



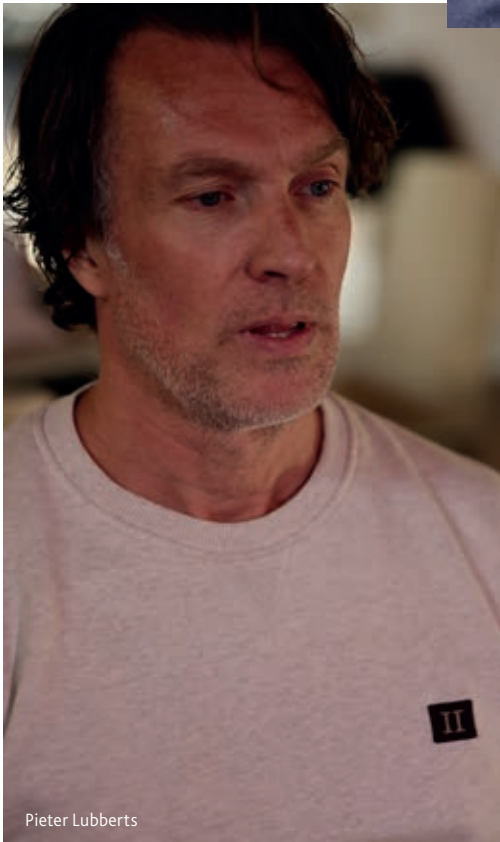
Iko Claassens



Rudy Vorstenbosch



Tammo van Brakel



Pieter Lubberts



Gerrit Kuster



Jan-Maarten Luijnenburg

## TAFELDISCUSSIE TECHNISCH PRODUCENTEN:

# “WERELDWIJD NOG STEEDS HET ALLERBEST”

Voor de evenementenbranche zijn de afgelopen jaren bizar geweest. De (evenementen)wereld lag op zijn gat en hoewel het nu drukker is dan ooit, kampen we wel nog altijd met de naweën. De wereld is veranderd, maar wat hetzelfde bleef is dat Nederland op het gebied van technische productie nog altijd de wereldtop is. Met afstand. Over deze zaken (en veel meer) gingen we in De Mariënhof (Amersfoort) in gesprek met zes gerenommeerde technisch producenten.

Sinds 2005, het jaar waarin we begonnen met AV & Entertainment Magazine, gaan we iedere vijf jaar om de tafel met gerenommeerde technisch producenten. Productionele zwaargewichten die hun sporen in de evenementenbranche ruimschoots verdiend hebben en als geen ander weten wat er speelt binnen hun vakgebied. Iedere vijf jaar weer, tot corona in 2020 ineens roet in het eten gooide. Een week voor we weer om de tafel zouden gaan, bleek de heftigheid van de pandemie en had om de tafel gaan geen zin. Nu draait de branche gelukkig weer volop en was er meer dan voldoende stof om de draad weer op te pakken.

## PRIJSCORRECTIE

Een tafeldiscussie over de evenementenbranche kan uiteraard niet zonder het over die vermaledijde pandemie te hebben. Meteen maar beginnen met de vraag of corona de branche voorgoed veranderd heeft dus. Wordt er op een andere manier gewerkt bijvoorbeeld? Tammo van Brakel (Sightline Productions) merkt op dat, hoe gek het misschien ook klinkt, door corona ook zaken juist ten goede veranderd zijn: “Uiteraard was er veel ellende, maar door die hele pandemie heeft er wel ook een enorme prijscorrectie plaatsgevonden op

## De deelnemers:

- Tammo van Brakel, Sightline Productions
- Rudy Vorstenbosch, Axiom
- Iko Claassens, Dutch7
- Gerrit Kuster, The Production Factory
- Pieter Lubberts, Backbone International
- Jan-Maarten Luijnenburg, Unlimited Productions

salaris in de evenementenbranche. Natuurlijk moet nog blijken of dat langdurig een goed idee is, maar ik denk wel dat het nodig was. Tijdens die periode is wel ingezien dat heel veel van onze collega’s met heel veel minder inspanning met hun kennis en kunde veel meer konden verdienen buiten onze branche. Gelukkig komen veel daarvan er nu wel achter dat dit niet per se leuker is dan de evenementenbranche en zie je mensen wel weer terugkomen.”

## NEE

Pieter Lubberts (Backbone International) is het er mee eens, maar plaatst wel een kanttekening: “De crewprijzen vind ik namelijk echt wel uit de pan gerezen...die zijn ontploft”, zegt hij. “Veel mensen ver-

dienen het ook, maar ik zie ook echt veel mensen die zich niet kunnen meten met diegenen die het verdienen.” Van Brakel beaamt dat: “Er is veel kennis verloren gegaan de afgelopen jaren. Veel mensen gingen weg. Daar zijn wel nieuwe mensen voor terug gekomen, maar die zitten dan natuurlijk nog wel op een ander niveau”, zegt hij. “Maar de grootste verandering in de branche is nog wel dat we tegenwoordig regelmatig het antwoord ‘nee’ te horen krijgen. Dat je een leverancier belt om spullen te bestellen en gewoon open en eerlijk te horen krijgt: ‘nee, dat kunnen we dan niet leveren’. Dat was voor corona echt ondenkbaar. Er was altijd nog wel ergens iemand die het toch kon oppakken en toch kon leveren, maar nu zijn leveranciers ook veel kritischer in wat ze nog wel of niet doen.”

## AFVALLEN

Dat laatste komt mede door het feit dat er zo gigantisch veel georganiseerd is het afgelopen jaar. “En dan kun je zeggen dat dit wel weer zal gaan afnemen, maar als ik kijk naar wat er voor dit jaar allemaal gepland staat, dan is dat nog meer dan vorig jaar”, geeft Pieter Lubberts aan. Iko Claassens (Dutch7) reageert: “Je ziet links en rechts wel dingen afvallen, maar ik >

ben vooral bang dat de kaartverkoop van publieksevenementen enorm gaat achterblijven. Dan krijg je dat nu iedereen al heel vroeg zegt wat ze allemaal moeten hebben aan mensen en spullen, maar dat ze dan over een aantal maanden inzien dat ze moeten gaan afschalen omdat er minder mensen op hun evenement afkomen. Dan krijg je op het laatste moment een overschot aan beschikbare spullen en mensen. Zulke dingen gaan ook wel bepalen hoe de agenda er volgend jaar weer uit gaat zien en dat dingen niet meer doorgaan.”

#### PLAAT VOOR DE KOP

Volgens Pieter Lubberts is van vorig jaar in ieder geval niet heel veel geleerd in de branche: “Ik ben benieuwd wie dan gaat bepalen dat die dingen niet doorgaan. Alles staat gewoon weer op de agenda. Vorig jaar was iedereen bang dat leveranciers op een gegeven moment zouden zeggen dat het niet kon, maar dat viel ook wel mee. Iedereen zette zijn schouders eronder om alles te proberen om de klant te blijven bedienen. Vooraf dacht iedereen dat het aan het eind van het festivalseizoen allemaal niet meer zou lukken, maar iedereen heeft zich drie slagen in de rondte gewerkt. Maar als je dan nu naar de agenda kijkt, dan lijkt het wel of iedereen een enorme plaat voor zijn kop heeft. Dan ben ik benieuwd waar die shake-out uiteindelijk gaat plaatsvinden.” Jan-Maarten Luijnenburg (Unlimited Productions): “In vraag-aanbod uitdagingen van vorig jaar zie je qua leveranciers ook een heel aantal nieuwe toetreders verschijnen, die in het gat zijn gestapt en daarmee weer meer aanbod van materialen creëren. Maar ergens moet wel iets van een correctie gaan komen. De vraag is of dat dan dit jaar al een hele harde correctie is...dat blijft koffiedik kijken.”

#### KEUZES

“Ik had afgelopen jaar al een veel grotere shake-out verwacht”, geeft Tammo van Brakel aan. “Als je kijkt naar het onderzoek van de branchevereniging, dan zie je dat we 1900 festivals hebben gedaan met zijn allen. Met drie maanden minder – de eerste drie maanden van het jaar kun je wel wegstrepen – hebben we meer gedaan dan ooit tevoren. Dat hebben we geflikt door allemaal 160% te geven, maar dat kan niet nog een keer. Als gevolg daarvan ben ik nu al dingen voor halverwege 2024 aan het plannen.” Gerrit Kuster (The Production Factory) verwacht dat de bezoekers, de kaartjeskopers dus, keuzes zullen gaan maken: “Je

kunt je geld maar één keer uitgeven. Er zit een kentering in de economie en de bomen groeien al lang niet meer tot de hemel. Ik sta dan echt met mijn bek vol tanden als ik zie dat Lowlands in no-time is uitverkocht. Maar de theaters blijven bijvoorbeeld nu al achter.”

#### MIDDENSEGMENT

Toch ziet Tammo van Brakel ook een andere kant van dat verhaal: “Veel jonge mensen hebben de keuze gemaakt anders te gaan leven. Die kiezen voor beleving in plaats van bezit. Geen hoge hypotheek, maar liever vrijheid en met vrienden op een festival staan. Ik geloof er dus in dat je echt een goede beleving moet bieden, of dat nou bij een lokaal evenement is of een groot festival. En afgelopen jaar zat dat allemaal vol.” Dat klopt uiteraard, maar had ook een reden, weet Rudy Vorstenbosch (Axiom): “Na de coronajaren waren mensen hier ook gewoon heel erg aan toe.” Jan-Maarten Luijnenburg ziet ook dat het middensegment er een beetje tussenuit lijkt te vallen: “Je hebt de topproducties als Lowlands en andere gevestigde namen en daarnaast zijn er de buurtfeestjes die serieus groot zijn geworden en een sterke lokale aantrekkingskracht hebben. Daartussen zat een segment dat ik steeds minder zie.” Pieter Lubberts geeft aan dat ook de corporate markt nog ontzettend achterblijft. Rudy Vorstenbosch beaamt dat: “Bedrijven en merken zijn voorzichtiger geworden, ook in wat ze willen uitstralen naar de consumenten. Dat zie je echt terug.”

#### PERSONEEL

Een andere verandering van de laatste jaren is de mentaliteit (en mondigheid) van personeel. “Dat maakt zaken soms complexer”, geeft Pieter Lubberts aan. “Kijk, we hebben allemaal hardwerkende en fanatieke mensen, maar veel mensen hebben in coronatijd wel een nieuwe vorm van werken gevonden.” Gerrit Kuster: “Als iemand komt solliciteren, dan begint ‘ie soms gelijk over het feit dat ‘ie maar vier dagen wil werken. Wij zijn begonnen met het afschaffen van de nachtbouw. Nou, daar kreeg ik een commentaar op. Terwijl ik dat deed om mensen ook een klein beetje te beschermen. Maar ook zaken als hotelkamers en crewcatering bijvoorbeeld, overal wordt in gesneden.” En dat terwijl het personeel dus steeds meer eisen heeft, zien de heren. “Er zijn niet veel branches waarin de stagehand zijn eigen ruder heeft inderdaad”, merkt Pieter Lubberts

lachend op. “Toch hebben we al die mensen wel nodig”, beseft Tammo van Brakel. “Op een gegeven moment ga je dan wel meebeleggen. Met dagloon of met voorwaardes bijvoorbeeld, want anders heb je die mensen niet. Want ook dat was wel een dingetje de afgelopen tijd. Spullen huren kon dan nog, maar spullen inclusief mensen was onmogelijk.”

#### CO-CREËREN

Een ontwikkeling die Gerrit Kuster ziet, is dat klanten veel meer op de technisch producenten zijn gaan steunen: “Je moet veel meer aan tafel om allerlei problemen door te spreken. Vroeger deed je puur de technische productie, maar daar is wel een kentering gaande. Er is een breed scala aan activiteiten bij gekomen waarin ze vooral veel advies vragen.” Jan-Maarten Luijnenburg: “Wij werken daarom steeds vaker volledig transparant met de klant, ook als het aankomt op kosten en inkoop. Daarmee creëer je dat je echt samen kunt nadenken over bepaalde keuzes. Dit is wat het ene kost, dit is wat het andere kost...wat voegt het toe aan je beleving en wat kunnen we eventueel als alternatief bieden? Best een leuk spel overigens, want dat betekent dat we echt kunnen co-creëren in plaats van alleen maar uitvoeren.” Rudy Vorstenbosch: “Het versterkt inderdaad de band met de opdrachtgevers, maar om al die fases te doorlopen ben je wel ook veel meer tijd kwijt aan een project. Ook daarom is het zaak om transparant te zijn en te kunnen laten zien wat je allemaal aan het doen bent.”

#### VERDER VOORUIT

“Een verschil tussen dit jaar en vorig jaar is dat je merkt dat leveranciers écht gaan nadenken en ook zij hun planning verder vooruit maken. Ze willen echt zeker weten dat ze op een bepaald moment spullen beschikbaar hebben, eerder zeggen ze geen ‘ja’. Daardoor duurt het ook langer. We moeten allemaal langer op onze offertes wachten”, geeft Rudy Vorstenbosch aan. “Dat is wel anders dan het was. Van de andere kant hebben we van klanten ook heel lang gevraagd of dingen niet verder vooruit konden worden gepland, maar toen kwam het niet.” Volgens Iko Claassens komt het vooral omdat leveranciers geen dingen meer willen aanbieden als ze nog niet zeker weten of ze kunnen leveren: “Eerst weten dat ze zéker mensen en spullen hebben op het gevraagde moment en dán pas een offerte maken.”

**LEVEREN**

Wat de heren vaak merken is dat de jaarlijks terugkerende evenementen, mede dankzij de loyaliteit van de leveranciers, de zaken nog wel geregeld krijgen, maar dat het voor de eenmalige evenementen lastiger is. Gerrit Kuster plaatst daar wel een kanttekening bij: "Ik heb ook gezien dat bedrijven zeiden dat ze niet konden leveren, terwijl ze ergens al jarenlang leverancier waren. Ergens anders konden ze dan een betere prijs krijgen en dus kozen ze daar voor. Wij merkten bij de Uitmarkt dat het moeilijk was. Er was op dat moment geen verreiker meer te krijgen. Ik heb de halve wereld afgebeld om überhaupt wat rollend materiaal te krijgen, het was er gewoon niet." Tammo van Brakel: "Dat komt ook doordat al die partijen door corona hun bestellingen niet geleverd hadden gekregen. Dat verhaal heeft dus meerdere kanten. Normaal krijgen zij hun nieuwe spullen voor het seizoen binnen, nu kwam het daarna."

**GELEERD?**

Logische vraag is of er in de branche genoeg geleerd is na de drukte van afgelo-

pen jaar? "Te weinig", denkt Tammo van Brakel. "Maar veel opdrachtgevers hebben wel kritischer gekeken naar hun eigen kalender. Het is daarbij jammer dat ze niet met elkaar om de tafel hebben gezeten, maar er zijn natuurlijk een paar specifieke weekenden waarin iedereen zijn ding wil organiseren, omdat je anders met vakanties zit bijvoorbeeld. Intern hebben we ook beter gekeken naar het opstapelen van evenementen in weekenden. De spreiding is iets gunstiger, maar bij elkaar opgeteld is er volgens mij nog steeds veel te veel." Iko Claassens: "Wat ik van klanten hoor is ook dat er geen artiesten beschikbaar zijn in de weekenden waarin de leveranciers het rustiger hebben. Dat hangt met elkaar samen." Volgens Jan-Maarten Luijnenburg is het momenteel ook de strijd tussen tegenstrijdige belangen: "Aan de ene kant zit je, doordat budgetten onder druk staan, veel vaker met een klant om de tafel om samen tot een werkbaar scenario te komen. Dat kost tijd en energie. Aan de andere kant moet je ook vroeger je handtekeningen zetten om mensen en materialen te garanderen." Probleem daarbij is volgens Tammo van Brakel bovendien dat je tegenwoordig

ergens wel een optie op kunt nemen, maar dat het dan geen garantie is dat de spullen daadwerkelijk van jou zijn: "Wij maakten het mee met specifieke portocabins die we nodig hadden. De offerte was 31 dagen geldig. De klus was over anderhalve week, dus we dachten het geregeld te hebben. Drie dagen later belden we terug en kregen we als antwoord dat die dingen niet voorradig waren. Dan stond onderaan die offerte blijkbaar dat het 'op basis van beschikbaarheid was'. Dat gebeurde echt heel veel afgelopen seizoen." Pieter Lubberts: "Wij hebben zelfs meegemaakt dat we eerst een aanbetaling moesten doen en daarna zouden ze gaan kijken of het er was. Ongekend."

**OLIFANT**

"De wereld is veranderd", geeft Gerrit Kuster aan. "Maar ik vind het wel erg om te merken dat er ook partijen zijn die er misbruik van maken. Die zeggen 'take it or leave it'. Nou, dan ben ik net een olifant hoor, dat ga ik nooit vergeten." Volgens Pieter Lubberts is het juist dan ook zaak om open naar je klant te communiceren: "Ik heb er veel moeite mee om me in die >





hoek te laten drukken namelijk”, zegt hij. “Dan moet je op een gegeven moment ook zeggen: ‘jammer, maar dan gaan we het niet doen’. Over het algemeen hebben we heel goed in de gaten met wie we op een goed level zitten en welke partijen er aan het ‘cowboyen’ gaan. Dan is dat ook maar een shake-out die er blijkbaar bij hoort, maar wij doen daar dan geen zaken meer mee.”

#### SAMEN

De drukte leverde ook mooie dingen op. “Ik vond het bijvoorbeeld mooi om te merken dat partijen afgelopen jaar héél erg bereid waren elkaar te helpen”, merkt Pieter Lubberts op. “Dat geldt ook voor technische partijen onderling”, vult Jan-Maarten Luijnenburg aan. “Niet op elkaar wachten, maar de andere partij even helpen als je zelf op dat moment niets kunt doen. Je doet het dan echt allemaal samen voor het eindproduct. Iedereen zijn schouders eronder en we regelen het.” Dat samenwerken zat ‘m ook ergens anders in, merkte Tammo van Brakel: “Dan had je bijvoorbeeld vijf verschillende partijen nodig om je audio in te vullen in de beruchte weekenden. Dan had je ergens een FOH-man, kwam van een andere partij een monitorman en moest je de rest nog ergens anders halen. Ook het materiaal kwam dan van vijf of zes verschillende partijen om de lijst goed te krijgen. Maar het lukte wel en de mensen werkten ook gewoon samen.”

#### OPLEIDINGSNIVEAU

Opleidingen dan. Een heikel punt in de branche, want over het niveau van (veel van) de bestaande opleidingen bestaat bij veel mensen onvrede. Iko Claassens wijst op een nieuw initiatief van ervaren event-producent Ferdinand Boonekamp, die bezig is de Event Management Academy op poten te zetten: “Ferdinand is in coronatijd betrokken geraakt bij de opleidingen op het ROC en daar kwam hij erachter dat het niveau om te janken is. Dit moet een particuliere opleiding gaan worden die veel beter aansluit op wat wij doen en waar wij met elkaar ook input aan moeten kunnen leveren. Echt een praktijkopleiding waar uiteindelijk goede mensen vandaan komen. Het enige probleem is uiteraard het geld. Wie gaat het opstarten van de opleiding betalen? Wie gaat betalen voor de opleiding zelf? Lastige vraagstukken, maar als we met zijn allen het niveau willen op-

krikken, dan moeten we daar toch iets mee gaan doen. Zouden we met de branche niet eens moeten praten om zo die funding bij elkaar te krijgen bijvoorbeeld?” Jan-Maarten Luijnenburg: “Waar wij met ons team mee worstelen is hoe we jong talent kunnen borgen in de organisatie om ze klaar te stomen voor een rol als producent. De projecten die wij draaien, daar heb je eigenlijk jaren ervaring voor nodig. Dan kun je iemand niet even inpassen. Daar zoeken we een vorm en traject voor, maar dat is wel moeilijk. Ook door de andere mentaliteit die je nu veel ziet bij jonge mensen. Die willen niet meer onderaan beginnen met het plaatsenvan hekken, terwijl je juist daar van leert wat wel en niet werkt in de praktijk.”

#### DOCENTEN

Tammo van Brakel is al lang bij verschillende opleidingen betrokken. “Groot probleem zijn de docenten”, geeft hij aan. “Het zit niet zozeer bij de leerlingen en hun wilskracht, maar goede docenten zijn ook de goede mensen uit de markt. En dus moeten die goede mensen les gaan geven. Wij hier aan tafel bijvoorbeeld. Nu zie je docenten die in de branche eigenlijk niet meer zo heel goed zijn.” Pieter Lubberts: “Eigenlijk maakt het me niet eens zoveel uit welke opleiding iemand gedaan heeft. Er zijn nu ook twee initiatieven, in samenwerking met de overheid, waar wordt gekeken hoe een soort trechter gecreëerd kan worden waar we mensen kunnen werven en waar uiteindelijk goede nieuwe krachten uit kunnen komen. Maar dan moeten wij die mensen wel aan de hand meenemen, anders gaat het niet. Het lukt namelijk niet door ze met een paar docenten in een hok te zetten, zoals nu vaak gebeurt.” Iko Claassens: “De nieuwe opleiding wil het ook echt in samenwerking met de partijen in de branche gaan doen. Ik denk dat het goed is als we met elkaar zorgen dat een goede opleiding van de grond kan komen. Daar pluk je uiteindelijk ook allemaal de vruchten van.”

#### DUURZAAMHEID

Een ander hot item in de branche (en daarbuiten) is duurzaamheid. In hoeverre speelt dat een rol in de manier waarop de technisch producenten werken? “Duurzaamheid is als thema wel flink door blijven lopen”, geeft Rudy Vorstenbosch aan. “Met name op het gebied van stroom en

dergelijke zet je daar wel op in. Het gaat niet altijd, maar het zet echt wel door. Decor is daarbij ook een ding waar serieus naar gekeken wordt.” Volgens Tammo van Brakel zou er wel meer mee gedaan kunnen worden: “Er wordt veel over gesproken en het wordt met name ook veel verkocht, maar in de praktijk zie daar soms weinig van terug.” Iko Claassens: “Ik zie wel dat we heel veel projecten hebben waarbij decors uiteindelijk worden opgeslagen en niet meer zomaar worden weggegooid.” Tammo van Brakel: “Dat gebeurt al wel langer. Grote festivals en tv-programma’s slaan hun decors al langer op. Dat is niet nieuw en is volgens mij vooral verstandig investeren.”

#### ONDUIDELIJKHEID

Volgens Van Brakel is regelgeving nodig om uiteindelijk ook de opdrachtgevers erin mee te krijgen: “Want ook al zijn het grote banken en staat allemaal mooi in hun ambities en doelstellingen hoe groen en duurzaam ze wel niet zijn, als we dan aan hen presenteren wat we op dat gebied kunnen doen en dat het dan wel een stuk duurder wordt, dan valt de keuze toch op het goedkopere alternatief.” Ook is er nog veel onduidelijkheid, geeft Jan-Maarten Luijnenburg aan: “Dat zagen we bijvoorbeeld bij een project in de binnenstad. Daar werd gezegd dat ze alleen elektrisch transport in de binnenstad wilden. Buiten de stad kwam dan een overslagplaats en met kleiner elektrisch transport moest het richting het stadscentrum. Toen we de rekensom maakten en lieten zien dat het dan een stuk meer zou kosten, toen bleek dat iets minder duurzaam toch ook wel goed was.”

#### FOOTPRINT

Pieter Lubberts: “De wensen bij de overheden sluiten niet helemaal aan bij wat er in de markt al mogelijk is tegen acceptabele kosten. Maar het is natuurlijk wel goed dat de doelstellingen er zijn.” Iko Claassens is het daar mee eens: “Wij zijn zelf ook bezig er proactief in te zijn en wachten daarbij juist niet op eventuele regelgeving vanuit de overheid. Ook omdat ik zie dat met name de jonge garde van het personeel het gewoon echt belangrijk vindt.” Tammo van Brakel: “In principe is wat wij allemaal doen niet echt duurzaam, al is het bijvoorbeeld alleen maar omdat zoveel mensen naar onze evenementen reizen. ➤

# LOOKING FOR CREW?

## Onze crew staat voor je klaar!

Op zoek naar gespecialiseerd medewerkers voor je event? Wij verzorgen crew voor diverse werkzaamheden waarbij kwaliteit, service en veiligheid centraal staan.

Door onze jarenlange ervaring binnen de evenementenbranche weten wij als geen ander hoe je de juiste personen op de juiste plek inzet. Onze medewerkers worden met zorg geselecteerd op basis van kwaliteiten en ervaring. Je kunt bij ons terecht voor:

- Eventsupport
- Stagehands
- Evenement medewerkers
- Standbouwers
- Systeembouwers
- Decoratiemedewerkers
- Riggers
- Podiumbouwers
- Magazijnmedewerkers
- Siteworks
- AV technicus
- Decor bouwers
- Tentenbouw
- Electra medewerkers

**En nog veel meer**

Wij zijn ontzettend trots op onze eerdere samenwerkingen met onder ander:



**Samen maken we jouw event tot een succes!**



Hoofdstraat 64D  
5171DE Kaatsheuvel

T: 0416 - 532 159  
E: info@flexstage.nl

[WWW.FLEXSTAGE.NL](http://WWW.FLEXSTAGE.NL)



Dan is het goed daar met zijn allen over na te denken. Als je echt groen wil worden, dan moet je met je klanten aan tafel om te zien hoe we de bezoekers groener naar het evenement kunnen laten reizen. Dat is namelijk echt onze grootste footprint."

#### ONDERDEEL VAN HET LEVEN

"In coronatijd is men niet echt uitgeblonden in het gebruiken van de tijd om na te denken over de lange termijn", aldus Pieter Lubberts. "Voor corona was het te druk, toen was het overleven en toen corona voorbij was hadden we het wéér te druk. Veel bedrijven hebben er de capaciteit ook niet voor." Volgens Iko Claassens is het ook zaak breder te kijken dan naar de evenementen alleen: "Het begint al bij je eigen pand namelijk. Het is niet alleen die dieselmotor vervangen voor iets anders." Tammo van Brakel is het daar mee eens: "Als je met zijn allen een dag vegetarisch eet, dan doet dat een stuk meer dan wanneer je het energiepark aanpast. Dat hele energieplan is nog geen tien procent van je productie, terwijl transport voor zestig procent van je uitstoot zorgt." Juist dat zou meer uitgedragen moeten worden, reageert

Claassens: "De speerpunten liggen altijd voornamelijk op afvalbeheer en dieselvebruik, maar je kunt misschien beter twintig kleine dingetjes doen die je makkelijk voor elkaar krijgt en die samen ook verandering brengen. Een paar watertappunten in plaats van plastic flesjes gebruiken bijvoorbeeld." Pieter Lubberts: "We moeten het vooral ook niet zien als een noodzakelijk kwaad. Het moet een onderdeel van het leven zijn."

#### NEDERLAND

Een laatste vraag tot slot: tijdens de laatste tafeldiscussie waren alle gasten het eens over het feit dat Nederland wereldwijd voorop loopt als het aankomt op de (technische) productie van evenementen. Is dat 'na corona' nog steeds zo? "Volgens mij zijn we nog steeds de allerbeste van de hele wereld", reageert Pieter Lubberts stellig. De rest knikt instemmend. Tammo van Brakel: "En we kunnen gerust stellen dat het gat met de rest niet klein is. Wij hebben de afgelopen jaren ook vrij veel in het buitenland gedaan en dan is het echt bijzonder om te zien hoe het daar gaat." "Het gat wordt zelfs alleen maar groter", heeft ook

Rudy Vorstenbosch gemerkt. Pieter Lubberts: "Als je ziet hoe we met een relatief kleine club 2022 door zijn gekomen, dat was in het buitenland echt nooit gelukt." Dat heeft overigens ook andere redenen, geeft Tammo van Brakel aan: "Dan heb ik het over kosten. Als jij in Amerika een klus moet doen, dan kost die klus drie keer zoveel als hier in Nederland. Door allerlei Union-regels, maar ook omdat de mensen een heel andere drive hebben en minder productief zijn. Hier zijn we dan misschien een stelletje gekke noorderlingen bij elkaar. In ons kleine landje wordt zó veel georganiseerd dat we ook ontzettend veel ervaring hebben met zijn allen. Dat zie je nergens anders. Zelfs als je naar Las Vegas gaat, dan is het niveau van de productietechniek die je daar ziet echt een heel stuk lager. Wat hier normaal is, moeten ze daar nog uitvinden." Jan-Maarten Luijnenburg: "Bij iedere echt grote productie wereldwijd zijn Nederlanders betrokken, ook daar zie je het al aan. Dat betekent niet dat we altijd de leiding in handen hebben, maar we zijn er wel altijd bij." <