

BUREAUS OVER BUREAUS

Door Jan Jacobs

In het artikel over het naamsbekendheidonderzoek evenementenbureaus kunt u lezen welke bureaus hoog op de shortlist staan van opdrachtgevers. Maar hoe denken bureaus nu eigenlijk zelf over hun collega's? Welke bureaus zouden ze zelf op de shortlist zetten en met welke bureaus zouden ze nooit in zee gaan? Wij legden deze vragen voor aan een aantal bureaus; eigenlijk voor een artikel met een knipoog, maar het leverde ook nog interessante marktinformatie op. Oordeelt u zelf.

44

«**EEN** gewetensvraag,» reageert Arjan Harms van Wop.nl. «In het algemeen kan ik zeggen dat ik de 'éénpitters' zou mijden. Je doet dan namelijk geen zaken met een onderneming, maar met een individu. En dat lijkt mij erg kwetsbaar. Het bureau dat ik wel zou vragen is natuurlijk afhankelijk van het type opdracht en de stijl die je zoekt. 'Doe waar je goed in bent!' is mijn credo. Als ik me puur focus op de professionaliteit van de onderneming en op de karakters van de ondernemers, zou ik zelf in ieder geval een goed gevoel hebben bij Dechesne & Boertje en Van der Bruggen Verwiel Eventmarketing. Eerlijke no-nonsense bureaus zonder te veel poespas.»

Benieuwd wie de genoemde Dorine van der Bruggen en Diederik Verwiel op hun lijstje zouden zetten. «Hoe kunnen we hier nu slim op antwoorden zodat we nog veilig over straat kunnen en zonder meteen al onze collega's tegen ons in het harnas te jagen?» reageert Dorine van der Bruggen. «Eerst maar eens even een shortlist van bureaus die we wel zouden kiezen: Xsaga, omdat ze interessante producties op hun lijstje hebben staan en inhoudelijk sterk lij-

ken. De Vries & Partners en de Otter Creators; die kennen we nog van vroeger en we weten dus precies hoe ze werken; een beetje nostalgie speelt ook mee.» Diederik Verwiel gaat verder met het lijstje van bureaus waar ze het niet zo mee ophebben: «R2 Merkrelevantie, omdat euhh, nou ja, gewoon niet eigenlijk. La Promesse, omdat hun principe van een 'creatief concept binnen 24 uur' zo lijnrecht tegenover onze manier van werken staat. En verder organisatiebureaus die gelieerd zijn aan cateraars of locaties. Branchevervuiling vinden wij dat: het ene moment zijn ze een leverancier of partner in een project, en dan blijken ze ineens weer concurrent te zijn...»

De lijstjes van Harry de Winter van Harry de Winter Events: «Bureaus die ik hoog heb zitten: van de runners-up Adriaanse/Van Kuyk Brand Events, omdat ze geïntegreerd denken en toegevoegde waarde bieden. Van het establishment: Degroep & Waerts. Zij zijn betrouwbaar, prettig en creatief. Toine Dorpmans Groep, mooie ideeën en dito producties; en Joffi Advies & Productie, vanwege de positieve uitstraling voor de evenementenbranche. Nu wil je zeker ook weten welke collega's ik ab-so-luut



Harry de Winter

niet zou inschakelen? Namen noemen vind ik niet deftig. Ik heb geen slechte werkervaringen met collega's en persoonlijke voorkeuren voor personen zijn in dit verband niet relevant. Maar ik keek wel op van een collega die de uitreiking van een van de reclameprijzen organiseerde en die toen het evenement nauwelijks was begonnen al aan de bar biertjes stond te drinken!» Michiel Florusse van Floor2Floor laat zich lovend uit over B&S*) Leads. «Een uitstekende organisatie, omdat ze hun

«Eénpitters zou ik mijden, omdat je dan geen zaken doet met een onderneming, maar met een individu.»



René Huijbregts

werk doen vanuit een juiste en oprechte filosofie. Ze maken iets niet uitsluitend om geld te verdienen, maar doen dat met overgave om een zo hoog mogelijk kwaliteitsniveau te bereiken. Ook Wentink Events vind ik erg goed. Ik houd van Frank Wentinks' gedrevenheid en passie voor het vak. Hij heeft een aantal dromen kunnen verwezenlijken en doet dat, volgens mij, ook vanuit eerlijke perspectieven.»



Michiel Florusse

John Bes van Amsterdam Events Company: «Voor bedrijfsuitjes zou ik kiezen voor Holland Evenementen Groep. Eén van onze grotere concurrenten, maar wel één met veel originaliteit in de programma's en een leuk concept op de eigen locatie. Voor brand events en relatiemarketing zou ik kiezen voor Degroep & Waerts: mooie grootschalige evenementen, die er zeer professioneel uitzien. Qua creativiteit sla ik Mirjam Frentz hoog aan: uitstekende mailings en een indrukwekkend naslagwerk met daarin het complete aanbod. Goede acteurs en hilarische concepten vind je bij Aaaaah! The Actor Factory. En voor feesten zou ik kiezen voor Om de Haverklap Producties: de basis staat altijd, de details maken het verschil.»

«Met welke bureaus ik wel of niet zou samenwerken?» herhaalt Nicoline van Straten van The Live House. «Een leuke gedachte, maar daar laten we ons niet over uit. Te incestueus; het voegt niets toe en is absoluut niet relevant voor de klanten van al onze bureaus.»

Pim Lombarts van De Ceremoniemeester: «Ik bemoei me het liefst zo weinig mogelijk met collega-bureaus en ga mijn eigen gang, en dat bevalt me al twaalf jaar prima.»

René Huijbregts van EventZ: «Slechte dingen zeggen over een collega keert zich altijd een keer tegen je. Liever prijs ik collega's aan, waardoor ik in de ogen van opdrachtgevers geen verkoper maar adviseur ben. Met Wop.nl bijvoorbeeld vind ik het prettig samenwerken.»

Pieter Schure van Pino Productions: «Als ik 'aan de andere kant' zou staan, zou ik graag samenwerken met een bureau dat het niet over 'aan de andere kant staan' heeft, maar over samenwerken en synergie: samen het evenement willen ontwikkelen. Dat een bureau



Dorine van der Bruggen

kwaliteit levert, creatief is, een eerlijke prijs rekent en dat de organisatie tot in detail is geregeld, lijken me allemaal randvoorwaarden. Hoewel dat in de praktijk toch nog vaak heel erg blijkt tegen te vallen.

Zo horen wij weleens van prospects en nieuwe opdrachtgevers. Dan kun je boos of teleurgesteld zijn in je vakbroeders omdat ze 'de naam van de branche' te grabbel gooien, maar je kunt ook denken: ga vooral zo door. Dat is weer een mooie kans...» ◀