

TEKST EDWIN NUNNINK BEELD EUNICE LIEVELD

"We hebben best lang tegen een plintje aangebots"

ACHTER DE VROLIJKE NAAM PINO SCHUILT EEN SERIEUS ORGANISATIEBUREAU. BEGONNEN ALS EEN EVENEMENTENBUREAU, MAAR INMIDDELS OOK STERK IN CONGRESSEN. PIETER SCHURE VERTELT OVER DEZE OPMERKELIJKE TRANSFORMATIE.

PIETER SCHURE, PINO

Iawel, de naam Pino – sinds vorig jaar ontdaan van de toevoeging Productions - is afkomstig van de kolossale blauwgevederde vogel uit Sesamstraat. Pieter Schure heeft al vaak moeten uitleggen hoe hij en zijn compaan Jeroen Coers op deze naam voor hun organisatiebureau zijn gekomen. 'In een dronken studentenbui om twee uur 's nachts', verklaart Schure de jolige naam. Het was immers al op de Hoge Hotelschool in Maastricht dat hij en Coers de basis legden voor hun evenementenbureau.

Hoe is het jullie sindsdien vergaan?

"We zijn nu acht jaar bezig. Het is vanaf het begin hard knokken geweest. Misschien dat de naam daar ook wel een rol bij heeft gespeeld. Aan de andere kant is het altijd een makkelijk onderwerp om een gesprek te starten en de naam blijft goed hangen."

"Voor mijn gevoel hebben we best lang tegen een plintje aangebots. De volgende trede konden we maar niet bereiken. We hadden meer dan genoeg werk, maar we wilden ook een nieuwe fase in als bedrijf; meer grotere projecten, ook wat spannendere projecten, nieuwe uitdagingen."

"Sinds halverwege vorig jaar gaat het goed. We hebben weer iemand aangenomen en we krijgen meer aanvragen dan we aankunnen. We zoeken nog iemand om het team verder uit te breiden. Het grote voordeel nu is dat niet alles meer aan Jeroen en mij hangt."

Welke eigenschappen moet die nieuwe medewerker hebben?

"Het moet een harde werker zijn en het werk echt leuk vinden – anders lukt dat harde werken ook niet. Hij moet alert zijn, een extra zintuig hebben om dingen te signaleren. Het moet een gezellig en innemend iemand zijn. Dat is een belangrijke eigenschap om de samenwerking met alle partijen soepel te laten verlopen en mensen snel te kunnen mobiliseren als er iets aangepast moet worden. En relativerend zijn is ook belangrijk."

Jullie zijn begonnen als evenementenbureau, maar jullie organiseren nu ook regelmatig congressen.

"Het economisch tij zat tegen en op de evenementenmarkt was heel veel concurrentie. In de congresmarkt speelde

dat minder. Dus toen we een aanvraag kregen hebben we die met beide handen aangepakt en het ging heel goed."

"Sinds vorig jaar zijn we Erkend Congresbedrijf, wat ook heeft geholpen in de congresmarkt. En we zijn via een Europese aanbesteding met vijf andere bureaus geselecteerd voor Rijkswaterstaat. Je merkt dat Den Haag super klein is. Iedereen praat met elkaar en zo komen steeds meer instanties bij ons terecht."

"We doen nu voor zestig procent congressen. Het is wel welke definitie je aan congressen hangt, want de diverse soorten evenementen groeien steeds meer naar elkaar toe. Ik bedoel hier evenementen waar de informatie-overdracht belangrijker is dan de fun."

Toch is de combinatie van evenementen en congressen organiseren bijzonder.

"De combinatie biedt zeker voordelen. Wij doen aan praktische creativiteit. Vergeleken bij een congresbureau zijn we supercreatief en flexibeler. We zijn gewend dat dingen anders lopen dan gepland en springen hier snel op in. Ten opzichte van een evenementenbureau zijn we strakker in de organisatie en hebben we meer verstand van registratietrajecten."

Wat zie je nog meer als jullie sterke kanten?

"Wat ik hoor van klanten is dat we supersnel en flexibel zijn. En dat we op detailniveau werken. Dat zie je terug in onze offertes. Die zijn uitgebreid en degelijk. En we stellen alleen voor wat kan. Je ziet wel bureaus stoer doen in hun offerte, maar als puntje bij paaltje komt is het niet uitvoerbaar. Als wij bijvoorbeeld een artiest aanbieden, dan kan die ook die datum."

Nog bijzondere evenementen georganiseerd de laatste tijd?

"Voor Algemene Zaken hebben we een congres over terrorisme georganiseerd in de Ridderzaal. De locatie is al bijzonder, maar ook dat je met twee peletons ME een gedeelte van het Binnenhof afzet."

"Voor Rijkswaterstaat hadden we ter gelegenheid van 75 jaar Afsluitdijk een tent midden op de Afsluitdijk met kroonprins Willem Alexander als gast. Zoiets was voor mij een hele nieuwe ervaring."

Welke ontwikkelingen zie je?

"De markt raakt weer oververhit. Het aantal aanvragen is gigantisch en het wordt steeds moeilijker om een goede locatie te krijgen."

"Als nieuwe ontwikkeling voor de toekomst verwacht ik dat er creatiever met het tijdstip van bijeenkomsten zal worden omgegaan. Zo omzeil je de files en het kan budgettair aantrekkelijk zijn. Denk aan ontbijt-, lunch- of avondsessies. Dat geldt dan vooral voor branches waar men sowieso al niet van nine-to-five werkt of waar veel jonge mensen in werken."

"Je kunt denken aan een bijeenkomst waar je 's avonds in het hotel aankomt en een hapje en drankje doet om de volgende ochtend een ontbijtsessie te doen, waarna iedereen weer verder kan." |||