



Twaalfde editie vakbeurs event in Utrecht

“De hele event-, marketing- en communicatiebranche onder één dak”

Met event 10 beleeft de jaarlijkse event-beurs in Jaarbeurs Utrecht op 31 maart en 1 april haar twaalfde editie. De vakbeurs is één van de belangrijkste ontmoetingsplekken voor de totale event-, marketing- en communicatiebranche. Dit jaar is het thema ‘Lean & Mean’, want dat is wat bedrijven moeten zijn om in deze roerige tijden te kunnen overleven.



Ieder jaar staat de beurs in het teken van een centraal thema, gebaseerd op de trends en ontwikkelingen die op dat moment gaande zijn. Organisator Eventex kwam ditmaal met het beeld van een panter, die Lean & Mean moet zijn om te overleven: snel, slim, efficiënt en gefocust. “Net als dit roofdier moeten bedrijven met minimale middelen effectief en resultaatgericht te werk gaan,” legt Eventex-medewerker Steven Birnie uit. “In deze tijden van recessie is het immers belangrijker dan ooit dat bedrijven kritisch kijken naar hun werkwijze, overbodige zaken schrappen, maar trouw blijven aan hun kernwaarden en slim zijn in het zoeken en benutten van kansen.”



Eventex heeft de afgelopen maanden via de LinkedIn Group van de vakbeurs event, bedrijven uit het veld opgeroepen om mee te denken

over dit thema. Welke trends en ontwikkelingen zouden zij graag terugzien op de beurs? "Daar hebben we behoorlijk wat respons op gekregen," legt Birnie uit. Vooral de noodzaak van back-to-basics werd benadrukt. Bedrijven moeten terug naar de basis en zich richten op realistische doelen in plaats van idealistische. "Op basis van die input hebben we ons laten inspireren tot dit thema."

Kritisch publiek

Veel deelnemers noemen event het platform bij uitstek voor het promoten van nieuwe producten en diensten bij beslissers en budgetverantwoordelijken die voorop lopen in de event-, marketing- en communicatiebranche. Eventex werkt met verschillende partners aan een mediacampagne, wat bedrijven ook voor en na afloop van de beurs de nodige publiciteit oplevert. Daarnaast krijgen deelnemers onder andere de gelegenheid te adverteren in de beurscatalogus. Bovendien kunnen bedrijven die niet over eigen standbouw beschikken hierbij de hulp van de organisatie inschakelen.

Voor Eventex is het niet de makkelijkste beurs om te organiseren. "Vrijwel alle standhouders en bezoekers werken immers zelf in de eventbranche. Dat maakt het een kritisch publiek, dat van ons wel

verwacht dat we het goede voorbeeld geven." Met een gemiddeld bezoekersoordeel van 8,4 is Eventex daar vorig jaar in ieder geval in geslaagd. "De belangrijkste verklaring voor het succes is dat we een totaalaanbod bieden. We hebben zeer uiteenlopende partijen onder één dak die allemaal direct of indirect aan de eventbranche verbonden zijn." Vrijwel alle segmenten worden vertegenwoordigd, zoals catering, decorbouw en conceptontwikkeling, maar ook online marketing, teambuilding en vervoer.

Lezingen en workshops

Eén van de peilers van event is de inhoudelijke themaprogrammering. De bezoeker heeft de keuze uit een breed aanbod van informatieve sessies en workshops. Zo wordt in samenwerking met CLC-VECTA tijdens de eerste beursdag een bijeenkomst georganiseerd met het thema 'De business ligt op straat, ook in 2010!'. Ben Tiggelaar, auteur van Dromen, Durven, Doen, gaat als gastspreker in op de vraag hoe je deze business kan pakken. Waar haal je de energie vandaan, hoe mobiliseer je het potentieel binnen je eigen organisatie en hoe kun je slim gebruik maken van je netwerk? Het is slechts één van de sprekers die samen zorgen voor een uitgebreide en informatieve programmering. Ook onderwerpen als sponsoring, social networking en locatieselectie komen aan bod.

Bezoekersregistratie

Net als vorig jaar kiest de organisatie van event voor DotControls DC Event als systeem voor de registratie van bezoekers. Via een link in de ontvangen uitnodiging of een bezoek aan de website event.nl registreren bezoekers van de beurs zich online, waarna zij per e-mail hun toegangsbewijs ontvangen.



event 10 is opgedeeld in vier verschillende themapleinen, die ieder een ander aspect centraal stellen:

Nice to Meet: het themaplein voor aanbieders van producten en diensten binnen de congres- en vergaderbranche. Tijdens event 09 is een uniforme en zeer strak vormgegeven standbouw geïntroduceerd waar zowel exposanten als bezoekers zeer enthousiast op hebben gereageerd. Die vernieuwing wordt tijdens event 10 verder doorgezet.

Events to Go: centraal staat hier het aanbod van kant & klare eventarrangementen, zoals bedrijfsuitjes. Het plein heeft dit jaar een nieuwe, meer uniforme uitstraling gekregen, dankzij kant- en klare units die inclusief inrichting worden aangeboden.

den.

Events in Progress: biedt ruimte voor de meest toonaangevende eventbureaus van Nederland. Zij weten wensen van de opdrachtgever te vertalen naar een uniek event dat naadloos aansluit op de vooraf bepaalde marketing- en communicatiestrategie.

Digital: hier zijn de nieuwste digitale tools voor de eventbranche te bewonderen. Denk bijvoorbeeld aan aanbieders van online registratie, mobiele applicaties, zoekmachine-marketing, social media en streaming video. Tips, tricks, do's en dont's komen aan de orde in het gratis toegankelijke sessieprogramma op het themaplein.

De stand van.... WiZZiX

Softwareleverancier WiZZiX ziet in Event 10 gelegenheid voor de introductie van hun softwaresysteem Full House Online. Deze bedrijfssoftware ondersteunt veel verschillende interne en externe processen van evenementenbeheer. De client/server-versie van dit product, toen genaamd Full House, werd tien jaar geleden al geïntroduceerd tijdens de editie van event in 1999. Met Full House Online biedt WiZZiX nu echter ook een webbased oplossing voor de evenementenbranche. Het is de vijfde keer dat de softwareproducent aanwezig is op deze beurs. "Er zijn weinig beurzen voor deze markt, maar event 10 benadert zeer specifiek onze doelgroep," aldus WiZZiX-directeur Arie van der Well. Full House Online wordt gepresenteerd in een hoekstand, met veel open ruimte en informatie aan de wanden over processchema's, doelgroepen, referenties en scherm-prints. Ook is er een 'rolling demo' te zien en zijn er enkele consultants aanwezig om antwoord te geven op de vragen van bezoekers.

De stand van.... Den Haag Marketing

De profilering van Den Haag als de congresstad bij uitstek. Dat is het doel van Den Haag Marketing op event 10. Deze stand is anders dan andere, omdat er meerdere (Haagse) bedrijven staan op het zogeheten Den Haag Paviljoen. "Natuurlijk promoten deze bedrijven ook hun eigen activiteiten, maar het overkoepelende doel is de promotie van Den Haag als veelzijdige plek voor conferenties en ontmoetingen," aldus projectmanager Dennis Hoencamp. De stad heeft immers een rijke geschiedenis van internationale (vredes)congressen en verdragen, veel culturele bezienswaardigheden en niet te vergeten: het strand. Om de combinatie van stad en strand te illustreren, is de stand op de beurs opgesteld als strandpaviljoen, met houten vlonders, een informele sfeer en zandsculpturen. De gemeente staat al sinds 2002 op event. "Event is de enige Nederlandse beurs waar we traditiegetrouw staan. Het is een toonaangevende beurs in de branche waar vraag en aanbod voor de congreswereld samenkomen. De beurs biedt bovendien een goed platform om met elkaar Den Haag als congresstad te profileren



De stand van.... De Ballonnerie/ Effecterie

De Ballonnerie is al jaren te vinden op event 10, maar dit jaar staat directeur Pim Santhuisen er ook met een nieuw bedrijf: De Effecterie, waar Pims zoon werkzaam is. Voorheen was special effects-specialist onderdeel van de Ballonnerie, vanaf januari 2009 zijn het twee zelfstandige BV's geworden. Toch staan beide op event 10 in één stand van zeven bij drie meter. "Met onze ballonnen en special effects willen wij de aandacht van de bezoekers trekken, zodat ze kunnen zien wat wij allemaal bieden. Dit gebeurt met vlammenwerpers, confettimachines, rookmachines, een bellenblaasmachine, lichteffecten en speciaal geluid. Op deze dag nemen wij tevens gelegenheid om alle vragen te beantwoorden van de bezoekers," aldus Santhuisen. De beurs is volgens Santhuisen de ideale gelegenheid om zowel de Ballonnerie -die al 25 jaar bestaat- en de Effecterie onder de aandacht te brengen. Dat lukt volgens Santhuisen doorgaans heel goed op event 10. "Heel bewust staan we elk jaar op deze beurs", aldus Santhuisen. "Het is een professionele vakbeurs en weinig andere kunnen tippen aan event 10." Santhuisen vindt het belangrijk om goed na te denken over hoe hij zijn bedrijven wil presenteren. "Het komt zelden voor dat bedrijven in één keer zaken met je willen doen. Meestal merk je het effect van een beurs later, als de mensen je ineens weer herinneren..."

De stand van... Aviodrome

Meer naamsbekendheid als evenementenlocatie; dat is voor Aviodrome Events uit Lelystad het primaire doel op event 10. Sinds een jaar opereert Aviodrome Events als zelfstandig team binnen het Luchtvaart-Themapark Aviodrome in Lelystad. Het bedrijf organiseert op 17 locaties in het park feesten en evenementen, voor zowel de zakelijke als de particuliere markt. "We hebben een gracieuze witblauwe stand met drie grote stageframes als achterwand", aldus Esther Boer van Aviodrome Events. "De stand is speciaal ontworpen door HVB uit Almere, onze leverancier voor AV. Vorig jaar stonden we er samen, met vijf man. Ook dit jaar zijn we met een grote bezetting aanwezig." Voor Aviodrome is het de vijfde deelname aan de beurs. We spreken zoveel mogelijk bezoekers aan en proberen erachter te komen met welk doel zij op de beurs rondlopen. Naast event 10 heeft Aviodrome Events ook gestaan op Evenement-Contact, Management Support en Festivak. "Event 10 is echter bij uitstek dé beurs voor onze branche. Iedereen komt hier, dus ik hoop dat we onszelf als evenementenlocatie nog uitdrukkelijker kunnen profileren."