

Live in de Lift

Belangrijke trends en ontwikkelingen
in de wereld van livecommunicatie en events

Dit whitepaper is mede gebaseerd op het CMO Report 2023 van Adformatie en Serviceplan Group en de IDEA Business Monitor 2023, een jaarlijks benchmarkonderzoek onder Nederlands meest toonaangevende bureaus in events en livecommunicatie.

Live in de Lift

Veranderde perceptie in een veranderende wereld

In een wereld waar digitalisering de manier waarop we persoonlijk contact beleven ingrijpend verandert, wordt de kracht van livecommunicatie steeds sterker herkend en erkend. Want als we de afgelopen jaren iets hebben geleerd, dan is het dat mensen echte momenten *in real life* willen beleven.

Recente onderzoeken, zoals het Adformatie CMO Report 2023 en de IDEA Business Monitor 2023, benadrukken de transformatie in de manier waarop live binnen de marcom- en mediawereld wordt gezien, uitgevoerd en geëvalueerd.

Het **merendeel van de Chief Marketing Officers beschouwt livecommunicatie als onmisbare schakel** in hun strategieën – zeker bij het leggen van blijvende verbindingen met doelgroepen. Deze positieve perceptie vertaalt zich in financiële groei in de branche, al hebben bureaus te maken met sterk stijgende operationele kosten en niet altijd meegroeierende budgetten.

Vanuit inhoudelijk-strategisch perspectief **groeit de behoefte aan het beter meetbaar maken van de effectiviteit van livecommunicatie**. Op dit gebied zet de branche serieuze stappen met de lancering van een tool die een meer geïntegreerde en datagedreven benadering mogelijk maakt. Daarnaast is er binnen de sector veel aandacht voor de kansen die artificial intelligence biedt.

Dit whitepaper biedt – op basis van recente onderzoeken en analyses – inzicht in de belangrijkste trends, ontwikkelingen en marktdynamiek binnen de dynamische wereld van livecommunicatie.



Significante herwaardering

Cijfers en trends in livecommunicatie

Trend 1:

Live cruciaal in strategie CMO's

Live heeft zich verplaatst van de randen naar het hart van marketing- en communicatiestrategieën. De verschuiving van een meer servicegerichte naar strategisch bepalende rol wordt onderstreept in het Adformatie CMO Report 2023.

Daarin zegt 63 procent van de ondervraagde Chief Marketing Officers dat livecommunicatie een cruciaal onderdeel is in de marcom-mix.

Maar liefst 98 procent van de CMO's ziet fysieke contactmomenten als waardevolle toevoeging aan hun strategie. En 65 procent vindt livecommunicatie – zoals sponsoring, evenementen en beurzen – een belangrijke marketingtrend. Dit positieve beeld vertaalt zich deels in de geplande budgetten voor 2024: 35 procent van de CMO's wil volgend jaar meer investeren in live.

Trend 2:

Hernieuwde waardering van live contact

Op korte termijn heeft de COVID-pandemie een negatieve impact gehad op de sector. Op lange termijn lijkt het een zegen te zijn. Na corona is er bij organisaties een enorme toename geweest in de behoefte aan live contact en onderlinge verbinding.

Mensen willen échte momenten beleven in het échte leven.

De toenemende digitalisering versterkt deze trend. Omdat we steeds meer tijd doorbrengen in digitale en virtuele werelden, willen we eropuit om anderen te ontmoeten. We willen beleven. Onze zintuigen prikkelen. Ons wij-voelen. Het gevolg is een herwaardering van de onvervangbare kwaliteiten van live-interacties. Live blijkt de sleutel tot meer verbinding, meer impact en meer aandacht. Het is een van de laatste plekken waar je als merk in het hart van een doelgroep kunt komen.

Trend 3:

Creatieve en digitale innovatie

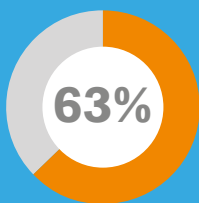
De ervaringen tijdens de pandemie hebben de integratie van digitale en fysieke elementen versterkt en versneld. Op de vleugels van digitale acceleratie stevenen we in hoog tempo af op een toekomst waarin de fysieke wereld versmelt met de virtuele. Deze samensmelting van dimensies maakt de wereld van livecommunicatie interessanter, innovatiever, strategischer en creatiever.

Bureaus hebben de afgelopen jaren vol ingezet op innovatie. **Door het vakmanschap in live-ervaringen met kennis van digitale omgevingen te combineren, creëren eventprofessionals meer impact.**

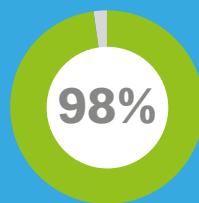
Trend 4:

Groter bereik door betere integratie van live en content

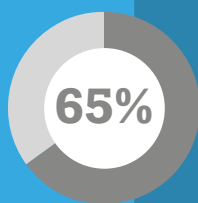
Niet alleen events worden gelaagder, ook de content eromheen. IDEA-bureaus en opdrachtgevers **zetten grote stappen in een meer geïntegreerde contentstrategie, zowel bij B2C- als in de B2B- en B2E-markten.** Door de inzet van social media en steeds betere en innovatievere content, is reikwijdte voor, tijdens en na events veel groter.



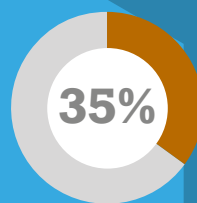
van de CMO's vindt livecommunicatie een cruciaal onderdeel van de marcom mix.



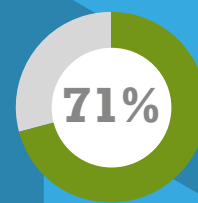
van de CMO's ziet fysieke contactmomenten als een waardevolle toevoeging aan hun strategie.



van de CMO's beschouwt sponsoring, evenementen en beurzen als een belangrijke marketingtrend.



van de CMO's wil volgend jaar meer investeren in live.



van de CMO's vindt dat een fysiek contactmoment met de doelgroep waardevoller is dan een offline- of online media-contactmoment.

[Bron: CMO Report 2023 van Adformatie en Serviceplan Group]

Financieel-economische analyse

Op basis van de IDEA Business Monitor 2023

Benchmarkonderzoek

De IDEA Business Monitor is een jaarlijks benchmarkonderzoek onder meer dan 40 toonaangevende bureaus in events en livecommunicatie.

Het rapport biedt inzicht in cijfers over omzet, projecten, de verhouding tussen events in B2B-, B2C- en B2E-sectoren, het personeelsbestand en winstmarges.

Deze **inzichten zijn cruciaal voor bureaus en opdrachtgevers om hun strategieën te vormen** en deze zo nodig aan te passen aan de dynamische marktomstandigheden.

Veerkracht en groei

De IDEA Business Monitor 2023 toont aan dat de markt voor livecommunicatie en events zich heeft hersteld naar het niveau van vóór 2019.

De gemiddelde omzet van IDEA-bureaus steeg in twee jaar met 84 procent. Het gemiddelde aantal projecten steeg met ruim 50 procent. Er is in alle segmenten (B2B, B2E en B2C) een toename te zien, met name in grote congressen en live activatie- en communicatietrajecten. Deze cijfers laten zien dat de branche **veerkrachtig is en zich snel aanpast aan veranderende marktomstandigheden**.

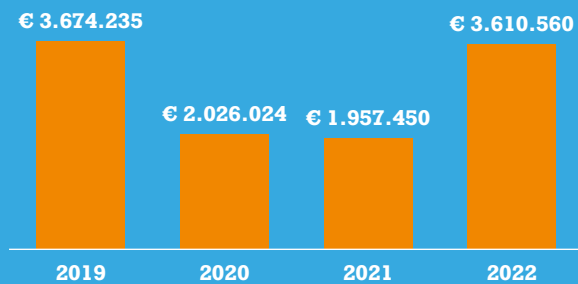
Stijging kosten, winstmarge onder druk

De IDEA Business Monitor brengt ook de uitdagingen in beeld. Livecommunicatie heeft veel impact, maar is relatief kostbaar en bewerkelijk. De sector wordt daarom geconfronteerd met marktdynamieken zoals hogere grondstof- en energieprijzen. Ook de loonkosten stijgen hard als gevolg van de competitieve arbeidsmarkt. Dit zorgt voor een significante toename in operationele kosten – die niet synchroon lopen met de stijging van budgetten.

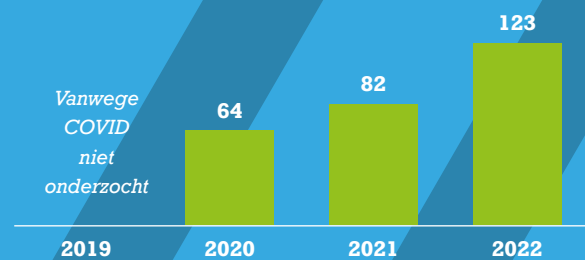
De IDEA Business Monitor laat zien dat de winstmarge bij bureaus onder druk staat door inflatie en stijgende operationele kosten. Uit de cijfers in de IDEA Business Monitor kun je opmaken dat bureaus terughoudend zijn met investeren in vast personeel en bedrijfsomvang om de overheadkosten beheersbaar te houden. Dat betekent dat het belang van flexibele inzet van personeel en diensten is gegroeid.

IDEA Business Monitor

Gemiddelde omzet IDEA-bureau



Gemiddeld aantal projecten IDEA-bureaus



[Alle data uit de IDEA Business Monitor 2023 hebben betrekking op de cijfers van 2022.]

Meten & weten

De sleutel tot datagedreven beslissingen

Lancering Event Impact Monitor

In een tijd waarin marketingbudgetten scherp worden beheerd en de ROI steeds belangrijker wordt, is het essentieel om de impact van evenementen meetbaar te maken. Daarom heeft IDEA samen met de Bond van Adverteerders (bvA) in 2023 de Event Impact Monitor gelanceerd.

Deze tool **ondersteunt bureaus, merken en organisatoren bij het verzamelen en analyseren van aan evenementen gerelateerde data**, zoals

deelnemersaantallen, engagement en conversie-percentages. Hierdoor wordt het mogelijk om de effectiviteit van live beter te vergelijken met andere communicatiekanalen en media. Dit sluit aan bij IDEA's doelstelling om de sector verder te ontwikkelen naar een toekomst die zowel technologisch geavanceerd als strategisch gefundeerd is.

Gestandaardiseerde meetmethode

De Event Impact Monitor stelt organisatoren in staat de **impact van live-evenementen op een gestandaardiseerde en consistente manier te meten**. Door specifieke vragen te stellen aan zowel bezoekers als niet-bezoekers van evenementen, kan de directe impact op merkperceptie en organisatiedoelstellingen nauwkeurig worden vastgesteld.

Datagedreven aanpak

Deze datagedreven aanpak verhoogt niet alleen de transparantie en accountability van livecommunicatie, maar biedt ook waardevolle inzichten die bijdragen aan verbetering en innovatie binnen de sector. **Bureaus en opdrachtgevers krijgen meer inzicht in de effectiviteit van hun strategieën**. Dat is essentieel voor het ontwikkelen van strategisch onderbouwde campagnes.

Impact op lange termijn

Meer inzicht in eventdata kan **opdrachtgevers motiveren om zich verder te verdiepen in de complexiteit van livecommunicatiestrategieën**.

Een eenmalig event is voor veel merken relatief eenvoudig te integreren in de marketingmix. Het ontwikkelen van een meerjarenstrategie met langetermijnverplichtingen is voor marketeers vaak uitdagender. Daarom is het van belang dat marketingprofessionals overtuigd zijn van de impact van livecommunicatie, zodat ze de middelen willen en kunnen vrijmaken om het als succesvol instrument in te zetten

Conclusie

Veelbelovende vooruitzichten

De branche en IDEA-bureaus staan er over het algemeen goed voor.

We vatten de belangrijkste inzichten nog even samen:

- Het Adformatie CMO Report 2023 onderstreept dat livecommunicatie een integraal onderdeel is van de strategische marketing- en communicatiemix.
- De perceptie van live is de afgelopen jaren veranderd. De ervaringen tijdens de coronapandemie en toenemende digitalisering leiden tot herwaardering van de onvervangbare kwaliteiten van live-interacties.
- De cijfers uit de IDEA Business Monitor tonen een omzetgroei van IDEA-bureaus. Tegelijkertijd zijn er economische uitdagingen. De sector wordt geconfronteerd met stijgende operationele kosten. Die kostenstijging is nog niet genoeg terug te zien in de marketingbudgetten.
- De lancering van de Event Impact Monitor is een baanbrekende stap voor de branche. Deze nieuwe tool biedt meer transparantie en accountability en levert strategische inzichten op die essentieel zijn voor het ontwikkelen van effectieve en innovatieve campagnes.
- Datagedreven benaderingen, artificial intelligence (AI) en andere digitale technologieën openen nieuwe wegen voor het verder versterken van de impact van livecommunicatie.

Over IDEA

IDEA vertegenwoordigt ruim 60 toonaangevende en onafhankelijke live-communicatie- en eventbureaus. Gezamenlijk vormen zij sinds 2002 de voorhoede van de Nederlandse eventwereld. IDEA-leden bieden creatieve totaaloplossingen op het gebied van livecommunicatie: van strategie tot conceptontwikkeling en productie. Alle aangesloten bureaus zijn IDEA Certified Leading Agency. Dit keurmerk wordt afgegeven na grondig onderzoek naar de financiële stabiliteit, deskundigheid, creatief vakmanschap en duurzaam & maatschappelijk verantwoord ondernemerschap van aspirant-leden en leden.

Dit whitepaper is gemaakt door:

*Jaap Backx (strategisch copywriter), Maarten Schram (directeur IDEA) en
Jan Paul de Wildt (IDEA-bestuurslid Communicatie en eigenaar Kumpany)*



Independent
Dutch
Event
Association

Bisonspoor 3002-B509
3605 LT Maarssen
Nederland

T 0348 753743
www.ideaonline.nl
info@ideaonline.nl

