

LOKALE UITDAGINGEN, OPLOSSINGEN OP WERELDNIVEAU

In onze branche hebben wij voornamelijk te maken met internationale cliënten en events die over de hele wereld reizen en plaatsvinden. Daarom besteden wij veel aandacht aan internationale trends en de gevolgen van de globalisatie van zakelijke activiteiten. Hoewel dit nuttig is in de ontwikkeling voor onze activiteiten als congrescentra, houden de meesten van ons zich in de praktijk voornamelijk bezig met gebeurtenissen en omstandigheden die zich dichterbij huis afspelen. De vraag is dan ook: hoe kunnen we in onze lokale situaties profiteren van de ervaringen en deskundigheden van collega's in andere delen van de wereld?

Om te beginnen moeten we twee feiten onderkennen. Ten eerste opereren we in een globale industrie, eenvoudig omdat de verwachtingen van onze cliënten universeel worden. Veel cliënten kiezen telkens andere locaties in de wereld voor hun events en dat geeft hen een brede basis voor vergelijkingen. Hierdoor kunnen zij hun eigen conclusies trekken over wat mogelijk, praktisch en kosteneffectief is. Dat vormt hun verwachtingspatroon bij elke locatie, waar ook ter wereld. Tegelijkertijd is het duidelijk dat wij als congrescentra allemaal actief zijn in een lokale omgeving die wordt gevormd door omstandigheden in onze eigen landen en steden; een zeer groot deel van onze handel is regionaal en wordt beïnvloed door de regionale economie en de plaatselijke politiek.

Hoe kunnen wij en onze klanten dan profiteren van onze kennis van globale kwesties? Ik denk dat er drie belangrijke manieren zijn.

Ten eerste leren we van elkaar. In de wereld van congrescentra zijn variaties van vrijwel elke denkbare vorm van faciliteiten, manieren van werken, financieel beheer, bestuur, sponsoring en marketing, en van elke vorm kunnen wij iets leren. Uit die vele mogelijkheden kunnen wij die modellen kiezen die het best aansluiten bij onze lokale uitdagingen en omstandigheden. Op deze manier kunnen we meer efficiënte lokale modellen ontwikkelen waar iedereen, van de eigenaars van het centrum tot en met de klanten die onze faciliteiten gebruiken, van kan profiteren.

Ten tweede helpen die voorbeelden van globale kwesties en manieren van aanpak bij het maken van beslissingen op lokaal niveau. De meeste eigenaars en overheden – in onze branche zijn dat vaak dezelfde mensen – vinden het geruststellend dat het beleid dat zij uitstippelen overeenkomt met dat van anderen. Tegelijkertijd worden zij gestimuleerd om acties te ondernemen om situaties te vermijden die in andere landen voor problemen hebben gezorgd. De gevolgen van de bouw van teveel locaties zijn bekend: overcapaciteit leidt tot lagere overheidsinvesteringen en een lager niveau van diensten en faciliteiten voor klanten.

Hoe hoger de kwaliteit van de besluitvorming, hoe groter de kans dat dit soort problemen wordt vermeden – en de besluitvorming verloopt optimaal als kan worden geprofiteerd van de best mogelijke informatie over de consequenties van verschillende opties.

Ten slotte helpt de ontwikkeling van globale normen bij de verbetering van het lokale product omdat ze heldere en goed geformuleerde doelen schept waar de eigenaars van centra zich op kunnen richten. Als er geen universeel geaccepteerde normen zijn, is elk centrum gedwongen zijn eigen normen te ontwikkelen, en deze kunnen onderling sterk verschillen. Het resultaat daarvan is dat cliënten nooit weten wat ze kunnen verwachten, en dat ze enorm veel moeite moeten doen om er via eigen onderzoek en analyse achter te komen wat ze eisen en verwachten van een bepaald centrum. Algemene normen – zelfs met het besef dat er heel veel variatie mogelijk is vanwege lokale of historische factoren – kunnen zorgen voor een bepaalde mate van vertrouwen. Onaangename verrassingen die een slechte indruk achterlaten op de cliënten en hun gasten of schade toebrengen aan de totale reputatie van de branche worden daarmee vermeden.

Het grootste deel van de omzet van een congrescentrum zal regionaal zijn, en de belangrijkste beslissingen zullen altijd worden beïnvloed door plaatselijke omstandigheden. Als we echter kijken naar manieren om globale ervaringen toe te passen op deze plaatselijke uitdagingen en kansen, kunnen we de resultaten van onze centra verbeteren, tot ons aller profijt. Daarom zijn onze internationale banden zo waardevol – en zullen organisaties als de AIPC een belangrijke rol blijven spelen in de toekomst.

*Edgar Hirt is de President van de International Association of Congress Centres (AIPC) en Managing Director van CCH, Congress Center Hamburg.
secretariat@aipc.org*