



30 YEARS

# boozed

experience creators

Magazine #4  
Voorjaar 2025



## 30 jaar Boozed, 100% impact

**IDEA & Van Straalen**

Over verandering in de eventbranche

**10x experiences**

Projecten van het afgelopen half jaar

**Jan Trendman**

Waarom volwassenen weer willen spelen



## 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.

*Afbeeldingen van Horecava 2025.*



 Scan mij

En bekijk onze  
bedrijfsvideo!



VOORWOORD

Kim de Ridder over 30 jaar Boozed! 6

BOOZED

Boozed 30 jaar 8  
 Boozed tijdslijn 12  
 30 jarigen in de spotlight 18  
 Boozed X Jan Trendman 28  
 Innovatieprojecten bij Boozed 36  
 30 jaar eventbranche 50  
 Door de ogen van... 72

INSPIRATIE

Trend artikel 30  
 Van Straalen 52  
 IDEA 58  
 Festival styling 82  
 AI in experience design 96

B CORP

B Corp update 68



30



78



64

DE FAVORIET VAN

Poefjes 49  
 Brooklyn scheidingswand 63  
 Disco Dame 67  
 Opblaasbare spiegelbol 89  
 Zwembad ballenbak 103

PROJECTEN

Schiphol 14  
 Sopra Steria 24  
 Achmea 34  
 Xebia nieuwjaarsfeest 44  
 De vakantiebeurs 64  
 Sales Force Nederland 78  
 Festival van de Toekomst 86  
 Semrush 90  
 PanAmerican 94



52

DE FAVORIET VAN...

Wat gebeurt er als je een magazijn vol meubels, decoratie en eyecatchers hebt én een team met oog voor stijl? Dan krijg je heel wat favoriete items! In deze rubriek delen onze collega's hun persoonlijke toppers binnen het Boozed assortiment. Laat je inspireren door de keuzes van ons team, misschien zit jouw (nieuwe) favoriet er ook wel tussen!



8



# 30 JAAR BOOZED!

**D**it jaar vieren we 30 jaar Boozed. Dertig jaar ondernemerschap, waarvan de 15 vijftien jaar samen met Joost. We hebben keihard gewerkt, ontzettend veel gelachen en samen gebouwd aan iets wat toen nog niemand kende. Vijftien jaar geleden veranderde alles. Joost werd ziek en kon helaas mentaal niet meer verder bouwen aan Boozed. Ik ging verder samen met het team. Joost kijkt nog altijd trots mee vanaf de zijlijn.

De wereld is in die dertig jaar flink veranderd. Polarisatie, racisme, en politieke spelletjes die ons afleiden van de echte problemen: het onderwijs dat kraakt, de zorg die onpersoonlijk wordt, en een klimaatcrisis die niet langer genegeerd kan worden. Nog los van oorlog en andere ellende.

Ondernemen betekent bewegen. Niet zeuren. Kansen zien én je verantwoordelijkheid pakken. Voor je mensen. Voor je omgeving. Voor de toekomst.

Bij Boozed geloven we dat bedrijven kunnen verbinden waar de politiek verdeelt. Met onze events brengen we mensen samen. We laten ze lachen, beleven, inspireren. We bouwen niet alleen aan een mooie dag, maar ook aan nieuwe energie om het morgen beter te doen.

Wat mij de meeste trots geeft? De momenten waarop ik ons team zie lachen, samenwerken, groeien. De legendarische uitjes met het team, de samenwerkingen met opdrachtgevers die meer aanvoelen als partners dan als klanten. Dát is waar ondernemen om draait: samen iets bouwen wat groter is dan jezelf.

En daar blijven we mee doorgaan. Creatief, samen, met plezier, en altijd met oog voor morgen.

**Kim de Ridder**  
CEO

BOOZED



Groepsfoto lasergamen



Kim en Joost in 2025 - Sabka Film & Photography

# BOOZED 30 JAAR!

## Tijd voor een feestje!

**W**e hebben een mijlpaal te vieren... Booazed bestaat 30 jaar! We traptten in januari het feestjaar af met een knallende 30-jaar-kick-off op kantoor. Maar... we zijn nog lang niet klaar. Dit jaar staat vol van de verrassingen, evenementen en throwbacks. Lees hier alles over onze geschiedenis, groei en de plannen voor 2025.

### Van cocktailbar tot eventcreator

Dertig jaar geleden begon Joost, de partner van Kim, met cocktails maken op feestjes en bruiloften. Al snel kwamen er aanvragen vanuit de zakelijke markt en inmiddels zijn we uitgegroeid tot een, al zeggen we het zelf, gamechanger in de eventwereld. Event design, interieurstyling, merkbeleving... we bouwen fysiek op ontelbare manieren aan de tofste merken.

### Tijdslijn: onze groei in cijfers

We zijn niet alleen ouder geworden, maar vooral groter, creatiever en sterker! We groeiden van 1 mobiele cocktailbar naar een assortiment met 10.000+ verhuuritems, van 1 aanhanger met spullen naar 8.500 m<sup>2</sup> magazijn en van 2 ondernemers naar een dreamteam van meer dan 50 vaste collega's en freelancers!

Dit hadden we 30 jaar geleden nooit durven dromen. We zijn dan ook super trots op deze groei! Wil je meer lezen over onze groei in de afgelopen 30 jaar? Bekijk dan ook de tijdslijn op pagina 12.

### De toekomst: Wat brengen de komende 30 jaar?

We hebben drie belangrijke focuspunten voor de komende jaren: duurzaamheid, creativiteit en groei. Hiervoor kijken we ook steeds meer naar technologie en AI. Hoe kunnen we AI inzetten om efficiënter te werken en eventinrichting nog creatiever en duurzamer te maken? Daarnaast zijn we bezig met een nieuwe locatie van 12.000-14.000 m<sup>2</sup> om onze groei te ondersteunen. Zo blijven we in beweging, in een branche die constant verandert. ●



Oude foto Boozed

### Jubileumjaar vol specials

2025 is een jaar vol feestelijkheden. We trakteren zowel onze collega's als onze klanten en partners op allerlei toffe activiteiten. We hebben bewust gekozen voor feestjes verspreid door het jaar, zodat iedereen die met ons werkt op een bepaald moment kan meegenieten.

### Wat staat er op de planning?

Elke maand heeft een special feest of thema en er staan allemaal leuke dingen op de planning van barbecues tot videoclips en escaperooms. Zo vierden we maart door 30-jarige Boozers in de spotlight te zetten (zie p. 18) en april met een hilarische avond lasergamen in het magazijn. In mei staat een heerlijke wellnessdag op de planning en in het najaar een groot klantevent. Over dit laatste zijn we al te spreken druk aan het brainstormen... stay tuned!

### 30 jaar super fijne samenwerkingen

We zouden geen 30 jaar Boozed vieren zonder onze geweldige klanten, partners en collega's. Dankjewel voor jullie prachtige opdrachten en de fijne samenwerkingen. Zonder jullie, geen Boozed! En wil je op de hoogte blijven van onze feestelijke plannen? Schrijf je in voor de nieuwsbrief via [boozed.nl/boozed-mailing](http://boozed.nl/boozed-mailing) of vraag naar de laatste updates. Op naar de volgende 30 jaar! ●



Boozed 30 jaar macarons op de EventSummit



Kim en Joost jaren geleden in het Boozed magazijn



Groepsfoto festival

# 30 JAAR BOOZED!

Reis mee door de tijd.

## 1. 1995 – Het eerste drankje wordt geshaked

Alles begint met één bar, een passie voor sfeer en een fonkelnieuw idee: mobiele cocktail-catering. Onder de naam Cocktails & More serveert Joost zijn eerste cocktails op locatie – het startschot voor wat uitgroeit tot een creatieve eventorganisatie.



## 2. 1998 – Kim komt erbij

Kim sluit zich aan en brengt niet alleen bakken energie mee, maar ook een duidelijke visie. Samen leggen ze de basis voor een organisatie die verder kijkt dan drankjes – naar totaal-beleving. De eerste contouren van Boozed ontstaan.



## 4. 2005 – Van catering naar creatieve concepten

We groeien door. Van bartender op locatie naar conceptdenker en belevingsbouwer. Het werk verschuift naar totaalproducties: van styling en decor tot het volledig uitdenken van merkactivaties en events. Boozed laat steeds meer zien wat het in huis heeft.

4.

## 3. 2000 – Boozed wordt officieel

De naam Boozed wordt geregistreerd. Niet langer alleen cocktails, maar een merk dat staat voor vernieuwing, beleving en een gezonde tik eigenwijsheid. De eerste grote klanten.

3.

## 7. 2020 – Boozed goes digital

De wereld verandert, en wij bewegen mee. Terwijl live events stilvallen, schakelen we razendsnel over naar online beleving. Van digitale bedrijfsfeesten tot livestream productlanceringen – met dezelfde energie en kwaliteit als altijd.

7.

## 6. 2015 – 20 jaar Boozed!

We bestaan twee decennia en dat vieren we groots – in stijl, natuurlijk. Met ons team, onze klanten, onze partners. Tijd om terug te blikken én vooruit te dromen.



6.

## 5. 2010 – Een grotere thuisbasis

We verhuizen naar een pand met meer dan 2000m2 ruimte om te ontwerpen, bouwen en groeien. Een plek waar ideeën sneller tot leven komen, waar materialen circuleren, en waar het teamgevoel sterker wordt dan ooit.



5.

8.

## 8. Augustus 2023 – B Corp, baby!

We mogen ons sinds augustus officieel een B Corp noemen. Een erkenning voor onze inspanningen op het gebied van duurzaamheid, transparantie en maatschappelijke betrokkenheid. Maar voor ons is dit geen eindpunt – juist een nieuw begin.

9.

## 9. 2025 – 30 jaar creativiteit, impact en plezier

Dertig jaar later staan we er nog steeds. Sterker, creatiever en duurzamer dan ooit. We vieren dit bijzondere jubileum samen met onze klanten, ons team en iedereen die ons op deze reis heeft gesteund. En geloof ons: we zijn nog lang niet klaar.





Schiphol personeelsfeest

## SCHIPHOL

**Wie:**  
Schiphol, via Obsession

**Wat:**  
Event styling &  
standbouw

**Waar:**  
Expo Greater Amsterdam

**Wanneer:**  
10 oktober 2024



**Hoe geef je een onvergetelijk personeelsfeest voor 1.700 collega's? Je tovert een loods om tot een mini-Schiphol! Denk: gele borden, check-in lounges, gates en een Schiphol Plaza lookalike. Obsession schakelde ons in om die ervaring compleet te maken. Check it out!**

**Schiphol, maar dan in een evenementenhal**  
Het thema was de Schiphol huisstijl zelf. Grote doeken met standbouwkolommen transformeerden de hal tot een herkenbare vertrekhal, compleet met wayfinding zoals je die op het vliegveld tegenkomt. Lounges werden ingericht als gates en ook de barren en foodstations kregen een upgrade: houten stellingen zorgden voor hoogte, extra werkruimte en zichtbaarheid.

**Shape meubilair**  
Shape materiaal speelde de hoofdrol in de lounge setting: ronde vormen, lichte kleuren, witte hoekbanken en grijze leunstoelen gaven het geheel een rustige, stijlvolle uitstraling. De shape bar en de Kopenhagen bar voegden daar een frisse, moderne vibe aan toe.

**Duurzaam met een ticket voor hergebruik**  
Wij gooien niet graag weg en Schiphol gelukkig ook niet! Meerdere brandingmaterialen zijn hergebruikt op andere evenementen van Schiphol, zoals de grote printdoeken van Schiphol Plaza. Groot voordeel: minder afval én meer rendement uit het ontwerp. Win-win dus.



**Projectmanager Milou aan het woord**

De samenwerking met Obsession verliep (zoals altijd) soepel en professioneel. Een fijne partner met een duidelijke visie en vertrouwen in onze expertise. Daarnaast is Obsession ook een B Corp onderneming, hierdoor liggen we snel op één lijn op het gebied van duurzaam en innovatief eventmanagement. Bedankt voor de fijne samenwerking Obsession! 🍀



**1.700**

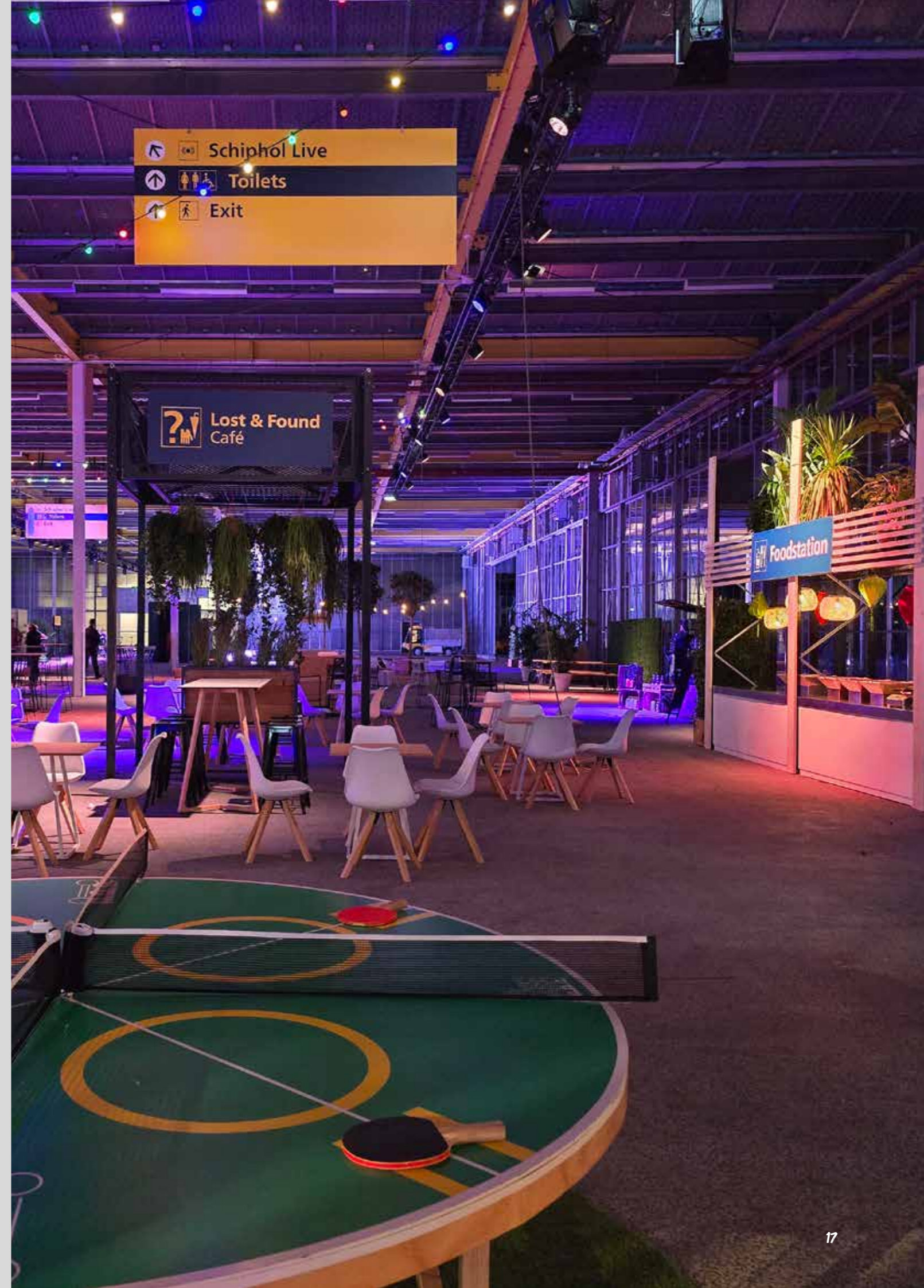
gasten gingen mee  
op deze Schiphol-  
experience

**78**

laadmeters aan  
materiaal!

**13**

collega's liepen  
gemiddeld 20.000  
stappen per dag  
voor de opbouw!





## 30 JARIGEN in de spotlight

Deze collega's delen hun geboortjaar met Boozeed!

**D**it jaar worden Courteney, Allard, Jordi en Arthur allemaal 30 jaar. Daarom hebben we deze 90's babies in het zonnetje gezet! Voor hen organiseerden we een echte 90's-lunch, mét lekkere hamburgers van JeanPaul, onze lunchchef. Benieuwd hoe de Boozers hun verjaardag vierden? Of wat hun favoriete Boozeed-moment is? Check het hier! [♦](#)



## JORDI

**Functie:**  
Projectleider eventbouwers

**Wordt 30 op:**  
9 september

**Hoe ga jij je 30e verjaardag vieren?**

Met vrienden en familie. Hopelijk buiten in de zon, met een BBQ en een borrel die tot gezellig laat doorgaat!

**Sinds wanneer werk je bij Boozed?**

Ik werk sinds februari 2019 bij Boozed.

**Wat is jouw leukste moment bij Boozed tot nu toe?**

Dat zijn er wel veel! De grote klussen zoals Devconnect en Salesforce waren flink hard werken, maar ook supergezellig. Daarnaast waren de standbouwklussen in onder andere Lyon, Keulen en Parijs erg gaaf. En natuurlijk alle leuke uitjes, van Mysteryland tot Vrienden van Amstel – die waren echt te gek!

**Wat is jouw ultieme 90's party hit?**

Niet per se een partyhit, maar mijn all-time favoriete karaokenummer is toch wel Angels van Robbie Williams (1997). Daar hebben veel collega's inmiddels ook al van mogen meegenieten.



## ARTHUR

**Functie:**  
Eventbouwer

**Wordt 30 op:**  
22 maart

**Hoe heb jij je 30e verjaardag gevierd?**

Mijn 30e verjaardag heb ik thuis gevierd met vrienden, kinderen, familie en schoonfamilie.

**Sinds wanneer werk je bij Boozed?**

Ik ben werkzaam bij Boozed vanaf 2017 tot en met 2022. Toen heb ik een kleine pauze gehad van twee jaar, en in 2024 ben ik weer begonnen. In totaal dus al 6,5 jaar!

**Wat is jouw leukste moment bij Boozed tot nu toe?**

De leukste momenten bij Boozed zijn altijd de bedrijfsfeestjes: maf, leuk, fantastisch... noem maar op! Het heeft het allemaal en niks is te gek.

**Wat is jouw ultieme 90's party hit?**

Smells Like Teen Spirit van Nirvana. Een geweldig nummer dat iedereen kent en mee kan zingen. ♦



## COURTENEY

**Functie:**  
Technisch designer

**Wordt 30 op:**  
3 augustus

**Hoe ga jij je 30e verjaardag vieren?**  
I turn 30 at the beginning of August this year, and I will be celebrating it in London with my family! The exact details, I'm not sure yet.

**Sinds wanneer werk je bij Boozed?**  
I started at Boozed in February 2023.

**Wat is jouw leukste moment bij Boozed tot nu toe?**  
Ooohh that's a difficult one. There are so many great moments. I think I'll never forget that during my first week, we all went to Amsterdam to Our House and then to Hete Peper for a cooking day and dinner. It was such a fun and amazing welcome into the culture of Boozed.

**Wat is jouw ultieme 90's party hit?**  
So, it's not a party hit, but when I was born my mom picked a song from that year for me to always think of her: Somewhere Somehow by Wet Wet Wet. It always takes me back!



## ALLARD

**Functie:**  
Technisch designer

**Wordt 30 op:**  
22 november

**Hoe ga jij je 30e verjaardag vieren?**  
Misschien wordt het dan echt tijd om een keer een wat groter feest te geven. Hopelijk in m'n eerste eigen huis – maar dat mag ik nu niet jinxen.

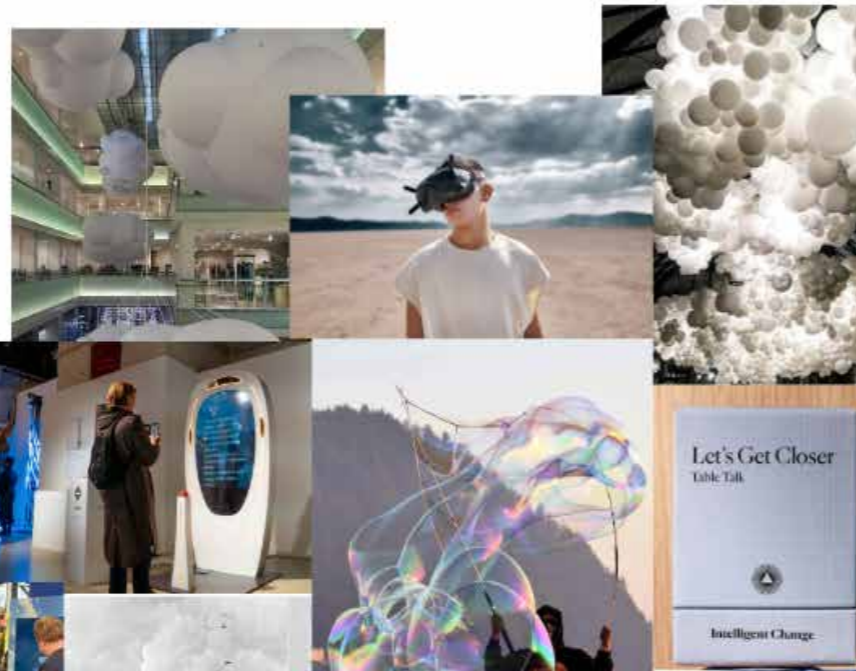
**Sinds wanneer werk je bij Boozed?**  
Sinds september 2022.

**Wat is jouw leukste moment bij Boozed tot nu toe?**  
Vrienden van Amstel met het hele bedrijf.

**Wat is jouw ultieme 90's party hit?**  
Believe – Cher ●

## Cloud Lounge

- VR Flying Experience
- Bubble Act
- AI: Poem Booth
- Chill & Groove Silent Disco
- Board games / Jenga / Chess
- Conversation Cards



Sopra Steria personeelsfeest

**Voor Sopra Steria – de Nederlandse tak – werd de Fabrique omgetoverd tot een driedelige experience! Van cloud vibes tot jungle chill en een club waar de ballonnen de DJ bijna overstemden. Boozed zorgde voor de sfeer, stijl en zinderende details.**

**Drie werelden, drie stijlen**  
Het designproces begon met moodboards van de opdrachtgever—die wisten al goed wat ze wilden. Voor elke zone een eigen stijl - geen ruimte voelde hetzelfde.

• Cloud Lounge: strak, modern en een tikkie mysterieus met tech blauw en houtaccenten. Hier kon je lekker landen en bijkletsen.

• Creative Garden: een groene oase met planten, zachte kleuren en een relaxte vibe—perfect voor een beetje ongedwongen creativiteit.

• Club Zone: kleurrijk, vol ballonnen, neon en cocktail vibes. Denk: Elrow festival meets LED-paradijs.

**Materialen: van pergolapoort tot konijnenkruk**

Om de overgang tussen de stijlen soepel te laten verlopen, ontwierpen we een pergola die als poort diende van de Cloud naar de Garden. Compleet met wolkdetails, houtwerk en groen.

Daarnaast stond onze Disco dame te shinen tussen de neon cactuslampen en flamingo's.

Het blauwe, mesh meubilair zorgde voor een futuristisch randje aan het rustige shape meubilair eromheen. De konijnenkrukjes, discoballen en pauwenveren gaven een creatieve invalshoek aan de tuin.

**Duurzaam, maar niet saai**  
We hebben bewust gekozen voor weinig tijdelijke branding en juist veel aankleding met onze eigen herbruikbare items. Alles wat op maat werd gemaakt (zoals die pergola), is daarna hergebruikt in nieuwe projecten. Less waste, more wow.

Bedankt Brownys voor de creatieve vrijheid en goede organisatie. 🐰

## SOPRA STERIA

**Wie:**  
Brownys

**Wat:**  
Event styling

**Waar:**  
De Fabrique, Utrecht

**Wanneer:**  
13 februari 2025





## Club Zone

- Glazen Doolhof
- Cocktails / Mocktails in Laboratorium style
- Magic Mirror Booth
- Mini karaoke in a soundproof Area 24m2
- Costume Corner to get in Sopra Steria Style
- Mobiele Bingo Caravan 30m2
- Piggy Racer (Kamelenrace)
- Staff with belly trays handing out treats (such as cotton candy, ice cream or candy treats)
- Suikerspin Roze Mainstage area



## Creative Garden

- Photobooth Flower Wall
- DIY Candy Workshop
- Arcade / Airhockey
- DIY 'Pimp je schoen' / Mok
- Make-up Station



3

compleet ingerichte  
thema-zones

1.000

gasten genoten van  
het feest

14

laadmeters aan  
materiaal

# BOOZED X JAN TRENDMAN

**W**e zijn graag on trend. Creatief, interieur, concepten... Altijd met een scherp oog voor wat komen gaat. Trends zijn bij ons geen bijzaak, maar brandstof voor vernieuwing. VT Wonen vertelt ons zelden iets nieuws. Wie dat wél doet? Buro Jan Trendman. Van maatschappelijke ontwikkelingen tot visies op design en consumentengedrag—Jan weet ze haarfijn te duiden en te vertalen naar heldere, toepasbare trends.

## Over Buro Jan Trendman

Buro Jan Trendman is een toonaangevend trendbureau dat zich specialiseert in toekomstvisies binnen lifestyle, interieur, design en consumentengedrag. Vanuit een scherpe maatschappelijke antenne en een creatieve blik ontwikkelt Jan Trendman trendpresentaties, publicaties en inspiratie-events die merken en makers aan het denken zetten én in beweging brengen. Of het nu gaat om een grote beurs, een creatief team of een strategische sessie—Jan vertaalt abstracte ontwikkelingen naar concrete inzichten waar je direct iets mee kunt. Altijd prikkelend, visueel krachtig en met humor.

## Eerdere samenwerkingen

Eerder werkten we samen met Jan tijdens Project Playground in augustus 2023. Daar gaf hij een inspirerende talk met de titel "The ABC of Futureland". Bezoekers werden meegenomen in een beeldende en energieke presentatie over verbeeldingskracht, duurzaamheid en disruptie. Daarnaast zijn wij trouwe volgers van zijn trendwebinars. Meerdere keren per jaar pluggen onze designers in voor een dosis toekomstinspiratie. Onlangs waren senior designers Deborah en Daisy nog aanwezig bij zijn live trendtalk bij Zuiver Group in Westzaan: een ochtend vol inzichten over de interieur- en lifestyle trends voor 2026/2027.

## Jan Trendman x Booze Magazine

Met dit magazine willen we prikkelen, uitdagen, inspireren. En dat doen we het liefst samen met denkers en doeners die ons vooruit helpen. Daarom vroegen we Jan om een eigen bijdrage te leveren. Op de volgende pagina's lees je zijn nieuwste trendsessay: "The Rise of the Kidult". Over waarom speelsheid – ja, ook voor volwassenen – bloedserieus is geworden. Over kleur, fun en verwondering als bron van creativiteit en veerkracht. ●



Jan tijdens zijn talk op Project Playground (augustus 2023) – fotografie door Floris Heuer



Jan tijdens zijn talk op Project Playground (augustus 2023) – fotografie door Floris Heuer

# The Rise of the Kidult

Taking Fun Seriously

**“W**anneer we het hebben over speelsheid, gaat het niet om onze kop in het zand steken en doen alsof de wereld geen donkere en beangstigende kanten heeft,” zegt ontwerper Sophia Schullan. “Maar door serieuze thema’s op een speelse manier te benaderen, worden ze juist beter bespreekbaar – en vaak zelfs betekenis-voller.” In een tijd waarin alles complex aanvoelt – van klimaat tot kunstmatige intelligentie – groeit de behoefte aan lichtheid. Niet als vlucht, maar als vorm van verzet. We willen opnieuw leren spelen: thuis, in retail, in ons hoofd. ♦

*Achtbaan in het Zweedse kantoor van The Great Exhibition*



Confettiwolken bij Courrèges FW25



Confettiwolken bij Courrèges FW25

**De opkomst van de kidult –** een samentrekking van kid en adult – weerspiegelt een collectief verlangen naar verwondering, kleur en intuïtief handelen. In design, mode en experience schuift plezier steeds nadrukkelijker naar het centrum. Van een achtbaan in het Zweedse kantoor van The Great Exhibition tot confettiwolken bij Courrèges FW25: fun wordt serieus genomen.

Volgens schrijver Steven Johnson (Wonderland) zijn nieuwsgierigheid en spel altijd al de basis geweest voor grote innovaties. Dat zien we ook in retail, waar speelsheid verder reikt dan puur vermaak: het stimuleert creativiteit, versterkt emotionele connecties en verhoogt het welzijn.

In Utrecht transformeert Karma Kebab hun locatie tot een gigantische arcadehal van 2.000 m<sup>2</sup>, waar interactieve reuzenspellen, eten en community samenkomen in een totaalervaring.

**" SPEELSHEID IS NIET ALLEEN EEN ESTHETIEK, MAAR EEN HOUDING "**

Ook in interieur- en product-design groeit de aandacht voor intuïtieve en zintuiglijke beleving. Objecten met een knipoog, zachte materialen die je wilt aanraken en verrassende

vormen die aanzetten tot interactie: speelsheid en spontaniteit zijn geen decor, maar actieve ontwerpwaarden geworden – en steeds belangrijker in een wereld die om vernieuwing vraagt. Wie speelt, kijkt anders. En wie anders kijkt, ziet kansen waar anderen obstakels zien.

Speelsheid is daarmee niet alleen een esthetiek, maar een houding – eentje die uitnodigt tot participatie, creativiteit en veerkracht. The Rise of the Kidult is geen stijl, geen hype, maar een mentale reset. Juist nu hebben we behoefte aan ruimtes, producten en ervaringen die licht durven zijn. Want achter elk spel schuilt de serieuze vraag: wat als het ook anders kan? ●



Gentle monster x jelly bean pop up shop



Mickey Philips



Utrecht, Karma Kebab



Achmea – Beterweters Blikken Vooruit

## ACHMEA

**Wie:**  
Centraal Beheer  
Achmea

**Wat:**  
Meubilair, decoratie en  
podium

**Waar:**  
Hoofdkantoor  
Centraal Beheer  
Achmea, Apeldoorn

**Wanneer:**  
12 maart 2025



**Sommige mensen kijken in een glazen bol, anderen naar marktanalyses... Achmea doet het met een competitie: welke adviseur kan beter vooruitkijken dan de experts? Tijdens het event "Beterweters Blikken Vooruit" mochten wij zorgen voor een professionele en uitnodigende setting.**

Van boxing naar botanisch  
Vorig jaar was het event aangekleed met een stoere boxing-setting. Dit jaar? Een rustiger, natuurlijker decor met veel planten, houttinten en kleurrijke zittingen in de merkstijl van Achmea. Onze modulaire tafel kreeg een speciale upgrade: een op maat gemaakte Dibond plaat met een houtlook.

**Materialen en meubilair**  
Dit was alweer de derde editie die we mochten verzorgen voor Achmea. Daardoor waren we goed voorbereid en hadden we zelfs meer meegenomen dan nodig, zodat we zeker wisten dat de ruimte perfect gestyled was! We hebben deze groene en stijlvolle setting neergezet met:

- Planten, en veel ook! Mede dankzij Van Straalen konden we deze setting creëren.
- Diverse stoelen, zoals de Urban stoel leer petrol en de Eco Chique kuipstoel wit
- Een stijlvolle displaykast als eyecatcher
- Recyclebaar tapijt van JMT Floorcoverings als vloer voor de band ●



# 200

zitplekken voor de deelnemers en bezoekers

# 14

meter materiaal ingezet voor het podium en decor

# 80+

planten voor die extra groene touch



De werkplaats



De werkvoorbereiders en design

# Innovatie- projecten bij boozed

Waar creatie, techniek en vakmanschap samenkomen

**B**oozed bestaat 30 jaar... en sommige meubels zijn net zo oud! Ons verhuurassortiment wordt daarom voortdurend vernieuwd. Naast het repareren van bestaande meubels werken we aan slimme optimalisaties, duurzame upgrades en de ontwikkeling van compleet nieuwe productlijnen.

Deze innovaties zijn het resultaat van een hechte samenwerking tussen Design, Werkvoorbereiding en de Werkplaats. Reden genoeg om deze teams in het zonnetje te zetten! We spraken een aantal collega's over recente innovatieprojecten. In dit artikel laten we zien hoe zij samen bouwen aan slimme, circulaire oplossingen — en delen ze hun nieuwste creaties.

## Van idee tot uitvoering – zo werken we bij Boozed

Een korte toelichting op onze teams en werkwijze: hieronder lichten we drie teams toe die samen een belangrijke rol spelen in ons innovatieproces. Iedereen denkt mee, durft te vernieuwen en werkt toe naar één doel: slimme en duurzame oplossingen die het verschil maken.

### Design

Projecten beginnen bij design, waar de eerste ideeën ontstaan. Hier worden sterke ontwerpen ontwikkeld en concepten bedacht die de zintuigen prikkelen.

### Werkvoorbereiding

Vervolgens komt werkvoorbereiding in actie. Dit team vertaalt de ontwerpen naar de praktijk: van technische tekeningen en tot materiaalplanning: Elk detail wordt gecontroleerd.

## Werkplaats

In de werkplaats komt alles tot leven: hier bouwen, repareren en verbeteren we. We houden onze verhuurcollectie fris, geven klassiekers een upgrade en realiseren maatwerk dat verrast.

Drie verschillende teams dus, met ieder hun eigen specialisme. In de praktijk zijn projecten echter zelden lineair met afgebakende taken. Door co-creatie komen we tot de beste resultaten. Met verschillende overlegmomenten, is het creëren van een beleving meestal een herhalend proces. Een maatwerk bar is niet 1-2-3 klaar, maar vaak wel in 1-2-1-3-2-3-2-1-3! ●



Bijpassende shape bar

**Project 1: Shape Food Stations – buffet met een visie**

Een mooi voorbeeld van de samenwerking zijn de nieuwe Shape Food Stations. Ontworpen als uitbreiding op de bestaande Shape-meubellijn, met een serene Japandi-stijl én een slimme opbouw.

Het ontwerp is multifunctioneel: inzetbaar in verschillende lengtes, stapelbaar, uit te breiden met een luifel en zelfs als poort te gebruiken. Er is volop ruimte voor branding, die volledig in stijl kan worden geïntegreerd.

Werkvoorbereiding zorgde voor de technische doorvertaling: gevingerlast hout (vormvaster en duurzamer), extern op maat gezaagd voor efficiëntie. Zo konden we bouwen met een soort slim bouw pakket.

In de werkplaats werden prototypes getest en geperfectioneerd. Zonder schroeven of lijm, maar met slimme kliksystemen die zorgen voor snelle op- en afbouw en minimale gebruiksschade. Branding-elementen? Die schuif je er zó in. 🍷

**MOODBOARD** Settings & los elementen



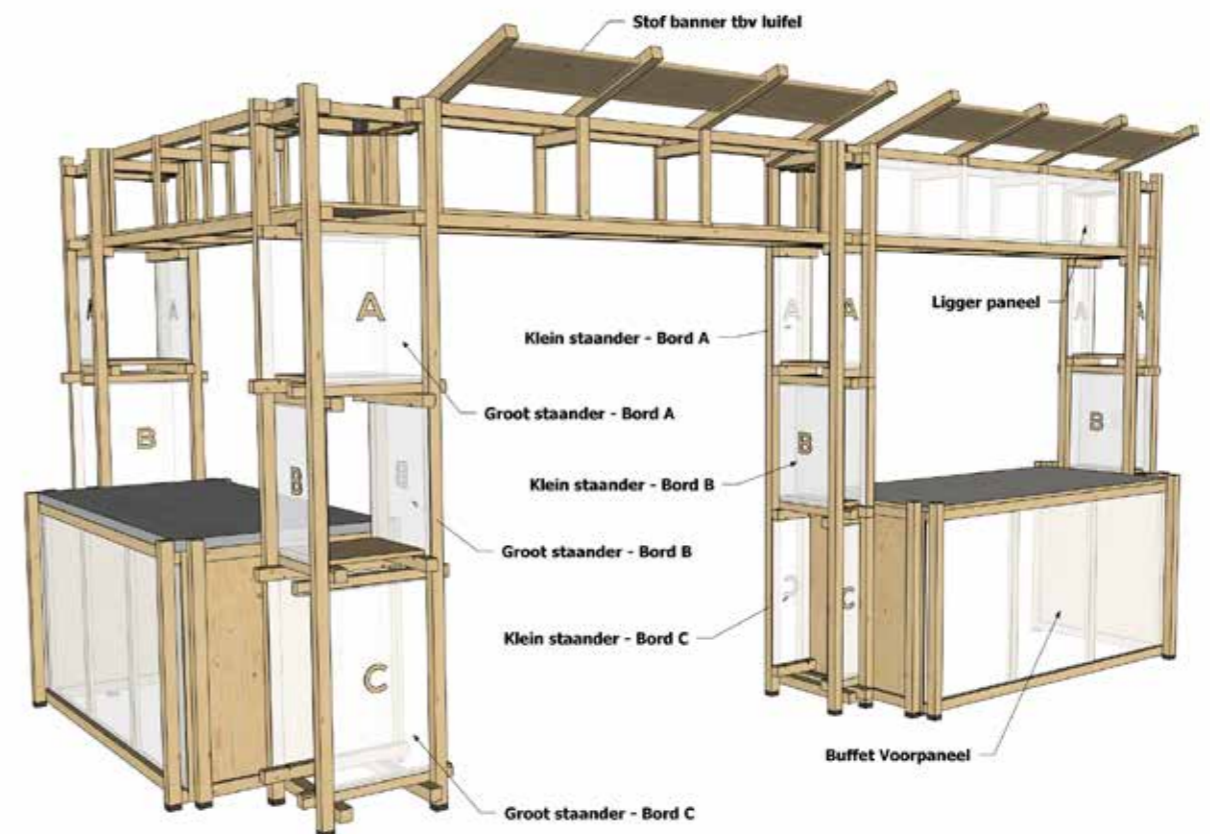
Shape buffet concept



Detail Shape buffet



Fotografie KlikAllroundCreator



Shape buffet bouwtekening

**Project 2: Kaapstad en Kopenhagen bar upgrade**

De Kaapstad en Kopenhagen barren behoren tot onze oudste en meest veelzijdige items in het assortiment. Ze zijn nog steeds populair dankzij hun modulaire opbouw, verschillende lengtemogelijkheden en verwisselbare voorpanelen met diverse thema's. Maar hoe zorgen we ervoor dat deze klassiekers goed onderhouden blijven én tegelijk worden geoptimaliseerd? Zie hieronder onze aanpak.

**Vernieuwing van het barsysteem**

Elke bar bestaat uit zuilen, een bartop en een voorpaneel. Momenteel worden onderdelen direct in het hout geschroefd, wat na verloop van tijd resulteert in een 'gatenkaas'-effect. Hierdoor moet het hout regelmatig vervangen worden.

Om dit te voorkomen, ontwikkelen we een schuifstelsel met bouten en metalen haken. Technisch designer Allard heeft inmiddels meerdere prototypes gemaakt en getest, samen met Victor in de werkplaats. Er zijn 3D-onderdelen geprint en berekeningen uitgevoerd om het ontwerp te verfijnen. In totaal zijn er zo'n 400 op maat gemaakte bouten nodig om het nieuwe systeem breed uit te rollen.

Zodra alles klaar is, kunnen we het stapsgewijs toepassen op alle barren in het assortiment. Het resultaat? Minder reparaties én een snellere, eenvoudigere op- en afbouw. Met het nieuwe systeem kan één collega de bar helemaal zelfstandig opbouwen!



Kaapstad-kopenhagen proefmodel

**Project 3: Prullenbakken upgrade – slimme herontwerpen**

Ooit bouwden we een grote batch prullenbakombouwen. Ze zijn lang meegegaan, maar inmiddels toe aan een update! En eerlijk is eerlijk: we hebben die prullenbakken destijds iets te snel gebouwd, waardoor niet overal even goed over is nagedacht.

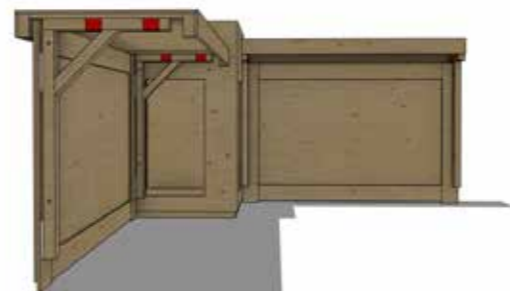
Courteney (technisch design) werkt aan een nieuw ontwerp, dat draait om gebruiksgemak en flexibiliteit. De nieuwe bakken moeten makkelijk te verplaatsen zijn, ook over gras of ongelijk terrein én handzaam in transport.

Ook de branding krijgt een upgrade: eenvoudiger te bevestigen én snel te verwisselen, zonder gedoe. De bakken zijn nog in ontwikkeling, maar de eerste schetsen en testversies zijn al te bewonderen in de werkplaats.

**Project 4: Transportkisten – stevig, slim en circulair**

Onze transportkisten zijn onmisbaar: ze beschermen materialen, zorgen voor veilig vervoer en verlengen de levensduur van ons assortiment. Elke kist wordt op maat gemaakt, afgestemd op de inhoud en op de wagens waarin ze vervoerd worden. We zoeken steeds naar verbeteringen: minder hout, minder gewicht, meer bescherming.

Als B Corp kiezen we waar mogelijk altijd voor gerecyclede materialen. Daarom hergebruikten we voor de laatste transportkisten geprint hout van een groot zomerfeest! Ook tapijtresten krijgen een tweede leven als zachte voering. Zo combineren we duurzaamheid met vakmanschap en zorgen we niet alleen goed voor onze spullen, maar ook voor de planeet. 🌱



Kaapstad-kopenhagen proefmodel



Sfeerbeeld kopenhagen bar 2025

**KOPENHAGEN EILAND**

DE BAR KOPENHAGEN IS EEN VOLLEDIG MODULAIR OPGEBOUWDE BAR EN KAN IN DIVERSE OPSTELLINGEN WORDEN GEPLAATST. LEVERBAAR MET WORKSTATION, BIER- OF KOELBUFFET. EEN PERFECTE BAR VOOR EVENEMENTEN EN PROMOTIES.



Sfeerbeeld kopenhagen bar – 25 jaar geleden



BOOZED

Prullenbakken



Prullenbak



Transportkist

#### Teamleiders aan het woord

We vroegen de teamleiders van de werkplaats, werkvoorbereiding en design hoe zij de samenwerking binnen Boozed ervaren.

#### Victor (werkplaats) vertelt:

"We werken allemaal toe naar één doel: iets neerzetten dat indruk maakt en mensen écht raakt. Of het nu gaat om het bouwen van constructies of het ontwikkelen van nieuwe ideeën – iedereen draagt daaraan bij. We delen de focus op hergebruik en efficiëntie. Zo zorgen we ervoor dat elk idee niet alleen creatief is, maar ook technisch haalbaar en toekomstbestendig."

#### Leo (technisch design) en Daisy (design) vullen aan:

"Boozed is in 30 jaar tijd flink gegroeid in het aantal medewerkers – we zijn inmiddels met bijna 50 vaste collega's, naast het grote freelance team. Die groei brengt ruimte voor vernieuwing én verdieping. Waar vroeger iedereen van alles een beetje deed, is er nu plek voor specialisatie. Collega's krijgen de kans om te doen waar ze goed in zijn én versterken elkaar daarin. Dat we nu de ruimte hebben om door te ontwikkelen en dat samen mogen doen, daar zijn we echt trots op!" ●



Victor - werkplaats



Leo - technisch design



Daisy - design



Xebia nieuwjaarsfeest

## XEBIA

**Wie:**  
Xebia

**Wat:**  
Event styling

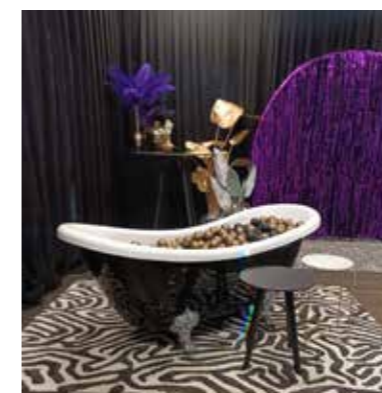
**Waar:**  
Kantoor Hilversum

**Wanneer:**  
7 februari 2025



**Great Gatsby op de werkvloer**  
Wie zegt dat IT'ers niet kunnen feesten, is duidelijk nog nooit bij Xebia op kantoor geweest! Want op 7 februari toverden we hun Hilversumse HQ om tot een Great Gatsby feest, compleet met veren, goud en een badkuip vol ballen. Waarom? Omdat Xebia vond dat hun team na al dat harde werk wel een feest verdiende. Een luxe nieuwjaarsfeest, met art deco aankleding en een touch of Vegas.

**Design met een gouden randje**  
Xebia kwam met twee wensen: een karaoke-ruimte en een casinospot. We doken diep in de roaring twenties en brachten het thema tot leven met gouden, paarse stoffen en art-deco accessoires. We transformeerden onze kubuskrukken met simpele stickers tot reusachtige dobbelstenen en backdrops van aluminium en stof zorgden voor instant glamour, met als finishing touch: veren, vazen én die onmisbare pauw. ●



5

XL dobbelstenen

50+

sierkussens

100

kleurrijke veren



Jill's Originals

**Boozed mocht losgaan op de styling van de stands van twee creatieve influencers tijdens hét knutsselfestival van het jaar! Creachick en Jill's Originals stonden op het KreaDoe Lentefestival, waar het een kleurrijke experience werd.**

**Creachick: Van vakantieboek naar beursstand**

Voor Creachick vertaalden we de sfeer van haar vakantieboek door naar de beursvloer. Haar stand kreeg drie duidelijke zones: een shop met haar producten, een pastelkleurige photobooth geïnspireerd op haar eigen ontwerpstudio en een meet & greet hoek waar fans haar konden ontmoeten.

Om de pastelkleuren en organische vormen uit het vakantieboek tot leven te brengen, hebben we diverse kasten gecustomized met reboard. Reboard is een licht, stevig en milieuvriendelijk materiaal dat we helemaal kunnen bewerken naar de vormen en kleuren die nodig zijn. Visueel sterk én verantwoord!

**Jill's Originals:**

De stand van Jill's Originals kreeg ook een eigen driedeling: een shop, een creatieve Sip & Paint-hoek voor workshops én een photobooth met een toffe fringewall. In haar stand konden we ook all out met kleurrijke eyecatchers:

van een lippenbank tot een rozenboog, iriserende vaasjes en bossen bloemen waar je instant vrolijk van wordt. We bedachten het ontwerp van de stand samen met Jill, die zelf een gaaf moodboard aanleverde ter inspiratie.

Fun fact: de slingers in de fringewall zijn van Atelier Revive. Deze slingers zijn niet alleen een feest om te zien, maar ook om achter te staan: ze zijn handgemaakt van gerecycled materiaal door vrouwen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Super bedankt Minke en team voor deze duurzame en sociale bijdrage! 🌟

# KREADOE LENTEFESTIVAL

**Wie:**  
Jaarbeurs

**Wat:**  
Merkbeleving en eventstyling

**Waar:**  
Jaarbeurs, Utrecht

**Wanneer:**  
11 t/m 13 april 2025





**Accountmanager Romy aan het woord:**  
 Het Kreadoe Lentefestival was een feest om aan te werken! Niet alleen omdat we al onze creativiteit erin kwijt konden, maar ook omdat we een jongere doelgroep mochten verrassen met kleur, fun en Instammable details. Van disco tot 'aww cute'—de reacties waren goud waard. Bedankt voor de leuke opdracht @Jaarbeurs! ●



CreaChick

2

trailers vol materiaal gingen richting Jaarbeurs

100

meter slinger werd er verwerkt in de fringewall

24.000

bezoekers kwamen langs op het KreaDoe Lentefestival



# DE FAVORIET VAN...



**Nancy Ceulemans**  
 Sales Manager

## Poefjes

Niet één poef, maar juist het hele assortiment maakt Nancy blij. "Ik hou van poefjes in alle soorten en maten: velvet, beige, met een houtlook, of juist een organische vorm. Die afwisseling in kleur en vorm zorgt meteen voor een gezellige sfeer. Zet er een paar bij elkaar en je hebt instant gezelligheid!"

We hebben tientallen poefjes in het verhuurassortiment – neem een kijkje op de website voor de mogelijkheden!



Scan mij

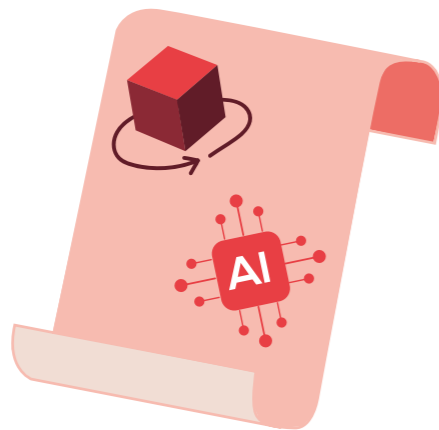
Ga naar de poefjes

# 30 JAAR EVENTBRANCHE:

van fax naar future proof

**A**l 30 jaar staat Boozed midden in de bruisende wereld van live events. Een wereld die de afgelopen decennia een indrukwekkende transformatie heeft doorgemaakt. Waar we in 1995 nog schetsen op papier maakten en per fax of telefoon communiceerden, werken we anno 2025 met 3D-renders, VR-presentaties en live dashboards. Het event is uitgegroeid van 'informatief met koffie' naar een Instagrammable experience met impact. En dat vraagt om nieuwe kennis, samenwerking en een frisse kijk op ons vak.

In die 30 jaar hebben we niet alleen onszelf opnieuw uitgevonden, maar ook sterke partnerschappen opgebouwd die ons scherp houden en inspireren. Twee van die partners zijn IDEA en Van Straalen, met wie we graag samen terug- én vooruitkijken naar de ontwikkeling van ons vak.



## Samen sterker met IDEA

Als trotse partner van branchevereniging IDEA trekken we al jaren samen op in het versterken van ons vakgebied. Niet alleen delen we kennis en visie tijdens de IDEA Green bijeenkomsten, waar duurzaamheid – vandaag de dag niet langer een trend maar een vereiste – centraal staat. Ook waarderen we het dat Maarten Schram, directeur van IDEA, zo dicht bij onze opdrachtgevers staat en de IDEA leden en partners telkens uitdaagt om verder te kijken dan het event zelf. Want waar we ooit 'iets gaafs' organiseerden, is de rol van het bureau vandaag de dag strategischer dan ooit.

## Van Straalen: groei in groen

Een andere partner die we graag in het zonnetje zetten is Van Straalen. Al jarenlang werken we samen op het gebied van groenstyling. Een vak apart, waarin Van Straalen zich heeft ontwikkeld tot belangrijke speler die vaak perfect aansluit bij onze creatieve concepten. Net als Boozed is Van Straalen gegroeid in een branche die professionaliseert en vraagt om specialisatie.

## Het DNA blijft hetzelfde: live raakt altijd

Wat nooit verandert? Dat live aanwezigheid blijft raken. Dat het persoonlijk contact onvervangbaar is. En dat samenwerking, nieuwsgierigheid en ondernemerschap ons vooruit blijven stuwten. Daarom laten we in dit magazine twee mooie gesprekken zien die dit alles samenbrengen: met IDEA en Van Straalen – partners in live, vakmanschap en toekomstbestendigheid. ♦



Boozed x Van Straalen doek op de Event Summit 2025



Kim tijdens de Green Ambassador Meetup van IDEA in het Spoorwegmuseum

# Groeien en Groen

Van Straalen over 50 Jaar in de Eventbranche

**V**an bloemenwinkel tot internationale eventpartner: het verhaal van Van Straalen is er een van groei, specialisatie en duurzaam innoveren. We spraken met Gerben van Straalen over zijn familiebedrijf dat al ruim 50 jaar bestaat.

## Van bloemen naar beleving

"Eigenlijk ben ik er mee opgegroeid," begint Gerben van Straalen. "Mijn ouders hadden een bloemenwinkel en volkstuintjes in Monster. Daarachter begonnen ze met het verhuren van planten voor feestjes. Mijn vader maakte er al snel themadecoraties bij – zoals typisch Hollandse geveltjes. Een kunstenaar schilderde bijpassende panelen met de hand."

Wat klein begon, groeide uit tot een volwaardig bedrijf. Inmiddels is Van Straalen ruim 50 jaar verder. Gerben nam het stokje zo'n vijftien jaar geleden over en bouwde het samen met zijn partner Mila Takens verder uit tot wat het nu is: een toonaangevende partner in groene eventaankleding, met een team van specialisten en een steeds internationaler werkveld.

"We zijn echt ontwikkeld tot een bedrijf dat maatwerk levert voor evenementen, met planten en bomen als het hart van onze dienstverlening. Of het nu gaat om een subtiele groene touch of een complete transformatie van een locatie!"

*Project Playground Floris Heuer*



Verhuurmateriële uit de beginjaren

**Van fax naar footprint**

De eventwereld van vandaag is onvergelykbaar met die van 50 jaar geleden. "We adverteerden in de Gouden Gids, klanten stuurden een fax of belden ons," lacht Gerben. "In een advertentie kon je natuurlijk niet alles laten zien, dus we moesten telefonisch veel toelichten."

Of mensen vulden een papieren formulier in waarop ze konden aankruisen wat ze wilden huren!"

Waar Van Straalen ooit een breed scala aan materialen leverde – van meubilair tot kassahokjes – koos het bedrijf nu bewust voor specialisatie. "Events vragen tegenwoordig om vakmanschap."

We zagen een duidelijke verschuiving naar meer gespecialiseerde bedrijven binnen de verschillende aspecten van evenementen. Daarom richten wij ons volledig op planten en groenstyling – dat heeft onze kwaliteit en reikwijdte sterk vergroot. Inmiddels werken we zelfs internationaal."

**Groei en olympisch project**

"Ons team is de afgelopen drie decennia flink gegroeid," vertelt Gerben. "We hebben nu collega's met specifieke expertises, wat ons in staat stelt klanten beter te bedienen. Zo hebben we bijvoorbeeld een fulltime medewerker voor de groenverzorging – essentieel bij XL-planten en bomen, om deze in topconditie te houden."

"Vorig jaar mochten we een bijzonder project verzorgen: de groene aankleding van een prominente locatie op de Champs-Élysées tijdens de Olympische Spelen in Parijs – een indrukwekkende ervaring. Toch zit voor ons de charme juist in de afwisseling: van zulke prestigieuze klussen tot de vertrouwde samenwerkingen met vaste partners, waar het contact prettig en de sfeer informeel is." ♦



Verhuurmateriële uit de beginjaren



Gerben van Straalen



Verhuurmateriële uit de beginjaren

**Samenwerking en uitdaging**  
 Voor Gerben draait een geslaagd project niet alleen om een tevreden klant, maar ook om het teamgevoel. "Iedereen moet met een goed gevoel terugkijken. Heldere communicatie is daarin essentieel – van de eerste aanvraag tot de oplevering."

Wat blijft uitdagend?  
 "Last-minute pieken in het hoogseizoen. Dan moeten we soms 'nee' zeggen – iets wat we liever niet doen. We houden altijd ruimte voor vaste partners, maar dromen soms van meer spreiding in de aanvragen."

**"LIVE  
 AANWEZIGHEID  
 MAAKT ECHT  
 HET VERSCHIL.  
 DE SFEER, DE  
 INTERACTIE, DE  
 ENERGIE – DAT  
 VERVANG JE NIET  
 MET EEN SCHERM."**

**De toekomst: duurzaam én speels**  
 "Duurzame evenementen juichen we absoluut toe," aldus Gerben. "En een duurzame insteek verdient ook een passende uitstraling. Planten zijn daar een logisch onderdeel van. Ze versterken de sfeer én het statement van een evenement."

Bij Van Straalen is duurzaamheid geen loze belofte, maar dagelijkse praktijk. Van ecologische bestrijdingsmiddelen tot slim gepland transport: in elke stap wordt bewust gekozen. De planten zelf zijn duurzaam – ze worden zorgvuldig onderhouden, meerdere keren ingezet en hersteld waar nodig.

"Als een plant beschadigd raakt tijdens een event, geven we die liefdevol de juiste verzorging. In onze speciale 'herstelkap' kunnen ze in alle rust bijkomen, zodat ze later weer kunnen schitteren op een volgend event. Zo verlengen we hun levensduur én verkleinen we onze ecologische voetafdruk."

**Tot slot: wat mag nooit verdwijnen?**  
 "Persoonlijk contact," zegt Gerben resoluut. "Tijdens de coronaperiode zagen we een verschuiving naar hybride evenementen en thuiswerken – met zeker voordelen. Maar uiteindelijk merk je dat mensen het liefst fysiek samenkomen. Live aanwezigheid maakt echt het verschil: de sfeer, de interactie, de energie – dat vervang je niet met een scherm."

Ook in de samenwerking met klanten blijft dat persoonlijke contact onmisbaar. "Echt overleg leidt tot meer vertrouwen en vaak ook tot creatievere oplossingen. Laat dat alsjeblieft blijven bestaan." ●



Down the rabbit hole Hendricks Gin JeroenRoest





# De evolutie van live

30 jaar events door de ogen van Maarten Schram (IDEA)

**E**venementen zijn ontwikkeld tot een 'rijk', impactvol en ook complex instrument. Maarten Schram weet als geen ander hoe de rol van het live event is veranderd. Als directeur van branchevereniging IDEA ziet hij de ontwikkelingen van dichtbij. We spraken hem over drie decennia aan uitdagingen, trends én de veerkracht van vakmensen die onze branche zo kenmerkt.

## Van jazzfestival naar eventbaas

"Net als Boozed zit ik dit jaar 30 jaar in het vak" vertelt Maarten. "In 1995 studeerde ik af en toen werkte ik al bij het North Sea Jazz Festival. Als groot muzikliefhebber dacht ik: wauw, hier wil ik mijn werk van maken." Enkele jaren later startte hij als 'rookie' in de rol van accountmanager bij Effectgroep en groeide daar uiteindelijk door tot directeur van het bureau.

Sinds twaalf jaar staat hij aan het roer van IDEA: een club vóór en dóór bureaus, met een focus op kwaliteit, belangenbehartiging en inspiratie. "IDEA vertegenwoordigt zo'n zestig bureaus in events en livecommunicatie, van specialisten tot allrounders. Dé community van leading agencies in live. Wij koppelen onze innovatieve leden met het IDEA-keurmerk aan sterke merken en organisaties." ●

**Wat is er in dertig jaar veranderd in de eventbranche?**

"Het vak zit vol bevolgen mensen, toen en nu nog steeds" zegt Maarten, "maar de vraag is wél veranderd." Waar het vroeger vooral draaide om het event zelf, draait het nu vaak om een bredere vraag. "Strategie, content creatie, video's, meetbaarheid – het hele traject is rijker en complexer geworden. Een event leeft niet alleen op locatie, maar ook digitaal, ervoor en erna. En dat heeft de eventbranche de afgelopen decennia juist zo verrijkt, met groter bereik, meer impact en daardoor ook interessanter als keuze voor dit medium en investering in dit kanaal."

Dat vraagt iets van bureaus. "Live samenkomen blijft bijzonder, maar is ook een kostbaar en complex instrument. Daar wil je alles uithalen! Onze rol is daarom strategischer geworden. Waar we ooit 'gewoon iets gaafs' maakten met focus op creatie en productie, zijn we nu partner in merkstrategie en doelgroepbenadering. Campagnes en communicatie, waar innovatieve zaken zoals gamification terugkomen: events zijn onderdeel van een groter geheel waarin wij adviseren, begeleiden en inspireren."

**"IMPROVISEREN ZIT IN ONS DNA. DE EVENTBRANCHE IS ONDERNEMEND: WE VINDEN ALTIJD EEN OPLOSSING."**

**Nieuwe generatie, nieuwe mindset**

Volgens Maarten is de nieuwe generatie eventprofessionals ambitieus, digitaal vaardig en goed opgeleid. "Er zijn veel meer opleidingen dan vroeger en dus meer getrainde vakmensen – ook aan opdrachtgeverszijde. Dat is positief, want net als in andere sectoren is de branche transparanter geworden. Ook vanwege de opkomst van – je kan het je nauwelijks meer voorstellen – internet. Vroeger belde je een bureau om een artiest te boeken en had je weinig inzicht. Nu weet de opdrachtgever vaak zelf al waar hij moet zijn en wat iets kost."

Bureaus onderscheiden zich daarom in visie en – steeds breder wordende – vakmanschap. "Als je een sterke signatuur hebt als bureau, kun je echt het verschil maken.

Of je nu focust op interne transformaties, merkactivaties of creatieve totaalconcepten: weet wat jouw DNA is en blijf daarbij. "En vergeet niet: het creëren en realiseren van effectieve live ervaringen is en blijft echt een uniek vak dat vraagt om vakmanschap." IDEA helpt daarbij met een kwaliteitskeurmerk dat zekerheid biedt bij merken en organisaties, de opdrachtgever."

**Kwetsbaar, maar creatief en ondernemend**

Onderscheidend of niet: de eventbranche is en blijft kwetsbaar. Bij elke crisis vallen hier vaak de eerste klappen. Zo ook tijdens de corona pandemie. "COVID was een vloek én een zegen," zegt Maarten. "De wereld ontdekte opnieuw hoe waardevol live contact is. Onze branche zat niet stil. We waren een sector die met onderzoek en creatieve oplossingen bleef proberen om live mogelijk te maken. En met succes!"

Die mentaliteit is volgens Maarten typerend. "Improviseren zit in ons DNA. We zijn ondernemend, vinden altijd een oplossing. En misschien wel het belangrijkste: mensen willen graag samen zijn. Dat is een soort oergevoel."

**"Niet greenwashen, maar green-doen"**

Samenkomen op een duurzame en inclusieve manier, is al jaren een vaste pijler binnen IDEA. "Het is geen trend meer, het is de standaard. Het moet onderdeel zijn van ieders denkwijze." Daarom heeft IDEA onder andere het Green Ambassadors-programma opgezet en werkt het samen met Green Events aan de doorontwikkeling van de Evenementenladder voor de zakelijke markt via het BeFuture-acceleratieprogramma. Daarnaast werkt de organisatie aan het inzichtelijk maken van de ecologische voetafdruk van events.

Wat volgens Maarten niet meer werkt?

"Duurzaamheid etaleren om het etaleren. Je hoeft er niet bij te zetten dat iets vegetarisch is of dat je afval scheidt. Doe het gewoon! Geen greenwashing, maar green-doen. Het is een breed thema waarin we onze leden al een paar jaar actief in meenemen en staan ook op het punt dit te verankeren binnen het IDEA-keurmerk." ●



IDEA Green Ambassadors Hilversum fotografie Butino



IDEA Live Talent Boost

## DE EVOLUTIE VAN LIVE

### Vooruitkijken: tech als verrijking

Ook technologie speelt een steeds grotere rol in live communicatie. "AI en data kunnen ontzettend verrijkend zijn – mits goed ingezet. Ze helpen bij efficiëntie, creativiteit en het slim inzetten van budgetten. Maar de kern van ons vak blijft menselijke interactie en het zo optimaal mogelijk ontwerpen én produceren daarvan."

Dat zal volgens Maarten zo blijven. "De komende 30 jaar krijgen we ongetwijfeld nieuwe golven van disruptie. Maar live raakt altijd. Het is een ongekend krachtig medium dat verbindt, verandert en inspireert."

In tijden van geopolitieke spanningen en economische uitdagingen, is (internationaal) verbinden cruciaal. Samenwerken, je verdiepen, nieuwsgierig zijn, je open stellen, uitwisselen; het samenbrengen van mensen tijdens 'onze events' heeft dus een hele belangrijke functie. Juist nu!" ●

**"DE ROL VAN HET BUREAU IS STRATEGISCHER GEWORDEN. WAAR WE OOI'T 'GEWOON IETS GAAFS' MAAKTEN, ZIJN WE NU PARTNER IN MERKSTRATEGIE EN DOELGROEPBENADERING."**



# DE FAVORIET VAN...



**Danyel Fijten**  
Projectmanager

### Brooklyn scheidingswand

"Die industriële look vind ik echt vet", zegt Danyel enthousiast. "Daarnaast kun je de wand modulair inzetten, waardoor hij op elke locatie past. En het wordt pas echt gaaf als je hem combineert met planten of LED-tubes, dan komt hij helemaal tot leven!" Het basisframe van de Brooklyn scheidingswand is 200cm breed en 300cm hoog. In combinatie met de wanden van 100cm breed, kun je een vrijstaande wand creëren. Daarnaast heeft de wand diverse plankjes om decoratie/planten op te plaatsen.



**Scan mij**

Ga naar de  
scheidingswand



Vakantiebeurs 2025

#### Decoratie en meubels

Onze focus lag op decoratie, branding, signing en het leveren van meubels om de gewenste sfeer per thema te realiseren. Van Afrikaans kinderplein tot Scandinavisch theater:

- Afrikaans Kids Plein: Een speelse omgeving waar kinderen konden kennismaken met Afrikaanse culturen.
- USA & Canada Terras: Een stukje Noord-Amerika in Utrecht, compleet met iconische elementen.
- Travel Theater: Een plek voor inspirerende presentaties, met een zorgvuldig ontworpen stoelenopstelling en podium.

- Curlingbaan: Een knipoog naar de Scandinavische wintersporttradities.

- Entree Terras – Schiphol Sfeertje: Bezoekers werden verwelkomd in een setting die deed denken aan onze nationale luchthaven, inclusief wayfinding signs.

- Nordic Theater: Een theater met een minimalistisch en sfeervol Scandinavisch design.

- Kamperen Terras: Een oase van groen, hout en tenten, perfect voor de natuurliefhebber.

#### Bijzondere materialen voor een authentieke ervaring

Om de thema's tot leven te brengen, hebben we gebruikgemaakt van enkele opvallende verhuuritems:

- Wonderwood Huis en Poort: Een sprookjesachtige entree voor het kampeerterras.
- Tuktuk: Een authentieke Aziatische touch voor het Azië-gedeelte.
- Paperbus: Een creatieve eyecatcher die de reislust symboliseerde.
- Noorwegenhuisje: Dé blikvanger van het Nordic Theater, die de Scandinavische sfeer perfect weergaf. 🌲

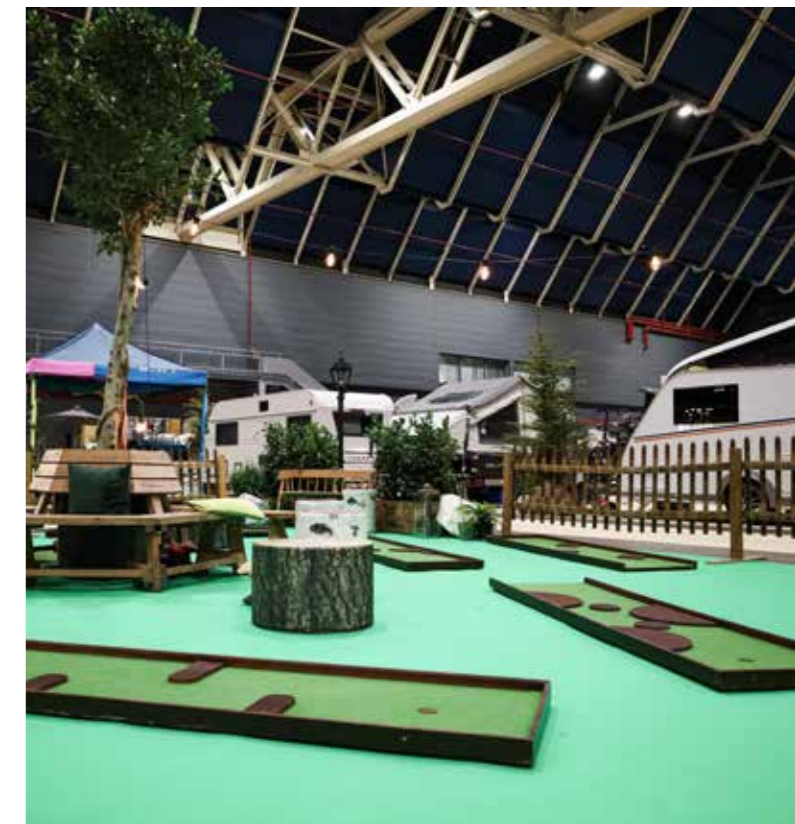
## VAKANTIE- BEURS 2025

**Wie:**  
De Jaarbeurs

**Wat:**  
Event styling, inrichting van terrassen/pleinen en thematische decoratie

**Waar:**  
Utrecht, Jaarbeurs

**Wanneer:**  
9-12 januari 2025





**Projectmanager Sifra aan het woord:**  
 Begin januari 2025 mochten we de Jaarbeurs in Utrecht weer omtoveren tot een vakantieparadijs! Bezoekers konden zich onderdompelen in sferen van over de hele wereld, door de verschillende thema's die we samen met de Jaarbeurs tot leven hebben gebracht. Wij hebben de aankleding van diverse terrassen en horecapleinen verzorgd. ●



5

aantal hallen

7

aantal terrassen

44,1

meter (oftewel 3,5 trailers vol)

2

dagen opbouwtijd

71.000

Totaal aantal bezoekers



# DE FAVORIET VAN...



**Demi Bik**

Systems and Facility Operations Manager

### Disco Dame op glazen voetplaat

De naam zegt het al: dit item straalt. "De Disco Dame staat zelfverzekerd op elk evenement," zegt Demi. "Het is een decoratiestuk dat meteen de aandacht trekt, met haar 198 cm hoog. Glam, glans en een flinke dosis attitude. Precies wat je nodig hebt om een ruimte net dat beetje extra te geven."



Scan mij

Ga naar de disco dame

# B CORP UPDATE

## 10x activiteiten in Q1

Het eerste kwartaal van 2025 stond in het teken van doen. Van workshops en quick wins tot slimme CO2-reductie en een kwartetborrel in B Corp-stijl. In deze update nemen we je mee in 10 activiteiten waarmee we concrete stappen zetten richting een duurzamere, bewustere en eerlijkere wereld.



**1. Grooblue impact game**  
Tijdens een interactieve workshop gingen we aan de slag met de B Corp Impact Game. Het doel: focus aanbrengen in onze ambities en stappen bepalen richting ons Big Hairy Audacious Goal.

We selecteerden impact businessmodellen die bij ons passen en kozen concrete actiepunten uit de game om de komende periode op te richten. Grooblue begeleidde de sessie met heldere uitleg en inhoudelijke expertise. Bedankt!



### 2. Duurzaamheidsrapport

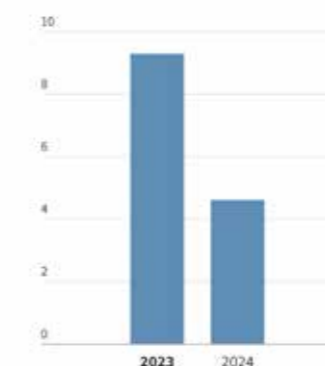
Bij Boozed geloven we dat evenementen groots kunnen zijn zonder grote voetafdruk. Daarom werken we hard aan een duurzaamheidsrapport, waarin we laten zien hoe we dat aanpakken: van circulair ontwerp en tot CO2-reductie, hergebruik en eerlijke werkpraktijken. We meten onze impact, stellen ambitieuze doelen – zoals volledig circulair in 2035 – en werken samen met klanten, leveranciers en collega's om daar te komen. Het rapport biedt een helder overzicht van waar we staan, wat we doen en waar we naartoe werken: een sector die zowel inspireert als verantwoordelijkheid neemt. Stay tuned, we delen het binnenkort online!



### 4.B Champ meetings

Elke laatste dinsdag van de maand is het Duurzame Dinsdag! Samen met het multidisciplinaire B Champ-team bespreken we onze voortgang. Zijn alle actiepunten opgepakt? We werken aan de hand van geprioriteerde acties uit eerdere rapporten en de B Corp Impact Game. Met behulp van een impact-effort map brengen we helder in kaart wat veel oplevert en weinig moeite kost (yes please), en wat juist veel vraagt maar weinig bijdraagt (skip!). Zo hebben we al heel wat quick wins gerealiseerd en staan er belangrijke verbeteringen op de planning. 🌱

Afval - gewicht per Omzet  
Booz event design BV  
kg / 1000 €



### 3. CO2 meting

In 2023 zijn we gestart met het meten van onze CO2-uitstoot op vier fronten: afval, materiaalinkoop, energie op kantoor en transport. Die cijfers vormden de basis voor gerichte actie. En dat werkte: door ons milieueiland slimmer in te richten en circulaire samenwerkingen in de keten uit te breiden, hebben we ons afval in 2024 al met 50% teruggebracht. Ondertussen blijven we data verzamelen om te sturen op impact. Want hoe beter we meten, hoe slimmer we kunnen verduurzamen.



### 5. Kunstacademie recycling

We geven al langere tijd restmaterialen een tweede leven door ze te doneren aan partijen die ze goed kunnen gebruiken. Sinds kort hoort ook de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten (KABK) in Den Haag daarbij. Courteney, onze technisch designer én oud-student van de academie, legde het contact. De school reageerde enthousiast – herbruikbare materialen zijn daar altijd welkom voor creatieve projecten. Deze eerste donatie bestond uit een bonte mix: van steigerplanken en stoffen tot kunstgras, tools en zelfs de karren waarin alles werd geleverd. Bonuspunten: we combineerden het transport slim met een rit naar een eventlocatie in de buurt.



### 6. B Corp borrel + kwartet

Om B Corp nog beter te laten leven binnen het team, organiseerden we een vrijmibo met B Corp game. Denk: speurtocht meets kwartet – met de 8 nieuwe B Corp-thema's in de hoofdrol. We verstopten 32 B Corp kaarten door ons hele pand, die in teams gevonden moesten worden voor ze het kwartet konden spelen. De competitiedrang was niet te stoppen: collega's renden alle kanten op, doken onder tafels en doorkruisten de loods... Alle Boozers leerden over de nieuwe B Corp standaarden en de winnaars gingen naar huis met heerlijke B Corp prijsjes van o.a. Tony's en Rituals.



### 7. Medewerkerstevredenheidsonderzoek

In januari 2025 doken we bij Boozed in een medewerkerstevredenheidsonderzoek. Als je impact wil maken... moet je ook goed zorgen voor je eigen personeel. We vroegen aan alle Boozed collega's wat zij vinden van o.a. de werkdruk, groei, samenwerking, communicatie, veiligheid en voorzieningen. De resultaten, zowel cijfers als eerlijke verhalen, werden omgezet in concrete actiepunten. Want luisteren is goed, maar er iets mee doen is beter!

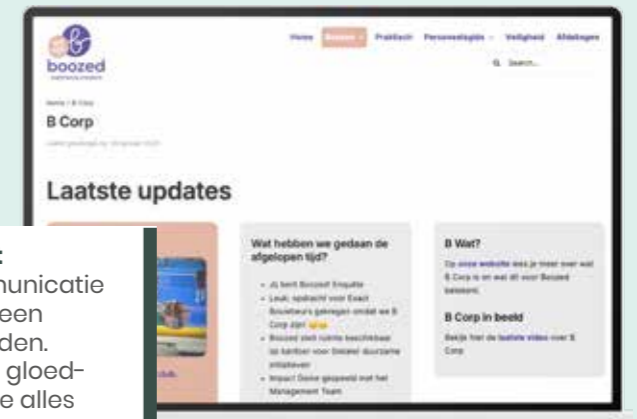
### 8. B Corp hercertificering

In Q1 2025 kwamen de nieuwe B Corp-richtlijnen naar buiten en die houden we scherp in de gaten. Niet alleen omdat we in 2026 moeten hercertificeren, maar ook omdat het spel flink is veranderd: van 5 naar 8 thema's waar je allemaal een voldoende op moet scoren. Geen ruimte om achterover te leunen dus! In de komende maanden zullen we ons verder voorbereiden op onze hercertificering door middel van dataverzameling, rapportages en periodieke meetings om onze vooruitgang te monitoren.



### 9. Verbetering communicatie: Intranet

Boozed groeit! Juist dan is goede communicatie cruciaal. We willen bovendien dat iedereen belangrijke informatie makkelijk kan vinden. Daarom lanceerden we begin 2025 ons gloednieuwe intranet: dé centrale plek waar je alles vindt wat je als Boozer wil én moet weten. Van het weekbericht en MT-updates tot de interne eventkalender en welke collega's afwezig zijn. Geen gedoe meer met verdwaalde PDF's, maar altijd alles op één plek – overzichtelijk en up-to-date.



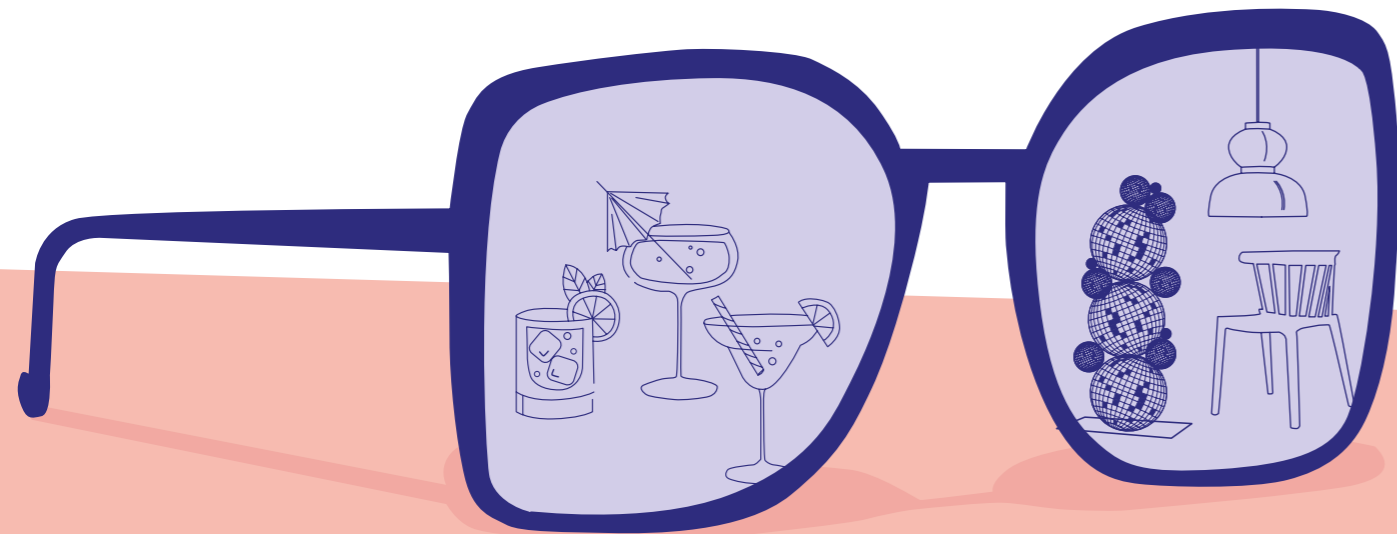
### 10. B Corp South Holland meet-up

Wij namen deel aan de eerste avond van B Corps Zuid-Holland! De enthousiaste groep met de no-nonsense sfeer van Rotterdam deelt hetzelfde doel: doing business for good. Tijdens een workshop en borrel dachten we samen na over verbeteringen binnen onze organisaties en de regio. Bedankt Nexio Projects voor de organisatie van de kick-off en het samenbrengen van deze mooie bedrijven!



# Door de ogen van **NEL VAN BRENK**

Dertig jaar BoozeD:  
van afwas tot anekdotes



Oprichter Joost

Als je de groei van een bedrijf écht wilt begrijpen, moet je luisteren naar de verhalen van degenen die er vanaf het prille begin bij waren. Voor BoozeD is dat zonder twijfel Nel van Brenk: moeder van oprichter Joost. Vanuit haar scherpe geheugen, handgeschreven aantekeningen en een eindeloze reeks anekdotes neemt ze ons mee door dertig jaar ondernemerschap, familiebanden en groei.

**Het begin: cocktails en afwas**  
In de jaren negentig werkte Joost in de zomer in strandtent Peukie in Scheveningen. Uit pure hobby volgde hij een cursus cocktailshaken en al snel verhuurde hij zichzelf als bartender. In het begin deed hij alles alleen in de weekenden, met zijn eigen mobiele bar.

**"IEDERE  
MAANDAG  
STOND ALLES  
WEER NETJES OP  
DE RIT,"**

Daarom was hulp meer dan welkom! Nel stond paraat: van schoonmaken tot afwassen en het schuren en schilderen van de bar. Zelfs de aanhanger, liefkozend 'het hengertje' genoemd, kreeg in haar garage een nieuwe lik verf.

**Handen uit de mouwen: familie aan het roer**

Niet alleen Nel, ook haar man Frans hielp waar hij kon. Glazen afwassen, opruimen, hoezen naaien voor het meubilair. "Iedere maandag stond alles weer netjes op de rit," herinnert Nel zich. "En ik kookte soep voor het personeel. Cup-a-Soup vond ik niks, dus ik nam altijd zo'n grote 10-literpan verse soep mee!"

Langzaam groeide BoozeD uit van hobby naar een serieus bedrijf. Een kantelpunt kwam in 1999 toen Kim, Joosts partner, zich bij het bedrijf voegde. Met haar ervaring bij Red Bull bracht Kim structuur, commercieel inzicht en visie. "Zij was van het administratieve, Joost van het doen," vat Nel hun samenwerking kernachtig samen. ●

## DOOR DE OGEN VAN



Het Hengertje

### **Van garages tot zolders**

Het bedrijf groeide uit zijn voegen. Van werken vanuit de garage verhuisden Joost en Kim naar een loods zonder verwarming of airco. "In de zomer bloedheet, in de winter steenkoud," lacht Nel. "Als ik langskwam, zaten ze allemaal met dikke sjaals en jassen. Het doorzettingsvermogen was indrukwekkend."

Verhuizingen volgden elkaar snel op: van Den Hoorn naar Rijswijk en uiteindelijk Delft. Een running joke binnen de familie: elk pand kreeg een 'zoldertje'. "Zelfs als er geen zolder was, maakten ze er eentje," grinnikt Nel. Het stond symbool voor de eindeloze creativiteit en groei.

### **Een ongelukje hoort erbij**

Nel hielp overal, maar geduld was nooit haar sterkste kant. Bij een verhuizing wilde ze de spullen sneller boven hebben dan de mobiele lift aankon. "Ik dacht, ik doe het wel met de ladder. Die ladder dacht daar anders over en gleed onder me vandaan..." Resultaat: blauwe plekken van schouders tot knieën. "Gelukkig niets gebroken, maar ik heb ze wel laten schrikken!"

### **Professionalisering en nieuwe rollen**

Met elke verhuizing groeide Boozed verder. Nieuwe medewerkers, nieuwe honden – zoals Puk, de kantoorhond die trouw werd uitgelaten door medewerkers – en een steeds professionelere uitstraling.

Boozed transformeerde naar een serieuze speler in eventstyling en -verhuur, met Kim in de hoofdrol. Joost, die kampte met een burn-out, deed een stapje terug en bleef op de achtergrond betrokken. ♦



Nel tijdens de afwas



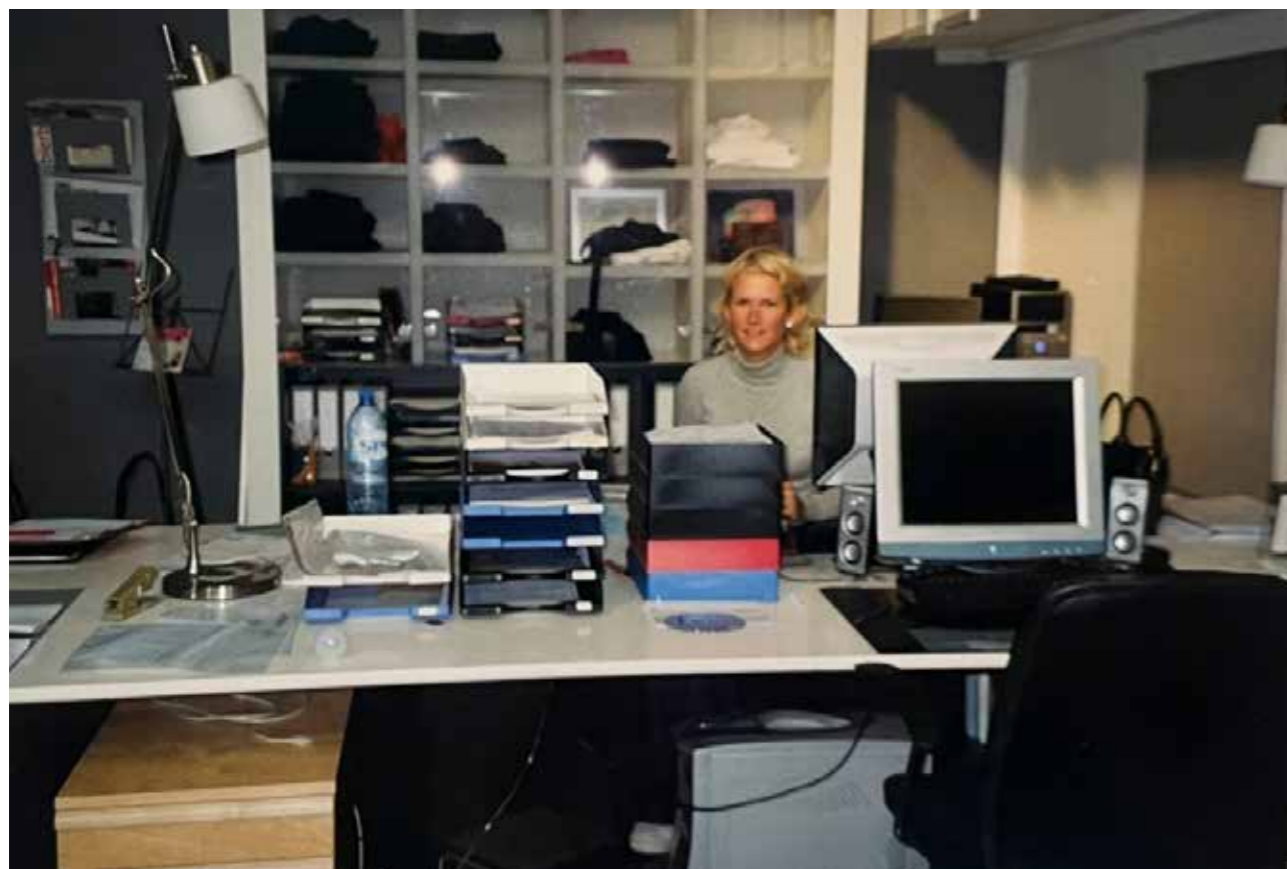
Cocktails and more pand

**Nog steeds dichtbij**

Nel bleef zo lang mogelijk helpen. Tot 2017 naaide ze hoezen, zorgde ze voor soep op maandag en hielp ze waar nodig. "Op een gegeven moment kon ik het tempo niet meer bijbenen," zegt ze. "Maar ik heb het altijd met liefde gedaan."

Hoewel officieel met pensioen, blijft Nel onmisbaar voor het gezin. Ze strijkt nog wekelijks Joosts overhemden, past op de honden en verzorgt de dieren als Joost en Kim op vakantie zijn. Haar humor en nuchterheid blijven een baken voor de familie. ●

**'HOEWEL OFFICIEEL MET  
PENSIOEN, BLIJFT NEL  
ONMISBAAR VOOR HET GEZIN.'**



Kim in oud Boozed pand





Fotografie: Nico Alsemgeest

**Een experience die je bijblijft**

Als je 15.000 vierkante meter moet vullen met innovatie, inspiratie én indrukwekkend design, dan weet je: dit is geen doorsnee project. Salesforce World Tour streek op 17 april neer in de Expo Greater Amsterdam en Boozeed mocht – in opdracht van met D&B Eventmarketing – het terrein omtoveren tot een next-level experience. Van wachtrijen waar je vrijwillig in wil staan tot industriële eyecatchers en bosrijke campingsferen. Let's go!

**Design**

Het event was ingedeeld in 2 area's. Aan de ene kant: Agentforce, het AI platform van Salesforce.

Denk: strak, paars, blauw, modern en een tikkie industrieel. Hier stonden onze nieuwe aluminium buffetstellingen te shinen, helemaal in lijn met de tech-vibe.

Aan de andere kant: een meer natuurlijke omgeving met de warme Salesforce huisstijl die terugkwam in houten elementen uit onze Wonderwood collectie, aangevuld met een flinke dosis groen van onze partner Van Straalen. Tapijt markeerde subtiel de zones binnen de gigantische loods en hielp ons om de beleving overzichtelijk te houden. De opbouwtekening was bijna een kunstwerk op zich – alles moest kloppen.

**Agentforce stand: een unieke wachtrijbeleving**

De showstopper? Een wachtrij-ervaring die je misschien eerder bij een festival verwacht dan bij een zakelijk event: we creëerden een grot waar de gasten doorheen konden lopen! Bijzonder detail: het frame van de grot maakten we volledig uit gerecycled materiaal.

We hergebruikten namelijk balken van een eerder Salesforce project! De rotslook ontstond door een combinatie van geprinte doeken en 3D-elementen. Jute en sfeerverlichting maakten het geheel af. De grot werd ingezet bij events in Nederland én België.

**SALESFORCE**

**Wie:**  
Salesforce, via D&B Eventmarketing

**Wat:**  
Styling, standbouw, maatwerk

**Waar:**  
Expo Greater Amsterdam

**Wanneer:**  
17 april 2025





**Projectmanager Danyel aan het woord**  
 Dit is zo'n project waar bijna iedereen binnen Boozeed aan meewerkt. Ontwerp, timmerwerk, styling, planning – alle disciplines kwamen samen. En als je dan het eindresultaat ziet... ja, dan ben je gewoon trots. Het is ook niet de eerste keer dat we voor Salesforce en D&B aan de slag mochten. Elk jaar verhogen we de lat weer voor onszelf. Bedankt voor de fijne samenwerking! ●



11

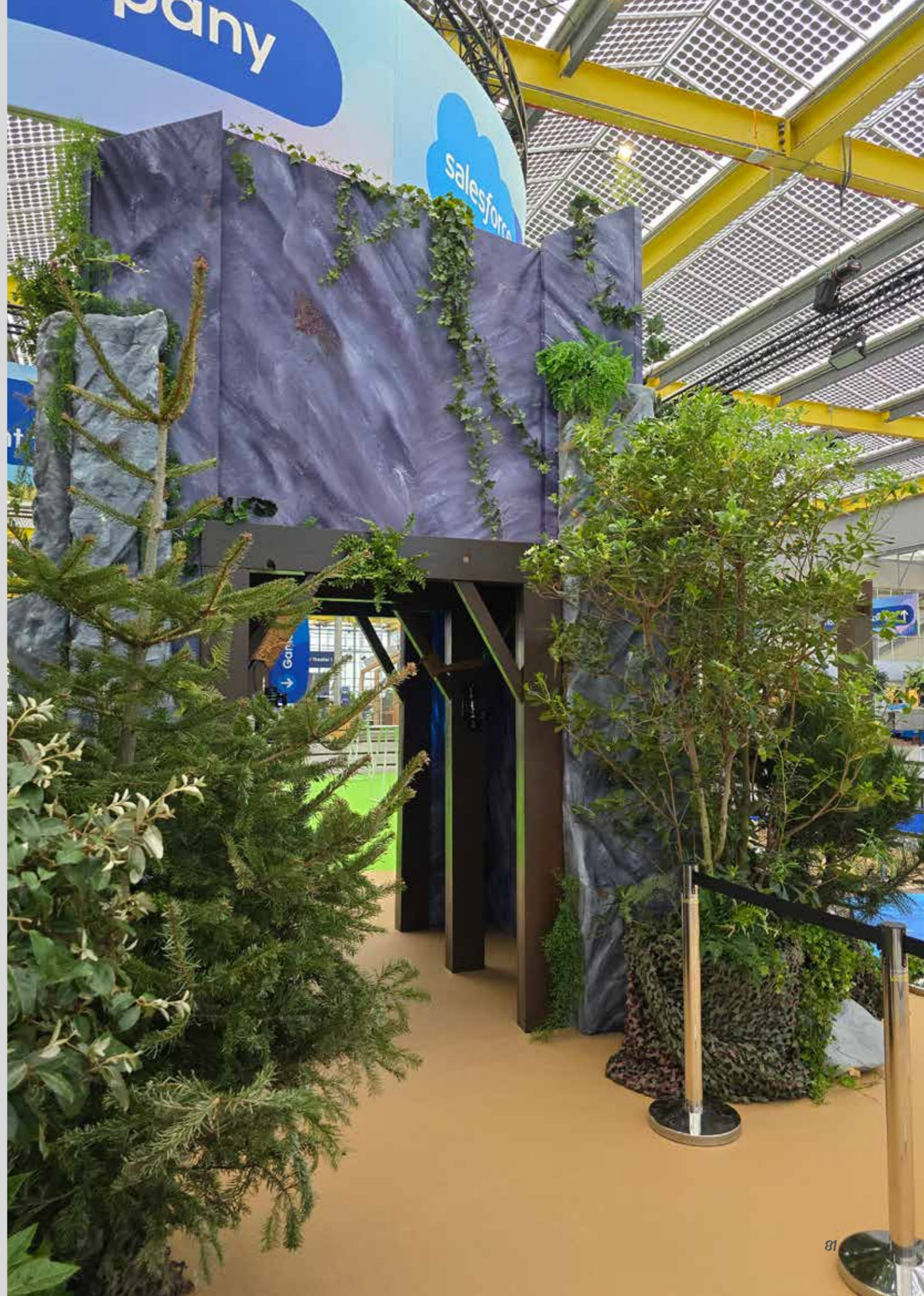
trailers vol met materialen

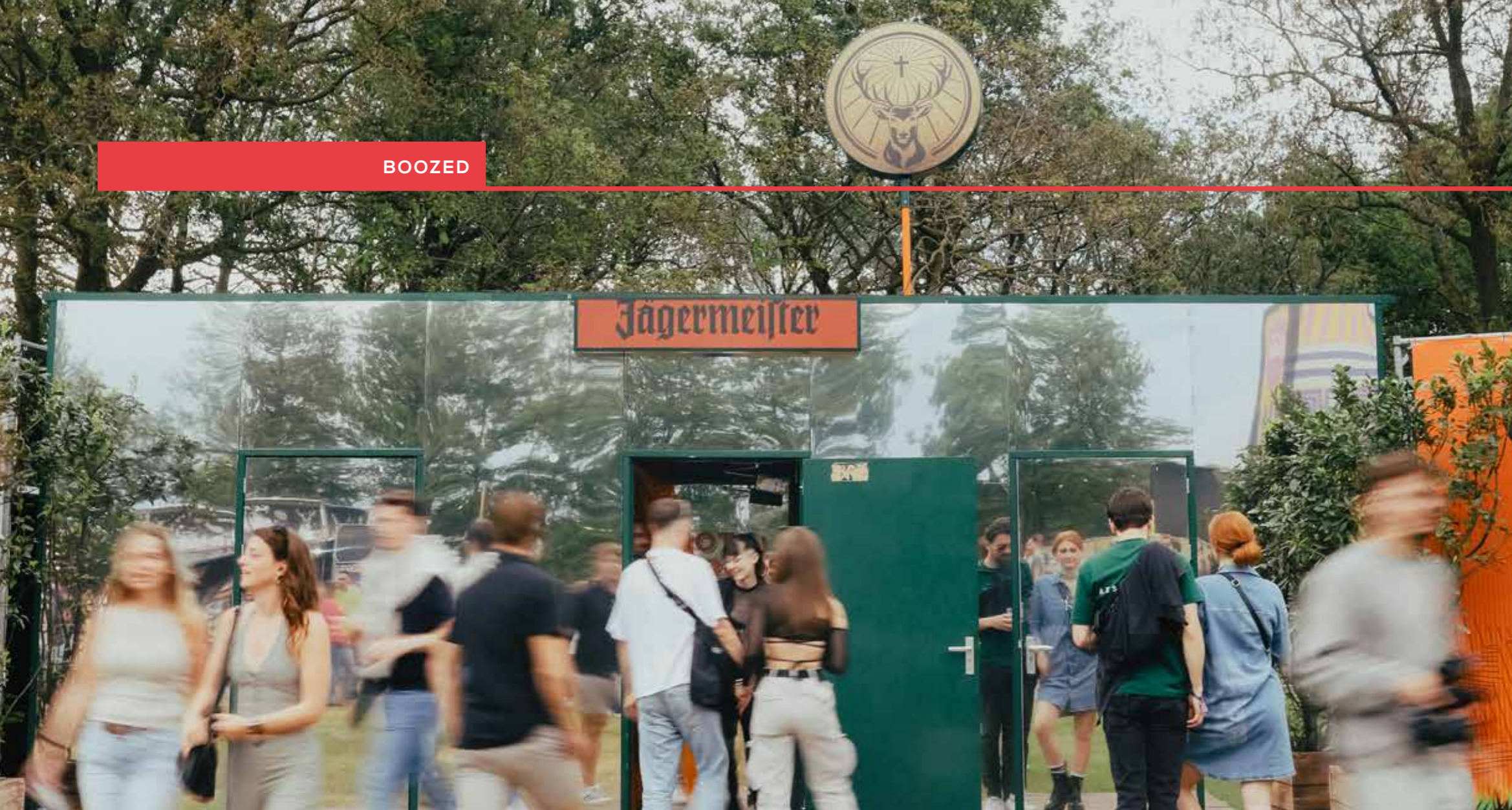
15.000

M2 aan event-oppervlak gevuld

2.200

M2 aan tapijt uitgerold





Jägermeister Open Air Festival

# Festival styling:

van merkactivatie tot VIP lounge

**O**f het nu gaat om een intieme brand experience of een groots opgezette VIP Lounge – wij hebben de afgelopen jaren onze stempel gedrukt op talloze events. Denk aan merk-activaties voor Jägermeister, Peachtree en Hendrick's Gin of onzeterugkerende rol op Mysteryland, waar we met creatieve decors, eyecatchers en slimme styling keer op keer voor dat echte wow-effect zorgen.

## Hoe kunnen we je helpen?

Wij helpen je festival tot leven te brengen en denken met je mee, vanaf het eerste idee tot de laatste schroef. Wat heeft de bartender nodig achter de bar? Staat die eyecatcher stevig genoeg als het publiek losgaat? Met 30 jaar ervaring weten we waar we op moeten letten – en gaan we niet weg voordat alles perfect staat.

## Verhuurassortiment

Onze collectie bestaat uit een breed scala aan stijlvolle en duurzame items in verschillende thema's. Denk aan karaktervol meubilair dat uitnodigt tot ontspannen, opvallende bars waar je niet omheen kunt, slimme bewegwijzering die bezoekers soepel door het terrein leidt, en visuele eyecatchers die letterlijk boven de massa uitsteken.

## Bars

Een bar kan de sfeer van je festival bepalen! Onze modulaire bars zijn er in verschillende stijlen en uit te rusten met tap, koeling of werkruimte. Je kunt zelf de grootte van de bar bepalen en nog beter: je kunt ze ook personaliseren.



Scan mij

Bekijk bars

## Meubilair

Van backstage tot VIP-lounge, van foodtruck-terras tot dansvloer – wij hebben het meubilair dat past bij jouw festival. Kies uit stijlen van Ibiza chill tot rauwe rave en maak de setting compleet met de tafels, stoelen en decoratie die jij nodig hebt.



Scan mij

Bekijk meubilair

## Eyecatchers

Wil je indruk maken? Ga voor een spraakmakende entree, een podium dat knalt of thematische hoekjes waar iedereen een foto wil maken. Met onze eyecatchers maak je van je festival een ervaring die blijft hangen.



Scan mij

Bekijk onze eyecatcher

## Branding & Bewegwijzering

Duidelijk én in stijl! Van festivalborden bij de entree tot opvallende visuals bij de bar of podia – wij zorgen voor branding en signing die je bezoekers moeiteloos de weg wijst én bijdraagt aan de totale festivalbeleving. •



Scan mij

Bekijk onze bewegwijzering



Meubilair



Brownys Adyen Company part Expo



Hendrick's Gin – Down the Rabbit Hole. Fotografie: Jeroen Roest

**Inspiratie uit eerdere projecten**

Een paar voorbeelden van wat we hebben neergezet:

**Jägermeister Secret Stage – Amsterdam Open Air 2023:**

Een verborgen area op het terrein, te betreden via een spiegelwand, met een vette bar en styling die perfect aansloot op de sfeer van het merk.

**VIP Lounge – Mysteryland 2024:**

Stijlvol lounge-meubilair met een moderne, neonvibe. De perfecte plek voor gasten om even op adem te komen.

**Peachtree Activatie – Kingsland Rotterdam 2023:**

De perfecte match met Koningsdag: een oranje merkactivatie met een zomerse sfeer! Gecreëerd met onder andere ons Lifeguard huis, oranje kunstplanten en de Tikibar.



Bewegwijzering



Mysteryland VIP deck



Festival activatie

**KLAAR OM JOUW FESTIVAL NAAR HET VOLGENDE LEVEL TE TILLEN?**

Laat je merk spreken, verras je bezoekers en creëer een beleving die blijft hangen. Bekijk ons festival lookbook voor een dosis inspiratie! Vraag hem aan bij onze accountmanagers of via [info@boozed.nl](mailto:info@boozed.nl). Ontdek wat wij voor jouw event kunnen betekenen – we denken graag met je mee! ●



Mysteryland No House Wine Bar



Ketel 1 Concert at Sea



Fotografie door Martijn Beekman



Fotografie door Martijn Beekman

# FESTIVAL VAN DE TOEKOMST

**Wie:**  
Provincie Zuid-Holland

**Wat:**  
Meubilair, standbouw en branding

**Waar:**  
Van Nelle Fabriek

**Wanneer:**  
26 september 2024



#### DOEMdenker of DOENdenker?

Kies maar! Hoe kijk jij naar de toekomst? Vol optimisme en daadkracht, of met een beetje gezonde scepsis? Tijdens het Festival van de Toekomst van de provincie Zuid-Holland werd deze vraag letterlijk bij de entree gesteld. Dit event bracht vernieuwers, creatievelingen en besluitvormers samen om na te denken over wat komt. En wij? Wij zorgden voor de perfecte setting om dat gesprek te voeren.

#### Design met een keuze

Het thema 'toekomstdenken' werd direct bij binnenkomst voelbaar door de op maat gemaakte entreepoort. De bezoekers konden een bewuste keuze te maken: linksaf voor de DOEMdenkers, rechtsaf voor de DOENdenkers. Een speelse manier om in de juiste mindset te komen!



Fotografie door Martijn Beekman

#### Unieke eyecatchers en maatwerk

Naast de entreepoorten hebben we ook een bijzondere food-beleving neergezet: een groente slagerij als foodstation. Geen standaard catering, maar een creatieve knipoog naar duurzaamheid en innovatie. En natuurlijk mocht de industriële eilandbar niet ontbreken, dé plek waar bezoekers samen kwamen voor een drankje en een goed gesprek.

#### Duurzame keuzes

Een event over de toekomst kan natuurlijk niet zonder duurzame keuzes. Daarom is bij de branding gebruikgemaakt van reboard, een licht en 100% recyclebaar materiaal. ●

# 680

bezoekers dachten na over de toekomst

# 30

laadmeters aan materiaal gebruikt voor standbouw en branding

# 30

statafels om alle ideeën op tafel te krijgen



# DE FAVORIET VAN...



**Sophie van den Heuvel**

Junior Designer

#### Opblaasbare spiegelbol Zilver

De zilveren opblaasballen zijn echte blikvangers en dat is precies waarom Sophie ze zo graag inzet: "Zilver en spiegel is helemaal mijn ding. Ze vullen elk ontwerp goed aan: of het nu uitbundig is of juist strak en minimalistisch. Met deze ballen maak je snel indruk en geef je een ruimte in één keer een totaal andere uitstraling." De opblaasballen zijn beschikbaar in verschillende diameters en naast zilver hebben we ook ballen met een iriserende 'bellenblaas'-look.



Scan mij

Ga naar de zilvere spiegelbol



Semrush Spotlight event

### Spotlight op Semrush in Amsterdam

Op 30 oktober 2024 was de Passenger Terminal Amsterdam het decor voor Spotlight, het grootschalige kennisevent van Semrush. Klanten en partners werden ondergedompeld in inspirerende keynotes, interactieve sessies en gezellige netwerkmomenten. Boozed mocht, via Eventic, zorgen voor de event styling.

### Design met een frisse, moderne touch

Het thema van Spotlight straalde frisheid en innovatie uit. De paars/roze met gele brandkleuren van Semrush waren prominent aanwezig.

De bar kreeg een speciale styling in de eventkleuren, terwijl het meubilair bewust in rustige tinten werd gekozen om het geheel in balans te houden.

### Maatwerk met een WOW-factor

Boozed loves maatwerk! We creëerden een op maat gemaakte backbar met een hoge eyecatcher, inclusief neonverlichting – perfect voor de ultieme Instagram-shot. Maar het hoogtepunt van het event was misschien ons ballenbakzwembad, dat volledig in Semrush-paars werd uitgevoerd en gevuld met badeendjes. Bezoekers sprongen letterlijk in het merk en dat leverde geweldige beelden op!

### Gave materialen

Voor dit event hebben we uitgepakt met een mix van onze mooiste items:

- Het zwembad
- Rustige en moderne Shape meubels
- Tattoo stoelen voor bodypaint tattoos

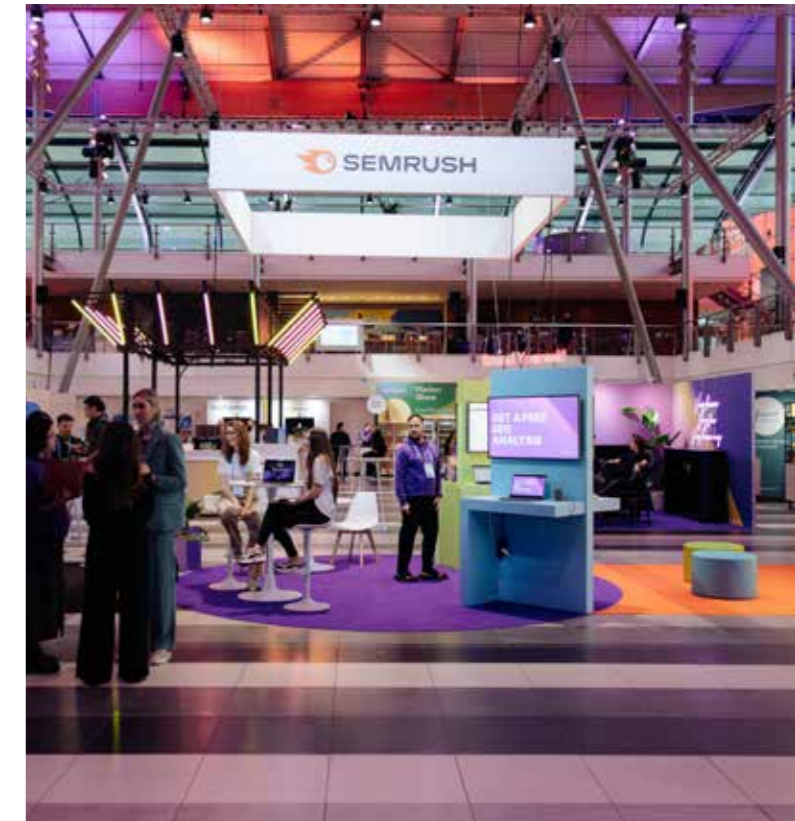
## SEMRUSH SPOTLIGHT

**Wie:**  
Semrush, via evenementenbureau Eventic

**Wat:**  
Event styling en brand building

**Waar:**  
Passenger Terminal Amsterdam

**Wanneer:**  
30 oktober 2024





**Marketing Lead Elise aan het woord**  
 De opbouw van Spotlight was een uitdaging op zich. Vier trailers vol materiaal door het drukke hart van Amsterdam krijgen en met liften over verschillende verdiepingen verdelen? Dat betekent flink wat stappen zetten! Gelukkig werden we beloond met een heerlijke lunch en een fantastisch uitzicht over het water. Eventic, bedankt voor deze toffe opdracht – op naar de volgende! ●



4

volle trailers met materiaal

100

Eco Chique barkrukken

12

collega's voor op- en afbouw





PanAmerican Seed @Trade Fair

## PAN - AMERICAN

**Wie:**  
PanAmerican Seed,  
via Effectgroep

**Wat:**  
Standbouw, styling en  
maatwerk

**Waar:**  
Trade Fair Royal Flora  
Holland, Aalsmeer

**Wanneer:**  
5 t/m 7 november 2024



### 270 verschillende bloemen presenteren op een beurs...?

PanAmerican Seed deed het creatief en strak tegelijk. Tijdens de Trade Fair in Aalsmeer maakten we voor hen een stand als een mini-museum vol planten. Het thema 'Your path towards growth' was de rode draad. Letterlijk, want gekleurde vloerstickers gaven de route aan door de stand. Aan weerszijden liepen bezoekers langs een selectie van 270 (!) verschillende soorten planten en bloemen.

### Strakke styling en slim maatwerk

De stand werd opgebouwd met zowel maatwerk als verhuurmeubilair. Frisse sokkels en displaykasten uit onze collectie zorgen voor veel ruimte voor verschillende bloemen en planten. De showstoppers? De zes maatwerk plantenhouders, gemaakt in onze werkplaats en gespoten in de PanAmerican Seed-kleuren. Ieder standaard had in exact het juiste formaat plek voor potjes met planten, die zo op hoogte én in stijl gepresenteerd werden.



### Projectmanager Lois aan het woord

Wat dit project extra leuk maakte? De samenwerking tussen onze teams! Van schakelen met de klant tot de laatste verlaag aanbrenge: elke afdeling werkte mee om tot een tof eindresultaat te komen. Door goed overleg tussen sales, design, werkvoorbereiding, de werkplaats én de buitendienst, hebben we het idee tot op de millimeter goed kunnen uitvoeren. Daarnaast werkten we bij dit project fijn samen met Lasso voor de standbouw. Bedankt allen! ●





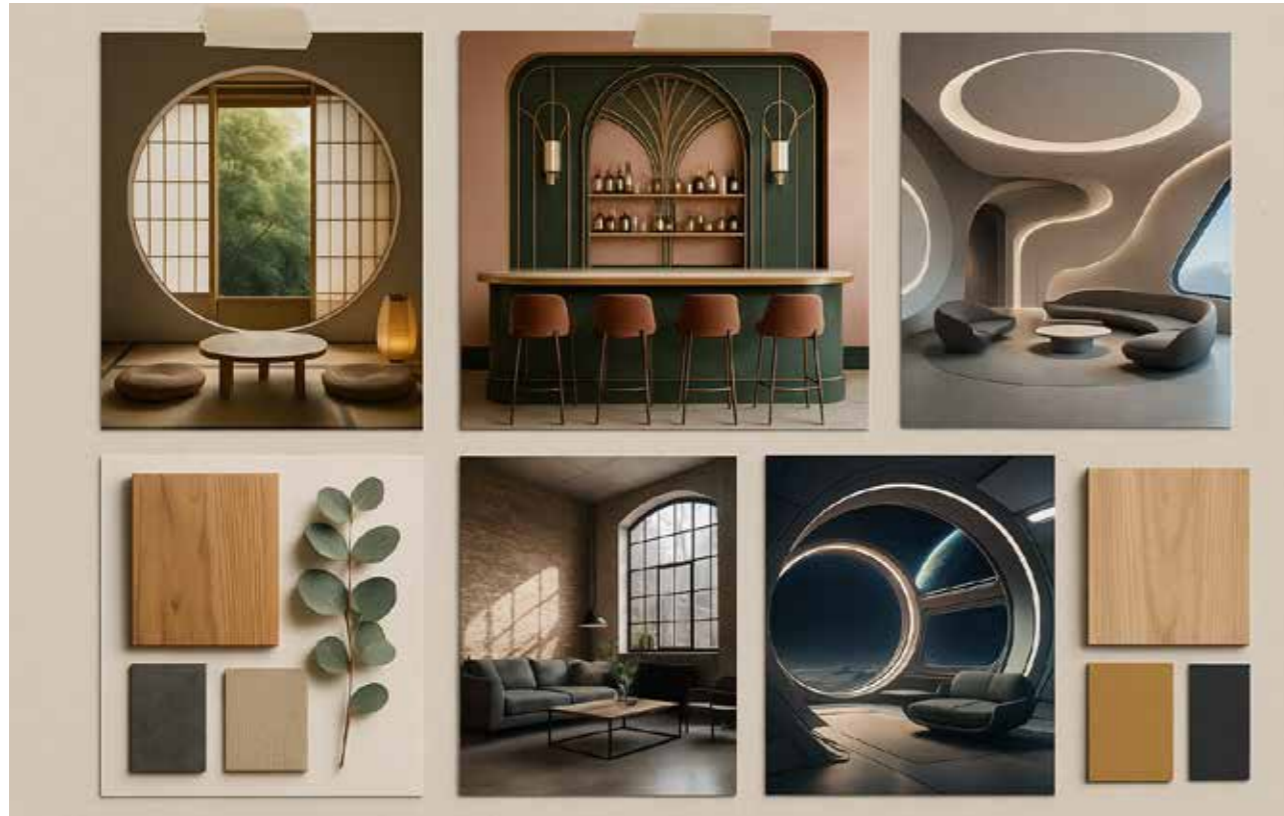
## AI in Experience Design

Van illusie naar inspiratie: hoe AI echt kan bijdragen aan beleving in de fysieke ruimte

**AI** is here to stay. Ook in de wereld van experience design. We zien steeds vaker dat klanten visuals meesturen in hun briefing die gegenereerd zijn door Midjourney of DALL·E: high-end, sfeervol, verleidelijk. Maar helaas vaak ook: onrealistisch. Niet passend bij het budget, niet uitvoerbaar binnen tijd en techniek, en zelden in lijn met de merkidentiteit of huisstijl.

Toch geloven wij bij Boozed niet in “nee zeggen” tegen AI. We geloven juist dat AI veel kan toevoegen—mits je het op de juiste manier inzet. In dit artikel nemen we je mee in hoe wij als ontwerpers AI zien: niet als vervanging van creativiteit, maar als versneller, inspirator en sparringpartner. ♦

*Boozed Beurskasteel gegenereerd in Midjourney*



Gegenereerd in Midjourney

**Expectation vs. reality: de kloof**

Wanneer klanten AI-gegenereerde beelden meesturen in een briefing, ontstaat er vaak al onbedoeld een verwachtingskloof. Deze visuals zijn sfeervol, conceptueel en spreken tot de verbeelding.

Maar:

- Ze houden geen rekening met technische beperkingen of veiligheidseisen.
- Ze negeren het budget.
- Ze zijn vaak niet uitvoerbaar met echte materialen en mensenhanden.
- En niet onbelangrijk: ze zijn meestal niet in lijn met de visuele identiteit van het merk of event.

Het gevolg?

Onze designers moeten “nee” verkopen. En dat is zonde, want de energie en inspiratie van zo'n eerste beeld kunnen wél gebruikt worden—mits we AI op een andere manier inzetten.

Zelf maken we ons ook schuldig aan deze verwachtingskloof! Voor het Duurzaamheidsplein op de EventSummit waren weliswaar onze eigen klant, maar ook in marketinguitingen kon deze visual zorgen voor onrealistische verwachtingen.

**AI als assistent, niet als eindontwerper**

Laten we het helder stellen: AI is (nog) geen vervanging van een ervaren designer of werkvoorbereider. Maar het is wél een tool die ons werk kan versterken.

Denk aan:

- Sfeer en stijl verkennen  
AI helpt om in de eerste fase moodboards te verrijken en verschillende sfeerwerelden te verkennen. Het geeft snel richting, zet creatieve denkrichtingen open—en biedt houvast voor gesprekken.
- Inspiratie buiten je bubbel  
Designers zoeken vaak binnen bekende paden. AI kan visuele suggesties doen die buiten de geijkte stijl vallen—en juist daardoor verrassende combinaties opleveren.
- Schetsen in plaats van beloven  
Als we AI inzetten als schetstool, kunnen we veel sneller met een klant visueel sparren zonder direct een belofte te doen die we later moeten nuanceren. 🍷



EventSummit expectation: Impactplein gegenereerd in Midjourney



EventSummit reality: impactplein op de beurs zelf

## AI IN EXPERIENCE DESIGN

● Schetsen in plaats van beloven  
Als we AI inzetten als schetstool, kunnen we veel sneller met een klant visueel sparren zonder direct een belofte te doen die we later moeten nuanceren.

● Visuele brainstorm met het hele team  
Moodboards of AI-beelden kunnen besproken worden met techniek, productie én klant, zodat ideeën sneller getoetst worden op haalbaarheid.

### Wat AI (nog) niet kan: bouwen, testen, aanvoelen

Onze designers werken met SketchUp, Adobe Suite en technische software. Ze maken niet alleen sfeervolle visualisaties, maar ook bouwtekeningen, werktekeningen en productievoorbereiding. Ze weten waar het gewicht komt, hoe je iets vervoert, hoe lang het duurt om te bouwen en waar je veilig moet werken.

AI kan daar (nog) niet bij helpen. Sterker nog: veel AI-beelden zijn letterlijk fysiek onmogelijk. Denk aan zwevende objecten, materialen die niet bestaan of onlogische perspectieven. Een AI-tool weet niet hoe je op een beursvloer met 8 uur opbouwtijd en 2 man personeel een theatrale entree bouwt die ook nog eens voldoet aan de brandveiligheidsnormen. Onze mensen wél.

Zwevende lampen en XXL wolven: verbluffend als inspiratie, maar niet doordacht in bouwtekeningen en materialen.

### Zo gebruiken wij AI op een slimme manier

Bij Boozed experimenteren we actief met AI als onderdeel van ons creatieve proces. Bijvoorbeeld:

● We genereren AI-beelden om verschillende stijlrichtingen te testen in een vroege conceptfase.

● We combineren AI-visuals met handgetekende schetsen of renderings in SketchUp om realistische scenario's te maken.

● We gebruiken AI als moodboardpartner, niet als eindresultaat.

● We bespreken AI-beelden bewust met klanten om verwachtingen te managen en de vertaalslag naar de fysieke ruimte helder te houden.

Door AI slim in te zetten, houden we de regie in handen en zorgen we dat de creatieve droom ook echt gerealiseerd kan worden.

**Foto's Rechts**  
AI gegenereerde sfeerbeelden voor onze nieuwe productlijn: meubels gemaakt van kartonnenkokers die anders weggegooid zouden worden.

**Prompt in Midjourney**  
Visualize an event with happy and colourful furniture, which is built from cylinders. Make the event a big space filled with different types of furniture, 10+ pieces. Like desks, chairs, cabinets, lamps made from tubes.

**Tips voor klanten:** zo werk je slim samen met een designer én AI Als jij werkt aan een briefing of pitch en je wilt AI gebruiken als ondersteuning, dan zijn hier een paartips:

1. Gebruik AI voor sfeer, niet voor het eindbeeld. Denk aan kleuren, materialen, belichting en emotie. Laat het idee open.

2. Wees duidelijk over je budget en randvoorwaarden. Een floating LED-installatie van 12 meter klinkt tof, maar niet als het budget €15.000 is

3. Deel je AI-beelden als startpunt, niet als vaststaand concept. Geef je designer de ruimte om er samen iets moois van te maken dat wél werkt.

4. Vraag om feedback op uitvoerbaarheid. Onze designers denken niet alleen in mooie plaatjes, maar ook in slimme oplossingen.

### De toekomst: AI als co-piloot in ontwerp

We zien AI niet als bedreiging, maar als kans. Het vraagt alleen een nieuwe manier van samenwerken: met elkaar en met de tools. Er komt straks wellicht een AI die automatisch een beursstand rendert, op schaal, met lichtplan, materiaallijst en doorloop-analyse. Maar ook dan blijft er één ding nodig: menselijke creativiteit, ervaring en fingerspitzengefühl.

### Bij Boozed combineren we graag het beste van twee werelden:

technologische vernieuwing én vakmanschap. Samen zorgen we ervoor dat de beleving niet alleen indrukwekkend is op beeld, maar ook in het echt. ●



Gegegenereerd in Midjourney



### Zwevende lampen en XXL wolken

Verbluffend als inspiratie, maar niet doordacht in bouwtekeningen en materialen.

Door AI slim in te zetten, hou je de regie in handen en zorgen we dat de creatieve droom ook echt gerealiseerd kan worden.



*Ge genereerd in Midjourney*



# DE FAVORIET VAN...



**Ina Kuiper**

Art Director

### Zwembad ballenbak

"Het ballenbad is gewoon pure vrolijkheid!", zegt Ina. "Zodra je erin springt, kun je niet anders dan lachen. Je kunt erin duiken en gooien met de balletjes en het geluid wat de balletjes maken is ook leuk!" Het bad bestaat uit blokken van 200cm lang, 40cm breed en 40cm hoog. Er zijn verschillende varianten hoe dit zwembad ingezet kan worden.

Het maakt elk event nét even luchtiger, voor kids én voor volwassenen.



 Scan mij

Ga naar het ballenbad



### 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](https://www.facebook.com/boozeventdesign)
-  [/boozeventdesign](https://www.instagram.com/boozeventdesign)
-  [/boozed](https://www.linkedin.com/company/boozed)



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