



# EINDSTATION STANDBOUW?

## Toekomst van een discipline

Deze terechte maar verrassende woorden konden wij noteren in een gesprek met David Sint Nicolaas, creative director van Hesta Exhibitions. Doel van ons gesprek was het maken van een bedrijfspresentatie. Door de casebeschrijving van de Philips presentatie tijdens IFA 2009 wilde onze redacteur inzoomen op het bedrijf achter dit grootse project. Tijdens dit inspirerende gesprek, waarbij ook algemeen directeur Arie Sint Nicolaas is aangeschoven, bleek het goede verhaal echter te zitten in de visie van de mensen bij Hesta Exhibitions.

Natuurlijk is er een heleboel te vertellen over de Hesta organisatie. Tijdens een rondleiding door het grote en goed georganiseerde pand in Apeldoorn is het duidelijk dat logistiek en efficiency hier de boventoon voeren. Systemen zijn goed ontwikkeld en de teams zijn erg goed op elkaar ingespeeld. Na de rondleiding werd

duidelijk dat, ondanks dat de organisatie een goed geoliede machine is, de mensen achter dit bedrijf niet achterover gaan leunen maar actief nadenken en ideeën ontwikkelen voor de lange termijn. De aanhef van dit artikel maakt duidelijk dat men kritisch durft te zijn op het eigen werk en de eigen branche. Goed gefundeerd worden ook argumenten geformuleerd en innovatieve oplossingen gezocht.

*David Sint Nicolaas geeft dit als volgt weer: "Natuurlijk is mijn insteek op het verhaal heftig. Wellicht confronterend. Kan zijn, maar vraag je je wel eens af waar ons vak echt heen gaat? Is er in de toekomst eigenlijk nog wel serieus behoefte aan die individuele, laat staan uniforme standbouw zoals we die nu kennen? Zijn deze afgebakende ruimtes, soms een hok dan weer een eiland, nog wel nodig in een wereld waar nog amper grenzen lijken te bestaan? ➤*

De beurzen moeten vol, de vierkante meters verhuurd! De grote lijnen worden ingegeven door halleneigenaren en/of organisatoren. Het merendeel van de standbouwers blijft ondanks alles traditioneel, terwijl het werkwoord communiceren een enorme vlucht heeft genomen. Zijn we een branche van dinosauriërs, gedoemd om uit te sterven, ingehaald door de realiteit? Blijven we de laatste schakel in het rijtje van strategen, marketeers en conceptdenkers in het communicatievak? We bellen actief en gedwee om achteraan in het rijtje aan te sluiten. We zijn weinig inventief. Niet snel, niet sexy, niet inspirerend en doen de jarenlang opgebouwde praktijkkennis op het gebied van live communicatie hiermee teniet. Zo blijf je bouwer, terwijl je tegelijk ook bedenker kunt zijn.



*Goed, er wordt wel eens gezegd dat mensen kaders nodig hebben om te kunnen functioneren, maar in hoeverre zijn de fysieke kaders van het beursgebouw en stand nog van toepassing op de toekomstige klant, bezoeker en beslisser die is opgevoed met virtuele techniek en een wereldwijd persoonlijk netwerk?*

*Een individu dat gewend is zelf en met zijn of haar groep onderzoek te doen en niet op verkooppraatjes zit te wachten? Die er simpelweg vanuit gaat dat je product goed is en niet unieker dan dat van de concurrent een paar meter verderop? Maar die vooral selecteert op commitment, een gemeenschappelijk doel, een streven, wellicht zelfs een ideaal?*

*Als je je dit alles realiseert verandert het belang van de beursvloer, de rol van de stand en daarmee ook de rol van de standbouwer. De beurs en stand zijn niet langer de uitverkoren plek van contact en handel, laat staan van handelswijze. Daarmee ook niet meer gebonden aan dezelfde drukke, moeilijk bereikbare en bovenal dure locaties in de centra van handelssteden. Waarom je hele handel eens per jaar of twee jaarlijks verslepen naar het beursterrein, terwijl de uitwisseling van behoeften, ideeën en het aandragen van oplossingen overal ontstaan? Het gaat immers om die ontmoeting, die klik en deze kan plaatsvinden in de winkel, op straat, in de kroeg, een hotel, langs de A2. Viral is een toekomst. Beurzen zijn beperkt, communities leven!*

*Communities, zo weten we, kunnen elkaar overal ontmoeten. Vaak via via, op de meest gekke locaties en het begint veelal virtueel. Bij de early adapters zijn er voorbeelden te over die virtueel begonnen en in korte tijd trendsettende bijeenkomsten als gevolg hadden. Met al dit soort gegevens verandert de rol van standbouw en de standbouwer ingrijpend. Deze zal zowel*

*live als virtueel moeten gaan werken, de kennis in huis hebben met betrekking tot de virtuele communicatie en een goede mix kunnen bieden aan zijn klanten, wil hij deze zijn klanten maximaal ondersteunen als partner. De standbouwer van de toekomst bouwt met veel meer technieken dan alleen hout en systeem. Standaard oplossingen zijn in deze tijd van individualisering niet meer aan de orde. Hij bouwt multi-disciplinair, dynamischer, inventiever en intensiever. Want een ding begrijpt een standbouwer wel goed; communiceren en bouwen zijn werkwoorden."*

Een bedrijfspresentatie die uitmondt in een stuk actueel en relevant denken.

Eigenlijk is deze manier van denken al community-denken. De community van de Live Communicatie Branche zit verlegen om meer van deze innovatieve denkers die branchebreed informatie en denkwijzen durven delen. Het feit dat de gelegenheid om het eigen bedrijf 'in the spotlight' te zetten wordt aangegrepen om een discussie op te wekken die zowel branchebreed als met communicatiepartners en klanten gevoerd dient te worden tekent voor deze gedachte. Wellicht is dit dan een eerste viral, in de vorm van 'oude media', die breed gaat rondzingen op de korte termijn. Onze gesprekspartners bij Hesta Exhibitions geven de toekomst vorm. Wie sluit zich aan? ■

