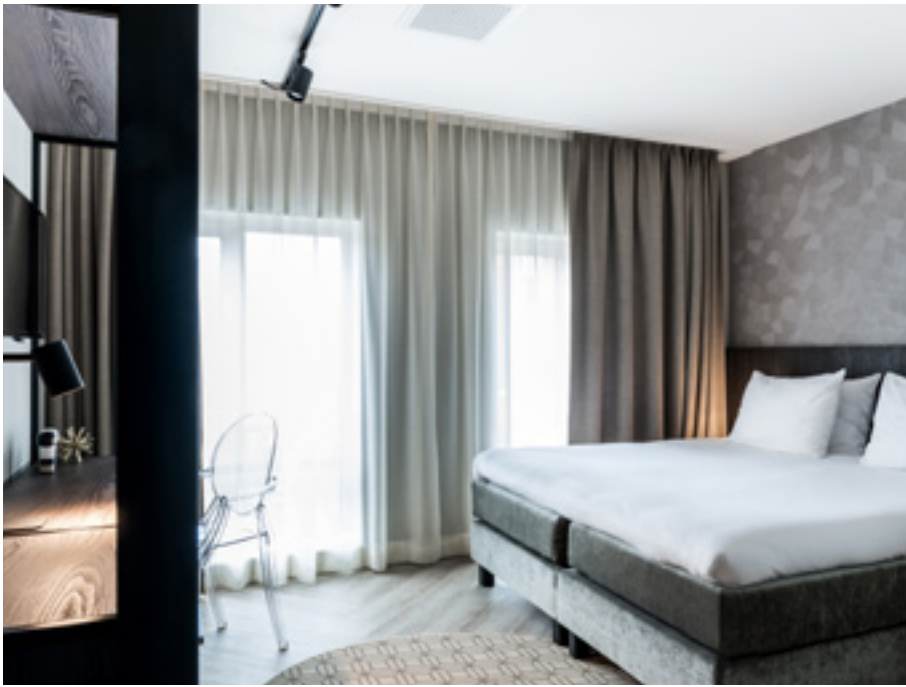
De capaciteit van 75 kamers en zeven vergaderzalen behoeft geen aanpassing bij de recent afgeronde verbouwing, maar naast het creëren van een aangename, transparante sfeer en een moderne uitstraling vormde een uitbreiding van andere faciliteiten wel de inzet. Bijnen: "Voortaan bieden we een fitnessruimte

en bevindt zich direct achter de gecombineerde receptie en bar een open keuken, waar onze medewerkers de gerechten van de all day dining kaart direct voor de neus van onze gasten bereiden. Dat geeft een speciale beleving. Overigens waarderen we ook ons ontbijt op, met meer verse en meer lokale producten. Qua overnachtingen bestaat de keuze vanaf nu uit drie in plaats van twee typen kamers en de zalen hebben we uitgerust met flatscreens, te bedienen op basis van click and share, dus veel gebruiksvriendelijker dan beamers."

GASTEN ALTIJD IN BEELD

Typisch voor Sandton Eindhoven Centre is de kleinschaligheid. "Met een team van achttien mensen pakken we alle taken op en kunnen we snel schakelen," aldus Bijnen. "Daarbij hebben we echt oog voor de gasten en onthouden we, wanneer ze regelmatig terugkomen, hun persoonlijke wensen. Bij de verbouwing is doelbewust de keuze gemaakt om de receptie te verschuiven naar het hart van de begane grond, gecombineerd met de bar, direct grenzend aan de lounge. Het bevordert de collegiale sfeer en zorgt ervoor dat de gasten altijd aangesproken worden en in beeld blijven. Daarmee kunnen we hen te allen tijde aandacht en een gevoel van welkom geven, wat uiteindelijk onze hoofddoelstelling vormt."

Meer informatie: www.sandton.eu/eindhoven





De Keizerskroon is Bilderberg Hotel van het Jaar 2017

Processen durven loslaten

Als je in je dagelijkse routine alles keurig voor elkaar hebt, word je nog niet zomaar Bilderberg Hotel van het Jaar. Dankzij bijzondere prestaties in 2017 sleepte Bilderberg Hotel De Keizerskroon in Apeldoorn die titel voor de tweede keer in de wacht, dus mag je veronderstellen dat het zijn processen optimaal beheer(s)t. Daarin schuilt juist niet het verschil.

Tekst Aart van der Haagen

Oké, de unieke ligging naast Paleis Het Loo geeft Bilderberg Hotel De Keizerskroon absoluut extra cachet, maar dat aspect en een verzorging van de gasten op niveau vormen slechts een deel van het onderscheidend vermogen. In 2014 ging de titel Bilderberg Hotel van het Jaar al naar Apeldoorn en in 2017 opnieuw, bovendien werd het eigen Restaurant Kingstreet in het recente verleden uitgeroepen tot populairste eetgelegenheid in deze 'koninklijke' plaats. "De award vanuit onze hoofdorganisa-

tie krijg je toegekend op basis van gasttevredenheid, betrokkenheid van de medewerkers en financieel resultaat", vertelt Carla Maessen, General Manager van Bilderberg Hotel De Keizerskroon. "Dat laatste geldt bij ons eigenlijk niet eens als een speerpunt. Wij geloven erin dat wanneer je de eerste twee elementen op orde hebt, een financieel gezonde positie vanzelf komt." De gemiddelde waardering van gasten ligt op een 8,5. Zij ervaren een bijzondere beleving en dat zit vaak in kleine dingen, zoals een ideeënbord om suggesties op te schrijven, complimentenkaartjes om te versturen en de mogelijkheid om een kijkje in de keuken te nemen. Toch moeten we het onderscheid dieper zoeken.

VRIJER ACTEREN

Volgens de General Manager ontwikkelde Bilderberg Hotel De Keizerskroon onder begeleiding van trainingsbureau House of Hostmanship - met als lijfspreuk 'de kunst mensen het gevoel te geven dat ze welkom zijn' - een opmerkelijk traject. "Het komt erop neer dat je leert om je processen op bepaalde momenten los te laten. Je richt je dan niet op jezelf, maar op het belang van de ander, waarbij je vrijer gaat acteren. Natuurlijk kun je niet zomaar alle processen overboord zetten; koude koffie maak je niet zomaar goed met een vriendelijke houding. Wij hebben echter binnen de organisatie een klimaat geschapen waarin iedereen verantwoordelijkheid mag en moet nemen om spontaan op situaties in te spelen. Als nieuwe gasten kletsnat van de regen binnenwandelen, kun je netjes volgens procedure de check-in uitvoeren, maar het wordt erg gewaardeerd wanneer je eerst even een handdoek haalt om hen in de gelegenheid te stellen



zich af te drogen. Wanneer buren 's ochtends zonder jus d'orange voor het ontbijt zitten en bellen of het misschien via ons geregeld kan worden, is het antwoord gewoon; ja natuurlijk. Daarna kijken we wel hoe we het precies gaan oplossen. Het vergde in het begin best een omschakeling voor onze mensen om vanuit die vrijheid te werken, maar het blijkt superleuk om te doen en dat beleven de gasten ook zo. Overigens begint alles met welzijn binnen ons team, daarom geven we iedereen de ruimte om zich te ontwikkelen en te ontplooiën. Als je gastvrij naar jezelf en vervolgens je collega's bent, lukt dat richting de gasten ook veel beter."

HOE HEURT HET EIGENLIJK?

Vanuit een positieve benadering concentreert Bilderberg Hotel De Keizerskroon

zich op zijn dna en op zijn sterke punten. "Wat aandacht krijgt, dat groeit", glimlacht Maessen. "Wij houden onszelf altijd voor ogen dat een gast die de deur uit loopt, morgen graag moet willen terugkomen. Sterker nog, wij vinden het gaaf om daarin inspirerend op te treden, om Nederland gastvrij te maken. Dat doen we via een aantal modules, zoals het Etiquettediner, speciaal voor de zakelijke markt. Het gezelschap gaat heerlijk eten en krijgt op een aansprekende, tastbare manier uitleg over de gewoonten en gebruiken die daarbij officieel gelden. 'Hoe heurt het eigenlijk?', dus. Als je met iemand staat te praten, neem dan niet samen tegelijk een hap uit een bitterbal. Jasjes uit tijdens het diner? Hoe gezellig ziet het eruit met een wit tafellaken en allemaal witte overhemden?" De General Manager verzorgt zelf een

kick-off workshop, die op inspirerende wijze inzicht geeft in hoe Bilderberg Hotel De Keizerskroon met gastvrijheid omspringt.

RUN YOUR HOTEL

Verhelderend werkt de module Hostmanship. "Dan ga je in tweetallen op safari langs winkels, waar je een opdracht uitvoert en de bezoeken beoordeelt op basis van de Hostmanship-principes. Misschien doet zo'n ondernemer alles keurig volgens het boekje, maar geef je hem toch slechts een 7, omdat hij zich bijvoorbeeld niet goed in de situatie van de klant inleeft. We vervolgen zo'n dag met een Experience Tour als kennismaking met ons hotel achter de schermen en daarna leert het gezelschap via een trainer de ervaringen in praktijk te brengen." Een stap verder gaat de tweedaagse module Run your hotel. "Daarin lopen de zakelijke gasten zelf actief mee binnen alle afdelingen, van keuken, receptie en bediening tot housekeeping en directie. Zo halen we de cursisten uit hun comfortzone. Iedereen is gelijk; de normale rollen in het dagelijks leven doen niet ter zake en je kunt dus geen machtspositie gebruiken. Je leert jezelf kennen en werkt aan teambuilding, waarbij je heel veel lol met elkaar beleeft. De tweede dag van deze module staat nog meer in het teken van bewustwording. Je krijgt dan feedback van de afdelingshoofden. Best confronterend, maar het legt een basis om verder te bouwen." Kortom, gasttevredenheid vormt niet het geheim van Bilderberg Hotel De Keizerskroon, maar juist een transparant verhaal dat inspirerend werkt. Dat mag best onderscheiden worden...

www.bilderberg.nl





GDPR-compliant in zes stappen

Doe jij het wel veilig?

Cloud computing heeft de laatste jaren flink aan populariteit gewonnen. Opslag van data in de cloud bespaart investeringen in hardware, is enorm schaalbaar en vermindert de complexiteit van IT-beheer. Een mogelijk nadeel is de afhankelijkheid van de leverancier; problemen kun je immers niet zelf verhelpen. Ook is vaak onduidelijk waar bedrijfsdata zich precies bevindt. Nieuwe wetten dwingen je ertoe je bedrijfsprocessen met betrekking tot data nog eens goed te herzien om flinke boetes te voorkomen.

NIEUWE, STRENGERE PRIVACYWETGEVING

Elk bedrijf dat met persoonsgegevens werkt, moet rekening houden met de nieuwe Europese privacyverordening. Op 25 mei 2018 maakt de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) definitief plaats voor de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG of GDPR in het Engels). Vanaf dat moment geldt in de hele EU dezelfde wetgeving met betrekking tot privacy en de omgang met persoonsgegevens. Ook bedrijven buiten de EU die gegevens van Europese burgers verwerken (denk aan Google of Microsoft), moeten zich aan de AVG houden.

De verordening geeft burgers meer zeggenschap over hun data en wat daarmee gebeurt. Bedrijven moeten duidelijk maken (en vast-



leggen!) waarom ze bepaalde (persoons) gegevens nodig hebben en waarvoor die worden gebruikt. Burgers kunnen inzage vragen in opgeslagen data, toestemming intrekken, klachten indienen en gebruiken van het recht om vergeten te worden. Nieuw is het recht op dataportabiliteit, waarmee burgers het recht krijgen om de persoonsgegevens te ontvangen die een organisatie van ze heeft.

Overigens is de AVG sinds begin 2016 al in werking getreden, maar bedrijven hebben nog een krap jaar om aan alle regels en onderdelen in de verordening te voldoen. De nieuwe verordening is veel strenger dan de Nederlandse privacywetgeving. Nu moet nog sprake zijn van opzet of grove schuld voordat een datalek wordt gemeld

bij de Autoriteit Persoonsgegevens (AP). Die bepaling verdwijnt en bedrijven die zich niet aan de regels houden, kunnen straks rekenen op forse boetes (tot 5 procent van hun wereldwijde omzet). Om boetes en problemen te voorkomen, is het van belang tijdig voorbereidingen te treffen. Zo moeten organisaties die persoonsgegevens verwerken, documenteren welke gegevens worden verwerkt, met welk doel, waar data vandaan komt en met wie deze wordt gedeeld. Sommige organisaties zijn daarnaast verplicht om een functionaris gegevensbescherming (FG) aan te stellen. Die is verantwoordelijk voor de meldplicht en bekleedt een onafhankelijke positie binnen de organisatie. De AP biedt een stappenplan aan dat bedrijven op weg helpt om aan de AVG te voldoen.

DE AVG EN CLOUD COMPUTING

Steeds meer bedrijven maken gebruik van de cloud voor de verwerking van data, soms ter vervanging van hun eigen servers en opslag, soms door gebruik van SaaS. In veel gevallen zijn daarbij persoonsgegevens betrokken. Omdat de leverancier daar ook toegang tot heeft, bijvoorbeeld als hij beheeractiviteiten uitvoert, is het van belang afspraken te maken over beveiliging en geheimhouding. Doorgaans wordt dat vastgelegd in een bewerkersovereenkomst. Als klant moet je controleren of de cloudleverancier voldoet aan de verplichtingen, en actie ondernemen als dat niet het geval is.

Een belangrijk aandachtspunt – zeker bij het werken met clouddiensten – is doorgifte naar het buitenland. Er worden strenge eisen gesteld aan het (ver)plaatsen van persoonsgegevens op servers buiten de EU. Het moet duidelijk zijn waar de gegevens zich bevinden en of de locatie een ‘passend beschermingsniveau’ heeft. Voorkom problemen door te kiezen voor een cloudleverancier die enkel gebruikmaakt van servers binnen de EU. Verder schrijft de AVG voor dat beveiligingsincidenten waarbij data is gelekt direct gemeld moeten worden bij de Autoriteit Persoonsgegevens. Na beëindiging van een cloudcontract (of faillissement van de leverancier) vindt een overdracht van gegevens plaats. Ook moet de leverancier de gegevens van zijn servers verwijderen.

ZO WORD JE COMPLIANT

Privacy Management Partners en cloud-beveiligingsbedrijf Netskope onderscheiden zes zaken waaraan organisaties die persoonsgegevens verwerken en gebruiken van de cloud moeten voldoen. Door deze stappen te doorlopen, word je compliant.

- Weet waar leveranciers van cloud-apps gegevens verwerken en opslaan. Houd daarbij rekening dat data kan circuleren tussen de verschillende datacenters waarvan de app gebruikmaakt.
- Neem adequate beveiligingsmaatregelen om persoonlijke data te beschermen tegen verlies, aanpassing en ongeoorloofde verwerking. Wees er zeker van dat de cloud-apps die je gebruikt voldoen aan de beveiligingsstandaarden.
- Controleer je dataverwerkingsovereenkomst met de aanbieders van de cloud-apps die je gebruikt. Zo weet je zeker dat ze voldoen aan de eisen van de nieuwe Europese privacywetgeving.
- Verzamel alleen data die je écht nodig hebt en beperk de verwerking van ‘speciale’ gegevens, die betrekking hebben op bijvoorbeeld ras, etniciteit, politieke voorkeur en religie. In principe hoeft alleen de data benodigd voor de functionaliteit van de cloud-app verzameld te worden.
- Sta niet toe dat clouddiensten persoonlijke data voor andere doeleinden gebruiken. Leg vast dat de klant eigenaar is van de data en dat deze niet met derden wordt gedeeld.
- Zorg dat persoonsgegevens worden gewist wanneer er niet meer gebruik wordt gemaakt van de clouddienst of -app.

Daarnaast is het goed om binnen de organisatie awareness te creëren, niet alleen over de nieuwe privacywetgeving, maar ook over het belang van informatiebeveiliging in het algemeen. Vaak is het niet het systeem dat onveilig is, maar liggen de risico's juist in het gebruik van de applicaties. Train en informeer daarom je medewerkers.

www.inspireertbeterondernemen.nl

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.



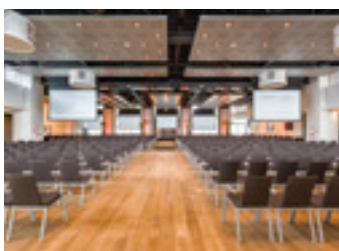
WWW.VERGADERHAMERS.NL
WWW.VERGADERHAMERS.BE

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



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



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

Woudenbergseweg 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 Stromen

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



VERGADERHAMERS

"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



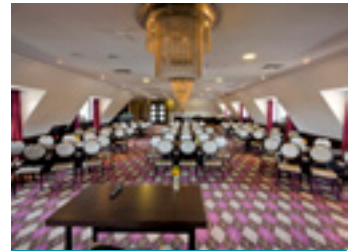
Van der Valk Hotel Cuijk-Nijmegen

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@bilschehoek.valk.com
I www.bilschehoek.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 congresserving 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
Cygne**

Cygne

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

Deskbookers & MeetingReview gaan samenwerking aan

Een online boekingstool voor meetinglocaties en een onafhankelijk platform voor gebruikerservaringen over locaties en diensten slaan de handen ineen. Vanaf nu kunnen bezoekers van de website MeetingReview direct hun ruimtes via Deskbookers online boeken. Beiden partijen streven er naar meer transparantie te bieden aan klanten in de wereld van meeting- en werkruimtes. Het brede aanbod van Deskbookers is door deze samenwerking eenvoudig te vergelijken op het review platform. "Klanten zijn gewend om hotels, restaurants, kleding, taxi's - bijna alles - online te bestellen. Deze trend zet zich voort in de vergaderwereld. Ook daar is er steeds meer vraag naar feedback van eerdere gebruikers. Door onze samenwerking linken wij een objectief reviewplatform aan ons boekingsplatform. Een mooie stap naar meer transparantie voor onze klanten", aldus Lea Schollmeyer, Head of Marketing en Customer Care, Deskbookers. Robert Spakman van MeetingReview: "We merken al een paar jaar dat online reserveren ook voor meetinglocaties in opmars is. Het is logisch dat je als enthousiaste bezoeker van de site door het lezen van mooie reviews graag de volgende stap wil maken. Dat kan zijn telefonisch contact opnemen met de locatie maar nu ook online reserveren." Onderzoeken tonen aan dat de gastervaringen in de MICE-branche steeds belangrijker worden. Keuzes worden gemaakt, naast een wervende tekst van de aanbieder, ook door reviews van eerdere gebruikers te lezen. "Online selecteren van locaties op basis van reviews maar ook online reserveren van een ruimte zijn over drie jaar net zo gewoon als we nu doen bij een restaurant", aldus Robert Spakman.

Helmond Marketing sluit zich aan bij VisitBrabant Convention Bureau

Eind februari vond de officiële ondertekening van het convenant VisitBrabant Convention Bureau plaats. VisitBrabant Convention Bureau is een onafhankelijke serviceorganisatie voor meetingplanners, PCO's en andere professionals die ondersteuning wensen bij het vinden van een perfecte locatie voor meetings, incentives, conferenties en/of events. Helmond sluit zich met de ondertekening van dit convenant aan bij VisitBrabant Convention Bureau. Een prachtige kans om als stad zowel nationaal als internationaal bekendheid te creëren en het aanbod voor events en congressen bij een breder publiek bekend te maken. www.visitbrabant.com



Corendon Vitality Hotel behaalt Green Key Gold keurmerk

Het Corendon Vitality Hotel in Amsterdam heeft het Green Key Gold keurmerk behaald; hét internationale keurmerk voor bedrijven die zich binnen de recreatie- en vrijetijdsbranche sterk inzetten voor duurzaamheid. Het Corendon Vitality Hotel voldoet aan alle verplichte en optionele eisen van Green Key Gold. Het hotel dat in 2014 haar deuren opende, heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan en is zeer trots om dit keurmerk te mogen ontvangen. Duurzaamheid is een belangrijke pijler voor het Corendon Vitality Hotel. Door verschillende energie- en waterbesparende systemen en investeringen - zoals een 'warmte koude opslag', een warmtepomp, een gebouw-beheersysteem en LED verlichting - bespaart het hotel op jaarbasis 153.000 m³ gas en 1,3 miljoen kWh aan elektriciteit. Corendon Hotels & Resorts gebruikt in Nederland Nederlandse groene stroom van het Afval Energie Bedrijf in Amsterdam. Naast de energie- en waterbesparende maatregelen heeft het hotel oplaadpalen voor elektrische auto's, een Join the Pipe watertappunt, 8.000 m² aan gerecyclede tapijttegels en bad- en bedlinnen van biologisch katoen. Corendon Hotels & Resorts bespaart op jaarbasis 300.000 wegwerpverpakkingen door op de standaardkamers grootverpakkingen shampoo, showergel en bodylotion te gebruiken. Ook op het gebied van Food & Beverage is het hotel vooruitstrevend. Zo gaat het Corendon Vitality Hotel actief voedselverspilling tegen door doggybags aan te bieden, wordt er gewerkt met lokale leveranciers en staan er biologische en Fairtrade gerechten op de menukaart.

Foto: Isabel Boekel, MVO Manager Corendon, heeft het Green Key Gold certificaat in ontvangst mogen nemen. Ruud Koornstra, eerste energiecommissaris van Nederland, deelde de certificaten uit.



Schijt aan

In korte tijd bereikt mij vanuit diverse hoeken hetzelfde bijzondere onderwerp: 'schijt hebben aan'. Het zet me aan het denken. Maar eerst even het kader waarbinnen het me triggert.

Iedere sociale omgeving is een systeem met zijn normen en waarden. Wil en kun je vrede hebben met wat je allemaal moet en mag als burger, werknemer, groepslid, liefdespartner, oftewel kun je dealen met de normen van al die verschillende systemen? Hoeveel verplichtingen verdraag je? Je riskeert frustratie, stress, een burn-out als je meer MOET dan je aankunt. Om sociaal te overleven moet je je aanpassen aan je omgeving of proberen je omgeving en omstandigheden te veranderen. Of je moet besluiten om van omgeving te veranderen. Meer smaken zijn er niet. Tenzij je schijt hebt aan je omgeving. De voorbeelden die aan mij voorbij kwamen.

Een zwager van me zegt letterlijk dat hij er schijt aan heeft dat zijn ultra-zachte toilet-papier het dubbele kost van het goedkope schuurpapier. Onschuldig voorbeeld, hij doet er niemand kwaad mee.

Wie lak geeft aan etiquette of protocollen roept misschien hier en daar wat ergernis op, maar ook dan is er verder niet veel aan de hand.

Als iemand schijt heeft aan verkeersregels wordt het al zorgelijker, want voor je het weet vallen er doden. Gelukkig is de wetshandhaver er om ons in het gareel te houden.

Het wordt ernstiger wanneer ik lees hoe multinationals ons opzettelijk zo verslaafd mogelijk maken aan roken, medicijnen en sociale media en schijt hebben aan de miljoenen slachtoffers die ze maken.

Dan hoor ik een podcast van de Vlaamse Lucas De Man. Hij is theatermaker, Kunstuur-presentator en afgestudeerd filosoof. Hij vat in een korte lezing de Griekse filosoof Socrates samen in drie wijsheden. De derde is een pleidooi voor

het ONT-MOETEN, en bedoelt het NIET-MOETEN. "Volg je intuïtie, voorkom stress en burn-out", zo besluit De Man, "en heb overal Professioneel Schijt aan." U kunt hier zijn lezing horen: <https://www.human.nl/kwartslag/kijk/overzicht/lucas-de-man.html>.

Professioneel schijt hebben, hoe doe je dat? Het lijkt me het gemakkelijkst voor kunstenaars en cabarettiers. Die nemen en krijgen de grootste vrijheden om zich lekker nergens iets van aan te trekken.

Dagelijks berichten de media hoe ook dictators en populistten lak hebben aan maatschappelijke normen. Zelfs de Grondwet is voor hen niet meer dan toiletpapier terwijl daar toch echt een democratie mee bij elkaar gehouden wordt.

Waarom begin ik hier over?

Normen zorgen voor orde en vastigheid. Te veel en te strenge normen doden uiteraard de creativiteit en geluksbeleving. Er MOET dan te veel en er MAG dan te weinig. 'Ont-moeten' is dus zeker een goed idee. Maar zonder normen zijn er geen zekerheden.

Omdat we vanuit Vergaderhamers normen voor de congres- en vergaderbranche formuleren, hebben de klanten van geassocieerde locaties en congresbureaus meer zekerheden over de geboden kwaliteit. Het is onze zorg dat de normen goed voelen voor de mensen waar ze voor bedoeld zijn. En dit principe geldt voor ieder systeem, iedere organisatie, iedere wet. Ik hoop dat u daar privé en professioneel geen schijt aan heeft.

Ton Soons

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

Reageren? Schrijf naar info@vergaderhamers.nl



Drie mobiliteitsuitdagingen voor de hotellerie

Over technologische gastvrijheid

De hotellerie heeft de afgelopen jaren grote technische stappen gezet. Het Internet of Things, kamerautomatisering, artificial intelligence en virtuele assistenten, zoals bijvoorbeeld Amazon's Alexa maakten grote sprongen in de hotel- en hospitalitybranche mogelijk. De basis daarvoor is een goede beveiliging van de connectiviteit.

Het maakt niet uit hoeveel sterren een hotel telt, hoe geweldig het restaurant is of hoe ontspannen de spa, wanneer hotels hun gasten geen beveiligde connectiviteit en mobiele diensten aanbieden, blijven de kamers waarschijnlijk leeg. Christophe Ameline, Head of Vertical Markets Strategy & Offer van ALE kijkt naar de problemen waar de hoteliers nu mee kampen en naar de technologie die ze tot hun beschikking hebben om die diensten aan te bieden die hun gasten verwachten.

VEILIGHEID IS DE SLEUTEL

De hospitalitybranche is een vooruitstrevende sector. Zelfs in 2014 had al 40% van de zakenreizigers drie of meer verbonden apparaten, omdat intelligente en draagbare technologie mensen die constant onderweg zijn veel grotere functionaliteit biedt. Eenmaal in het hotel aangekomen, gebruiken gasten liever hun eigen apparatuur voor informatie en entertainment dan de diensten die van oudsher door het hotel worden aangeboden. Hoteliers realiseren zich dat ze in technologie moeten investeren als ze aantrekkelijk voor nieuwe gasten willen zijn. Volgens het Lodging Technology onderzoek (2017), plant 57% van de hotels een toename in hun investeringen en is 42% van plan om hun uitgaven voor technologie op hetzelfde niveau te houden. De grootste prioriteit is het versterken van de digitale customer engagement in een veilige omgeving. Dit betekent dat mobiliteit en connectiviteit een centrale plaats in hun

digitale transformatiestrategie moeten innemen. Draadloze connectiviteit is nu een basisbehoefte. Gasten gebruiken dit thuis, op het werk en in toenemende mate onderweg, dus hun verwachtingen zijn hoog. Wifi is zelfs zo belangrijk voor de ervaring van de gast, dat alleen de prijs van de kamer nog hoger op de ranglijst staat. Maar het leveren van wifi is meer dan het aantal lampjes dat de kwaliteit van de verbinding aangeeft. Waar het echt om gaat, is de balans tussen gebruiksgemak en veiligheid.

UITDAGING 1:

HOOGWAARDIGE WIFI VAN DE BADKAMER TOT DE BAR

Het bieden van consistente toegang tot wifi bezorgt de hospitalitybranche nogal wat kopzorgen. Niet alleen vanwege het aantal gebruikers en apparaten of de hoeveelheid data op het netwerk, maar ook omdat de gebouwen vaak niet waren ontworpen met netwerken in gedachten. Een van de eerste overwegingen, en dit geldt met name voor hotels in historische gebouwen, is hoe de netwerkinfrastructuur moet worden beheerd. In oude gebouwen met dikke muren of metalen structuren kun je nu eenmaal niet overal kabels aanleggen om technologie in kamers te ondersteunen. Het 140 jaar oude Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa in Zwitserland zag dit in, maar door het gebruik van hospitality access points (AP) konden de afzonderlijke kamers via een enkele LAN-kabel toch worden verbonden. Deze gespecialiseerde access points werken als 'minischakelaars' die voor toegang tot internet, telefonie en video-entertainment zorgen, maar dan met een veel kleiner bereik. En wanneer het onmogelijk is om Ethernet in sommige ruimtes in een hotel aan te brengen, kan wifi meshing voor de oplossing zorgen. Nu IoT de norm begint te worden (denk aan kamerautomatisering, IP-beveiligingscamera's, point of sale-systemen en apparaten voor virtuele assistentie), wordt de toenemende druk op netwerken om gasten een constante kwaliteit van de diensten te bieden een steeds groter probleem. Wifi moet de gast volgen! Met alleen het

aanbrengen van een paar extra access points in het hotel komt de branche er niet. Er is een oplossing nodig die garandeert dat gasten gemakkelijk en veilig toegang kunnen krijgen en geïdentificeerd kunnen worden. Dit soort vereenvoudigde connectiviteit moet de gast door het gebouw 'volgen' en hem overal waar nodig toegang tot diensten geven. AP's die doorlopend verbindingsdata van mobiele apparaten monitoren, kunnen deze gegevens bijvoorbeeld gebruiken om het apparaat met het meest geschikte AP te verbinden, zodat het wifi-netwerk niet vertraagd wanneer mensen door het hotel lopen.

UITDAGING 2: VOLG DAT APPARAAT: MOBIELE DIENSTEN VOOR GASTEN, VAN DIGITALE RECEPTIE TOT UITCHECKEN

Een gast die de spa, het restaurant én de sportzaal gebruikt, zorgt voor een betere omzet. Het persoonlijke apparaat van de gast staat hierbij centraal. Hotels kunnen gasten vóór aankomst bijvoorbeeld boekingen en diensten aanbieden en hen tijd besparen door gasten bijvoorbeeld de mogelijkheid te geven om met hun smartphone uit te checken. Het zijn dit soort persoonlijke ervaringen die gasten uiteindelijk loyaler maken. Dit vraagt om een soepele digitale interactie tussen gast en hotel of dit nu de receptie, het restaurant of de andere diensten zijn. Met de open API's (applicatieprogrammeringsinterface) van vandaag wordt de directe integratie van spraak en berichten in de gastloyaliteits- of eConcierge-app gemakkelijker dan ooit. Er bestaan al voorbeelden waar dit met veel succes wordt toegepast. Zo wilde het Winery Hotel in Zweden een totale mobiele communicatie met gasten, zonder telefoons op de kamer. Het hotel voerde een mobiele eConcierge-app in waarmee gasten de diensten en de zakelijke telefonie van het hotel met hun eigen smartphone of tablet konden gebruiken. Het hotel is hen hiermee 24/7 van dienst, ongeacht waar

ze zich in het gebouw bevinden en stuurt aanbiedingen en mededelingen direct naar de smartphone van de gasten. Daarnaast winnen diensten die relevant voor de locatie zijn steeds meer terrein als een manier om gasten te assisteren: zo krijgt de gast de routebeschrijving naar een bekend restaurant in het resort, of wordt de gast op de hoogte gebracht over de speciale aanbiedingen in de spa op het moment dat hij of zij daar langs loopt. Op deze manier wordt succesvolle digitale engagement in de toekomst persoonlijk gemaakt. De informatie die uit die mobiele verbindingen wordt verkregen, is waardevol voor hoteliers, omdat ze gasten gepersonaliseerde diensten kunnen aanbieden en hen berichten op basis van individuele voorkeuren kunnen sturen.

NIET ALLEEN VOOR DE GAST

Achter de schermen van hotels, zoals in het Buddha Bar Hotel in Parijs, maken betere mobiele diensten het personeel overal in het gebouw bereikbaar. Zo kunnen ze beter op de wensen van de gasten inspelen. Voeg hieraan de apps toe waarmee personeelsleden meteen via een code op hun mobiele apparaat de beschikbaarheid van kamers kunnen melden, of onderweg noodzakelijk onderhoud kunnen vastleggen en uitvoeren, en het is duidelijk dat al deze mogelijkheden een bijdrage leveren aan een efficiëntere check-in van gasten en een plezierigere ervaring tijdens hun verblijf.

UITDAGING 3: BEVEILIGING VAN NETWERKEN

Hotels zijn een groeiend doelwit voor hackers en datadieven. De open en gastgerichte aard van de hospitalitywereld betekent dat hotels en openbare gelegenheden gasten en hun apparaten moeten verwelkomen. Maar met zoveel mobiele, draagbare en IoT-apparaten die het hotel worden





binnengebracht, is een goede balans tussen gebruik door gasten en beveiliging van data, hotelfuncties en back-end-diensten van het grootste belang. De oplossing zit hem in containers en PAN's. Eén van de kernprincipes achter het opbouwen van een veilig netwerk voor hotels is containerisatietechnologie. Dit is een methode om op één samenkomend netwerk virtueel geïsoleerde omgevingen te creëren. Hierbij worden verbonden apparaten met een gemeenschappelijke functie en de bijbehorende geautoriseerde gebruikers, in een unieke virtuele IoT-container gegroepeerd. Zo fungeert de 'container voor gasttoegang' als een eigen netwerk, waarbij gasten geen apparaten in de container van de financiële afdeling of de door het beveiligings-team bediende IP-camera's en alarmsystemen kunnen zien en hier ook geen verbinding mee kunnen maken. Binnen elke container kunnen regels over de kwaliteit van de service en de beveiliging worden opgelegd en is het mogelijk om bandbreedte te reserveren of te beperken, dataverkeer voorrang te geven en ongewenste applicaties te blokkeren. Naarmate connectiviteit toeneemt, moet ook worden bepaald wat elke gast kan gebruiken: smart TV's, slimme kamerassistenten of airconditioning. Als gasten bijvoorbeeld via een verbinding films naar de IPTV kunnen overbrengen, hoe voorkomt u dan dat ze films streamen van de TV in de aangrenzende kamer? Het antwoord is Personal Area Network (PAN). Een PAN is bijna hetzelfde als een

persoonlijk wifi-netwerk voor elke kamer, waar gasten kamertechnologie kunnen gebruiken zoals ze dat thuis zijn gewend maar, en dit is essentieel, alleen in hun eigen kamer. Natuurlijk moeten hotels optimale connectiviteit bieden, maar ze moeten ook intelligent met de netwerkbeveiliging omgaan en de technologie om dit goed te doen is nu beschikbaar.

BLIJF NOG EEN DAGJE

Om deze voordelen ook in de omzet te voelen, moeten hotels niet alleen meer maar ook slimmere mobiliteit bieden. De integratie van een apparaat van een gast met op die gast afgestemde applicaties en diensten is slechts het begin van het proces. Hoteliers moeten een persoonlijk tintje aan hun technologie-aanbod toevoegen. Dit betekent het creëren van een positievere gastervaring met diensten waarmee het Internet of Things evalueert tot de Hospitality of Things en met mobiele connectiviteit, waardoor de door gasten gewenste diensten op maat en op tijd worden geleverd. Met digitale criminelen op de loer en technisch onderlegde gasten die goed op de hoogte zijn van digitale risico's, kan het beveiligen van hotelnetwerken niet langer als een bijkomstigheid worden gezien. Veiligheid zal bij elke ontwikkeling een centrale plaats moeten innemen.



74

>

Hotel FRANQ

Mix van historisch erfgoed en hedendaagse chic

Op een steenworp afstand van de bekende winkelstraat de Meir en de Onze-Lieve-Vrouwekathedraal in Antwerpen opende vorig jaar boetiekhotel FRANQ. Genoemd naar de Belgische franken die vroeger in de kluizen van het voormalige bankgebouw bewaard werden, is het hotel vandaag de uitvalsbasis voor gasten die van elegantie en luxe houden.

Het prachtige neoclassicistische gebouw waarin FRANQ gehuisvest is, onderging de voorbije jaren een grondige renovatie. Daarbij werden de historische en architecturale elementen met de grootst mogelijke zorg gerestaureerd. De kluizen waar de Bel-

gische franken vroeger bewaard werden, zijn in ere hersteld en omgevormd tot een wijnkelder.

KOEPEL

Wie de lobby binnenloopt krijgt het gevoel in een paleis beland te zijn. Onder de imposante koepel vind je architecturale elementen die met veel respect zijn gerestaureerd. Hoge plafonds, imponerende pilaren, banken van velours met handgemaakte kussens en diverse ornamenten geven het geheel een majestueuze uitstraling. Omringd door zoveel pracht en praal, zou je je al gauw ongemakkelijk kunnen gaan voelen. De jonge dynamische medewerkers van FRANQ doen er echter alles aan



om je op je gemak te stellen. Hun benadering is verre van stijf en formeel, zodat je hier gewoon jezelf kunt zijn. Zelf noemen de medewerkers van het hotel de gasten dan ook geen VIP's maar VNP's, oftewel 'Very Nice People'.

Hotel FRANQ huisvest 40 kamers, die alle zijn gecompliceerd door een minibar, kingsize bed, een koelkast, een bureau, een dvd-speler en een Nespresso-apparaat. De badkamer heeft een grote regendouche en doucheproducten van Elemental Herbology. Hoewel we in hartje

Hotel FRANQ zakelijk

Hotel FRANQ is geschikt voor zakelijke bijeenkomsten. In het hotel zijn er verschillende zalen die voor vergaderingen of zakelijke meetings gebruikt kunnen worden. Zo is Waterkeyn een monumentale zaal uit 1854. Tijdens deze impressionante periode kenmerken houtsnijwerken en muurschilderingen de rijke Antwerpse geschiedenis. Waterkeyn is een stijlvolle zaal voor boardmeetings, opleidingen, presentaties, cocktails en private diners. Den Dooren Boom is een vrijstaand huis daterend uit de zestiende eeuw. De voorbije 160 jaar is het huisje onaangeraakt verborgen gehouden achter het vroegere bankgebouw. De muren zijn beschilderd met 400 jaar oude handbeschilderde keramiek dat het 'Antwerps Plateel' tafereel uitbeeldt. De originele gebrandschilderde ramen kijken uit op de binnentuin: het perfecte decor voor kleine zakenmeetings, wijnproeverijen, cocktails en private diners. Centime is een goed uitgeruste zaal, gelegen op de begane grond van het hotel. De historische open haard kenmerkt de intieme sfeer en creëert een warme en huiselijke omgeving. In de kelder van het hotel is de zaal The Vault gelegen. Deze impressionante bankkluis dateert van 1854 en bewaarde ooit grote schatten achter een deur van een halve meter dik. De zaal biedt vandaag de dag de mogelijkheid om korte meetings, wijnproeverijen en aperitieven te organiseren.

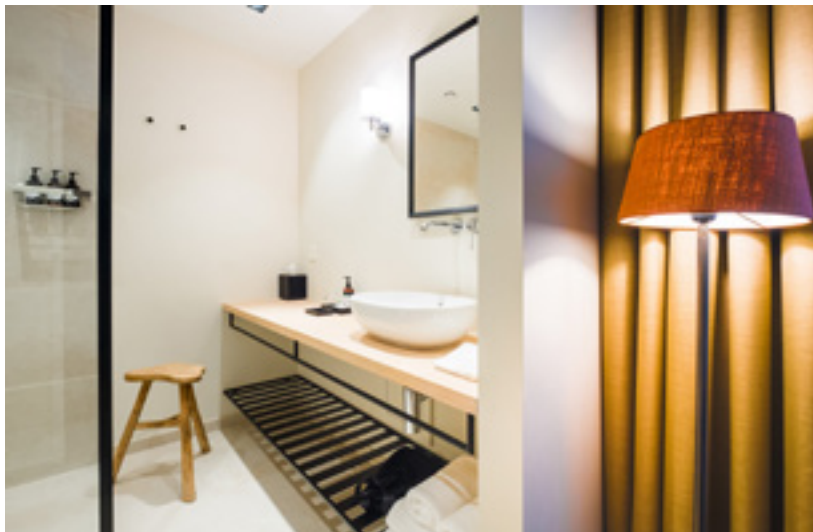


Antwerpen zitten, horen we niets van buitenaf door de geluidsdichte ramen.

MEER DAN EEN PLEK OM TE LOGEREN

FRANQ is veel méér dan een plek om te logeren, zo ontdekken we later. In de bar zien we hotelgasten, maar ook lokaal publiek komt hier om een cocktail te drinken en bij te praten. Het restaurant is niet zomaar een hotelrestaurant, maar wordt ook door veel mensen die niet in het hotel slapen bezocht. Het wordt aangestuurd door chef Tim Meuleneire. Dat Meuleneire zijn vak tot in de finesse beheerst is geen verrassing, want in het verleden verwierf hij veel bekendheid met zijn sterrenrestaurant De Koopvaardij. Bijzonder is ook de samenwerking met lokale leveranciers. Zo zijn de champagnes van Bollinger, het





brood van bakkerij Toon De Klerck en de koffie van Caffè Mundi. De befaamde chocolatier-pâtissier DelRey creëerde zelfs speciale pralines met het FRANQ-logo.

NIEUW JASJE

Een blik op de menukaart leert ons dat Meuleneires gerechten een combinatie zijn tussen Frans-Belgische gastronomie. Gedurende de avond ontdekken we dat hij graag een eigen draai geeft aan zijn creaties door klassieke gerechten in een nieuw jasje te steken. Het voorgerecht, een grote langoustine met ravioli van kalfskop en jus van foelie is hier een treffend voorbeeld van. Wanneer we Mechelse koekoek op de kaart zien staan, is onze nieuwsgierigheid gewekt. Tot de negentiende eeuw was de Mechelse koekoek één van de belangrijkste vleeskippen ter wereld. De grote hoen met wit vlees is een kruising die tot stand is gekomen in de streek tussen Mechelen en Dendermonde. Toen vanuit het buitenland goedkopere kippenrassen België binnenvamen, verdween de Mechelse koekoek bijna van het toneel. Momenteel beleeft deze soort een heuse revival als typisch streekgerecht bij de betere restaurants van België. Onder een korst van bergamot met spitskool en gnocchi, de bouten oosters gelakt met gember en soja,

zoals wij de koekoek geserveerd krijgen, is het een heerlijk mals gerecht. Als afsluiter kiezen we voor de parfait van pistache Norvégienne. Een prachtig dessert om te zien, deze sneeuwwitte meringue met opgespotten toefjes.

WERELDKLASSE

's Ochtends bij het ontbijt nemen we opnieuw plaats in het restaurant. We krijgen een ontbijtkrant, waarop staat vermeld wat we kunnen bestellen. Het basisontbijt bestaat uit koffie of thee, vers geperste jus d'orange, een zacht gekookt hoeve-eitje, huisgemaakte granola met yoghurt, confituur en chocopasta, diverse broodjes en een bordje charcuterie en kazen. A la carte kan er nog van alles bijbesteld worden zoals eggs benedict of avocado toast.

Na uitgechecked te zijn, genieten we nog even na in de stad zelf. We bezoeken musea en gezellige markten. Cultuur, geschiedenis en fijne winkels van wereldklasse, en dat op een steenworp afstand van Nederland!

www.hotelfranq.com

Uitreiking Nationale Meeting Award

Dit zijn de winnaars

Na het verzamelen van genoeg reviews, het invullen van een uitgebreide vragenlijst en het overtuigen van de jury, zijn de winnaars van de Nationale Meeting Award 2018 bekend. Op maandag 12 maart mochten vijf locaties de award in ontvangst nemen.

TERUGBLIK EVENTSUMMIT - OPENINGSWEEKEND MUSIS - COLUMN WOUTER OLLAND - LANG ZAL ZE LIVE! -
HET BELANG VAN SOCIAL MEDIA - DE TOEKOMST VAN LIVE COMMUNICATION

Fotografie: Marcel Krijgsman



Dit jaar waren ruim 70 locaties genomineerd voor de Nationale Meeting Award, de onafhankelijke award voor de beste meeting- en eventlocaties van Nederland die uitblinken in kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap. Voorafgaand aan de uitreiking van de derde editie in Mariënhof in Amersfoort vond er een speciaal kennisevenement plaats met als thema 'in control zijn en blijven', georganiseerd door CLC-VECTA. Josyne Mensen en Anne-Marieke Smits, btw-experts bij BDO, gingen nader in op de btw-problematiek voor locaties bij internationale aanvragen en de uiteindelijke facturatie. De lezing 'Trends verkennen en concreet vertalen naar je eigen organisatie' werd verzorgd door Wim Van Rooijen, trendverkenner en innovatieversneller bij Fountainheads. Van Rooijen nam de aanwezigen in sneltreinvaart mee in actuele trends en bewegingen, toegespitst op de congres- en vergadermarkt.

Over de Nationale Meeting Award

De Nationale Meeting Award is een initiatief van Meeting Magazine, MeetingReview, Vergaderhamers, EventSummit en CLC-VECTA. Het is dé onafhankelijke award voor de beste meeting- en eventlocaties van Nederland die uitblinken in kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap. Locaties kunnen zichzelf nomineren door minimaal tien reviews via MeetingReview te verzamelen. Vervolgens wordt de locatie gevraagd een uitgebreide vragenlijst met open en gesloten vragen in te vullen, die wordt beoordeeld door de vakjury. De vijftien finalisten die hieruit voortkomen (drie per categorie), krijgen bezoek van de vakjury. De locaties met de hoogste scores winnen de Nationale Meeting Award. Meer informatie is te vinden op www.nationalemeetingaward.nl.



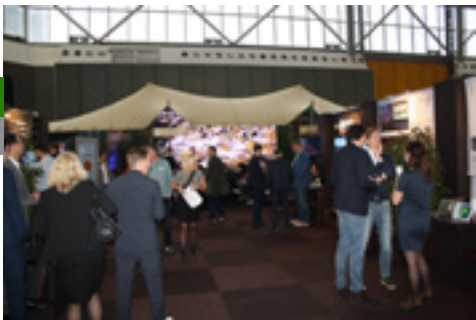
WINNAARS

Na de kennissessies werden de winnaars van de Nationale Meeting Award bekend gemaakt. geWoonboot (categorie S), Park Inn by Radisson Amsterdam Airport Schiphol (categorie M), Bilderberg Europa Hotel Scheveningen (categorie L), Van der Valk Hotel Sassenheim (categorie XL) en Postillion Hotel Utrecht Bunnik kregen de award overhandigd. Tijdens de netwerkborrel waren de aanwezigen in de gelegenheid om de winnaars te feliciteren.

NOMINATIE VOOR 2019

Wil jij ook een gooi doen naar de Nationale Meeting Award? Je kunt je nu al inschrijven voor de editie van 2019. Begin alvast met het verzamelen van reviews via MeetingReview en wie weet sta jij volgend jaar op het podium!

Graag willen we de juryleden van de Nationale Meeting Award hartelijk danken voor hun inzet van de afgelopen maanden. Els den Tex (UMC Utrecht), Ingeborg Lentjes (SecretaresseNet) en Marianne Kuiper (Efficient Hotel Partner) gingen op pad voor categorie S. Jeannette van Namen (JvN Congres Management), Linda Kerkhoven (Linda Op Locatie) en Renée de Winter (HMC Reservations) reisden naar de locaties in de categorie M. De finalisten in de categorie L werden bezocht door Annelies de Hartog (Koninklijk Nederlands Genootschap voor Fysiotherapie), Fleur Nieuwland - van 't Hooft (Dutch Matters) en Marina Kopier (Nederlands Huisartsen Genootschap). Categorie XL kreeg bezoek van Ingrid Rip (RREM), Nicolette van Erven (Congress by design) en Wouter Olland (Olland Marketing Solutions). Categorie XXL bereidde zich voor op het bezoek van Babs Nijdam (Sequoia Partnership), Michiel Smilde (Eventerim) en Tineke Hoogland (Transport en Logistiek Nederland).



80
>



EventSummit 2018

Nieuwe naam voor succesvolle vakbeurs

Donderdag 15 februari vond in RAI Amsterdam de jubileumeditie van EventSummit plaats. Dit jaar waren daar maar liefst 500 exposanten te vinden, die werden bezocht door ruim 5.000 bezoekers.

Net als vorig jaar organiseerde EventSummit voorafgaand aan de beurs een congres, met als thema Creativiteit en Anders Denken. Keynote sprekers uit de wetenschap, kunsten, filosofie, muziek en theaterwereld gaven de presentaties.

Het uitgebreide seminarprogramma bestond uit dertig sessies verdeeld over vier verschillende podia. Op het podium Tech & Innovatie kwam het thema innovatie uitgebreid aan bod. Op de FestivalStage belichtten sprekers uit de festivalwereld diverse actuele onderwerpen. Ook in de Parkzaal konden de bezoekers naar interessante keynotes luisteren (mede mogelijk gemaakt door de brancheverenigingen CLC-VECTA, MPI en VVEM).

Nieuw was de TalentStage dat EventSummit in samenwerking met DeSpreker.nl en HetSpreektheater.nl organiseerde. Acht sprekers gaven een presentatie over hun expertise, waaronder Tjeerd den Boer (de boerenwijsheden van restaurant de Librije) en Giel Boes (passionate storyteller).

De beursvloer was net als voorgaande jaren in verschillende straten ingedeeld. (Zakelijke Bedrijfsevenementen, Entertainment, Festivals en Publiekevenementen, Outdoor & Actief, Online & Techniek, Catering, Steden & Regio's en Dienstverlening). Aan het einde van de dag werd de beurs afgesloten met een netwerkborrel. Liefhebbers konden vervolgens door naar Strand Zuid, waar organisatoren Arjen Lemstra en Joris Bots een exclusief tienjarig jubileumfeest organiseerden.

Inmiddels zijn de eerste stands voor EventSummit 2019 (donderdag 31 januari) al geboekt. Kijk voor meer informatie op www.eventsummit.nl.



Openingsweekend Muis, Arnhem

Succesvolle vuurdoop voor het concertgebouw

Tussen 2015 en 2017 onderging de muzenzaal van Muis in Arnhem een renovatie en werd er een nieuwe zaal bijgebouwd. In het weekend van 12 januari zette het concertgebouw de deuren open en konden geïnteresseerden langskomen voor diverse optredens. De officiële opening, waarbij ook koningin Máxima van de partij was, vormde een mooie vuurdoop voor het gebouw en het projectteam. "We staan weer volop in de belangstelling van regionale bedrijven en organisaties", aldus projectleider Annet van Limburg.

Fotografie: Rob Voss

Voor de invulling van de officiële opening kwam het projectteam begin 2017 bij elkaar. "Bij het ontwikkelen van het concept stonden twee uitgangspunten centraal", vertelt projectleider Annet van Limburg. "Enerzijds wilden we de boodschap meegeven dat we open en toegankelijk zijn voor iedereen die kennis wil maken met cultuur en muziek. Daarom wilden we de gehele ontwikkelingslijn, van kinderen tot volwassenen en van amateurverenigingen tot professionals en

studenten van ArteZ hogeschool voor de kunsten, bij het evenement betrekken. Natuurlijk moest Het Gelders Orkest, dat Muis als thuisbasis heeft, daar ook onderdeel van uitmaken. Anderzijds was het natuurlijk de perfecte gelegenheid om mensen kennis te laten maken met de multifunctionele inzetbaarheid van het gebouw." Om beide doelen te bereiken, werd er in eerste instantie een officieel programma voor de vrijdagavond in de Parkzaal bedacht. Voor de inwoners van Arnhem werden er op de zaterdag en de zondag diverse gratis activiteiten en optredens in het gehele gebouw georganiseerd. "Wat betreft het openingsconcert liepen we tegen een aantal praktische zaken aan", vertelt Van Limburg. "De nieuwe Parkzaal heeft een prima af te stemmen akoestiek voor klassieke muziek en popmuziek, maar tijdens een concert kan dit niet worden aangepast. Daarnaast wilden we koningin Máxima uitnodigen, aangezien zij affiniteit heeft met onze doelstelling om muziek voor een breed publiek toegankelijk te maken. De koningin wilde graag komen, maar vroeg wel naar een specifieke opening voor en door kinderen vanuit haar rol als ambassadeur van

Annet van Limburg



Méér Muziek in de Klas. Uiteindelijk hebben we voor de vrijdag gekozen voor een los middagprogramma. Het oorspronkelijke openingsconcert voor de officiële genodigden vond 's avonds plaats."

DEELNEMERS

Het concert voor koningin Máxima stelde Het Gelders Orkest in samenwerking met het Fort van de Verbeelding samen. Deze organisatie is gespecialiseerd in grote muziekprojecten voor specifieke doelgroepen. De 150 schoolkinderen die het concert mede mochten verzorgen, werden met hulp van de afdeling muzikaleducatie van Het Gelders Orkest geworven in de klassen 6 en 7 van drie Arnhemse basisscholen. Van Limburg: "We mochten pas begin december na de officiële bekendmaking vanuit de RVD communiceren dat koningin Máxima zou komen, waardoor we het extra argument voor de scholen om deel te nemen nog niet in konden zetten. Daarnaast haakte een school af omdat het opvragen van gegevens en het screenen van de begeleiders en de ouders een lastig proces was. Maar ook qua timing hadden we een extra uitdaging. Vanwege de kerstvakantie kregen de scholieren pas een week voor het openingsconcert drie workshops om hen klaar te stomen. Wat betreft het oefenen moest er rekening worden gehouden met de repetities van Het Gelders Orkest. De generale repetitie vond 's ochtends op de dag van het

concert zelf plaats. Vervolgens was het aan ons om 150 gespannen basisschoolleerlingen anderhalf uur bezig te houden totdat ze voor koningin Máxima en hun leeftijdsgenootjes in de nieuwe Parkzaal mochten optreden. Tijdens het korte optreden van slagwerkgroep KABOEM! (kinderen met en zonder beperking) in het bijzijn van de koningin in de Muzenzaal konden ze alvast even kijkje nemen vanaf het balkon. Daarmee was de spanning er al een klein beetje af."

UITNODIGING

Voor het openingsconcert waren eveneens tachtig gasten aanwezig namens instanties zoals de provincie, de gemeente, het bouwbedrijf, het architectenbureau en de Raden van Toezicht. "Het uitnodigings-

traject voor deze partijen bleek een flinke klus", zegt Van Limburg. "Ook naar hen toe mochten we pas begin december communiceren dat koningin Máxima zou komen. Vervolgens moesten we heel selectief zijn en goed nadenken over de placering, want iedereen wilde natuurlijk in de buurt van de koningin zitten. En ook hierbij maakte de kerstvakantie het er niet makkelijker op, aangezien we van deze genodigden eveneens de gegevens voor de RVD moesten verzamelen en controleren. Overigens verliep het contact met de RVD en de Adjutant van de Koningin zelf heel soepel. Tijdens de voorbespreking met alle betrokken partijen kregen we diverse praktische tips en met vragen konden we gewoon bij de RVD terecht."



VIDEOPROJECTIE

Voor het avondconcert werkten Het Gelders Orkest, toneelgroep Oostpool, Introdans en ArteEZ samen. Van Limburg: "We wilden geen standaard klassiek concert, maar een optreden dat een beleving bood met unieke elementen. Een externe regisseur maakte van de losse programmaonderdelen zoals klassieke muziek, toneel en dans één geheel. Het videocollectief Blauwe Uur maakte een prachtige videoprojectie waarbij het gebouw centraal stond, en dan met name de glazen pui, het uitzicht over het park en de lijnen van de nieuwe zaal."

Om zoveel mogelijk Arnhemmers naar Musis te lokken, verzorgden jeugdgezelschappen, muziektheatergezelschappen en diverse amateurgezelschappen op zaterdag en zondag diverse gratis optredens in de twee zalen en de diverse foyers van het gebouw. Ook werd het openingsconcert door en voor de kinderen op zaterdag herhaald. Een tweede opvoering van het avondconcert kon op zondagmiddag tegen een sterk gereduceerd tarief worden bezocht.

PROEFDRAAIEN

Van Limburg en haar team kijken erg tevreden terug op het openingsweekend. "Op het gehele openingsweekend kwamen een kleine 10.000 bezoekers af, een flink aan-

tal daarvan was nog niet eerder in het concertgebouw geweest. We hebben letterlijk de drempel verlaagd en hopen dat we scholen en kinderen hebben kunnen stimuleren om meer met cultuur te gaan doen."

Bovendien heeft Musis met de opening alvast proef kunnen draaien voor toekomstige evenementen. "Door de dip in de MICE-markt en de jarenlange verbouwing is het aantal zakelijke bijeenkomsten de afgelopen jaren lager geweest dan voorheen. Het openingsweekend voelde als een vuurdoop waarbij we het gebouw en de logistieke (on)mogelijkheden erg goed hebben leren kennen. Bovendien staan we nu weer volop in de belangstelling van regionale bedrijven en organisaties. We ontvangen aanvragen van partijen die ruim 500 medewerkers in dienst hebben. In juli vindt er zelfs een volleybaltoernooi voor gehandicapte sporters in de Parkzaal plaats. Dankzij de twee grote, multifunctionele zalen en diverse foyers met een totale capaciteit van 3.000 personen kunnen we een nieuwe start maken."

www.musisenstadstheater.nl





'HET HOSPITALITY 3.0 EFFECT'

Zelden was ik zo sprakeloos en positief verrast als door de locaties die ik eind februari bezocht, toen wij als vakjury voor de categorie XL van de Nationale Meeting Award door heel Nederland reisden. Positief verrast werd ik door de enorme passie, aandacht, betrokkenheid, trots en liefde die de teams hebben voor hun locaties, voor elkaar en vooral hun gasten, opdrachtgevers en deze jury. Niet voor niets wisten zij de eindronde te behalen. We werden natuurlijk overladen met aandacht, attenties en mooie verhalen.

Maar wat zijn dan de meest bijzondere momenten? Waarin onderscheidt een locatie zich en wat laat de meeste indruk achter? Dat kan natuurlijk van alles zijn, maar daar waar het persoonlijk wordt krijg je een ander gevoel. Vaak kregen we een goed gevoel over de mensen die ons ontvingen en over hun locaties, maar slaag je er ook in om ervoor te zorgen dat jouw gast, klant of opdrachtgever een goed gevoel krijgt over zichzelf? Dat is volgens mij namelijk het 'Hospitality 3.0 effect'. Het effect dat je krijgt als er authentieke, oprechte, empathische aandacht is voor de ander. Zorg, respect, waardering, humor die je geeft en bij de ander losmaakt waardoor deze zich goed gaat voelen over zichzelf. Niet als techniek of als 'hospitality truckje' maar omdat het de cultuur is van het bedrijf. Misschien wel verankerd in de normen en waarden van de organisatie en niet omdat het ergens in een businessplan staat.

Zo heeft een van de locaties die we bezochten het 'verrassen, verbinden en verzorgen' hoog in het vaandel staan en dat zag je overal en in elk detail terug. 'What a memorable experience' zou Joe Pine waarschijnlijk zeggen. Een andere locatie heeft dusdanig 'high tech' en kennis in huis dat zij hun ruimtes volledig aan kunnen passen aan de gewenste 'brand experience' van de opdrachtgever. Deze locatie combineert dit bovendien met een zeer gedurfde retro-inrichting, waardoor er het overbrengen van de huiselijke sfeer echt goed lukt. Om maar nog te zwijgen over de bijzondere sfeer op restaurantief vlak.

Het leven van een jurylid voor een dag is zwaar, dat begrijp je natuurlijk wel. Honderden kilometers reizen, overal heerlijke en bijzondere hapjes en rondleidingen. Voor mij was de klap op de vuurpijl de korte lunch van die dag. Staand werden we verrast door gerechten die in het teken stonden van ons als persoon. Dankzij een gedegen research stond het voorgerecht in het teken van mijn grote passie: het beklimmen van bergen. Ze deden er een schepje bovenop door mij in de spotlight te zetten als 'avonturier en bergbeklimmer' en serveerden, op een groot design houtblok dat op een berg leek, met witte hellingen van zout, een bouillon met rozemarijn en tijm uit een bergblik. Voorzien van een mooi verhaal over mij en mijn passie en waarom ze in dit soort verrassingen geloven, kreeg ik een goed gevoel over mezelf. Een bijzondere tinteling en trots gingen door mij heen en ik werd zelfs een beetje verliefd op de locatie en dit team. Ik zal dit nooit vergeten. Dit is voor mij het 'Hospitality 3.0 effect', ga zo door!

En toen volgde de bijna onmogelijke taak om de drie toplocaties te beoordelen...

Wouter Olland

Eigenaar van Olland Marketing Solutions. Met zijn bureau OMS geeft hij advies en trainingen op het gebied van sales en hospitality.



Eva Annokkee

IDEA viert vijftienjarig jubileum

Lang zal ze Live!

Vijftien jaar geleden werd IDEA opgericht als branchevereniging voor onafhankelijke eventorganisatoren. Met de pay-off 'Lang zal ze Live' staat het bestuur dit jaar uitgebreid stil bij het jubileum en de ontwikkelingen binnen het vakgebied.

In de afgelopen vijftien jaar heeft het evenement haar vast eigen plek als communicatiemiddel verworven binnen de marketing- en communicatiestrategie van organisaties en het bedrijfsleven. "Waar onze leden vijftien jaar geleden de meerwaarde van hun vakgebied nog moesten bewijzen, is de eventbranche volgroeid en volwassen", zegt IDEA-voorzitter Eva Annokkee. "Onze leden vertegenwoordigen merken en maken van deelnemers aan live ontmoetingen ambassadeurs van hun opdrachtgevers. Events zijn, net als de huidige marketingstrategieën, veel meer content gedreven en bieden meer diepgang."

EVENTSTREET

Om uitgebreid stil te staan bij het jubileum introduceert IDEA dit jaar de pay-off 'Lang zal ze Live'. In 2018 zal er een aantal bijeenkomsten worden georganiseerd waarbij de kracht van live communicatie centraal staat. Een van die bijeenkomsten, EventStreet, lanceerde IDEA in februari tijdens de vakbeurs EventSummit. "EventStreet is een informeel concept, georganiseerd door IDEA en EventSummit", licht managing director Maarten Schram toe. "Vijftien van onze leden zullen op 10 juli een aantal kroegen, restaurants en wijnbarren aan en rondom de Grote Markt in Haarlem overnemen, waarbij de namen van deze toonaangevende eventmarketing- en live communicatiebureaus op de gevels zullen prijken. Opdrachtgevers uit heel Nederland zijn welkom om zich te laten verrassen en inspireren door de mogelijkheden die live communicatie biedt. Het is ook dé gelegenheid om het DNA van de deelnemende bureaus te ervaren. Onze leden zoeken altijd mogelijkheden op om zich bij

opdrachtgevers te profileren, EventStreet biedt de perfecte gelegenheid om te laten zien wie onze leden zijn en hoe creatief ze zijn.”

IN DE KIJKER

IDEA heeft het jubileum eveneens aangegrepen om stil te staan bij haar positie als branchevereniging. Annokkee: “Ons doel is na vijftien jaar nog altijd actueel. Aangezien de eventbranche inmiddels als volwaardige branche wordt beschouwd die stevig verankerd is in de Nederlandse economie, nu is het tijd om een verdiepingsslag te maken.” “Daarvoor hebben we onze 2020 roadmap opgesteld”, vult Schram aan. “Een van onze doelstellingen is om onszelf en onze leden nog meer in de kijker te spelen bij de opdrachtgevers. Door middel van bijeenkomsten zoals EventStreet, maar ook de derde editie van The Experience Conference - hét event over de impact van live in de marketing- en communicatiemix - kunnen we hen laten zien welke meerwaarde onze leden kunnen bieden.” Daarnaast wil IDEA diens keurmerk-functie vergroten. “Dat betekent dat IDEA-leden in de toekomst nog beter zullen worden gemonitord aan de hand van peilmomenten. Met behulp van een speciale toolkit kunnen de bureaus als ambassadeur actief uitdragen dat zij als IDEA-lid een keurmerk hebben. Zelf gaat de vereniging meer insteken op inhoud om zo de functie als keurmerk kracht bij te zetten. Samen met andere Europese brancheverenigingen die net als IDEA lid zijn van LiveCom Alliance, hebben we bijvoorbeeld eind 2017 een Code of Ethics opgesteld voor eventmarketing- en live communicatiebureaus. Ook gaan we dit jaar, in samenspraak met de VEA en VPRA nieuwe pitch-richtlijnen publiceren, waar zowel opdrachtgevers als bureaus profijt van hebben.”

NETWERKEN

Ondertussen kunnen de leden net als vijftien jaar geleden profiteren van het netwerk dat IDEA hen biedt. “Eventprofessionals kunnen inspiratie bij elkaar opdoen en in een veilige omgeving ervaringen delen”, zegt Annokkee. “Iedereen is gedreven om de branche naar een hoger niveau te tillen.” Schram knikt: “Dit geldt zeker ook voor de voorzitters die de vereniging in de afgelopen vijftien jaar heeft gehad. Het promoten van de branche ging en gaat altijd vóór hun eigen

belangen als bureau-eigenaar. Je kunt als ondernemers onder elkaar je concurrentiejasje uitdoen en als gelijkgestemden ervaringen delen.” IDEA kent nu zestig leden en is nog steeds groeiende.

TOEKOMST

Ondanks de algemene tendens waarbij mensen minder behoefte hebben om zich aan te sluiten bij een vereniging, maken Schram en Annokkee zich geen zorgen over het aantrekken van toekomstige aanwas. Schram: “De huidige generatie (studenten) groeit op in een experience economy en juist in deze ‘digital age’ heeft men behoefte aan live contact. Dat sluit naadloos aan bij de ontwikkeling die de eventbranche heeft doorgemaakt.” Annokkee knikt: “De eventbranche is een

heel mooi vak. Onze leden organiseren ontmoetingen waarbij een hele duidelijke vertaalslag van een merk, product of dienst naar een beleving wordt gemaakt. Dat spreekt de nieuwe generatie aan, die zelf ook graag festivals bezoekt, mensen live wil ontmoeten en kennis wil opdoen. De behoefte om ervaringen te delen met mensen en merken blijft.” Het faciliteren van de connectie en de ontmoeting met ‘peers’ en stimuleren van uitwisseling van kennis is en blijft het bestaansrecht van een vereniging zoals IDEA. Lang zal ze Live!”

www.ideaonline.nl

www.eventstreet.nl

www.experienceconference.nl



Maarten Schram

tMeet

2017



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 vergaderruimte 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 vergaderruimtes 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

"Goes Wild!"

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!



Het belang van social media is duidelijk... maar hoe dan?

Social media is een belangrijk onderdeel tijdens evenementen en dit zal alleen maar toenemen. Thuis meekijken via een Webinar gebeurt al en de beleving van het evenement duurt langer dan alleen de dag zelf, maar wat zijn de nieuwe ontwikkelingen en wat is het belang van social media vóór, tijdens en na het evenement?

VOORTRAJECT

We beginnen bij het begin. Maak om reclame te maken gebruik van meerdere social mediakanalen om zoveel mogelijk aan de behoefte van de doelgroep te voldoen. Vergeet hierbij natuurlijk de offlinekanalen niet! Start met een rustige opbouw en kies daarbij een goede en herkenbare hashtag. Maak stapje voor stapje meer bekend over het evenement. Wie gaan er spreken en welke onderwerpen zullen behandeld worden en wat kan er nog meer verwacht worden? De sprekers kunnen vervolgens ook zelf promotie gaan maken en daarbij hun eigen doelgroep bereiken.

Vraag het Sprekershuys naar de mogelijkheden. Het Sprekershuys verbindt spraakmakende sprekers en dagvoorzitters aan evenementen en is een eigentijds en innovatief sprekersbureau waar vakkennis, transparantie, persoonlijkheid en meedenken de kernwaarden zijn. De verbinders van het Sprekershuys denken graag met je mee. Reageren kan via info@sprekershuys.nl.

Daarnaast kun je influencers of bloggers inzetten. Zij kunnen de doelgroep meenemen in de voorbereiding en hen triggeren om het evenement te bezoeken. Relevante influencers hebben een eigen doelgroep die wellicht ook geïnteresseerd in het evenement zullen zijn. Het resultaat? Een groter bereik!

ARE YOU READY TO RUMBLE?

De spanning van het evenement is opgebouwd en het evenement kan beginnen! Eén van de doelen van het evenement is de echtheid en de directheid van het evenement te vertalen naar online. Dit is van belang voor het



publiek dat aanwezig is bij het evenement zelf, maar ook voor de doelgroep en geïnteresseerden thuis. Hoe kun je deze laatste doelgroep nou het beste bereiken en welke mogelijkheden zijn er?

LIVE VIDEO

De trend van live video zet zich door. Zowel Facebook als Instagram bieden deze mogelijkheden aan en er is een nieuwe functie aan toegevoegd. Er is een targeting tool om de doelgroep nog beter te bereiken. Op deze manier krijgen de thuisblijvers toch het gevoel er een beetje bij te zijn.

INFLUENCERS EN BLOGGERS

Deze lijn wordt doorgetrokken tijdens het evenement. Zij doen verslag tijdens het evenement via verschillende social media-kanalen.

STORIES

Stories, de korte videoverhaaltjes waarvan de content weer verdwijnt, zal toenemen in populariteit. Voornamelijk op Instagram en Snapchat. Dit zal ook door de toeschouwer gebruikt gaan worden. Hiermee wordt op een beeldende manier het evenement getoond aan de volgers van de toeschouwers.

AUGMENTED REALITY (AR)

Augmented Reality zal stijgen in populariteit. Een nieuwe en creatieve manier om met beeld om te gaan, een digitale toevoe-

ging aan de realiteit. De echte wereld en de digitale wereld worden dichterbij elkaar gebracht door middel van een virtuele laag over de werkelijkheid. Deze ontwikkeling is relatief nieuw in de evenementenwereld.

FOLLOW UP

Social media is een goede manier om het evenement te beoordelen door middel van feedback van bezoekers. Doordat er veel beeldmateriaal gemaakt is door zowel de organisatie van het evenement, de bezoeker en de influencers, is er genoeg content verzameld om te kunnen plaatsen op de social media na afloop van het evenement. Hierbij kunnen mensen bedankt worden en kan er nabesproken en nagenoten worden. Ook dit is een trigger voor de thuisblijvers om bij de volgende editie wél aanwezig te zijn.

Ook in deze fase kunnen de influencers nog actief zijn, ter afsluiting. Dit is een soort verlenging van het evenement zelf.

Kortom, er zijn genoeg mogelijkheden om door middel van social media de impact van je evenement te vergroten en een bredere doelgroep aan te trekken. Met de ideeën hierboven kun je jouw bezoekers verrassen en nóg meer betrekken!





Onderzoek CLC-VECTA en NHTV

De toekomst van live communication

Het gebruik van social media als informatiekanal, technologische ontwikkelingen die elkaar in een razendsnel tempo opvolgen en de opmars van de experience economy; dit zijn slechts enkele ontwikkelingen waar de live communication branche de komende jaren op in zal moeten spelen. In de periode 2015-2017 deed CLC-VECTA samen met NHTV onderzoek naar de uitdagingen, maar vooral ook de kansen die deze ontwikkelingen bieden.

Voor het onderzoek is er gewerkt volgens het principe van een community of practice. Met en door de leden van CLC-VECTA is kennis vergaard en verbreed door middel van inspiratiesessies, nieuwsbrieven, kennisclips, werkgroepen, bijeenkomsten en het aanbieden van een New Business Course. Het onderzoek is uitgevoerd door lectoren, docenten en studenten van NHTV en Hogeschool Stenden.

STATUS VAN DE BRANCHE

Allereerst is gekeken naar de status van de live communication branche. Uit de jaarlijkse Beurzen Monitor van Respons en CLC-VECTA komt naar voren dat er in 2016 386 publieksbeurzen en 214 vakbeurzen werden georganiseerd. Hier kwamen in totaal 6,5 miljoen bezoekers op af, een daling van 4,7% ten opzichte van het jaar ervoor. Publieksbeurzen deden het op internationaal, nationaal en regionaal niveau minder goed. Vakbeurzen trokken alleen op nationaal niveau minder bezoekers. Wat betreft de congresmarkt staat Nederland op plaats 10 van de UIA ranglijst met 361 congressen. Op de ICCA ranglijst staat Nederland op de negende plaats met 386 congressen.

In 2016 kwamen bijna 4 miljoen buitenlandse zakenreizigers naar Nederland om er minimaal een nacht te verblijven. Een kwart hiervan kwam voor een georgani-

seerd zakelijk bezoek, voornamelijk voor corporate meetings en in 8% van de bezoeken voor een congres.

ALGEMENE ONTWIKKELINGEN

De live communication branche is onderhevig aan een aantal algemene ontwikkelingen. Een van de belangrijkste tendensen is het feit dat nieuwe technologie zich in een steeds hoger tempo aandient en ook steeds sneller door de consument wordt opgepikt. Virtual reality biedt nieuwe vormen van leren, werken en het onderhouden van een groeiend aantal sociale contacten. Mensen kiezen steeds meer zelf met wie zij omgaan en hebben steeds meer contacten in minder tijd. Als gevolg hiervan worden contacten oppervlakkiger en neemt de variëteit in soorten relaties toe. Waar beurzen, congressen en evenementen voorheen nog de belangrijkste manieren waren om kennis te delen, is de functie grotendeels overgenomen door technologie. Zakelijke bijeenkomsten bieden echter ruimte voor het sociale aspect; het elkaar

treffen en je netwerk uitbreiden, maar ook het zien, voelen en uitproberen van producten. Evenementen vormen het fysieke component van een virtueel netwerk. Door als organisatoren interessante content op het juiste moment en op de juiste locatie aan te bieden, biedt je evenement meerwaarde en bouw je een relatie op. Een belangrijke aspect van deze bijeenkomsten is het bieden van een beleving; van het eerste contactmoment tot en met na afloop van het evenement. Dit sluit aan bij de behoefte van bedrijven. Voor hen wordt het in toenemende mate essentieel om hun product of dienst te koppelen aan beleving en betekenis. De verwachting is dan ook dat bedrijven evenementen bewuster gaan inzetten als vast onderdeel van de marketing- en communicatiestrategie.

INSPELEN OP TENDENSEN

Spelers in de live communication branche kunnen volgens het onderzoek op verschillende manieren op deze tendensen inspelen. Met hybride evenementen

combineer je online en offline voor, tijdens en na het event waardoor de beleving wordt versterkt. Dit houdt de aandacht voor het merk en de boodschap langer vast en biedt kansen voor nieuwe sponsormodellen rondom het uitzenden van beelden. Clustering, bijvoorbeeld een beurs in combinatie met een congresprogramma, versterkt de totale bijeenkomst. Omdat de 'connected society' ervoor zorgt dat iedereen alles van elkaar weet en kennis wordt gedeeld, is de verwachting dat exposanten steeds meer met elkaar optrekken zullen in een gezamenlijke stand. De themapleinen op beurzen zijn hier een voorbeeld van. Wat betreft de locaties zijn organisatoren steeds meer op zoek naar plekken waar plaats is voor congressen, beurzen en vergaderingen. Ook groeit de behoefte aan ontmoetings-, werk- en netwerkleinen zodat bezoekers tijdens hun bezoek even kunnen werken of bellen. Dit sluit aan bij de festivalisering-trend waarbij congressen steeds meer een snack-achtig karakter krijgen. Moderne congressen bestaan uit





94 <

verschillende sessies die vrij te bezoeken, maar ook vrij om te verlaten zijn om ergens anders een gesprek te voeren.

LOKAAL

Niet alleen organisatoren, maar ook locaties kunnen inspringen op deze ontwikkelingen. De al eerdere genoemde behoefte aan beleving komt bijvoorbeeld uitstekend tot haar recht op een bijzondere plek zoals een attractiepark, een museum of een erfgoedlocatie. Een locatie biedt organisatoren ook de mogelijkheid om maatschappelijk verantwoord te ondernemen, bijvoorbeeld door lokaal in te kopen of stage- en werkervaringsplekken te bieden. Hetzelfde geldt voor food & beverage dat niet alleen smaakvol maar ook biologisch moet zijn, en bij voorkeur afkomstig van een lokale leverancier. Daarnaast kan een locatie zich onderscheiden door oprechte gastvrijheid en persoonlijke service te bieden. De guest experience wordt verder verbeterd door intensief en optimaal in de keten samen te werken.

TOEKOMSTSCENARIO'S

Op basis van de scenariostudie die leden van CLC-VECTA en deskundigen van CELTH hebben uitgevoerd, zijn er vier verschillende toekomstscenario's voor de

live communication branche tot stand gekomen. De vier verschillende ontmoetingsmomenten laten zich typeren door grootschalig fysiek, grootschalig online, kleinschalig fysiek en kleinschalig online. Deze vier vormen zijn niet nieuw en zullen zich ook niet in hun zuiverste vorm gaan manifesteren. Wel laten ze zien waar de uitgangspunten voor vernieuwing zitten en bieden deze vormen kansen voor innovatie. Het is aan de spelers in de branche om online en offline te combineren tot nieuwe live bijeenkomsten. Doen zij dit niet, dan bestaat de kans dat nieuwe aanbieders tot de bestaande markt toetreden. Innovatie zorgt ervoor dat de live communication branche haar bestaansrechten behoudt, zonder te worden verstoten door de potentiële Uber- en Airbnb-disruptors van de branche.

Het volledige onderzoeksprogramma 'Live Communication 3.0: Nieuwe businessmodellen voor de branche' is voor leden van CLC-VECTA gratis in te zien via www.clcvecta.nl.



Ovation Holland nieuwe special events partner RAI Amsterdam

Ovation Holland, de DMC tak van MCI, versterkt zijn banden met RAI Amsterdam als Special Events partner. De twee bedrijven, beiden gevestigde spelers in de lokale markt, bundelen hun krachten en creëren een sterk partnerschap om aan de groeiende vraag van klanten tegemoet te komen. Door een combinatie van zowel lokale als wereldwijde expertise en een breed scala aan diensten, is de samenwerking tussen RAI Amsterdam en Ovation Holland een perfecte combinatie die een one-stop-shop oplossing creëert. Als DMC (Destination Management Company) partner, die alle off-site evenementverzoeken afhandelt, is Ovation Holland de lokale expert voor zowel Amsterdam als haar omgeving. Binnen de naam Special Events vallen alle diensten van Ovation Holland, de vaste partner van RAI Amsterdam sinds 1 januari 2016. Door deze nieuwe samenwerking zal Ovation Holland vanaf nu ook gaan opereren vanuit de RAI Amsterdam, waardoor het team dichterbij de klant komt te staan. Zo kan Ovation Holland meer waarde toe gaan voegen en kan het voortbouwen op de expertise van de collega's van RAI Amsterdam. Door de samenwerking met Ovation Holland krijgt RAI Amsterdam toegang tot een wereldwijd netwerk van experts met verschillende achtergronden in zowel de institutionele als de zakelijke wereld. Ongetwijfeld zal dit verenigde front de bedrijfs-groei verder bevorderen.

Jubilerend IDEA presenteert EventStreet

IDEA bestaat dit jaar vijftien jaar en dat laat de branchevereniging niet onopgemerkt voorbij gaan; niet alleen door het vak te vieren, maar ook door (uit) te delen. Een van de eerste wapenfeiten van dit feestelijke jaar werd in februari tijdens EventSummit gepresenteerd: EventStreet. Het meet & greet event voor opdrachtgevers en bureaus, in hartje Haarlem. Na succesvolle edities in Parijs en Brussel valt op 10 juli 2018 de eer te beurt aan de ondernemersstad aan het Spaarne. Op deze dinsdagavond presenteren vijftien toonaangevende eventmarketing- en live communicatiebureaus zich in de sfeervolle Haarlemse binnenstad. Sterker nog; hun namen prijken voor deze gelegenheid op de gevels van de diverse kroegen, restaurants, en wijnbarren. De leukste plekken op en rondom de Grote Markt zijn voor deze avond dus in handen van IDEA-leden.

Waarom in horecagelegenheden? Juist omdat gastvrijheid - het bestaansrecht in de horeca - en creativiteit hand in hand gaan om iemand te kunnen raken. De bureaus pakken dan ook flink uit en willen opdrachtgevend Nederland verrassen en inspireren. Iedere professional in het marketing-, communicatie- en merkenveld is welkom om de sfeer te proeven bij de verschillende bureaus en te genieten van een zomerse avond vol mooie inzichten, ontmoetingen en mogelijke samenwerkingen.

De Nederlandse editie van EventStreet is een initiatief van IDEA en EventSummit in samenwerking met gemeente Haarlem, Haarlem Convention Bureau, Haarlem Marketing, Mornice en mediapartners De Eventmanager en Events.nl. De inschrijving voor deze ludieke en bijzondere meet & greet tussen opdrachtgevers van events en de eredivisie van eventmarketing- en live communicatiebureaus is geopend, dus registreer snel en zet 10 juli alvast in de agenda. Voor meer informatie en tickets: www.eventstreet.nl.



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.

Aanbevolen LOCATIES



1 Evenementenhal Gorinchem

Franklinweg 2
4207 HZ Gorinchem
T 0183-680680
E gorinchem@
evenementenhal.nl
I www.evenementenhal.nl/
gorinchem



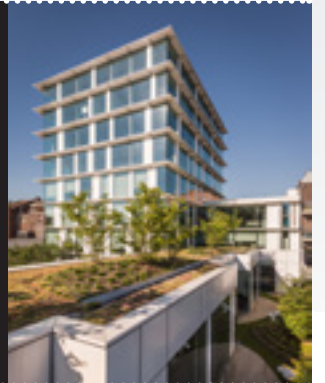
2 Meeting House

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



3 BluePoint Liège

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



4 Landgoed Huize Bergen

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



5 EIGENTIJDSERF

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





KNVB Campus

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

6

7

BluePoint Antwerpen

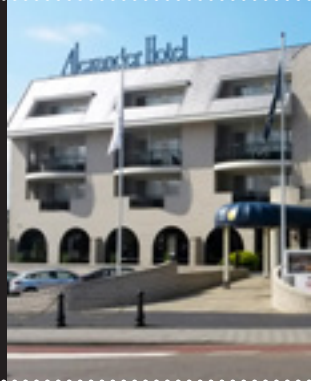
Filip Williotstraat 9
2600 Berchem
T +32 (0)3 280 45 11
E infoantwerpen@bluepoint.be
I www.bluepoint.be



8

Alexander Hotel

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



9

Landgoed de Reehorst

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



10

BluePoint Brussels

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



11

Laurenskerk Rotterdam

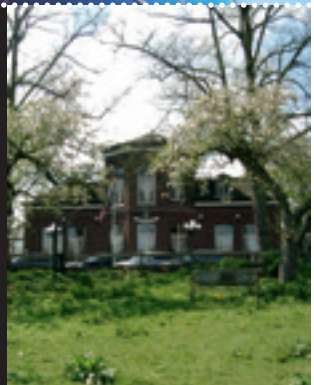
Grotekerkplein 27
3011 GC Rotterdam
T 010 - 4131494
E info@laurenskerkrotterdam.nl
I www.laurenskerkrotterdam.nl



12

Hotel-Restaurant De Os & het Paard

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



13

Unique Venues of Amsterdam

Damrak 243
1012 ZJ Amsterdam
T 020 - 586 0710
E info@uniquevenuesof-amsterdam.com
I www.uniquevenuesof-amsterdam.com



14

Beurs van Berlage

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



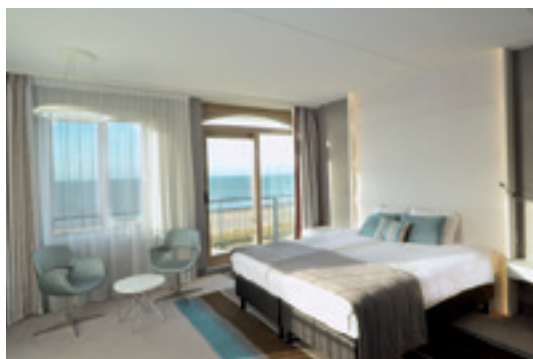


events aan zee



35 zalen 30 - 1000 m²
550 kamers

voor kleine en grote groepen
tot 1500 personen!



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



FRANKFURT
15-17 MAY 2018

IT'S 2018. IT'S TIME TO **PRESS FOR PROGRESS**

We're currently experiencing a seismic shift in attitudes towards gender inequality. A culture of silence and tolerance is drawing to an end.

A new movement has begun

No wonder then that this year International Women's Day is calling women - and men - to "Press for progress". It's time to be proactive in making change happen.

How WE are pressing for progress

This year IMEX in Frankfurt is launching a new conference - **She Means Business**. This inspiring meeting of women (and men) takes place on EduMonday, 14 May.

Speakers from diverse backgrounds including science and tech, media, finance, cardiology and the UN will address the issues faced by women today. Through conversation, collaboration and learning, we believe we can shed new light on an old debate.

Press for progress.
Come to IMEX - and
She Means Business.

Register today at
imex-frankfurt.com

#IMEX18

In partnership with
tw tagungswirtschaft
and supported by **H-Hotels**

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