

Conferentiecentra van de toekomst – we hebben allemaal een rol!



Een van de meest interessante en tegelijkertijd meest uitdagende conclusies van de recente jaarvergadering van de AIPC was het idee dat de uitbreiding, herontwikkeling en actualisering van conferentiecentra een voornamelijk continu proces wordt, in plaats van incidenteel.

De grootste uitdaging hierin is dat centra feitelijk langetermijn-investeringen zijn in een snel veranderende branche, en dat centra vele jaren actueel en concurrerend moeten zijn ondanks dat ze worden beperkt door het feit dat, eenmaal gebouwd, ze niet optimaal flexibel kunnen zijn in hun infrastructuur. In de afgelopen jaren hadden de veranderende verwachtingen van de markt niet alleen betrekking op zaken als programma's en diensten, maar zelfs op de afmetingen en invullingen van de ruimtes. En dat zijn geen eenvoudige zaken als je te maken hebt met zoiets als dragende-muurconstructies!

Bovendien speelt er een scala aan andere kwesties, variërend van nieuwe technologieën tot duurzaamheid. Soms kunnen deze kwesties worden aangepakt door het aanpassen van de manier van werken, maar vaak is daar veel meer voor nodig. Het gevolg is dat zelfs als de nieuwe eisen kunnen worden vervuld in de bestaande structuur, de realisatie ervan duur kan zijn en heel veel inspanningen kan vergen.

De belangrijkste voorwaarde bij het ontwerp van conferentiecentra is flexibiliteit. We weten immers niet wat de eisen in de toekomst zullen zijn, daarom is de beste aanpak een ontwerp dat kan worden aangepast aan de nieuwe eisen, wat die ook mogen zijn. Zo kunnen multifunctionele ruimtes en verplaatsbare wanden al een grote bijdrage leveren aan de flexibiliteit van een centrum, en kan een goed ontwerp ook veranderingen in het functioneren ervan mogelijk maken.

Het is natuurlijk erg nuttig om enige kennis te hebben met betrekking tot de toekomstige eisen, en daarbij spelen de klanten een grote rol. De organisatoren van evenementen zijn de aangewezen personen als het gaat om voorspellingen omtrent de meeting formats. Door deze informatie door te geven aan de managers van centra helpen ze niet alleen

die centra, maar ook zichzelf. Hoe meer managers weten wat de toekomst eist – en dit doorspelen naar architecten en andere betrokkenen bij het ontwikkelingsproces – hoe groter de kans dat ze de centra krijgen die zij en de markt in de toekomst nodig hebben.

Dit is volgens mij iets wat we in gedachten moeten houden als we het hebben over het feit dat centra veel vaker een updating moeten krijgen, en er zijn veel manieren om een betere dialoog te realiseren.

De centra zouden hun evaluatie-enquêtes zo moeten inrichten dat ze betere informatie krijgen over de beleving van de klanten, en dan niet alleen over de diensten waarvan ze gebruik hebben kunnen maken, maar ook hoe veranderingen aan het gebouw een meer aantrekkelijke meeting-omgeving zouden kunnen opleveren.

De klanten zelf zouden dit moeten beschouwen als een investering in hun eigen toekomst en de tijd nemen om na te denken over wat voor veranderingen – in een bestaand gebouw of in de bouw van een nieuw pand – het best zou aansluiten bij hun behoeftes.

Ditzelfde is van toepassing op de toeleveranciers van conferentiecentra, of het nu gaat om voedsel en drank, beveiliging, huishoudelijke of audiovisuele diensten. Dit zijn de mensen die vaak net zo goed of beter dan de medewerkers van het centrum zelf, bekend zijn met de beperkingen van een centrum en de verwachtingen van de klanten. Helaas concentreren zij zich vaak op de dagelijkse activiteiten dan dat ze deze kennis bundelen en toepassen bij het nemen van beslissingen. Laten we deze trend naar meer updates gebruiken als een kans voor iedereen, en allemaal een gedeelte van de verantwoordelijkheid op ons nemen om de best mogelijke input te krijgen voor het ontwerp van het conferentiecentrum van de toekomst.

Edgar Hirt is de President van de International Association of Congress Centres (AIPC); en Managing Director van CCH, Congress Center Hamburg