



TRENDS

WAT BRENGT HET NIEUWE JAAR?

Wat mogen we in 2023 verwachten op het gebied van zakelijke bijeenkomsten? Wij vroegen een aantal spelers uit de branche naar hun mening en visie.

“Na een jaar van aanpassing geeft 2023 ons de ruimte om ons volledig te focussen op de nieuwe manier van werken. Sommige organisaties riepen zelfs een nieuwe functie in het leven om deze aanpassing uit te dragen: de Chief Hybrid Officer. Misschien maar goed ook: dit jaar zal grote uitdagingen kennen op het gebied van het hybride werken, met name op het gebied van persoonlijk contact. Werknemers die werken op afstand

kunnen zich bijvoorbeeld benadeeld voelen wanneer managers op zoek zijn naar input of kandidaten voor promoties. Of ze kunnen onbedoeld worden uitgesloten van sociale interacties door hun collega's op kantoor (het zogenaamde proximity bias). 2023 is daarmee ook direct het jaar waar we deze uitdagingen in meetings en events zullen overwinnen. De bedrijfscultuur wordt de prioriteit, niet de productiviteit, voor

een hybride organisatie. Onderdeel van deze bedrijfscultuur is inclusiviteit en gelijkwaardigheid, of je nu thuis werkt, of op kantoor. Hierin zullen verschillende technologische mogelijkheden een nog belangrijkere rol gaan spelen in meetings en events.”

Stuart Collingwood, General Manager UK & Europe bij Owl Labs

“Alles staat weer open. Waar we in 2022 nog wat afwachtend waren, zal 2023 vol energie en events starten, althans in ons geval. Van events van een halve dag tot driedaagse summits en events in het buitenland, alles komt voorbij. Duurzaamheid wordt daarbij steeds belangrijker. Als XR Events worden wij steeds vaker gevraagd om onderdeel te zijn van werkgroepen en te helpen bij

de verduurzaming van verschillende evenementen. Ook worden we steeds vaker ingezet voor de organisatie van evenementen met focus op duurzaamheid. Daar zien we zeker een versnelling in. De uitdagingen liggen in 2023 vooral op capaciteit. Door de coronacrisis kampen we met een schaarste aan personeel in de gehele branche. Hierdoor kost het steeds meer tijd om offertes uit te bren-

gen, leveranciers te vinden en voldoende en goed personeel te vinden voor op een event zelf. Daarbij komt het steeds vaker voor dat vluchten worden geannuleerd, wat extra kosten met zich meebrengt en flexibiliteit van leveranciers, bezoekers en organisatie vraagt.”

Sonja Schaeffer, XR Events

“De aanvragen voor Zwitserland waren tijdens de pandemie begrijpelijk laag. Op dit moment (eind 2022) zijn de aanvragen nog niet op het peil in vergelijking met 2019. Dit was ook onze verwachting. Leisure zal eerder qua overnachtingen op niveau 2019 zijn, dan de MICE-afdeling. De verwachting is dat we pas 2023 of zelfs 2024 terug op peil zijn. Alles hangt af hoe de winter gaat verlopen. De aanvragen voor de eerste helft van 2023 zien goed uit. Men heeft weer vertrou-

wen. De toekomst zal het uitwijzen.”

Lisette van Dolderen, Key Account Manager

Switzerland Convention & Incentive Bureau

“Vanuit een uitdagend Umfeld waarin prijsstijgingen, schaarste en een piekmoment in de markt samen vielen, stappen we met dit nieuwe jaar een nieuw tijdperk in. Een era waarin ons vertrouwde domein zich definitief heeft verbreed. Het creëren en realiseren van impactvolle ervaringen, of het nu live of digitaal is of in een mix van on- en

offline. Van ‘events’ naar ‘experiential marketing’. Interessant en kansrijk! Natuurlijk is verduurzaming een groot thema. Duurzaam aansluiting zoeken met talent; om te zorgen dat we de generatie van vandaag laten bijdragen aan de vorming van ons vak van morgen. Duurzaam omgaan met onze mensen, middelen én trajecten; vanwege het

uitdagende Umfeld, is extra aandacht daarvoor cruciaal. En uiteraard de duurzame inzet én opzet van events zelf, verantwoorde en maatschappelijk verantwoorde en betrokken keuzes maken en daarmee fungeren als aanjager.”

Maarten Schram, directeur IDEA



“Tijd wordt schaarser, dat is wereldwijd een uitdaging. Mensen zijn al erg druk (krapte op de arbeidsmarkt) en daarbij zijn velen actief op zoek naar een goede werk-privé balans. Dit zijn redenen waarom mensen wel twee keer nadenken of ze naar een event of congres

zullen gaan. Alleen als ze echt overtuigd zijn dat ze er meerwaarde zullen vinden (kennis, netwerk, inspiratie etc.) dat hun werk eenvoudiger, efficiënter of leuker gaat maken, zullen ze zich registreren. Het automatisme dat we vroeger zagen dat mensen jaar-in jaar-uit zich aanmel-

den voor een ALV of een jaarcongres is definitief voorbij. Tijd voor bezinning dus voor iedereen die zich professioneel met events bezighoudt.”

Ingrid Rip, coach, trainer en Certified Event Designer

“We zouden natuurlijk niets liever willen dan dat 2023 een topjaar wordt, maar er zijn een flink aantal factoren die onzekerheid met zich meebrengen. Zelf geloof ik niet in een opleving van corona, dat ligt nu echt wel achter ons. Wat mij wel bezighoudt?

1. TRAGE BESLUITVORMING

Een aantal van onze klanten zette tot eind 2022 weer een stop op externe vergaderingen. Maar het zou mij niets verbazen als dit weer doorzet in 2023. Er heerst alom veel onzekerheid.

2. ONDERBEZETTING IN DE BRANCHE

Dit is en wordt een groot probleem. De wachttijd voor het ontvangen van offertes is hoog opgelopen. Het komt ook steeds vaker voor dat men helemaal niet reageert, zelfs bij vijfsterrenhotels.

3. INCOMPETENTIE IN DE BRANCHE

Dit is een minstens net zo groot probleem aan het worden. Ervaren krachten hebben de branche verlaten en nieuwe mensen hebben geen inwerktraject gehad. Zijn, hop, zo voor de leeuwen gegooid en moeten het zelf uitzoeken met alle gevolgen van dien.

4. GENERATIE Z

Ik ervaar dat deze generatie erg instabiel en labiel is. Natuurlijk geldt dit niet voor iedereen, maar een groot deel doolt rond zonder dat ze weten wat ze willen of kunnen. Of nog erger: hebben een attitude dat zij de wereld gaan regeren.

5. GEBREK AAN CREATIVITEIT, STRUCTUUR EN ACCURATESSE

Door de hoge werkdruk blijft er te weinig tijd over voor creativiteit, structuur en

accuratesse. In de 25 jaar dat ik EHP heb, heb ik in 2022 meer klachten moeten afhandelen dan in de afgelopen 24 jaar. De klachten spitsen zich vooral toe op rommelig werk, afspraken die niet nagekomen worden en gebrek aan man/vrouwkracht.

6. GEEN (GOED) PERSONEEL KUNNEN KRIJGEN EN RECRUITERS

Ze beloven gouden bergen, hangen er een gouden prijskaartje aan en leveren vervolgens niets.”

Marianne Kuiper, eigenaar Efficient Hotel Partner en Music Meeting Lounge

“De laatste jaren zijn we allemaal meer videocommunicatie gaan gebruiken. Niet alleen voor reguliere vergaderingen, ook voor evenementen en webinars. Dit jaar is gebleken dat er naast nieuwe vormen van communiceren, steeds meer flexibiliteit en autonomie verwacht wordt. Werknemers vragen om grotere flexibiliteit en meer vrijheid in de locatie waarin ze werken. Maar ook (potentiële) klanten: de veranderingen die de laatste jaren zijn doorgevoerd, zullen niet meer verdwijnen. Ze verwachten meer flexi-

biliteit en meer vormen van communicatie. Dit moeten organisaties dan ook aanbieden. Een evenement kan daarom juist niet meer enkel fysiek zijn om iedereen te bereiken. In 2023 zal de wereld van hybride events (naast de reguliere meetings) volwassen worden: Hosts en andere evenementorganisatoren zullen hun engagement met de doelgroep (en daarmee de ROI) vergroten, door het aanbieden van betere evenementen en meer kwalitatieve en professionele content daarvan. Er is zelfs veel vraag

naar, omdat ze duurzame en kosteneffectieve alternatieven bieden met een groter bereik ten opzichte van fysieke evenementen. Dit betekent niet dat deze laatste groep zal verdwijnen: per vakgebied zal blijken wat voor eenieder de beste vorm is, en wat de meest toegevoegde waarde is voor je klanten wil je de interactie blijven behouden.”

Frank aan de Stegge, Partner Marketing Lead EMEA bij Zoom