

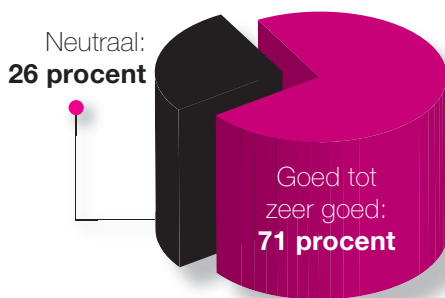
# Onderzoek: 63% eventmanagers noemt MVO als hoofdtrend

b

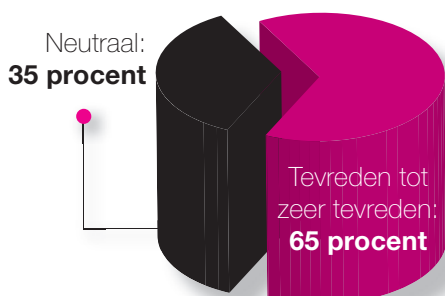
ranchevereniging IDEA deed onlangs onderzoek naar de toegevoegde waarde van bureaus. EventBranche Magazine kreeg een exclusieve voorpublicatie van de resultaten. De ondervraagde eventmanagers bestempelen de toegevoegde waarde van bureaus vooral als creatief en als aanvulling op intern capaciteitsgebrek.

De bestuursleden van IDEA hebben sinds vorig jaar hun eigen portefeuille. Maurice Hartog is verantwoordelijk voor communicatie en onderzoek. 'Het onderzoek naar toegevoegde waarde van bureaus hebben we gedaan onder zowel de leden van het Genootschap voor Eventmanagers als onder de bureaus zelf. Zo kunnen we zowel imago als identiteit meten.' Met de onderzoeksgegevens vers van de pers, somt Hartog een aantal interessante uitkomsten op.

Wat is uw algemene ervaring met evenementenbureaus?



In hoeverre bent u tevreden over aan bureaus uitbestede producties?



## Meerwaarde

De eventmanagers zijn dus erg tevreden over de meerwaarde van bureaus. Slechte ervaringen zijn er bijna niet. Maar waar zit volgens de opdrachtgevers dan de meerwaarde van de evenementenbureaus? De onderzoeksresultaten vormen een duidelijk antwoord. 'Verreweg de meeste eventmanagers noemen behoefte aan creativiteit en gebrek aan capaciteit en mankracht als belangrijkste redenen om een bureau in te huren.

Daarbij moet je wel opmerken dat het hier volgens mijn mening om twee verschillende bureaus gaat: de eventmarketingbureaus en de productiehuizen', analyseert Maurice Hartog. In het verlengde daarvan werd zowel aan bureaus als aan eventmanagers gevraagd of bureaus, om hun toegevoegde waarde te onderstrepen, zich niet duidelijker moeten segmenteren in de markt:

## Eventmanagers

Eens tot zeer eens: 64 %  
Oneens: 8 %

## Bureaus

Eens tot zeer eens: 71%  
Oneens: 24%

Op de vraag welke trend de meeste invloed heeft op de organisatie van evenementen, zijn de eventmanagers opvallend eensgezind: MVO, zegt 63 procent. Ver daar achter volgen onder meer cocreatie en transparantie. 'Waarbij de keus voor transparantie sterk onderhevig is aan de reorganisaties bij opdrachtgevers. Inkoopbeleid en procurement spelen een grotere rol en dan moeten alle kosten verantwoord worden.'

## Crisis?

Dat de huidige economische omstandigheden, reorganisaties en kleinere budgetten een rol spelen in de antwoorden van de eventmanagers mag duidelijk zijn. Niet voor niets noemt de helft van de opdrachtgevers de kosten als belangrijkste drempel om een bureau in te schakelen. Onder het kopje kredietcrisis nog een aantal glasheldere onderzoeksresultaten:

- 70% van de opdrachtgevers geeft aan dat het evenementenbeleid door de kredietcrisis aangrijpend is veranderd. 89% geeft aan dat het budget is afgenomen. 63% zegt dat de uitstraling van de evenementen van over the top naar basic is gegaan.
- Daarvan denkt 37% dat dit zo zal blijven. 58% verwacht dat het evenementenbeleid weer terugkomt op het niveau van de jaren voor de crisis.

## Hoe zoeken eventmanagers en wat zijn de criteria voor bureaukeuze?

Met enige trots meldt Hartog dat uit het onderzoek onder de Genootschap voor Eventmanagers-leden blijkt dat IDEA goed scoort. Als het gaat om welke bronnen een eventmanager raadpleegt om de keus voor een bureau te bepalen, noemt 67% collega-eventmanagers en netwerkorganisaties als IDEA.

Op een tweede plaats met 44 procent komt het internet. 41 procent noemt de vakbladen als inspiratiebron. In die categorie worden slechts twee titels spontaan genoemd door de respondenten: Events (van HighProfile) en EventBranche Magazine. 'Daar zijn we erg trots op. Na een paar maanden al top of mind. Prachtig', aldus hoofdredacteur Sjoerd Weikamp.