

Is er licht aan het eind van de tunnel?

Na dramatische budgetdalingen lijkt de ergste crisis voorbij



chteraf kan er een zwart randje om het evenementenjaar 2009. De branche kreeg te maken met teruglopende eventbudgetten tot soms wel meer dan 25 procent. En de toekomst lijkt ongewis. Eventbedrijven verkeren in moeilijkheden en voor veel eventcollega's begint de vetlaag te slinken. Een exclusieve inblik in de voorpublicatie van de onderzoeksresultaten van het Bedrijfsevenementenonderzoek 2010 van onderzoeksbureau NIDAP geeft hoop. Zijn we het dieptepunt gepasseerd?

NIDAP-directeur Paul van der Wal kwam vorig jaar tot de simpele en harde conclusie: 'we zitten in een klassieke recessie'. Op speciaal verzoek van EventBranche Magazine neemt Van der Wal de meest opvallende cijfers van 2009 met u door en kijkt waar mogelijk alvast naar wat 2010 ons nog gaat brengen. Van der Wal wil het woord groei niet gebruiken, maar verwacht wel een stabilisatie van de neergang. De knik voorbij?

Stabilisatie

'Voor zakelijke evenementen geldt dat grote organisaties in 2009 fors hebben gesneden. Door de bank genomen, zullen de budgetten vergeleken met 2009 gelijk blijven. Al zie je wel verschillen per sector. In 2009 was er bijvoorbeeld een groot verschil tussen de eventbudgetten van bedrijven uit de primaire sector (industrie, transport en bouw) waar het budget met 25 procent afnam en de secundaire sector (zakelijk/financiële dienstverlening, ict, diensten) waar de daling veel minder was. Toch reken ik voor beide sectoren pas op marktgroei aan het eind van 2010, maar dat zal het afgeronde onderzoek binnenkort wellicht blootleggen.'

Herstel

Met name als het gaat om personeelsevenementen lijkt de markt langzaam op te gaan krabbelen. Dat is ook niet zo vreemd, omdat daar in de periode 2007-2009 de eventbudgetten van opdrachtgevers in bijvoorbeeld in de secundaire sector met liefst 40 procent in elkaar klapten. Uit de vele onderzoeksinterviews die het NIDAP inmiddels achter de rug heeft, concludeert Van der Wal: 'De markt voor personeelsevenementen zal zich in de tweede helft van 2010 licht herstellen. Maar dat betekent nog wel dat de markt te klein blijft voor het aantal aanbieders. Concurrentie en kortingen konden wel eens eventbedrijven in de problemen brengen.' Met het achterblijven van omzet en de daaruit volgende onderbezetting aan de aanbiederszijde is de verwachting van het NIDAP dat er voorlopig nog met hogere kortingen geschermd zal worden.

In 2009 ondervroegen de NIDAP-onderzoekers opdrachtgevers naar de reden voor het gekrompen budget. Opvallend daarbij was dat de kleinere budgetten voor zakelijke evenementen door ruim 70 procent werd toegeschreven aan de economische crisis en bezuinigingen. Bij personeelsevenementen was de reden van de budgetdaling

slechts bij een kwart te wijten aan economische omstandigheden. 'Dat zou kunnen betekenen dat het zakelijke evenementensegment zich in 2010 toch eerder gaat herstellen, mits de recessie ten einde komt.' Overigens is het branchesentiment positiever te noemen. Waar bij ondervraging in 2008 nog slechts 11 procent verwachtte dat in 2009 het budget zou toenemen, verwacht nu 27 procent dat in 2010 het budget ten opzichte van 2009 zal zijn toegenomen. Bij personeelsevenementen is dat percentage positieve denkers zelfs 38 procent, tegenover 12 procent in 2009.

Korte termijn of voorbode?

Uit de resultaten van het onderzoek voor 2010 zijn indicatoren te vinden die wijzen op het bewijs voor een doorzettende trend in evenementenland: korte termijn boeken. Er zijn namelijk beduidend minder boekingen voor het najaar van 2010 die nu al in de agenda staan. Het kan natuurlijk ook een voorbode zijn voor een slecht tweede deel van 2010. 'Toch durf ik daar niets over te zeggen', aldus Van der Wal. 'Ze merken wel dat er minder boekingen en reserveringen zijn, maar wellicht heeft dat te maken met later boeken, of meer standaard arrangementen, die laat geboekt kunnen worden.'

Onderzoeksgegevens gebundeld

Het NIDAP geeft jaarlijks het KEN Jaarboek uit. KEN wordt op basis van controlled circulation verspreid onder meer dan 3000 managers en functionarissen in de grootste ondernemingen en organisaties van Nederland. Zij zijn allen inhoudelijk betrokken bij de inkoop, budgettering of planning van evenementen voor het personeel of voor zakelijke relaties. De doelgroep die KEN ontvangt is door NIDAP nauwkeurig geselecteerd en gescreend. KEN blijft een jaar lang actueel. U kunt onder meer participeren in het NIDAP-onderzoek. Voor meer informatie kijkt u op www.nidap.com/ken of houdt u www.eventbranche.nl in de gaten waar regelmatig nieuws van en over het NIDAP te vinden is.