

Amsterdam

RAI

in 2007

De Expofoyer

Vurig gewenst!

Beleving en entertainment

op beurzen

RAI Live!

een internationale primeur

Intertraffic nu ook in **China!**

INSPIRING
PEOPLE

AMSTERDAM RAI

Wij regelen het

voor exposanten en leveranciers

RAI Exhibitor Services

badges • parkeerkaarten • stroom • uniforme standbouw •
etagebouw • ophangdraden • contactdozen • water • spots •
brochurerekken • lampen • vloerbedekking • WIFI •
internetaansluiting • ISDN • laptops • printers • plasmaschermen •
dvd-spelers • tv-aansluiting • tv-monitor • kabel aansluiting •
mobiel pinapparaat • faxaansluiting • telefoonaansluiting •
projectieschermen • gsm-telefoons • bloemen • broodjes •
koelkast • keukenunit • vaatwasser • bars • barkrukken •
stoelen • tafels • banken • dranken • biertap • glazen • servies •
bestek • borrelgarnituur • koffiegarnituur • dag en nacht
standbewaking • hostesses • verkoopdemonstratrices •
promotiepakketten • vertalers • schoonmaak • verzekeringen •
promotiefilms • beursfilms • afvalcontainers • afvalverwerking •
vergunningen • simkaarten • modellen • lorryparking •
scanapparaat • volledig verzorgde cateringpartijen • vergader-,
congres- of feestzalen • et cetera •

INSPIRING
PEOPLE


AMSTERDAM RAI

Amsterdam en RAI

een prachtige combinatie

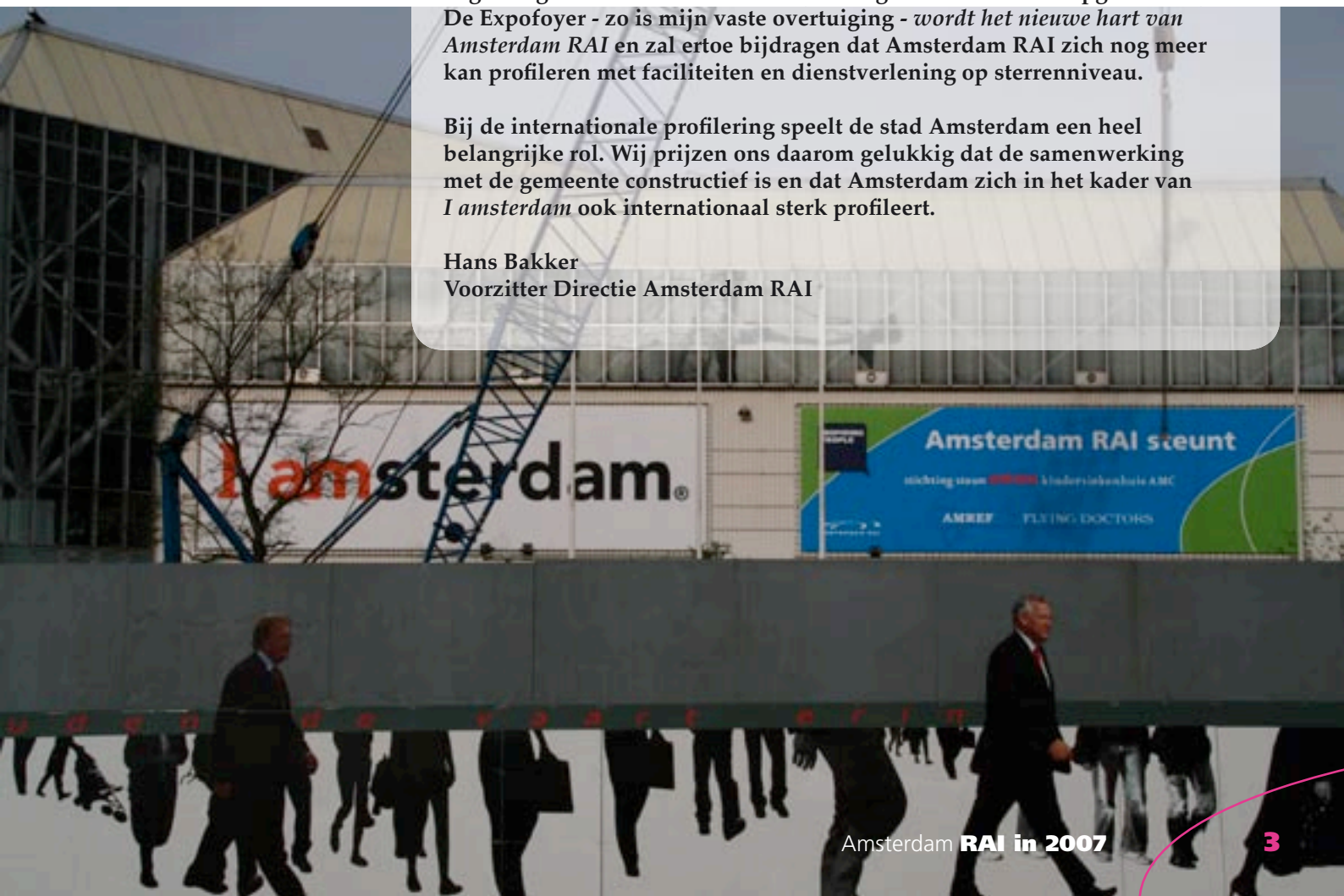
Vier jaar geleden heeft Amsterdam RAI ervoor gekozen zich in alle activiteiten en investeringen te concentreren op het Tentoonstellings- en Congrescentrum in Amsterdam. Dit heeft geleid tot een strategisch plan om Amsterdam RAI in de periode 2003 - 2008 te ontwikkelen tot 'de leukste, innovatieve, internationale compact venue met eersteklas evenementen van Europa'.

Het plan omvat investeringen in organisatie en mensen, in beurzen en beursconcepten en - voor een totaalbedrag van € 105 miljoen - in gebouwen en inrichting.

Een belangrijke doelstelling van het meerjarig plan is de upgradering van het RAI Congrescentrum tot een mondiaal toonaangevende locatie. Na de renovatie van alle zalen, foyers en gangen, én het aanbrengen van nieuwe technische faciliteiten, zijn we daarmee een heel eind gevorderd. De slagroom op deze taart wordt de nieuwe Expofoyer waarvan de bouw deze dagen is gestart en die in eerste fase in augustus 2008 wordt opgeleverd. De Expofoyer - zo is mijn vaste overtuiging - wordt het nieuwe hart van Amsterdam RAI en zal ertoe bijdragen dat Amsterdam RAI zich nog meer kan profileren met faciliteiten en dienstverlening op sterrenniveau.

Bij de internationale profilering speelt de stad Amsterdam een heel belangrijke rol. Wij prijzen ons daarom gelukkig dat de samenwerking met de gemeente constructief is en dat Amsterdam zich in het kader van *I amsterdam* ook internationaal sterk profileert.

Hans Bakker
Voorzitter Directie Amsterdam RAI



Amsterdam

RAI in 2007



Inhoud

06 RAI Live! een internationale primeur

Amsterdam RAI introduceert met RAI Live! een nieuwe en innovatieve manier van communiceren. Met het communicatiemiddel RAI Live! voegt Amsterdam RAI een nieuwe dimensie toe aan de internationale wereld van beurzen & tentoonstellingen. Door middel van 700 breedbeeld TV-schermen in het hele beurs- en congresgebouw kunnen op maat gemaakte boodschappen op elk gewenst moment en op elk willekeurig scherm worden uitgezonden. Zowel bezoekers als exposanten worden zo live geïnformeerd over relevante zaken in de RAI. Daarmee heeft Amsterdam RAI een internationale primeur die past bij een innovatieve marktleider.

08 Vurig gewenst

De Expofoyer is de vurig gewenste uitbreiding van het RAI-complex met een zeer representatieve en multifunctionele ruimte die geschikt is voor congressen, kleinere beurzen, registratieactiviteiten, banqueting- en galabijeenkomsten. De bouw is begonnen.

12 Inspiration in The Big Apple

Innovatie in de cateringconcepten van Amsterdam RAI Catering. Martin van Nierop liet zich inspireren in New York.



14 Intertraffic nu ook in China

De introductie van Intertraffic in maart 2007 in Beijing was succesvol. Een beeldverslag.

19 Interview: Klant, daag ons maar uit!

“Amsterdam RAI heeft veel meer te bieden dan alleen een gebouw. Ik zou daarom tegen onze klanten willen zeggen, daag ons maar uit! We zijn super flexibel, alles kan bij ons.” Dat zegt Hester Baljet, bij RAI Venue verantwoordelijk voor marketing en business development.

20 Revitalisering beurzen werpt vruchten af

De laatste jaren hebben de eigen beurzen van Amsterdam RAI uitstekend gepresteerd. Dat is in belangrijke mate te danken aan de inspanningen die zijn verricht om de publieksbeurzen en de nationale vakbeurzen te revitaliseren.



- 03 Column: **Amsterdam en RAI een prachtige combinatie**
- 06 **RAI Live! een internationale primeur**
- 08 **Expofoyer**
- 12 **New York, New York**
- 14 Reportage: **Intertraffic in China**
- 16 **Metronieuws**
- 17 **RAI Kort**
- 18 **RAI theater**
- 19 Interview: **Klant, daag ons maar uit!**
- 20 **Revitalisering beurzen werpt vruchten af**
- 21 Column: **Online marketing = anders communiceren**
- 22 **RAI Kort**
- 23 **RAI Kort**
- 25 **Terugblik 2006**
- 26 **Overzicht**
- 27 **Kerngegevens**



Internationale primeur met

RAI Live!

Amsterdam RAI introduceert met RAI Live! een nieuwe en innovatieve manier van communiceren. Met het communicatie-middel RAI Live! voegt Amsterdam RAI een nieuwe dimensie toe aan de internationale wereld van beurzen & tentoonstellingen. Door middel van 700 breedbeeld TV-schermen in het hele beurs- en congresgebouw kunnen op maat gemaakte boodschappen op elk gewenst moment en op elk willekeurig scherm worden uitgezonden. Zowel bezoekers als exposanten worden zo live geïnformeerd over relevante zaken in de RAI. Daarmee heeft Amsterdam RAI een internationale primeur die past bij een innovatieve marktleider.



De combinatie van bewegwijzering, informatie en commercie maakt RAI Live! uniek.

Narrowcasting is nieuw. Overal in de wereld verschijnen op publieke locaties beeldschermen met specifieke, voornamelijk commerciële uitingen voor specifieke doelgroepen. Amsterdam RAI gaat verder. Vanuit de basale behoefte om de bewegwijzering te upgraden is samen met de innovatiepartners KPN Narrowcasting, Philips en Boer & Croon in twee jaar tijd een uniek communicatiemiddel ontwikkeld. RAI Live! is wereldwijd het eerste voorbeeld waarbij op de lcd-schermen bewegwijzering, inhoudelijke boodschappen en commerciële content worden gecombineerd.

Unieke combinatie

Door gebruik te maken van 700 lcd-schermen in het hele RAI-complex is het mogelijk om iedereen te bereiken met een boodschap die afgestemd is op de plek waar iemand zich bevindt, de behoefte die hij daarbij heeft en op het tijdstip dat het relevant is. Zo vertelt RAI Live! niet alleen wanneer de opening van een evenement is, maar ook door wie dat evenement is gesponsord en hoe je moet lopen om er te komen. Die interactiviteit met de combinatie van informatie is uniek in de wereld. Bovendien is al deze informatie in een oogopslag te zien door de schermen op slimme plekken en met een drietal schermen naast elkaar op te hangen.

Live aansturing

RAI Live! wordt volgens een afgewogen redactiefomule vanuit een centrale regiekamer aangestuurd. De techniek achter RAI Live! maakt het mogelijk dat alle schermen individueel kunnen worden aangestuurd.

Daardoor kan tijdens beurzen en evenementen in elke situatie direct gecommuniceerd worden met bezoekers. Zo is het mogelijk om bezoekers bij grote drukte in bepaalde delen van het RAI-complex om te leiden, zodat een betere spreiding van bezoekers over het evenement wordt bewerkstelligd.

Nieuwe dimensie

RAI Live! betekent zowel voor bezoekers, exposanten als organisatoren een nieuwe dimensie in beursbeleving. RAI Live! zorgt voor de juiste content, voor de juiste doelgroep, op het juiste moment en op de juiste plaats. Bezoekers voelen zich beter thuis op een evenement, want ze weten waar ze zijn (en waar ze heen willen). Exposanten vergroten hun actieradius op een beurs. Ook buiten hun stand kunnen ze hun (commerciële) boodschap op interactieve wijze overbrengen aan de bezoeker. En organisatoren kunnen hun evenement nadrukkelijk kwalitatief verbeteren. Door de beursprogrammering te communiceren, maar ook door de schermen in de eigen huisstijl van het evenement uit te voeren.

Klaar voor de toekomst

Duidelijke bewegwijzering, betere informatievoorziening, mooiere uitstraling en innovatieve, commerciële communicatiemogelijkheden; dat is RAI Live! Met het RAI Live!-concept investeert Amsterdam RAI nadrukkelijk in het verrijken en vernieuwen van het marketingconcept Beurzen & Evenementen. Bovendien laat het zien dat Amsterdam RAI haar missie om de 'leukste, innovatieve, internationale compact venue van Europa' te worden, serieus neemt. ■

"EXPOFOYER

maakt RAI mooier en completer

De Expofoyer is de vurig gewenste uitbreiding van het RAI-complex met een zeer representatieve en multifunctionele ruimte die geschikt is voor congressen, kleinere beurzen, registratieactiviteiten, banqueting- en galabijeenkomsten. De bouw is inmiddels begonnen. De eerste bouwfase zal zijn afgerond in augustus 2008.

Een state-of-the-art congrescentrum

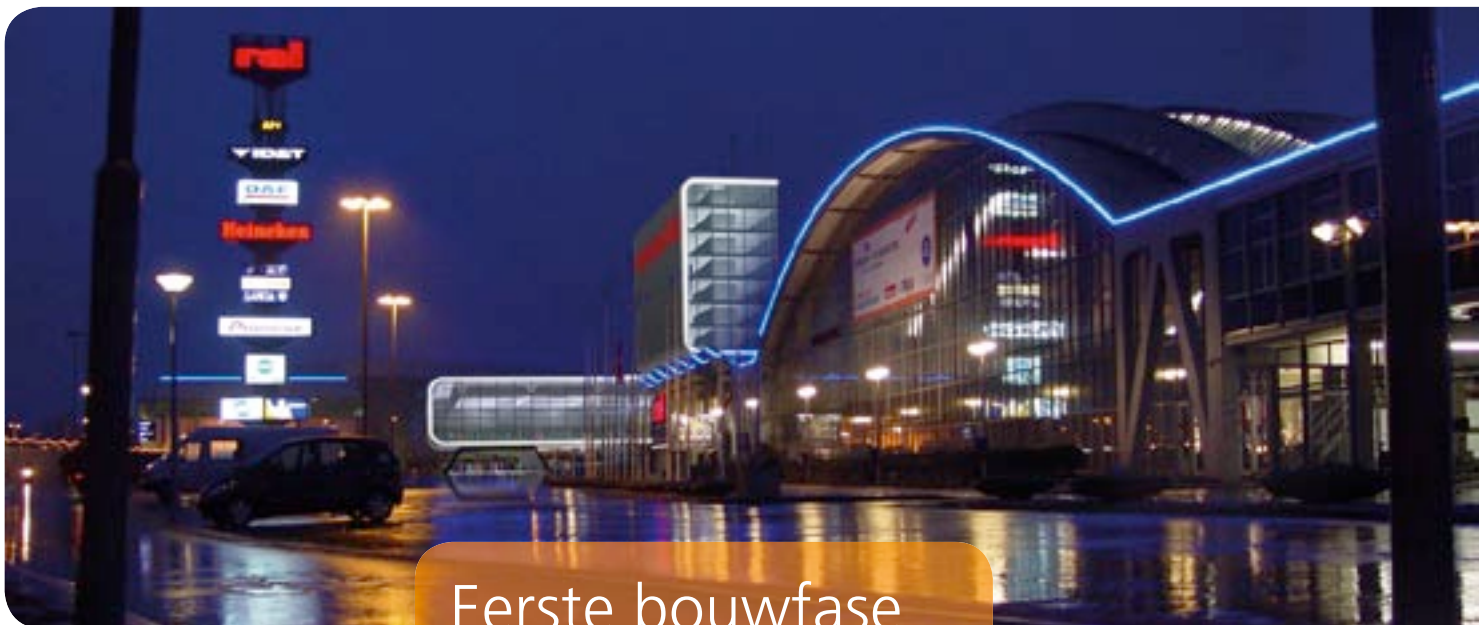
In het afgelopen jaar zijn - naast een groot aantal 'onzichtbare' infrastructurele verbeteringen aan de gebouwen - opnieuw verschillende investeringen gedaan die de beleving van het complex door bezoekers ten goede komen. Om eenheid te creëren in het congrescentrum hebben de gangen en de zalen qua inrichting (wanden, vloerbedekking, plafonds, verlichting) een eigentijdse en uniforme uitstraling gekregen. Als voorbereiding op RAI Live! zijn bij de zalen nieuwe flatscreens geïnstalleerd, zijn de wanden voorzien van nieuwe schermen en voor een betere beveiliging is een nieuw camerasysteem aangebracht. De zalen zelf zijn voorzien van beamers en audioapparatuur waarmee de gebruikers zonder tussenkomst van derden presentaties kunnen geven. Met deze renovatie heeft Amsterdam RAI binnen het totale beurscomplex aantrekkelijke en overzichtelijke state-of-the-art congres- en vergaderfaciliteiten gekregen die voldoen aan internationale maatstaven. Dit alles zal een bekroning krijgen met de realisatie van de Expofoyer.

Interview met
architect
Mels Crowwel
op pagina 11 >

Het is voor het eerst sinds 1992, toen de Parkhal werd gebouwd, dat Amsterdam RAI weer investeert in nieuwbouw. De nieuwe foyer wordt gebouwd aan de voorzijde van het complex en zal vanaf het Europaplein in hoge mate gezichtsbepalend zijn. De realisatie ervan zal ertoe leiden dat congresbezoekers rond het binnenplein een volledige rondloop kunnen maken binnen de congresfaciliteiten. De Expofoyer krijgt een zaaloppervlakte van circa 2.000 m², die goed opsplitsbaar is in twee zalen.

Bouw afstemmen op evenementen

De positieve ervaringen die Amsterdam RAI heeft opgedaan bij de werkzaamheden aan de Noord/Zuidlijn stellen de RAI in staat ook bij de bouw van de Expofoyer de mogelijke overlast tot een minimum te beperken. Amsterdam RAI heeft ook voor dit project een fulltime coördinator aangesteld die de contacten onderhoudt met de bij de bouw betrokken partijen. Het bouwgebied zal op een aantrekkelijke manier visueel worden afgeschermd. De werkzaamheden zelf zullen zoveel mogelijk plaatsvinden in perioden waarin er geen evenement wordt gehouden. Voor de bereikbaarheid van het RAI-complex zal de bouw geen gevolgen hebben. >



Eerste bouwphase
zal zijn afgerond
in augustus 2008

**Hoogbouw nog in vergunningfase*



Amsterdam RAI steunt Emma Kinderziekenhuis AMC



www.steunemma.nl | giro 2388 amsterdam
stichting steun **emma** kinderziekenhuis AMC

Verantwoordelijk voor het ontwerp van de nieuwe Expofoyer is Mels Crouwel, de vaste architect van Amsterdam RAI. Crouwel is directeur van architectenbureau Benthem Crouwel en tevens (tot 2008) parttime Rijksbouwmeester van Nederland. Het bureau, met 65 mensen en vestigingen in Amsterdam en Aken, bestaat sinds 1979 en werkt ook aan de Amsterdamse metrostations, Schiphol en de HSL stations van Utrecht, Den Haag en Rotterdam. Ook het ontwerp van het nieuwe entreegebouw van het Stedelijk Museum in Amsterdam is van zijn hand.



Crouwel: "Als architect denk ik mee vanuit de bedrijfsvoering van de RAI, in het primaire proces. Wij hebben grote ervaring in het oplossen van logistieke problemen, gericht op grote groepen mensen die binnenkomen, verblijven en weer weggaan. Ik heb voor de RAI vooral gewerkt aan aanpassingen van het bestaande dat ontworpen is door mijn voorganger Alexander Bodon. De RAI wordt immers constant vernieuwd als het gaat om inrichting, entrees en dergelijke."

Hoogwaardige architectuur

De architectuur van de RAI is volgens Crouwel ondanks de leeftijd nog steeds hoogwaardig. "Dit in tegenstelling tot veel andere complexen! De gebouwen hebben destijds ook allemaal architectuurprijzen gewonnen. Vooral de Europahal, het eerste RAI-gebouw, heeft nog steeds een zekere grandeur. Zeker van de zijkant. Het leuke van de RAI vind ik zelf dat het een daglichttentoonstellingsruimte is, de RAI is daarmee erg karakteristiek."

Toekomstgerichte uitstraling

De RAI kenmerkt zich door een functionalistische architectuur uit de moderne tijd. "De RAI is niet een complex dat op het verleden is gericht, zoals bijvoorbeeld sommige hotels die een nostalgische sfeer willen uitstralen. Een beurs is juist vooruitstrevend en innovatief. De gebouwen illustreren dan ook dat positieve, moderne gevoel. Met het ontwerp van de Expofoyer geven we daarom de RAI weer een nieuwe, toekomstgerichte uitstraling mee."

Onmiskenaar de voorkant

Vroeger was het centrale punt van de RAI de Europahal of het congrescentrum. Toen later het Hollandcomplex en de Parkhal erbij kwamen ontstond er eigenlijk een soort tweedeling in de RAI. Ter verbinding zijn allerlei bruggen en onderdoorgangen aangelegd. De Expofoyer wordt het nieuwe verbindingsstuk van de twee delen, het krijgt de functie om het circuit (rondloop) te vervolmaken. Zijn centrale, naar voren geschoven positie in het RAI-complex maakt dat de RAI meer eenheid krijgt, met één centraal punt. Crouwel hierover: "Dit gebouw wordt onmiskenaar de voorkant van de RAI. Daar komt bij dat het gebouw 'op poten' is gezet zodat je eronderdoor kunt kijken en er een transparant geheel ontstaat (en geen gesloten façade). Aan de achterkant loop je van de grote trappen het centrale plein op. De RAI wordt een beetje groter, maar vooral mooier. Een 'mooie voordeur' geeft immers een heel ander beeld. En de RAI wordt door deze foyer weer één complex." ■

New York, **New York!!**

Amsterdam RAI Catering innoveert

Het gaat goed met Amsterdam RAI Catering. In omzet en waardering van de gasten haalde RAI Catering in 2006 het beste resultaat ooit. Volgens directeur Martin van Nierop is dat te danken aan drie factoren: gastheerschap, een passend productaanbod en flexibiliteit. Deze combinatie zorgt voor dienstverlening op sterreniveau waarbij Amsterdam RAI Catering optreedt als regisseur van de belevenissen. Om ideeën op te doen voor nieuwe cateringconcepten was hij recent in New York.



Het succes van Amsterdam RAI Catering is volgens Martin van Nierop onder meer te danken aan het invoeren van 'denken in concepten'. "We werken afwisselend met tien tot twaalf verschillende eet- en drinkformules of de gasten kunnen kiezen voor individueel maatwerk. Wij denken graag mee met de opdrachtgevers en verplaatsen ons in de doelgroep van een evenement. Met die informatie gaan we aan de slag en bouwen creatieve concepten waarin kwaliteit, verrassing en beleving een belangrijke rol spelen. Vervolgens bepalen we of we dit zelf gaan doen of wie dat, onder onze regie, het beste kan uitvoeren. In deze aanpak schuilt onze kracht."

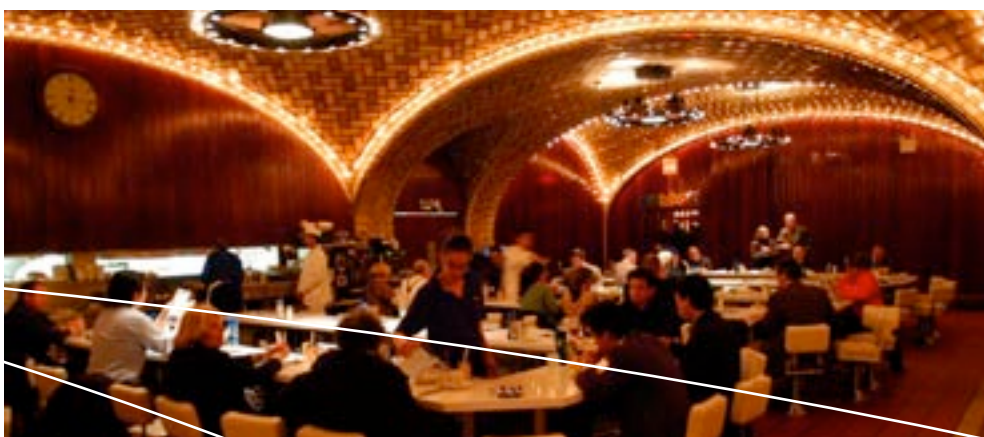
Innovatie als missie

Martin van Nierop vindt innovatie, een van de pijlers in de missie van Amsterdam RAI, een belangrijk aandachtspunt. Dat komt onder meer tot uiting in de drive tot voortdurende kwaliteitsverbetering in het

totale productaanbod. Na een inspirerend werkbezoek aan New York zijn een aantal concepten in gang gezet. Zo voert RAI Catering de regie over speciale concepten als Food Lab, de innovatieve broodformule Pied à Pain en Sushi Time. Aardig detail: tijdens de Huishoudbeurs werd op deze lopende bandformule geen sushi maar gebak gepresenteerd.

In de innovatie speelt ook de aanpassing van de faciliteiten een rol. "Na restyling van ons à la Carte Restaurant First Floor, wordt in 2007 het Holland-restaurant met saladbar, front cooking en nieuwe uitstraling omgebouwd tot een trendy restaurant. Met Heineken Brouwerijen ontwikkelen we samen een concept voor een mobiel beurscafé, een eigentijds ontmoetingspunt. Zo is Amsterdam RAI Catering goed op weg om in 2009 uitgeroepen te worden tot beste congres- en beurscateraar van Europa", aldus Van Nierop. ■

INSPIRING
PEOPLE





Nieuw: Intertraffic in





In vier sectoren is Amsterdam RAI wereldmarktleider met internationale beurstitels:

- **Aquatech** (watertechnologie)
- **ISSA/Interclean** (professioneel schoonmaakonderhoud)
- **Intertraffic** (verkeerstechnologie)
- **METS** (maritieme sector)

Daarnaast heeft Amsterdam RAI een vooraanstaande positie in de sector automotive met internationale beurzen als TERTS (The European Road Transport Show) en ReMaTec.

Met de beurzen Aquatech, ISSA/Interclean en Intertraffic heeft Amsterdam RAI ook in andere werelddelen succes. Zo beleefde Intertraffic in maart 2007 haar succesvolle eerste editie in Beijing, China. ■

China!



Metronieuws



Het station Europaplein/RAI komt op een diepte van acht meter direct voor Amsterdam RAI te liggen. Er komen twee toegangen. De noordelijke entree ter hoogte van de Europahal en de zuidelijke bij het grote kruispunt.

De nieuwe Noord/Zuidlijn begint bovengronds in Amsterdam Noord. De lijn loopt onder het IJ en het Centraal Station Amsterdam en blijft ondergronds door de stad lopen tot station Europaplein/RAI. Bij de Ringweg A10 komt de nieuwe lijn bovengronds om bij het treinstation Zuid/WTC aan te sluiten op het bestaande netwerk van metro's en treinen. Schiphol Airport is van daaruit nog maar enkele treinminuten reizen. In 2013 moeten de werkzaamheden zijn afgerond.

Dankzij de inspanningen van Amsterdam RAI en de goede samenwerking met alle partijen die bij de bouw zijn betrokken, blijft de overlast voor bezoekers en klanten van Amsterdam RAI tot een minimum beperkt. Meer informatie, plus de planning database tot 2011 op www.rai.nl (Over RAI/ de Organisatie/ RAI en Noord/Zuidlijn). ■

Gewaarmerkte beurscijfers

Amsterdam RAI is voorstander van een branchebrede invoering van gewaarmerkte beurscijfers. Vooruitlopend hierop is in het afgelopen jaar besloten deze zelf al te publiceren en is aan Ernst & Young de opdracht verstrekt om vanaf januari 2007 voor alle eigen titels beursaudits uit te voeren.



Prijswinnend concept MIX & WIN

In 2006 won Amsterdam RAI met het Mix en Win-concept de 'Art of the Show Award' van de Amerikaanse International Association for Exhibition Management (IAEM). Met MIX & WIN heeft Amsterdam RAI de verschillende manieren van samenwerking met organisatoren van evenementen gestructureerd in beeld gebracht. Deze samenwerking kan variëren van het aanbieden van uitsluitend de accommodatie tot de gezamenlijke ontwikkeling van een evenement en alle mogelijke andere formules die daar tussenin zitten. MIX & WIN is een marketing tool die, met behulp van een minibrochure en een spel kaarten, in één oogopslag een volledig overzicht geeft van alle mogelijkheden. Met de juiste mix van ingrediënten maakt Amsterdam RAI het juiste winnende recept voor de organisator en zijn klanten. En dat vond de jury ook.

Gratis SRM-cursus en RAI RendementMeter

Amsterdam RAI heeft ervoor gekozen op een meer gestructureerde manier de exposanten te ondersteunen om de deelname aan een (vak)beurs - en daarmee ook de beurs zelf - tot een succes te maken. Het stelt daartoe haar eigen kennis en ervaring ter beschikking. Zo is met SRM (Stichting Marketing & Reclame) een dagcursus ontwikkeld die gericht is op een effectieve voorbereiding van de beursdeelname en gratis wordt aangeboden aan deelnemers van door Amsterdam RAI georganiseerde (vak)beurzen. Vanaf 2007 kunnen exposanten met behulp van de RAI RendementMeter hun doelstellingen voor beursdeelname scherper formuleren en een aantal variabelen vergelijken met het beursgemiddelde.

Aankoop National Security Event

In het afgelopen jaar heeft Amsterdam RAI het National Security Event aangekocht. Besloten is dit te integreren met Safety & Security Amsterdam. Daarmee biedt Amsterdam RAI in deze sector nu het grootste en meest toonaangevende event.

Feestje voor Strand Zuid

In het afgelopen jaar trok Amsterdam RAI Strand Zuid - ondanks de extreme weersomstandigheden met hittegolven en perioden van veel neerslag - meer dan 125.000 bezoekers en werden er ruim 100 bedrijfsevenementen georganiseerd. Voor het concept Strand Zuid heeft Amsterdam RAI van de AEO (Association of Exhibition Organizers) de Excellence Award ontvangen.



Uitgaan in de RAI



RAI theater

RAI Theater neemt een steeds belangrijker positie in de Amsterdamse theaterwereld in. Dat is naast het gevarieerde programma van toonaangevende impressariaten, ook te danken aan de verbeterde faciliteiten. De sfeervolle gerenoveerde zaal voor 1.750 gasten en de goede bereikbaarheid, zowel per openbaar vervoer als per auto, maken het RAI Theater tot een volwaardige uitgaansaccommodatie. Een groeiend aantal bezoekers aan de voorstellingen combineert het bezoek met een theaterdiner. Onder de naam *RAI Hospitality* zijn in het afgelopen jaar speciale arrangementen ontwikkeld voor bedrijven en andere groepen.



Hester Baljet, manager marketing & business development

**“Klant,
daag ons
maar uit!”**



“Amsterdam RAI heeft veel meer te bieden dan alleen een gebouw. Dat hebben we de laatste jaren bijvoorbeeld laten zien met de ontwikkeling van nieuwe diensten die bij grote en kleine evenementen echt hun waarde bewezen. Ik zou daarom tegen onze klanten willen zeggen, daag ons maar uit! We zijn super flexibel, alles kan bij ons.” Dat zegt Hester Baljet, bij RAI Venue verantwoordelijk voor marketing en business development.

Hester Baljet is al een aantal jaren werkzaam bij Amsterdam RAI en ondervindt zelf ook dagelijks het effect van de slogan Inspiring People. “Er is in onze organisatie steeds meer spirit om met de klant te zoeken naar een goed productaanbod en naar oplossingen voor zijn wensen en problemen.”

Hoog niveau

“Dat positieve gevoel komt natuurlijk allereerst doordat de venue die we bieden kwalitatief steeds beter wordt en steeds meer uitstraling krijgt. Als je alleen al ziet wat er met het congrescentrum is gebeurd. En dan krijgen we straks nog de Expofoyer erbij. Daarnaast zijn er nieuwe diensten ontwikkeld die het mogelijk maken voor de klant een prachtig en compleet aanbod te ontwikkelen. Denk maar eens aan de diensten van Exhibitor Services, RAI Live! en RAI Hotel & Travel Service. En niet te vergeten alles wat

RAI Catering tegenwoordig te bieden heeft. Hoog niveau! Zo wordt er ook door collega’s in het buitenland naar ons gekeken. Dan ben je gewoon trots dat je hier werkt.”

Samen voor de klant van de klant

Hester vervolgt: “Het positieve bij de RAI zit ook in de zachte kant. Dan heb je het over de hele attitude van mensen. Die is de afgelopen jaren ook verder veranderd. Allereerst door de toegenomen professionaliteit. Daarnaast zijn we veel meer gericht op samenwerking met andere partijen. We halen samen met de gemeente Amsterdam, met de hotels, met Schiphol en andere partijen alles uit de kast om organisatoren naar Amsterdam te halen en hun evenement tot een succes te maken. Dat doen we ook door met onze klanten door te denken over wat uiteindelijk hún klanten willen. Dat maakt dit werk heel boeiend.” ■

Revitalisering

werpt vruchten af

De laatste jaren hebben de eigen beurzen van Amsterdam RAI uitstekend gepresteerd. Dat is in belangrijke mate te danken aan de inspanningen die zijn verricht om met name de publieksbeurzen en de nationale vakbeurzen te revitaliseren.

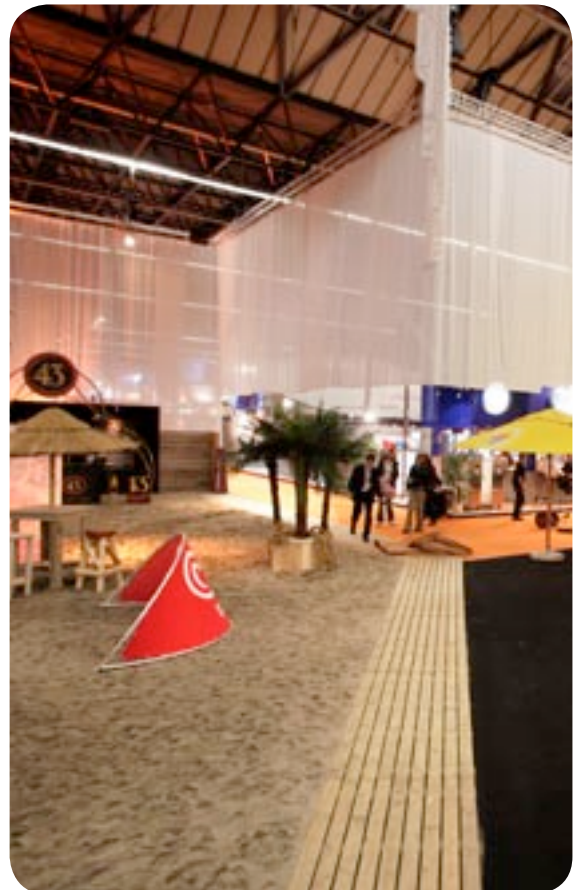
Deze revitalisering gaat nog steeds door en is gericht op:

- meer inspiratie en beleving
- een meer doelgroep- en minder productgerichte opzet
- een thematische aanpak waar exposanten op kunnen inspelen
- online ondersteuning van evenementen zodat bezoekers zich van tevoren kunnen oriënteren.

Binnen Amsterdam RAI is de divisie Exhibitions verantwoordelijk voor de exploitatie en ontwikkeling van eigen beurstitels. Het gaat in totaal om 25 beurzen die jaarlijks dan wel tweejaarlijks worden gehouden en waarvan de beurzen AutoRAI, The European Road Transport Show (TERTS, was BedrijfsautoRAI), AutovakRAI, MotoRAI en FietsRAI/Vak in samenwerking met de RAI Vereniging.

Beleving en entertainment op de publieksbeurzen

Goede voorbeelden van succesvolle revitalisering zijn de publieksbeurzen AutoRAI en de Huishoudbeurs. Beide zijn steeds meer een 'evenement' met veel beleving en entertainment. Bij de AutoRAI gaat dit onder meer gepaard met twee gala-avonden met previews voor bedrijven en hun relaties. Bij de Huishoudbeurs heeft elke editie een thematische aanpak waardoor het evenement als geheel meer structuur en herkenbaarheid krijgt. Het thema wordt met consumentenonderzoek ondersteund, komt ook terug in de entertainment en exposanten kunnen er op inspelen. In 2006 was het thema 'Glamour', in 2007 was het thema 'Stout.' De verbeterde 'look & feel' heeft ertoe geleid dat meer jongere vrouwen (maar ook mannen) het de moeite waard vinden deze beurs te bezoeken. Daarbij speelt ook internet een steeds grotere rol. Steeds meer bezoekers oriënteren zich van tevoren via de website op de beurs en kopen alvast online een toegangskaartje.



beurzen

Vakbeurzen: speciale thema's en 'communities'

Net als bij de publieksbeurzen is er ook bij de nationale vakbeurzen veel aandacht voor het 'verrijken' van de evenementen door onder andere speciale thema's, meer belevingsaspecten, de publicatie van onderzoeksresultaten, seminars en congressen. In 2006 heeft de 50(!)-jarige Horecava op deze manier een facelift gekregen. Zo zorgde onder meer een strand op de beursvloer niet alleen voor het decor voor strandgerelateerde horeca, maar ook voor extra beleving. Een nieuwe trend daarbij is ook dat het concept van de vakbeurzen meer vanuit doelgroepen (en dus minder vanuit producten) wordt ingevuld. Bij de Horecava betekent dit dat er communities ontstaan die gericht zijn op bijvoorbeeld koks, bars, hoteliers, eigenaren van strandgerelateerde horeca en cateraars. In het afgelopen jaar was ook de Wine Professional voor toprestaurateurs een succesvol voorbeeld van deze aanpak. ■



Online marketing = anders communiceren

De mogelijkheden om via het internet te communiceren zijn de afgelopen jaren razendsnel gegroeid. Wie had tien jaar geleden van Google gehoord? Nu is iedereen gewend om even te 'googelen' als we op zoek zijn naar informatie. Inmiddels is de telefoon in veel situaties overvleugeld door e-mailen en MSN-en, wat voor bijna alle jongeren net zo logisch is als ademen. Sociale websites als Hyves spelen hierin ook een belangrijke rol. Als beursorganisator is het zaak effectief gebruik te maken van deze nieuwe media zodat het evenement - en daarmee de exposanten - ook in de internetwereld goed zichtbaar zijn. Voor Amsterdam RAI reden om te investeren in kennis over online communicatiemiddelen en die te delen met anderen. Online marketing betekent inmiddels voor beurzen als de Huishoudbeurs en de AutoRAI dat er naast websites en e-mails nu ook online mediacampagnes worden verzorgd. Zoekmachinemarketing, het betaald en onbetaald promoten van veelgebruikte zoekwoorden, is daar een belangrijk onderdeel van. Verder biedt online marketing mogelijkheden voor bezoekersregistratie en doelgroepcommunicatie. Dat biedt Amsterdam RAI als moderator van unieke communities in het zakelijke segment volop mogelijkheden tot doelgroepgerichte informatievoorziening en contacten. Bij de Horecava is daar goed gebruik van gemaakt. Hetzelfde geldt voor consumenten die ook steeds vaker online informatie opvragen en bestellen, waarna hun gegevens met toestemming vastgelegd worden. Zo maakt online marketing meer mogelijk maar het vraagt wel om een andere, meer directe manier van communiceren en luisteren. Ook bij online marketing blijft natuurlijk de behoefte van de klant voorop staan!

Hans van der Meulen
Manager Online Marketing, Amsterdam RAI



Op het NOC-NSF Sportgala in de RAI werd Ireen Wüst gekozen tot Sportvrouw van het Jaar 2006.

Z.K.H. Prins Willem Alexander en H.K.H. Prinses Máxima gaven extra glans aan de première van Black Pinnochio, een voorstelling in het RAI Theater geïnitieerd door AMREF Flying Doctors.



Tijdens het AutoRAI-gala overhandigde premier Balkenende namens Amsterdam RAI (links: Hans Bakker) en RAI Vereniging (rechts: Arjen de Jong) een cheque aan astronaut André Kuipers, ambassadeur van Emma Kinderziekenhuis AMC.

Sleep well!

Voor organisaties en deelnemers aan internationale beurzen en congressen in Amsterdam RAI vormen de kosten voor overnachtingen een substantieel deel van het budget. **RAI Hotel & Travel Service (RH&TS)** biedt organisaties de mogelijkheid alles te regelen via een *one-stop-shop*. Dat betekent dat afspraken kunnen worden gemaakt over gewenste prijsniveaus plus bijbehorende voorwaarden en dat in de diverse hotelcategorieën ruim van tevoren kamers kunnen worden gereserveerd.

Ook het afgelopen jaar is weer gebleken hoe belangrijk de samenwerking tussen RH&TS en de Amsterdamse hotellerie is om perfecte dienstverlening te bieden bij grote, internationale evenementen. In totaal regelde RH&TS in 2006 maar liefst 160.000 overnachtingen. Voor de diverse internationale eigen RAI-titels, zoals de Intertraffic en Interclean, maar ook voor internationale vakbeurzen als de Ifra en IBC, en eenmalige meetings in Amsterdam als de World Gas Conference, het Eular (Reuma) Congres en de EHA (Hematology).

Aquaterra speelt in op klimaatverandering

Verschillende internationale beurzen ontwikkelen zich zo sterk dat hieruit nieuwe, gespecialiseerde beurzen ontstaan. Een voorbeeld daarvan is de in februari 2007 voor het eerst gehouden beurs Aquaterra, een spin-off van Aquatech. Aquaterra richt zich op de nieuwe uitdagingen in de stedelijke gebiedsontwikkeling in kustgebieden en rivierdelta's in het licht van de klimaatveranderingen, zowel qua economische en financiële als veiligheids- en planningsaspecten. Ook het SuperYacht Pavilion groeit vanuit de METS uit tot een zelfstandig evenement voor de industrie die betrokken is bij de bouw van extra grote jachten. Dergelijke spin-offs zijn mede mogelijk geworden door de verbeterde faciliteiten die Amsterdam RAI biedt.

www.rai.nl vernieuwd



Een site die de klanten en bezoekers snel en zonder omwegen naar de plek brengt waar de voor hem/haar relevante informatie te vinden is; dat is de opzet van de volledig vernieuwde website www.rai.nl. Daarnaast wil www.rai.nl een inspiratiebron zijn voor alle klanten en gasten van de RAI. Van het hele brede spectrum dat loopt van bezoekers aan theatervoorstellingen, beurzen en andere evenementen via beurs- en congresdeelnemers en media, tot externe organisatoren van al deze activiteiten; iedere doelgroep heeft op www.rai.nl zijn eigen domein.



Art Amsterdam opvolger KunstRAI

Een nieuwe conceptuele aanpak voor de KunstRAI/Art Amsterdam waarvan de naam is veranderd in Art Amsterdam. De vernieuwing komt erop neer dat de stad en in het bijzonder de kunstinstituten in de stad bij het evenement worden betrokken. De achtergrond hiervan is dat deze beurs sterk internationaliseert en dat de aantrekkelijkheid van de beurs toeneemt door 'Amsterdam' als geheel te profileren. Dit concept zal verder worden uitgewerkt tot een 'Amsterdamse week van de hedendaagse kunst'.

10 jaar Automotive

Met een compacte formule die tien jaar geleden ongebruikelijk was in de branche heeft Automotive zich ontwikkeld tot hét toonaangevende vakblad voor de autobranche. Dit jaar viert het blad haar jubileum. Uitgever is RAI Langfords, die naast Automotive nog zes vakbladen in de marktsegmenten autobranche, grafische branche en horeca uitgeeft.



BETERE GEZONDHEID IN AFRIKA

GIRO 8829



» www.amref.nl



FLYING DOCTORS

betere gezondheid in Afrika

Terugblik 2006

Belangrijkste ontwikkelingen in 2006

- 2006 een topjaar. De in totaal ruim 500 door Amsterdam RAI en door derden georganiseerde evenementen trokken ruim 1,5 miljoen bezoekers, 3% meer dan in het qua beurskalender vergelijkbare jaar 2004. In het bijzonder de grote, meerdaagse internationale evenementen - zowel de eigen internationale beurzen als evenementen van derden - waren zeer succesvol. Dit leidde er mede toe dat Amsterdam RAI qua resultaten een topjaar beleefde.
- Omzet stijgt door, sterke stijging nettowinst. In 2006 is een netto-omzet behaald van € 115,7 miljoen, tegen € 107,5 miljoen in het voorafgaande jaar. Dit komt neer op een stijging van 7,6%. Het bedrijfsresultaat kwam uit op € 12,9 miljoen, 4,9% meer dan in 2005 en de nettowinst kwam uit op € 9,4 miljoen, 27,0% hoger dan in het voorafgaande jaar.
- Gezonde balansverhoudingen. Door extra aflossingen uit de operationele kasstroom is de verhouding eigen/vreemd vermogen verder verbeterd tot een niveau dat als zeer gezond kan worden gekwalificeerd.
- Uitvoering strategisch plan 2003-2008 goed op schema. Halverwege de periode waarin het strategisch plan wordt uitgevoerd, kan worden vastgesteld dat Amsterdam RAI goed op schema ligt om de doelstelling te halen: Amsterdam RAI als leukste, innovatieve, internationale compact venue van Europa met eersteklas beurzen en andere evenementen. Dat de investeringen in mensen, gebouwen en beursconcepten duidelijk vrucht afwerpen blijkt vooral uit de groei van het aantal succesvolle, meerdaagse internationale evenementen.
- Investeringen in upgradering RAI-complex. In de uitvoering van het meerjarige investeringsplan, gericht op 'upgradering' van het RAI-complex, zijn in 2006 voor in totaal € 7,4 miljoen investeringen geactiveerd. Deze hadden vooral betrekking op interne bouwkundige aanpassingen. De focus lag op de congressalen in het Europacomplex.
- In het kader van het meerjarig investeringsplan verwachten wij in 2007 voor € 26,2 miljoen aan investeringen te doen. Een substantieel deel daarvan heeft betrekking op de in april te starten bouw van de Expofoyer. De afronding van fase 1 is gepland in augustus 2008. Het is voor het eerst sinds 1992, toen de Parkhal werd gebouwd, dat Amsterdam RAI weer investeert in nieuwbouw.
- Gezien de goed gevulde orderportefeuille en de beheerste kostenontwikkeling wordt verwacht dat omzet en resultaat in 2007 zullen uitstijgen boven het niveau van het qua beursjaar vergelijkbare jaar 2005.

	2006	%	2005	%	2004	%
Organiseren van beurzen	44,6	39%	45,8	43%	51,3	46%
Accommodatieverhuur	21,0	18%	16,0	15%	13,3	12%
Uitgeven van vakbladen	6,3	5%	6,1	5%	8,5	7%
Catering	15,7	14%	15,6	15%	12,6	11%
Overige	28,1	24%	24,0	22%	26,5	24%
Totaal	115,7	100%	107,5	100%	112,2	100%

Financiële gegevens

(x € 1 mln)

	2006	2005	2004	2003	2002
Resultaten					
Omzet	115,7	107,5	112,2	130,9	155,5
Bedrijfsresultaat*)	12,9	12,3	12,7	6,6	9,5
Nettoresultaat*)	9,4	7,4	7,2	0,1	1,0
Groepsvermogen	62,8	54,2	47,6	40,5	17,5
Balanstotaal	165,3	161,2	163,8	178,3	179,3
Voorzieningen	3,2	3,0	3,6	9,2	9,3
Netto-investeringen**)	10,4	12,3	28,1	15,4	4,5
Ratio's					
Bedrijfsresultaat in % omzet	11,0%	11,4%	11,3%	5,0%	6,1%
Solvabiliteit	38,0%	33,6%	29,1%	22,7%	9,7%
Liquiditeit	0,7	0,8	0,8	1,1	0,9
*) inclusief resultaat verkoop deelnemingen					
**) gebouwen, installaties en inventaris					
Productie					
Totaal aantal evenementen	506	492	449	454	534
Totaal bezoekers	1.539.353	1.991.703	1.493.308	1.852.632	1.743.970
Uitsplitsing per type evenement:					
Beurzen door RAI georganiseerd	16	16	16	18	18
Bezoekers	464.720	975.215	494.351	1.147.237	957.426
Beurzen derden	44	41	40	32	33
Bezoekers	569.459	615.735	598.165	402.811	355.285
Internationale congressen	27	31	39	33	29
Bezoekers	111.730	64.942	64.992	50.373	88.012
Nationale congressen	19	16	35	41	46
Bezoekers	18.745	11.105	20.462	31.753	38.234
Voorstellingen	94	92	58	41	96
Bezoekers	107.458	93.814	59.357	45.254	113.197

Directieteam Amsterdam RAI

Drs. A.J. Bakker - Voorzitter directie
 Drs. L.J. Beyer - Directeur
 I. Boersma - Directeur Internationale Beurzen
 Mr. J. van den Bosch - Directeur Venue
 R.M. Brokking - Directeur RAI Langfords
 Drs. D. Egeler - Algemeen Directeur Exhibitions

D. Elzinga - Directeur CTICC Cape Town
 Drs. R.J.G.M. Hanssen - Directeur MECC Maastricht
 G.W. van der Loo - Directeur a.i. HISWA RAI Multimedia
 M.A. van Nierop - Directeur Catering
 M. van der Sluis - Commercieel Directeur Venue
 Drs. H.P. Wielinga - Directeur Nationale Beurzen

Amsterdam RAI
Europaplein
1078 GZ Amsterdam
Postbus 77777
1070 MS Amsterdam
T 020 549 12 12
F 020 646 44 69
www.rai.nl



INSPIRING PEOPLE

Colofon

Uitgave: Amsterdam RAI,
Corporate Communicatie

Vormgeving: Claudia Coppen
(Vormplan Design BNO, Amsterdam)

Tekst: Hans Smink (Smink, Van der
Ploeg & Jongsma, Amstelveen)

Beeld: Amsterdam RAI, Benthem
Crouwel, NFP, Bastiaan van
Musscher, Marianne Ottemann,
Peter Ras.