

**booze**  
experience creators

**AUTUMN 2024**



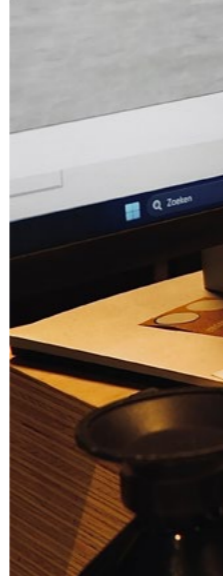
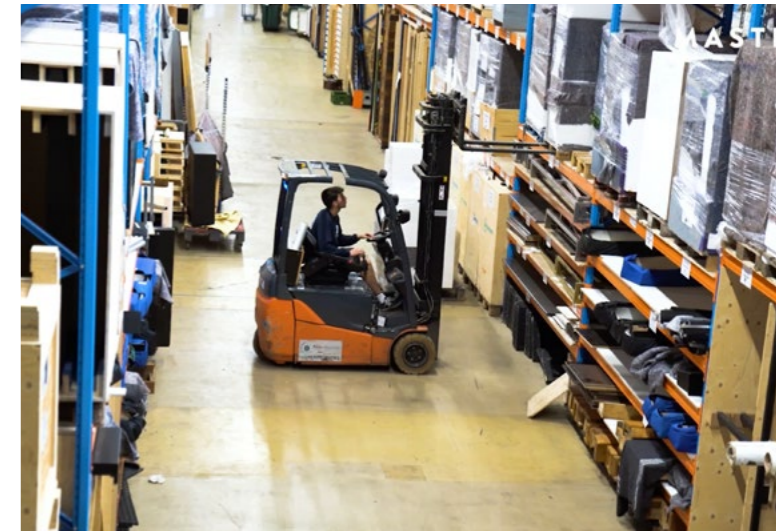
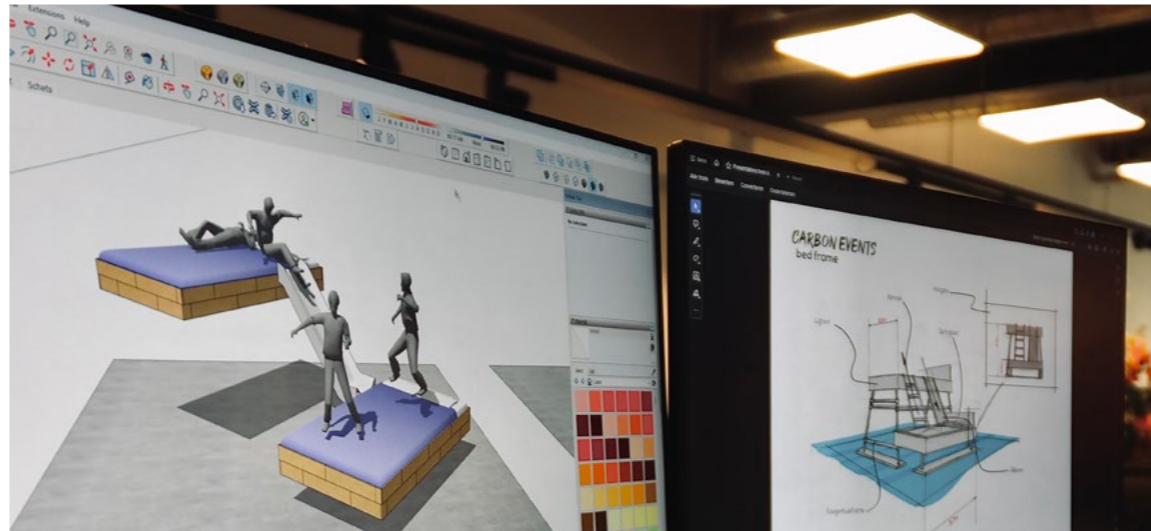
## Boozed – Experience Creators

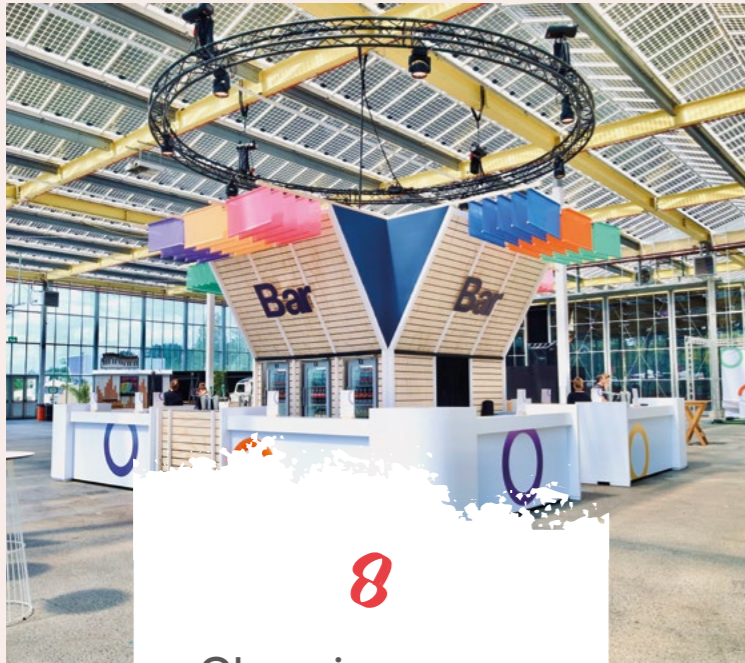
Wij zijn creatieve architecten die jouw verhaal met impact tot leven brengen. Jouw merk zichtbaar en tastbaar maken. Boozed heeft alle bouwstenen in huis, van advies, ontwerp, concept tot implementatie. Alle disciplines om een idee te vertalen naar een experience die ertoe doet.



 Scan mij

En bekijk onze  
bedrijfsvideo!





8

### Olympic summer event

Klantverhaal



18

### De 7 R-ladder

Inspiratie



33

### Uitbreiding Boozed

Boozed



28

JMT

Interview met: Kees Jansen,  
Commercial Director  
bij JMT Floorcoverings



Wij zijn Boozed	2
Introductie	6
De favoriet van...	17
De favoriet van...	26
Boozed projecten	22
De favoriet van...	32
Boozed projecten	36
Boozed projecten	50
De favoriet van...	53
De favoriet van...	63
Boozed projecten	64
De favoriet van...	68
Agenda & teaser	69
Get Boozed!	70



46

### B Corp update

Boozed



54

### Huishoudbeurs

Klantverhaal



## Introductie

**A**lweer de derde editie van ons magazine, en wat zijn we trots op de groei die we samen met jullie doormaken. In deze editie richten we ons speciaal op standbouw – een vakgebied dat voor mij synoniem staat met merkbeleving. Soms mag het allemaal nét wat uitdagender om die onmisbare stopping power te creëren, zodat bezoekers niet alleen stoppen, maar ook een positieve, blijvende indruk van de ervaring overhouden.

Terwijl ik dit schrijf, voel ik de spanning van het opzoeken van nieuwe uitdagingen. Stap voor stap probeer ik vaker het podium te pakken, hoewel dat voor mij als introvert niet vanzelfsprekend is. Toch, met meer dan 25 jaar ervaring in de eventbranche, besef ik dat het soms nodig is om die spotlight op te zoeken, zeker nu ik steeds vaker word gevraagd om mijn inzichten te delen. Het is een eer waar ik geen nee tegen probeer te zeggen.

In deze editie deel ik ook graag onze reis als B-corp. We zijn nu een jaar gecertificeerd en, zelfs als 'pro', verdwalen we regelmatig in de systemen, regels en vooral de talloze mogelijkheden. Daarom neem ik jullie graag mee in onze zoektocht naar duurzame oplossingen en groei, zodat we samen kunnen leren en innoveren.

De Huishoudbeurs is voor mij persoonlijk altijd een fascinerend evenement geweest. Toen ik nog aan de klantzijde werkte, vond ik het ongelooflijk interessant om deze doelgroep te

zien, die compleet anders is dan de stedelijke, urban yuppen waar ik dagelijks mee te maken had. Scherpe acties, trolleys vol nieuwe producten, en spiegeltjes en kraaltjes die hun ogen deden twinkelen – het was een wereld apart. Nu, ruim 20 jaar later, speelt beleving een nog belangrijkere rol. Ik heb altijd gezegd: als je marketeer bent in FMCG, dan moet je jaarlijks naar de Huishoudbeurs om je echte klant te ontmoeten.

In deze editie willen we ook een speciale shout-out geven aan onze partner JMT Floorcoverings, die vooroploopt in circulair tapijt. Net als wij, inspireren zij onze opdrachtgevers en streven ernaar om bezoekers te blijven fascineren en verrassen. Mijn boodschap aan jullie, lezers, is simpel: Never stop learning. Elke dag biedt nieuwe kansen om te groeien, zowel persoonlijk als professioneel. Laten we die kansen samen aangrijpen.

Veel leesplezier!



Fotograaf: Kirsten Koornneef | Klik Allround Creator

## Olympics Summer event met 4000 bezoekers

**Wat:** Bedrijfsfeest | **Waar:** EXPO Greater Amsterdam  
**Wie:** Brownys | **Thema:** Olympische spelen

**S**tel je voor. Je werkt bij een groot, internationaal succesvol bedrijf. En jouw werkgever organiseert jullie eigen festival! Het Coachella onder de bedrijfsfeesten. Ruim 4.000 enthousiaste werknemers maakten het mee afgelopen juni. In opdracht van Brownys mochten wij, ook dit jaar weer, het event aankleden! Check hier wat voor gave dingen we hebben neergezet en hoe het proces is verlopen.

### Over het event

Een eigen festival bij evenementenlocatie EXPO Greater Amsterdam. De perfecte locatie met zowel binnen- als buitenmogelijkheden. Daarnaast is hier alle ruimte, met 24.000 m<sup>2</sup> aan oppervlakte! Zo konden we samen met Brownys iets super vets neerzetten! ➔

**90**  
meter trailer  
aan meubilair

**288**  
uur  
opgebouwd

**49**  
pagina's met  
3D impressies

**68**  
meter  
foodstraat

### Thema Olympics

Groot event = groot thema! En met 2024 als sportzomer werden we dus ook gelijk enthousiast over het thema 'Olympische Spelen'. Op basis van de huisstijlkleuren, die speciaal voor dit event zijn ontworpen, is het design team aan de slag gegaan met een moodboard. Ons eerste ontwerp is in grote lijnen gebaseerd op de Summer Olympics van 1984. Vandaar dat we hebben gewerkt met grote elementen, kleur en grafische prints.

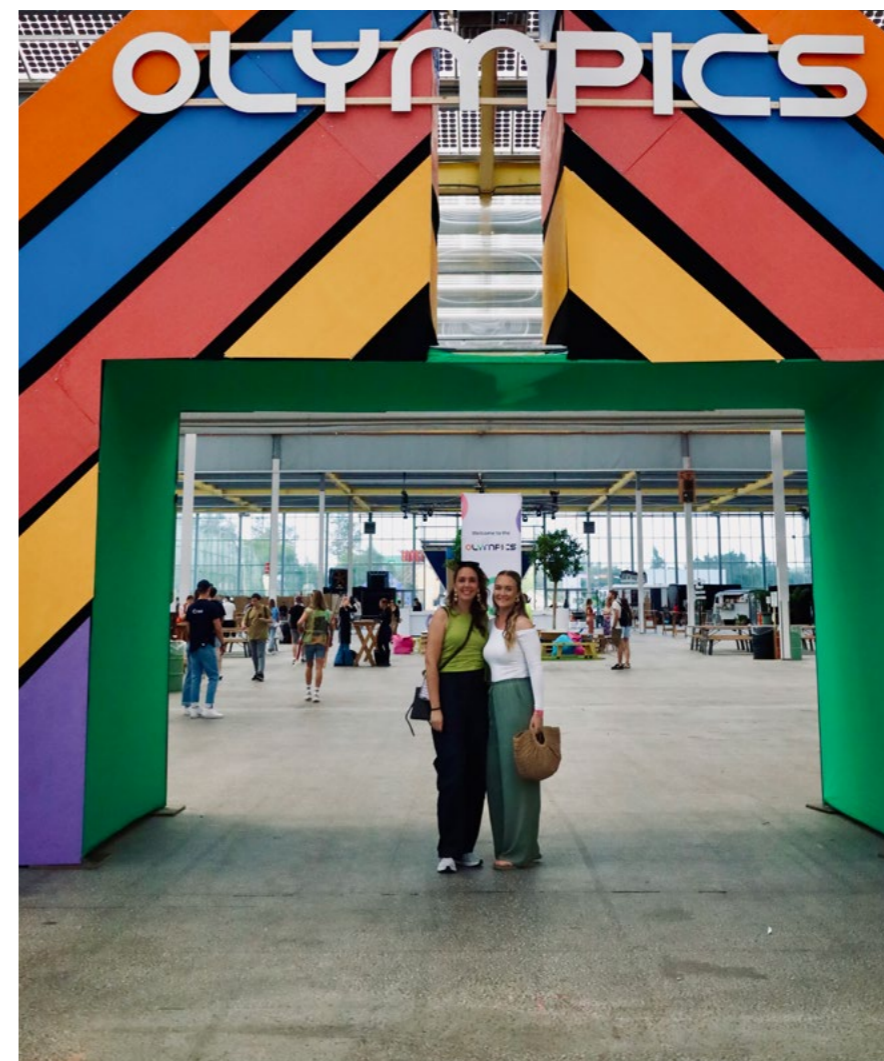


Verder werden verschillende terrassen en buffetten gebaseerd op landen waar de Olympische Spelen tijdens eerdere edities zijn gehouden. Met als middelpunt het Parisian Bistro terras, inclusief Eiffeltoren en fontein, als verwijzing naar de locatie waar de Spelen dit jaar plaatsvinden.

Hieronder nog een aantal voorbeelden hoe het thema is verwerkt:

- Sportieve activiteiten, zoals de atletiekbaan die werd gebruikt als entree, een heuse BMX baan, Jeu de Boules banen, een wipe-out baan en nog veel meer. Deze activiteiten zijn in samenwerking met diverse leveranciers georganiseerd.

- Naast de actieve areas was er ook een health corner, waar men kon opladen, zowel door middel van yoga, een heerlijk sapje, of door te relaxen in het chille loungemeubilair.
- Daarnaast werd er een bijpassend menu samengesteld door onze vaste partner Hete Peper Catering, denk daarbij aan typische pita's uit Athene (2004), maar ook paella uit Barcelona (1992), schnitzels uit München (1972) en heerlijke pizza's uit Rome (1960)!
- De herkenbare grafische elementen, zoals de ringen van de Olympische Spelen, zijn op diverse manieren verwerkt. ➔



Fotograaf: Kirsten Koornneef  
Klik Allround Creator

# MOODBOARD

Overall look & feel



### Timeline event uitvoer

Om een event van dit formaat voor te bereiden, zijn we intern eerst begonnen met het samenstellen van het team. Daarin werkten we met een designer, twee technisch ontwerpers en twee projectmanagers.

### Hoe verliep het traject?

- In maart zijn we begonnen met de eerste brainstorm en het uitwerken van de moodboards.
- We maakten maar liefst negen versies van de 3D-impressies.
- We zorgden ervoor dat al het artwork in productie genomen werd.
- De werkvoorbereiders zorgden ervoor dat de werkbonnen op tijd bij ons team in de werkplaats lagen en ze aan de slag konden.
- Doordat de locatie hetzelfde was als het voorgaande jaar, was er geen locatiecheck nodig.
- De weersvoorspellingen voor juni waren nogal wisselvallig waardoor er vooraf nagedacht moest worden over verschillende slecht weer scenario's. Gelukkig niet nodig geweest want zowel tijdens de op- en afbouwdagen als tijdens het event was het prachtig weer en scheen de zon volop.
- Tijdens de productiemeting, 2 weken voorafgaand aan het event, stonden we nog met onze laarzen in de blubber.

- We hebben in totaal drie dagen opgebouwd om dit Summer event klaar te maken voor de bezoekers.

### Sterk staaltje maatwerk

Hoewel dit event plaatsvond in één van de drukste periodes van het jaar, is daar absoluut niets van te merken in het ontwerp. Onze designers hebben werkelijk fantastische concepten bedacht. Wat sprong er écht uit? Bekijk hieronder drie concepten:

#### 1. Maatwerk bars

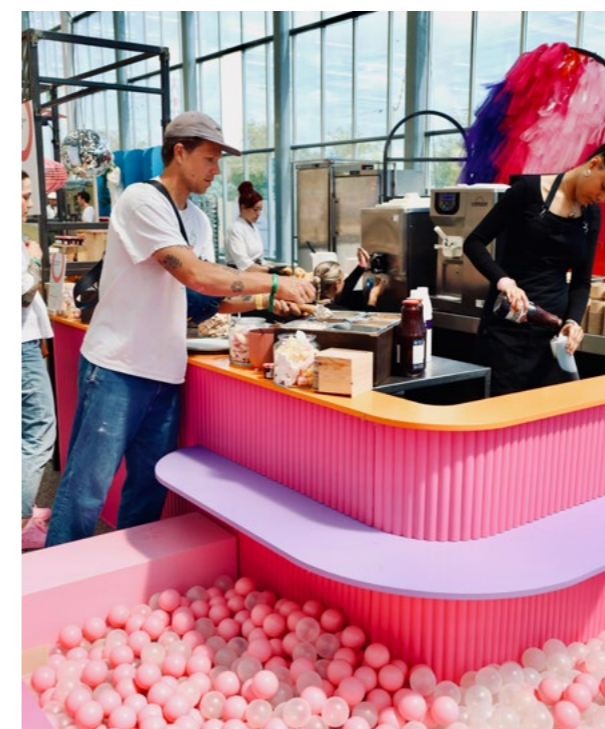
De bars moesten niet alleen creatief zijn en alle kleuren en stylingelementen uit het thema laten terugkomen, maar ook voldoende ruimte bieden voor de cateraar en onder andere beschikken over genoeg koelkasten. In de middenbar moest zelfs een enorme dubbele biertank geplaatst worden! Hoe werk je dit mooi weg, terwijl de catering er toch bij kan? Met op maat gemaakte standbouw wanden!



Maatwerk bar  
Fotograaf: Kirsten Koornneef Klik Allround Creator

#### 2. Food Disco Fairy Bread buffet

Met de nodige roze glitters, discoballen en performances van getalenteerde drag queens, via Krokant Agency, vroeg dit event ook om een lekker uitbundig buffet voor de zoete lekkernijen. En zo stond je ineens naast een roze ballenbak je softijs te discodippen!



Fairy bread buffet  
Fotograaf: Kirsten Koornneef Klik Allround Creator



Foodstraat

#### 3. Creatief ontwerp foodstraat

Hoe zorg je ervoor dat een 68 meter lange foodbuffet in een tent er geweldig uitziet? Door houten planken te printen met een toffe gekleurde opdruk, geef je het buffet een unieke en frisse uitstraling.

#### Super samenwerking met Brownys

Dat dit event weer helemaal soepel verliep, verbaast ons niet! We werken al jaren super fijn samen met Brownys; één van onze vaste partners/opdrachtgevers voor gave, grote events. We liggen qua visie, creativiteit en professionaliteit helemaal op 1 lijn. En... het zijn gewoon leuke mensen! Voor dit event werkten we veel samen met Noor van Bergen en Bram van Beek. ➔



Monsie van Diemen en Noor van Bergen



Nicole en Sifra van Boozed

### Brownys aan het woord

Ook ons verbaast het niet dat de samenwerking wederom helemaal goed verliep. Voor al onze grote evenementen werken we altijd met veel plezier met Boozed. Na jarenlange samenwerking weten we goed wat we van elkaar kunnen verwachten, waardoor samenwerken altijd prettig is en “de job” altijd naar wens wordt uitgevoerd. Na een goede brainstormsessie rollen er altijd toffe ideeën uit, waar onze klanten en uiteraard wijzelf erg blij van worden.

Voor dit evenement zijn wij (Brownys) met decorbouwers gestart met het ontwerpen van een overall look & feel, beginnend bij het ontwerp van de mainstage en verschillende poorten verdeeld over het terrein. Nadat de eerste ontwerpen waren gemaakt, hebben wij deze gedeeld met Boozed en gevraagd of zij hierop konden inspelen door soortgelijke designs en kleuren te gebruiken voor de barren, foodstations en overig meubilair. We kunnen niet anders zeggen dan dat Boozed wederom met hele toffe designs is gekomen om het terrein een geheel te laten vormen, waardoor de gehele look & feel kloppend werd. Dit evenement hebben we samengewerkt met Sifra; het is altijd prettig werken met haar. We kennen elkaar inmiddels goed, waardoor we snel, effectief (en met plezier!) kunnen schakelen om het proces van het evenement zo soepel mogelijk te laten verlopen. ●



# DE FAVORIET VAN...



**Kelly van Wissen**

Office Manager

### Discobollenpaal

Met een discobol creëer je een magische sfeer op ieder event! Deze discobollenpaal bestaat uit spiegelbollen van verschillende formaten en hierdoor een unieke eyecatcher. In totaal is de discopaal 230cm hoog en heeft een doorsnede van 60cm.



Rethink



Repair



Reduce

## Slim omgaan met (rest)stromen: de 7 R-Ladder in event styling

**A**fval en uitstoot: helaas veroorzaakt de eventbranche dat meer dan ons lief is. Hoe kun je dit oplossen? “Door simpelweg een event... niet te organiseren!” Maar dat is natuurlijk niet de oplossing. Daarom hierbij stap voor stap wat je wél kunt doen, via de 7 R-Ladder.

### Wat is de 7 R-Ladder

De R-ladder een uitgebreide benadering voor afvalbeheer en duurzaamheid die verder gaat dan alleen recyclen. Het concept richt zich op verschillende stappen die organisaties kunnen nemen om hun impact op het milieu te minimaliseren. De R-Ladder bestaat uit: rethink, refuse, reduce, reuse, repair, recycle en recover. Check hieronder de uitleg en onze tips per stap.



### 1. Rethink

(Her)overweeg de noodzaak van bepaalde activiteiten of producten. Wij vragen ons altijd af: ‘waarom doen we dit?’ en ‘in welke setting kunnen we dit het beste doen?’. Zo kun je op verschillende manieren een bepaald doel bereiken of een thema

belichten. Dan kom je er vaak achter dat je helemaal geen tientallen nieuw geprinte doeken of wegwerpitems nodig hebt!



### 2. Refuse

Weiger dingen die overbodig zijn of die schadelijk zijn voor het milieu. Dit kunnen in de uitvoer van een event plastic tasjes of wegwerpartikelen zijn, maar ook hele events of onderdelen daarvan! Zo zullen wij geen opdrachten aannemen van organisaties waar wij niet achter staan en kopen we niks in van inferieure kwaliteit uit verre landen.



### 3. Reduce

Verminder het gebruik van grondstoffen en energie door minder te consumeren en efficiënter om te gaan met wat je hebt. Veel van onze uitstoot zit in transport. Helaas zijn elektrische wagens met voldoende bereik en oplaadpunten momenteel nog niet volop verkrijgbaar. Daarom kijken we ook kritisch naar andere mogelijkheden: ➤

#### • Efficiënt laden van de wagens

Stapelbare materialen in perfect passende karren of kisten, die zo handig mogelijk geladen worden: alle teamleden, spullen en werkwijzen zijn erop afgestemd.

#### • Wagenpark en collega's

Door ook kleinere wagens te hebben, stoten we minder CO2 uit bij kleine orders. Daarnaast kunnen we vaak minder wagens inzetten door aanhangers te gebruiken. Hier wordt het personeel op getraind! Zo kunnen ze ook net wat extra meenemen wat naar een locatie in de buurt moet. Handig, die combiritjes!

#### • Meerdaagse planningen

Duurt een opbouw meerdere dagen? Dan houden we de laatste wagen vaak zo lang mogelijk achter bij Boozed. Bij grote events zijn er vaak onvoorziene situaties die vragen om extra of ander materiaal. Door een wagen achter te houden waar dit nog bij kan, voorkomen we extra ritjes!



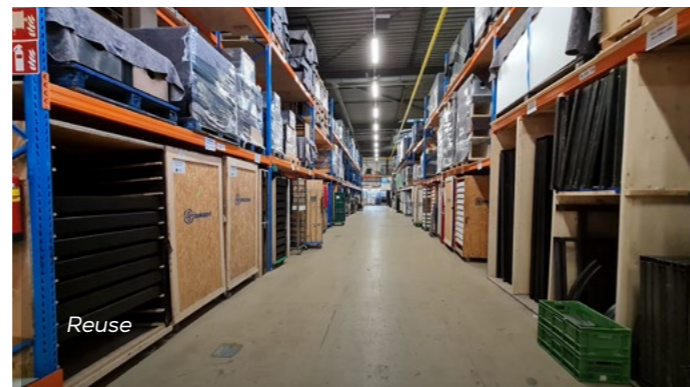
#### 4. Reuse

Producten opnieuw gebruiken in plaats van ze weg te doen; onze core business! Dit doen we uiteraard door verhuur, maar ook door reparaties,

upcycling en andere creatieve oplossingen toe te passen.

Een paar leuke tips:

- Koop wanneer dit kan tweedehands items in. Zo hebben wij al onze sleetjes (denk: decoratie voor winterevents) bij de kringloop vandaan. Daar hadden ze een mooie antieke look en waren ze ook veel goedkoper. Win-win!
- Item geveerd en verf over? Maak een sample, schrijf op hoeveel verf je nog hebt en bewaar deze in een sample kast. Zo hoef je vaak geen nieuwe verf te kopen voor een ander project!
- Laat artwork of andere branding materialen zo maken, dat je deze vaker kunt inzetten. Dus zet er geen jaartal op of een tekst die later niet meer relevant is. Ga voor een universeel beeld wat lang meegaat.



#### 5. Repair

Probeer kapotte producten te repareren in plaats van ze weg te gooien en nieuwe te kopen. Dit verlengt de levensduur van producten en vermindert afval. Voor ons heeft dit 2 kanten:

Eenzijds proberen we uiteraard te voorkomen dat items kapot gaan. Dit doen we door stevige materialen te gebruiken bij maatwerk projecten en robuuste items in te kopen die 'hufterproof' zijn. Daarnaast vervoeren we onze materialen altijd in stevige karren of transportkisten.

Anderzijds hebben we de skills en onderdelen in huis om items te repareren. We kopen bijna alleen meubilair in waar we reserveonderdelen van kunnen nabestellen en in onze werkplaats wordt veel tijd en liefde gestoken in het onderhoud van bijvoorbeeld barren, kasten en balies.



#### 6. Recycle

Toch afval na een event? Verwerk het als grondstof om nieuwe producten te maken. Recyclen helpt de vraag naar nieuwe grondstoffen te verminderen en de hoeveelheid afval die naar

stortplaatsen gaat te verkleinen. 3 leuke voorbeelden van materiaal dat we recylen:

**Tapijt** Cradle to cradle via JMT om er nieuw tapijt van te maken of intern hergebruik voor de bekleding van transportkisten.

**Hout** Wat over is gaat naar een meubelmakerij met sociale werkplaats.

**Doeken** Gaan naar creatieve ondernemers die hier tassen van maken.



#### 7. Recover

Wanneer je uiteindelijk niks meer kan met een materiaal, kun je er energie mee terugwinnen door middel van verbranding. In een circulaire economie komen zo min mogelijk materialen bij deze stap terecht. Momenteel hebben we bij Boozed een uitgebreid 'afval' eiland op onze retour afdeling, waar we zo goed mogelijk scheiden voor recycling, zodat er toch nog meer met de materialen kan gebeuren. En daarnaast winnen we zelf ook energie terug met onze eigen warmtepomp! ●



ENZA zaden Innovation Center  
Fotograaf: Kirsten Koornneef | Klik Allround Creator



ENZA zaden Innovation Center  
Fotograaf: Kirsten Koornneef | Klik Allround Creator

EEN GREEP UIT RECENTE BOOZED PROJECTEN | ENZA ZADEN



ENZA zaden Innovation Center  
Fotograaf: Kirsten Koornneef | Klik Allround Creator





## JMT Floorcoverings

**Interview met:** Kees Jansen, Commercial Director bij JMT Floorcoverings

**W**ij spreken met Kees Jansen, Commercial Director bij JMT Floorcoverings. Inmiddels is hij al 14 jaar werkzaam bij dit prachtige bedrijf.

### Het verhaal achter JMT

In 1982 is JMT geboren, naar aanleiding van de vraag naar kwalitatieve vloerbedekking voor beursstands. De oprichters, de broers Van de Merbel, hadden destijds al een stofferingsbedrijf, dus dit was een mooie stap. Later werd het assortiment uitgebreid met verhuurmeubilair, dit leidde tot grote internationale groei.

Na een aantal succesvolle jaren in de verhuurbranche wilde men zich opnieuw focussen op verkoop vloerbedekkingen en zo is het aparte zusterbedrijf JMT Floorcoverings ontstaan. "Begin jaren 90 werd JMT overgenomen door een investeerder en zo werden we steeds internationaler".

Inmiddels zijn we weer een aantal jaar verder en bestaan JMT en JMT Floorcoverings naast elkaar, nog wel in hetzelfde pand, maar met verschillende eigenaren. Bij ons is dat de familie van Merbel, die het bedrijf weer terug over heeft genomen. ➤



Ik zeg vaak “We komen nog steeds uit één stal, maar hebben een soort latrelatie”. Binnenkort verhuist JMT naar een splinternieuw onderkomen en gaan wij (JMT Floorcoverings) het bestaande pand van circa 10.000 m<sup>2</sup> naar eigen wens herindelen en aanpassen.

Momenteel zijn we in samenwerking met een externe partij druk bezig om de strategische koers van JMT Floorcoverings te verdiepen en aan te scherpen. Hierbij richten we ons op onze eigen identiteit, zeker nu we opnieuw een zelfstandig familiebedrijf zijn geworden, maar zeker ook op het belangrijke onderdeel: duurzame groei.

### De toekomst

Onze groeiambitie bij JMT Floorcoverings is groot. We willen niet alleen binnen Nederland groeien, maar ook internationaal bekendstaan en uiteindelijk de hele EU bedienen. Met de uitbreiding van onze opslagcapaciteit streven we ernaar om zowel onze voorraad als onze leversnelheid te vergroten.

Daarnaast willen we meer diversiteit in ons aanbod bieden, waaronder zeker duurzamere alternatieven. Duurzaamheid staat hoog op onze agenda. We willen dus zowel in omvang en bereik als in duurzaamheid groeien. Daarom gaan we

ons pand volledig herontwikkelen, inmiddels is ons pand uiteraard al wel voorzien van zonnepanelen en LED-verlichting.

Naast onze eigen locatie willen we ook onze klanten helpen bij het bevorderen van duurzaamheid. Daarom werken we aan het ontwikkelen van een retourstroom voor materialen, zodat we de 7 R-en (Rethink, Reduce, Repair, Reuse, Refurbish, Recycle, Recover) volledig kunnen implementeren. Hiermee gaan we verder dan alleen recyclen en zorgen we ervoor dat materialen hergebruikt kunnen worden.

Bij JMT staat het welzijn van ons team voorop. We willen dat al onze collega's blij en gelukkig zijn, en veiligheid is een essentieel onderdeel van alles wat we doen. Met een vast team van 20 mensen en een flink aantal freelance collega's hebben we ook daar een groeiambitie. Onze werkwijze is gebaseerd op de mindset 'For better & For worse', waarbij we elkaar iets gunnen en empathie voor elkaar hebben. We geloven sterk in de filosofie: zorg op de eerste plaats goed voor je mensen.

### Let's Rewind

Bij JMT Floorcoverings doen we er alles aan om zo duurzaam mogelijk te ondernemen en op zoek te gaan naar circulaire oplossingen.

Een van deze oplossingen is het gebruik van Rewind® tapijt. De naam zegt het al: dit tapijt is als het ware terug te spoelen en 100% te recyclen. Bovendien is dit het enige latexvrije naaldvilt beurstapijt, waardoor tijdens productie de CO<sub>2</sub> uitstoot met maar liefst 55% wordt gereduceerd.

We zijn dit jaar bovendien ook gestart met het JMT Floorcoverings Recover programma Vinyl, waarbij we met Boozed als eerste pilotpartner hebben samengewerkt.

Daarnaast verdiepen we ons op dit moment uitvoerig in bijvoorbeeld Bio based grondstoffen en hernieuwbare grondstoffen, zodat we ons gebruik van fossiele bronnen kunnen verminderen en de ecologische voetafdruk van onze producten kunnen verkleinen. Oftewel, we blijven continu in ontwikkeling.

### Live is niet duurzaam?

Kees hoort mensen weleens zeggen dat live events niet duurzaam zijn. Hij geeft aan dat live events natuurlijk tijdelijk zijn en wellicht daarom minder duurzaam dan iets wat niet tijdelijk is. Maar live events hebben ook een maatschappelijke waarde die online niet te vinden is, zoals Jolanda Jansen van Ahoy dat mooi heeft omschreven in het artikel “De Evenementenbranche: een ‘force for good’”



 Scan mij

Om het artikel te lezen.

### Samenwerking met Boozed

Wij werken al lange tijd samen met Boozed, waar ik veel contact heb met jullie gedreven collega Leo (Lead Technical Designer). Samen met Leo heb ik de gehele pilot opgezet en tot een werkzaam project gemaakt, wat inmiddels geen pilot meer is, maar een succesvolle samenwerking.

Bij Boozed kijken ze altijd wat er wel kan in plaats van wat er niet kan. Dat is een hele fijne match met het team van JMT Floorcoverings: we leveren diverse materialen voor de experiences die Boozed maakt en denken daarbij ook graag mee. Op naar de toekomst! ●



# DE FAVORIET VAN....



**João da Matos**  
Warehouse Employee

## Shape bar

"The front panels of the bar have a unique shape, which makes them very cool! Besides the nice silhouette, the bar is easy to assemble and doesn't break quickly. It's super robust! And if there would be any damage, we can repair it ourselves in the workshop."



## Boozed blijft uitbreiden: 3 panden in Delft van totaal 8500m<sup>3</sup>

**B**oozed is het afgelopen jaar weer flink gegroeid. Niet alleen in teamleden, maar ook in opslag! Want met zoveel gave items in ons portfolio, hebben we voldoende ruimte nodig deze op te slaan.

### Boozed zat eerder gevestigd in...

- Den Hoorn (1300m<sup>2</sup>)
- Rijswijk (2000m<sup>2</sup>)
- Delft (4000m<sup>2</sup>)

- Hoofdkantoor op de Schieweg van 6000m<sup>2</sup>
- Schiekade van 2000m<sup>2</sup>
- Voltaweg 2500m<sup>2</sup>

### 3 panden in Delft van totaal 8500m<sup>2</sup>

En nu zitten we nog steeds in Delft, maar hebben we aan de Schieoevers in Delft inmiddels 3 panden! Ons 2e pand in Delft betrokken we in 2021 en het 3e in 2023.

Hiermee zijn we sinds 2008 ruim 6x zo groot geworden met een totaal oppervlak van meer dan 8500m<sup>2</sup>.

Say what?! Trots! ➤

## BOOZED

### Magazijn, kantoor.. en meer!

Om alle materialen voor experiences op te slaan hebben we natuurlijk voldoende ruimte nodig in het magazijn. Het grootste gedeelte van ons hoofdkantoor bestaat daarom uit enorme stellingen vol stoelen, barren, tafels en andere decoratie.

Maar wist je dat we ook bezitten over:

- Een grote werkplaats
- Een spuiterij
- Een plantenkas

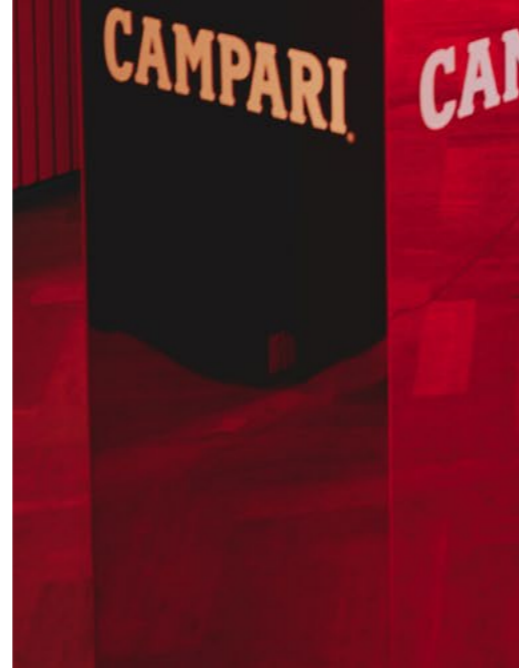


### Ruimte voor klantmateriaal + brandportal

Met deze laatste uitbreiding hebben we ook meer ruimte voor de merkmaterialen van onze klanten. Wist je dat we hiervoor ook een brandportal hebben? Super inzichtelijk: daarin kunnen onze klanten precies zien welke items bij ons opgeslagen staan. Zo zijn ze makkelijk weer in te zetten bij nieuwe events of experiences.

### Op bezoek of meer weten?

Kom langs in Delft! Dan geven we je de grand tour en laten we je zien welke mooie items in de maak zijn in de werkplaats, leggen we uit hoe het retourenplein werkt en drinken we een kop koffie in één van onze zelfgemaakte meeting rooms. Wie weet tot snel! ●



Campari  
Fotograaf: David Stegenga



Booking.com at European Women in Tech (EWIT)



EEN GREEP UIT RECENTE BOOZED PROJECTEN | HENDRICK'S GIN



Hendrick's Gin Grand Cabaret launch  
Fotograaf: KUU CREATES  
Entertainments/artiesten: Krokant Agency

EEN GREEP UIT RECENTE BOOZED PROJECTEN | E.L.F



E.L.F. at De Hallen Studios - Via A LOT  
Fotograaf: Chantalle Laurent



EEN GREEP UIT RECENTE BOOZED PROJECTEN | ZESPRI



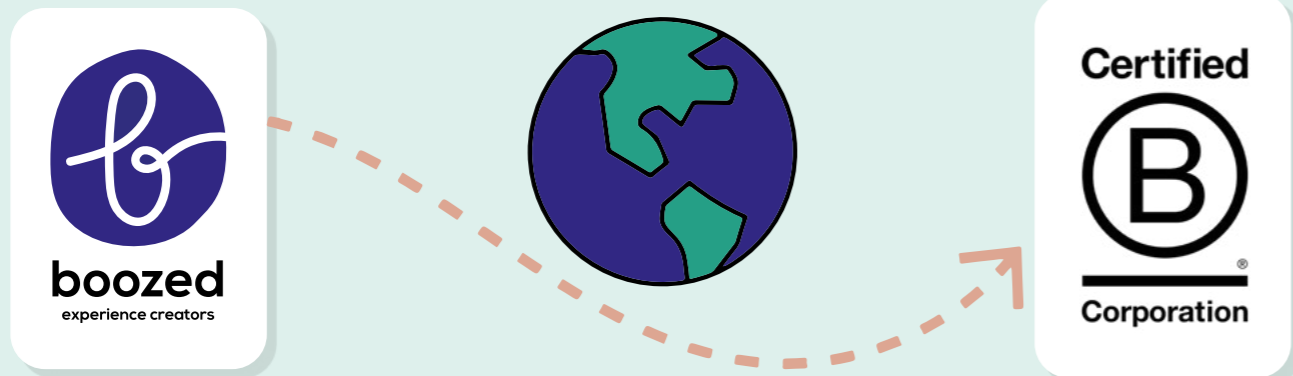
Zespri Westfield Mall  
Via Young Perfect

EEN GREEP UIT RECENTE BOOZED PROJECTEN | JÄGERMEISTER



Jägermeister Freshtival  
Fotograaf: Jurren Nieuwenhuis & Boozed





## B Corp update

**B**oozed is sinds augustus 2023 een B Corp! Voor de mensen die het nieuws gemist hebben: een B Corp (Benefit Corporation) is een internationale erkenning die alleen wordt toegekend aan bedrijven die een significante bijdrage leveren aan een inclusieve, rechtvaardige en duurzame economie. En het belangrijkste is... het B Corp certificaat is pas het begin. Check in dit artikel wat we het afgelopen jaar gedaan hebben.

### Big Hairy Goal opgesteld

Sinds het ontstaan van Boozed in 1995 is het (cocktail)glas al halfvol. Wij willen een positieve impact maken! Laten zien dat je binnen de evenementenbranche ook duurzaam én creatief te werk kunt gaan. Door de grenzen van traditionele marketing

en design te verleggen creëren we super creatieve concepten met zo min mogelijk afval en uitstoot. Dat doen wij met ons eigen team, maar we willen ook zoveel mogelijk betrokkenen inspireren om hetzelfde te doen!

### Ons Big Hairy Audacious Goal

Ons BHAG is om een golf van positieve impact te realiseren bij elk event. Dit betekent dat we een voorbeeld willen zijn als inclusieve organisatie in de evenementenbranche en streven naar een energieneutraal en circulair bedrijfsproces. Het belangrijkste aspect is het ripple-effect dat volgt: een blijvende positieve invloed op het gedrag van zowel de deelnemers als iedereen die actief betrokken is bij de experiences, waardoor we stap voor stap een betere wereld kunnen opbouwen.

### Doelen opgesteld

Om achter deze BHAG aan te jagen, hebben we de volgende doelen opgesteld. In 2035:

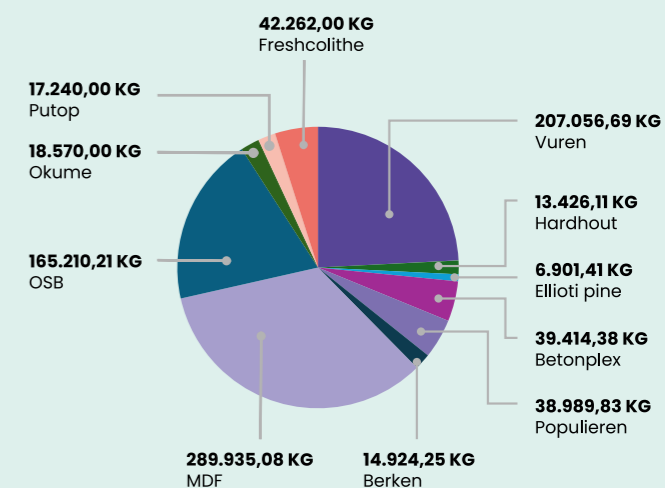
1. Werken we alleen nog maar met materialen die op mens- en milieuvriendelijke wijze gecreëerd zijn.
2. Is onze emissie en reststromen verminderd tot 0 KG per jaar.
3. Werken we alleen samen met duurzame en inclusieve partners, waardoor we een mens- en milieuvriendelijke economie stimuleren.
4. Voelt iedereen binnen en buiten Boozed zich welkom, veilig en gewaardeerd, onafhankelijk van afkomst, religie of andere persoonlijke oriëntatie.
5. Is Boozed hét voorbeeldbedrijf in de evenementenbranche, waar kennis en inspiratie opgedaan kan worden omtrent duurzame events.

### Nulmeting en dashboard

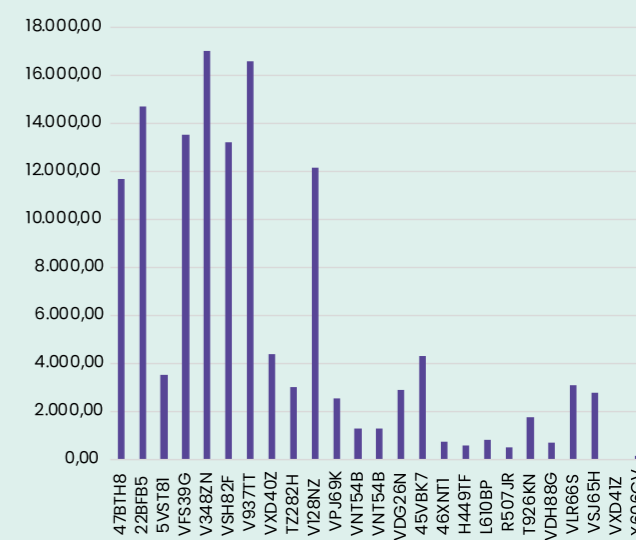
Meten is weten! Daarom hebben we een nulmeting uitgevoerd. Deze nulmeting omvat onder andere de CO2-uitstoot, restafval, de sociale impact van Boozed en informatie over de inkoop van onze materialen. Zie bijvoorbeeld onderstaand de CO2 uitstoot in 2023 van onze wagens en de materialen die we gebruikten in de werkplaats! Deze resultaten worden overzichtelijk gepresenteerd in een dashboard, dat as we speak in de maak is. Dit dashboard willen we elk kwartaal te actualiseren om de voortgang

van onze doelstellingen te volgen. Op basis van deze gegevens kunnen we bijvoorbeeld de aanschaf van materialen aanpassen en onze logistieke planning optimaliseren. ➔

### CO2 uitstoot ruwe materialen 2023 [kg]



### CO2 uitstoot per voertuig 2023 [kg]



### Maandelijks B Champs meeting

We hebben de lat hoog gelegd, dus we hebben alle Boozers nodig om deze doelen te halen. Daarom is er van elke afdeling een betrokkene die het team op de hoogte houdt en onze B Corp plannen niet uit het oog verliest. Maandelijks bespreken we de actiepunten met elkaar en motiveren we elkaar om hier voldoende tijd en liefde in te steken. Wat uiteraard lastig kan zijn, met alle drukte en deadlines van events!



**Kim**  
Creative Director



**Demi**  
Planning



**Deborah**  
Design



**Claire**  
Operationeel & HR



**Elise**  
Marketing & Sales



**Justin**  
Magazijn



**Gijs**  
Werkplaats



**Benjamin**  
Retouren

### Het verminderen van onze reststromen

We zouden het graag anders zien, maar helaas komt er toch vaak afval vrij bij het stylen van events. Vooral bij unieke merkactivaties blijft er soms drukwerk, tapijt of hout over wat niet meer ingezet wordt. Het afgelopen jaar zijn we nieuwe samenwerkingen gestart om dit tegen te gaan, zoals het take-back programma met JMT Floorcoverings en het doneren van doeken aan HESTAS voor het maken van tassen. Ons resthout gaat naar Anderhout in Den Hoorn: een (sociale) werkplaats waar met enkel gebruikt hout meubels worden gemaakt. En daarnaast hebben we ons 'afvaleiland' op het retourenplein verbeterd en wordt recyclen hier nog beter gemonitord. Meer weten over de verschillende manieren waarop we reststromen minimaliseren? Lees het artikel over de R-Ladder in events en het interview met JMT!

### Kennisdeling met andere ondernemers

Als B Corp vinden we het altijd fijn om te sparren met like-minded ondernemers. Om die reden nemen we veel deel aan events en initiatieven rondom duurzaamheid. Zo worden we geïnspireerd door de circulaire businessplannen van startups bij Circle lab: een initiatief van New Future Lab en de Gemeente Delft. In zes interactieve sessies delen we kennis met elkaar over circulair ondernemen in Delft en verbeteren we onze initiatieven.



Daarnaast delen we ook graag kennis in onze andere netwerk kringen, zoals CLC Vecta, IDEA Green en Event Inspiration. Voor deze eerste twee gaf Kim eerder dit jaar presentaties over wat er komt kijken bij duurzaam ondernemen binnen events. En voor Event Inspiration Days staat dit op de planning voor 9 september!

### Sooo... what's next?

We zijn momenteel druk bezig met onder andere:

- Het verbeteren van onze inclusiviteit door middel van trainingen, teambuilding en het transparanter maken van de communicatie binnen Boozed.
- Het ontwikkelen van een creatief en duurzaam concept voor de Event Summit in 2025.
- De puntjes op de i te zetten van ons B Corp dashboard.

We houden jullie op de hoogte, stay tuned! ●

EEN GREEP UIT RECENTE BOOZED PROJECTEN | KINGPINS



Kingpins - SugarFactory  
Fotograaf: Peter Stigter





Amsterdam Pride 2024 - Carbon Events  
Fotograaf: Michiel Ton



# DE FAVORIET VAN...



**Paul Holleman**

Eventbouwer en wagenpark beheer

## Urban mesh meubels

De urban mesh meubels bestaan voor 100% uit draad. De meubels kunnen zowel binnen als buiten gebruikt worden. De meubels hebben een licht industriële uitstraling. Met wat kussens erop, wordt de uitstraling minder rauw.

## De veelzijdige Huishoudbeurs: van Tiktokplein tot Donation Room

**Interview met:** Kim Barend, Event Operations Manager bij RAI Amsterdam

**E**ntertainment, culinaire ervaringen en genoeg te shoppen voor elke leeftijd: De Huishoudbeurs is een dagje uit voor iedereen. Wij spraken Kim Barend, Event Operations Manager bij RAI Amsterdam, over de veelzijdige Huishoudbeurs in 2024. Dus wel of geen huishouden: Lees hier de highlights van het event.



### Kim Barend

Event Operations Manager

#### Let's face the facts

“Wat veel mensen niet weten is dat onze beurs een heel divers publiek aantrekt qua leeftijd en achtergrond” vertelt Kim. “We verwelkomen niet alleen vrouwen, maar ook veel mannen. We zijn er namelijk voor iedereen die betrokken is bij het huishouden, met ieder zijn eigen interesses. Zo is 46% van onze

bezoekers jonger dan 24 jaar, heeft meer dan 70% een baan in loondienst, studeert of is zelfstandig ondernemer en ligt de gemiddelde besteding boven de €100. ▶

Fotograaf: Darry Ladelaar



Fotograaf: Darry Ladelaar

Over al deze punten bestaan nog weleens misvattingen. En nee, we delen al lang geen gratis spullen meer uit, maar we bieden wel flinke kortingen aan.”

#### Experiences voor een breed publiek

De Huishoudbeurs is opgedeeld in verschillende segmenten waar Boozed meerdere pleinen voor mocht realiseren, zoals Body & Mind, Home & Garden en Food & Drinks. Daarnaast dragen verschillende experiences bij aan de algehele look en feel van de beurs.

Kim: “Zo is er een TikTokplein voor de jongere bezoekers, een workshopplein waar een breder publiek zelf aan de slag kan en een spellenplein om de interactie met de bezoekers te verhogen.”

Naast onze eigen ruimtes zijn er ook leuke en memorabele merkervaringen te vinden. Dit jaar hadden we bijvoorbeeld de Robijn Geur Experience, waar men zich in een tropisch paradijs kon wanen om de heerlijke nieuwe Robijn Tropical geur te ervaren. Daarnaast was

er een spannende show van Holland Casino in de ruimte genaamd Club Black Jack. Ook hadden we de geweldige bloemenwinkel van Intertoys, waar bezoekers het volledige LEGO Botanical assortiment konden bewonderen en aanschaffen.

“ NEE, WE DELEN AL LANG GEEN GRATIS SPULLEN MEER UIT. ”

#### Geen grenzen en toekomstwensen

Kim vertelt: “We zien dat het aantal mannelijke bezoekers stijgt. Daarom zou ik het leuk vinden om in de toekomst een mannenpaviljoen te introduceren!

Daarnaast willen we nog meer inspelen op verschillende culturen en landen en gaan werken met special interest hubs. Dit hebben we de afgelopen jaren ook gedaan met het Cheers gedeelte, de Boekenclub en het Ibiza plein. Kortom ideeën genoeg!” ➔



KLANTVERHAAL

## “ WE WAARDEREN HET VERMOGEN VAN BOOZED OM MATERIALEN SLIM EN EFFECTIEF TE HERGEBRUIKEN ”

### Duurzaamheid

Kim laat weten dat de RAI, en dus De Huishoudbeurs, net als Boozeed streeft naar een kleinere ecologische voetafdruk. Ze vertelt: “Dit doen we onder andere door minder plastic te gebruiken, maar ook door de recycling van materialen zoals tapijt. Daarnaast promoten we het openbaar vervoer voor onze bezoekers door combi deals met de NS aan te bieden.”

“Een ander mooi initiatief dat we in het leven hebben geroepen is onze Donation Room waarmee we afval willen verminderen en lokale initiatieven kunnen ondersteunen. Hier kunnen standhouders, bezoekers en standbouwers producten achterlaten die ze niet meer gebruiken en wij zorgen ervoor dat deze producten op een mooie plek terecht komen. Dit kan variëren van bloemen en stylingitems tot ongeopende etenswaren. Zo blijven er bijvoorbeeld bij een beurs zoals de Greentech vaak veel planten over die wij dan weer een tweede leven kunnen geven.”

“Ook onze leveranciers moedigen we aan om duurzame producten en materialen te leveren. Zo waarderen we in Boozeed het vermogen om materialen slim en effectief te hergebruiken. Als iets op maat gemaakt is voor de beurs, weten we dat we het volgende jaar op een geheel nieuwe manier kunnen inzetten. Daarnaast bieden we als locatie ook onze eigen, uniforme standbouw aan. Hier doen wij zelf meerdere jaren mee, waardoor dit dus een stuk duurzamer is. Het zorgt namelijk ook voor minder afval, reiskosten en materialen.” ➤

## KLANTVERHAAL

### Succes en inspiratie

"Een belangrijke maatstaf voor de beurs is hoe vaak je deze op sociale media terugziet" vertelt Kim. "Als er tijdens de beurs veel foto's genomen worden, dan weet je dat het een succes is. Waar ik mijn inspiratie vandaan haal? Onder andere Instagram, mooie etalages en winkels in andere steden! Gedurende het jaar maak ik veel foto's ter inspiratie en ik volg de grote merken op de voet."

**“ DE INSTAGRAM WALL MET VEREN DIE WE SAMEN MET BOOZED HEBBEN ONTWERPEN WAS EEN GROOT SUCCES. ”**

### De samenwerking met Boozed

"Wij hebben voor Boozed gekozen als partner omdat ze onze visie goed begrijpen. Ze vertalen onze briefing op een creatieve manier tot een visueel ontwerp. Ze denken echt actief met ons mee en komen met goed advies, bijvoorbeeld over de plaatsing van specifieke objecten. Tijdens de bouw van De Huishoudbeurs hoef ik me geen zorgen te maken over de werkzaamheden van Boozed."

"Een hoogtepunt was de samenwerking voor de Meer Huishoudbeurs stand, waarbij we een live versie van onze populaire online game ontwikkelden. Bezoekers konden ter plekke een spel spelen en prijzen winnen, net zoals in de online omgeving. Maar ook de Instagram wall met veren die we samen met Boozed hebben ontworpen was een groot succes waar mensen graag voor in de rij stonden!" ➤



## KLANTVERHAAL

### Op de bucketlist

Onze laatste vraag aan Kim: wat staat er nog op je bucketlist? "Ik zou zeker nog een aantal mooie evenementen en activiteiten willen organiseren. Zo zou ik bijvoorbeeld heel graag het Songfestival en de bruiloft van Amalia willen produceren!" zegt ze lachend. Wanneer dat zover is, helpen wij uiteraard graag mee Kim.

Naast De Huishoudbeurs werkten Boozed en de RAI ook samen voor andere mooie beurzen, zoals InterClean, Greentech en European Women in Tech. Bedankt Kim Barend en de RAI voor het vertrouwen, op naar de volgende! ●



# DE FAVORIET VAN...



**Milou de Man**  
Projectmanager Events

### Barbiebar

Minimalisme meets maximalise; Barbie is hot! Deze kleurrijke roze barbiebar heeft mooie ronde vormen en is volledig geïnspireerd op deze nieuwe trend. De bar heeft een werkrimte van 250 cm welke kan worden voorzien van een hardware item naar keuze. In totaal is de bar 290 cm lang, 240 cm breed en 95 cm hoog.

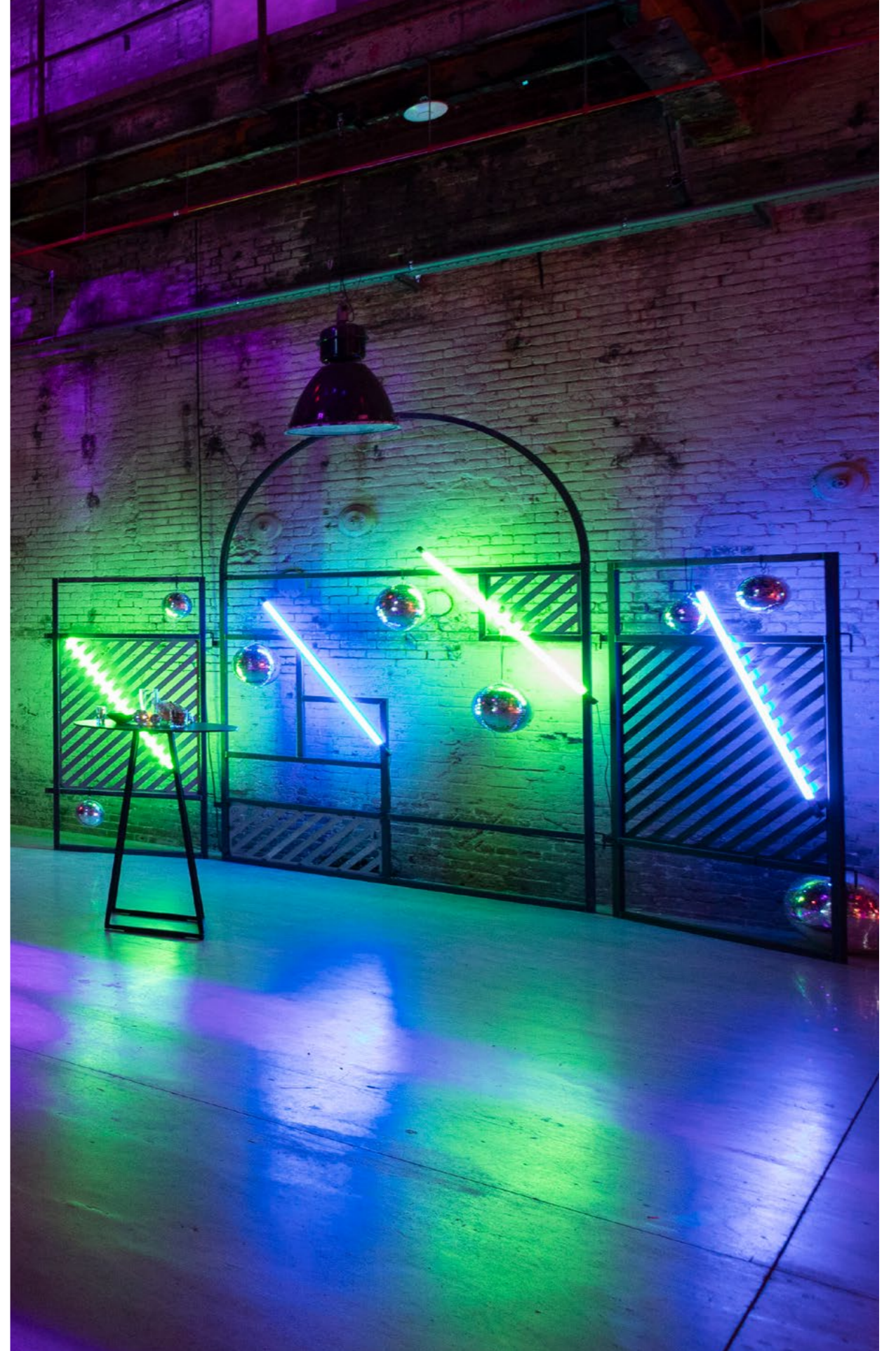
EEN GREEP UIT RECENTE BOOZED PROJECTEN | EXACT LIVE



Exact Live



SugarFactory  
Fotograaf: Janus van den Eijnden





# DE FAVORIET VAN...



**Julia Schreuder**  
Projectmanager Events

## Shape tafels

"De combinatie van het donkere blad met de eikenhouten poten maakt de tafel erg mooi en strak. Sowieso ben ik fan van houten styling elementen, want het brengt warmte in je event. Daarnaast maakt de vorm van de poten het item interessant!"

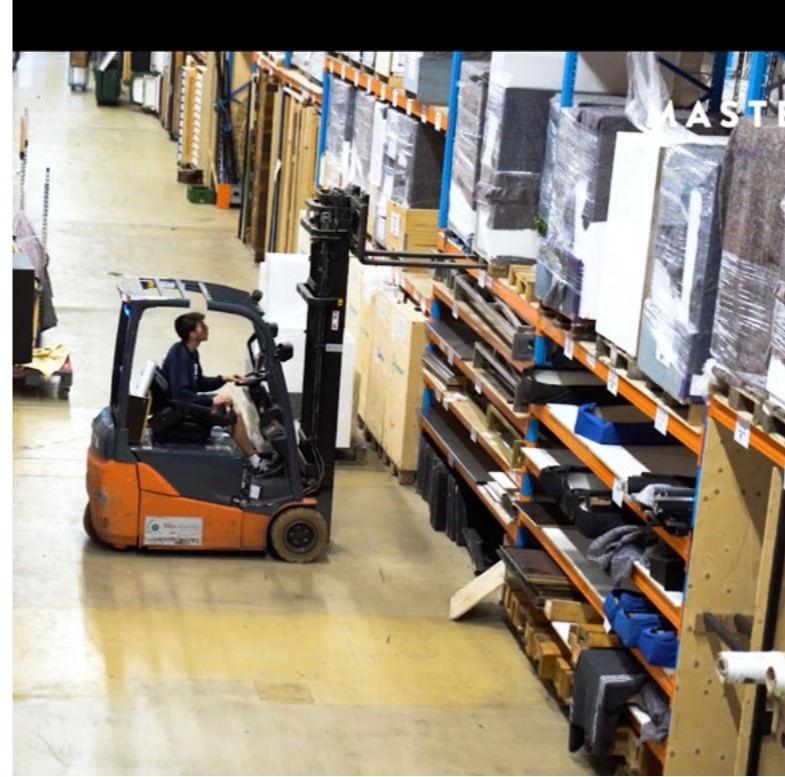


## BENIEUWD NAAR ONS VOLGENDE MAGAZINE?

### Welke items kun je verwachten:

- Het gebruik van ai in het ontwerptraject
- Onze reis in B corp land
- Trends voor 2025
- Werken bij Boozed: behind the scenes
- Interview met vaste Boozed partner

& nog veel meer.....



### Get Boozed!

Ons magazine geeft een glimp van onze projecten en de materialen die we daarbij hebben gebruikt. Ons assortiment is aanzienlijk breder. De meeste materialen kan je vinden op onze site **boozed.nl**.

Maar nog liever stellen we op basis van je wensen een voorstel op maat samen.

Ons team staat voor je klaar!



### Meer weten?

-  [www.boozed.nl](http://www.boozed.nl)
-  [info@boozed.nl](mailto:info@boozed.nl)
-  +31 (0)15 380 75 15
-  /boozeventdesign
-  /boozeventdesign
-  /boozed



[www.boozed.nl](http://www.boozed.nl)