



Vlaanderen
is toerisme



MICE- ONDERZOEK

RESULTATEN INTERNATIONALE ASSOCIATIES

VELDWERK 2020 – 2022

TOERISMEVLAANDEREN



Vlaanderen
is toerisme



BRUGGE



visit.brussels 



INHOUDSOPGAVE

- 1 Inleiding onderzoek
- 2 Beslissingsproces
- 3 Sterkte van de lokale sector
- 4 Awareness, interesse en boekingsgedrag
- 5 Impact COVID-19 op organisaties van congres
- 6 Duurzaamheid
- 7 Perceptie en tevredenheid Brussel
- 8 Perceptie en tevredenheid Vlaamse kunststeden
- 9 Congresbureaus
- 10 Conclusies
- 11 Bijlage: Methodologie

1

INLEIDING ONDERZOEK



DOEL VAN HET ONDERZOEK



Voor Vlaanderen en Brussel inzichten verschaffen over het beslissingsproces van internationale associaties bij de keuze van een bestemming voor hun meeting of congres

- Beslissingsfactoren
- Informatiebronnen
- Bekendheid van Vlaanderen
- Mate waarin Vlaanderen al werd overwogen of geboekt
- Tevredenheid over Vlaanderen als congresbestemming

VERLOOP VAN HET ONDERZOEK



LOOPTIJD ONDERZOEK

Het onderzoek werd opgestart in 2019. Oorspronkelijk zouden de volledige resultaten gepubliceerd worden in de loop van 2020. Echter, door de covid-19 pandemie moest het veldwerk vroegtijdig worden afgebroken. Er werd besloten om het onderzoek anders vorm te geven, namelijk door vinger aan de pols te houden bij organisatoren doorheen het verloop van de pandemie.

VELDWERK

Er werd uiteindelijk data verzameld tijdens drie periodes :

- Kwantitatieve bevraging van januari '20– maart '20 bij 714 respondenten
- Kwalitatieve bevraging van december '20 – maart '21 bij 79 respondenten
- Kwantitatieve bevraging van december '21 – februari '22 bij 436 respondenten

Alle bevragingen gebeurden telefonisch in een taal naar keuze van de respondent. Meer details over de methodologie vind je in de [bijlage](#).



RAPPORT

In dit rapport brengen we de resultaten van al het veldwerk samen en bundelen deze naar onderwerp. In de tekst en bij tabellen en grafieken wordt telkens aangeduid op welk jaar de resultaten betrekking hebben. Er worden enkel resultaten behandeld waarvoor er voldoende respondenten in de steekproef zitten om betrouwbare uitspraken te maken.

De n wordt onder elke grafiek vermeld. Waar de n in het **rood** staat, is er een beperkt aantal respondenten en moeten de resultaten met enige voorzichtigheid worden geïnterpreteerd.

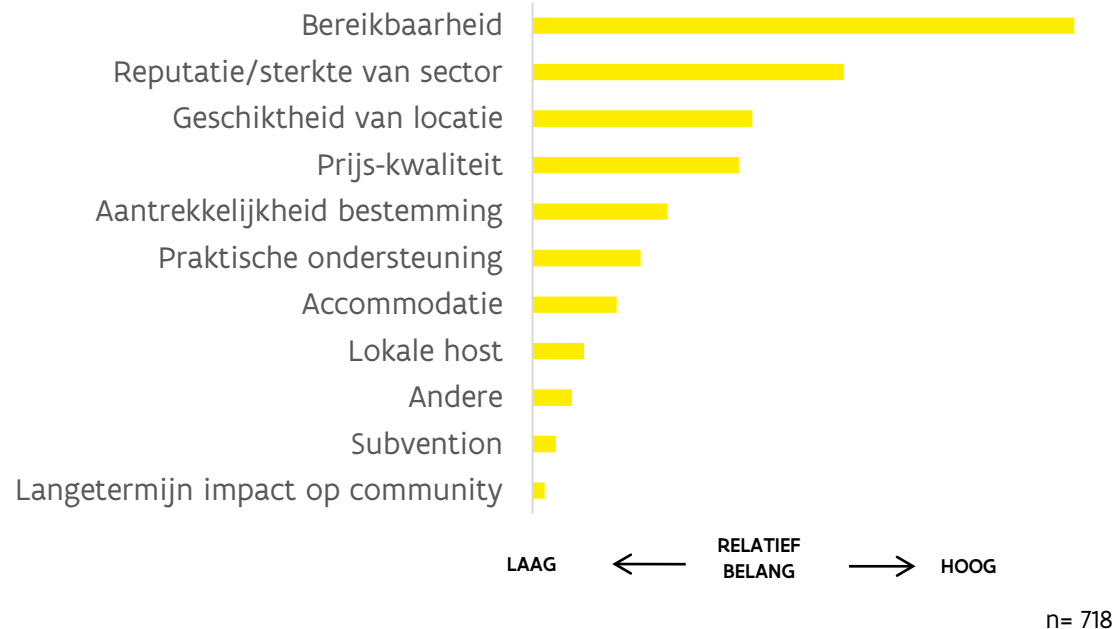
2

BESLISSINGS- PROCES



BESLISSINGSFACTOREN BIJ BESTEMMINGSKEUZE

WAT ZIJN DE DRIE BELANGRIJKSTE FACTOREN DIE DE
BESTEMMINGSKEUZE BEÏNVLOEDEN? (open vraag, 2020)

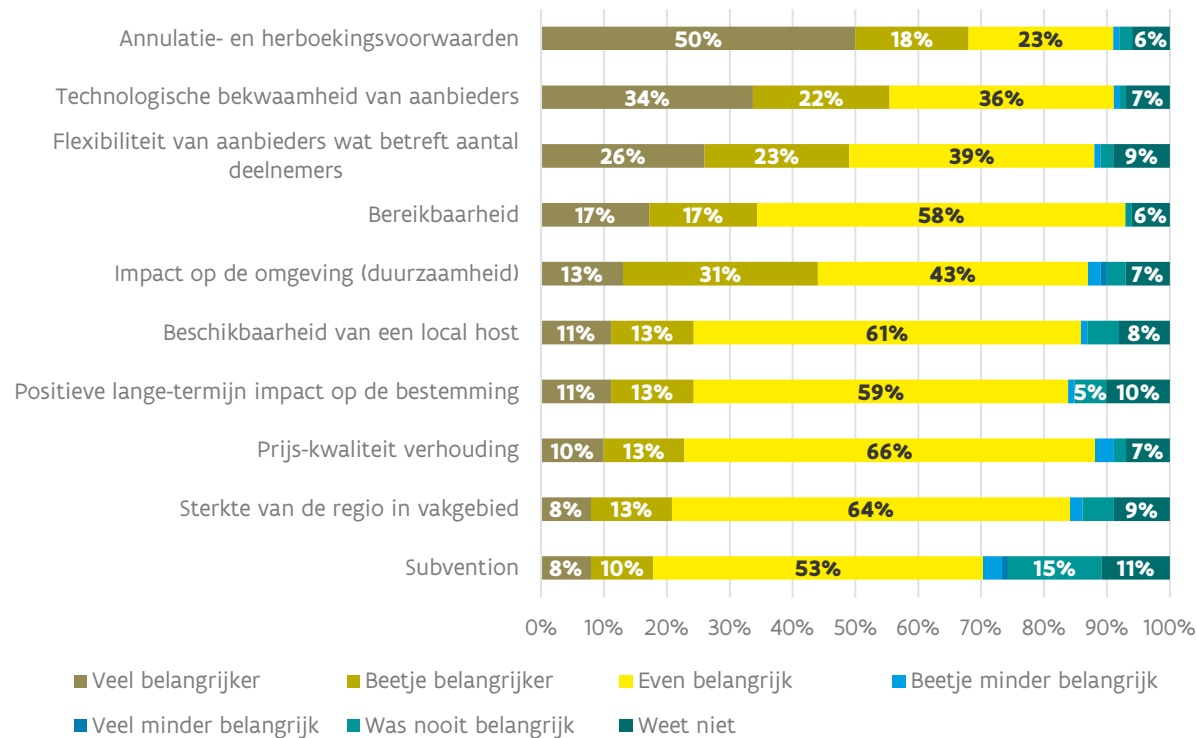


Er werd aan de respondenten gevraagd om maximaal drie factoren te noemen in volgorde van belangrijkheid. We hebben voor elke factor een score gemaakt door 3 punten toe te kennen voor elke 1e plaats, 2 punten voor elke 2e plaats en 1 punt voor elke 3e plaats. De grafiek toont het relatieve belang van de factoren.

- Uit de resultaten van het veldwerk van 2020 bleek dat **bereikbaarheid** bij uitstek de belangrijkste factor is voor de bestemmingskeuze.
- Op de tweede plaats komt de sterkte en/of reputatie van de **sector** op de bestemming. Associaties hebben bijvoorbeeld een voorkeur voor een bestemming waar er een sterke lokale expertise is of waar er veel leden gevestigd zijn.
- De geschiktheid van de **locatie** en **prijs-kwaliteitverhouding** zijn ongeveer even belangrijk
- De **aantrekkelijkheid** van de **bestemming** komt pas op de vijfde plaats.
- De twee belangrijkste factoren zijn dezelfde over alle economische sectoren heen.
- De top 10 factoren en de volgorde ervan is dezelfde ongeacht het land waar de associatie gevestigd is.

IMPACT COVID-19 OP BESLISSINGSFACTOREN

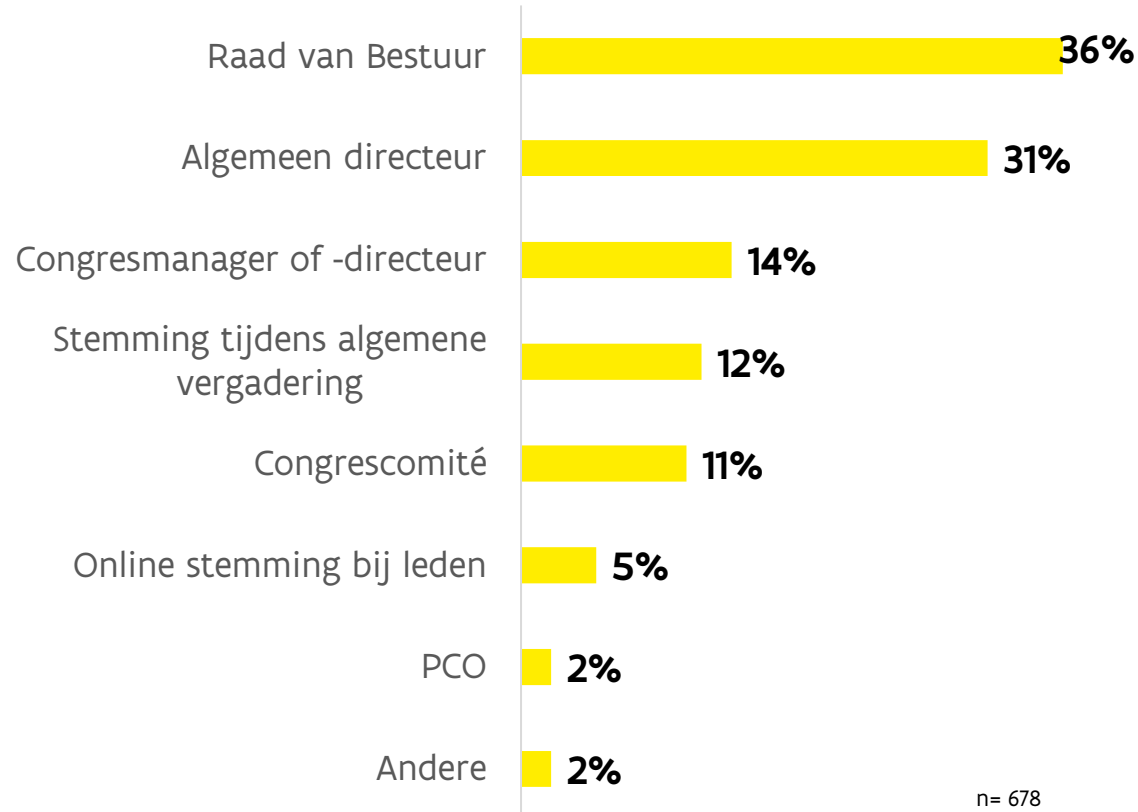
WELKE FACTOREN ZIJN IN DEZE POST-PANDEMIE PERIODE MEER OF MINDER BELANGRIJKER GEWORDEN? (gesloten vraag, 2022)



Uit de resultaten van 2022 blijkt echter dat de pandemie een invloed heeft gehad op het belang van bepaalde factoren.

- De **drie factoren** die het meest aan belang hebben gewonnen sinds de pandemie zijn: **annulatie- en herboekingsvoorwaarden**, **technologische bekwaamheid** van aanbieders en de **flexibiliteit** van aanbieders qua aantal deelnemers.
- Respondenten geven ook aan dat **bereikbaarheid** (sowieso al de belangrijkste factor) nog aan belang heeft gewonnen.
- Wat betreft **duurzaamheid** merken we een kentering t.o.v. eerder veldwerk. Waar dit in 2020 weinig ter sprake kwam als beslissingsfactor, blijkt dit nu wel aan belang te winnen bij organisatoren.

WIE MAAKT DE FINALE BESTEMMINGSKEUZE?



- De finale beslissing over de bestemmingskeuze wordt het vaakst gemaakt door de **Raad van Bestuur** (36%) en de **algemeen directeur** van de internationale associatie (31%)
- Associaties uit België maken vaker dan gemiddeld hun keuze via de raad van bestuur (39%) of congresmanager (20%)
- Associaties gevestigd in het buitenland laten vaker het congrescomité (14%) of een stemming tijdens een algemene vergadering (12%) de finale beslissing maken.

WAAR HALEN ORGANISATOREN INFORMATIE EN INSPIRATIE VOOR DE LOCATIE VAN HUN CONGRES?

	associaties gevestigd in België (n= 266)	associaties gevestigd in het buitenland (n= 450)	intermediaire organisaties (n= 39)
navraag bij collega's of leden	77%	51%	36%
zoekopdracht via internet	24%	40%	38%
eerdere ervaring	25%	24%	67%
site visits	1%	14%	26%
bids opvragen	7%	9%	3%
vakbeurzen	1%	5%	33%
websites van congresbureaus	2%	4%	13%
sociale media	0%	3%	10%
vakbladen	0%	1%	10%
andere	1%	8%	8%

- Navraag doen bij **collega's** of **leden** is bij associaties over alle sectoren heen de vaakst gebruikte methode om inspiratie of ideeën op te doen voor de bestemming van een congres
- Hoewel de beslissing over de bestemming vaak bij het uitvoerend niveau ligt, kan in principe iedereen binnen een associatie de beslissing beïnvloeden
- Daarnaast wordt er vaak vertrouwd op **zoekopdrachten** via het internet en eerdere ervaringen.
- Associaties gevestigd buiten België maken gebruik van meer informatiebronnen. Ook site visits spelen hier een rol.

3

STERKTE VAN DE LOKALE SECTOR



ROL VAN STERKTE VAN LOKALE SECTOR

Wordt gezien als een basisvoorwaarde:

- Een bestemming moet sterk genoeg staan in een sector om in aanmerking te komen. Maar het moet niet noodzakelijk wereldtop zijn.
- De keuze van de bestemming moet 'op papier' een goeie keuze zijn
 - Er is een voldoende aantal leden
 - Academische sterkte in het veld
 - Voldoende connecties of interessante spelers in de private sector
 - De bestemming past bij de ethos van de associatie

“The most important factor when it comes to a city or region strongly representing our sector is its membership numbers”

Associatie – Energie en leefmilieu

“It’s about the strength of academic research in our field in the university”

Associatie – Zorg & gezondheid

“Does the city have other musical activities going on, like other concerts? The city needs to ‘make sense’ from a musical point of view.”

Associatie – Kunst, cultuur, architectuur en erfgoed

ROL VAN STERKTE VAN LOKALE SECTOR

Bereidheid van een lokale partner om het congres te organiseren wordt ook gezien als een facet van sector sterkte

- Het kan een voordeel zijn als een lokale partner deel uitmaakt van een eminent team dat bekend staat voor hun expertise
 - Zou kunnen bijdragen aan het inhoudelijke programma
 - Het kan mogelijks meer deelnemers aantrekken
- Maar voor andere organisatoren gaat het even veel over de bereidheid om te organiseren dan hun expertise

“The content is defined by the local organising team. They decide the topics, which speakers to invite. Their work is so important that they have to be a strong team in our field.”

Associatie – ICT/high tech

“I’m aware of an event in Geneva where the congress bureau cannot find a professor who has the time to spend two years preparing a conference. That’s the basics of bringing a congress to a destination. You need a local team that’s willing to host it.”

PCO

ROL VAN STERKTE VAN LOKALE SECTOR

Het is een meerwaarde om te gaan naar een bestemming waar de sector goed vertegenwoordigd is.

- Kan een positieve impact hebben op het aantal deelnemers
- De “kwaliteit” van de deelnemers kan ook beter zijn
- Beschikbaarheid van sponsors
- Potentieel om te lobbyen

Maar sommige organisatoren maken een uitzondering om hun bereik te vergroten

- Ze overwegen bestemmingen die nog niet sterk staan in hun veld om nieuwe leden aan te trekken
- Er moet wel potentieel zijn om de activiteit binnen de sector te versterken

“We prefer a city where other events in our sector are going on because we can attract the same people to our event. There’s Silicon West going on in California in July. If we notify delegates early, they can fly in one day earlier.”

Associatie – ICT/high tech

“When we look at potential places, the availability of potential sponsors plays an important role”

Associatie – Haven en logistiek

“In the next few years, our plan is to visit Shanghai and New Orleans because our association is trying to branch out from the European market”

Associatie – Kunst, cultuur, architectuur en erfgoed

4

AWARENESS

INTERESSE

BOEKINGS-

GEDRAG



UITLEG BIJ VOLGENDE SLIDES



De grafieken op de volgende slides geven resultaten weer van drie vragen (2020):

- *“Hebt u ooit een meeting of congres geboekt in één van deze bestemmingen?”*
- **Indien niet geboekt** → *“Hoeveel weet u over deze bestemmingen wat betreft hun MICE-aanbod?”*
- **Indien niet geboekt en MICE-aanbod is gekend** → *“Hebt u ooit concreet overwogen om een meeting of congres te organiseren in één van deze bestemmingen?”*

Score kennis van het MICE-aanbod

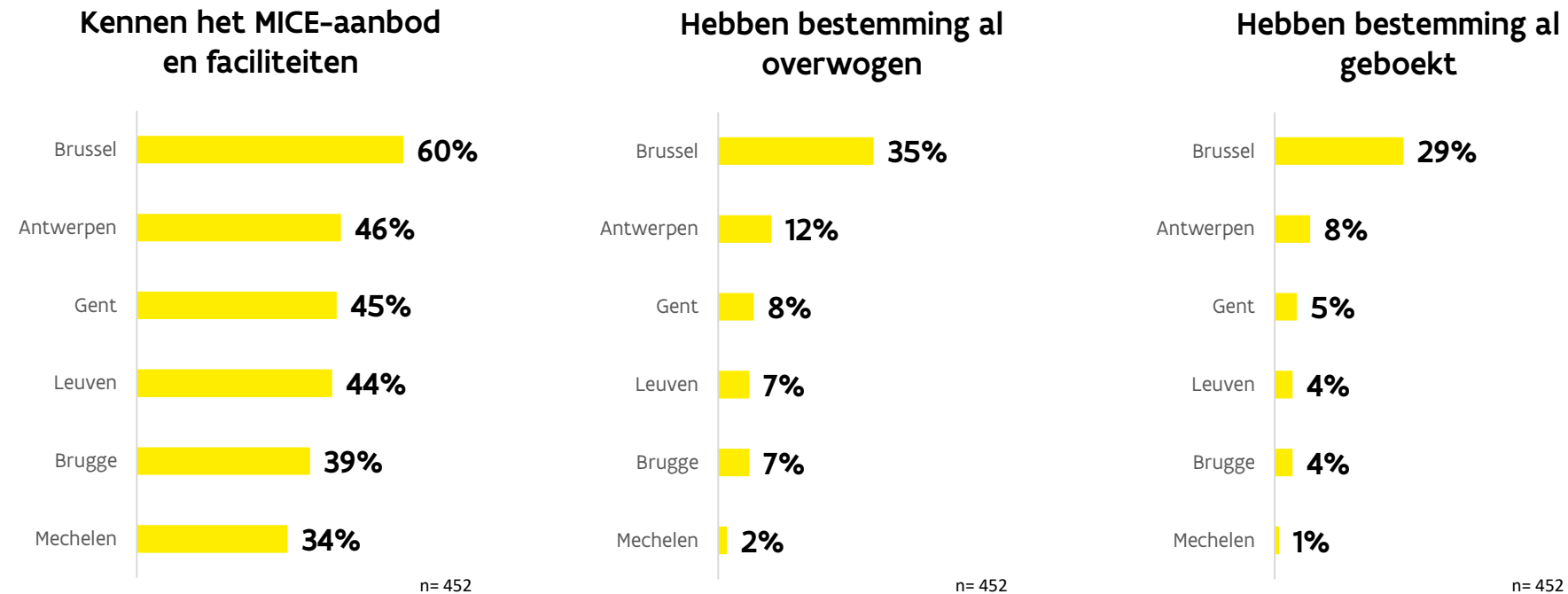
- Respondenten konden kiezen uit 3 antwoorden
 - Ik ken het MICE-aanbod goed
 - Ik ken het MICE-aanbod een beetje
 - Ik ken het MICE-aanbod niet
- Indien er al werd geboekt in een bestemming, gaan we er van uit dat de respondent het aanbod goed kent
- De score rond kennis is de som van *‘goed’* en *‘een beetje’*

ORGANISATOREN GEVESTIGD IN BELGIË (2020)



- De kennis over het MICE-aanbod in Brussel is hoog. Er is een goeie conversie. Het merendeel van internationale associaties gevestigd in België hebben al een meeting of congres geboekt in Brussel
- De bekendheid van het MICE-aanbod in de kunststeden is duidelijk lager dan die van Brussel, maar als goed te beschouwen. Er is echter een grote kloof tussen de mate waarin organisatoren de kunststeden kennen en de mate waarin ze de steden al hebben overwogen of geboekt.

ORGANISATOREN GEVESTIGD IN HET BUITENLAND (2020)

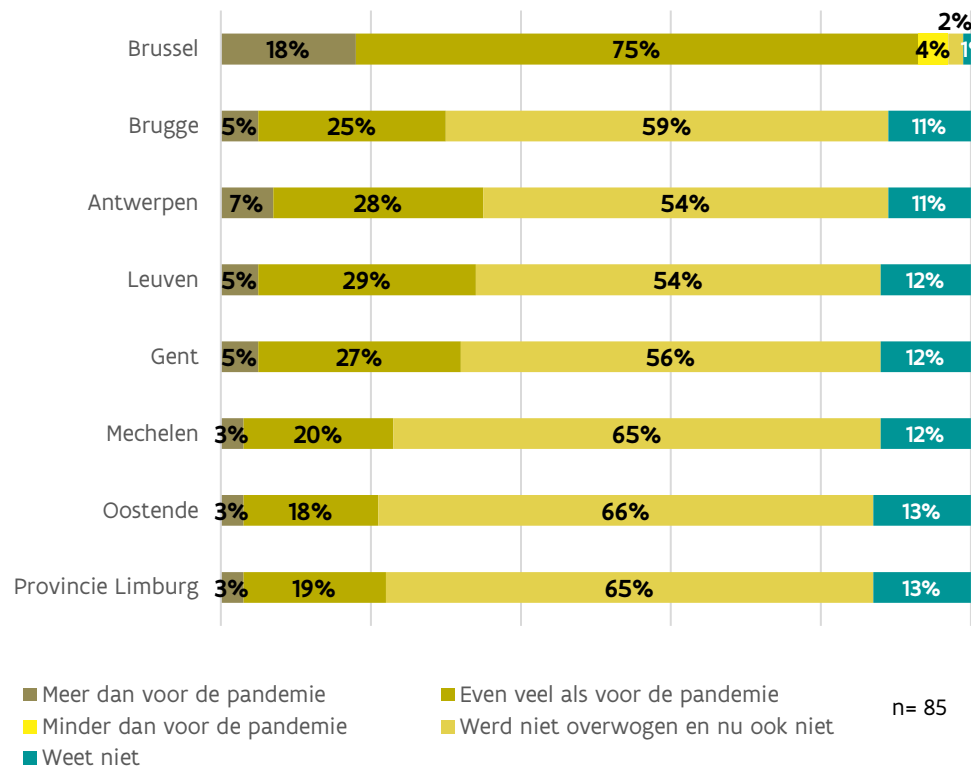


- De kennis over het aanbod in Brussel is goed, maar wel duidelijk lager dan bij associaties gevestigd in België.
- De kennis over het aanbod in de kunststeden bij associaties gevestigd in het buitenland is hoog. Maar deze awareness vertaalt zich niet voldoende naar het overwegen/boeken van de kunststeden.

OVERWEGING VAN BRUSSEL EN VLAAMSE STEDEN

Organisatoren gevestigd in België

IN WELKE MATE BEN JE MEER OF MINDER GENEIGD OM DEZE BESTEMMING TE OVERWEGEN VOOR EEN CONGRES VERGELEKEN MET VOOR DE PANDEMIE? (2022)



- De bereidheid van organisatoren uit België (vaak gevestigd in Brussel) om buiten Brussel een congres te organiseren blijft laag. De pandemie heeft hier weinig aan veranderd.
- Deze organisatoren willen o.a. geen extra kosten maken voor de verplaatsing.
- Sommigen halen ook aan dat extra reizen slecht is voor het milieu.
- Toch zijn er enkele associaties uit België die plannen om een congres in een Vlaamse stad te organiseren of er opnieuw naartoe zouden gaan.

“Antwerp seems to be a location our clients are more interested in this year and I think it’s because it seems safer from Covid”

Intermediair, België

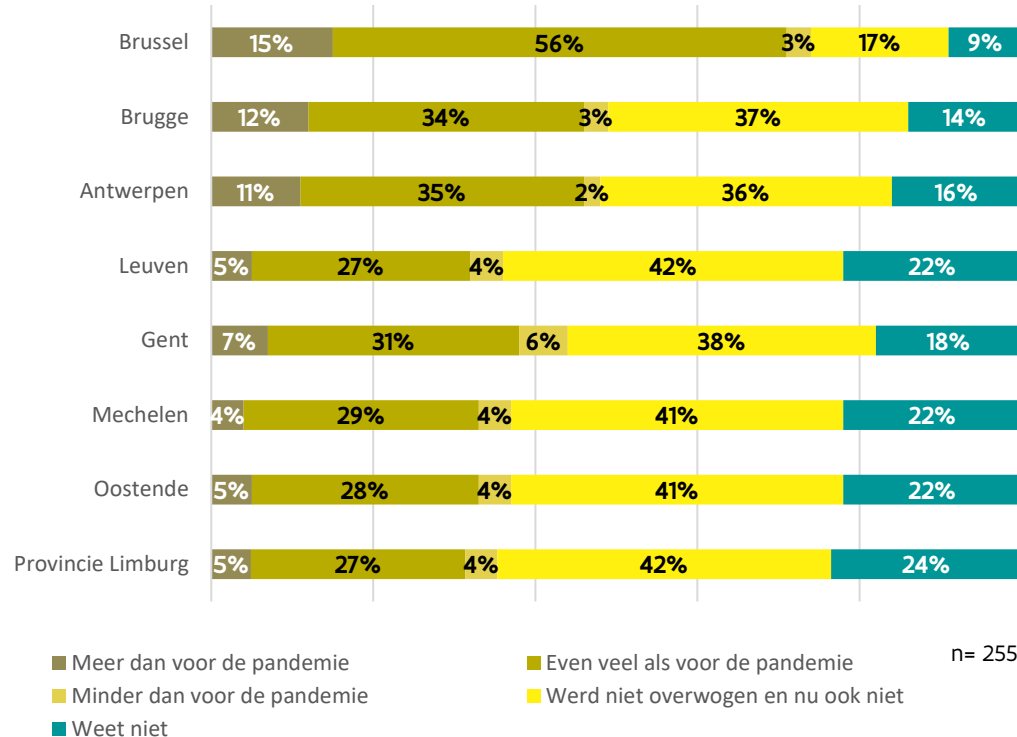
“It would be harder for the members to travel to these areas so there would be no point for if we wanted to be environmentally friendly”

Associatie, België -
Gezondheidszorg

OVERWEGING VAN BRUSSEL EN VLAAMSE STEDEN

Organisatoren gevestigd in het buitenland

IN WELKE MATE BEN JE MEER OF MINDER GENEIGD OM DEZE BESTEMMING TE OVERWEGEN VOOR EEN CONGRES VERGELEKEN MET VOOR DE PANDEMIE? (2022)



- Organisatoren uit het buitenland overwegen **Brussel, Brugge en Antwerpen** meer dan voor de pandemie. Bij de andere bestemmingen is het aandeel dat meer of minder geïnteresseerd is, grotendeels gelijk.
- Voordelen van **Brussel** zijn volgens respondenten de aanwezigheid van **EU-beslissingnemers** en de **centrale ligging**.
- Het toegenomen belang van een **korte en vlotte verplaatsing** kan nadelig zijn voor **secundaire steden** volgens sommige respondenten. Het rekening houden met duurzaamheid kan hier ook in het nadeel spelen.
- Maar sommige organisatoren in naburige landen vinden dan weer dat **Vlaanderen** wel **vlot bereikbaar** is.

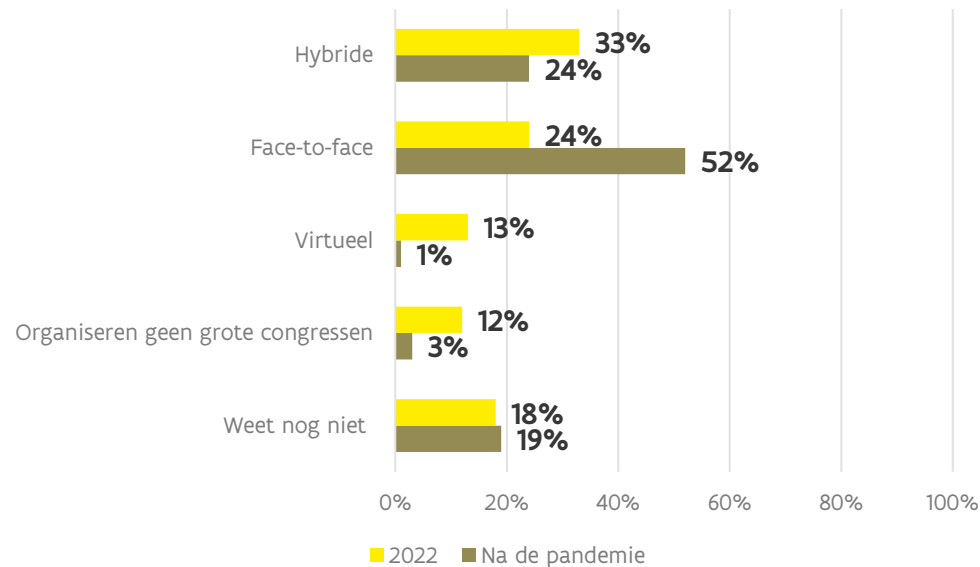
5

IMPACT COVID-19 OP ORGANISATIE CONGRES



FORMAT GROOTSTE CONGRES

WELKE VORM ZAL HET GROOTSTE CONGRES AANNEMEN? (2022)



n= 436

In 2021 gaven de meeste organisatoren aan dat hybride congressen de norm zouden worden. Nu blijkt echter dat velen de voorkeur geven om terug te keren naar face-to-face,

- **76% van de respondenten** geeft aan dat ze in de toekomst hun congres **live** willen laten doorgaan, waarvan **24% hybride**. Het face-to-face neemt dus opnieuw de overhand,
- Hier zijn verschillende redenen voor, o.a.:
 - hybride events zijn duur en erg moeilijk om succesvol te organiseren.
 - Netwerken (een cruciaal onderdeel van een congres) via een digitaal platform blijft moeilijk en is minder effectief.
- **Hybride congressen** zouden in **bepaktere mate** voorkomen omdat deze ook duidelijke voordelen bieden in bepaalde omstandigheden:
 - Het bereik aan deelnemers is veel groter
 - Een virtueel component is een goede back-up voor professionals die niet live kunnen of willen bijwonen.

“People are very excited about face-to-face meetings and conferences again. They are fed up with online meetings”

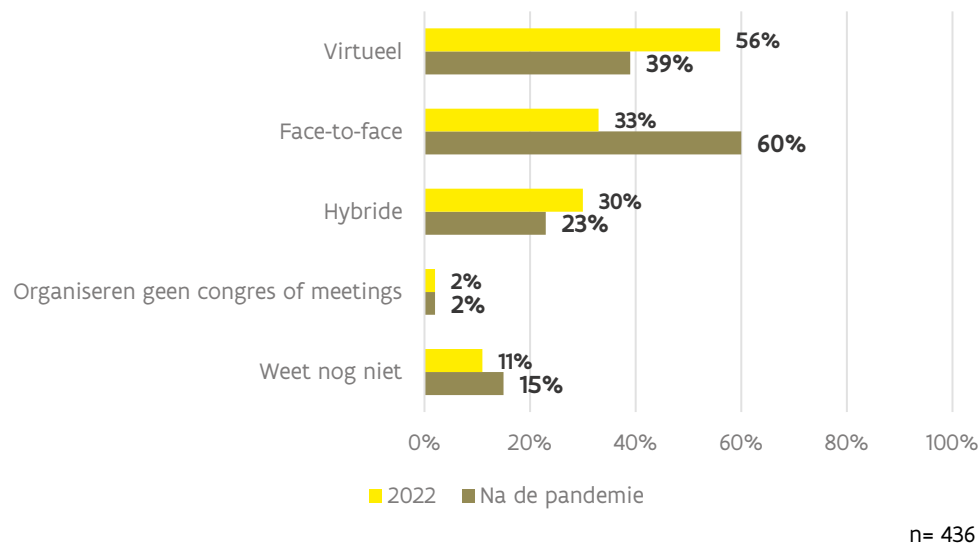
Intermediair – Spanje

“Hybrid is the modern way, moving forwards. It gives people the choice”

Associatie, V.K. – Zorg en gezondheid

FORMAT KLEINERE CONGRESSEN EN MEETINGS

WELKE VORM ZULLEN HET KLEINERE MEETINGS AANNEMEN? (2022)



- In **2022** kiezen organisatoren voor kleine(re) meetings of congressen in 2022 nog overwegend voor een **virtuele** aanpak.
- Eens de pandemie voor bij, zullen **fysieke meetings weer aan belang winnen**. Maar in tegenstelling tot het hoofdcongres, zal er voor **kleinere congressen** regelmatig worden geopteerd voor een **digitaal format**.
- Het gemak van niet reizen is namelijk groot wanneer het gaat om kleine meetings.
- Verschillende respondenten geven aan dat hun **grootste congres live** zal zijn en dat ze voor **andere meetings** kiezen voor **digitaal**.

“We’re having trouble finding the best format for future events. It’s very conflicted between us all in how we should engage with our members.”

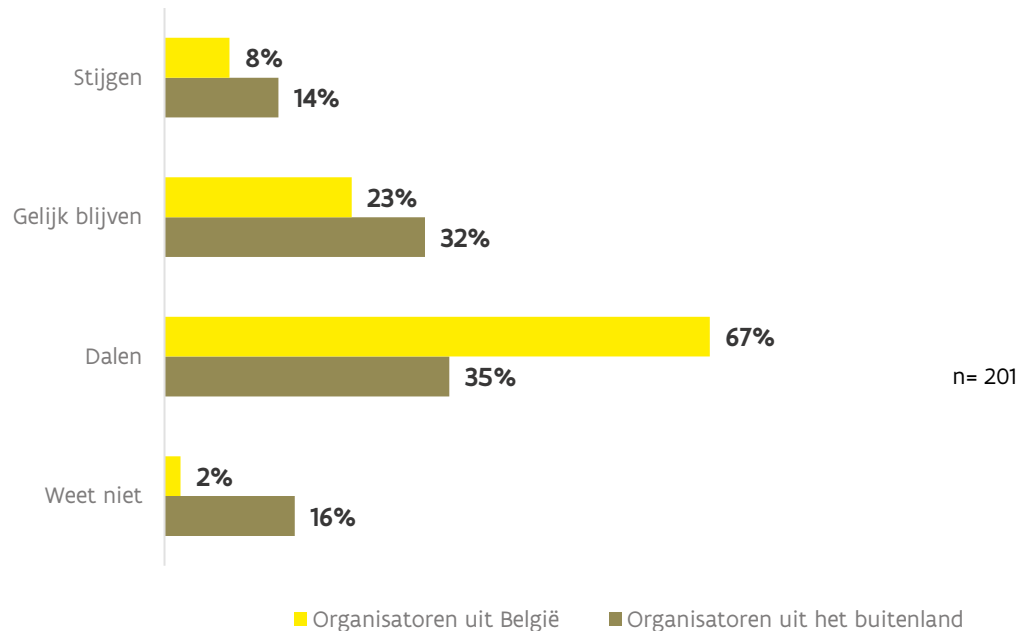
Associatie, V.K. – Energie en leefmilieu

“Online is more practical for smaller meetings so people don’t have to travel, but we like all the larger meetings to be face-to-face”

Associatie, Oostenrijk, Zorg & gezondheid

AANTAL DEELNEMERS

VERWACHT U DAT HET AANTAL FACE-TO-FACE DEELNEMERS VERGELEKEN MET VOOR DE PANDEMIE ZAL ...? (2022)



Deze vraag werd gesteld aan respondenten die in 2022 een face-to-face of hybride congress organiseren.

Organisatoren verwachten dat het aantal deelnemers aan congressen in 2022 lager zal liggen dan voor de pandemie.

- Bij **hybride congressen** - die een virtueel alternatief bieden - is de kans groter dat er minder mensen aanwezig zijn dan bij evenementen die alleen face-to-face plaatsvinden
- Ongeveer de helft (47%) van de organisatoren van hybride evenementen verwacht dat de persoonlijke opkomst lager zal zijn dan normaal - tegenover 34% van degenen die alleen face-to-face-evenementen organiseren
- Maar sommige verwachten een hogere live aanwezigheid. Vooral organisatoren uit het buitenland.

“Face-to-face events are important for our members, who are sole traders, so it’s very lonely”

Associatie, V.K. – Kunst & architectuur

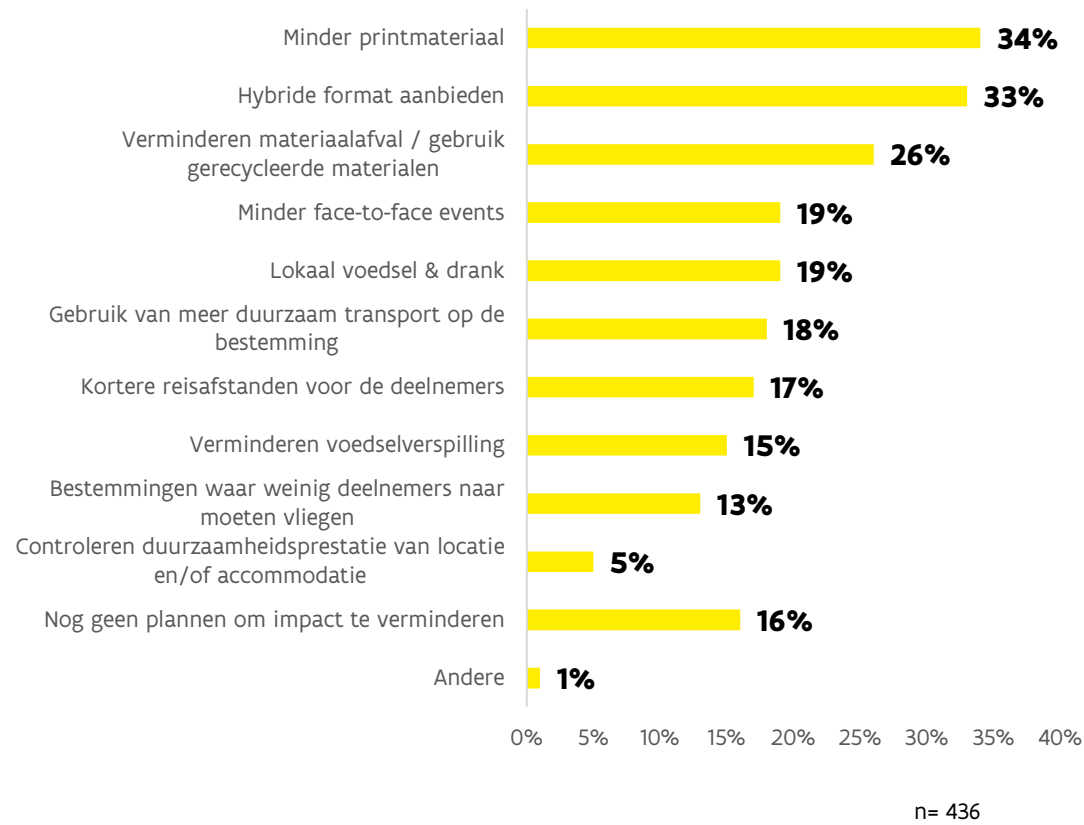
6

**DUURZAAM-
HEID**



VERMINDEREN ECOLOGISCHE IMPACT

HOE ZOU JE DE ECOLOGISCHE IMPACT VAN JE CONGRES VERMINDEREN? (2022)



In 2022 peilden we expliciet naar het belang van duurzaamheid voor organisatoren. Uit resultaten over het beslissingsproces, weten we dat duurzaamheid belangrijker wordt.

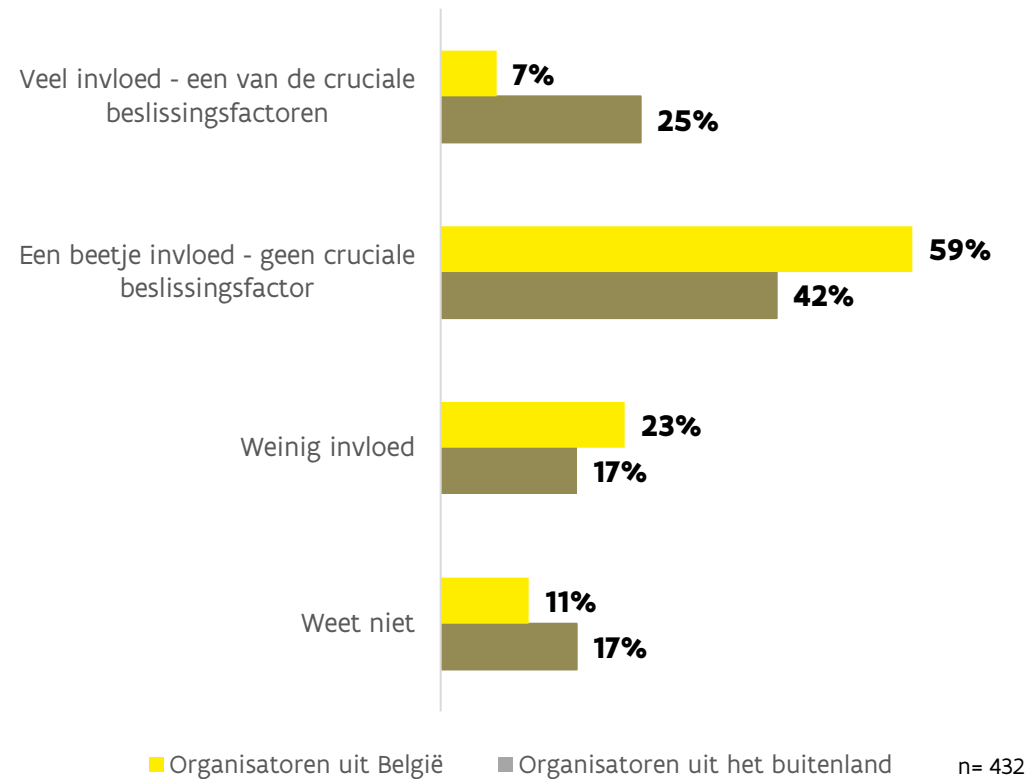
- Als het komt op concrete acties merken we drie grote groepen qua antwoorden:
 - Het verminderen van afval, zowel materiaal als voedsel
 - Aanpassen van de vorm van bijeenkomsten, zoals hybride format aanbieden en minder face-to-face organiseren
 - Verkleinen van de reisafstand (per vliegtuig)
- Daarnaast geeft 19% aan te willen kiezen voor lokale producten voor catering.
- Het controleren van de duurzaamheid van infrastructuur wordt relatief weinig vermeld.

“We are planning on having one very large face-to-face conference each year. We used to have a lot of smaller ones but now these will all become virtual to avoid all the travelling to help the global warming crisis.”

Associatie, V.K. – Farmaceutische sector

BELANG DUURZAAMHEID BIJ BESLISSINGSPROCES

HOEVEEL INVLOED HEEFT ECOLOGISCHE DUURZAAMHEID OP DE BESTEMMINGSCHEUZE? (2022)



Wat betreft het belang van **duurzaamheid** op de **bestemmingskeuze** zien we een duidelijk verschil tussen organisatoren uit België en organisatoren uit het buitenland.

Voor **25% van buitenlandse organisatoren** heeft ecologische duurzaamheid veel invloed op de bestemmingskeuze. Dit in tegenstelling tot 7% van Belgische organisatoren.

Echter **59% van Belgische organisatoren** zegt dat duurzaamheid een beetje invloed heeft op de bestemmingskeuze, ten opzichte van 42% bij organisatoren uit het buitenland.

“Travel has to be environmentally friendly these days.
We must offer an environmental package, so the pandemic has made us all think about these alternatives.”

Associatie, Duitsland - Chemie

IMPACT DUURZAAMHEID OP VLAANDEREN

“Flanders can be reached easily from France. People can use their private transport, so now that our clients prefer destinations not too far away and easy to access, that will be a good option for them”

Intermediair, Frankrijk

“Secondary cities could be a ‘no’ as it will be environmentally harmful to travel to them rather than the big cities such as Brussels”

Associatie, V.S. – Zorg en gezondheid

“We are not likely to consider the secondary cities [in Flanders] as we do tend to concentrate more on the impact we have on the environment. Having an event in those cities will cause a greater impact due to more travelling.”

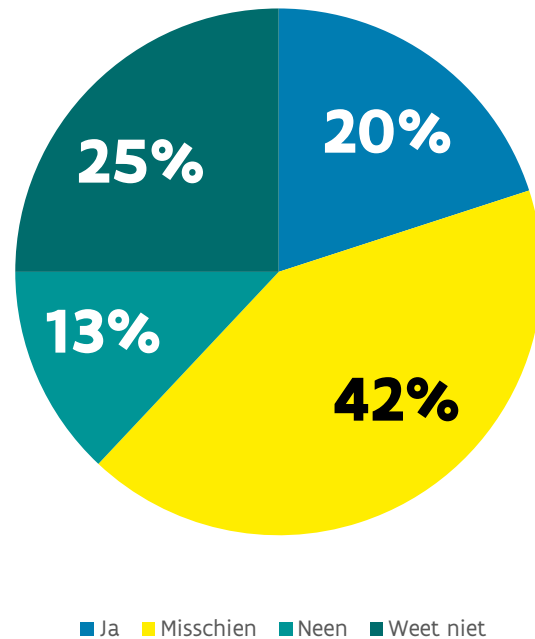
Associatie, Duitsland – Zorg en gezondheid

Het verkiezen van bestemmingen dichtbij of bestemmingen bereikbaar zonder het vliegtuig heeft een impact op de bestemmingskeuze.

- Dit kan voor Vlaanderen en Brussel **zowel positief als negatief uitpakken** naargelang de herkomst van de deelnemers en andere bestemmingen die worden overwogen.
- Als veel deelnemers zich op het **Europese vasteland** bevinden, hebben Vlaanderen en Brussel een voordeel t.o.v. het Verenigd Koninkrijk en Ierland.
- Volgens sommige respondenten is er een nadeel voor de Vlaamse steden, omwille van de (gepercipieerde) extra reistijd vanuit het internationale punt van aankomst (vaak Brussel).

MEER BETALEN VOOR DUURZAAMHEID?

BEN JE BEREID MEER TE BETALEN VOOR EEN DUURZAAM CONGRES OF DIENST? (2022)



n= 375

Deze vraag werd gesteld aan respondenten die aangaven dat duurzaamheid even veel of meer belang heeft sinds de pandemie.

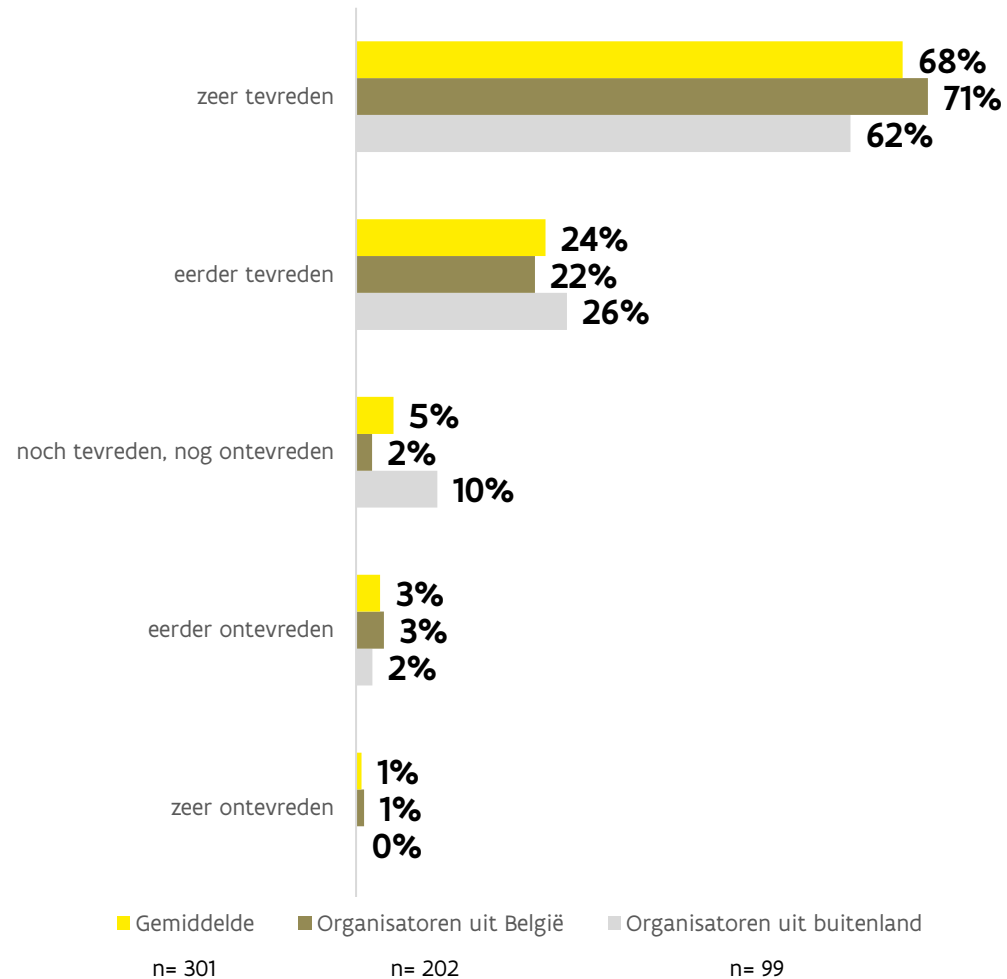
- **Een vijfde** van de respondenten die aangaven dat duurzaamheid even belangrijk of belangrijker is dan voor de pandemie, zou zeker **meer willen betalen** voor een duurzaam congres of dienst.
- **42%** zou **misschien meer** willen **uitgeven** voor een duurzaam aanbod.
- Er zijn geen grote verschillen in meningen tussen geografische ligging van de associatie of de geografische scope van het werkgebied.
- **41%** van associaties uit de sector **'Energie en omgeving'** zijn bereid om **meer te betalen**.

7

PERCEPTIE EN TEVREDENHEID BRUSSEL



TEVREDENHEID VAN ORGANISATOREN OVER BRUSSEL



- **68% van alle organisatoren zijn zeer tevreden** over het congres dat ze in Brussel organiseerden.
- Organisatoren uit het buitenland blijken iets minder tevreden te zijn dan binnenlandse organisatoren. 62% is heel tevreden, 26% eerder tevreden en 10% noch tevreden noch ontevreden.

TEVREDENHEID VAN ORGANISATOREN OVER BRUSSEL

GOEDE BEREIKBAARHEID IS SLEUTEL TOT HOGE TEVREDENHEID

- De sterke internationale bereikbaarheid van Brussel is een belangrijke reden voor de hoge tevredenheid van zowel deelnemers als organisatoren
- Ook het goede aanbod aan congreslocaties en accommodatie maakt dat Brussels een makkelijke bestemming is om congressen te organiseren

NABIJHEID VAN EU-INSTELLINGEN EN POLITICI

- Het sterke politieke centrum van Brussel is een andere reden voor de hoge tevredenheid.

“It has very good access to airports and very nice hotels”

Associatie uit België – farmaceutische sector

“Brussels always lives up to my expectations. We go because of the EU institution.”

Associatie uit V.K. - high tech

TEVREDENHEID VAN ORGANISATOREN OVER BRUSSEL

ACTIVITEITEN IN BRUSSEL

- Naast de praktische en serieuzere voordelen van Brussel, houden deelnemers ook van de mogelijke activiteiten in de stad.
- Deelnemers houden erg van de cultuur en de eet- en drinkmogelijkheden van de stad.

HOGES PRIJZEN

- Het enige vaak vernoemde minpunt zijn de gepercipieerde hoge prijzen in Brussel.
- Dit is een vaak voorkomende kritiek op hoofdsteden. Maar over het algemeen blijven organisatoren er activiteiten boeken omdat de voordelen opwegen tegen de hoge(re) prijzen.

“It was easy to get to and there’s a lot going on in Brussels – it’s lively. We had good feedback from the people who went.”

Associatie uit V.K. - biomedische wetenschappen

“It was good because our delegates (over 4000) were very happy with the experiences offered during and after the event”

Associatie uit Frankrijk - business enterprise

“Clients complain about high hotel prices, but other than that okay”

PCO uit Duitsland

WAAROM ORGANISATOREN BRUSSEL NIET OVERWEGEN

ORGANISATOREN UIT BELGIË

- Hotels en congreslocaties zijn te duur
- Brussel wordt als 'te druk' ervaren. Enerzijds door het verkeer en anderzijds omdat er erg veel meetings & congressen doorgaan

ORGANISATOREN UIT HET BUITENLAND

- Hotels en congreslocaties zijn te duur
- Geen sterke link met hun (sub)sector
- Associaties wachten soms tot ze uitgenodigd worden door lokale leden of de lokale universiteit

**“Good and convenient,
but crowded with events”**

Associatie uit België – energie en leefmilieu

**“Good destination, but I think they don't
have anything to offer in our sector”**

Associatie uit Frankrijk – medische sector en zorgsector

**“I would love to do a conference in Brussels
but I'm afraid that it's too expensive”**

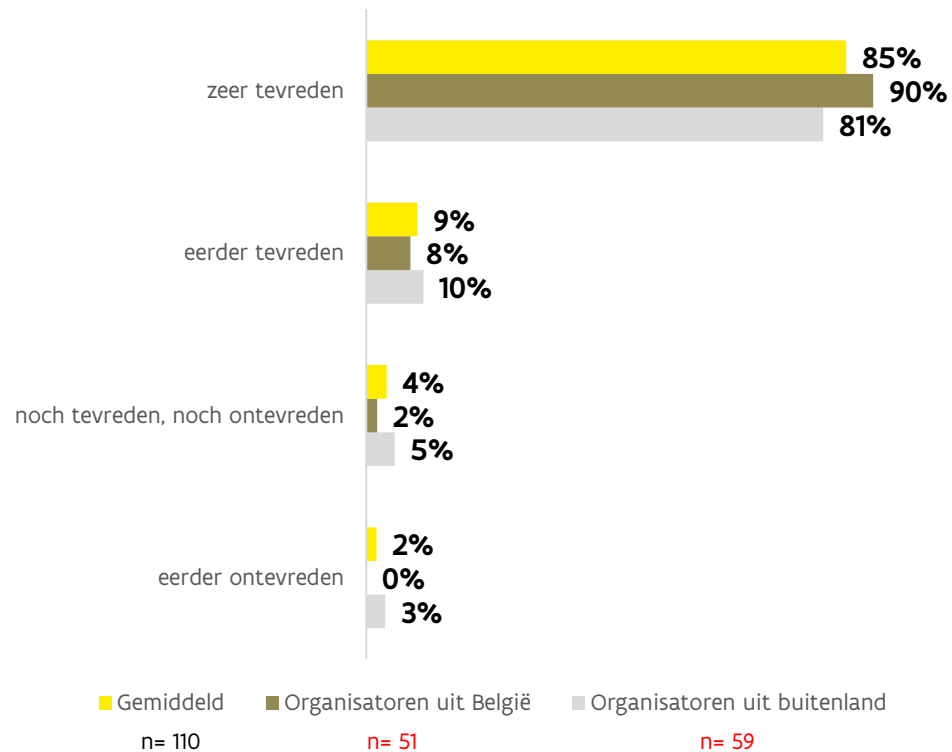
Associatie uit Spanje – biomedische wetenschappen

8

PERCEPTIE EN TEVREDENHEID KUNSTSTEDEN



TEVREDENHEID VAN ORGANISATOREN OVER DE KUNSTSTEDEN



- De tevredenheid over meetings en congressen in de kunststeden is zeer hoog. **85% van alle organisatoren zijn zeer tevreden** over de bijeenkomst die ze er organiseerden.
- De hoge tevredenheid komt voor binnen alle sectoren en alle markten.

TEVREDENHEID VAN ORGANISATOREN OVER DE KUNSTSTEDEN

STERK CULTUREEL AANBOD

De architectuur en geschiedenis van de kunststeden valt erg in de smaak

**“The congress [in Bruges] was fully booked ...
great art and history”**

Associatie uit Nederland – kunst en architectuur

COMPACTE STEDEN

- Organisatoren vinden de kunststeden ideaal voor kleinere congressen
- De compactheid van de steden maakt het erg makkelijk voor deelnemers om samen aan sightseeing te doen of iets te gaan eten/drinken

**“It was very nice.
We promoted trips by bike in Mechelen.”**

Associatie uit Spanje – energie en leefmilieu

**“Leuven was good because the city is very
contained, and the city centre was good for
socialising afterwards at the restaurants and bars”**

Associatie uit het V.K. – cultuur en erfgoed

TEVREDENHEID VAN ORGANISATOREN OVER DE KUNSTSTEDEN

GOEDE BEREIKBAARHEID

Over het algemeen is men tevreden over de bereikbaarheid. Zeker bij steden die dicht bij Brussel liggen.

STERKE LINK MET DE UNIVERSITEITEN

Sommige steden (vooral Antwerpen en Leuven) scoren met hun sterke connectie met de lokale universiteit

PROFESSIONELE EN BEHULPZAME ONDERSTEUNING

Positieve feedback over de lokale congresbureaus

“It [Gent] was almost perfect, mostly because the city is centrally located in Western Europe and provides easy access; also very pretty”

Associatie uit Duitsland – cultuur en erfgoed

“It was a good collaboration between universities [Antwerp]”

Associatie uit Nederland – energie en leefmilieu

WAAROM ORGANISATOREN DE KUNSTSTEDEN NIET OVERWEGEN

BELGISCHE ORGANISATOREN

- Sommige Belgische organisatoren zien geen reden om buiten Brussel te gaan voor hun bijeenkomst.
- Onzeker over de capaciteit van de infrastructuur in de kunststeden

“Brussels has all we need; we don’t need to go elsewhere. Other cities in Belgium are nice but we have no need to book events there.”

Associatie uit België – farmaceutische sector

“I’m not sure if they have enough space for all the members”

Associatie uit België – business innovation

WAAROM ORGANISATOREN DE KUNSTSTEDEN NIET OVERWEGEN

BUITENLANDSE ORGANISATOREN

- Buitenlandse organisatoren zijn vaak niet zeker of de kunststeden voldoende bereikbaar zijn en of ze beschikken over de nodige capaciteit.
- Sommigen overwegen de kunststeden niet omdat ze er geen leden hebben of omdat er geen relevantie is voor hun sector
- Sommige Franse organisatoren worden afgeschrikt door de (gepercipieerde) taalbarrière

“I have never been, but I would go there if it was easy access. I like old cities for conferences.”

Associatie uit Denemarken – medische sector & gezondheidszorg

“Flanders is a lovely place but maybe the cities are too small”

Associatie uit Spanje – farmaceutische sector

“Not good for our events – most of the cities are Flemish speaking”

Associatie uit Frankrijk – medische sector en gezondheidszorg

9 CONGRES- BUREAUS



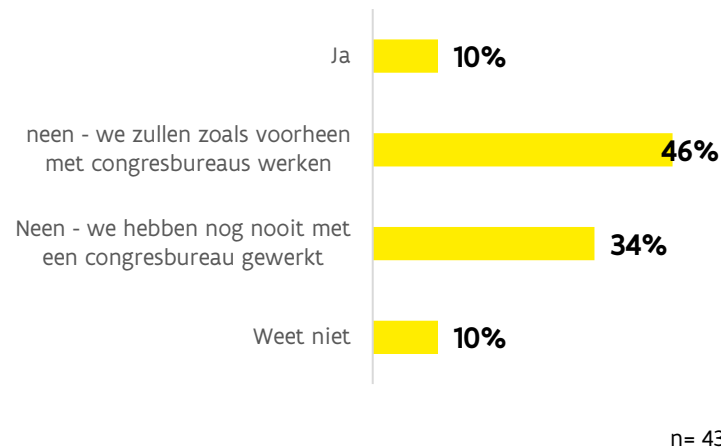
MAKEN ORGANISATOREN GEBRUIK VAN DIENSTEN VAN CONGRESBUREAUS

	Totaal	Locatie organisator		Type organisator	
		België	Buitenland	Associatie	Intermediair
✓ Ja een lokaal/stedelijk CVB	28%	15%	36%	28%	38%
✓ Ja een regionaal CVB	21%	7%	29%	21%	31%
✓ Ja een nationaal CVB	8%	4%	11%	7%	28%
✗ Neen	67%	84%	57%	67%	62%
Aantal respondenten	718	266	452	679	39

- Een derde van de organisatoren maakt in 2020 soms gebruik van een congresbureau. Hoe lokaler het congresbureau, hoe groter de kans dat ze er al mee hebben gewerkt.
- **Organisatoren uit België** maken meestal geen gebruik van een congresbureau. Dit hoog % is waarschijnlijk te wijten aan het feit dat men doorgaans geen congresbureau gebruikt bij binnenlandse meetings of congressen
- Wanneer **intermediairs** beroep doen op congresbureaus, doen ze dit vaak op meerdere geografische niveaus. Zo maken 28% van intermediairs gebruik van de diensten van nationale congresbureaus tegenover slechts 7% van de associaties

WERKEN MET CONGRESBUREAUS SINDS DE PANDEMIE

BEN JE VAN PLAN OM ANDERS MET CONGRESBUREAUS SAMEN TE WERKEN IN VERGELIJKING MET VOOR DE PANDEMIE? (2022)



“We use convention bureaux for their professional experience so that we can concentrate on the content”

Associatie, Oostenrijk – Zorg en gezondheid

- De meeste organisatoren geven aan dat hun samenwerking met congresbureaus niet zal veranderen t.o.v. voor de pandemie.
- Velen onder hen geven aan dat hun ervaringen in het verleden positief waren.
- De voornaamste reden om niet met een congresbureau te werken is omdat de organisator (of de PCO) hier liefst alles zelf doet.

“We don’t need to use them because we have enough knowledge internally and are able to do the job ourselves”

Associatie, Zwitserland – Farmaceutische sector

DIENSTEN VAN CONGRESBUREAUS

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE DIENSTEN DIE EEN
CONGRESBUREAU KAN VERZORGEN? (2022)

n= 89

Deze vraag werd gesteld aan respondenten die aangaven dat ze anders zouden werken met congresbureaus dan voor de pandemie.

- We vroegen aan organisatoren die **anders met congresbureaus zouden werken** na de pandemie wat voor hen de belangrijkste diensten van een congresbureau zijn.
- De meeste vernoemde diensten hebben betrekking op **praktische ondersteuning** van de organisatie van het congres. Hier bij is de **lokale kennis** de grootste meerwaarde.
- Enkele organisatoren geven ook aan dat ze het congresbureau zien als een **partner** om ook **inhoudelijk** bij te dragen aan een congres. Bv. hen in contact brengen met lokale experts binnen hun vakgebied en strategisch advies over het event.

NODEN DIE CONGRESBUREAUS KUNNEN VERVULLEN

“For an awards dinner, we like to find unusual locations. In Berlin we held one in a car factory. Help with things like this would be useful.”

Associatie, V.K. - ICT/innovatieve technologie/high tech

“We would like to have help in getting more people attending the events”

Associatie, Italië – Zorg en gezondheid

“We would like to have help in getting more people attending the events”

Associatie, Italië – Zorg en gezondheid

8% van de respondenten geeft aan dat er bepaalde aspecten van event planning zijn waar ze hulp voor nodig hebben die moeilijk te vinden is. De meest vernoemde zijn:

- Lokale kennis (van bv. locaties en activiteiten) om een congres memorabel te maken.
- Het vinden van sponsors
- Hulp bij het promoten van het congres
- Hulp met hybride events
- Wat zijn de lokale covid-19 richtlijnen?

“It’s hard the find the exact rules / restrictions of an area”

Associatie, Nederland - ICT/innovatieve technologie/high tech

WIJZE VAN CONTACTEREN

HOE WIL JE IN DE TOEKOMST DOOR EEN CONGRESBUREAU WORDEN GECONTACTEERD? (open vraag, 2022)



- **Drie op vier organisatoren** staan ervoor open **gecontacteerd** te worden door congresbureaus.
- Net zoals in 2020, is **e-mail** het geprefereerde medium. Sommige organisatoren staan ook open voor andere communicatiemethodes zoals fam trips, telefonisch contact, persoonlijke bezoeken of virtuele meeting.
- Van de organisatoren die eerder aangaven dat ze niet met een congresbureau (zouden) samenwerken, geeft toch 42% aan dat ze open staan voor contact.

“We would prefer a virtual event”

Associatie, Spanje – Kunst en architectuur

“We don’t know how it works. We tend to book everything ourselves as we’re used to having meetings in Brussels. I think we would use a convention bureau if we got offered their service.”

Association, Belgium

10 CONCLUSIES



HEROPSTART IS INGEZET



DE HEROPSTART VAN FACE-TO-FACE CONGRESSEN & MEETINGS IS EEN FEIT.

- Organisatoren kiezen er wel bewust voor om **sommige** type **bijeenkomsten virtueel** of/ **hybride** te houden. Veel hangt af van het doel van het congres en het aantal deelnemers.
- De vraag is of de grote nood aan face-to-face contact op termijn zal afzwakken en virtuele opties opnieuw terrein winnen.
- De toenemende aandacht voor ecologische **duurzaamheid** en stijgende **kosten** kunnen het virtueel bijeenkomen opnieuw versterken.
- Er moet een **duidelijke meerwaarde** zijn om een face-to-face congres te organiseren voor de organisator en een duidelijke meerwaarde voor de participant om live deel te nemen. Ook de bestemming moet mee deze meerwaarde kunnen bieden.

BESLISSINGSFACTOREN

MEER FACTOREN ZIJN NU VAN BELANG

BEREIKBAARHEID IS NÓG CRUCIALER GEWORDEN

- Dit is een aandachtspunt voor Vlaamse bestemmingen, gezien de perceptie rond de bereikbaarheid van de kunststeden in 2020.
- Het aantonen van een goede bereikbaarheid (waar mogelijk zonder het vliegtuig) van de bestemmingen is cruciaal.

DUURZAAMHEID KOMT OP DE VOORGROND

Tijdens het veldwerk in '20 en '21 was ecologische duurzaamheid eerder een bijzaak voor de meeste organisatoren. Dit is nu gekanteld. Duurzaamheid heeft nu invloed op de bestemmingskeuze, het type bijeenkomst, de frequentie en de praktische organisatie van een bijeenkomst.

COVID-19 ZORGDE VOOR DE VERSTERKING VAN BEPAALDE NODEN & VEREISTEN

- Organisatoren vragen meer flexibiliteit van aanbieders.
- Virtuele en hybride meetings zijn niet meer weg te denken. Een sterk digitaal (basis)aanbod inclusief personeel dat hierin ervaren is, zijn een must.

INTERESSE IN VLAANDEREN



MEER INTERESSE DAN VOOR DE PANDEMIE

- Secundaire steden zijn bij een deel van organisatoren aantrekkelijker geworden, dit is vooral het geval bij buitenlandse associaties.
- Naast Brussel scoren ook Brugge en Antwerpen beter dan voor de pandemie. Bij de andere bestemmingen zien we weinig verandering.

ALLES DRAAIT OM HET DOEL VAN HET CONGRES

- Specifieke noden hangen af van wat de organisator wil bereiken. Deze kennis is nodig om succesvol in te spelen op de noden van de klant.

11

BIJLAGE: METHODOLOGIE



DOELGROEP – WIE WERD ONDERVRAAGD?



Kwantitatieve bevraging januari '20 – maart '20 bij 714 respondenten, waarvan:

- **Internationale associaties – 679 respondenten**
bron: database van de Union of International Associations (UIA)
- **Intermediaire organisaties¹ – 39 respondenten**
bron: contacten aangeleverd door Toerisme Vlaanderen en de congresbureaus van de steden Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen.

Kwalitatieve bevraging januari '20 – maart '20 bij 79 respondenten, waarvan:

- **Internationale associaties – 68 respondenten**
bron: database van de Union of International Associations (UIA) en contacten aangeleverd door Toerisme Vlaanderen en de congresbureaus van de steden Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen.
- **Intermediaire organisaties – 11 respondenten**
bron: contacten aangeleverd door Toerisme Vlaanderen en de congresbureaus van de steden Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen.

DOELGROEP – WIE WERD ONDERVRAAGD?



Kwantitatieve bevraging januari '22 – maart '22 bij 436 respondenten, waarvan:

- **Internationale associaties – 737 respondenten**
bron: database van de Union of International Associations (UIA) en contacten aangeleverd door Toerisme Vlaanderen en de congresbureaus van de steden Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen.
- **Intermediaire organisaties – 63 respondenten**
bron: contacten aangeleverd door Toerisme Vlaanderen en de congresbureaus van de steden Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen.

DOELGROEP – WIE WERD ONDERVRAAGD?



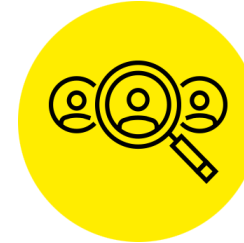
De internationale associaties moesten voldoen aan de volgende voorwaarden:

- De associatie valt binnen één van de volgende sectoren:
 - Biomedische wetenschappen/biotechnologie/medtech
 - Business innovation/creatieve industrie
 - Chemische sector
 - Cultuur en erfgoed
 - Energie en leefmilieu
 - Havens en logistiek
 - ICT/Innovative technology/high tech
 - Kunst en architectuur
 - Medische sector en gezondheidszorg
 - MICE & toerisme
 - Onderwijs
 - Tafelen, gastronomie en bier
- De associatie heeft leden in België
- De associatie organiseert meetings en congressen buitenshuis met meer dan 20 deelnemers
- De associatie organiseert meetings en congressen buiten het land waar het gevestigd is (indien gevestigd buiten België)
- De associatie organiseert meetings en congressen in Europa (indien gevestigd buiten Europa)

STEEKPROEF KWANTITATIEVE BEVRAGING JAN-MRT '20

STEEKPROEF NAAR TYPE RESPONDENT

Markt / Type	Aantal associaties	Aantal intermediairen
België	253	13
Duitsland	70	12
Frankrijk	87	1
Nederland	63	1
Verenigd Koninkrijk	67	6
Overige Europa	111	6
Buiten Europa	28	-
TOTAAL	679	39

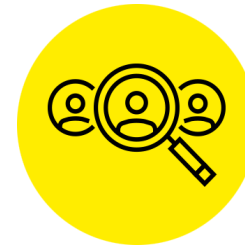


- Op het moment van de stopzetting van het veldwerk was er net gestart met de bevraging van intermediairs. Vandaar het lage aandeel respondenten voor dit type.
- Het bleek bijzonder moeilijk om associaties buiten Europa te vinden die voldeden aan alle gewenste criteria en wilden deelnemen aan dit onderzoek.

STEEKPROEF KWANTITATIEVE BEVRAGING JAN-MRT '20

STEEKPROEF ASSOCIATIES NAAR SECTOR

Markt / Type	Aantal associaties
Medische sector en gezondheidszorg	156
Energie en leefmilieu	96
Onderwijs	90
Kunst en architectuur	37
Tafelen, gastronomie en bier	34
Cultuur en erfgoed	31
ICT/Innovatieve technologie/high-tech	28
Farmaceutische sector	26
Biomedische wetenschappen/biotechnologie/medtech	23
Business innovation/creatieve industrie	23
Havens en logistiek	18
MICE en toerisme	16
Chemische sector	11



- In dit rapport worden enkel uitspraken gemaakt over individuele sectoren waarvoor we meer dan 30 respondenten tellen.
- Sectoren met minder dan 30 respondenten worden meegenomen in de totale analyse, maar worden niet individueel geanalyseerd of besproken.

STEEKPROEF KWALITATIEVE BEVRAGING DEC '20-FEB '21

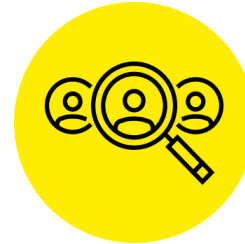
- Combinatie van “warme leads” via Toerisme Vlaanderen en partners die al een interesse in de regio hebben getoond (37 interviews)
- Cold calling van associaties uit data van Toerisme Vlaanderen (42 interviews)

Markt / Type	Aantal associaties
Kunst, architectuur, cultuur en erfgoed	10
Biomedische wetenschappen/Biotech/Medtech	4
Business innovation/creatieve industrie	6
Chemie	6
Onderwijs	5
Energie en leefmilieu	5
Eten/gastronomie/bier	5
ICT/High Tech	5
Gezondheidszorg	14
Farmaceutische industrie	3
Haven en logistiek	5
PCO	11

STEEKPROEF KWANTITATIEVE BEVRAGING JAN-MRT '22

STEEKPROEF ASSOCIATIES NAAR SECTOR

Markt / Type	Aantal associaties
Medische sector en gezondheidszorg	113
Energie en leefmilieu	44
Kunst, architectuur, cultuur en erfgoed	37
Onderwijs	34
Intermediairen	63
ICT/Innovatieve technologie/high-tech	22
Eten, gastronomie en bier	18
Havens en logistiek	12
Business innovation/creatieve industrie	10
Farmaceutische industrie	8
MICE en toerisme	8
Biomedische wetenschappen/Biotech/Medtech	8
Chemie	7
Materiaalwetenschappen	7
Andere	45



- In dit rapport worden enkel uitspraken gemaakt over individuele sectoren waarvoor we meer dan 30 respondenten tellen.
- Sectoren met minder dan 30 respondenten worden meegenomen in de totale analyse, maar worden niet individueel geanalyseerd of besproken.



Vlaanderen
is toerisme



MEER INFORMATIE OF VRAGEN?

Louise Derre \\ Onderzoeker Kenniscentrum
louise.derre@toerismevlaanderen.be