



Centrum voor Live Communication

Branchebarometer

Editie 3, Onderzoekstermijn november/december 2013

Breukelen
Januari 2014

Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Omzet, bedrijfsresultaat, personeel & economische situatie	4
1.1 Huidige economische situatie	4
1.2 Omzetontwikkeling	4
1.3 Bedrijfsresultaat	5
1.4 Personeel	5
1.5 Verwachting economische situatie	6
2. Hoeveelheid evenementen / producties & bezoekers / deelnemers	7
2.1 Ontwikkeling aantal evenementen	7
2.2 Verwachting aantal evenementen	7
2.3 Ontwikkeling aantal bezoekers	8
2.4 Verwachting aantal bezoekers	8
3. Trends, ontwikkelingen & bedrijfsvoering	9
3.1 Belangrijkste trends / ontwikkelingen	9
3.2 Bedrijfsvoering	9

Inleiding

CLC-VECTA vindt het belangrijk leden en de Live Communication branche met regelmaat te voorzien van relevante branchecijfers en inzicht in trends & ontwikkelingen. Om dat te kunnen doen, is structureel onderzoek nodig. In 2011 zijn we daarom van start gegaan met de CLC-VECTA Branchebarometer. Deze barometer wordt eens per jaar herhaald en is bedoeld om juist die gegevens te verzamelen.

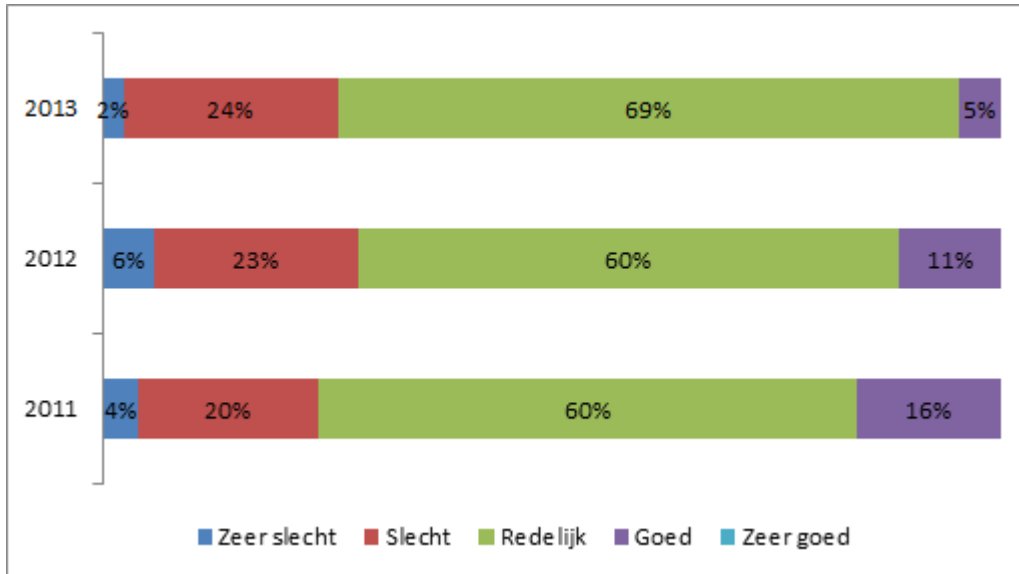
In navolging op de vorige twee edities heeft er in november/december 2013 onderzoek plaatsgevonden voor de derde editie van de CLC-VECTA Branchebarometer. Dit onderzoek is uitgevoerd onder leden van de vereniging. In totaal hebben 42 leden aan de Branchebarometer meegewerkt.

Op de volgende pagina's worden de resultaten weergegeven. Daar waar mogelijk is een vergelijking gemaakt met de vorige edities van de barometer. De uitslagen zijn vooral indicatief van aard. Helaas is het aantal reacties onvoldoende om representatief te zijn.

1. Omzet, bedrijfsresultaat, personeel & economische situatie

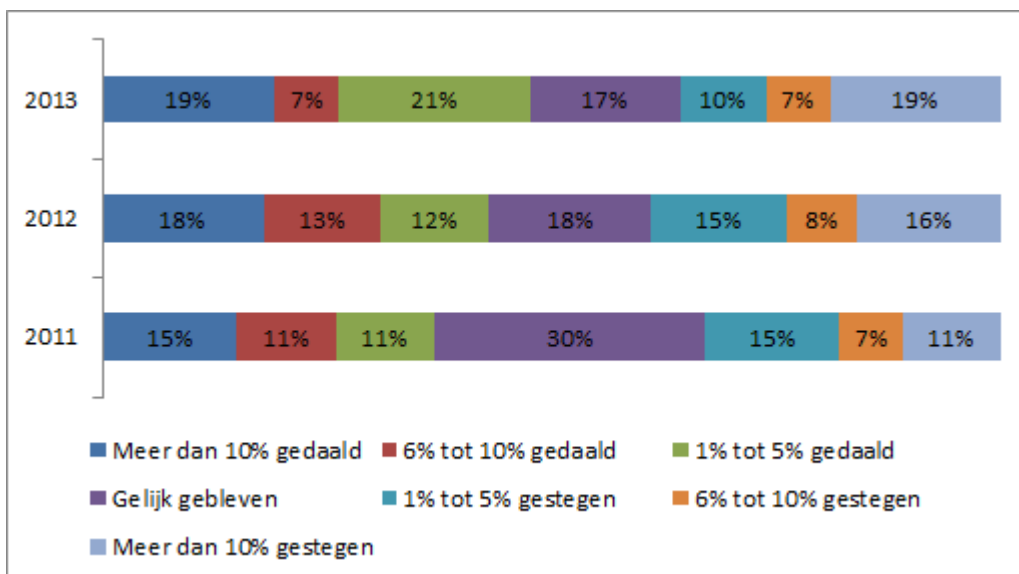
1.1 Huidige economische situatie

De Live Communication branche is gematigd enthousiast over de huidige economische situatie. 69% van de respondenten geeft aan dat het redelijk gaat (t.o.v. 60% vorig jaar). Volgens 5% gaat het goed in de sector. Het aantal respondenten die de situatie als 'Zeer slecht' beoordeelt is van 6% in 2012 naar 2% in 2013 gedaald.



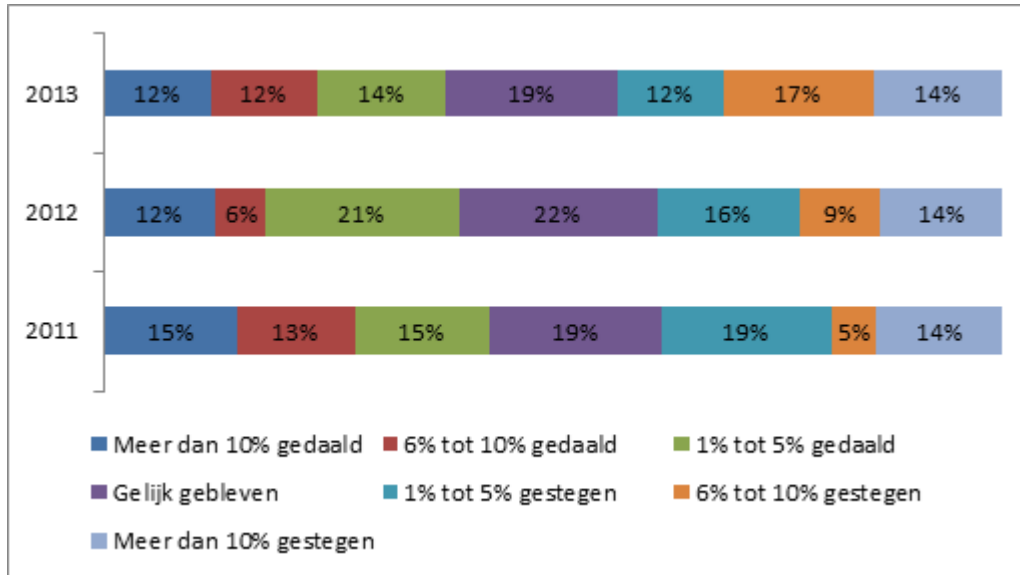
1.2 Omzetontwikkeling

Over de omzetontwikkeling binnen de branche is men gematigd optimistisch. Bij 36% van de respondenten was sprake van een omzetstijging in 2013, waarbij één op de vijf respondenten deze zelfs met meer dan 10% zag stijgen. Voor 17% bleef de omzet stabiel, 47% heeft de omzet nog zien dalen. Daarbij gaf het merendeel wel aan dat er sprake was van een daling van 'slechts' 1% tot 5%.



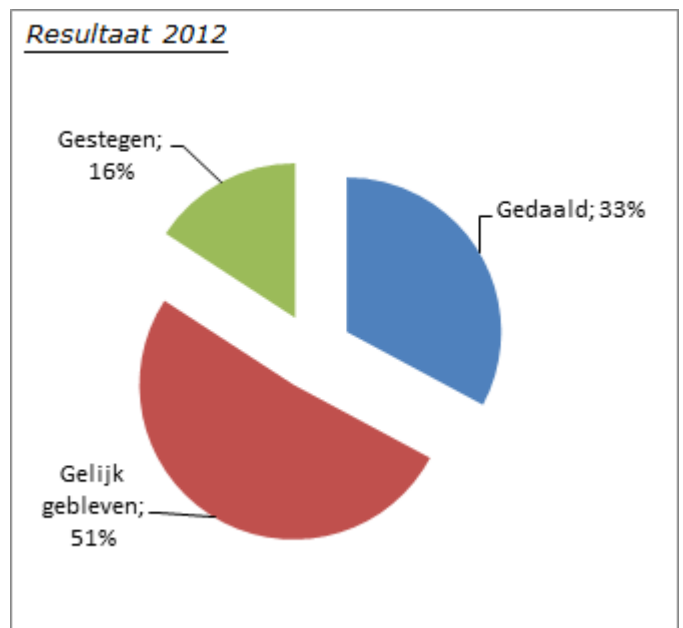
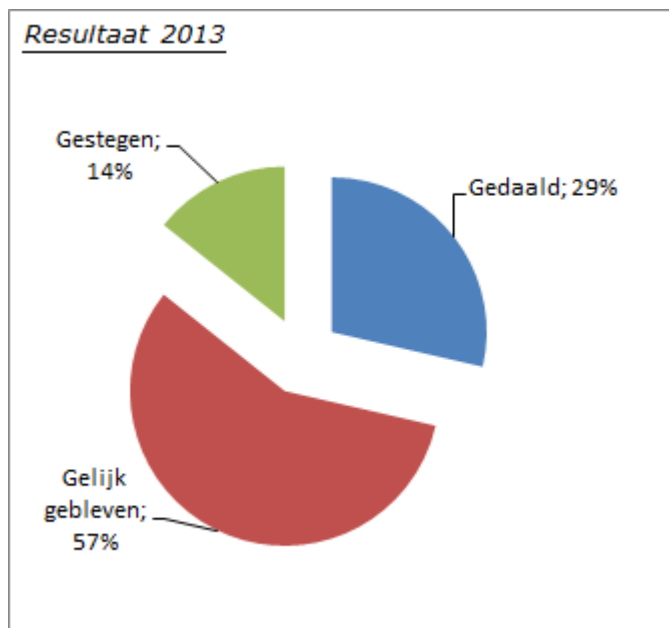
1.3 Bedrijfsresultaat

Het bedrijfsresultaat is er bij 43% van de respondenten op vooruit gegaan ten opzichte van 39% in 2012 en 38% in 2011. Net als voorgaande jaren zag 14% het resultaat met meer dan 10% stijgen. 17% zag het resultaat met 6% tot 10% stijgen, een verbetering van maar liefst 12% ten opzichte van 2011. Bij 19% is het resultaat gelijk gebleven. Helaas zag 38% een daling.



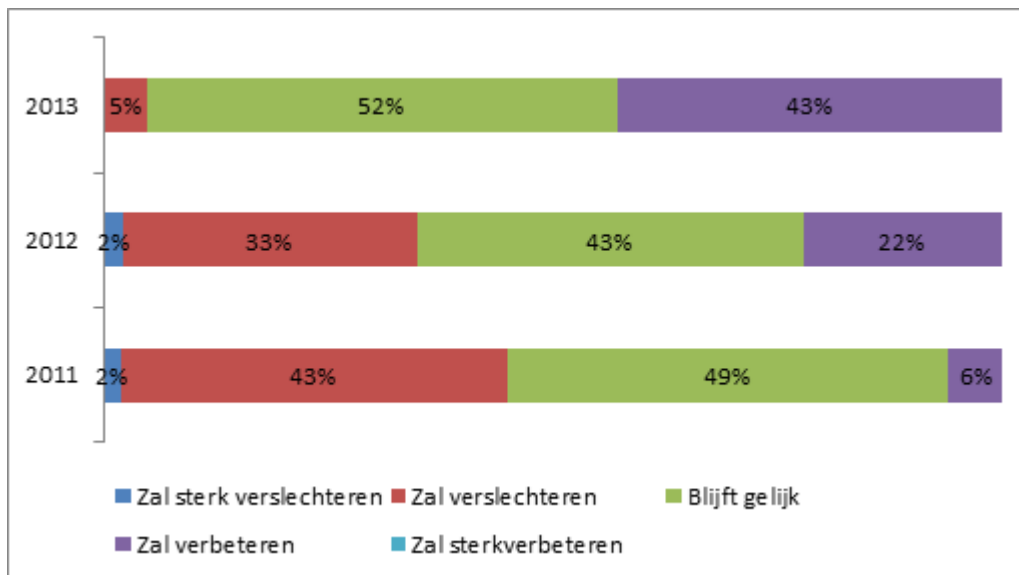
1.4 Personeel

Voor 57% van de bevroegde organisaties heeft de economische situatie afgelopen jaar geen effect gehad op de werkgelegenheid. In 2012 was dit nog 51%. 14% van de respondenten heeft het afgelopen jaar zelfs meer werknemers in dienst genomen, een lichte daling van 2% ten opzichte van vorig jaar. Bijna 30% van de respondenten geeft aan dat het personeelsbestand gedaald is, in 2012 was dat nog 33%.



1.5 Verwachting economische situatie

De respondenten zijn optimistisch gestemd over de economische situatie voor komend jaar. Zo verwacht 95% dat de situatie in 2014 gelijk zal blijven of zal verbeteren. Vorig jaar was dat nog maar 65%. Slechts 5% verwacht een verslechtering, ten opzichte van 35% in 2012.



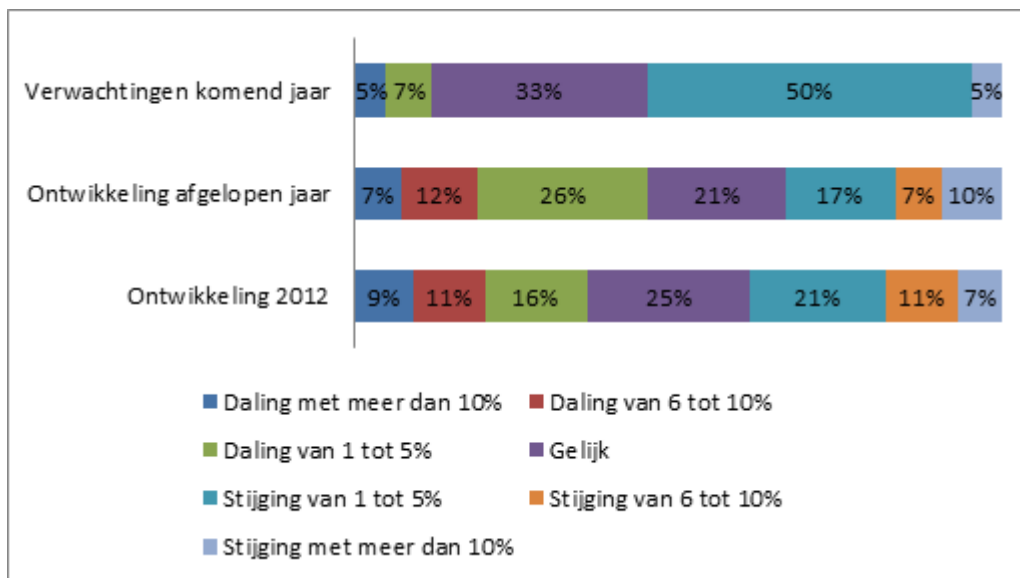
2. Hoeveelheid evenementen / producties & bezoekers / deelnemers

2.1 Ontwikkeling aantal evenementen

Het aantal evenementen / producties waarbij men afgelopen jaar betrokken is geweest, is voor 34% van de respondenten gestegen ten opzichte van een jaar geleden. Eén op de tien gaf zelfs een stijging aan van meer dan 10%. Voor 21% bleef het aantal gelijk. 45% zag het aantal evenementen / producties dalen, waarvan 26% een daling van 1% tot 5% aangaf.

2.2 Verwachting aantal evenementen

Maar liefst 55% van de respondenten verwacht dat het aantal evenementen / producties waarbij ze betrokken zijn in 2014 zal stijgen ten opzichte van afgelopen jaar. Daarvan verwacht 5% een stijging van meer dan 10%. De helft van de respondenten verwacht een stijging van 1 tot 5%. Echter verwacht 12% een daling van dit aantal in 2014.

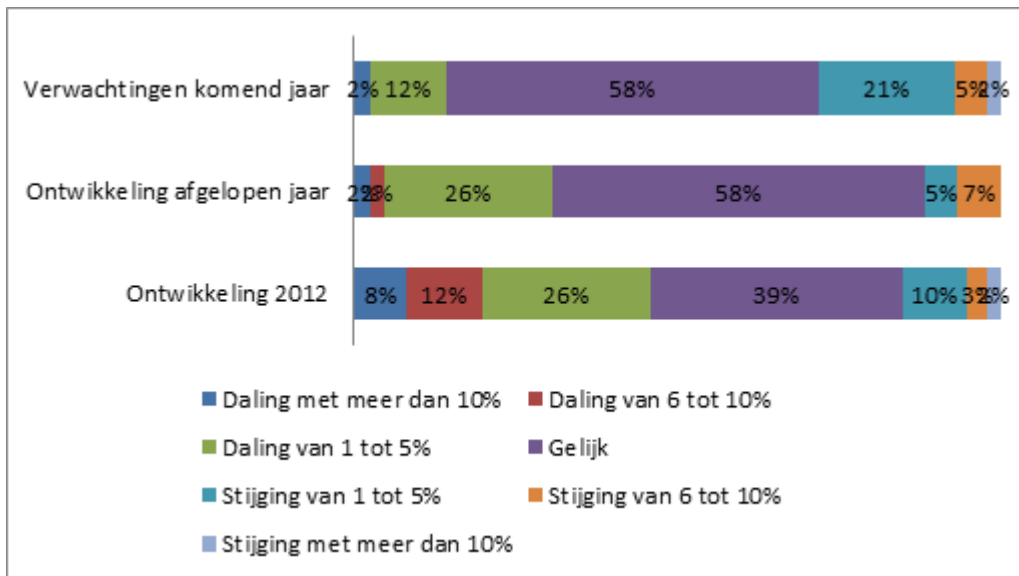


2.3 Ontwikkeling aantal bezoekers

12% heeft het aantal bezoekers / deelnemers aan evenementen / producties waar men zich mee bezig heeft gehouden zien stijgen. Volgens 60% van de respondenten bleef het aantal gelijk. Echter 30% zag een daling in het aantal bezoekers / deelnemers, een verbetering ten opzichte van 2012, toen zag 46% dit aantal dalen.

2.4 Verwachting aantal

Van de respondenten verwacht 28% dat de bezoekers- / deelnemersaantallen komend jaar zullen stijgen, net als afgelopen jaar denkt meer dan de helft dat deze gelijk zullen blijven. Slechts 14% verwacht een daling.



3. Trends, ontwikkelingen & bedrijfsvoering

3.1 Belangrijkste trends / ontwikkelingen

Aan de respondenten is gevraagd welke trends zij in de branche zien. Hieruit kwamen verschillende, uiteenlopende antwoorden naar voren. Daarbij bleek een grote overlap te zitten in de trends die tijdens de tweede editie van de Branchebarometer naar voren kwamen. Zo werd ook dit jaar de trend naar kleinschalige events het meest genoemd. Ook de duurzaamheidstrend zet dit jaar door. Andere veelvoorkomende trends zijn o.a. prijsdruk/lagere budgetten, late orders/korte leadtimes, efficiency/samenwerken, verhoging van de servicegraad en de integratie tussen social-media en events.

3.2 Bedrijfsvoering

Bij de respondenten ligt het accent binnen de bedrijfsvoering voornamelijk op het gebied van relatiebeheer en netwerken, evenals vorig jaar. Productvernieuwing/innovatie staat ongeveer gelijk aan verbetering van de bedrijfsprocessen met beide ongeveer 25%. De overige 9% richt zich met name op andere zaken, zoals sales, online marketing en kostenbeheersing.

