



DE UITDAGINGEN GELDEN DE HELE BRANCHE

Hoewel conferentiecentra, hun zakelijke klanten en hun leveranciers van tijd tot tijd flinke meningsverschillen uitvechten, bestaat er toch een kwestie die belangrijker is dan het verschillen van mening: we moeten er samen voor zorgen dat de rol van bijeenkomsten als primair medium voor beroeps- en zakelijke ontwikkelingen wordt gehandhaafd.

AUTEUR: ROD CAMERON,
Director of Programming and International
Development for AIPC

Als we dan naar de toekomst kijken, is het duidelijk dat de zakelijke prioriteiten die de ene groep stelt, hoogstwaarschijnlijk dezelfde zijn als voor de andere groep, en dat ze ook de zorgen voor de toekomst delen. Dit betekent dat we betere manieren moeten bedenken om die uitdagingen samen het hoofd te bieden, in plaats van dat we onze energie steken in het uitvechten van meningsverschillen. Als belangrijkste vertegenwoordiger van conferentie- en congressentra over de hele wereld hebben het AIPC en zijn leden de uitdagingen die de toekomst biedt, voor de branche in kaart gebracht met behulp van een aantal onderzoeken en workshops. De meest recente werd gehouden tijdens onze 50e jaarvergadering in Singapore. Hoewel dit in essentie de visie is van de conferentiecentra, is het duidelij-

lijk dat de hoogste prioriteit wordt toegekend aan die kwesties die een impact hebben op zowel de centra als hun klanten, en die het best kunnen worden aangepakt met een gezamenlijke inspanning. Hieronder volgen enkele zorgen die we delen:

Onzekere economische vooruitzichten: het is axiomatisch dat het succes van de meeting-branche schijnbaar afhankelijk is van de economie, zowel direct (op het gebied van zakelijke bijeenkomsten) als indirect (als het gaat om associatie meetings die, hoewel ver vooruit geboekt, te maken kunnen hebben met dalende bezoekersaantallen en uitgaven tijdens een economische dip). Lagere bezoekersaantallen en/of geannuleerde events resulteren in schade bij iedereen, inclusief zowel de centra als de bestemmingen die de gastlocatie vormen



voor events en de organisatoren die te maken krijgen met de gevolgen van lagere aantallen en inkomsten.

Zo'n effect kan zelfs nog meer impact hebben. Als het aantal meetings zelfs maar tijdelijk terugvalt, kan hun rol worden uitgehold op manieren die zich pas op langere termijn manifesteren. Zo kunnen vervangende activiteiten als teleconferencing

waren opgenomen die een meeting of tentoonstelling zou kunnen hebben. Op elke nieuwe fase reageerden de centra plichtsgetrouw, en, in het merendeel van de gevallen, effectief, tot het punt dat "green meetings" pakketten nu vrijwel algemeen beschikbaar zijn, ofschoon klanten daar niet altijd gebruik van maken.

Maar het is een reële vraag waar dit toe kan leiden als het tot het uiterste wordt doorgevoerd. Het feit is dat de enige manier om de milieu-impact van een meeting geheel weg te nemen, is om die bijeenkomst helemaal niet te houden. Dit soort overwegingen moet worden afgewogen tegen de zeer reële voordelen die een meeting of conventie oplevert in termen van economische en sociale vooruitgang. Het probleem is dat dit type afweging vaak verloren raakt in een situatie waarin men net zover doorschiet als in het duurzaamheidsdebat, en daarom moeten we die kwestie zo vaak mogelijk aan de orde stellen.

Impact op reizen als gevolg van de groeiende zorg over de 'carbon footprint' van afgevaardigden in combinatie met de stijging van de olieprijs: Deze impact is op zichzelf al dreigend genoeg, maar als die wordt gecombineerd met economische onzekerheid, dan worden de problemen nog groter. Factoren als de 'carbon footprint' kunnen worden gebruikt als een manier om reisbeperkingen te verantwoorden die feitelijk kostenbesparende maatregelen zijn.

En weer moeten we er voor waken dat de zorgen over duurzaamheid worden afgewogen tegen een erkenning van de belangrijke rol die meetings spelen in het moderne zakelijke en professionele contact, of al onze 'groene' initiatieven werken averechts. Eén kwestie die we in dit respect moeten aanpakken is dat er bijna geen maatregelen worden genomen die de economische voordelen kunnen kwantificeren die het gevolg zijn van het type professionele en zakelijke ontwikkelingen die een meeting creëert. Zonder concrete cijfers zijn we gedwongen om vage, kwalitatieve waardeoordelen te gebruiken om op te boksen tegen de

harde maatregelen die andere branches wel tot hun beschikking hebben.

Een krimpend arbeidspotentieel: Het slinkende aanbod van gespecialiseerd en ervaren event-personeel betekent dat er harder en veel sneller moet worden gewerkt om goede mensen aan te nemen, op te leiden en te behouden.

Deze zorg wordt gedeeld door zowel de centra als de klanten; als klantenorganisaties zoals verenigingen minder te besteden hebben, moeten ze vaak andere vormen van ondersteuning zoeken door een centrum, terwijl dat centrum zelf nauwelijks voldoende gekwalificeerd personeel heeft. Uiteindelijk is het in ieders belang om de best mogelijke eventervaring te leveren om de bezoekersaantallen omhoog te krijgen. Daarom moeten we actie ondernemen om effectiever te kunnen concurreren met andere branches die dezelfde mensen proberen binnen te halen.

Alternatieve communicatie-technologieën: Terwijl de meesten het er over eens zijn dat 'face to face' ontmoetingen uitermate belangrijk zijn, is de technologie voor teleconferencing snel aan het verbeteren. Tegelijkertijd wordt het reizen geconfronteerd met steeds grotere uitdagingen. Combineer dit met een 'nieuwe generatie' afgevaardigden die zijn opgegroeid met internet, dan kan teleconferencing in de toekomst een onweerstaanbare optie worden, ten minste voor een bepaald soort meetings.

De meeste mensen in de branche zijn het er wel over eens dat we zouden moeten zoeken naar manieren om die technologie zo effectief mogelijk in te zetten om bijeenkomsten een meerwaarde te geven, in plaats van die te vervangen. Maar dit is duidelijk naar de achtergrond geschoven en er wordt meer aandacht besteed aan traditionele meeting-activiteiten en formats. Het wordt hoog tijd dat we echt alle mogelijkheden gaan benutten die de technologie biedt, teneinde die meerwaarde te kunnen exploiteren die face-to-face events bieden.

Elk van deze kwesties zou een belangrijke impact kunnen hebben. Het is echter de combinatie en het tegelijk optreden ervan dat de grootste impact zou kunnen hebben – de gecombineerde effecten van economische omstandigheden, zorgen over duurzaamheid en nieuwe technologie, bijvoorbeeld. We moeten naar de langetermijneffecten kijken, en we moeten dat gezamenlijk doen.

In de afgelopen jaren zijn we een flink stuk verder gekomen in zowel onze benadering van de problemen als de benutting van de technische hulpmiddelen. Het feit blijft echter dat in al die tijd, het basisformat van bijeenkomsten en conferenties zeer weinig is veranderd. Als iemand de voortrekkersrol zou kunnen vervullen om een verandering in gang te zetten, dan zouden het de meest ervaren en direct betrokken personen moeten zijn, met andere woorden: de branche zelf.

Al deze factoren zijn zaken waar zowel de leveranciers als de organisatoren zich zorgen over zouden moeten maken. Die factoren kunnen allemaal een nadelige invloed hebben op de bezoekersaantallen, en dat is niet in het belang van de twee partijen. Daarom moeten we deze problemen gezamenlijk het hoofd bieden, met name waar het gaat om het benadrukken van het belang van de meeting-ervaring bij diegenen wiens beslissingen de toekomst van onze branche zullen beïnvloeden. ■

AIPC is een internationale organisatie van 160 van de meest toonaangevende conferentie- en tentoonstellingscentra over de hele wereld. Het doel is het ondersteunen, aanmoedigen en erkennen van uitmuntendheid in het beheer en de exploitatie van conferentiecentra en de AIPC ondersteunt deze missie met activiteiten die zijn gericht op het verbeteren van het niveau van management expertise op gebieden als operations, finance, technologie, personeelsontwikkeling, marketing, klantenrelatiebeheer en duurzaamheid. Het AIPC is gevestigd in Brussel, België.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met marianne.de.raay@aipc.org of bezoek de website www.aipc.org