OVERDAAD SCHAADT

Marije Breuker
Creative Experience Organiser- Motivation Travel

Het werk van een eventmanager siert vaak de top 3 'meest stressvolle banen'. Nu kan ik inderdaad erkennen dat ik vaak voor hete vuren heb gestaan in de voorbereiding en uitvoering van een incentivereis, maar deze keer wil ik graag de kant van een goedbedoeld, maar overvol programma eens belichten. Want ook dat kan stress opleveren. Een overvol programma zou op papier volop mogelijkheden bieden om te verbinden als subdoel van een incentivereis. Maar pas op, een paradox ligt op de loer.

Een incentivereis duurt vaak 3 tot 5 dagen. In de eerste voorbereidingen zit ik in de rol van eventplanner samen met de opdrachtgever (event-owner) aan tafel een om groot wit vel kleur te geven met allerlei ideeën en suggesties die het programma glans, uitstraling en cachet moeten geven. Vaak is de event-owner ook de leider in het bedrijf en doorgaans is dat een goedgevuld Enneagram 8 type. Even voor de beeldvorming; een sterke wil, beslist, praktisch, ferm en zeer energiek. En juist die hoge energiefactor wil de leider vaak non-stop in zijn programma. Stop, ho, moment van reflectie. En dat is bij een enneagram 8 type best lastig (vind ik dan). Ik sterk me met de gedachte dat ik ben ingehuurd ben vanwege mijn expertise op deze bestemming en mijn brede ervaring in het vak. Ik doe voorzichtig een poging om uit te leggen hoe in de praktijk soms onbewust de vele (energieke) prikkels de deelnemers raken en welk effect dat heeft. Bij sommige deelnemers of bestemmingen is dat echt een ding.
Marrakech is hier een sprekend voorbeeld van. De deelnemers komen doorgaans voor het eerst in Marokko en de talloze indrukken, geuren, cultuurverschillen komen gigantisch binnen via de diverse zintuigen. De gedachten draaien ook overuren. Het kunnen killers zijn die je niet inplant en soms onoverkomelijk zijn. Onderschat niet de enorm lange dagen plus de continue sociale rol die een deelnemer dient te vervullen. Bij elkaar gebeurt er veel. Heel veel.
Zoals ik al benoemde is een de doelen van een reis intensief verbinden. Dat kan je inderdaad doen door het samen uitvoeren van allerlei teambuilding opdrachten en activiteiten maar bij een overkill gaat het op een gegeven moment zijn wissel trekken en schiet het zijn doel totaal voorbij. Mensen gaan dan de activiteit om de activiteit doen. Voor verbinden is dan even geen ruimte meer. Maar ja, de belangrijkste stakeholder, de opdrachtgever, wil graag dagenlang van hoogtepunt naar hoogtepunt. Once-in-a-liftime. Knallen met die boel. Dat. Ik stelde laatst een opdrachtgever vooraf voor om een halve dag te relaxen bij het prachtige zwembad van het superluxe hotel. (in zijn programma was daar geen tijd voor, zonde vonden ook de deelnemers) Mijn inschatting; de gesprekken tussen de collega's ontstaan van vanzelf wel bij een zwembad. Even niet geregisseerd. Maar dit kwam niet overeen met zijn primaire gedachtegoed.

Maar omdat niet iedere deelnemer uit hetzelfde hout gesneden is zie je na een paar dagen dat het volledig volgepakte programma zijn tol gaat eisen. Er zijn mensen die (mentaal) afhaken maar dat niet durven laten blijken want hey de baas betaalt. Onderschat dit niet. Voor je het weet ontstaat er een angstcultuur over het jaarlijkse bedrijfsuitje naar het buitenland en vanuit die emotie is niemand meer in staat om verbinding te maken en levert hele verkeerde stress op. Kortom, er zijn veel aspecten van impact om vooraf over na te denken.