

mm

Hét inspiratiemagazine voor events

Een event

Wat kost dat eigenlijk?

Hooggeveen on Stage

Meer dan een event

Organiseren

Van talkshow
tot tentoonstelling!

JAAR
15

riquell

Wij delen graag onze kennis en ideeën met jou!



15 JAAR

NIQUELL

Vijftien jaar Niquell. Dat voelt als gisteren en als een eeuwigheid geleden. In 2009 begonnen met een laptop, een hoofd vol ideeën en een liefde voor goed georganiseerde chaos. Inmiddels vijftien jaar verder, honderden events rijker en nog altijd met dezelfde energie en nieuwsgierigheid.

We zijn dankbaar. Voor het vertrouwen dat we keer op keer krijgen van onze opdrachtgevers. Voor de samenwerkingen die vaak beginnen met een briefing, maar eindigen in een feestje (vaak letterlijk). En voor alle professionals om ons heen (van dagvoorzitter tot cateraar) die snappen dat het juist de details zijn die het verschil maken.

In dit magazine blikken we terug, kijken we vooruit én delen we vooral wat ons drijft: mensen raken. Niet met rookmachines of confettikanonnen (al mag dat soms ook), maar met evenementen die ergens over gaan. Die verbinden, inspireren en bijblijven.

Dus dank. Voor het meedenken, het meedoen, het meebouwen. We hopen dat je met net zoveel plezier het magazine leest als waarmee wij het hebben gemaakt.

Veel leesplezier!

*Monique, Myrthe
& team Niquell*

Inhoud

15 jaar Niquell	2
Niquell Pro	3
Wat kost een event?	4
Dagvoorzitter	6
Aan het woord	7
Evenementen die ertoe doen	11
Van talkshow tot tentoonstelling	13
De Niquell kernwaarden	14
Hooggeven on Stage	18
Emotie als superkracht	22
Team Niquell	23

Colofon

Fotografie:

Niquell, Image by Ilse, Lyuda, Newz, Shots by Lennen en Kim Stellingwerf

Ontwerp en realisatie:

Vanhaaster Reclamebureau

Tekst:

mrs. friday

NIQUELL PRO: inspiratie, verdieping en verbinding voor professionals

Wat gebeurt er als je marketing-, communicatie- en eventprofessionals bij elkaar brengt in een setting waar leren, uitwisselen en inspireren centraal staan? Dan krijg je Niquell Pro: onze kennis- en netwerkbijeenkomsten vol verrassende inzichten en praktische tools. Speciaal ontwikkeld voor iedereen die werkt aan beleving, impact en communicatie.

Iedere editie staat in het teken van een actueel en relevant thema, met inspirerende sprekers, interactieve werkvormen en natuurlijk: ruimte om te sparren met vakgenoten.

Wat hebben we al beleefd?

Tijdens onze eerste sessie nam gastspreker Rico Bakker ons mee in de wereld van creatieve grensverlegging. Out-of-the-box denken, de kracht van slechte ideeën en het loslaten van bekende paden stonden centraal. Met praktijkvragen en hilarische vondsten activeerden we ons creatieve brein volop.

In de tweede editie deelde presentatietalent en dagvoorzitter Mathilde Lubbers haar inzichten over ZELFverzekerd presenteren. Wat maakt jouw verhaal krachtig? Hoe werkt het brein van je publiek? We vertaalden haar tips meteen naar de praktijk, met voelbaar effect.

Daarna doken we met Puuridee in de razendsnel ontwikkelende wereld van AI. Nieuwe tools, slimme toepassingen en volop ruimte om eigen ideeën te testen. Leerzaam, prikkelend én praktisch. De meest recente bijeenkomst stond in het teken van neuromarketing, met een boeiende bijdrage van Sake Jan Velthuis MSC (NHL Stenden hogeschool). We ontdekten hoe het brein keuzes maakt (vaak zonder dat we het doorhebben) en hoe je met kleur, geur, woorden en ritme onbewust gedrag kunt beïnvloeden. Fascinerend én toepasbaar.

**Benieuwd naar de komende edities?
Hou dan onze website en socials
in de gaten!**

www.niquell.nl



WAT KOST DAT NOU, ZO'N EVENT?

"Een paar statafels, wat koffie, een leuke spreker en klaar toch?"

Wie regelmatig evenementen organiseert, weet dat het zelden zo eenvoudig (of goedkoop) is als het lijkt. En toch horen we het vaak: verbazing over wat een event 'ineens' kost.

Niet omdat opdrachtgevers niet willen investeren, integendeel, maar omdat ze zich simpelweg niet altijd bewust zijn van alles wat er achter de schermen gebeurt. Tijd dus voor een inkijkje.

Alles begint met een goed idee... en dan?

Stel: je wilt een inspirerende bijeenkomst organiseren voor je medewerkers of relaties. Je hebt een mooie locatie op het oog en een datum geprikt. Maar dan... begint het pas echt. Want een event bestaat uit véél meer dan een leuke setting. Denk aan techniek, veiligheid, catering, vergunningen, hospitality, logistiek, communicatie, inrichting en ja, ook de broodnodige draaiboeken, checklists en back-upplannen.

En elk van die onderdelen heeft een prijskaartje. Geen verrassing voor ons, maar soms wel voor de klant. Daarom is het goed om transparant te zijn: een professioneel evenement vraagt om een serieuze investering. Maar wel één die zich uitbetaalt.

Waar gaat het geld naartoe?

Laten we een gemiddeld zakelijk event als voorbeeld nemen.

Wat kom je dan zoal tegen op de begroting?

- * **Locatiehuur:** afhankelijk van bereikbaarheid, uitstraling en capaciteit
- * **Catering:** van koffie tot culinair, inclusief personeel, servies, opbouw en afwas
- * **Techniek:** licht, geluid, projectie, livestream; goed geregeld of juist een afknapper
- * **Inrichting:** meubilair, signing, decor, bloemen, podia

- * **Dagvoorzitter of spreker:** essentieel voor het tempo, de energie én de inhoud
- * **Vergunningen en veiligheid:** BHV, verzekering, EHBO, verkeersmaatregelen
- * **Communicatie:** uitnodigingen, aanmeldsystemen, bewegwijzering, social media
- * **Coördinatie en productie:** alles voorbereiden, afstemmen, begeleiden én oplossen

En dan hebben we het nog niet gehad over branding, registratie, duurzaamheid, parkeercoördinatie of de aftermovie...



**Over budgetten,
verborgen kosten en
de echte waarde van
een goed georganiseerd
evenement**

De onzichtbare waarde van organisatiekracht

Juist omdat er zóveel komt kijken bij een event, is het waardevol om een ervaren partij als Niquell in te schakelen. Niet alleen omdat wij weten waar je op moet letten, maar vooral omdat wij je helpen om de juiste keuzes te maken.

Want een evenement is geen optelsom van spullen, maar een

Een goed georganiseerd evenement is minder stress, hoge kwaliteit en vooral meer impact!

samenspel van onderdelen die moeten kloppen. We werken met betrouwbare partners (zoals cateraars en dagvoorzitters), maken strakke

draaiboeken, bewaken de begroting én zorgen dat jij je kunt focussen op je gasten. Bovendien houden we altijd oog voor je doelstellingen: wat wil je overbrengen, bereiken en nalaten? En eerlijk is eerlijk: wie denkt dat een eventorganisatie vooral geld kost, heeft nog niet ervaren wat het oplevert. Minder stress, hoge kwaliteit en vooral: meer impact.

Slim omgaan met je budget

Een goed event hoeft niet per se duur te zijn. Maar het vraagt wel om slimme keuzes. En dat begint met inzicht: wat wil je bereiken? Wat mag het kosten? En waar zit de meeste waarde? Wij helpen opdrachtgevers om budgetten strategisch in te zetten. Soms is een intiem, goed verzorgd ontbijt met dertig gasten waardevoller dan een grote bijeenkomst met honderd man en standaardformule. En soms is investeren in techniek of een sterke host precies het verschil tussen "wel aardig" en "wauw!"

Een valkuil die we vaak zien? Dat er tijdens het plannen ineens extra wensen ontstaan, die niet meer in de oorspronkelijke begroting passen. Denk aan een aftermovie "voor erbij" of een

extra ruimte met schermen "voor de zekerheid". Ook daarin begeleiden we: door vooraf scenario's te bespreken én budgetten realistisch te houden.

Een kwestie van timing én afstemming

Wat veel mensen vergeten: de kosten van een event hangen niet alleen af van 'wat' je organiseert, maar ook van wanneer je begint. Wie op tijd schakelt, heeft meer keuzevrijheid, minder spoedkosten en betere onderhandelingsruimte.

Bovendien kunnen wij dan optimaal meedenken over het concept, het programma én de manier waarop het event bijdraagt aan je bredere communicatieplan. Want dat is misschien wel de grootste winst: als je een event niet los organiseert, maar als onderdeel van je strategie.

De return on experience

Een event levert meer op dan applaus en lege wijnglazen. Denk aan verbondenheid, kennisdeling, klantloyaliteit, gedragsverandering, merkbeleving. Allemaal zaken die zich niet in euro's laten uitdrukken, maar wel degelijk waarde vertegenwoordigen. Een goed georganiseerd evenement draagt bij aan je reputatie, je interne cultuur of je strategische doelen. En dát maakt het de investering waard. Wie inzet op beleving, plukt daar nog lang de vruchten van.

Tot slot: transparantie = vertrouwen

Bij Niquell houden we van helderheid. Daarom maken we altijd een overzichtelijke begroting, inclusief keuzemogelijkheden. Zo weet je waar je aan toe bent en kun je bewust sturen. Wil je dat extra scherm? Die duurzame catering? Die verrassende act? Wij laten je zien wat het kost én wat het oplevert. Transparantie versterkt vertrouwen en dat is precies hoe wij het graag doen.



Nóg meer inzicht? In dit magazine lees je ook interviews met een ervaren dagvoorzitter en een creatieve cateraar. Zij hebben het over hun rol, hun waarde en waarom 'goedkoop' soms echt duurkoop is. Samen met hen zorgen wij voor evenementen die kloppen; inhoudelijk én organisatorisch.



Mathilde Lubbers



De kracht van een dagvoorzitter zit in wat je níet ziet

Mathilde Lubbers over voorbereiding, verbinding en vakmanschap op het podium.

Ze is niet het middelpunt, maar wel de motor. Geen showbizz glimlach of opgepoetst praatje, maar scherpte, warmte en aandacht. Mathilde Lubbers, veelgevraagd dagvoorzitter, noemt zichzelf liever facilitator. "Ik verbind de punten, breng beweging in het gesprek en zorg dat alles klopt. Het publiek wordt deelnemer, de dag krijgt richting. Ik ben niet degene waar het om draait, maar wel degene die het geheel draagt."

In joggingpak begint het echte werk

Wat de meeste mensen niet zien: het grootste deel van haar werk gebeurt vóór het evenement. "Mijn werk bestaat voor twee derde uit voorbereiding," zegt ze lachend. "In joggingpak, haar in een staart, met stapels papier om me heen. Inlezen, doornemen, verdiepen. Iedere spreker leren kennen. De organisatie begrijpen. Mijn werk begint lang voordat ik op dat podium sta."

Die voorbereiding is geen luxe; het is essentieel. "Ik wil snappen waarom dit evenement plaatsvindt. Wat wil de organisatie bereiken? Wat is de centrale boodschap? Wie zitten er in de zaal en wat moet hen bijblijven?" Ze spreekt alle sprekers vooraf, leest zich in in de branche en denkt mee over het programma.

"Niet alleen over de volgorde, maar over de lijn van het verhaal. Hoe we zorgen dat alles logisch, levendig en betekenisvol is." Geen draaiboek zonder verhaal. Volgens Mathilde stappen organisaties soms te snel in de uitvoeringsmodus. "Dan zijn we al bezig met stoelen, pauzes, microfoons. Terwijl we nog niet hebben besproken: waarom zijn we hier eigenlijk met elkaar? Wat willen we dat mensen voelen en doen na afloop? Die vragen stel ik; soms tot lichte paniek bij opdrachtgevers," zegt ze met een knipoog. "Maar juist die reflectie maakt een event sterker."

Mathilde weet als geen ander dat mensen niet blanco een evenement binnenwandelen. "Ze hebben misschien net ruzie gehad thuis, nog 14 ongelezen mails openstaan of zijn na een stressvolle rit nét op tijd binnen." Haar taak? "Die gedachten eruit, focus erin." Dat doet ze met heldere openingsvragen, interactie en een benadering die iedere aanwezige op zijn gemak stelt. Het publiek is niet langer een toeschouwer maar neemt deel aan het event.

Een investering die het waard is

"Een dagvoorzitter kost geld," zegt Mathilde eerlijk. "Maar ik lever ook waarde. Geen losse flodders, geen ongemakkelijke stiltes, geen verloren momenten. Ik zorg voor verbinding tussen onderdelen, voor verdieping in gesprekken en voor energie in de zaal. Dat is wat je wilt wanneer je een event organiseert. En het klinkt misschien stoer, maar ik weet wat ik kan. Je kunt het echt aan me overlaten." Ze vergelijkt het met een goede regisseur. "Ik houd overzicht. Ik weet wanneer ik moet vertragen of versnellen. En ik zie alles: wie afhaakt, wie wil reageren, wie extra aandacht verdient. Al mijn zintuigen staan aan. Het kost me energie, maar ik krijg er minstens zoveel voor terug."

Een inhoudelijke gesprekspartner

"Het is fijn als mensen na een event naar je toekomen en vragen: werk jij al lang voor dit bedrijf?" Geen verwarring, maar erkenning: Mathilde verdiept zich in de organisatie, het thema en de sprekers, dat ze als vanzelfsprekend onderdeel van het geheel wordt ervaren. "Dat laat zien dat ik mijn huiswerk gedaan heb. Dat ik niet op afstand sta, maar me echt verbind aan de inhoud. En dát maakt het verschil: je haalt geen ingehuurde spreker binnen, maar een inhoudelijke gesprekspartner. En ja, dat is een vak. Daar mag je best in investeren."

ONZE OPENING, DAT DOE IK WEL EVEN

“Hoe moeilijk kan het zijn?” dacht Richard Mensen, accountmanager van gemeente Assen, toen hij de opening van Werklandschap Assen Zuid mocht organiseren. “Ik had een budget, een plan in mijn hoofd en dacht: dat doe ik wel even.” Hij grijnst breed. “Nou, nooit gedacht dat ik er zó naast zou kunnen zitten.”



Potje memory

Werklandschap Assen Zuid is een bedrijventerrein aan de zuidkant van Assen dat volop in ontwikkeling is. Groen, duurzaam en strategisch gelegen: een plek die vroeg om een openingsfeest voor ondernemers en betrokken partijen. Richard: “In mijn hoofd had ik alles op een rijtje. In de praktijk bleek het eerder een potje memory: telkens vond ik een nieuw kaartje dat ik eigenlijk óók nodig had.”

Kritisch rekenen

Richard bleef scherp op de kosten. “Het is gemeenschapsgeld, daar moet je zorgvuldig mee omgaan. Dus ik wilde zeker weten dat we niet zomaar iets kochten. Niquell ging met mijn offertes aan de slag en kwam met marktconforme prijzen. Ze wisten precies waar winst te behalen was, zonder dat ik overal zelf achteraan hoefde. Dat was een eyeopener.” Hij stelde nog voor om een deel zelf te doen maar ook daar leerde Richard snel van. “Het werd me duidelijk: het is slimmer om het aan de professional over te laten. Ze hebben de ervaring en de contacten. En ze hielden het budget keurig in de gaten.”

Verkeerregelaars? 0 ja...

Vol enthousiasme begon hij te bellen, mailen en regelen tot zijn teammanager vroeg: “Weet je zeker dat je dit allemaal zelf wilt doen?” De gemeente had eerder prettig met Niquell gewerkt, dus werd er een afspraak gemaakt. “Ik stapte sceptisch dat gesprek in. Ik dacht: een bureau inhuren betekent minder budget voor inhoud. En eerlijk: ik vond het een beetje zonde van het geld.” Maar al snel moest hij bijstellen. “Verkeerregelaars? Niet aan gedacht. Stroomvoorziening? Daar had ik pas aan gedacht wanneer iemand zou vragen: ‘en waar sluit je eigenlijk die enorme skydancers op aan die straks vrolijk staan te wapperen bij de ingang?’ Ik had er eerlijk gezegd geen seconde bij stilgestaan. Voor Niquell is dat gesneden koek. Voor mij bleek het onbekend terrein.”

Tent op een bult zand

De dag voor het event: de tent zou worden opgebouwd. Totdat iemand belde met de boodschap: “Eehhh, er ligt hier ineens een enorme berg zand...” Richard schiet in de lach: “Ik weet niet hoe ik gereageerd had als ik als organisator dat telefoontje had gekregen. Maar Myrthe van Niquell? Die deed niet eens haar wenkbrauw omhoog. Binnen no-time was het geregeld.”

Gast op je eigen feest

Op de dag zelf kon Richard doen waar hij voor gekomen was: gasten ontvangen. “Het draaiboek klopte, alles liep gesmeerd, laatkomers werden netjes opgevangen. Ik kon gast zijn op ons eigen feest. Heerlijk!”

INGE VAN 'T HOOGHE:

catering is zoveel meer dan lekker eten

Een goede cateraar doet meer dan alleen zorgen dat niemand met trek naar huis gaat. Vraag het Inge van 't Hooge, van Catering van 't Hooge en je hoort een verhaal over beleving, verbinding en het belang van alles wat je niet direct ziet. "Wij zorgen voor energie, ritme en sfeer. Als we het goed doen, merk je amper dat we er zijn, maar zou je het meteen voelen als we er niet waren."

Dat Inge weet wat ze doet, is inmiddels breed erkend: ten tijde van dit interview is Van 't Hooge finalist bij de verkiezing Drentse Onderneming van het Jaar. "Een geweldige erkenning," zegt ze trots. "Het voelt als een compliment aan het hele team en de manier waarop we onze dienstverlening steeds blijven vernieuwen."

Lokale ingrediënten en duurzame producten

Catering is, net als licht en geluid, een essentieel onderdeel van het grotere geheel. "Mensen komen voor de inhoud, maar blijven voor de sfeer," zegt Inge.

"Goede hospitality bepaalt voor een groot deel hoe mensen zich voelen op een event. Dat zit in details: wordt er net op tijd een drankje aangereikt? Staat het buffet strategisch opgesteld zodat

Je wil dat mensen meebewegen met het programma, wat je eet en drinkt draagt daaraan bij." Daarom kijkt het team van Catering van 't Hooge altijd goed naar de doelgroep én het type evenement.

"Een groep dames serveer je iets anders dan een zaal vol hoveniers. En bij een staande receptie kies je voor iets wat makkelijk te eten is; bijvoorbeeld een stukje wrap in plaats van een kruimelend pistoletje." Wat Inge zelf belangrijk vindt (en wat ook steeds vaker door opdrachtgevers gewaardeerd wordt) is de herkomst van de gerechten. "We werken graag met lokale ingrediënten en duurzame producten. Dat

geeft het eten niet alleen meer smaak, maar ook meer betekenis."

Samen met opdrachtgevers zoals Niquell denkt ze ver vooruit.

"Als ik weet wanneer een spreker eindigt, weet ik wanneer de soep warm moet zijn. Loopt een programma uit, dan passen we ons aan. Zo zorgen we dat het event blijft 'stromen'; letterlijk en figuurlijk."

Investering met impact

Goede catering is vakwerk en dat heeft een prijs. Inge hoort het vaker: "De kosten bestaan niet alleen uit eten en drinken?!"

Ze snapt de reactie, maar legt ook uit wat er allemaal meespeelt: "Op locatie bouwen we in feite een tijdelijk restaurant," zegt Inge.

"Met materialen, keuken, uitgifte en transport; dat zie je misschien niet aan de buitenkant, maar het is nodig om de kwaliteit te leveren die we willen bieden. Van inkoop tot medewerkers, logistiek, op- en afbouw, styling en duurzaamheid. En dan moet het ook nog lekker zijn en er goed uitzien. Het is geen broodje kaas; het is gastvrijheid in volle glorie." Volgens Inge is catering dan ook een investering die méér oplevert dan een voldaan gevoel. "Het nodigt uit tot netwerken, geeft mensen rust, breekt het programma op natuurlijke wijze en zorgt voor memorabele momenten. Soms is de borrel het punt waarop deals gesloten worden."

Grotere evenementen

Inge zelf wordt heel erg blij van hele grote evenementen. "Al kan ik ook veel voldoening halen uit een intieme bruiloft, hoor."

Ze wacht even en zegt dan met een grote glimlach: "Bij grotere evenementen zijn meer gasten, dus kunnen we meer mensen blij maken met dat waar we goed in zijn: het creëren van smaakvolle momenten!"



Finalist Drentse onderneming van het jaar

er geen file ontstaat? Sluit het aanbod aan op het tijdstip, de doelgroep, het weer?

EVENEMENTEN DIE ERTOE DOEN

Veel organisaties zien een evenement nog altijd als een losstaand 'momentje'. Een feestje. Een leuke bijeenkomst. En ja, dat mag het ook zeker zijn; als het maar niet alléén dat is. Want een evenement kan zóveel meer zijn. Als je het slim aanpakt, wordt het een krachtig onderdeel van je communicatieplan. Een onderdeel dat bijdraagt aan je doelen, zowel intern als extern. En laat dat nou precies zijn waar wij bij Niquell warm voor lopen.

De kracht van ontmoeting

Wij geloven (en weten inmiddels uit ervaring) dat live, hybride en online events niet zomaar activiteiten zijn. Ze zijn strategische middelen om in verbinding te komen met je doelgroep; of dat nu klanten zijn, medewerkers, partners of burgers. Tijdens een event gebeurt er iets bijzonders: mensen zijn aandachtig, open en betrokken. En dát biedt een unieke kans om jouw boodschap over te brengen, te versterken en te verankeren. Wanneer je het hebt over gedragsverandering, merkactivatie, interne betrokkenheid of positionering: een goed georganiseerd evenement maakt impact. Als je dat koppelt aan je bredere communicatiestrategie, versterkt het je verhaal (in plaats van dat het er los naast staat).

Het begint met een goed gesprek

Daarom vragen wij bij de start van een samenwerking altijd: Wat wil je met je communicatie bereiken?

Welke doelen liggen er voor jullie organisatie? En: wat wil je dat mensen na afloop weten, voelen of doen? Dat lijkt misschien een open deur, maar geloof ons: het is de sleutel tot een evenement dat echt verschil maakt. Als we de communicatiedoelstellingen helder hebben, gaan wij aan de slag met een creatief, slim en doordacht eventconcept. Dat doen we op maat: afgestemd op de doelgroep, boodschap en gewenste impact.

Meetbaar resultaat

Bij Niquell houden we van creativiteit, maar net zo veel van effectiviteit. Daarom werken we het liefst met meetbare doelen. Denk aan kennisvergroting, betrokkenheid, merkbeleving of gedragsverandering. Alles start met een duidelijke doelstelling én een

manier om te toetsen of je daar bent gekomen.

Voor binnen én buiten

Evenementen werken zowel intern als extern. Denk intern aan een strategiedag, onboarding-traject, medewerkersbijeenkomst of jubileum. Momenten waarop je cultuur, visie en waardering voelbaar kunt maken. Momenten die bijdragen aan motivatie, verbinding en trots.

Extern zijn er minstens zoveel kansen: van productintroducties en klantendagen tot openingen, congressen of relatiemarketing-events. Hier kun je jouw merk laden, kennis delen, ambassadeurs maken en relaties versterken. En ja: ook fun mag daarin een rol spelen. Maar wel met een doel.



Wat levert het op?

Een goed geïntegreerd event:

- * Versterkt je merkverhaal
- * Brengt mensen in beweging
- * Verhoogt betrokkenheid en loyaliteit
- * Maakt abstracte boodschappen concreet en voelbaar
- * Verankert visie, plannen of veranderingen
- * Zorgt voor zichtbaarheid en herinnering

Het mooie is: als het goed is ontworpen, werkt een event nog lang door. Ook nadat de lichten zijn uitgegaan.

Onze ervaring leert dat steeds meer organisaties ontdekken dat een event niet op zichzelf hoeft te staan, maar juist een versterkend onderdeel kan zijn van het totale jaarplan.

Net als je kiest wanneer je een brochure uitbrengt, een e-mail-campagne lanceert of een nieuwe pagina op je website live zet, kun je ook bewust kiezen wanneer je een event inzet als communicatie-instrument.

Bijvoorbeeld om een strategisch moment kracht bij te zetten, een intern thema tastbaar te maken of een campagne feestelijk af te trappen. Door een evenement te verankeren in je communicatiestrategie en niet te zien als losstaand communicatiemoment haal je veel meer uit je investering.

Samen maken we het sterker

Onze professionals denken graag vanaf het eerste moment met je mee. Vertel ons waar je naartoe wilt en wij zorgen ervoor dat het evenement daar een bijdrage aan levert; creatief, strategisch en praktisch. Van concept en productie tot uitvoering en evaluatie: je kunt op ons rekenen.

Dus: zit je midden in je jaarplan, communicatiestrategie of verandertraject? Neem Niquell dan eens op in het rijtje van gesprekspartners. Wij maken graag het verschil, samen met jou.

Maak een afspraak voor een vrijblijvende brainstormsessie via: info@niquell.nl



Mark Wester.nl

VAN TALKSHOW TOT TENTOON- STELLING

“Organiseren is organiseren,” zegt Myrthe Strijker met een glimlach, “maar de afwisseling maakt het werk pas echt leuk.” Als mede-eigenaar van Niquell weet ze als geen ander hoe divers het eventvak is. “Veel mensen denken bij evenementen nog steeds aan een feest of borrel. Ook hartstikke leuk hoor, maar wij organiseren net zo vaak een boekpresentatie, expositie of zakelijk congres.”

Eén event, meerdere doelen

En soms? Soms verandert een event zelfs in een soort tv-uitzending. “Voor een klant mochten we een talkshowachtig programma opzetten rondom een productlancering. Ontwikkelaars, gebruikers, een host, live gesprekken; alles erop en eraan. Het werd professioneel opgenomen, dus de beelden leverden niet alleen een sterk moment op het event zelf, maar ook mooie snippets voor op socials en beelden voor op de website. Eén event, meerdere doelen; daar worden we blij van.”

Creativiteit als rode draad

Myrthe studeerde communicatie- en informatiewetenschappen aan de Rijksuniversiteit Groningen, maar bleef zich ontwikkelen. Onlangs rondde ze een opleiding af aan de EventAcademie in Rotterdam. “Drie maanden lang dook ik in eventconcept, creatie en design. Heerlijk. Wat ik vooral meeneem? Dat we te vaak denken in beperkingen. Durf eerst maar eens groots te denken; afschalen kan altijd nog. Er zit zoveel kracht in het verkennen van mogelijkheden.”

Die creativiteit is broodnodig bij de diversiteit van het werk.

“De ene keer sta je midden in een swingend personeelsfeest, de andere keer werk je maanden toe naar een beleidsconferentie of rapportpresentatie. En dan weer een expositie waar we zorgen dat inhoud, vormgeving en routing precies kloppen.”

Vroeg betrokken = optimaal resultaat

Het ideale evenement? Dat begint vroeg, als het aan Myrthe ligt. “Geef ons de ruimte om vanaf het eerste idee mee te denken. Dan kunnen we écht het verschil maken. Alles laten kloppen; van opzet en boodschap tot sfeer en uitvoering. Vaak halen we dan meer uit een event dan de klant zelf had verwacht.”

En hoe zit het met de spanning? “Die voel ik zeker, maar het zijn geen zenuwen. Het is een soort gefocuste energie. Ik weet gewoon: als er iets misgaat, los ik het op. Dat vertrouwen geeft rust. En ja, ik ga uitdagingen niet uit de weg. Obstakels zijn er om te overwinnen.” Je kunt Myrthe geen groter compliment geven dan een

blij gezicht. “Echt. Als ik tijdens of na een evenement mensen zie genieten en zie dat het klopt, dan weet ik: dit is waarom ik het doe. Daar kan geen review tegenop.” Voor de toekomst droomt Myrthe soms van iets écht afwijkends. “Een diner op hoogte, bijvoorbeeld. Of iets wat meer is dan een moment. Waar mensen nog jaren later over praten; wat ook dán nog bestaat. Dat is dus wat mij drijft: bijzondere ervaringen creëren. Groot of klein, als het maar raakt.”

En dat geldt net zo goed voor het verjaardagsfeestje van haar dochttertje, dat ze onlangs organiseerde. “Met de hele klas, 25 minimensjes van een jaar of vier/vijf, naar de zuivelboerderij. Spelletjes doen, frietjes eten en natuurlijk: koeien kijken. Ook dan sta ik in de organisatiestand.” En dan met een grote glimlach: “Eerlijk? Zo’n kinderfeestje is minstens zo leuk als een event voor duizend man.”

A photograph of three women in dark blue business attire celebrating. The woman on the left has her hands to her ears in a surprised expression. The woman in the center is holding a small confetti cannon. The woman on the right is smiling. The background is a vibrant pink wall, and the air is filled with falling multi-colored confetti. The floor is also covered with confetti.

DE NIQUELL KERN HET FUNDAMENT ONVERGETELIJKE

Vijftien jaar geleden begon Niquell als een klein, bevlogen team met één duidelijke missie: evenementen organiseren die mensen raken. Inmiddels zijn we gegroeid, hebben we talloze uiteenlopende projecten mogen neerzetten en is ons vak én de wereld om ons heen veranderd. Tijd om als team stil te staan bij de vraag: Waar staan we voor?

A photograph of three people (two women and one man) standing in front of a pink wall, celebrating. They are wearing dark blue niquell shirts and pants. The man in the center is laughing, and the woman on the right is holding a confetti popper. The air is filled with colorful confetti, and some is scattered on the floor. The background is a solid pink wall, and the floor is white.

KERNWAARDEN: ONDER ELK EVENT

CIJFERS WAAR WIJ TROTS OP ZIJN

We gingen met z'n allen om tafel. Niet voor een vrijblijvende brainstorm, maar voor een grondige update van wat ons drijft. Want onze kernwaarden zijn voor ons geen woorden op een poster. Ze vormen het kompas voor alles wat we doen. En we bevragen onze klanten er bewust op na afloop van elk event: hebben we gedaan wat we beloven?

Betrouwbaar, creatief en altijd met oog voor detail

Uit die gesprekken ontstonden zeven kernwaarden die we opnieuw omarmd hebben. Ze klinken eenvoudig, maar ze vragen iedere dag om aandacht en lef:

- * **Betrouwbaar:** eerlijk, transparant, doen wat we zeggen
- * **Creatief:** ieder evenement krijgt een eigen verrassend concept
- * **Innovatief:** we volgen trends, want we lopen graag voorop
- * **Klantgericht:** jouw doelstellingen vormen altijd de rode draad
- * **Maatschappelijk betrokken;** bijdragen aan een betere wereld zit in ons DNA
- * **Proactief:** wij denken vooruit, lossen problemen op vóór ze ontstaan
- * **Oog voor detail:** juist in de details maken we het verschil

Deze kernwaarden maken ons werk niet alleen herkenbaar, maar geven ons ook richting om mee te groeien met de tijd. Ze zijn de basis onder elk event, of het nu gaat om een intieme boekpresentatie of een grootschalige conferentie.

Cijfers waar we trots op zijn

Onze klanten bevestigen dat we die waarden ook echt waarmaken. Na afloop van onze evenementen scoren we bijvoorbeeld gemiddeld een 8,6 voor betrouwbaarheid, een 8,2 voor creativiteit en een 8,6 voor innovatie. Onze klantgerichtheid wordt zelfs beoordeeld met een 9,5. Ook onze maatschappelijke betrokkenheid (8,5), proactiviteit (8,4) en ons oog voor detail (8,8) worden hoog gewaardeerd. Cijfers waar we trots op zijn, maar ook om dit vast te houden en onszelf te blijven verbeteren..

Meer dan woorden

Onze missie? Die blijft onveranderd: we willen inspiratie bieden, ontzorgen en elk evenement uniek maken. Onze visie is overigens ambitieus: in 2030 willen we hét vooraanstaande evenementenbureau van Noord-Nederland zijn. Niet door grootspraak, maar door waar te maken wat we beloven; iedere dag opnieuw.



Kernwaarden in de praktijk: het verhaal van UWV

Corné Bot is Algemeen Directeur Uitkeren bij UWV; een divisie van UWV waar dagelijks 5.500 medewerkers zich inzetten voor bijna 1,2 miljoen Nederlanders die afhankelijk zijn van een uitkering. Al ruim vijf jaar werkt de divisie Uitkeren samen met Niquell. "Zo organiseerden we in 2023 gezamenlijk een groot landelijk event op elf locaties," vertelt Corné. "Een belangrijk moment voor ons als organisatie: we wilden met alle medewerkers het gesprek aangaan over wat het betekent om een publieke dienstverlener te zijn met oog voor de menselijke maat. Dat was het begin van een blijvende beweging."

Corné is nog steeds onder de indruk van hoe Niquell dat aanpakte: "In slechts een paar maanden tijd wisten ze, samen met een team aan de kant van UWV, een event van deze schaal neer te zetten.



Wij legden de lat hoog, maar zij net zo goed. Wat voor mij de doorslag gaf? Hun proactiviteit. Ze denken mee, schakelen snel en doen dat met zichtbaar plezier. Ze liepen die extra mijl die nodig is om het écht goed te doen." Corné benoemt daarna de kernwaarde 'klantgericht' en voegt daar met een glimlach aan toe:

"Zo zou ik het eigenlijk niet willen noemen. Ik denk dat Niquell de klantrelatie aangaat. En dat is nét dat stapje verder. Ze begrijpen wat voor ons belangrijk is en zorgen dat het gebeurt; zonder ruis, zonder poespas. En dat is iets om trots op te zijn."

...en het verhaal van Jong Hoogeveen

Berdine Harke is Programma-manager Jong Hoogeveen bij de gemeente Hoogeveen. Jong Hoogeveen zet zich in voor kansgelijkheid en talenterkenning van jongeren, onder andere via tweejaarlijkse inspiratiebijeenkomsten. Die bijeenkomsten brengen professionals uit het jeugd domein bij elkaar, met inspirerende sprekers en lokale workshops als vaste ingrediënten. Sinds dit jaar werkt Berdine samen met Niquell voor de organisatie van deze events. "Het is prettig samenwerken," zegt ze. "Niquell ontzorgt en organiseert ons event

op professionele wijze; dat krijg ik ook terug van de bezoekers." Wat haar ook aanspreekt, is de creativiteit. Lachend vertelt ze over een bijzondere ervaring tijdens een bijeenkomst rond het thema mentale gezondheid: "Niquell had een soort obstakelroute bij de entree van de eventlocatie bedacht. Kruijpend onder tafels en door een donkere tunnel waardoor je wereld letterlijk even zwart werd. Het was confronterend en krachtig. Je kon er niet omheen en dat was precies de bedoeling." Berdine benadrukt tot slot ook de maatschappelijke betrokkenheid van

Niquell. "Je merkt dat ze ervaring hebben met dit soort opdrachten. En dat helpt. Voor ons is het bovendien belangrijk dat we samenwerken met een lokale partij. Maar los van dat moet het natuurlijk wel gewoon goed zijn. En dat is het bij Niquell altijd."





HOOGGEVEEN ON STAGE:

meer dan een event!

Een brug tussen dromen en doen

Een zaal vol jonge mensen, verwachtingsvol en een tikje nerveus. Aan de andere kant: tientallen beroepsbeoefenaars, klaar om in gesprek te gaan. Geen open dag, geen banenmarkt, maar echte ontmoetingen. Dit is Hoogeveen On Stage: een evenement waar dromen tastbaar worden en gesprekken de toekomst in beweging zetten. En dat al jaren.

Hoogeveen On Stage maakt deel uit van het landelijke initiatief Onderwijs On Stage, een initiatief dat vmbo-leerlingen helpt om op een persoonlijke manier kennis te maken met beroepspraktijken. In Hoogeveen wordt het project gedragen door een breed netwerk van scholen, bedrijven, gemeente en maatschappelijke partners. Met Niquell als projectleider en organisatorisch hart.

“Dit is geen doorsnee event,” zegt Monique van Niquell. “Het draait hier niet om folders uitdelen of pitchen, maar om echte verbinding. Leerlingen ontdekken beroepen, stellen vragen, lopen mee. Ze mogen nieuwsgierig zijn en professionals delen hun passie. Dat zorgt voor prachtige momenten.”

Waarom het werkt

Wat Hoogeveen On Stage zo krachtig maakt, is de oprechte ontmoeting. Leerlingen bereiden zich voor, maken een eigen ‘beroepenwenslijst’ en gaan tijdens het Beroepenfeest één-op-één in gesprek met mensen uit de praktijk. Of dat nou een kapper is, een advocaat, een vrachtwagenchauffeur, een game-designer of een hovenier. Daaruit volgen afspraken: Doe-Dagen, waarin de leerling echt een paar uur meeloopt in het vak van zijn of haar keuze. Niet als verplicht onderdeel van een lesprogramma, maar als logisch vervolg op een klik die ontstaat uit een goed gesprek.

Voor leerlingen én professionals

Het effect is wederzijds. Want niet alleen leerlingen zijn onder de indruk; ook de beroepsbeoefenaars die deelnemen gaan vaak met energie naar huis. “Ik wist niet dat jongeren zulke goede vragen konden stellen,” zegt één van hen. “En ik heb zelf weer even scherp wat ik nou eigenlijk zo mooi vind aan mijn vak.” Voor de leerlingen is het niet alleen een kans om te ontdekken wat bij hen past, maar ook

Ik heb zelf weer even scherp wat ik nou eigenlijk zo mooi vind aan mijn vak

om trots te zijn op hun interesses, hun talenten, hun mogelijkheden. Het is empowerment in de praktijk.

De rol van Niquell

Als organisator zorgt Niquell ervoor dat alles klopt: van de inrichting van de locatie tot de ontvangst, de begeleiding van de leerlingen, het brieven van de beroepsbeoefenaars en het aansturen van de vele vrijwilligers. Maar het belangrijkste, vindt Monique, is dat de kern van het evenement overeind blijft: échte aandacht. “Wij bouwen graag aan betekenisvolle momenten,” zegt ze. “En Hoogeveen On Stage is daar een prachtig voorbeeld van. Elk detail draagt bij aan het grotere geheel: jongeren perspectief bieden.”





Kristiaan Strijker,
directeur/bestuurder
Roelof van Echten college

mogelijkheden én kunnen ontdekken waar hun passie ligt.” Ook over de samenwerking met Niquell is hij enthousiast. “Zij vervullen een prachtige rol. We kunnen de organisatie met een gerust hart aan hen overlaten. Monique weet van wanten!”

In ontwikkeling

Hoogeveen On Stage is inmiddels een vast onderdeel van het schooljaar op het Roelof van Echten-college, Wolfsbos en andere scholen in de regio. Maar stilstaan doet het project nooit. Ieder jaar wordt er gekeken wat beter kan: meer sectoren vertegenwoordigen, meer diversiteit in beroepen, betere matching vooraf. Daarbij is de samenwerking met bedrijven, gemeente en onderwijs cruciaal. Hoogeveen laat met dit project zien dat het inzet op toekomst, verbinding en talentontwikkeling. Niet als beleidsdoel, maar als levende praktijk.

Kristiaan Strijker, directeur/bestuurder Roelof van Echtencollege, over de kracht van ontmoeting

Voor Kristiaan Strijker is het duidelijk: Hoogeveen On Stage is niet zomaar een evenement, maar een belangrijk onderdeel van de loopbaanoriëntatie van zijn leerlingen. “Het is fijn dat jongeren de gelegenheid krijgen om laagdrempelig kennis te maken met de ‘echte wereld van het werken’. Ze leren zich te presenteren, ontdekken beroepen en bouwen zelfvertrouwen op. Tegelijkertijd krijgen bedrijven de kans om zich te laten zien aan de talenten van de toekomst.”

Die wederkerigheid vindt hij essentieel. “Het is mooi dat we als onderwijs, overheid én ondernemers samenwerken aan iets dat jongeren echt verder helpt.

De drie O’s in actie – dát is de kracht van Hoogeveen On Stage.”

Tijdens de meest recente Doe-Dagen ging Kristiaan op bezoek bij verschillende leerlingen. Wat hij zag, maakte indruk. “Bij Van Dorp zagen we hoe jongeren zelf aan de slag gingen en ontdekten hoe veelzijdig en innovatief de installatietechniek is. Bij Restaurant Narline draaide alles om vakmanschap en gastvrijheid. Leerlingen leerden er wat er allemaal komt kijken bij het bereiden van mooie gerechten en het creëren van een unieke beleving voor gasten. En bij Bzzzonder Spelen doken leerlingen in de wereld van kinderopvang: hoe je met een team een veilige, fijne plek maakt voor kinderen om te groeien.”

“De betrokkenheid van deze bedrijven was indrukwekkend,” blikt hij terug. “Zij maken echt tijd om jongeren te inspireren. Dit is precies waarom dit soort initiatieven zo waardevol zijn: leerlingen krijgen een realistischer beeld van hun

En of Kristiaan zelf ook ooit via een soortgelijk initiatief zijn beroepskeuze had kunnen beïnvloeden? “Ik wilde vroeger dierenarts worden. Of vrachtwagenchauffeur,” vertelt hij lachend. “Ik mocht een keer meerijden; prachtig, maar het was al snel duidelijk dat dit niks voor mij was. Tja...dan is het wel grappig dat ik uiteindelijk tóch bestuurder ben geworden. Alleen dus niet op een vrachtwagen.”

Wethouder Mark Tuit: “Hoogeveen On Stage laat kinderen stralen én dromen”

Wethouder Mark Tuit (met o.a. onderwijs in zijn portefeuille) is al jaren enthousiast ambassadeur van Hoogeveen On Stage. “Voor mij is het heel simpel,” begint hij. “Ieder kind in Hoogeveen – ongeacht waar zijn wiegje heeft gestaan – moet zijn of haar talenten kunnen ontwikkelen. En Hoogeveen On Stage helpt daarbij. Ik zie ieder jaar weer die twinkeling in de ogen van de leerlingen. Vier jaar geleden vond ik dat al prachtig. En dat is alleen maar sterker geworden.”



Wat Mark bijzonder vindt aan het project, is de kracht van samenwerking. "Hoe mooi is het dat onderwijsinstelling, ondernemers en wij als gemeente kinderen kennis laten maken met beroepen waarvan ze vaak nog nooit gehoord hebben. Ze laten zien dat er zóveel mogelijk is. Dat ze alles kunnen worden. Talenterkenning (oftewel dat je als jongere voelt: 'ik doe ertoe') is echt een groot goed. We mogen er in Hoogeveen en De Wolden apetrots op zijn dat we dit met elkaar mogelijk maken."

Hij lacht als het over zijn eigen beroepskeuze gaat: "Ik wilde profvoetballer worden. Je ziet het: dat is net even anders gelopen." Na het atheneum begon Mark aan de studie bestuurskunde, maar dat bleek geen match. "Later werkte ik in het onderwijs en in de NGO-wereld. Achteraf denk ik: een On Stage-ervaring had mij ook geen

kwaad gedaan." Mark is inmiddels al jaren op zijn plek in de lokale politiek. "Ik heb mijn pad gevonden en dat gun ik ieder kind. Of ze nou uiteindelijk écht iets gaan doen met wat ze op Hoogeveen On Stage zien of niet, maakt niet uit. Het gaat erom dat het iets in gang zet. Dat het laat zien: jij mag dromen. En dat je ontdekt waar je goed in bent én waar je gelukkig van wordt."

Tot slot spreekt hij zijn wens voor de toekomst uit: "Ik hoop dat we dit project nog verder kunnen uitbreiden.

Want ook havisten en vwo'ers hebben baat bij deze ervaring. Wie weet waar we over een paar jaar staan. Maar één ding weet ik zeker: Hoogeveen On Stage is een onmisbaar puzzel-

stukje in de talentontwikkeling van onze jeugd."

Vanuit alle hoeken steun en enthousiasme

Hoogeveen On Stage leeft bij iedereen die betrokken is. Van leerlingen en leraren tot wethouders en ondernemers; de energie is voelbaar. Het mag duidelijk zijn: Hoogeveen On Stage is meer dan een event. Het is een sociaal-maatschappelijke investering, een brug tussen onderwijs en arbeidsmarkt. En bovenal: een plek waar jongeren zich gezien en gehoord voelen. Een plek waar bedrijven en organisaties hun deuren en hun hart openstellen. Wat begint met een gesprekje in een gymzaal, eindigt soms in een stage, een bijbaan of zelfs een toekomstplan. Maar wat altijd blijft hangen, is het gevoel: "ik mag er zijn, ik mag vragen stellen." Want dát is de impact van Hoogeveen On Stage.

Ik hoop dat we dit project nog verder kunnen uitbreiden.



Wethouder Mark Tuit



EMOTIE ALS SUPERKRACHT OP JE EVENT

Bij Niquell geloven we inmiddels al 15 jaar dat evenementen méér zijn dan bijeenkomsten. Voor ons zijn het krachtige communicatiemiddelen, momenten waarop je mensen écht kunt raken. En dat doen we het liefst door gebruik te maken van de kracht van emotie.

In onze **Powerful Pink Insights** verdiepen we ons in de wereld van neuromarketing – het toepassen van inzichten uit de hersenwetenschap op events – en laten we zien hoe je hiermee evenementen creëert die je echt bijblijven. Leuk om te weten: onze Niquell-topper Celine Luteijn heeft hier (in het kader van een minor Neuromarketing aan NHL Stenden Leeuwarden) grondig onderzoek naar gedaan. Zij kwam met het antwoord op een prangende vraag: wat is het geheim achter een écht boeiend event? In dit artikel geven we je alvast een voorproefje van haar inzichten.

Wat raakt mensen écht?

Onze ervaring leert: hoe mensen zich voelen tijdens een event, bepaalt of ze het onthouden. Emotie is dus dé sleutel tot impact. Denk aan een gevoel van verwondering, trots, plezier of ontspanning. Door slim gebruik te maken van geur, geluid, licht, kleur en storytelling kun je die emoties activeren en versterken.

En dan hebben we het nog niet eens over de piekmomenten! Mensen herinneren zich vooral de hoogtepunten én het einde van een ervaring. Daar houden wij altijd bewust rekening mee in ons eventontwerp.



Scan de QR code
en lees de complete
Powerful Pink Insights

De vier dimensies van beleving

In de **Powerful Pink Insights** gaan we uitgebreid in op de vier belevenisdimensies van Pine & Gilmore (een model dat we zelf vaak toepassen):

- * **Entertainment** | plezier en verrassingen
- * **Educatie** | iets nieuws leren
- * **Esthetiek** | een mooie, passende omgeving
- * **Ontsnapping** | je even helemaal ergens anders wanen

Juist door die elementen goed te combineren, ontstaat een totaalervaring die mensen raakt en blijft hangen.

Alles telt mee: vóór, tijdens en na

Wij zien een evenement als een doorlopende reis. Die begint al vóór het event door de inzet van persoonlijke uitnodigingen en krachtige communicatie. Tijdens het event zorgen we voor zintuiglijke prikkels, actieve betrokkenheid en storytelling. En ook na afloop blijft het gevoel hangen met aftermovies, foto's en persoonlijke follow-up.

Wil je meer weten?

Dit artikel is een beknopte samenvatting van onze uitgebreide **Powerful Pink Insights** over neuromarketing en emotie in events. Nieuwsgierig geworden? Scan dan de QR-code in dit magazine en download het hele document gratis! Laat je inspireren en ontdek hoe je van jouw evenement een onvergetelijke beleving maakt!

Eventbloed stroomt
door mijn aderen

WIEGER JANSSENS:

van glazen spoelen tot events met impact

Sinds 31 maart 2025 maakt Wieger Janssens deel uit van het team van Niquell. Samen met Monique, Myrthe, Celine en Manou werkt hij enthousiast aan talloze projecten. Een hardwerkend en professioneel team met een no-nonsense mentaliteit, dat er niet alleen staat voor de klant maar ook voor elkaar. Vandaag zetten we onze nieuwste collega graag even in de spotlights.

Van horeca naar eventwereld

Wieger's loopbaan begon niet met een strak uitgestippeld plan. "Ik ben ooit de horeca ingerold," vertelt hij met een glimlach. "Gewoon een avondje helpen, dacht ik. Glazen spoelen, een biertje tappen... maar één avond werden er twee, toen drie. Voor ik het wist had ik een contract."

Tussendoor probeerde hij hbo Rechten en later hbo Bedrijfskunde. "Eerlijk? Ik ben niet zo geschikt voor de schoolbanken. Ik leer door te doen." Terwijl de studieboeken dicht bleven, opende zich een andere wereld: die van hospitality en ondernemerschap. Hij werkte zich op tot compagnon in het bedrijf waar hij ooit zijn eerste biertje tapte. In korte tijd openden ze meerdere horecazaken. "Een intensieve maar geweldige periode waarin ik leerde hoe je teams opbouwt, concepten ontwikkelt en hoe belangrijk gastvrijheid is." Toch begon er iets te knagen. "Ik miste de diepgang en de impact. Ik wilde iets doen dat meer bijdraagt, iets waarbij je echt iets voor anderen betekent."

Eventbloed door de aderen

Toen kwam Niquell op zijn pad. Het sollicitatieproces was grondig: er werd zelfs een assessment gedaan. "Dat liet zien dat er eventbloed door mijn aderen stroomde," lacht hij.

"Ik voelde me direct thuis. Intrinsiek leef ik de kernwaarden van Niquell. Dat maakt dat ik hier zo goed pas." En dan is er nog een hardnekkig misverstand dat hij graag uit de weg helpt: "Zeg je dat je eventorganisator bent, denken mensen vaak aan vlaggetjes, een partytent en een koelbox vol drankjes. Maar mijn werk bestaat voor 98% uit voorbereiden, organiseren, plannen, uitvragen en het onderzoeken van trends. Het mooiste (en soms ook de grootste uitdaging) is om opdrachtgevers daarin mee te nemen. Dat ze zien wat ik zie als ik naar hun event kijk."

De kracht van een goed event

Wieger vindt het belangrijk dat klanten beseffen dat een evenement meer is dan een feestje. "Een event kan echt meerdere doelen dienen. Het draagt bij aan interne en externe communicatie, het verbindt en inspireert. Daar zit de kracht van een goed evenementenbureau. De meerwaarde is enorm. "Zijn eerste project bij Niquell,

de opening van het Werklandschap Assen-Zuid (zie het artikel hierover elders in dit magazine, red.), herinnert hij zich nog goed. "De opdrachtgever was kritisch over het nut van een evenementenbureau. Begrijpelijk, maar ik was zó trots dat hij na afloop zei: ik zie het nu helemaal. Yes! dacht ik. Dit is precies waarom we Niquell zijn en goed zijn in wat we doen."

Blik op de toekomst

Wieger kijkt ook vooruit. "AI gaat een steeds grotere rol spelen in ons vak. Laat maar komen! Het gaat ons niet vervangen, alleen maar ondersteunen. De creativiteit en menselijke touch blijven hoe dan ook iets van ons als Niquell-team, dat gaat nooit weg." En zijn eigen toekomst? "Ik zie mezelf hier nog lang rondlopen. Ik wil nog zoveel leren over events. Sterker nog, ik overweeg zelfs om mijn aversie tegen de schoolbanken even opzij te zetten als dat me helpt om nóg beter te worden." En dan met een big smile: "Tja, wie had dat gedacht!"



Monique Huizenga



Myrthe Strijker



Celine Luteijn



Manou Reinholdt

Niquell Hoogeveen
A.G. Bellstraat 53 - Co1
7903 AD Hoogeveen

Niquell Assen
Lauwers 9
9405 BL Assen

T 085 - 004 30 24
info@niquell.nl

JAAR
51
niquell