

Nu op 1,5 meter

De Meetings zijn terug!

OP DONDERDAG 12 MAART VOND DE 'TAFEL VAN HET NOORDEN' PLAATS. DIRECT HIERNA OP ZONDAG 15 MAART GING NEDERLAND IN EEN 'INTELLIGENTE LOCKDOWN'. VAN DE ENE OP DE ANDERE DAG WERD DE HORECA GESLOTEN, GEVOLGD DOOR BEDRIJVEN, WINKELS EN SCHOLEN. ECHTER, DE HORECA- EN MICE-WERELD ZIJN NIET DE MENSEN DIE HET HOOFD IN DE SCHOOT LEGGEN. INTEGENDEEL, DE SECTOR HEEFT MET EEN NIET AFLATENDE IJVER VANAF HET BEGIN GEZOCHT NAAR OPLOSSINGEN OM ER BINNEN DE GESTELDE KADERS HET BESTE VAN TE MAKEN!



Hoewel de MICE industrie door de genomen maatregelen rechtstreeks in het hart werd getroffen, heeft de sector de tijd zinvol benut, goed nagedacht over de toekomst en adequate plannen gemaakt. Omdat per 1 juli de regels zijn versoepeld is de sector er dan ook helemaal klaar voor om verder te gaan met het veilig faciliteren van events. Op donderdag 11 juni vond er voor

het eerst na het begin van de corona periode weer een 'tafel' plaats. Echter, in plaats van de gebruikelijke tafel waarbij een regio of provincie centraal staat, was nu een aantal belangrijke spelers (waaronder zes conventiebu-reaus) uit de Nederlandse MICE-wereld aanwezig. De bijeenkomst werd gehouden in het Park Paviljoen van 'de groene schatkamer van Nederland', het Nationale Park De Hoge Veluwe.

In het openingswoord van Heltjo Brinkman verwoordt hij de bijzonderheid van deze tafel, normaal voor een bepaalde streek in Nederland maar nu voor heel Nederland. "Doel van deze tafel is om in de anderhalve meter samenleving partijen te laten kennismaken met - en nadenken over 'joint promotions' van ons MICE product. Hoe kunnen we elkaar helpen om ook in de nieuwe situatie er zo goed mogelijk



uit te komen. Het aantal personen dat bij elkaar mag komen zal toenemen maar wel met inachtneming van anderhalve meter zo is de verwachting.”

“Aan de professionaliteit en het enthousiasme van de deelnemers zal het niet liggen om middels deze bijeenkomst duidelijk te maken dat organisatoren van events met een gerust hart kunnen plannen en boeken. Ie-

deeren staat te popelen om nieuwe events te plannen, er is een inhaalslag nodig! De Nederlandse MICE wereld wil een signaal afgeven dat ze er klaar voor zijn om te komen tot verantwoorde samenkomsten: u bent meer dan welkom, het kan weer en met wat beperkingen ook absoluut op veilige wijze! En dat weer samenkomen is een noodzaak want de coronatijd heeft onomstotelijk aangetoond dat

we niet zonder persoonlijk contact kunnen!”

Rick Milius, Account manager bij Het Nationale Park de Hoge Veluwe mag als gastheer traditiegetrouw het spits afbijten bij de voorstelronde met tevens alvast de mogelijkheid om te vertellen hoe de coronatijd is beleefd en wat de plannen zijn. Rick vertelt dat het nieuwe Park Paviljoen sinds





1 oktober 2019 de ontvangstruimte in gebruik heeft genomen. Het is een modern gebouw, ruim en ontworpen vanuit het thema duurzaamheid en verbinding met de natuur. Het beschikt over vier compleet ingerichte zalen beschikbaar voor gezelschappen tot 160 gasten en op de evenementenweide is ruimte voor maximaal 2.000 gasten. “We zijn een stichting en moeten het vooral hebben van de kaartverkoop. We verwelkomen per jaar meer dan 625.000 bezoekers. Naast de natuur hebben we hier onder andere het Kröller-Müller museum en het Jachthuis Sint Hubertus met z'n mooie architectuur.” Rick geeft aan dat hij een actieve acquisitie voert voor de zakelijke markt waarbij ook wordt ingezet op het ontdekken van het Park zoals entree met ‘op pad met de boswachter’.

“We hebben hier een groot natuurgebied (5400 ha.) en alles staat dan ook in relatie met de natuur. Daar zetten we ook op in. De omgeving, mogelijke activiteiten zoals fietstochten waarvoor 1.800 gratis Witte Fietsen ter beschikking staan, drie musea en de best

beheerde biodiversiteit van Europa maken Het Nationale Park De Hoge Veluwe bij uitstek geschikt om in alle rust en vrijheid te genieten van een veilige zakelijke bijeenkomst.”

Eelco van Schellebeek is Country Sales Manager bij Center Parcs Business Solutions. Hij verduidelijkt de situatie van Center Parcs Business Solutions. “Center Parcs is bij 99% van de Nederlanders bekend, want wie is er nou niet al eens geweest? Business Solutions is echter een tak van sport binnen onze organisatie die ik gekscherend helaas nog vaak ‘het best bewaarde geheim van Center Parcs’ noem. Business Solutions past het Center Parcs concept toe voor bedrijven. Want ook voor collega’s geldt dat echt even samenkomen, bijdraagt aan het gezamenlijk succes. En nu na maanden van thuisisolatie des te meer! Met de toenemende interesse vanuit de markt, heeft Business Solutions de laatste jaren ook vanuit de interne organisatie steeds meer aandacht gekregen. Gelijktijdig met de grootschalige ‘refurbishment’ van al onze parken worden

ook de business faciliteiten grondig aangepakt.”

“Niet al onze parken zijn ingericht voor de echte traditionele MICE, want we hebben niet overal vergaderzalen. Echter voor een gezellig teamuitje of incentive met medewerkers, relaties al dan niet inclusief familie zijn al onze parken geschikt. Met Center Parcs Park Zandvoort (incl. hotel) en het centraal in Nederland gelegen Center Parcs De Eemhof bieden wij de zakelijke markt met ons totaal pakket een ware ‘business as unusual’ ervaring. Ook denken wij met het vorig jaar gerenoveerde Center Parcs Limburgse Peel een unieke troef in handen te hebben om bedrijven de kans te bieden hun ‘eigen park’ te huren. Net over de landsgrenzen, Center Parcs Les Ardennes en Center Parcs Park De Haan, investeren wij eveneens volop in ons zakelijk product.”

“Het is voor véél opdrachtgevers een totaal nieuwe ervaring om gebruik te maken van ons unieke product waarbij wij de typische zakelijke doelstel-



lingen combineren met de natuur en activiteiten. Er is veel te doen op één plek en dat veelal omringd door de veilige natuur.” Eelco is blij met de versoepeling. “Al onze parken in Nederland en België zijn KIWA gecertificeerd en daarmee voldoen wij aan de RIVM Covid-19 richtlijnen. Binnen onze business centers delen we de zalen opnieuw in zodat ook deze voldoen aan alle eisen. Zo willen - en kunnen - we de angst wegnemen die er bij veel van onze opdrachtgevers toch nog heerst. Het blijft aftasten bij de contacten met zakelijke partners, maar we moeten duidelijk maken waar de kracht van ons product ligt en we zullen continue blijven zoeken naar verbeteringen en gezamenlijke kansen.”

Tatos Ohan van Convention Bureau Veluwe Arnhem Nijmegen ziet als belangrijkste uitdaging om antwoord te geven op de vraag hoe nu en straks om te gaan met ‘destinatiemanagement, -ontwikkeling en -marketing’. “De benodigde aantallen vierkante meters zijn er heus wel, maar je moet juist die weten te verbinden met je USP’s in samenhang met beperkingen tijdens het corona- en post corona tijdperk.” De veranderende coronaomstandigheden brengen telkens nieuwe

vragen met zich mee. Er is ook meer behoeften aan veiligheid en vertrouwen. De locaties hebben nu de taak om de laten zien hoe zij omgaan met de veranderende maatregelen en de opdrachtgever te voorzien van informatie. Hierdoor kun je het gevoel van ‘veiligheid en vertrouwen’ vergroten.”

Manager Conferences Sales van De Doelen ICC Rotterdam, Diederik Waal haakt daarop in: “De markt is ingestort. We staan voor de uitdaging om protocollen te ontwikkelen voor 100 – 3000 mensen met een tussenruimte van anderhalve meter. We blijven onderzoeken om meer dan 30 mensen te herbergen. Wellicht is het mogelijk om ze te verdelen over verschillende gebouwdelen. Wat ook belangrijk is, is het wegnemen van de onzekerheid door deze veranderende omstandigheden door behoeftes van organisatoren in te kunnen passen. We spitsen ons momenteel ook toe op het vertalen van 30 naar 100 personen versus de zalencapaciteit. Best interessant als het doorgaat, met name ook voor internationale gasten. Het moet tenslotte toepasbaar zijn voor zowel de nationale als internationale markt. Er is geen andere optie dan alleen voorwaarts te gaan.”

“We bieden nu standaard oplossingen voor hybride bijeenkomsten aan, de combinatie tussen video conferentie/ virtueel en fysiek. Ik denk dat ook voor de toekomst deze hybride variant zal blijven bestaan. Deze nieuwe aanpak wordt dan in feite ingepast als integraal onderdeel van congressen. Mooie daarvan is dat ze zowel nationaal als internationaal in te passen zijn.” De Doelen is ook de thuisbasis voor het Rotterdams Philharmonisch Orkest. “Het orkest heeft niet stilgezet. We zijn volop bezig geweest om het toch mogelijk te maken om te repeteren. In verband met die anderhalve meter en de interpretatie daarvan bij de veiligheidsregio Rotterdam was dat geen sinecure.”

Sophie Polet is Commercieel Manager van Hotel Casa Amsterdam. Het is een hotel met een hybride concept. De kamers worden verhuurd aan studenten en zijn bijvoorbeeld tijdens de vakantieperiodes ook beschikbaar voor hotelgasten. Dit concept zorgt voor betaalbare huisvesting voor studenten maar ook voor een unieke en inspirerende mix van mensen. Sophie: “We hebben als filosofie ‘Forever Young’, het is een echte mix, dat maakt het dynamisch en leuk! Deze hybride mix



is mooi voor ons. Bijzonder is dit jaar dat al 150 studenten hebben aangegeven om de kamer in de zomer ook te willen huren. Ook overheden maken gebruik van onze faciliteiten. Hoewel we net weer zijn begonnen om ook de zakelijke markt te benaderen ziet het er nu al goed uit. We zien een toenemende interesse vanuit de zakelijke markt. We hebben veel ruimte, hebben veel te maken met jonge mensen die helemaal digitaal zijn ingesteld en dat werkt goed.”

Sylvia Hiep-Hurkmans, MICE Manager voor het Room Mate Aitana Amsterdam. Sylvia: “Als Room Mate Aitana maken we deel uit van een internationale keten Room Mate Hotels met 28 hotels in zeven landen en met een hoofdkantoor in Madrid. Bij onze hotel en eventlocaties ga je weliswaar in een hotel slapen, maar heb je het gevoel dat je bij een goede vriend slaapt. In maart is de MICE markt in elkaar gestort en hebben we door het missen van een aantal beurzen en evenementen in de stad een flinke klap gehad.

Deze tijd hebben we goed gebruikt om ons hotel en de vergaderzalen coronaproof te maken. Voor ons betekent anderhalve meter dat we ook op digitaal inzetten, met goede camera's die middels streaming vergaderzalen met elkaar kunnen verbinden tegen weinig tot geen extra kosten voor de klant. We merken dat onze klanten langzaam terugkomen. We zijn in contact gebleven en het vertrouwen dat we hebben opgebouwd willen we graag behouden en verder uitbouwen. Mensen zijn 'scherm-moe' en willen weer bij elkaar komen. Het opnieuw durven actief te werken. Je ziet dat de werknemer vaak wel wil, maar de werkgever wat terughoudend is. Dat is goed te begrijpen maar maakt het ook lastig. We hopen dat het vanaf september weer kan en kantoren weer open gaan. Wat voor ons voorop staat is dat gasten zich bij ons veilig en goed moeten voelen, zowel tijdens vakantie als voor zaken. Daarvoor hebben we dan ook protocollen opgesteld voor ieder hotel. Laat ik het zo zeggen: “In de afgelopen maanden heb ik geleerd, en ik denk velen met mij, dat samenkomsten ontzettend waardevol is, ook op anderhalve meter afstand, zoals wij hier doen vandaag. Kijk daarom vooral naar wat wél kan binnen de maatregelen die gelden tijdens jouw verga-



dering of evenement: Room Mate Hotels is er klaar voor! Jullie ook?”

Diederick van Eeden, Manager Business Events van het Zuiderstrandtheater, hier aanwezig als vertegenwoordiger van The Hague Venues, geeft aan dat The Hague Convention Bureau vooral gericht is op de internationale markt, en dat daarom The Hague Venues is opgericht, om ook op de nationale markt goed zichtbaar te zijn. Nu de corona erin hakt en zeker de internationale congressen voorlopig niet gaan plaatsvinden, wordt het budget dat vanwege de corona hiervoor niet kon worden gebruikt door het THCB nu ingezet voor de promotie van Den Haag op de nationale markt. Daar zijn wij als The Hague Venues heel dankbaar voor!

In combinatie met onze eigen acties, zoals bijvoorbeeld onze locatietour op 21 en 22 september, zijn we goed bezig om weer mensen aan te trekken. Er zijn weer aanvragen en we zijn middels de digitale middelen ook bezig met de hybride opzet.

Lobby

Tatos merkt op dat dit duidelijk maakt dat een goede lobby belangrijk is. “De Retail had dat bijvoorbeeld ook goed begrepen.” Diederick van Eeden: “Klopt, maar dat hadden onze branche vertegenwoordigers ook goed begrepen en opgepakt. Die hebben met vier ministers aan tafel gezeten.” Tatos: “Natuurlijk zijn er sectoren die ook hard zijn getroffen bijvoorbeeld de luchtvaartsector, maar het belang van goede contacten en een adequate lobby is weer aangetoond. We zijn wel goed op weg.”

“Inderdaad, achter de schermen is vanuit het Eventplatform een lobby gaande richting de overheid in Den Haag. Deze lijkt effectief te zijn. Ook toeristisch wordt er landelijk samengewerkt in de vorm van de campagne #hiermoetjehzijn”, aldus Noortje Teurlings van het VisitBrabant Convention Bureau. Volgens Diederik Waal is dat een goede zaak, maar moet de zakelijke kant niet worden vergeten: “Zakelijk is ook afhankelijk van de internationale handel al hopen we na de corona



ook natuurlijk weer bedrijfsfeesten te houden.”

Peter Braam, Sales Manager Theater & Stadsschouwburg Philharmonie Haarlem schetst de situatie als volgt: “Vanaf 15 maart was ineens alles weg en we gaan pas open op 1 september. De stadsschouwburg en Philharmonie met twee grote zalen zijn gesloten. Normaal waren we 24/7 bezig en we doen naast muziek ook aan congressen. Uiteraard hebben we niet stilgezeten, maar hebben de tijd gebruikt om het gebouw op te knappen en veiligheidschecks te houden. Er zijn eigenlijk geen evenementen doorgeschoven, we hebben er wel naar gekeken. Vanaf 1 juli doen we weer mondjesmaat ‘evenementjes’ en hopen vanaf 1 september weer wat grotere evenementen te mogen doen. We zoeken actief naar spelers die met een tussenruimte van anderhalve meter kunnen spelen. De interactie blijft gecompliceerd. De grote zaal kan 1200 personen hebben, maar met de anderhalve meter maar 181.

Diederick van Eeden merkt op dat muziekgebouwen feitelijk dubbel pech hebben. “Je hebt niet alleen geen uitvoeringen, maar er kan ook niet worden gerepeteerd. Dus heb je volgend seizoen minder producties.”

Peter: “We zijn wel bezig om als het kan ook repetities te organiseren. Normaal zaten we op zo’n 300 events per

jaar maar tot 1 september ligt dat stil, behalve de kleinere uitvoeringen. We zien wel dat we wat kunnen betekenen door verschuivingen. Zo heeft de rechtbank die achter ons gebouw ligt momenteel meer ruimte nodig en die kunnen wij leveren. Verder zijn we de afgelopen zes jaar bezig geweest om ook muziek te streamen naar bijvoorbeeld tehuizen in de omgeving, daar hebben we best wel veel geïnvesteerd. Daar plukken we nu dan ook wel wat vruchten van. Zo kunnen we een groter evenement, zoals een concert uitvoeren m.b.v. streaming waarbij de bezoekers over meerdere zalen zijn verspreid.”

Monique André de la Porte, Accountmanager bij het Utrecht Convention Bureau, werkt als onderdeel van Utrecht Marketing aan creatieve arrangementen om bezetting te creëren. “Voor de zakelijke markt kan dat pas vanaf september starten. Daar richt onze acquisitie zich dan ook op. De hotels en locaties zijn er niet alleen klaar voor, maar ze zijn er ook klaar mee en willen zich richten op de toekomst! We hebben veel contact met onze partners en prospects en blijven dat doen. Je ziet wel dat sommige omliggende landen al verder zijn. Een aantal congressen zijn geannuleerd, een aantal zijn er verschoven naar 2021 en 2022 en we hopen natuurlijk dat de markt weer aan zal aantrekken voor 2023 en verder. We zien veel potentie in hybride congressen. Het delen van

kennis heeft hierdoor een groter bereik. Zo worden congressen met beperkte capaciteit ineens toegankelijke voor een oneindig aantal deelnemers. De topsectoren van de stad en regio zullen unique selling points blijven welke we in de etalage blijven zetten.”

Volgens Noortje Teurlings, Projectmanager bij het VisitBrabant Convention Bureau heeft ook Brabant veel klappen opgelopen: “Door VisitBrabant wordt dan ook hard gewerkt aan herstel. In de vorm van de Brabant brede campagne ‘Hier moet je zijn in Brabant’ laten we zien waar en waarom je in Brabant moet zijn voor je weekje weg of vakantie. Om dit herstel op een verantwoorde manier te laten verlopen, is door VisitBrabant een druktemeter ontwikkeld, een online overzichtskaart waarop fietsers en wandelaars direct kunnen zien hoe druk het is in de Brabantse natuurgebieden.”

Rick vraagt hierop of dit wordt gemeten op basis van telefoondata. Noortje antwoordt dat dat niet het geval is: “De drukte wordt met name gemonitord door boswachters, handhavers en andere medewerkers van terreinbeheerders als Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten en Brabants Landschap. We moeten laten zien dat we weer bij elkaar kunnen en durven te komen. Dat vertrouwen is belangrijk. Dan zullen er ook weer congressen en vergaderingen gaan plaatsvinden. Dankzij onder andere kennishubs als Brainport en de Automotive Campus, onderscheidt Brabant zich internationaal onder andere op het gebied van Hightech en Smart Mobility. Dit maakt Brabant een aantrekkelijke bestemming voor associatiecongressen binnen deze sectoren. Dit soort congressen kenmerken zich door een lange looptijd. Als Convention Bureau benutten we deze periode dan ook onder andere om deze associatiemarkt verder in kaart te brengen en voor de lobby richting lokale initiatiefnemers, zodat we hier op de langere termijn, na corona, de vruchten van plukken.”

Tatos weet dat Gelderland de drukte ook wel meet, maar dan via een web-

site. “Ruim 300 lokale experts sturen drie keer per dag de drukte van hun locatie door. De bezoekers kunnen op de kaart zien waar er in Gelderland ruimte is om veilig te recreëren.”

Chantal Dompeling-Scholte is Sales Manager bij het WestCord WTC Hotel in Leeuwarden. “De WestCord keten heeft 16 hotels in Nederland. Ons hotel heeft 143 kamers, 14 vergaderzalen waar we normaal in onze grootste zaal 750 mensen mogen ontvangen. Maar dit gaat nu dus niet. We zijn bezig geweest om te kijken hoe we verder kunnen gaan. Denken over vergaderingen in de huidige opzet, daar word je best wel creatief van. Wij zijn gestart met een studio in samenwerking met onze vaste AV partner MHB. Zij hebben bij ons een vaste studio bij ons en verzorgen vanuit daar livestreams, webinars en we gaan over naar het organiseren van hybride evenementen. Dit heeft voor ons de afgelopen tijd geholpen, maar nu willen mensen toch weer samenkomen en dat merken we. We organiseren een locatietour op 6 oktober voor eventplanners. Deze keer gebruiken we geen bus, maar vragen om eigen vervoer te gebruiken. We hantieren een strakke tijdsplanning en we kunnen ook niet alles laten zien en gebruiken daarvoor video’s. We zijn toch al volop aan het werven en boeken. We denken goed mee over veiligheidsaspecten en leggen graag en duidelijk uit hoe we de anderhalve meter vertalen in praktische oplossingen.” Deze

laatste opmerking sluit goed aan op het vraagstuk dat op tafel ligt: ‘Hoe gaan we de zakelijke markt weer op dreef krijgen?’

Rick: “Er zijn veel vragen en onzekerheid over wat wel mag en wat niet. In het begin is het extra lastig voor ons geweest, omdat het Park in drie gemeentes ligt. Dus onder welke veiligheidsregio vielen wij nu? Mensen vragen terecht hoe we er mee om gaan. Het is wel een groot voordeel dat we hier ruimte genoeg hebben om anderhalve meter te kunnen realiseren. Daardoor konden de gasten blijven komen. Zeker nu kunnen locaties zich onderscheiden in de manier van service verlenen om deze onzekerheid bij de gast weg te nemen.”

Eelco: “De consumentenmarkt gaat zeker aantrekken en sinds 20 mei gaan onze parken langzaamaan weer open. We verwachten deze zomer met name vanuit eigen land een ‘stormloop’ van gasten en dat is uiteraard een héél fijn vooruitzicht. Vanaf 1 juli gaan we gelukkig ook zakelijk naar 100 personen wat ons allemaal weer extra kansen biedt. Maar er blijft voor zowel opdrachtgevers als ook voor ons aanbieders een hoop onzekerheid. Ik geef een voorbeeld; ergens in november heb ik een event van 300 personen, maar we weten niet zeker of dat uiteindelijk door kan gaan omdat onze zaal bij handhaving van de anderhalve meter niet groot genoeg is. Die onzekerheid



*Sylvia Hiep-Hurkmans,
Room Mate Aitana
Amsterdam*



*Monique André de la Porte,
Utrecht Convention Bureau*



*Diederik Waal,
De Doelen*



is 'killing' voor de zakelijke markt. Je kunt ook niet blijven schuiven. Ik heb gemerkt dat het belangrijk is om in gesprek te blijven en goed af te spreken hoe je elkaar gaat vinden met het aangaan van risico's."

Afspraken

Diederik Waal: "Dat is ook heel lastig te beoordelen en omdat met zakelijke bijeenkomsten de financiële risico's groter zijn moet je toch een escape hebben." Volgens Sophie is dat wel een 'dingetje': "Als klanten terugkomen willen ze meer flexibiliteit." Eelco ziet dat ook zo, maar het blijft ook volgens hem lastig: "We willen afspraken wel waarborgen, maar blijven gebonden aan strikte regels. Het is slim om goed te kijken naar uitwijkmogelijkheden zodat je alternatieven hebt." Tatos is

ook van mening dat je niet 100% kunt plannen. "Belangrijk is om te kijken naar wat wel kan en dan in gesprek blijven. Kom daarbij met oplossingen waarbij de veiligheid voorop staat. Laat vooral wel zien wat er kan. Daar zit de uitdaging: communiceren en informeren! Vanwege de verschillende veiligheidsregio's, is het van belang om binnen je veiligheidsregio geldende regels te communiceren met je opdrachtgever en bezoekers. Dat hoeft niet zo'n punt te zijn, want de MICE wereld is inventief en creatief."

Nieuwe wegen

"Blijf duidelijk communiceren en ga de dialoog aan. Vertel wat je toepast, hoe je omgaat met de regels om het werkbaar en veilig te maken en te houden", aldus Diederik Waal. "Tja, hoe ga je om

met de anderhalve meter economie", vraagt ook Tatos zich af. "Ik denk dat de vraag het gaat bepalen. Het aanbod (de locaties) zal daarop moeten inspelen. Wellicht biedt dat ook weer nieuwe kansen."

Sophie vindt dit wel interessante vragen. "Zie het eens als 'nieuwe klanten, nieuwe kansen'! Word in plaats van concurrerend coöperatief en werk slim samen. We moeten kijken waar we elkaar kunnen aanvullen. Zelf doen we dat bijvoorbeeld door thuiswerkplekken, 'takeaway' en parkeren aan te bieden. Zo werk je ook aan nieuwe connecties in de buurt, het is een nieuw soort denken. Inzetten op positieve ideeën, daar zijn we mee bezig."

Sylvia: "De huidige situatie dwingt iedereen om creatief en nieuw te den-



Chantal Dompeling,
WestCord WTC Hotel
Leeuwarden



Eelco van Schellebeek,
Center Parcs Business
Solutions



Peter Braam,
Theater & Stadsschouwburg
Philharmonie Haarlem



Sophie Polet,
Hotel Casa Amsterdam

ken. Bijvoorbeeld andere events, maar ook bedrijven benaderen om terug te komen: Nederland is scherm-moe en ‘appartementje kijken’ ook. Samenkomen is zo belangrijk. We zijn er heus klaar voor om weer mensen te ontvangen. Corona heeft aangetoond dat de persoonlijke ontmoetingen het allerbelangrijkste zijn.”

Diederick van Eeden hoopt op de politiek: “Biedt uitzicht op verbeteringen in de herfst! Een andere afweging die momenteel speelt, is dat er sprake van is dat de verspreiding plaatsvindt via aerosols waardoor verblijf in goed geventileerde, grotere ruimtes wel zou kunnen. Dat is net als buiten veel minder gevaarlijk.” Sophie: “Er zijn zelfs veiligheidscertificaten te koop die dan een vorm moeten bieden van veiligheid.”

Samenwerking

Voor Peter Braam is duidelijk dat je bij klanten inderdaad goed moet aangeven wat je doet. “Vertellen hoe je het doet en waarom is belangrijk. Ook is het slim om samen te werken met andere ‘venues’, zodat je de mogelijkheid om te schuiven zoals we dat doen met het Convention Bureau Haarlem. Een ander voorbeeld is dat we zelfs zalen bijna voor niets verhuren aan scholen, is niet lucratief maar het brengt wel leven in de brouwerij.” Monique geeft aan dat je goed moet afstemmen:



“Het is goed geregeld bij onze partners en boekers: als je iets niet weet of niet zeker weet: bel het regionale convention bureau!”

Nieuwe kansen

Noortje is van mening dat we nu het vergaderen met max. 30 personen moeten zien als testperiode en gebruiken om te leren en protocollen aan te scherpen, zodat we er klaar voor zijn als de maatregelen versoepelen. “Het thuiswerken neemt toe, dit zou kunnen betekenen dat bedrijven kiezen voor minder kantooroppervlakte. Maar ze moeten toch een ruimte hebben om samen te komen. Dat kan zijn voor een wekelijkse borrel, maar ook voor afdelingsvergaderingen of de kwartaalbijeenkomst. Dat zijn kansen waar locaties op zouden kunnen inspringen.”

Chantal ziet dat ook zo. “Mensen waarderen onze bedrijfstak straks meer dan ooit. En inderdaad, thuiswerkers willen toch samenkomen. Daarom gaan ze onze gelegenheden waarderen. We moeten vooral niet nadrukkelijk blijven hangen in corona, maar vooruit kijken. Het virus vereist een nieuw benadering en een andere aanpak. Organiseer locatietours waarbij je eventplanners laat zien dat jouw ‘venues’ veilig zijn en waar je met een gerust hart bij elkaar kunt komen. Dat werkt dan ook door naar beneden.”

Met deze voorstellen, die een goed startpunt geven voor mogelijke oplossingen, kwam er een einde aan deze interessante en nuttige tafel van anderhalve meter.



Diederick van Eeden,
The Hague Venues



Tatos Ohan,
Convention Bureau Veluwe
Arnhem Nijmegen



Noortje Teurlings,
VisitBrabant
Convention Bureau



Rick Milius,
Het Nationale Park
De Hoge Veluwe