



Jur Kaper, Stagehands II
Always the right hands!

Pionieren

In een markt die eigenlijk maar 30 jaar bestaat zijn oude rotten in het vak eigenlijk allemaal pioniers. Mannen en vrouwen die met idealen en dromen begonnen zijn aan de ontginning van onze sector.

Tegenwoordig draait een deel van onze economie op de evenementensector die we vandaag de dag kennen. Vele bedrijven, freelancers en medewerkers werken dagelijks aan prachtige producties en verdienen op die wijze een belegde boterham.

Zelf mag ik een hoop pioniers kennen, met hen werken en met hen meedenken. Altijd heb ik met veel respect en bewondering wijze raad en adviezen van hen aangenomen en uitgevoerd. Zij hebben immers het wiel uitgevonden.

Maar wat maakt een pionier een pionier? Als eerste ergens aan beginnen? Succesvol zijn? Innovatief? Of gewoon iets ontdekken en doorzetten? Ik denk voor onze sector alle genoemde zaken in één pakket met een sausje wilskracht, doorzettingsvermogen en durf er overheen. Want onze pioniers hebben alle zure appels gehad waar we vandaag allemaal onze persoonlijke vruchten van plukken.

Het waren de pioniers die hebben gestreden voor een branchevereniging, hebben gevochten met diensten over regelgeving, hebben gedacht aan normeringen, die opleidingen hebben gestimuleerd, die een start hebben gemaakt met de professionalisering van de sector. Die.....

Een pionier moet zwaar werk verzetten. De grote lijn, het rauwe, het droge, het harde, etc. Aan het einde van een pioniersfase komt de tweede generatie om dit over te nemen en verder af te maken. Thans zie je in de markt dat de oude rotten van het eerste uur soms het stokje al doorgeven aan een tweede generatie in hun bedrijf.

Mooi om na bijna veertien jaar dit proces eens te mogen analyseren. Zelf heb ik ook oude rotten als mentor gehad. Bill, Bennie en Guus bedankt. Dankzij jullie ben ik nu deel van een te gekke sector. Al jaren en wellicht nu als tweede generatie.

Pionieren is afzien. Alle oude rotten, bedankt!

Reageren op deze column?
Dat kan op www.av-entertainment.nl

Jaarcongres Publieksevenementen

Dat de beleving van de bezoeker van evenementen heel belangrijk is, bleek wel uit het Jaarcongres Publieksevenementen dat eind november plaatsvond op de NHTV in Breda. Dit congres werd georganiseerd door NRIT Media in samenwerking met ReSpons Evenementen Monitor, GfK Panel Services Benelux en de NHTV internationale hogeschool Breda.

De organisatie wil graag jaarlijks de sector bijeenroepen. Doelstelling van deze dag was dan ook het uitwisselen van kennis en ervaringen op het gebied van de gehele organisatie van evenementen. Dagvoorzitter Lex Kruijver van ReSpons Evenementen Monitor vertelde dat er in Nederland jaarlijks ruim 2.800 evenementen zijn, die in totaal ruim 63,5 miljoen bezoekers trekken. Hiervan is slechts iets meer dan 1% afkomstig uit het buitenland. Omdat het aantal evenementen en ook de markt ongeveer hetzelfde blijven, moet je als evenement wel iets bijzonders hebben om op te vallen, zo vertelde ook Peter Gouw van GfK Panel Services Benelux.

Een innovatieve manier om invulling te geven aan een evenement, is imagineering. Dit begrip is in de jaren 50 ontstaan en is een combinatie van engineering en imagination, zo vertelde Moniek Hover van de Academy for Leisure op de NHTV. Een manier van imagineering die ingezet kan worden bij de conceptontwikkelingen van evenementen is 'storytelling'. Dit kunnen objecten zijn die je eigen interpretatie 'triggeren' of verhalen die letterlijk worden verteld. Door storytelling wordt de beleving versterkt. Ronald Ligtenberg van Stichting Skyway past imagineering al een tijdje toe in zijn bedrijf. Hij speelt in op de zintuigen, om emoties op te roepen. De missie van zijn organisatie is het onmogelijke mogelijk maken. Het motto is dan ook 'Everything is possible'. Dit uit zich bijvoorbeeld in het organiseren van muziek-evenementen voor doven en fotoworkshops voor blinden.

Deel twee van het Jaarcongres Publieksevenementen stond in het teken van de praktijk. Medewerkers van gemeenten en evenementenorganisaties kwamen aan het woord, zij konden door hun ervaringen in de evenementensector een aantal heldere tips geven. Zo haalde Eric Boselie van Stichting CityDynamiek Eindhoven de duurzame ontwikkeling van City Marketing aan. John Wauben verstrekte inzicht in hoe de gemeente Valkenburg haar evenementenbezoekers zo lang mogelijk in de stad houdt. Ook hamerde hij erop dat gemeenten van tevoren goed moeten kijken naar hoeveel en welke evenementen er georganiseerd worden.

Meer informatie op www.toerismecongres.nl