



DE NEDERLANDSE CONGRES & VERGADER MONITOR 2024

Inzicht in de markt van meeting venues

Press summary



Mediaan

We presenteren in deze summary naast het gemiddelde ook de mediaan, die de dataset in twee gelijke delen verdeelt: 50 procent van alle datapunten bevindt zich aan de ene kant van de mediaan en 50 procent aan de andere kant. Hoewel het gemiddelde een nuttige maatstaf is, kan deze worden beïnvloed door uitschieters (extreme waarden). De mediaan is robuuster tegen uitschieters en geeft een betere indicatie van het centrale punt in de data.

Inzicht in de markt van meeting venues

De Nederlandse Congres- & Vergader Monitor heeft in het eerste jaar een recordaantal deelnemers getrokken. Met 95 respondenten is dit vergeleken met eerdere benchmark-onderzoeken voor de zakelijke markt veel hoger en kunnen we stellen dat er sprake is van een gedegen nulmeting. De deelnemende evenementenlocaties hebben toegang tot een online dashboard met diverse benchmarks waartegen ze hun eigen presteren kunnen afzetten.

Publique heeft in samenwerking met CLC-Vecta, MeetingReview en Blauw Research een anoniem onderzoek gedaan naar de bezettingsgraden, opbrengsten en kosten van zalen in gespecialiseerde meeting venues en hotels. Aan deze eerste editie hebben 95 evenementenlocaties meegedaan, wat ten opzichte van eerdere onderzoeken naar zalenverhuur een zeer hoog aantal is. Daarmee is een mooie eerste stap gezet naar een jaarlijks terugkerend onderzoek dat de graadmeter is van de markt van meetingzalen.

De deelnemende congres- en vergaderlocaties hebben toegang tot een eigen dashboard waarmee ze de eigen prestaties kunnen afzetten tegen de markt, waarbij door het gebruik filters een selectie kan worden gemaakt van een vergelijkbare groep venues op basis van provincie, zalencapaciteit en locatietype. Met deze benchmarking tool hebben zij inzicht in de effectiviteit van hun strategie en operatie. Ook levert het de deelnemers aanvullende informatie op voor investeringsbeslissingen en het aantrekken van investeerders.

Via het dashboard kunnen zij de komende jaren de ontwikkeling van hun strategie en resultaten toetsen aan die van de sector. Het streven is om na deze nulmeting meer deelnemers te laten aanhaken, zodat iedereen nog gedetailleerder inzicht krijgt in de variabelen die invloed hebben op het bedrijfsresultaat.



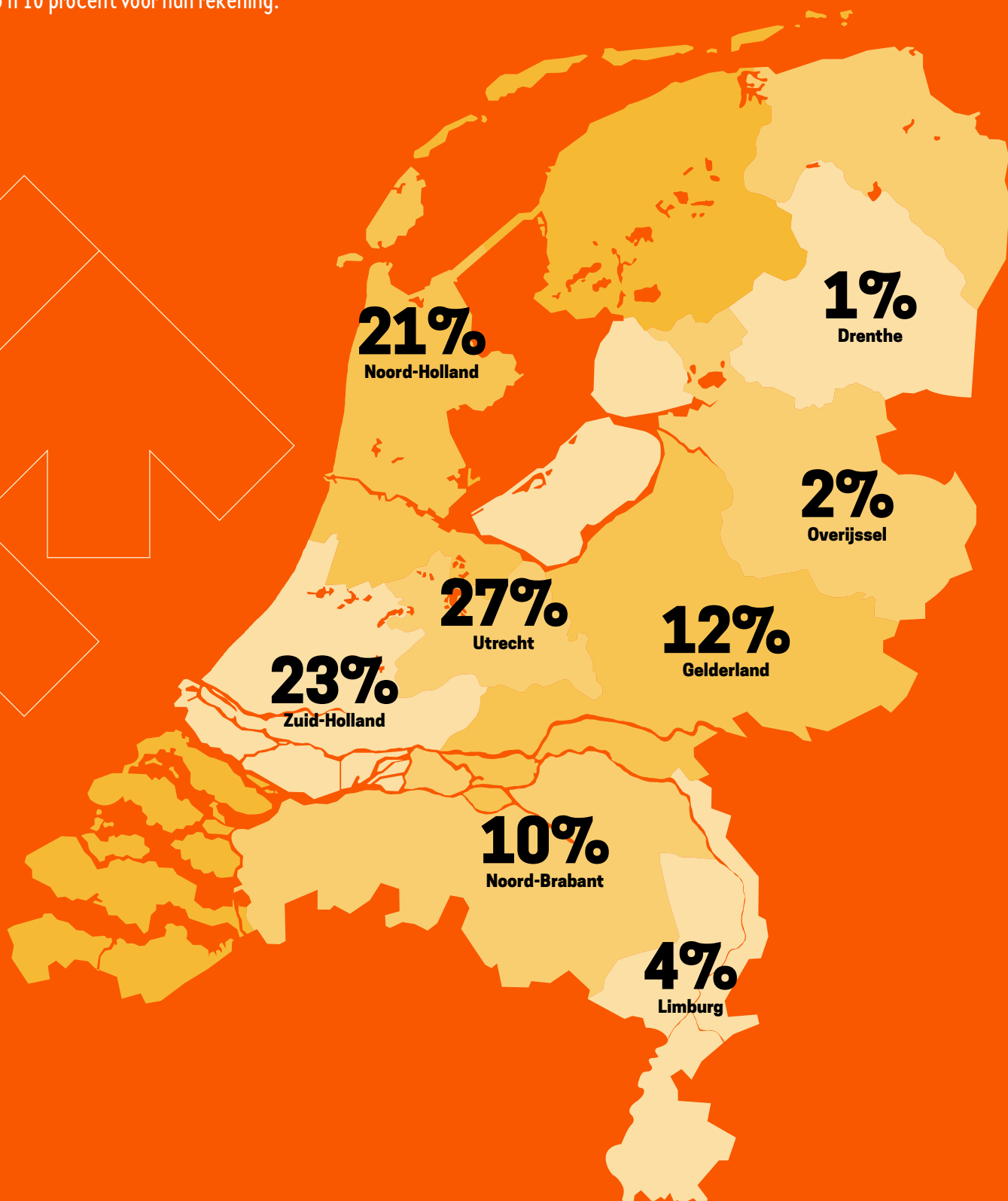
‘Een mooie eerste stap naar een jaarlijks terugkerend benchmark-onderzoek.’

Edwin Nunnink
Hoofdredacteur Publique

De Nederlandse Congres&Vergader Monitor is een initiatief van Publique, platform voor livecommunicatie, in samenwerking met CLC-Vecta en MeetingReview. In de Raad van Advies zitten **Riemer Rijkema** (Branche-expert), **Erik-Jan Ginjaar** (Postillion Hotels), **Dineke Philipse** (CLC-Vecta), **Stef Driessen** (ABN Amro) en **Stephan Stokkermans** (Grand Hotel Huis ter Duin). De uitvoering van het onderzoek is in handen van marktonderzoeksbureau Blauw Research in Rotterdam.

Locatiemarkt

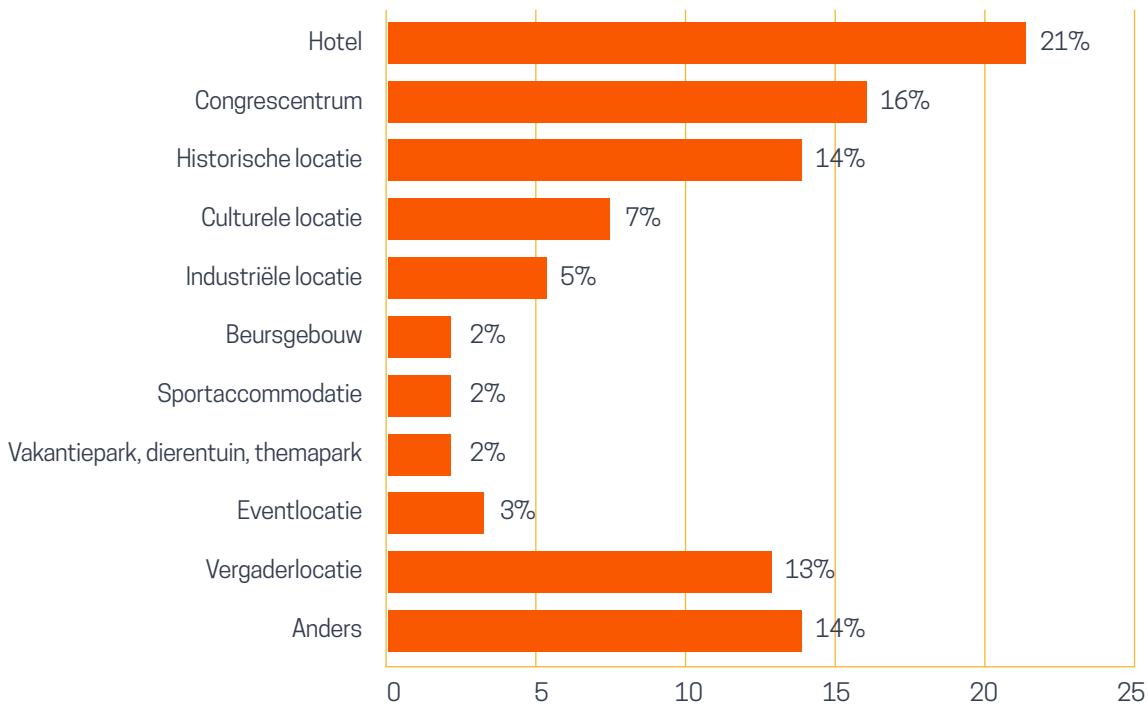
De provincies Utrecht, Zuid- en Noord-Holland huisvesten 71 procent van de deelnemers. Gelderland en Noord-Brabant vervolmaken de top vijf, waarvan op basis van het aantal respondenten een verdere verfijning van de resultaten mogelijk is. Hoewel het jammer is dat geen locaties uit Flevoland, Friesland, Groningen en Zeeland hebben meegedaan, wijkt de procentuele verdeling over de provincies niet veel af van die op de diverse locatiesites. Daar nemen de overige zeven provincies zo'n 10 procent voor hun rekening.



Locatietype

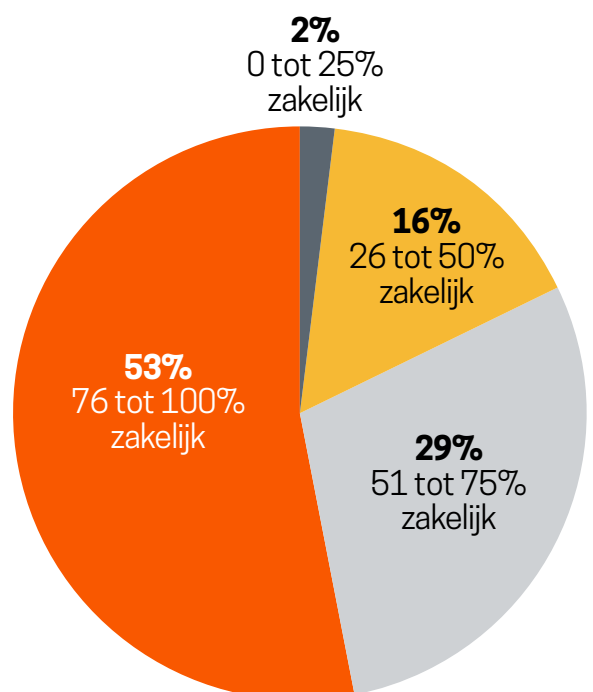
De respondenten hebben zichzelf ingedeeld volgens onderstaande categorisering en vertegenwoordigen een grote variatie aan type locaties. De top drie wordt gevormd door respectievelijk hotels, congrescentra en historische locaties. Samen maken zij 51 procent van de respondenten uit.

Locatiehouders laten zich overigens niet graag in hokjes stoppen: eenderde heeft zich in de categorie 'Anders' geplaatst. Op basis van hun eigen typering is het merendeel van die locaties aan een bestaande categorie toegevoegd.



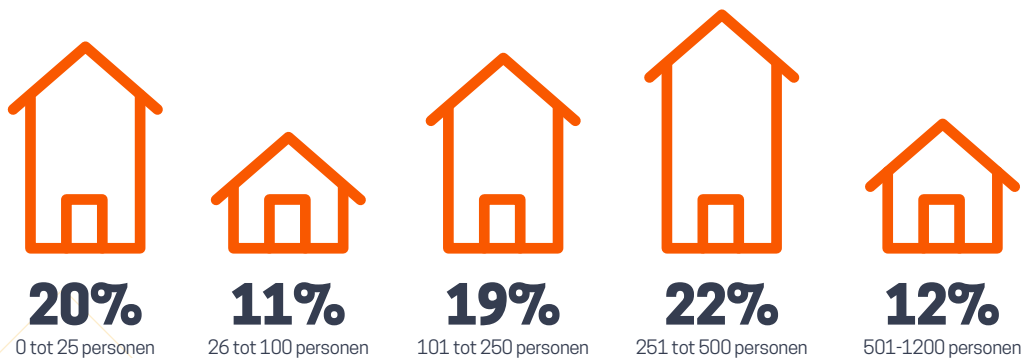
Verhouding zakelijk versus particulier

Dit onderzoek richt zich op de verhuur van zalen voor zakelijke bijeenkomsten. Als voorselectie is daarom gevraagd naar de verhouding tussen zakelijke en particuliere bijeenkomst. Locaties met minder dan 25 procent zijn verder niet meegenomen in het onderzoek. Bij 82 procent van de deelnemers zijn zakelijke bijeenkomsten de prioriteit. Bij 53 procent ligt het aandeel zakelijk boven de 75 procent.



Capaciteit

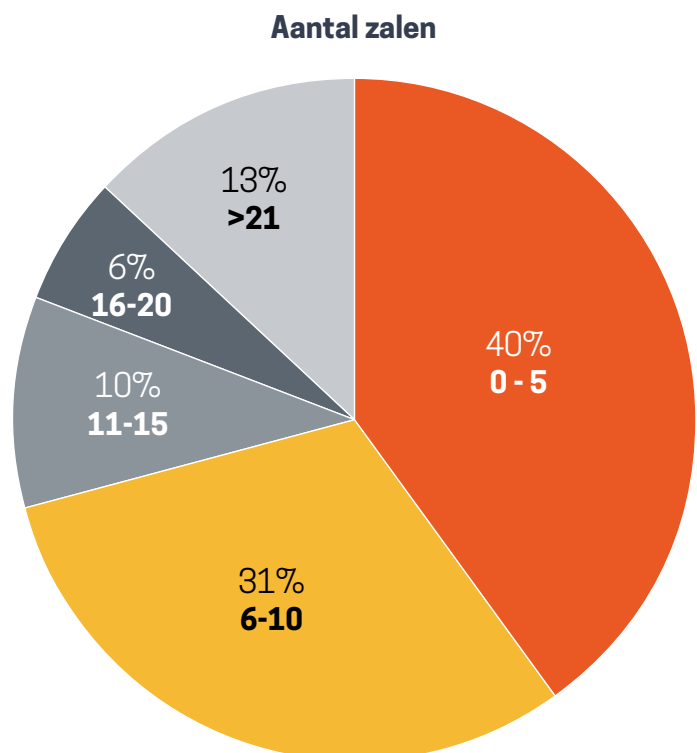
In al de vijf capaciteitscategorien zitten voldoende deelnemers om ook relaties te kunnen leggen naar de invloed van de omvang van een locatie op andere uitkomsten als de bezettingsgraad. Ook wordt in combinatie met de locatietypen een goed beeld verkregen over de grote variatie binnen de locatiemarkt.



Een 'gemiddelde' meetinglocatie

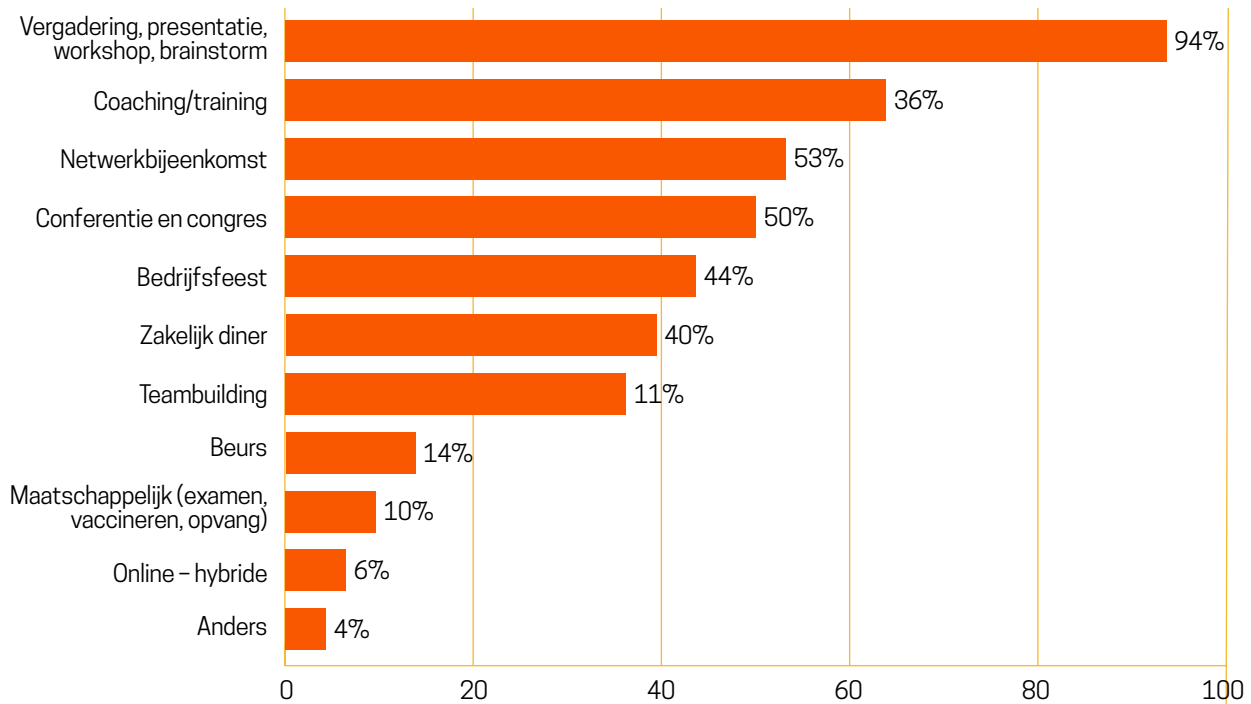
De grote variatie in capaciteit betekent ook dat het geen zin heeft om in te zoomen op gemiddelden. De mediaan geeft dan het beste inzicht over de omvang van een 'gemiddelde' meetinglocatie.

Aantal zalen locatie	6
Totale oppervlakte alle zalen	750 m ²
Oppervlakte grootste zaal	235 m ²



Type bijeenkomsten

Kleinere bijeenkomsten zoals vergadering, presentatie, workshops en brainstormsessies staan bij het overgrote deel van de locaties op het menu, gevolgd door coaching en training. Online en hybride events spelen na corona een bescheiden rol, met 6 procent van de locaties die dergelijke bijeenkomsten faciliteert.



* gevraagd is naar maximaal 5 typen bijeenkomsten



‘Reviews zijn een belangrijke indicator voor de marktpositie’

Robert Spakman en Marco Kole Oprichters Meetingreview

Bezettingsgraad

De bezettingsgraad is een belangrijke indicator voor de efficiëntie van een locatie. Het geeft aan hoeveel van het potentieel daadwerkelijk wordt benut. De moeilijkheidsgraad ten opzichte van bijvoorbeeld hotelkamers is dat het hier niet alleen om dagverhuur gaat, maar een verzameling is van uren, dagdelen en dagen. Als scheidslijn is gekozen dat er op een (beschikbare) dag in een zaal minimaal 4 uur aan meetings moeten hebben plaatsgevonden.

Om de bezettingsgraad te bepalen zijn er de volgende vragen gesteld

1. Aantal zalen
2. Aantal dagen dat een locatie open was
3. Het totale aantal dagen dat er gedurende minimaal 4 uur een meeting in één van de zalen heeft plaatsgevonden

Aantal zalen x aantal dagen dat de locatie open was = maximale bezetting.
Totaal aantal dagen dat er gedurende minimaal 4 uur een meeting heeft plaatsgevonden in een zaal / maximale bezetting x100 = gemiddelde bezettingsgraad*.

Gemiddelde **23 15** Mediaan
**Bezettingsgraad
alle zalen**

Gemiddelde **30 27** Mediaan
**Bezettingsgraad
grootste zaal**

Aantal zakelijke bijeenkomsten per jaar

	Gemiddelde	Mediaan
0 tot 25 personen	322	100
26 tot 100 personen	81	40
101 tot 250 personen	25	10
251 tot 500 personen	10	0
501 tot 1.200 personen	6	0
Meer dan 1.200 personen	6	0

Beschikbaarheid locatie

	Gemiddelde	Mediaan
Aantal dagen open	294	340
Aantal dagen beschikbare tijd	608	200
Aantal dagen beschikbare tijd grootste zaal	81	70

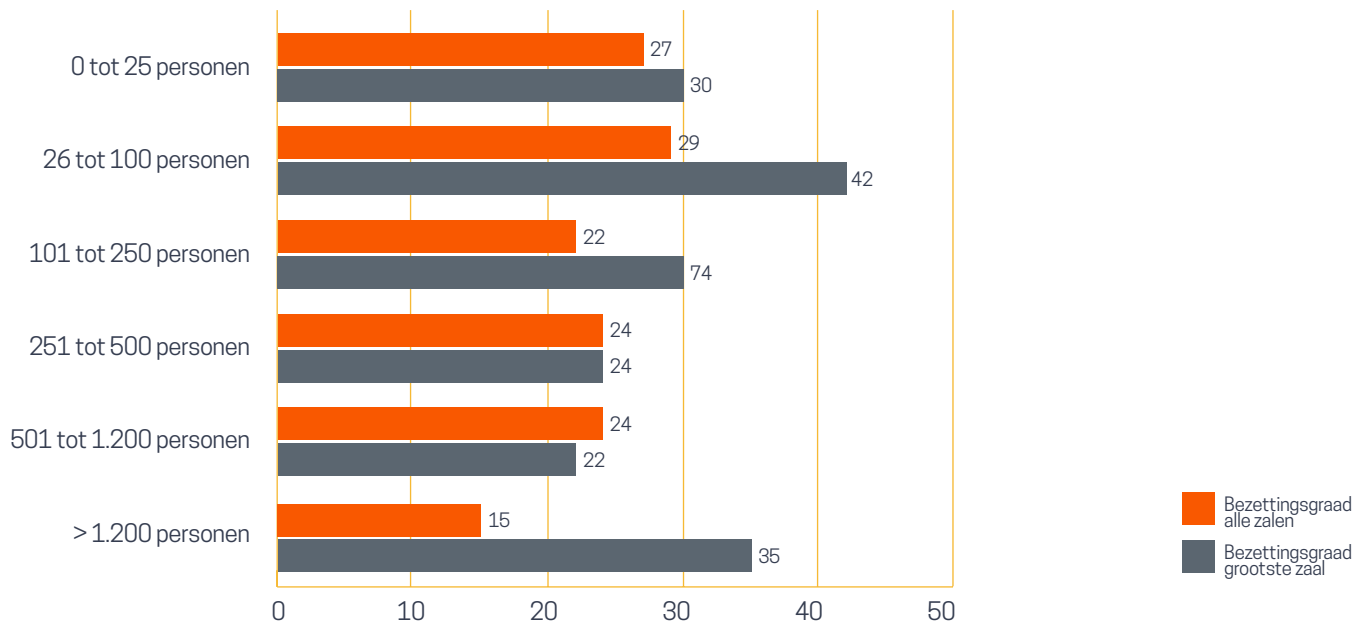
Het aantal meetings per locatie ligt in de provincie Utrecht met 923 beduidend hoger dan het gemiddelde van 606. Noord-Holland en Gelderland scoren juist minder met respectievelijk 410 en 389 meetings. Dit leidt echter niet tot navenant grote verschillen in bezettingsgraad al is die in Utrecht met een gemiddelde van 27 procent wel significant beter dan in de andere provincies. Als het gaat om de bezettingsgraad van de grootste zaal dan is er geen significant verschil.

Bij de locatietypen zijn de congrescentra en hotels die gemiddeld beduidend meer meetings faciliteren, respectievelijk 1.420 en 1.050 per jaar, wat echter niet leidt tot een hogere bezettingsgraad. Historische en industriële locaties laten gemiddeld de laagste bezettingsgraden zien met respectievelijk 19 en 16 procent.

Over het algemeen is echter te stellen dat de capaciteit van de locatie de grootste invloed heeft op de bezettingsgraad.

Bezettingsgraad t.o.v. capaciteit

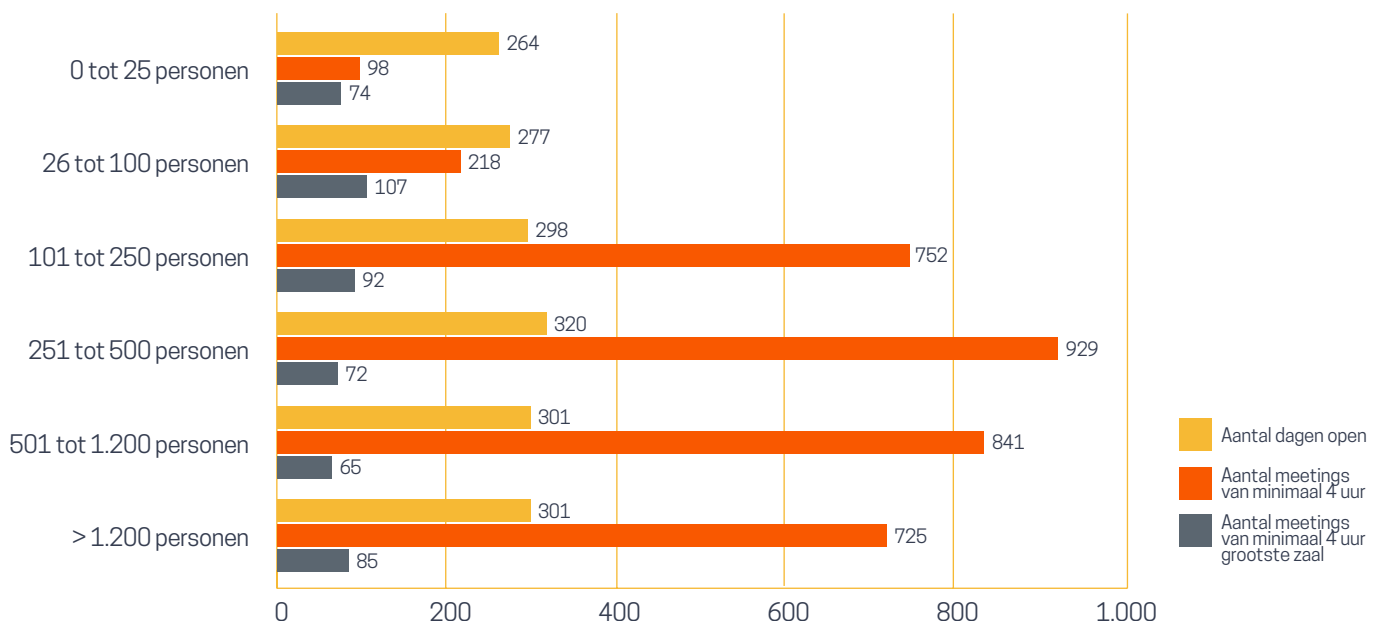
Bezettingsgraden per capaciteitscategorie



De locaties met een capaciteit tot 100 personen behalen de hoogste bezettingsgraad (gemiddeld 28 procent); die met een capaciteit met meer dan 1.200 personen de laagste (15 procent). Wat betreft de bezettingsgraad van de grootste zaal kan de categorie met de hoogste capaciteit wel meten met de kleine locaties.

Hierbij geldt de opmerking dat kleinere locaties minder dagen open zijn, wat de bezettingsgraad omhoog stuwt. Zo zijn locaties met een capaciteit tot 25 personen gemiddeld 264 dagen per jaar open, terwijl locaties voor 252 tot 500 personen gemiddeld 320 dagen per jaar beschikbaar zijn.

Beschikbaarheid en aantal meetings per capaciteitscategorie



Zoeken en boeken

De aanvragen voor bijeenkomsten komen vooral binnen via de eigen website, online boeking platforms, locatiesites en de eigen salesafdeling. Bij de online boekingsplatforms is Meetingselect de absolute nummer een, bij de locatiesites is dat locaties.nl.

De provincies Noord- en Zuid-Holland laten een minder grote dominantie zien van Meetingselect. Daar worden event.com en onemeeting vaker genoemd dan in de andere provincies. Deze twee worden naast Meetingselect ook genoemd bij locaties met een capaciteit boven 251 personen

Vergaderlocaties.nl staat bovenaan de lijst bij locaties in de capaciteitscategoriën 0 - 25 personen (samen met inspiratieoplocatie.nl) en 101 - 250 personen. Ook bij historische locaties is deze website een vaker voorkomend alternatief voor locaties.nl.

Aanvragen komen binnen via*

Eigen website	93%
Online boekingplatforms	78%
Locatiesites	70%
Eigen salesafdeling	55%
Evenementenbureaus	44%
Lokale/regionale congresbureaus	26%
Zakelijke reisbureaus	14%
Aanvraag klant (spontaan/herhaling/mond-op-mond)	9%
Anders	1%

* meerdere antwoorden mogelijk

Belangrijkste boekingskanalen*

Eigen website	51%
Eigen salesafdeling	21%
Online boekingplatforms	13%
Locatiesites	9%
Evenementenbureaus	5%
Zakelijke reisbureaus	1%
Lokale/regionale congresbureaus	0%
Anders	0%

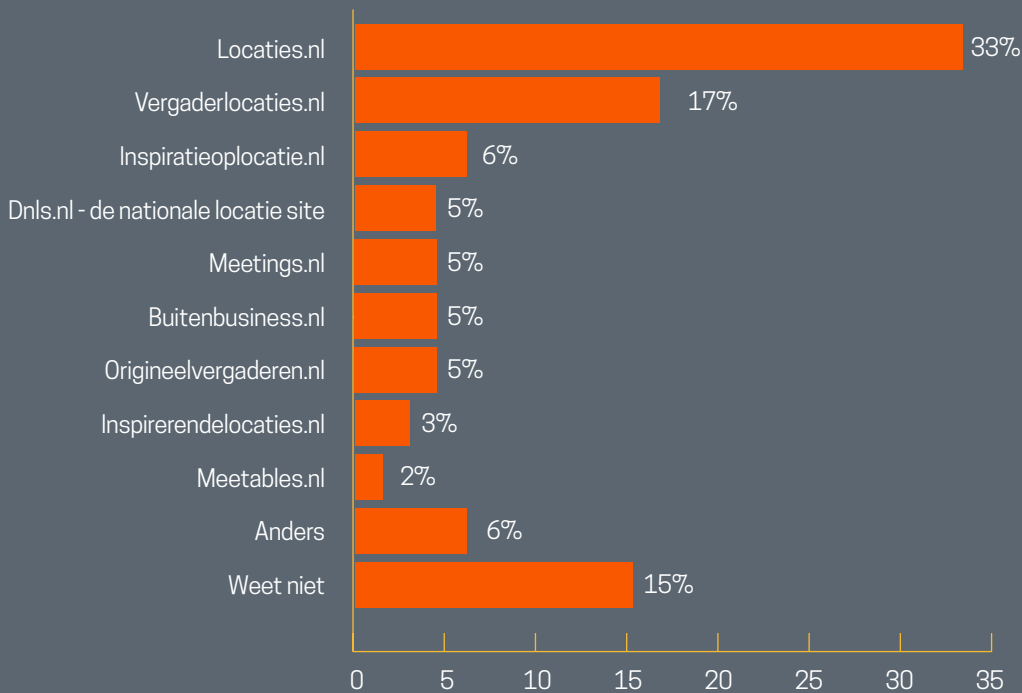
* gevraagd naar de top drie; omgezet naar percentages



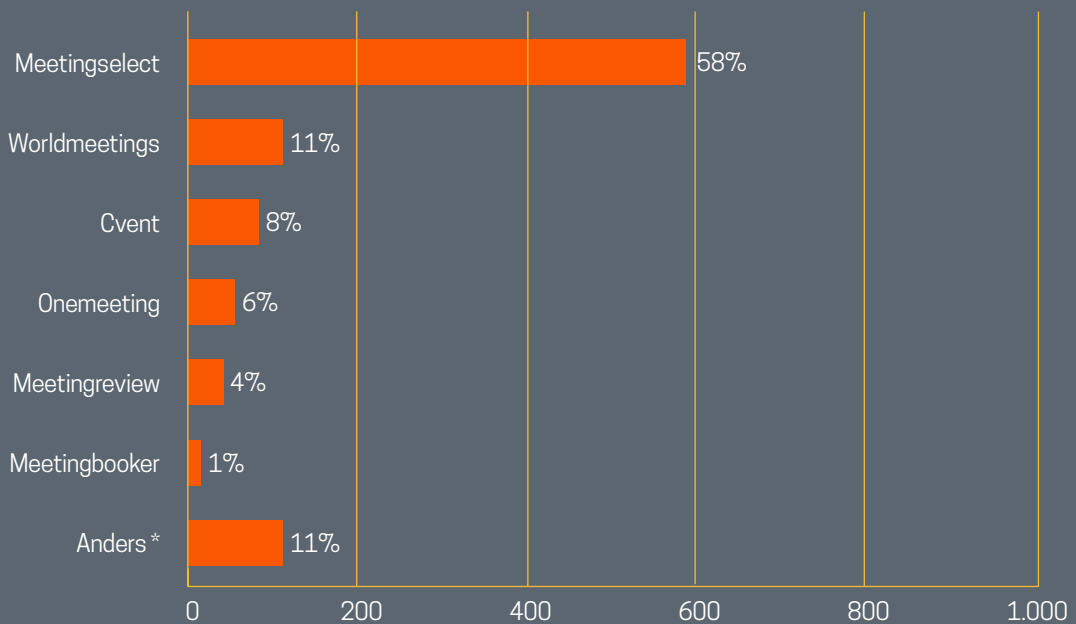
‘Als je met je hotel aan het infuus moet liggen van een verkoopkanaal, dan zegt dat denk ik al veel’

Stephan Stokkermans Algemeen directeur Grand Hotel Huis ter Duin

Belangrijkste locatiesite



Belangrijkste online boekingskanalen



* bij anders werden alleen locatiesites genoemd

Prijsmodellen

Culturele locaties werken voornamelijk met kale zaalhuur in combinatie met een prijslijst met losse items. Bij congressentra komt dit relatief minder voor. Hotels maken relatief veel gebruik van arrangementen en een daily delegate rate. De kale zaalhuur laat zich redelijk relateren aan de omvang van de zaal. De locaties met een capaciteit van meer dan 1200 personen springt er in prijsklasse ook uit met een gemiddelde daily delegate rate van 107 euro en een arrangementsprijs van 94 euro per persoon.

Prijsmodel*

Kale zaalhuur	71%
Losse items volgens prijslijst	61%
Arrangement (4 uur)	61%
Vast bedrag per gast/deelnemer (daily delegate rate)	38%
Anders	4%

* meerdere antwoorden mogelijk

Tarieven

	Gemiddelde	Mediaan
Prijs per deelnemer	72	66
Kale zaalhuur	2400	1000
Prijs per deelnemer	58	35

Ontwikkeling tarieven 2024 t.o.v. 2023

Gelijk	27%
Hoger 0-5%	55%
Hoger >5%	18%



‘Benchmarken biedt inzicht in hoe je je bedrijfsresultaat, je marge en nog belangrijker, je relevantie kan verhogen’

Stef Driessen

Sector banker Leisure bij ABN AMRO

Rendement

Als het gaat om het delen van bedrijfscijfers - ook al zijn ze geanonimiseerd - dan blijven locatiehouders huiverig. Deze eerste keer hebben 50 locaties hun omzetcategorie en kostenverdeling zorgvuldig ingevuld. In de hoogste omzetcategorie vinden we alleen congrescentra en hotels. In de laagste omzetcategorie zitten de meeste historische en overige locaties.

Bij de kostenverdeling ten opzichte van de omzet is ook nog een uitsplitsing gemaakt tussen (eigen) locaties die geen huur betalen en exploitanten die wel huur betalen. De conclusie is dat de eerste categorie gemiddeld een 7 procent hogere netto-winst behaalt.

Gemiddelde omzet

€ 0 - € 1.000.000	46%
€ 1.000.001 - € 2.500.000	21%
€ 2.500.001 - € 5.000.000	15%
€ 5.000.001 - € 7.500.000	11%
Meer dan € 7.500.000	8%

Kostenverdeling (in percentage van de omzet)

	alles gemiddeld	mediaan	geen huur gemiddeld	mediaan	wel huur gemiddeld	mediaan
Inkoopwaarde van de omzet	24%	21	24%	20	25%	22
Personeelskosten loondienst	20%	20	20%	21	19%	19
Inhuur extra personeel	5%	0	4%	0	6%	5
Huisvestingskosten (excl. Huur)	10%	10	10%	10	10%	10
Huurkosten onroerend goed	6%	0	0%	0	13%	10
Marketing en promotiekosten	6%	5	7%	5	5%	5
Algemene of overige kosten	7%	5	10%	8	4%	5
Afschrijvingskosten	5%	5	5%	3	5%	5
Rentekosten	2%	0	1%	0	2%	1
Nettowinst voor belasting	16%	10	19%	13	12%	9



‘We zien bij locaties dat de behoefte aan data groot is, maar dat ze toch altijd terughoudend zijn met het leveren van de informatie’

Dineke Philipse

Verenigingsmanager van CLC-Vecta en coördinator
Yoin excellent meeting places

Investeringsen

Eenderde van de locaties heeft geen investeringen in technologie gedaan. De top vijf qua investeringen is booking software, duurzame technologieën, geavanceerde audiovisuele systemen, slimme gebouwtechnologie en geïntegreerde eventmanagementsoftware.

Investeringsen in technologie*

We zijn in 2024 niet van plan te investeren	34%
Booking software	26%
Duurzame technologieën	21%
Geavanceerde audiovisuele systemen	19%
Slimme gebouwtechnologie	19%
Geïntegreerde eventmanagementsoftware	13%
Data-analyse en ai	10%
Mobiele apps en wearables	7%
5g-netwerkverbindingen	4%
Beveiligingstechnologieën	3%
Virtuele en augmented reality (vr/ar)	1%
Touchless technologieën	1%
Anders	16%
Totaal *	174%

* meerdere antwoorden mogelijk



‘Het vastleggen van data maakt objectieve vergelijkingen mogelijk en biedt inzichten als onderlegger voor besluitvorming’

Riemer Rijkema

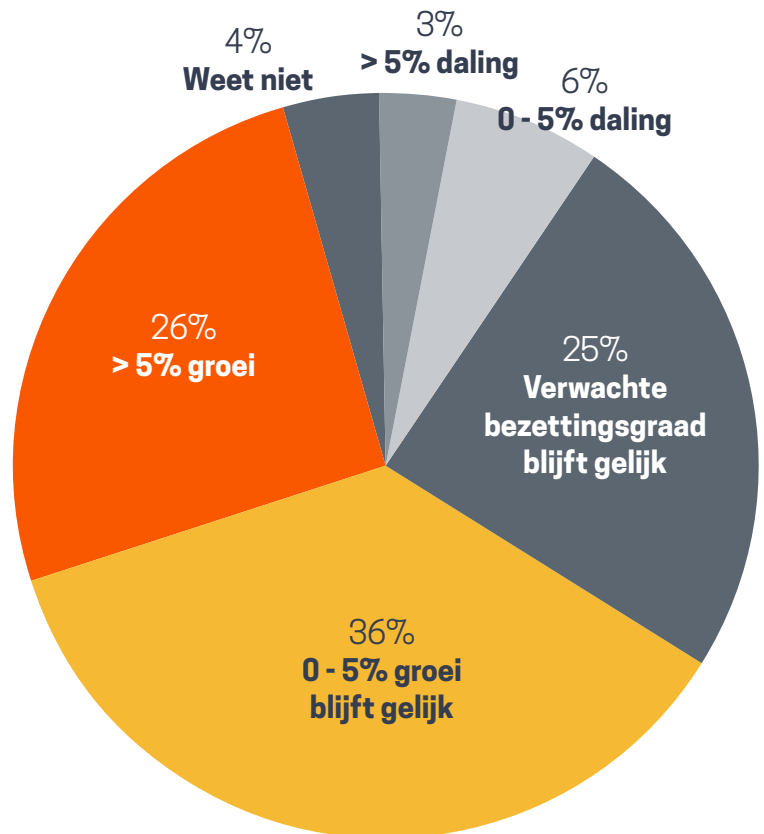
Branche-ambassadeur en voorzitter Gastvrij Nederland

Marktontwikkeling

Als het gaat om de verwachte marktontwikkeling dan springen de grotere locaties er juist uit met 90 procent van de locaties met een capaciteit tussen de 501 en 1.200 personen die uitgaat van een groei, waarvan de helft zelfs een groei van meer dan 5 procent. Bij de nog grotere locaties gaat 73 procent uit van groei (waarvan 40 procentpunten meer dan 5 procent). Het algemeen gemiddelde ligt op 62 procent locaties die groei inschatten.

Ontwikkeling bezettingsgraden 2024 t.o.v. 2023

De locaties zijn 2024 positief ingegaan. Ongeveer tweederde van de respondenten verwacht een stijging in de bezettingsgraad. De prijzen zijn bij de helft van de deelnemende locaties gestegen met maximaal vijf procent. Bij een vijfde meer dan vijf procent.



Kansen

De meest genoemde kansen die de locatiehouders zien zijn het aantrekken van een andere doelgroep/ evenementtypen (onder andere meerdaagse bijeenkomsten), het upgraden van bestaande klanten/ evenementen door meer in te zetten op kwaliteit en uitgebreidere dienstverlening (bijvoorbeeld luxere catering) en steviger inzetten op marketing (zie ook bedreigingen).

Bedreigingen

De veruit meest genoemde bedreigingen zijn personeelstekort en stijgende kosten (zowel loonkosten als inkoop en de dreigende BTW-verhoging). Een ander veel genoemde bedreiging is de toegenomen concurrentie, met name door locaties met goedkopere opties. Die toegenomen concurrentie zorgt ervoor dat veel locaties extra willen inzetten op kwaliteit en marketing (zie kansen). Diverse respondenten geven echter daarbij aan dat het personeelstekort een beperkende factor is om dit ook daadwerkelijk te realiseren. Kleine vergaderlocaties constateren dat bedrijven en overheden meer in-house gaan vergaderen.

© Zynchrone Media
Kuiperbergweg 50
1101 AG Amsterdam
+31 (0)20 567 38 08
publique@zynchrone.com
www.publique.nl

