

# Blik op de Europese Meeting & Convention markt

Samenvatting van onderzoek onder  
Europese planners en deelnemers



## Onderzoek naar de Europese Meetings & Conventions sector

In het tweede kwartaal van 2023 heeft MMGY Travel Intelligence een onderzoek uitgevoerd onder Europese planners en deelnemers van zakelijke (M&C) bijeenkomsten. Dit onderzoek is in 2022 ook tweemaal uitgevoerd; in het voor- en najaar. Het onderzoek is destijds opgezet om meer inzicht te krijgen in het herstel van de zakelijke markt na de corona pandemie. Ook wordt de impact van actuele zaken onderzocht, zoals de gestegen prijzen en de oorlog in Oekraïne. Tot slot komen ook de ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid en 'bleisure' aan bod. Je leest het hieronder in de samenvatting!

### Belangrijkste conclusies van het onderzoek

#### 1. Fysieke bijeenkomsten het meest effectief

Meeting planners geven aan dat ongeveer driekwart van de meetings en events die ze plannen in de komende twee jaar in-person zullen zijn. Oftewel, fysieke bijeenkomsten. Van het resterende deel is 17% hybride en 10% volledig online. Zowel meeting planners als deelnemers beschouwen fysieke bijeenkomsten als het meest effectief. De twee belangrijkste redenen om bijeenkomsten en evenementen bij te wonen zijn kennisoverdracht/educatie en netwerken/relaties opbouwen.

#### 2. Hotels en vergaderruimtes bij hotels zijn meest geplande type locatie

Volgens de meeting planners hebben hotels en vergaderruimtes bij hotels de grootste waarschijnlijkheid om geboekt te worden voor M&C doeleinden in de komende 2 jaar. Meer dan bijvoorbeeld unieke/historische locaties. De meeting planners geven aan dat de meest bepalende factoren voor de keuze van een locatie zijn: 1. algemene aantrekkingskracht bestemming, 2. bestemming gemakkelijk te bereiken en 3. reisafstand naar vergaderlocatie. Volgens de deelnemers is dit rijtje als volgt: 1. gemak om de bestemming te bereiken (trein, vliegtuig, etc), 2. interessant programma/sprekers, 3. reisafstand naar vergaderlocatie. Gemak en bereikbaarheid zijn dus belangrijke elementen, zowel volgens de planners als de deelnemers.

### 3. Hogere kosten momenteel van grootste invloed op boekingen

Economische effecten (zoals inflatie en gestegen prijzen) hebben momenteel de meeste invloed op boekingen van meetings en events. Op de tweede plaats staat geopolitieke spanningen, gevolgd door veiligheid. Van de in totaal 13 factoren staat zorgen omtrent Covid-19 op de laatste plek. Wat betreft de kosten, hebben hogere prijzen van accommodaties nu de meeste impact, gevolgd door hogere kosten om te vliegen en op de derde plek de hogere kosten voor een venue. Indien men op de kosten moet letten, verwachten deelnemers het volgende te doen: 1. kortere trips, 2. minder business trips en 3. vroeger boeken.

### 4. Kansen op het gebied van 'bleisure'

Van de deelnemers geeft 45% aan wel eens een binnenlandse zakenreis te hebben verlengd voor vrijetijdsdoeleinden. Bij internationale zakenreizen is dit 42%. Voor 60% van de ondervraagden is het enigszins tot zeer waarschijnlijk dat ze in de komende 2 jaar een zakenreis gaan verlengen voor vrijetijdsdoeleinden. In 2022 was dit 54%. Het fenomeen 'bleisure' (business + leisure) zit dus in de lift. Tweederde van de ondervraagden geeft aan dat ze hun partner hierbij zouden meevragen. Verder is bij jongere leeftijdsgroepen (18-44 jaar) de kans dat ze voor 'bleisure' kiezen beduidend groter dan bij 45-plussers.

### 5. Het belang van duurzaamheid blijft toenemen

Volgens meeting planners is de vraag naar duurzame vergaderingen en evenementen al jaren groeiende. Zo wordt aan 50% van de planners gevraagd om locaties en accommodaties uit te kiezen die voldoen aan de duurzaamheidsdoelstellingen. De meest gevraagde duurzaamheidsinspanningen zijn volgens de planners: 1. venues en accommodaties die aan duurzaamheidsdoelstelling voldoen, 2. 'paperless' reizen en events, 3. ander vervoer dan het vliegtuig aanmoedigen (zoals de trein). 65% van de deelnemers is bereid om (iets) meer te betalen voor milieu- en duurzaamheidsprogramma's. Bovendien zijn steeds meer organisaties van plan om duurzaamheidsdoelstellingen op te nemen in hun 'travel policy' (of hebben dit reeds gedaan).

### 6. Well-being als opkomende trend

Meer dan de helft (57%) van de meeting planners ervaart een toenemende belangstelling voor well-being opties bij meetings en events. De well-being opties die het meest worden genoemd, zijn mogelijkheden om te bewegen/sporten, streekproducten en stilte-ruimtes.

## Over het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd onder Europese meeting planners en deelnemers. Onder meeting planners vallen alle meeting professionals die bijvoorbeeld werkzaam zijn als corporate meeting planner, third-party meeting planner of association meeting planner. Om deze meeting planners uit te nodigen voor het onderzoek zijn de databases van IMEX, MMGY en betrokken convention bureaus gebruikt.

Onder de deelnemers vallen volwassenen die tussen 2020 en 2023 hebben gereisd voor het bijwonen van (trade) beurzen, trade shows of exhibitions, congressen, grote corporate meetings, associatie meetings, incentive programma's, seminars of workshops. Een internationaal panel is gebruikt om deze deelnemers (uit de UK, Duitsland, Frankrijk en Nederland) uit te nodigen voor deelname aan het onderzoek.

Het onderzoek heeft gelopen van 25 april tot 14 juni 2023. In totaal hebben ruim 1600 deelnemers en 193 meeting planners deelgenomen aan het onderzoek.