
Meer budget voor meetings & events

Europese vergaderarrangementen en bedrijfsevenementen duren korter en zijn intensiever dan drie jaar geleden. Volgens onderzoek van Carlson Wagonlit Travel is de gemiddelde duur nu vier dagen, terwijl een arrangement destijds bijna een week duurde.

Ondanks de kortere duur wordt er niet minder uitgegeven aan vergaderarrangementen en bedrijfsevenementen. In tegendeel, er zit een stijgende lijn in.

Zo constateren CWT Events-specialisten uit Nederland, Denemarken, Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje, Zweden en Groot-Brittannië, die bestedingen van klanten naast elkaar legden. Voornaamste reden van de kortere meetings: de verhoogde tijdsdruk van leidinggevend en werknemers.

Totale budget vaak onbekend

'Mice-uitgaven zijn aanzienlijk, meestal rond de 25-40% van het totale reisbudget van het bedrijf', aldus Todd Kramer, Vice President Meetings en Events van Carlson Wagonlit Travel. 'We schatten dat de wereldwijde mice-markt rond de 300 miljard dollars ligt. Alleen Europa is al goed voor een derde van dit bedrag. Het deel van de reisinkopers en travelmanagers, die naast de zakenreizen direct betrokken zijn met vergaderingen en evenementen, is groeiende in Europa en heeft in de Verenigde Staten zelfs al de 50% bereikt.'



Beeldt: Van den Valk

Kramer stelt dat één op de twee bedrijven geen of weinig idee heeft hoeveel er in totaal wordt uitgegeven aan vergaderingen en evenementen. Dit omdat de activiteiten zo veelomvattend zijn. De meeting- en eventplanners behoren immers tot diverse afdelingen zoals bijvoorbeeld de communicatie-, sales en marketing- of personeelsafdeling.

De trend van kortere verblijven heeft effect op de keus van locaties. Yolanda Logt, Manager CWT Events Nederland: 'Met name Barcelona, Dublin, Lissabon, Istanbul en Dubai zijn om die reden zeer geschikt.'

Trends in Europese landen

Binnen Europa is er een kenmerkend verschil in type evenementen die klanten prefereren. In Nederland is het een opko-

mende trend om meer evenementen in eigen land te organiseren, vaak in combinatie met een teambuilding element. Een andere trend is dat de klant de lange termijn impact van evenementen wil bevorderen en de kwaliteit van de interactie. Uiteraard blijft originaliteit en enthousiasme belangrijk voor incentive reizen. Tevens wordt de bestemming vaker tot het laatste moment geheim gehouden voor de deelnemers. Het milieu is een issue die steeds belangrijker wordt in de mice-branche. CWT Events is onlangs gevraagd om een milieu georiënteerd zakelijk evenement te organiseren in Scandinavië. Ook activiteiten met een accent op de maatschappelijke verantwoordelijkheden van het bedrijf, zoals het planten van bomen en het opknappen van scholen in Afrika zijn een opkomende trend.

