

Event: altijd actueel

'Dat kan anders' dacht Marc Liethof, oprichter van Eventex bv, eind jaren negentig over de inmiddels exponentieel groeiende bedrijfstak van bedrijfsevenementen. 'Mijn buikgevoel gaf aan dat er behoefte was aan een, door de evenementenbranche, gedragen platform om nieuwe ideeën op te doen, kennis te delen en uiteraard te netwerken.'

Met een goed gevuld zakelijk adressenboekje en een ruime ervaring als partymanager bij Martinair Cateringservices zag hij zijn kans schoon en creëerde op 31 maart en 1 april 1999 de eerste editie van 'Evenement'. Ruim 7.000 bezoekers bezochten deze nieuwe vakbeurs die branche-informatie bood middels 180 deelnemende bedrijven. Het succes van het concept





Doordat bedrijven in toenemende mate het effect van evenementen in de marketingmix gingen inzien veranderde ook het karakter van de branche en dus van de beurs Evenement. Naast eventmanagers en organisatoren groeide ook het aantal marketing-, PR en communicatiemanagers die de beurs bezochten voor de jaarlijkse update op gebied van eventmarketing. Facilitaire partijen bleven een belangrijk onderdeel maar nieuwe toetreders kwamen met name uit niches als digitale toepassingen en andere innovaties. Om de verandering duidelijk aan te geven werd de naam van de beurs na de jubileumeditie Evenement 2008 veranderd in 'event'.

Medio 2011 bevindt de evenementenbranche zich midden in –weer- een volgende levensfase. Met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (ook wel de derde industriële revolutie genoemd) als hot topic en langzaam opkrabbelend uit een diepe economische crisis is het bedrijfsmatige landschap voor de branche behoorlijk veranderd. 'Opdrachten worden tot het allerlaatste moment uitgesteld waardoor in de hele keten de bedrijven in de wacht zitten om vervolgens vlak van te voren alles uit de kast te moeten halen om het evenement alsnog te realiseren. Complicerende factor is daarbij dat de beschikbare budgetten krappere zijn geworden en dat vergt nog meer van de creativiteit en flexibiliteit van de organisatoren.'

De beurs speelt daar op in door standhouders de mogelijkheid te bieden om zich nog compacter, scherper en duidelijker te presenteren. Tijdens event 11 introduceerde Eventex bijvoorbeeld een nieuwe deelnamevorm: de Compact Unit. De Compact Unit is een stand met uniform maatwerk. Dat wil zeggen dat het formaat en de uitvoering van de stand vast staan maar dat de deelnemer de keuze heeft uit een drietal inrichtingsvarianten en een waaier aan steunkleuren voor de stand. 'De Compact Units bieden de deelnemers het voordeel dat ze minder tijd hoeven te investeren in de stand en inrichting maar door de keuzeopties toch de eigen identiteit kunnen houden. Ze kunnen zich op deze manier concentreren op de eigen offerte en pitchtrajecten en toch op een opvallende manier aanwezig zijn op de beurs event.'

'Zo blijven we vernieuwen en ook op dit moment zijn wij in gesprek met diverse belanghebbenden om het concept voor de volgende editie van de beurs, event 12, vorm te geven.' Uiteraard is ook LiveComm benieuwd hoe Eventex de deelnemers gaat prikkelen om tijdens de volgende editie alles uit de kast te halen om de bezoekers daarmee te bewijzen dat de evenementenbranche in de afgelopen decennia is uitgegroeid tot een volwassen bedrijfstak die ook in economisch roerige tijden volop in beweging is. ■

Eventex, niet voor niets een samenvoeging van event en expo, gelooft in een combinatie van expositie, kennisdeling en beleving

bleek niet alleen uit de cijfers maar ook uit de enthousiaste reacties van zowel bezoekers als deelnemers.

Een vervolg kon niet uitblijven en de jaarlijkse 'vakdagen voor bedrijfsevenementen' groeiden in de jaren daarna met de branche mee. Een jaarlijkse groei in bezoekersaantallen naar een gemiddeld aantal van 12.000 halverwege het afgelopen decennium bevestigde de behoefte aan een dergelijk evenement, dat zich geleidelijk aan ontwikkelde van een marktplaats met vooral facilitaire aanbieders tot een creatieve broedplaats voor eventmarketing en communicatie.

'De beurs Evenement heeft vanaf de eerste editie altijd gestaan voor een totale beleving van de branche.' Eventex, niet voor niets een samenvoeging van event en expo, gelooft in een combinatie van expositie, kennisdeling en beleving. 'Vanaf de eerste editie hebben wij jaarlijks veel tijd en geld geïnvesteerd in de themaprogrammering. Al tijdens de eerste editie troffen de bezoekers in de entreehal een compleet entertainmenttheater en een heuse spiegel tent.'

Alle concepten die in de jaren daarna voor het verrassingseffect van de beurs hebben gezorgd, van sneeuwbaan tot catwalk en van Europa's grootste dome tot de Hyper kermisattractie, zijn altijd onderdeel geweest van een totaalconcept. Voor een branche waar beleving centraal staat is het simpelweg etaleren van producten en merknamen geen optie. Kritische eventmanagers

laten zich niet meer imponeren met een nog iets grotere LED-wall. Hoe kan ik deze LED-wall in combinatie met een aantal andere elementen

tot een geheel maken dat tot de verbeelding spreekt en mijn communicatieboodschap overbrengt? 'Dat is relevant voor eventmanagers.' aldus Marc: 'Vanaf de eerste editie hebben we dan ook een reeks aan toonaangevende sprekers gepresenteerd die tijdens workshops en sessies de samenhang van de diverse elementen nog eens onderstreepten.' →

