

HOOFD INGANG

DE HOOFDINGANG IS EEN UITGAVE
VAN THE SECURITY COMPANY
15^e JAARGANG JANUARI 2013 NR.1

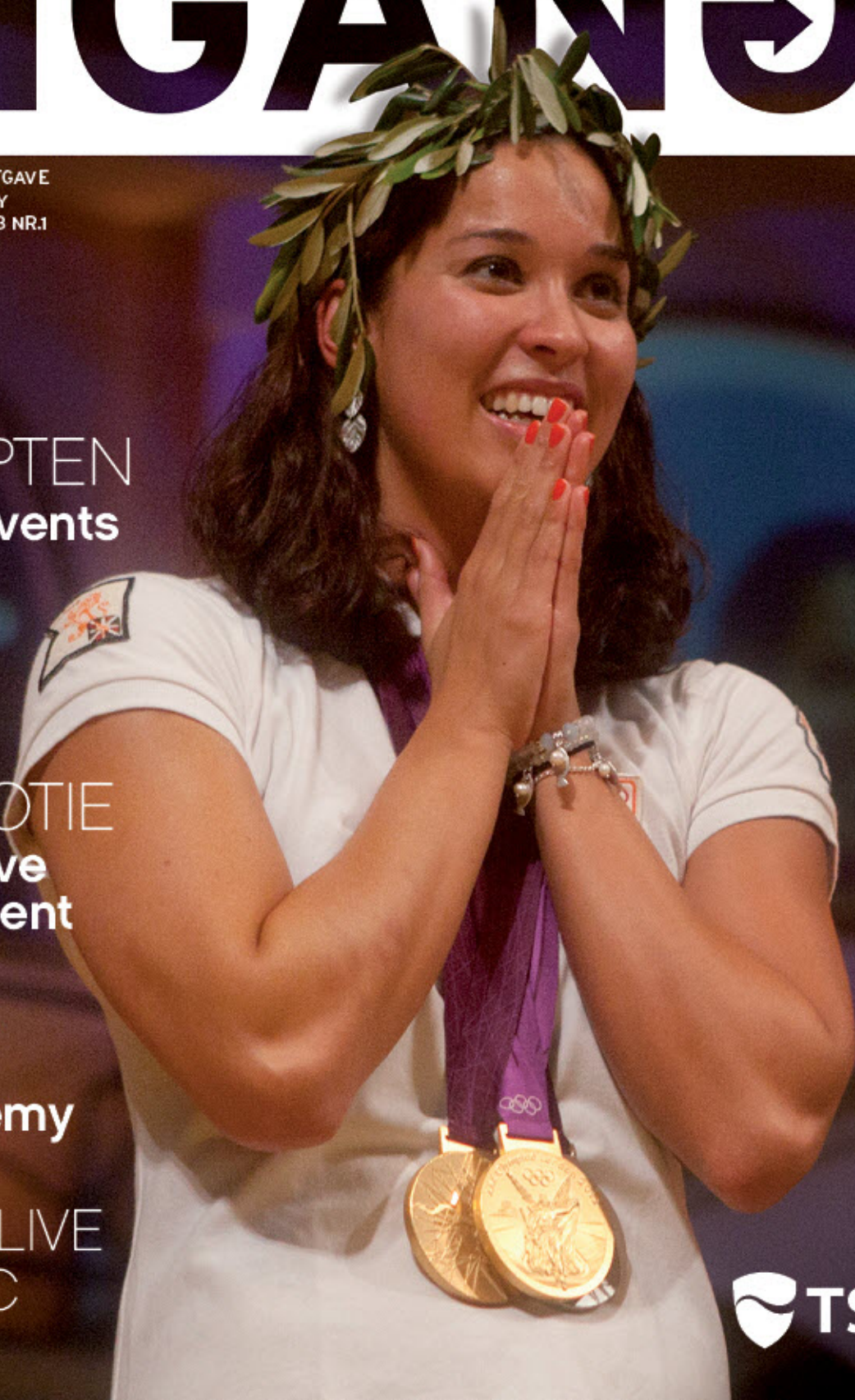
DANCE
CONCEPTEN
van Alda Events

HISWA
TE WATER

LIVE EMOTIE
met RTL Live
Entertainment

Awareness
& Profiling
TSC Academy

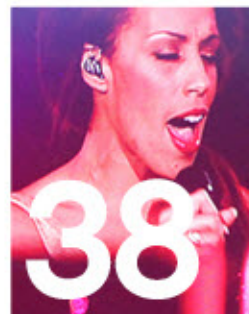
LONDON LIVE
SHOWSEC



Inhoud

Januari 2013 nr. 1

- 04 Nieuws**
- 08 Symphonica in Rosso**
- 09 Amsterdam Dance event**
- 10 Alda Events**
- 12 Kingcanary**
- 14 Hiswa**
- 16 Showsec**
- 18 London Live**
- 20 War Child**
- 24 DelaMar**
- 26 Holland Heineken House**
- 28 Carré**
- 30 Xsaga**
- 32 TSC Academy**
- 34 Crowd Care**
- 36 Emolife**
- 38 RTL Live Entertainment**
- 40 André Oudendag**
- 42 Minor Crowd Management**



Colofon

De Hoofdingang is een uitgave van The Security Company.
De Hoofdingang verschijnt twee keer per jaar voor alle medewerkers van The Security Company én relaties.

Productie en redactie: Rosie Pieterse, Vijf890 ontwerpers en Erik Honkoop.
Vormgeving: Vijf890 ontwerpers
Foto voorpagina: Ranomi Kromowidjojo, Holland Heineken House 2012.
Foto:TSC
Druk: Vijf890 ontwerpers

The Security Company
Bezoekadres: Krommewetering 21, 3543 AP Utrecht
Correspondentieadres: Postbus 1012, 3600 BA Maarsse

Telefoon: 020-4562222 / 030-3031903
Fax: 030-3031904

Internet: www.tsc.nl
E-mail: info@tsc.nl

Bam..., en daar ligt hij weer!

De eerste hoofdingang van 2013.

Bij het schrijven van dit stuk, zijn wij met onze TSC club nog gevestigd in ons welbekende pand in Amstelveen. Inmiddels zijn wij verhuisd en hebben wij ons nieuwe pand in Utrecht betrokken.

Na 17 jaar in Amstelveen werd het tijd om onze vleugels uit te slaan en door uitbreiding van onze werkzaamheden werd Amstelveen met de dag minder praktisch. Met name de activiteiten van Consultancy, lessen en seminars vanuit de Academy, maar met name ook de uitbreiding van diensten op het gebied van brandveiligheid en verkeersdiensten nopen tot grotere opslag en werkruimte.

Uiteraard gaan dergelijke uitbreidingen niet zonder ons team van enthousiaste medewerkers op de werkvloer en op kantoor. Maar wellicht het allerbelangrijkste, niet zonder het vertrouwen wat onze klanten ons hebben geschonken. Een vertrouwen wat bij het betreden van nieuwe markten onontbeerlijk is.

Wij hebben met name in 2012 gezien dat bij het betreden van de dance- en horecamarkt dit vertrouwen enorm succesvol is. Daardoor is in dit marktsegment, TSC uitgegroeid tot een serieuze speler van formaat. Bijdrage daaraan is een bijzonder stuk ervaring in onze bagage, welke is meegekomen met de voormalig WWS medewerker die inmiddels volledig geïntegreerd meedraaien onder de TSC vlag.

Inmiddels is 2013 alweer in volle gang en draaien alle planningen volop. Traditioneel is het meerdaagse event Eurosonic Noorderslag te Groningen de opener van 2013, waar velen we van u zullen zien en waar de broodnodige contacten zullen worden gelegd voor al het moois waar wij in de zomer weer druk mee zullen zijn.

Wat u van ons mag verwachten het komende jaar? Uiteraard zullen wij de Ingeslagen weg van ons welbekende concept "service with a smile :-)" verder gaan vervolmaken. Daarnaast zal de slag om een nog grotere kwaliteit te leveren, die naadloos aansluit bij de beleving die u het publiek wilt meegeven, van belang worden. Onze medewerkers zullen daar uw hulp voor inroepen, om middels korte eventbeoordelingen, ons voldoende feedback te geven, waarop wij uw beleving een groter aandeel kunnen geven in de aanpassingen die de markt vraagt.

Ik wens U allen een geweldig 2013 en enorm veel plezier met het lezen van deze editie van de hoofdingang.
Jacques Does



Nieuwe locatie, nieuwe look!

Zeer verheugd is The Security Company met haar verhuizing naar het nieuwe kantoor in Utrecht dat eind december betrokken werd. Met het verhuizen naar een nieuwe locatie, is ook direct de stap genomen naar een nieuwe huisstijl!

Het afgelopen jaar heeft The Security Company grote stappen kunnen maken met de uitbreiding van haar expertise specifiek op het gebied van de veiligheid voor horecagelegenheden en dance evenementen. Daarnaast is ook het dienstenpakket uitgebreid met een aanbod van gecertificeerde verkeersregelaars en brandwachten. Hiermee biedt TSC een veelzijdig en gespecialiseerd totaalpakket op maat, waarmee de klant omtrent veiligheid en services geheel ontzorgd kan worden.

Als marktleider en toonaangevende evenementenbeveiligers is het de missie van The Security Company om voorop te blijven lopen in het leveren van kwalitatief hoogwaardige service en flexibiliteit en deze kennis te delen ter professionalisering van de branche. Ook op dit gebied zijn er voortvarende innovaties ontwikkeld dit jaar. De 4ejaars HBO Minor 'Event Crowd Management' en het aanbod van TSC Consultancy wordt serieus opgepakt in de markt door zowel bestaande en nieuwe klantenkring als studenten en overheden.

Als organisatie groeien we hierin mee, daarom de keuze voor een nieuwe, centrale locatie en tegelijkertijd een nieuwe huisstijl. Met een nieuw logo, vernieuwde website en andere uitingen is The Security Company weer helemaal klaar om het nieuwe jaar in te gaan en ook van 2013 een groot succes te maken!

Halloween Fright Nights

Halloween in Walibi

Haunted Houses, Scarezones en Horrorshows waren de ingrediënten van de Halloween Fright Nights of Never Celebrate Again in Walibi Holland. Jaarlijks staat de maand oktober bij Walibi geheel in het teken van Halloween en werd er ook dit jaar alles aan gedaan de bezoekers de stuipen op het lijf te jagen!

Iedere vrijdag, zaterdag en zondag van oktober kwamen de bezoekers gillend uit Haunted Holidays, een van de loopspookhuizen, waarin tientallen acteurs de bezoekers aardig wat schrik aanjaagden. Ook speelden men mee aan de show: "It's Your Turn" waarbij ze gruwelijke prijzen wonnen en slopen hand in hand langs alle scarezones. Daarnaast waren ook alle attracties open voor het publiek, waarna het seizoen tot een einde kwam.

Ook TSC kijkt na een geweldig seizoen erg uit naar het voorjaar om in samenwerking met Walibi weer van start te gaan met een nieuw seizoen Walibi Holland!



Opening G-Star Store



In de Amsterdamse Leidsestraat opende Doutzen Kroes op 4 oktober officieel de allereerste G-Star Women Store wereldwijd. Het topmodel en tevens Dance4Life ambassadeur, lanceerde tijdens de ceremonie ook de collectie 'G-Star Women selected by Vogue supporting Dance4Life'.

De opbrengst van deze geselecteerde collectie, bestaande uit zeven kledingstukken, komt geheel ten



goede van Dance4Life. G-Star en Vogue ondersteunen daarmee de initiatieven van dance4life om samen met jongeren hiv en aids de wereld uit te helpen.

Na de lancering van de collectie in de G-Star Women store bracht Doutzen Kroes ook een bezoek aan de Bijenkorf, waar ze in de live-uitzending van Q-Music de collectie en dance4life extra onder de aandacht bracht.

Bewogen jaar 2012

Het is enorm snel gegaan dit jaar, met name de afgelopen en komende weken waarin we nog even verhuisden met de Nederlandse organisatie, onze website vernieuwden en ons nieuwe logo presenteerden. TSC Crowd Management staat niet stil!

Wederom een record brekend jaar op vele fronten. De eerste HBO minor samen met de Hogeschool Utrecht is een groot succes. Wegens grote interesse, hebben we de inschrijvingen moeten stopzetten en zal de opleiding volgend jaar worden voortgezet.

Het Nederlands Evenementen Symposium, dit jaar gehouden in de Rotterdamse Kuip, was wederom uitverkocht. Deze 2e editie georganiseerd door de VVEM en de Sectie Evenementen en Horeca Beveiliging van de Nederlandse Veiligheidsbranche is bijzonder goed ontvangen door de bezoekers. Zowel de inhoud van de presentaties als de mogelijkheid om te netwerken was zeer succesvol. Het thema was dit jaar samenwerking; er blijkt grote behoefte te zijn om de privaat, publieke samenwerking verder uit te diepen.

Daarnaast heeft onze dochter in Engeland, Showsec, deze zomer tijdens de 2012 Games in London een enorme operatie mogen begeleiden. Showsec heeft de crowd management diensten verzorgd tijdens de grote publieksevenementen in Hyde Park, Victoria Park en op Trafalgar Square. Een operatie van ongekende omvang en met de nodige politieke druk om de Olympische Spelen heen. Een terugblik hierop kunt u in deze editie van de Hoofdingang lezen.

Extreme piekbelasting in mankracht; er zijn diverse dagen geweest dat wij over de 2800 diensten hebben ingevuld. Alleen al de logistiek van kleding, slaapplekken, maaltijden, portofoons, indelingen, vervoer was uiterst complex. Showsec is met vlag en wimpel geslaagd en heeft een absolute topprestatie neergezet!

Ook Nederland breekt wederom de records, de organisatie staat als een huis en schrijft zwarte, zeer gezonde cijfers en groeit in alle aspecten. De TSC Academy brengt inmiddels diverse publicaties uit over het vakgebied crowd management, de boekjes hebben hun weg zeer snel gevonden. Zowel eigen personeel als studenten in diverse vakgebieden, maar ook professionals uit de branche reageren positief. Ook TSC Consultancy maakt een explosieve groei door; verschillende opdrachtgevers erkennen onze rol in de markt en werken graag samen met onze adviseurs.

Zoals al aangehaald zullen wij er, ook in 2013 vanuit onze nieuwe locatie in Utrecht, wederom alles aan doen om onze dienstverlening nog hoger te tillen samen met onze opdrachtgevers, TSC Crowd Management staat niet stil!

Een bijzonder goed 2013 gewenst.
Gerard van Duykeren



TSC stond op tegen kanker

Al jaren ondersteunt The Security Company het KWF Kankerbestrijding op verschillende manieren.

Gedurende de actie "Sta op tegen kanker" was TSC bij twee initiatieven te vinden.

Op 24 november bij "Utrecht staat op tegen kanker", waar men op het bekende Utrechtse plein letterlijk opstond tegen kanker. Om geld in te zamelen voor kankeronderzoek, kochten deelnemers het speciale krukje van Sta op tegen kanker, lieten zich sponsoren en stonden twee uur op de kruk. Alle sponsoropbrengsten kwamen ten goede aan KWF. Bovendien was er de hele zaterdag van alles te doen op de Neude.

Op 28 november werd voor de derde keer de live TV-show "Sta op tegen kanker" uitgezonden door de AVRO in samenwerking met KWF Kankerbestrijding. Een indrukwekkende live uitzending waarin bekend en onbekend Nederland zich inzette tegen kanker. Dit deden zij door een persoonlijk verhaal over de ziekte te delen. Dit jaar stonden onder andere Anita Witzier, BLØF, Tineke Schouten, Gerard Joling, Joris Linssen, Sara Kroos, Patrick Lodiers, Jörgen Raymann en Youp van 't Hek op en vroegen zoveel mogelijk steun aan het Nederlandse publiek.

Kinderen voor Kinderen Live!



Woensdag 24 oktober werd de Heineken Music Hall gevuld met enthousiaste kinderen. Kinderen voor Kinderen ging live in concert en gaf deze dag twee shows. Tijdens het spektakel zong het Kinderen voor Kinderen Koor de liedjes van de nieuwe 33e CD 'Hallo Wereld'.

Ook deelde het koor het podium met een aantal artiesten. Zo kwamen Ben Saunders, Yes-R, Kraantje Pappie en Fresku optreden. Tenslotte was er een gastoptreden van Keet, wie op dit moment de rol van Glinda in de musical *Wicked* vertolkt en mocht de winnaar van de 'Juf en Meester Battle' optreden.

Speciale aandacht was er tijdens de show voor een inzamelingsactie door basisscholen voor My Book Buddy, waarbij geld ingezameld werd om kinderen in ontwikkelingslanden te voorzien van schoolbibliotheken met leesboeken.

Paard van Troje 40 jaar

In oktober 2012 bestond cultureel poppodium Paard van Troje 40 jaar en is daarmee één van de oudste uitgaansgelegenheden van Den Haag. Na de opening in 1972 volgden veertig roerige jaren, waarin de verschillende generaties het Paard maakten tot wat het is en het podium de veranderlijke tijdsgeschiedenis tot in detail perfect weerspiegelde. Grote en minder grote artiesten passeerden de revue, kleine feestjes groeiden uit tot vaste festivals en Paard van Troje groeide uit tot één van de grote poppodia in Nederland.

De aftrap voor het '40 jaar Paard' programma, dat ruim twee weken duurde, werd op 19 oktober gegeven in een gerenoveerd Paard. Een uitgebreid en divers programma bood voor ieder wat wils, van een postertentoonstelling en expositie



vol krantenartikelen, foto's en historische video-opnamen, tot optredens van Haagse iconen uit verleden en heden van de Haagse popscene zoals Barry Hay en Di-Rect.

The Security Company feliciteert Paard van Troje met dit jubileum en wenst hen veel succes in de toekomst!





Symphonica in Rosso

Met groen roze tintje

Met groot succes is de zevende editie van concertreeks Symphonica in Rosso tot een einde gekomen. Doe Maar bezorgde het publiek een unieke avond vol tijdloze hits. Voorafgaand aan de reeks gaf Doe Maar op dinsdagavond 9 oktober een exclusief concert voor War Child in een uitverkocht Paradiso. Heel bijzonder was de unieke uitvoering van He He, speciaal voor War Child. Daarna volgden de serie concerten in het Gelredome te Arnhem. Na Marco Borsato, Paul de Leeuw, Diana Ross, Lionel Ritchie, Sting en Nick & Simon, was het ditmaal Doe Maar die zijn hits van orkestrale arrangementen voorzag. De tijdloze hits maakten ook vandaag de dag nog grote indruk op het publiek. Luchtige versies van hits als Pa, Is dit alles en 32 Jaar maakten het concert tot een groot feest.

Amsterdam Dance Event

Een recordaantal bezoekers kwamen af op de 17e editie van 's werelds grootste vijfdaagse clubfestival ter wereld; Amsterdam Dance Event. The Security Company ontving deze bezoekers bij een aantal toonaangevende clubs.

Niet minder dan de uitreiking van de DJ Magazine Top 100 Awards in de Amsterdam Convention Factory was een van deze evenementen, waarbij The Security Company zorgde voor de veiligheid en begeleiding van bezoekers, artiesten en andere aanwezigen. Armin van Buuren werd uitgekozen tot beste dj van de wereld en pakte daarmee zijn titel weer terug.

De Amsterdam Convention Factory bood ook de andere dagen grote events zoals Deep House Special en Cocoon. Ook de Passenger Terminal Amsterdam, Heineken Music Hall, The Sand, Ziggo Dome, Rhone Warehouse, Odeon boden haar gasten een compleet programma met tal van dj's, zoals Armada Night, These Guys, Sunnery James en Ryan Marciano.

Met deze meest recente ervaring is The Security Company niet alleen 1 van de grootste spelers op het gebied van event security van dance, maar bewijst zij ook zeer complexe dance evenementen aan te kunnen.



A background image featuring two hands, palms facing each other, with fingers slightly curled to form a heart shape. The hands are silhouetted against a vibrant, out-of-focus background of purple and pink light. The overall mood is romantic and artistic.

Allan Hardenberg
van Alda Events:

“Als je durft te kiezen verkoop je tickets”

“Wij blijven in onze events duidelijke keuzes maken voor een doelgroep. En dat werkt.” Allan Hardenberg, die samen met David Lewis het bedrijf Alda Events runt, houdt niet van vlees noch vis. Hij houdt er ook niet van om dingen maar een beetje te laten gebeuren. “In wat wij produceren en organiseren zitten wij er in alles helemaal bovenop.”



De Armin Only Mirage World Tour. Met elf edities in negentien steden over de hele wereld was dit wellicht één van de meest geavanceerde evenementen die Alda Events heeft georganiseerd. En organiseren gaat wat Allan Hardenberg betreft ver. "In principe produceren we de gehele show van A tot Z rondom de artiest. Dat doen we bij Armin van Buuren, maar ook bij andere namen waar we graag mee werken. Voor ons is de artiest het merk."

A State of Trance, het grootste trance event ter wereld, City Moves, A Day at the Park en Electronic Family zijn andere events die het Amsterdamse evenementenbedrijf organiseert of mede organiseert.

Produceren vanuit de artiest

Hardenberg ziet de mensen bij Alda Events in de eerste plaats als creatieve geesten. "Daar begint het. Rondom een artiest stel je het beste team samen met mensen die creativiteit, technisch inzicht en doorzettingsvermogen combineren. Stage design, technische productie, video, special effects, decor en entertainment. Dat zijn de belangrijke ingrediënten voor een show die wij produceren."

Alda Events werkt met een team van twaalf vaste medewerkers, een wisselend aantal zzp'ers en een groot aantal vaste suppliers over de hele wereld. "Evenementen worden vaak georganiseerd vanuit een concept, en daar worden dan artiesten bij gezocht. Op die manier kunnen wij ook prima werken. A Day at the Park is daar een succesvol voorbeeld van. Maar onze corebusiness is het ontwikkelen van een op de maat gemaakt DJ-concept."

Evenementen met lef

Volgens Hardenberg werkt een evenement alleen als je je met aandacht richt op je doelgroep. "En dat doe je door helder te kiezen. Ga je met een evenement proberen iedereen te lokken, dan neem je eigenlijk niemand serieus. Dat verklaart ook waarom wij graag rond artiesten werken. Artiesten hebben een fanbase, dat is een duidelijke doelgroep. En voor die fanbase gaan wij graag hard aan het werk."





Foto: Soufian Mahio

Marc Pos en
Gitta Cupers van
Kingcanary:

**“Verhalen
vertellen is
onze grote
kracht”**



Foto: Mark van Wengen

“De wereld wordt multidisciplinair. En als je dat ziet dan moet je daar met evenementen op inspringen”, vertelt Marc Pos van evenementenbedrijf Kingcanary. “Een voorbeeld? Programma’s voor tv ga je steeds meer benaderen als een evenement. En op evenementen regisseer je steeds meer als een tv-uitzending.” Tijdens de opening van het Stedelijk Museum in Amsterdam liet Kingcanary zien hoe dat uitpakt.



Foto: Dennis Bouman



Foto: Dennis Bouman



Foto: Dennis Bouman

Een evenement organiseren alsof het een uitzending van De Wereld Draait Door is. Of een televisieshow maken waarbij het publiek geen klapvee is maar deelnemer. Marc Pos van Kingcanary is zelf afkomstig uit de televisiewereld. Met X Factor, Idols, Big Brother en de Lama's heeft hij aan baanbrekende formats gewerkt. Binnen Kingcanary is expertise uit verschillende disciplines bij elkaar gebracht om multidisciplinaire producties te maken. Televisie, evenementen en reclame. "Onze manier van werken is dat we expertise uit verschillende disciplines gebruiken bij alles wat we produceren. Of het nu gaat om een evenement voor de Raad van Bestuur van Heineken, de opening van het Stedelijk Museum in Amsterdam of de uitreiking van de Ster Gouden Loeki, bij ons zie je die aanpak direct terug."

De aanpak van Kingcanary werkt. Platte evenementen worden multimediale gebeurtenissen. De heropening van het Stedelijk Museum in Amsterdam was zo'n hoogtepunt. Drieduizend gasten, koningin Beatrix inclusief, en een waaier aan audiovisuele performances in het hele gebouw, een mix van optredens, een live-verslag op televisie en een speciale editie van het programma Opium op locatie.



Alles in huis

Met ervaring uit de evenementenbranche, tv en reclame heeft Kingcanary alles in huis voor een multidisciplinaire aanpak van events. "We waren allemaal zo rond de veertig", vertelt Pos. "We kenden elkaar uit ons netwerk en zagen door de combinatie van onze ervaringen nieuwe kansen in de evenementenwereld. En zo zijn we zes jaar geleden uit verschillende takken van sport met Kingcanary begonnen. En we positioneren ons als evenementenbureau met veel mediakennis."

Gitta Cupers, afkomstig uit de evenementenbranche: "En als we iets specialistisch niet hebben, dan hebben we een netwerk van ervaren mensen om ons heen. Waarin wij echt onderscheidend zijn is onze aanpak. Het begint met storytellen. Wat gebeurt er in het evenement. Hebben we daar een script voor, dan maken wij alles. De teksten, het decor, de leaders en we doen de montage. En op elk punt zitten we er bovenop."

Vragen evenementen met een complexe organisatie ook een andere vorm van security? Cupers: "Ieder evenement is maatwerk. Een evenement voor de directie van een groot bedrijf vraagt iets anders dan een publieksevenement voor duizenden mensen. Maar het gaat altijd om gastheerschap en veiligheid. En dat je in staat bent dat op een passende manier te brengen. Bij TSC kunnen we dat vinden."



Foto: Dennis Bouman

A large fleet of sailboats is gathered at a regatta under a clear blue sky. The boats, mostly white with various colored sails and flags, are moored in the water. The text is overlaid on the upper portion of the image.

HISWA te water wil
watersport verjongen

**“Er moet voor
jongeren iets
te beleven zijn”**

Kijken naar een boot die je wilt kopen of je vergapen aan een boot die je nooit zult kunnen kopen. De jaarlijkse HISWA te water trekt een brede groep aan watersportliefhebbers. En waar de traditionele watersportliefhebber vooral naar luxe en snuffjes kijkt, zoekt de jongere vooral naar hippe kicks.

"De HISWA te water is ieder jaar weer een succes. Ook de laatste keer, toen we het voor het eerst op onze nieuwe locatie bij de Amsterdam Marina hebben georganiseerd. Crisis of niet, de belangstelling voor de nieuwste boten en snuffjes in de watersport blijft enorm", vertelt Michelle Jonker.

Voor Hiswa Multimedia BV, een dochter van HISWA Vereniging, organiseert zij de jaarlijkse watersportbeurs. De HISWA te water werd afgelopen jaar in september gehouden op het voormalige NDSM-terrein in Amsterdam-Noord. Een nieuwe locatie. Maar met een derde meer bezoekers dan de editie daarvoor is Amsterdam Marina een goede keuze gebleken.

"Als er iets is waar wij in de watersport aan moeten werken, dan is het de belangstelling van jonge mensen", constateert Jonker. "Op de korte termijn is de crisis het probleem, maar op de lange termijn is vergrijzing waar de watersport mee te maken heeft een probleem. Actievere watersporten dat boeit het jonge publiek veel meer dan een luxe zeilboot met de nieuwste technische snuffjes. En daar zijn we op de laatste editie in geslaagd."



Organisatie opbouwen

Toen de HISWA te water werd gehouden was de locatie Marina Amsterdam nog maar net geopend. "En dan begin je direct met een groot evenement. Er was nog geen toezicht, er was nog geen bewaking er was alleen maar een Marina. Met The Security Company hebben we de hele bewaking voor de haven en het crowd-management tijdens de evenement georganiseerd."

Jonker vervolgt: "Enerzijds heb je te maken met mensen die hun soms zeer waardevolle bezittingen veilig willen kunnen achterlaten. Anderzijds heb je een publiek dat je op een zo vriendelijk mogelijke wijze welkom wilt heten. Hoe je dat aanpakt, daar moet je goed over nadenken." Het betekende in de praktijk dat Marina Amsterdam 24 uur per dag werd bewaakt. Met daarbij de nadruk op zichtbare bewakers. "We hebben niet gekozen voor strenge toegangscontrole en allerlei maatregelen om de bezoeker te screenen. We hebben gekozen voor zichtbaar toezicht. En dat werkt preventief. Zo laat je je bezoeker in zijn waarde, maar laat je eventuele risicogroepen wel duidelijk merken dat er toezicht is."

Na afloop van de HISWA te water is de bewaking op Marina Amsterdam afgeleid van hoe het tijdens de beurs is opgezet. Zodra er een evenement is, vult TSC de vaste bewaking aan met evenementenbeveiligers.





Kennis delen is de sleutel

Voortdurend investeert Showsec op verschillende gebieden om verbetering en uitbreiding van onze mogelijkheden en diensten mogelijk te maken. Het verder ontwikkelen van de communicatie en rapportageprocedures hebben aanzienlijke invloed gehad, een combinatie van verschuivingen in gedrag met doeltreffende operationele interacties zowel intern als met klanten.

Showsec beschikt over een bibliotheek van evenementen rapportages. Deze database van gegevens en feiten uit het verleden, worden voortdurend gebruikt door haar operationele managers ter ontwikkeling van methoden ter implementatie van intelligente beveiligingstoepassingen. Dit heeft geleid tot geavanceerde strategieën gericht op het verminderen van criminele activiteiten bij concerten, festivals en clubavonden. Zoals de diefstal van mobiele telefoons. In een gecoördineerde aanpak werken wij nu vaak samen met de politie met betrekking tot de toegang en identificatie van criminelen.

Het omarmen van nieuwe technologieën voor mobiele telefonie en QR-codes is een recent voorbeeld van hoe we moderne apparatuur, welke niet specifiek voor ons ontworpen zijn, kunnen gebruiken in onze dagelijkse

Sharing knowledge is the key

Showsec has continually invested in different areas to enable the improvement and expansion of our capabilities and services. Developing communications and reporting procedures has made significant impact, combining shifts in behaviour with effective operational interactions both internally and with clients.

Showsec's library of event reports is a well established database utilised by our operational managers to develop methodology for implementing finely tuned security operations based on forward intelligence. This has led to more sophisticated strategies focused on reducing nationwide criminal activity at concerts, festivals and club nights such as mobile phone theft. We now often work in a co-ordinated approach with the police to refuse access to or identify criminals.

routine. Beveiligingsteams kunnen nu door middel van een GPS tracking systeem, op afstand begeleid worden door de locatie.

Daarnaast leveren verbeterde registratieprocedures belangrijke statistische gegevens en informatie over de behoeften van de klant, met inbegrip van ticketing informatie, demografische gegevens en gedrag geassocieerd met het genre van muziek. Onze klanten profiteren van deze cumulatieve kennis en directe informatie, welke het team helpt snel te reageren met vertrouwen elke unieke situatie aan te gaan.

Met onze inzet om te communiceren en kennis te delen zorgt ervoor dat Showsec in de voorhoede blijft op het gebied van onderwijs en ontwikkeling en betrokken is bij een reeds van initiatieven. Momenteel stelt Showsec de vaardigheden voor security vast om te helpen bij het standaardiseren van de National Occupational Standards voor evenementenbeveiliging.

Voortbordurend op het gerespecteerde Management Development Programma, wordt de samenwerking met Derby Corporate University voortgezet om een tweejaars Degree Crowd Management aan te bieden aan externe en internationale kandidaten. De cursus combineert drie belangrijke gebieden van onderzoek en essentieel belang om te werken in de beveiligingsindustrie; uitvoering, administratie zoals rapportage en leiderschap. Voor meer informatie over de cursussen kunt u contact opnemen met keith.hackett@showsec.co.uk.

Tot nu toe heeft de cursus een aantal professionals en experts uit het bedrijfsleven aangetrokken, alsmede 15 operationele medewerkers van Showsec die zich in het laatste jaar van de opleiding bevinden. Nog eens 23 medewerkers beëindigen de opleiding in januari 2013 en 6 startten deze in oktober jongstleden. Verdere vooruitgang van Showsec's cursussen worden gekatalyseerd door onze visie met lopende ontwikkelingen het hoogst haalbare te bereiken, met specifieke aandacht voor de diepgaande kennis van Showsec.

Mark Harding



Embracing new mobile phone technology and QR codes is a recent example of how we adapt to make the most out of modern equipment not designed for us, but which can make us more effective in our daily routines; security teams can now produce an immediate trail of reports through a GPS tracking system around a site perimeter.

Improved reporting and logging procedures provide important statistical data and information about the client's needs, including technical challenges, ticketing information and crowd demographic and behaviour associated with different genres of music. Our clients have benefited from cumulative knowledge and immediate information, which is used to help the team react quickly and with confidence for the unique requirements of each situation.

Our commitment to communicate and share knowledge means Showsec continues to be at the forefront of education and development, engaged in a range of initiatives. We are currently working with Skills for Security to help establish the National Occupational Standards for event security.

Building on the company's respected Management Development Program, Showsec is continuing to partner with Derby Corporate University to offer a two year Foundation Degree in Crowd Management to external and international candidates. The course combines three key areas of study essential to working in the event security industry; operations, administration and leadership. For more information about the courses please contact keith.hackett@showsec.co.uk.

So far the course has attracted a number of eminent industry practitioners and experts, as well as 15 of Showsec's operational staff who are in the final year of the course, and another 23 who will complete by the end of January 2013. A further six Management Development Associates began the two year programme on 1st October 2012. Further advances of Showsec's courses are catalysed by our ethos of ongoing developments to achieve industry excellence, also highlighting the company's depth of knowledge.

Mark Harding

London Live:

organisatorisch hoogstandje voor TSC-zuster Showsec

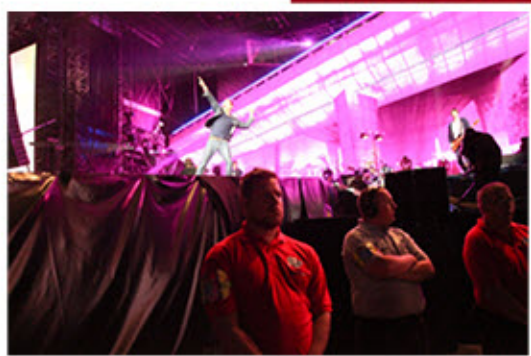
De juiste mensen vinden. En dan tweeduizend. En dat tijdens de Olympische Spelen in London. Showsec deed de security van London Live, het mega-evenement dat de lokale overheid organiseerde rondom de spelen. Showsec-directeur Mark Harding: "Recruitment, communicatie, training, huisvesting en dan ook nog iedereen achttien dagen scherp en gemotiveerd houden."

"Wat ik van London Live heb geleerd is dat je de beste zaken doet met de dingen waar je goed in bent", vertelt Mark Harding. Al ruim voor de Olympische Spelen tekende hij met Showsec in om de beveiliging van het sportevenement te mogen doen. "Maar we hebben al vroeg afgehaakt. Commercieel was het voor ons niet interessant. En we hebben onze strategie verlegt naar London Live, een open evenement dat de gemeente London organiseerde tijdens te spelen. Een betere keuze hadden we niet kunnen maken. Onze opdrachtgever was de Greater London Authority en een meer begripvolle klant hadden we niet kunnen wensen." London Live was eigenlijk het cadeautje van de gemeente London aan de bewoners en de bezoekers van de metropool tijdens de Olympische Spelen. Op verschillende locaties konden bezoekers de spelen live volgen op grote schermen en er waren talloze optredens van bekende artiesten, er was entertainment en bovendien waren bijna alle evenementen vrij toegankelijk.

Showsec organiseerde de beveiliging in Hyde Park en Victoria Park, twee venues met een capaciteit van ongeveer 80 duizend mensen. En gratis toegang, dus Showsec moest snel kunnen schakelen om de security op schaal te krijgen.

De juiste mensen

Het geheim van het succes zat voor Harding grotendeels in werken met de juiste mensen. "We hebben vooraf door heel Engeland mensen gerecruteerd. We zijn niet gaan vissen in de grote poel met beschikbaar aanbod, maar hebben heel specifiek gezocht op de juiste kwalificaties. Zo kregen we een goede mix van gecertificeerde en ervaren mensen."



Bij zo'n groot aantal medewerkers op één project is communicatie van levensbelang. "Met training en een goed uitgedachte communicatiestrategie hebben we mensen klaar gestoomd voor London Live. We wilden dat mensen achttien dagen lang niet alleen deskundig en vaardig waren, maar ook gemotiveerd en betrokken. Voor ons is er geen betere medewerker dan een loyale medewerker. Maar daar moet je wel aan werken."

De medewerkers waren achttien dagen lang gehuisvest in de buurt van de twee parken. "En dan zorg je er voor dat iedereen zijn deel in het werk krijgt. Zitten mensen een paar dagen zonder werk, dan stel je ze teleur. Dus ook tijdens de evenementen zorg je er voor dat je iedereen gemotiveerd houdt door de klussen goed te distribueren. Je bent je dus constant bewust van kosten versus motivatie."

Strategisch blijven denken

Tijdens de Olympische Spelen hadden de autoriteiten strenge regels voor de evenementen. De samenwerking met die autoriteiten verliep rondt goed, constateert Harding. Iedereen begreep het collectieve belang: bezoekers moeten het naar hun zin hebben in een veilige omgeving. Dat er op zo'n moment soms wat meer strenge maatregelen zijn, dat werd ook door de bezoekers begrepen. Harding: "En dat hebben we te danken aan onze gemotiveerde medewerkers. Zij konden het uitleggen met een glimlach."





Derde editie van
538 voor War Child

DJ's zijn een week lang de stem van oorlogskinderen

"Roep iedereen vooral op om ook mee te doen", begint Tom van Schil van War Child. Van 22 tot en met 29 maart 2013 toert muzikzender 538 door Nederland om actie te voeren voor War Child. "En juist voor lokale ondernemers, scholen en bewoners is dit een prima gelegenheid om te laten zien dat je je voor oorlogskinderen wilt inzetten."

War Child wil een zo groot mogelijk publiek bereiken om duidelijk te maken hoeveel er nodig is om oorlog uit een kind te halen. En met 538 hebben ze een zender gevonden met een historie op het gebied van goede doelen. Het is de derde keer dat War Child en 538 samenwerken.

Waarom 538? Het is een muzikzender met een groot bereik. En muziek speelt ook een belangrijke rol in de activiteiten van War Child. "Muziek is letterlijk een instrument om kinderen te helpen aansluiting te vinden bij hun emoties. Of je nu gelukkig bent of verdrietig", aldus Tom van Schil.

"Oorlog heeft een verwoestende invloed op de ontwikkeling van een kind. Door geweld, misbruik, verwaarlozing en verlies worden ze somber, angstig of agressief. Ze kunnen geen kind meer zijn."

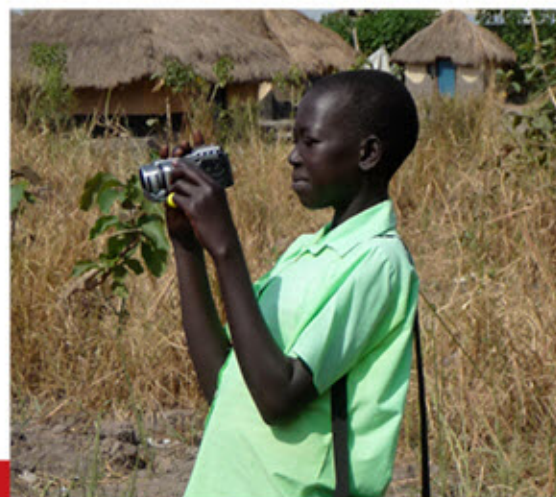
Met de derde editie van 538 voor War Child wil de organisatie in het bijzonder aandacht vragen voor oorlogskinderen die er helemaal alleen voor staan, zoals bijvoorbeeld Rose (zie kader).



"Honderdduizenden kinderen raken door oorlog hun ouders kwijt. Veel van hen belanden in de prostitutie, of worden uitgebuit als huisslaaf of kindsoldaat. War Child komt op voor deze verlaten kinderen en zorgt ervoor dat ze op een veilige plek weer gewoon kind kunnen zijn. Dat ze hun nare ervaringen kunnen verwerken en een betere toekomst kunnen opbouwen. Samen met de kinderen betrekken we zoveel mogelijk verzorgers, leraren en lokale bestuurders bij ons werk. Zodat hun stem door zoveel mogelijk mensen wordt gehoord."

Actieweek

In de actieweek staat War Child bij 538 een week lang in het zonnetje. De DJ's maken een tour door het land met muziek, entertainment en medewerking van veel artiesten. "Maar vooral ook veel aandacht voor initiatieven die mensen lokaal hebben opgezet. Daarom nadrukkelijk de oproep: meld je vooraf aan met leuke acties. En dat kan via: actie@warchild.nl."



Van analFabeet tot tv-maker

Zuid-Soedan, je zou er maar wonen. Het is al generaties lang een oorlogsgebied en veel mensen vluchten naar Congo waar het nauwelijks beter is. De 17-jarige Rose is één van de kinderen die daar opgroeide tussen geweld en na barre ervaringen in aanraking kwam met een Community Media Project van War Child. Ze leerde lezen, schrijven, een verhaal bedenken, met opnameapparatuur werken en een storyboard ontwikkelen. En ze vertaalde haar verhaal met een camera naar een groot publiek. Met haar korte films - over het leven van kinderen in Zuid-Soedan, over huiselijk geweld, recht op onderwijs - de ongelijkheid tussen jongens en meisjes, haalde ze zelfs de nationale tv. Haar verhaal kunnen vertellen, niet langer alleen zijn en iets hebben om trots op te zijn, voor Westerse kinderen is dat normaal. Maar in veel oorlogsgebieden is het een schaars goed dat alleen via de projecten van War Child wordt aangeboden.



TSC @

NSJ 2012



Flogging Molly @ Rockin Park

Carlos Santana @ NSJ Curacao



Terugkomst Olympische Spelers @ NS Station Den Bosch

Snow Patrol @ Rockin Park



Selah Sue @ Rockin Park



Elbow @ Rockin Park



Mumford and Sons @ Pinkpop 2012



Anastacia @ Night of the Proms 2012



Linkin Park @ Pinkpop 2012



DeLaMar theater in Amsterdam:

“De gast is bij ons het middelpunt”

Het is druk in het DeLaMar theater. De musical *Hij Geloof in Mij* over het leven van André Hazes is onlangs in het twee jaar oude theater in première gegaan. De Volkskrant noemt het 'grootse kleinkunst'. En dat is volgens Rob Galdermans van DeLaMar wat het theater ook wil brengen: “Kunst van lichte signatuur, maar van hoge kwaliteit.”

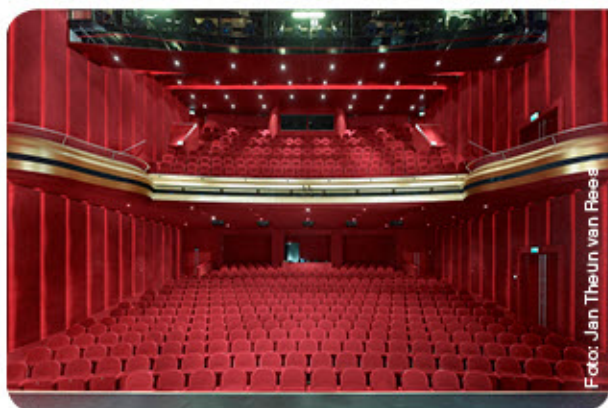


Binnenkomen bij DeLaMar is een ervaring. “Een splinternieuw gebouw en alles is er op gericht om onze gast in de watten te leggen. Het is ruim, het ziet er goed uit en je wordt warm welkom geheten. Als gast sta je hier in het middelpunt.”

EN er is meer waarmee DeLaMar zich wil onderscheiden als theater. “De echte klassieke stukken zul je hier niet zo snel aantreffen, maar het DeLaMar is zeker meer dan alleen een podium voor vrolijke musicals. We brengen ook toneel, dans, cabaret en concerten. Daarmee hebben we een rijk en evenwichtig aanbod op onze podia.”

Omdat gastvrijheid bij DeLaMar erg hoog op het lijstje staat, zijn de medewerkers van TSC die de receptie bemensen in de eerste plaats hosts voor de gasten. “Hun functie ten behoeve van de veiligheid staat op de achtergrond. Pas bij een calamiteit of een incident gaat de pet ‘security’ op.”

Galdermans: “Tijdens *Hij Geloof in Mij* verwachtten we aanvankelijk geen ander publiek. Toch bleek incidenteel dat fans van Hazes vanuit het café het theater in kwamen rollen. Als er dan toch iets gebeurt, sturen we er geen bullebak op af. Dan blijken onze TSC-mensen met heel veel behoedzaamheid en discretie de overlast van een iets te dronken bezoeker te kunnen neutraliseren.”



Crowd Management en bezoekersgedrag



Gerard van Duykeren, directeur The Security Company en CEO van holding ICMS onthulde in oktober het door hem geschreven boek: Crowd Management en bezoekersgedrag. Het boek dient als een verkenning van het vak crowd management en legt een brug tussen theorie en praktijk.

In vier delen wordt het vak crowd management belicht, bedoeld als korte inleiding om meer begrip en inzicht te geven in het gedrag van bezoekers en crowd management principes. Er wordt stilgestaan bij de wetenschappelijke theorieën, waarna deze vervolgens op de vaak complexe praktijk worden toegepast met behulp van praktische en toepasbare richtlijnen.

Een ieder die kennis wil maken met gedragingen van bezoekers en crowd management wordt van harte aangemoedigd het boek te lezen. Een bestelling of vragen over meer informatie over het boek kunt u richten aan Rosie Pieterse, The Security Company. rosie.pieterse@tsc.nl

The Security Company ontvangt vierde certificering

The Security Company mocht eind 2012 haar vierde certificering in ontvangst nemen. Naast haar verlengde ISO9001-certificering, het keurmerk evenementenbeveiliging en het keurmerk beveiliging, beschikt The Security Company nu ook over het certificaat Investors in People.

Investors in People, onderdeel van TNO, is een praktisch en continue proces gericht op het verbeteren van bedrijfsprestaties. Het helpt ambities en doelen van organisatie en medewerkers op elkaar af te stemmen en waar te maken. Het behalen van het certificaat is daarmee een erkenning voor goed werkgeverschap en de coördinatie en kwaliteitshandhaving daarin.

Als marktleider en toonaangevende evenementenbeveiliging, hanteert The Security Company de maximale standaard in kwalitatief hoogwaardige service en flexibiliteit. Het is de missie van The Security Company om hierin voorop te blijven lopen. Dit wordt onder meer bereikt door continue te investeren in innovatieve ontwikkelingen, waaronder het zichtbaar maken van de kwaliteit van de diensten voor haar opdrachtgevers in erkende keurmerken.



De certificeringen zorgen er voor dat de continuïteit voor onze opdrachtgevers gewaarborgd blijft, zowel bij evenementbeveiliging en servicediensten, als in de reguliere beveiliging. Hiermee is onze gast ook echt te gast en wordt met alle daarbij behorende eegards behandeld, terwijl de veiligheid van het evenement of de locatie altijd scherp op het netvlies staat.

Met het behaalde certificaat Investors in People en het keurmerk Beveiliging, heeft The Security Company haar beoogde ontwikkeling op het gebied van kwaliteit behaald en zal dit ook in 2013 blijven ontwikkelen om deze hoogwaardige partner te blijven voor haar opdrachtgevers.

Holland Heineken House
in Olympisch Londen

Foto's: Sander Stoepler

“Bij een premium event hoort premium security”



‘De’ ontmoetingsplek voor sporters en sportliefhebbers. Het Holland Heineken House is waar sportieve prestaties tijdens de Olympische Spelen worden gevierd. Al twintig jaar. Afgelopen jaar in Londen gebeurde dat voor de elfde keer. En met honderd duizend unieke bezoekers was het een meer dan groot evenement. Cor Kostense van de beveiligingsorganisatie van HEINEKEN: “De partners waar wij mee samenwerken, daarin nemen we geen risico.”



Zomaar even binnen lopen, dat was er dit jaar niet bij in Londen. Tijdens de Olympische Spelen in Londen afgelopen zomer, was veiligheid een enorm thema, waarbij de autoriteiten er alles aan deden om risico's uit te sluiten. “Wij werkten dit jaar voor het eerst met tickets die je online vooraf kon bestellen. Je kon je inschrijven voor bepaalde dagen”, vertelt Cor Kostense. “En om te bestellen moet je een paar persoonlijke gegevens achterlaten. Bij de ingang van het Holland Heineken House kun je naar binnen op vertoon van paspoort en ticket.”





Hij legt uit dat zo'n maatregel vooral preventief werkt. "Het had twee voordelen. In de eerste plaats krijgen we hierdoor een idee van het aantal te verwachten bezoekers. En daar kun je dan vooraf op inschalen. Het tweede is dat het vooraf moeten inschrijven op eigen naam een extra drempel is voor mensen die wellicht iets vreemds van plan zijn. Overigens: met die persoonsgegevens die we door de ticketverkoop verzameld hebben, hebben we gelukkig niets hoeven doen. We hebben ze ook niet hoeven uit te wisselen met de Engelse autoriteiten."



Samenwerken is meedenken. Proseco is de global security afdeling van HEINEKEN. Het bedrijf heeft ondermeer als taak het zorgen voor de veiligheid rond activiteiten van HEINEKEN. "We hebben zelf geen beveiligers in dienst en we werken dus praktisch altijd samen met partners. Bij het Holland Heineken House is TSC voor de vierde keer partner van ons. In London hadden we dit jaar een Engelse partner die de security aan de buitenkant deed en TSC die met voldoende gekwalificeerde mensen, die goed Engels spraken, de rest van het evenement beveiligde."

In een evenement met een hoog risicoprofiel – en dat waren de Olympische Spelen – komt samenwerking vooral neer op heel goed meedenken. "Als Risk Manager draag ik namens HEINEKEN de verantwoordelijkheid over de veiligheid. Maar operationeel geef je een mandaat weg aan de partners waar je mee samenwerkt. Zo was TSC operationeel verantwoordelijk voor alles wat er op veiligheidsgebied in het Holland Heineken House gebeurt. Ik durf zo'n mandaat alleen te geven als ik volledig op ze kan bouwen. En dat kan. TSC heeft vooraf veel professionele inbreng gehad in de voorbereiding en ze denken op een constructieve manier met je mee."



Er netjes uitzien, altijd vriendelijk en attent zijn, met een speciale opleiding voor de Olympische Spelen, Engels kunnen spreken en gewelddoos blijven als er eens een keer iemand moet worden verwijderd. Dat is wat Kostense van de beveiligers in Holland Heineken House wilde zien. "Op het gebied van security hebben we nauwelijks problemen gehad dit jaar. De spelen waren een enorm succes. Niet alleen voor de spelers en voor sportliefhebbers, maar zeker ook voor HEINEKEN."



125 jaar Koninklijk
Theater Carré

Het podium voor de top



Carré. Daar wil je als artiest uiteindelijk een keer op het podium staan. Op 3 december was het precies 125 jaar geleden dat Oscar Carré het circustheater aan de Amstel opende. The Security Company beveiligd de artiesteningang en coördineert het calamiteitencentrum.

Carré is Carré. Voor het theater dat absoluut het hoogst haalbare is voor iedere artiest is de vraag waarom Carré bijzonder is eigenlijk niet relevant. Martijn van Heemskerck: "Carré is het theater van Nederland en dat zijn we inmiddels 125 jaar. De programmering is

onderscheidend en divers en we hebben de top van de artiesten hier op het podium."

Voor The Security Company is er een rol weggelegd in de beveiliging. "De artiesteningang wordt door TSC bemand en bij een eventuele calamiteit ligt daar ook het coördinatiecentrum. En deze taak hebben we met zorg uitbesteed. Uitbesteden doen we alleen als we zeker weten dat het helemaal volgens onze standaarden gebeurt."

En de standaard ligt hoog bij het Amsterdamse theater. Van Heemskerck verwacht van de beveiligers dat ze zich volledig richten op hun rol als gastheer. "Voor artiesten zijn de beveiligers van TSC vaak het eerste aanspreekpunt. De eerste indruk. En of het dan gaat om één artiest, of een gezelschap van 200 man, wij willen dat je als beveiliging dienstbaar bent. Dat moet je leuk vinden. Maar TSC slaagt er in hier mensen neer te zetten die hun rol als gastheer prima kunnen combineren met de zorg voor veiligheid en een backup voor het geval er een calamiteit is."



TSC in en buiten beeld.....

Dat The Security Company één van de meest ervaren en veelgevraagde beveiligers is in medialand is geen geheim. Ook dit tv-en theaterseizoen heeft weer een goede start beleefd en we zijn nog steeds dagelijks in de diverse studio's en bij menig première te vinden.

Met Strictly Come Dancing, het nieuwe tv succes op de AVRO, begon het nieuwe seizoen. Al snel gevolgd

door opnamen van programma's The Price Is Right, Dit Is Mijn Lijf, Nederlandse Dans Dagen, Van Je Vrienden Moet Je Het Hebben.

Ook bekende televisie en/of media evenementen passeerden de afgelopen maanden de revue, zoals de uitreiking van de Gouden Televizierring, het Nederlands Film Festival, Kinderen voor Kinderen live in concert, de Estée Lauder

Breast Cancer Awareness Evening en officiële première van de musical 'Hij gelooft in mij'.

Daarmee is één ding duidelijk voor de omroepen, productiehuisen, producenten en producers in deze tijd waarin het weer eens onrustig is in medialand; op de mannen en vrouwen van TSC kun je altijd vertrouwen! We waren in beeld, we zijn in beeld én we blijven in beeld....



Xsaga vertelt het verhaal van een merk

Tien jaar vernieuwend in evenementen en reclame

De eerste productie van Xsaga ooit kent iedereen: het huwelijk van Willem-Alexander en Maxima. "Een droomstart voor een nieuwe onderneming", vertelt Pieter Claassen van het Amsterdamse bureau. Xsaga's core business zit op het snijvlak van evenementen en reclame.

"Wij zetten een merk op het podium en vertellen het verhaal", zo omschrijft Pieter Claassen Xsaga. "En dat moet niet ons verhaal zijn, maar het verhaal van onze opdrachtgever", aldus de senior projectmanager van het Amsterdamse bedrijf.

"Wat we daarin steeds meer zien is dat het co-creaties zijn met de opdrachtgever. Men vraagt niet vaak meer dichtgetimmerde concepten waar niets meer aan te veranderen is. Het DNA van het verhaal zit immers bij de klant, en door goed samen te werken houdt je dat DNA in de productie."

Waar in die producties de kracht van Xsaga zit is de snelle koppeling die gemaakt wordt tussen creativiteit en strategie enerzijds en productie anderzijds. "De productie hebben we in huis, daardoor werken we snel en efficiënt. Een mooi plan bedenken dat in de praktijk niet uitvoerbaar is zal bij ons niet snel voorkomen."

Anderzijds laten de creatieve geesten bij Xsaga zich niet beteugelen door 'kan niet'. "Die term komt bij ons niet voor. In ons vak werken we hard, maar met enorm veel lol in ons werk. En die lol komt voor een deel doordat je net voorbij het mogelijke kijkt."



Op scherp

"De financieel lastige tijden zetten iedereen weer op scherp", reageert Pieter Claassen op de vraag of organisatoren van evenementen merken dat klanten de hand op de knip houden. "Uiteraard merken we dat er voorzichtiger wordt om gegaan met budgetten voor evenementen en reclame, maar wij lopen niet weg voor opdrachten met een beperkt budget."

Sterker nog, het heeft ook positieve kanten. Claassen: "Je merkt dat er steeds meer behoefte is aan authenticiteit en kwaliteit. Waar er voorheen een hele show met beeld en geluid was, staat er nu – bij wijze van spreken – een zanger met een gitaar, maar dan wel met kwaliteit en een inhoudelijke boodschap."

Maar het is niet alleen maar soberheid troef. Volgend voorjaar mag Xsaga de opening verzorgen van het opgeknapte Rijksmuseum.

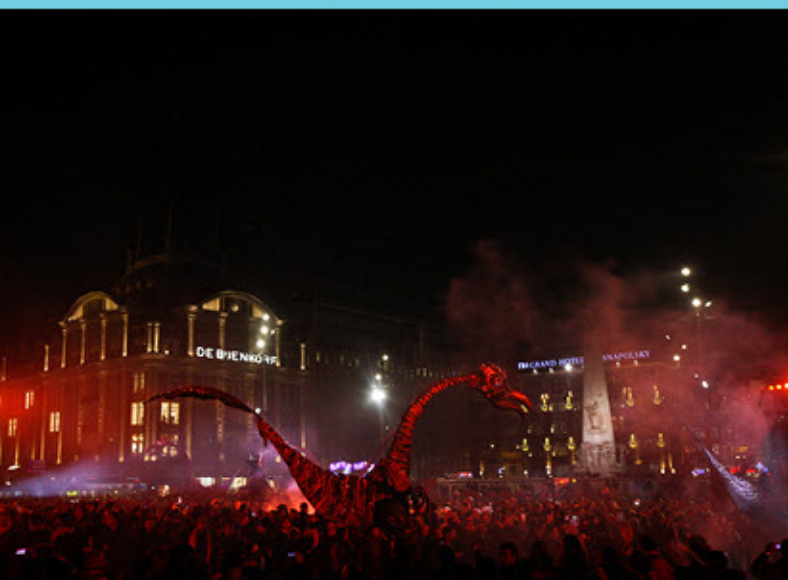
Het kan wel

En security dan? Stelt dat niet soms grenzen aan wat er mogelijk is? "Uiteindelijk valt dat mee. Uiteraard, we doen veel producties waar leden van het Koninklijk Huis bij betrokken zijn. Zo deden we de opening van

de Hermitage met de koningin als gast net een paar maanden na het drama in Apeldoorn. Dan wordt het toezicht wel enorm aangescherpt en dat moet je inpassen in de productie. Je draagt als organisator nu eenmaal een enorme verantwoordelijkheid. Onze ervaring is dat je er altijd uit komt."

Het belangrijkste daarbij is volgens Claassen: "Doen wat je belooft te doen. De partijen waar wij mee om de tafel zitten moeten er volledig van uit kunnen gaan dat wij security tot in alle details serieus nemen. Twijfelen wij, of hebben we advies nodig, dan is er een directe lijn met The Security Company."

Een recent voorbeeld is het UPC personeelsfeest dat wij produceerden. Een feest voor 1200 gasten, terwijl voorheen de grootste groep op Pampus 600 gasten was. "Dan komt Richard van Vught van TSC direct mee om de locatie te bekijken. Niet om zoveel mogelijk security te verkopen, maar vooral om alles effectief en efficiënt te beveiligen. Alle scenario's worden daarbij bekeken, de zorgvuldigheid die wij hebben in onze productie, die willen we ook in onze security. Co-creatie geldt niet alleen in de samenwerking met de klant, maar ook met onze toeleveranciers."



Het kennishuis van TSC.
Door Gerard van Duykeren



Cursussen 'Awareness' en 'Profiling'

De TSC Academy heeft als trainingsinstituut de afgelopen jaren tal van cursussen en opleidingen verzorgd voor medewerkers, klanten en externen. De TSC Academy bestaat uit 23 verschillende basis-, vakmanschap- en management development cursussen, welke logisch, beknopt en krachtig zijn opgebouwd. Waar mogelijk wordt de actualiteit geïncorporeerd en cursussen afgesloten met een toets.

AWARENESS



De cursus 'veiligheids-awareness' richt zich op het proactief opmerken, reageren en actie ondernemen door medewerkers bij voorkomende ongewenste situaties en activiteiten van kwaadwillende. De cursus gaat in op het observeren, interpreteren en proactief optreden waardoor er tijdig wordt gereageerd op ongewenste situaties.

Als mensen denken of weten dat ze niet gecontroleerd worden, zullen ze makkelijker norm afwijkend gedrag vertonen. Door het kenbaar maken van aanwezige spelregels worden mensen geattendeerd op het feit dat controle niet wordt uitgesloten. Men is zich nu bewust van een mogelijke controle. De uiteindelijke pakkans beïnvloedt het uiteindelijke gedrag van mensen.

Wil de gewenste verandering mbt veiligheids-awareness effectief zijn, dan dient ook aandacht besteed te worden aan instructies, de heersende bedrijfscultuur en aan de attitude van medewerkers ten aanzien van security en aan het persoonlijk nut. Hoe zorgvuldig deze maatregelen ook zijn georganiseerd, de mens blijft de zwakste schakel. Zodoende wordt aandacht besteedt aan waarom medewerkers iets wel of niet 'Willen, Kunnen, Durven of Mogen'.



PROFILING

Veiligheids-awareness richt zich dus voor een groot deel op gedrag en alertheid.

De cursus 'profiling' gaat verder in op de houding van de medewerker zelf, het inzetten van verschillende vaardigheden, doorzien en voorzien op wát er gebeurt en waar mogelijk zelfs voordat het gebeurt.

Het begint met de medewerkers zelf, door het bepalen binnen welke bandbreedte zijn/haar normen en waarden liggen. Of te wel wat is voor hem/haar (ab) normaal? Hoe wordt (afwijkend)gedrag opgemerkt en geïnterpreteerd? Van welke vooroordelen is er sprake en welke persoonlijke valkuilen? Hoe wordt er gekeken naar dadergedrag, rekening houdend met verschillende culturen/gebruiken?



Door anders te leren denken, kijken en logisch redeneren, verplaatst de medewerker zich in de bezoeker. Met de kennis en ervaring van deze professionele medewerkers, is The Security Company in staat bezoekers een veiliger en gastvrij bezoek te verzorgen.



Er worden vaardigheden aangeleerd en vaardigheden geborgd in het omgaan met personen met een negatieve houding, waarbij wordt getracht de agressie spiraal te vermijden. Ook wordt er binnen de groep medewerkers gewerkt aan het bereiken van acceptatie over de huidige werkelijkheid, door zich te verplaatsen in de dader. Hoe kan door (anders) te kijken naar gedrag, beweging en intentie er (afwijkend) gevolgedrag worden opgemerkt/herkent. Dit zonder de aandacht op het gehele publiek te laten verslappen.



Vier professionals uit de evenementenbranche starten Crowd Care Consultancy

Ronny Hooch Antink | Cees Muurling |
John Mulder | Gerard van Duykeren

Vier ervaren professionals uit de evenementenbranche hebben hun krachten gebundeld in Crowd Care, een consultancy bureau ten behoeve van evenementenveiligheid en crowd management. Crowd Care bestaat uit Ronny Hooch Antink (LOC7000), Cees Muurling (The Mojo Barriers), John Mulder (TwistedDutchmen / Mojo Concerts) en Gerard van Duykeren (The Security Company). Crowd Care Consultancy is opgericht vanuit de behoefte een brug te slaan tussen theorie en praktijk.

De vier partners van Crowd Care hebben, ieder vanuit hun eigen discipline, dagelijks met vraagstukken rond evenementenveiligheid en crowd management te maken. Gezamenlijk maakten zij deel uit van vele duizenden evenementen, waaronder grootschalige projecten als Live Aid, Sail Amsterdam, Lowlands, de Nijmeegse Vierdaagse, Libelle Zomerweek, Koninginnedag, concerten van U2, Madonna en Coldplay, culturele festivals en nationale sportevenementen. Zij ondersteunden Metallica en de Rolling Stones bij hun wereldtournees en adviseerden organisaties als Wembley Stadium en The Greater London Authority, organisator van de publieksevenementen rondom de Olympische Spelen 2012.

Door deze jarenlange ervaring weten de partners van Crowd Care als geen ander met welke uitdagingen bestuurders of organisatoren te maken krijgen bij het opzetten van grootschalige, complexe en soms risicovolle evenementen of bijeenkomsten. Maar ook de vele kleinschalige projecten hebben de praktijkkennis versterkt. De belangrijkste bevinding: een goede

voorbereiding kan veel incidenten ondervangen, maar de praktijk is grillig en sluit niet altijd aan bij wat er aan de bestuurstafel is bedacht. En vooral uit die praktijk is lering te trekken. Meer en meer ontstond bij de partners de behoefte een brug te slaan tussen de gangbare theoretische uitgangspunten over veiligheid en crowd management en de praktische uitwerking:

"We zien in ons dagelijks werk dat de veiligheid daadwerkelijk kan verbeteren door inbreng uit de praktijk. In onze ervaring blijft veiligheid nog te vaak een papieren tijger, terwijl toepasbaarheid en praktische uitvoerbaarheid essentieel zijn. Onze drijfveer is evenementen steeds veiliger te maken en met onze kennis een bijdrage te leveren aan de professionalisering van de sector waar we ons zo sterk mee verbonden voelen. Daarbij klopten overheden, organisatoren en dienstverleners voor de oprichting al regelmatig bij ons aan voor strategisch advies en praktische ondersteuning. Het is voor ons dan ook een logische stap om de complementaire samenwerking om te zetten in een onderneming."

Crowd Care ondersteunt (lokale) overheden, organisatoren en hulpverleningsdiensten op strategisch, tactisch en operationeel niveau. "De theoretische kennis en praktijkervaring die in de afgelopen tientallen jaren is opgebouwd willen we graag delen met onze opdrachtgevers. Of het nu gaat om organisatoren van evenementen, overheden, profit of non-profit organisaties." Meer informatie is beschikbaar op www.crowdcare.nl.





“Sluit aan bij iets wat mensen toch al graag doen”

Een email rondsturen voor een goed doel, dat is toch steeds meer met hagel op klein doel schieten. Bert Cocu, directeur van fondsenwerver Emolife zet vooral sportevenementen in om fondsen te werven voor goede doelen. “Iets organiseren dat leuk is en als leuke bijkomstigheid ook nog geld ophalen. Dat werkt.”

Sportieve uitdagingen om geld op te halen voor goede doelen. Dat is waar Emolife goed in is. “Maar er is meer. We zijn een organisatie met expertise in huis die men bij de goede doelen zelf vaak niet in huis heeft. Wij kunnen het werven van fondsen voor ze organiseren, zodat zij zich kunnen blijven richten op waar zij goed in zijn: hun doel verwezenlijken.”

Bert Cocu is einde jaren negentig begonnen met het opzetten van zijn bedrijf voor het werven van fondsen. “Mensen direct benaderen en nieuwe manieren vinden om mensen te activeren, dat inspireerde me. En daar hebben we in de loop van de jaren enorm veel kennis in opgebouwd. Dat doen we door mensen op straat aan te spreken, door bij mensen langs de deur te gaan, maar vooral ook door evenementen te organiseren waarin iets te doen is voor deelnemers. Denk dan met name aan sport.”

Run for KiKa

De Run for KiKa, de Stichting Kinderen Kankervrij, is zo'n voorbeeld van een sportevenement. Mensen doen mee aan een run van vijf of tien kilometer, of kinderen doen één kilometer, en laten zich daarvoor sponsoren door ouders, vrienden, kennissen en collega's. “Daar heb je een mooie combinatie. Deelnemers doen primair mee omdat zij graag sporten, maar aan die deelname koppelen wij de mogelijkheid om geld op te halen voor KiKa”, vertelt Cocu. De ruim vijfduizend deelnemers haalden 370 duizend euro op voor KiKa.

In november zou de actie een vervolg krijgen op de marathon van New York, die vanwege de storm Sandy is gecancelled. “Ook daar biedt je mensen allereerst iets wat ze graag doen. Veel mensen dromen er van om ooit de marathon van New York te lopen. Wij bieden een arrangement, maar vragen wel dat je als deelnemer sponsors verzamelt. Zo haal je met een klein aantal deelnemers heel veel geld op. In 2011 brachten 135 deelnemers meer dan een miljoen euro op.”



Grote evenementen

Tour for Life, een wielrentoer naar Italië om geld op te halen voor Artsen zonder Grenzen. Of de Kenya Classic, een zware toerfietsstocht door Kenya voor AMREF Flying Doctors. Of in vijf dagen de Kilimanjaro beklimmen voor War Child. De combinatie van sport en persoonlijke uitdaging blijkt een succesvolle formule bij het steunen van goede doelen.

Voor het organiseren van evenementen voor Emolife is TSC vaak de partner. "Er komt veel kijken bij het organiseren van een evenement in de openbare ruimte

waar enkele duizenden mensen aan meedoen. Ook wij moeten voldoen aan de vergunningsvoorwaarden van gemeenten en daarin wordt professionele beveiliging gevraagd. En die beveiliging levert TSC al een aantal jaar. Ze weten wat er nodig is."

Cocu: "Fondsenwerving met evenementen werkt. En het werkt omdat je persoonlijk betrokken bent. En met veel sportevenementen koppel je een zeer persoonlijke uitdaging aan een goed doel."





Foto: Arend Spaans

René Smit van RTL Live Entertainment:

“Emotie in een live vorm”



Foto: Paul & Memo Riebert



Foto: Arend Spaans



Foto: Bob Kerman





Op de leukste momenten van het jaar brengt RTL haar formats via live concepten dicht naar de kijker toe. Van kleinschalige live events zoals seminars voor RTL Z tot grote shows voor een breed publiek als The Voice of Holland concerten, de All You Need is Love concerten, GTST Live en de theatertour van Derek Ogilvie. René Smit, directeur RTL Live Entertainment, zet zich met zijn team in voor het ontwikkelen en exploiteren van live entertainment op het gebied van muziek, theater en events.

"We zijn bij RTL continu bezig om de beleving rondom onze formats te verdiepen en te verrijken", vertelt Smit. "Dat noemen we de 'total experience'. De beleving van programma's wordt hiermee breder getrokken dan alleen televisie. Het maakt niet uit via welke weg we de consument het verhaal vertellen, zolang het maar relevant is. Met live entertainment maken we de totaalbeleving rond."

"RTL verkeert in de unieke omstandigheid dat we alle middelen tot onze beschikking hebben: bekende televisiemerken, presentatoren, onze eigen locatie Studio 21, marketingkracht en creativiteit", gaat Smit verder. "Deze middelen zetten we in om unieke consumentenbelevingen te realiseren voor elke doelgroep."

Succesvol pionieren

Werkt ieder succesvol televisieprogramma ook als live evenement? "RTL is een grote entertainmentleverancier met merken die ook in een live vorm pure emotie oproepen", legt Smit uit. "Maar om de mensen daadwerkelijk uit hun stoel te krijgen, moeten we iets toevoegen aan wat de kijker al krijgt via televisie. We organiseren al een aantal jaar live evenementen, maar bij iedere nieuwe productie moeten we weer pionieren."

Voor commerciële partijen zijn de producties van RTL Live Entertainment een aantrekkelijke manier om direct met de consument in contact te komen. De events trekken volle zalen. Daarmee biedt RTL adverteerders een extra podium waarop ze op een natuurlijke wijze hun producten, diensten of branding kunnen etaleren.

Schaalbare veiligheid

Voor de live evenementen heeft RTL Live Entertainment onlangs een contract gesloten met The Security Company. TSC verzorgt daarbij de veiligheid bij alle evenementen. "We zochten een partner met bewezen track record bij live evenementen en een partij die makkelijk kan opschalen. Het gaat er om dat we bij al onze evenementen weten dat het breed geregeld is. Dat de beveiliging is afgestemd op de locatie en het publiek en dat alles ruim vooraf is geregeld." TSC biedt dat, volgens Smit. "We werken bij nagenoeg al onze evenementen met fans en publieke personen en daarbij zoek je naar een balans tussen toegankelijkheid en veiligheid. Voor het creëren van de juiste beleving van live entertainment wil je publieke personen niet afschermen met persoonsbeveiligers."



Convenant securitybedrijven met Politie Gelderland-Midden

“Herrieschopper op evenement hebben wij graag in beeld”

“We kunnen beter informatie uitwisselen, wij van de politie en private beveiligingsbedrijven”, legt André Oudendag van Politie Gelderland-Midden uit. Het korps wil binnenkort een convenant tekenen met partners waar zij veel mee samenwerken, ondermeer TSC. “Een afspraak om de voetbalwet beter te laten functioneren.”

Op het moment dat André Oudendag uitlegt waarom zijn korps een convenant wil sluiten met een aantal beveiligingsbedrijven die veel bij evenementen betrokken zijn, kijken de juristen nog naar de punten en komma's. “Er lijken geen obstakels, wettechnisch is het convenant mogelijk en kunnen we bindende afspraken maken. Ook onze privacy-officers zien geen bezwaren.” Hij vervolgt: “Wettechnisch is een convenant niet eens nodig, we hebben de bevoegdheid informatie op te eisen als we dat nodig vinden. Maar omdat wij veel

kennis hebben en beveiligingsbedrijven dat ook hebben lijkt het ons beter om samen te werken en af te spreken bepaalde informatie te delen. Onze kennis kan nuttig zijn voor organisatoren en evenementenbeveiligers. Anderzijds ben ik ook zo eerlijk om te zien dat beveiligingsbedrijven kennis van crowd management hebben waar wij als politie veel van kunnen leren.”

Herrieschoppers

Stel, de politie krijgt signalen dat een groep herrieschoppers uit A op evenement B wil gaan rellen. Of dat dealer C op plek D aan het werk is. “Dan willen we afspreken dat de private beveiliging over die informatie kan beschikken. Daarbij is wel duidelijk dat het op ‘need-to-know-basis’ is. We geven niet het hele dossier van zo iemand, alleen de informatie die op dat moment relevant is.”



Aan de andere verwacht de politie dat zij de gegevens krijgen van mensen die wegens een incident verwijderd zijn bij een evenement of bijvoorbeeld een voetbalwedstrijd. "Incidenten staan meestal niet op zichzelf, het gaat vaak om mensen die een dossier hebben. Met de informatie van de private beveiligers kunnen wij deze dossiers aanvullen zodat we meer weten over deze veroorzakers van incidenten."

Database

Dat er samengewerkt gaat worden is wel duidelijk, maar hoe die samenwerking er technisch uit gaat zien is nog niet tot de puntjes uitgewerkt. Oudendag kan zich voorstellen dat er een database komt die toegankelijk is voor een aantal mensen bij evenementenbeveiligers en de politie. "Beide partijen voorzien die database van informatie die gedeeld kan worden. Het is wellicht de

snelste manier van informatie-uitwisseling, maar naar de veiligheidsaspecten moeten we nog goed kijken."

Het convenant is wat André Oudendag betreft een bevestiging van een samenwerking die goed is en beter kan. "Korps Gelderland-Midden wil graag op deze wijze met evenementenbeveiligers gaan samenwerken. We zien het dan ook als een proef die wellicht later elders gevolg krijgt."

Als groot voordeel ziet Oudendag ook dat er een model komt voor hoe publieke en private partijen kunnen samenwerken. Daar is nog veel onduidelijkheid over. "Nu wordt er incidenteel samengewerkt. De ene keer krijgen evenementenbeveiligers wel informatie, de andere keer niet. De ene keer krijgen ze een foto van een overlastpleger, de andere keer alleen een naam. We hopen nu een manier van samenwerken te krijgen die model staat voor alle evenementen."



Minor Crowd Management
op Hogeschool Utrecht

“Studenten aan de slag met Haren en de Hadj”

Meer belangstelling dan er plekken in de klas waren. Dat was natuurlijk goed nieuws voor de minor Event Crowd Management die dit studiejaar op Hogeschool Utrecht van start ging. Het studieprogramma is een initiatief van TSC-directeur Gerard van Duykeren en wordt nu gedoceerd aan 32 laatstejaars HBO-studenten.

Een minor is een onderdeel in het studieprogramma dat een HBO-student vrijelijk kan invullen. Jan Eberg, docent Crowd Management aan de HU: “Meestal kiest een student daarvoor een minor die bij de studierichting past. Zo wordt Crowd Management vooral gekozen door studenten Veiligheidskunde. En voor hen is het ook gesneden koek. Maar er zijn ook studenten van bijvoorbeeld Economie & Management of Communicatie die toch deze minor kiezen.”

Begin 2013 moet duidelijk zijn of de minor Event Crowd Management een succes was. Binnenkort wordt de eerste periode afgesloten, dan moeten de studenten een schriftelijke toets succesvol hebben afgerond en moeten ze een conceptueel plan en een dossier met afgeronde opdrachten inleveren.

“Daarna kunnen we wat meer vertellen over het succes van deze minor. Het is wel duidelijk dat er tot nu toe minder voortijdige afhakers zijn dan in andere minors. Een goed teken”, constateert Eberg.

Voor Hogeschool Utrecht is de samenwerking met het bedrijfsleven een waardevolle methode om studies nauw aan te laten sluiten op het beroepenveld. “Dat doen we vaker. Zo krijgen bedrijven en organisaties studenten die de praktijk kennen en het levert ons een netwerk voor bijvoorbeeld stageplekken op. Er is een wederzijds belang.”

Actueel

Met Haren nog dagelijks in de kolommen van de krant, is het niet moeilijk om de minor Crowd Management aan te laten sluiten bij de praktijk van nu. “Crowd Management is actueel. Onlangs was de Hady in Mekka bezig, waar miljoenen moslims uit de hele wereld samen komen. Met dit soort actuele gebeurtenissen kunnen we de minor voor onze studenten aantrekkelijk maken.”

Als een thema voor het eerst in een collegezaal wordt gegeven is het altijd zoeken naar een goede manier om het te doceren. Gerard van Duykeren heeft inmiddels theorie en praktijk bijeen gebracht in 2 boeken, crowd management & bezoekersgedrag en risicoanalyse, welke worden gebruikt als lesmateriaal bij de minor. Daarnaast wordt er veel gewerkt met sprekers uit de praktijk en opdrachten die identiek zijn aan situaties uit de praktijk. Professionals van TSC staat regelmatig zelf voor de klas en putten uit zowel theoretische kennis als jarenlange praktijkervaring.

“Een theoretisch handboek met een lesmethode ontstaat meestal als een minor wat langer loopt. Zo zal dat bij Crowd Management ook gaan”, verwacht Eberg. “Wat we dit voorjaar in samenwerking met TSC hebben samengesteld, is een goede mix van praktijkopdrachten en theoretische kennis. En dat merk je terug in de wijze waarop we de minor toetsen. We toetsen vaardigheden, zoals het schrijven van een projectplan. Maar we toetsen ook de noodzakelijke kennis. Beide heb je nodig om de minor te halen.”

Zijn studenten enthousiast over de minor? “Studenten zijn studenten. Die zitten soms met een wat andere insteek in hun studie dan wij als docent of werkgever in spe zouden wensen. Ze willen hun studiepunten halen en zullen niet snel van de daken schreeuwen dat ze iets heel boeiend vinden. Maar we zien ze serieus werken en naar uitdaging zoeken. Ik zie een enthousiaste groep docenten voor een enthousiaste groep studenten.”

