

eventbrite

# TRENDRAPPORT

VOOR DE EVENEMENTENBRANCHE 2019

Nederland en België



# METHODES & DEMOGRAFIE

In dit exclusieve rapport hebben we de meest opvallende trends en uitdagingen van 2018, en kansen voor 2019, voor je uitgewerkt. Wereldwijd hebben wij onder 4476 eventprofessionals onderzoek gedaan en in dit rapport vind je de resultaten die voortkomen uit data van meer dan 300 Nederlandse en Belgische eventprofessionals. Deze professionals werken voor verschillende type organisaties (PCO's, start-ups, grote commerciële bedrijven, non profit organisaties, locaties, etc.) en organiseren allerlei evenementen: van congressen en netwerkbijeenkomsten, tot concerten, festivals, DIY-workshops, fitness evenementen en meer.

De resultaten uit dit onderzoek geven je een helder beeld van de evenementenbranche in 2018, en voorzien je van benchmarks die je kunt gebruiken voor bijvoorbeeld je budgetplan, teamorganisatie en marketingstrategie voor de komende jaren.

56%

van de ondervraagden geeft aan dat marketing en promotie de grootste kostenpost is.

38%

van de ondervraagden heeft een team van meer dan 25 medewerkers.

43%

van de ondervraagden ziet het bouwen aan een community als de belangrijkste reden om een evenement te organiseren.

## Dit rapport is voor...

...eventprofessionals die op zoek zijn naar de laatste inzichten en stand van zaken in de eventensector. Of je nu nieuw bent in de branche of al jaren meedraait: de resultaten uit dit rapport zijn een handig uitgangspunt om jezelf als professional of als organisatie naar een hoger niveau te tillen.

## Hier leer je...

- Welke social media strategieën en technologische ontwikkelingen voor eventprofessionals in 2018 het meest effectief waren.
- Wat de grootste uitdagingen waren in 2018, zodat je daar in 2019 rekening mee kunt houden.
- Welke trends je niet langer kunt negeren.

## Inhoud

1. Overzicht	<b>05</b>
2. De evenementenbranche	<b>08</b>
3. Budgetten	<b>11</b>
4. Marketing & promotie	<b>13</b>
5. Data monitoring	<b>17</b>
6. Trends in technologie	<b>19</b>
7. Teams & talent	<b>21</b>
8. Locaties	<b>23</b>
9. Maatschappelijke aandachtspunten	<b>25</b>
10. Val op in 2019	<b>28</b>

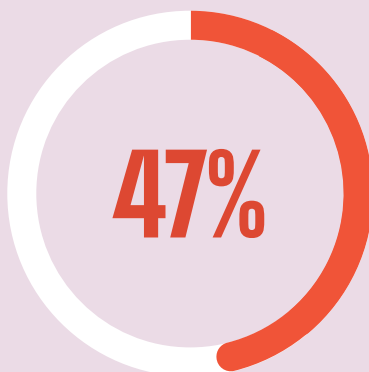
De evenementensector is optimistisch - de meeste eventprofessionals verwachten in 2019 meer evenementen te organiseren dan het jaar daarvoor.

Natuurlijk zijn voor een geslaagd evenement voldoende bezoekers nodig. Het bereiken van de juiste doelgroep werd in 2018 dan ook als grootste uitdaging gezien. Dé middelen om (nieuwe) bezoekers te bereiken zijn marketing en promotie. Toch zijn er op deze gebieden nog veel mogelijkheden ongebruikt gebleven. Vooral het gebruik van video voor de promotie van evenementen loopt in deze sector achter als je dit vergelijkt met andere branches (denk bijvoorbeeld aan de mode-industrie en de detailhandel). Voor 2019 is het voor eventprofessionals dan ook belangrijk om de voordelen van video op social media platformen verder te onderzoeken.



48%

geeft aan in 2019 meer  
evenementen te gaan  
organiseren



47%

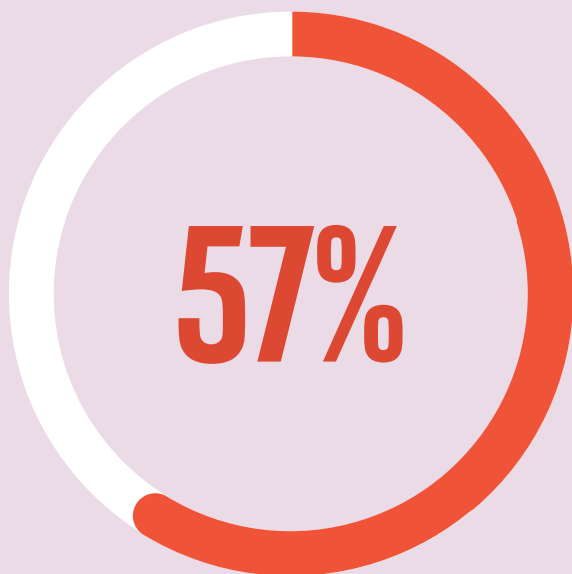
verwacht dat het aantal  
evenementen gelijk blijft

De implementatie van nieuwe technologie verloopt traag. Een reden hiervoor kan zijn dat er nog te hoge kosten aan verbonden zijn. Echte innovatieve toepassingen zien we daarom vaak alleen bij de grotere organisatoren terug. Die hebben hiervoor meer budget.

Wel is de evenementenindustrie financieel gezond: budgetten groeien of blijven stabiel. Slechts een klein aantal organisatoren melden krimpende budgetten. En dat is ook helemaal niet zo gek, steeds meer organisaties zien het nut in van evenementen voor hun merk.

" Het organiseren van live evenementen geeft ons de mogelijkheid tot direct contact met onze (potentiële) klanten en is daarnaast ook een kans voor hen om alle aspecten van ons merk te leren kennen."

- Erik Strömbäck, Global Event Marketing Manager, Bynder



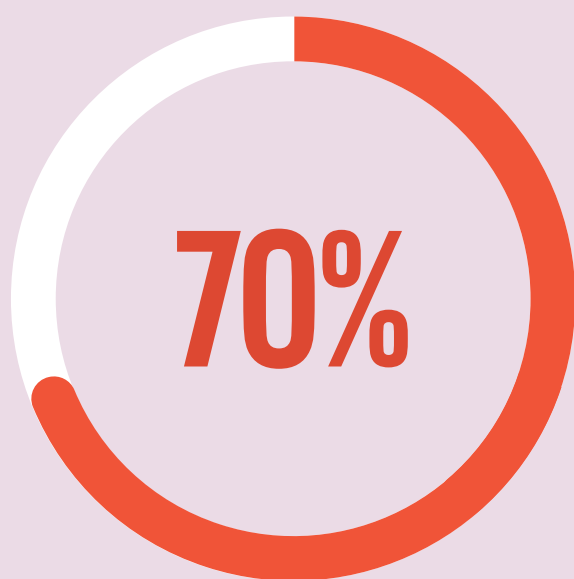
ziet het bereiken van nieuwe bezoekers als grootste uitdaging in hun werk

Maar hoe zit het met de kosten voor beveiliging, privacy en duurzaamheid? Als je kijkt naar de groeiende publieke belangstelling voor deze onderwerpen, verwacht je op deze gebieden een stijging in de kosten. Uit onderzoek blijkt dit mee te vallen. Organisatoren geven aan dat zij hier in hun budget rekening mee houden, maar zij trekken hier nog altijd minder geld voor uit dan voor het bereiken van nieuwe bezoekers.

Verder is het in deze tijd van big data opvallend hoe weinig aandacht er wordt besteed aan de statistieken. Organisatoren kijken wel naar bezoekersaantallen, maar andere gegevens worden over het algemeen nauwelijks geanalyseerd. De 'datagestuurde evenementenorganisator' lijkt in 2018 nog nauwelijks te bestaan. Voor 2019 valt op het gebied van datamanagement dus nog veel te winnen.

Nog een opvallend (positief!) resultaat is dat de meeste werknemers in de branche tevreden zijn over hun baan. Ondanks dat de werkdruk op specifieke momenten behoorlijk kan pieken.

Lees verder als je meer wilt weten over het evenementenlandschap van 2018, laatste trends in eventtech en inzichten in marketing en promotie.



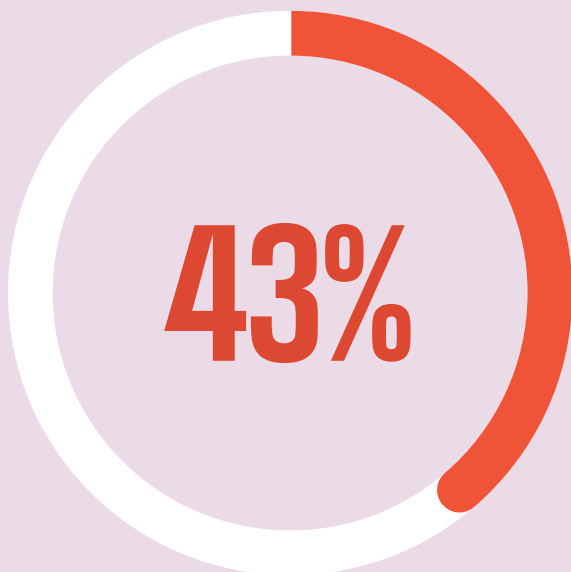
zegt tevreden te zijn met zijn/haar baan als eventplanner

## Waarom organiseren mensen evenementen?

Als je veel tijd en middelen hebt gestoken in het aantrekken van nieuwe bezoekers, dan wil je die ook voor langere tijd aan je binden, bijvoorbeeld door middel van community building. Dit staat dan ook op nummer één als reden om een evenement te organiseren (41%). Op de voet gevolgd door 'Educatie' (42%). Het genereren van inkomsten staat op de derde plek (34%). Uit dit resultaat zou je kunnen opmaken dat de evenementenbranche mensen boven winstcijfers plaatst. En dat is helemaal niet gek. Meer zichtbaarheid en betrokkenheid leiden uiteindelijk tot meer succes.

Het minst genoemd wordt het werven van fondsen en inzamelen van donaties, als drijvende kracht voor het organiseren van een evenement.

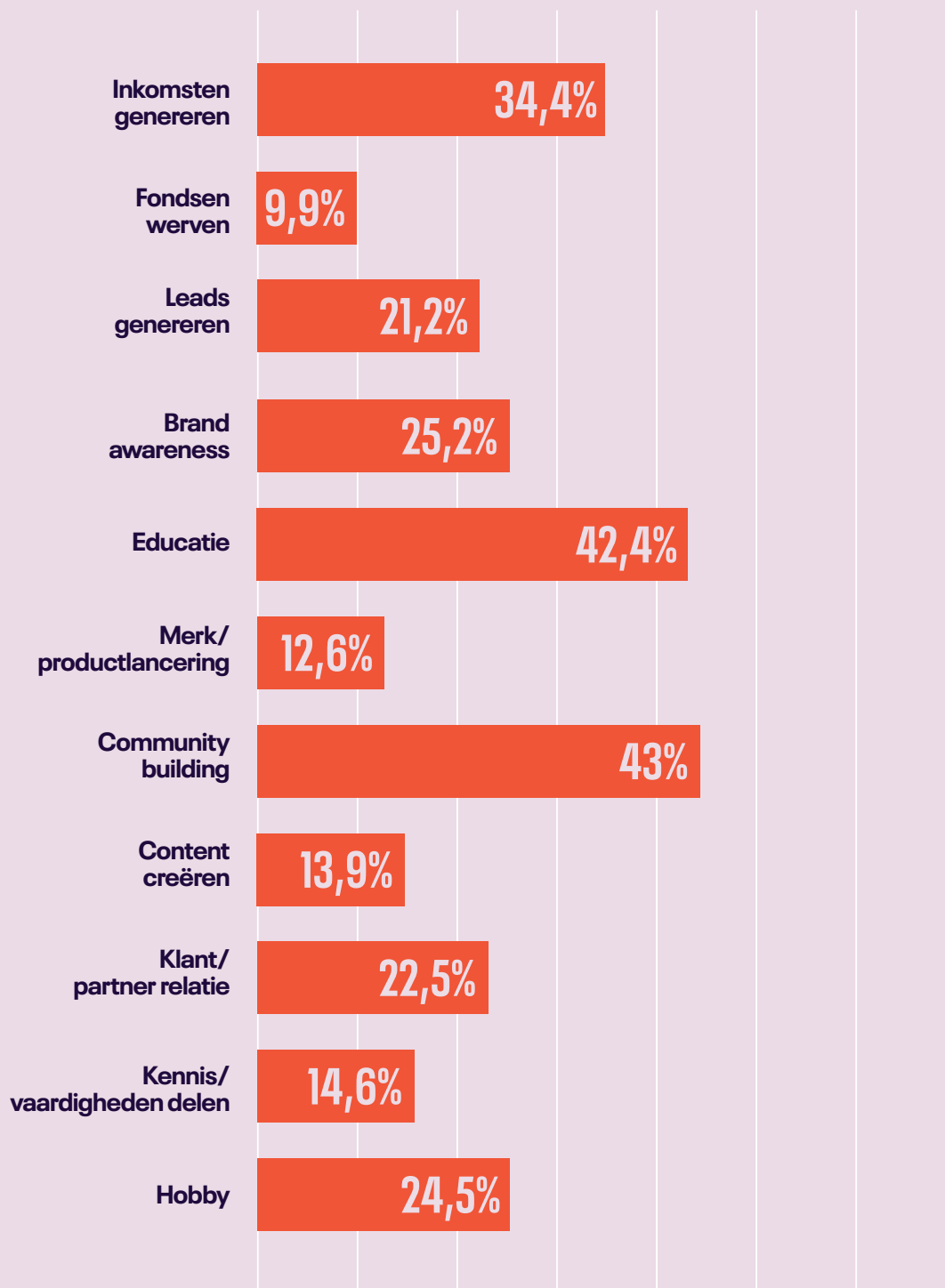
Van de ondervraagden gaf slechts 11% aan dat dit voor hen de reden was voor het organiseren van een evenement.



geeft community building op als belangrijkste reden voor het organiseren van een evenement



# BEKIJK HIER ALLE RESULTATEN OP EEN RIJ:



## Wat voor soorten evenementen worden er georganiseerd?

Het zal je niet verbazen dat in 2018 vooral muziekgerelateerde evenementen populair waren. Muziekfestivals schieten al een aantal jaar als paddenstoelen uit de grond. Toch is dit met een percentage van 29% niet het populairste type evenement. Op nummer één staat 'Business training/workshop' (38%).

Verder komen de categorieën 'Kunst en entertainment' en 'Eten en drinken' naar voren. Naast muziek trekken dus ook kunst en eten veel publiek, waardoor je rondom deze onderwerpen steeds meer festivals op ziet komen.

Daarnaast worden er veel vakbeurzen georganiseerd, voor zowel consumenten als bedrijven. Ook sportevenementen zijn goed vertegenwoordigd.

## De evenementensector blijft groeien

Voor 2019 verwacht de industrie een groei. Op de vraag of de organisatie van plan is hetzelfde aantal evenementen te organiseren of juist meer, antwoordt 48% positief op 'meer evenementen'. Het percentage dat aangeeft hetzelfde aantal evenementen te organiseren is: 47%.

|| We begonnen puur vanuit de passie en omdat we het leuk vinden om samen als vier vrienden een festival te organiseren en onze droom na te jagen. Vanuit daar zijn we elk jaar gegroeid. We zijn het eerste jaar begonnen met ongeveer 2500 bezoekers en zitten nu inmiddels op 10.000."

- Bram Post, Co-founder, Nomads festival

Hoe komen evenementenorganisatoren aan inkomsten? Het grootste percentage bezoekers (55%) geeft aan dat kaartverkoop en registraties de grootste bron van inkomsten zijn. Sponsoring staat op de tweede plek, met 40%.

" Om onze evenementen te laten slagen zijn we afhankelijk van onze partners. Niet alleen helpen ze ons met een financiële bijdrage om de kosten van het evenement te drukken, vaak helpen ze ons door bepaalde diensten gratis te leveren. Onze partners zijn dus cruciaal voor onze evenementen en we zien ze daarom ook als deel van ons team."

- Anne Carr, Communications, TedX Amsterdam

## Groeiende budgetten

Verder zegt een deel van de organisatoren dat de budgetten in 2019 hetzelfde blijven (48%). 34% verwacht dat de budgetten zullen groeien. Slechts 6% geeft aan dat de budgetten afnemen. Op het geheel van uitgaven gaat het grootste deel in 2018 op aan marketing & promotie, om voldoende bezoekers te werven.

# TOP 5 INKOMSTENBRONNEN

**1. Ticketverkoop**

**2. Sponsoring**

**3. Partnerships/co-organisaties**

**4. Donaties**

**5. Verkoop van eten & drinken**

De grootste uitdaging voor de branche is het bereiken van nieuwe bezoekers (57%). De belangrijkste oorzaak hiervan is de verhoogde concurrentie (35%). Om bezoekers te bereiken en aan te trekken, zijn meer vaardigheden op het gebied van marketing en promotie nodig. 48% van de ondervraagden zegt dat ze de uitgaven op dit gebied zullen gaan verhogen, terwijl 'marketing & promotie' al als grootste kostenpost uit het onderzoek komt.

## MEEST EFFECTIEVE KANALEN VAN 2018



**Mond-tot-mondreclame  
(60%)**



**Social media  
marketing (48%)**



**Direct mail  
(34%)**

### Effectiviteit van kanalen

Opmerkelijk is dat mond-tot-mondreclame als het meest effectief wordt gezien, met een score van 60%. Een interessante constatering omdat de effectiviteit hiervan erg moeilijk te meten is. Na mond-tot-mondreclame worden social media marketing (48%) en direct mail (34%) als meest effectief gezien.

Hoewel bovenstaande percentages anders doen vermoeden, worden binnen social media marketing maar weinig strategieën als "zeer effectief" gezien. Betaalde facebook advertenties en video zijn de twee meest effectieve middelen, maar zorgen beiden nauwelijks voor eenderde van de stemmen. 42% zegt dat organische social media berichten 'zeer effectief' zijn.

Het lijkt erop dat veel eventmarketeers nog niet optimaal gebruik maken van alle voordelen van social media. Wil je meer weten over hoe je social media kunt inzetten voor de promotie van je evenement? Download dan het ebook: [Essential Guide; Alles wat je moet weten over social media.](#)

## Welke kanalen worden niet zo vaak gebruikt?

Opvallend is dat een aantal relatief gemakkelijk toe te passen marketing-tactieken nog niet veel gebruikt worden door evenementorganisatoren en -marketeers.

Zo blijkt dat eventmarketeers nog nauwelijks adverteren op grote social media platformen als Twitter, LinkedIn en Instagram. Daarnaast lijkt het erop dat ze de mogelijkheden voor retargeting nog niet genoeg benutten, en dat [Snapchat geofilters](#) en Chatbots nog helemaal niet worden gebruikt.

## DEZE SOCIAL MEDIA TACTIEKEN

Waren het meest effectief in 2018

42%

organic social  
media

20%

betaalde facebook/  
instagram advertenties

10%

video

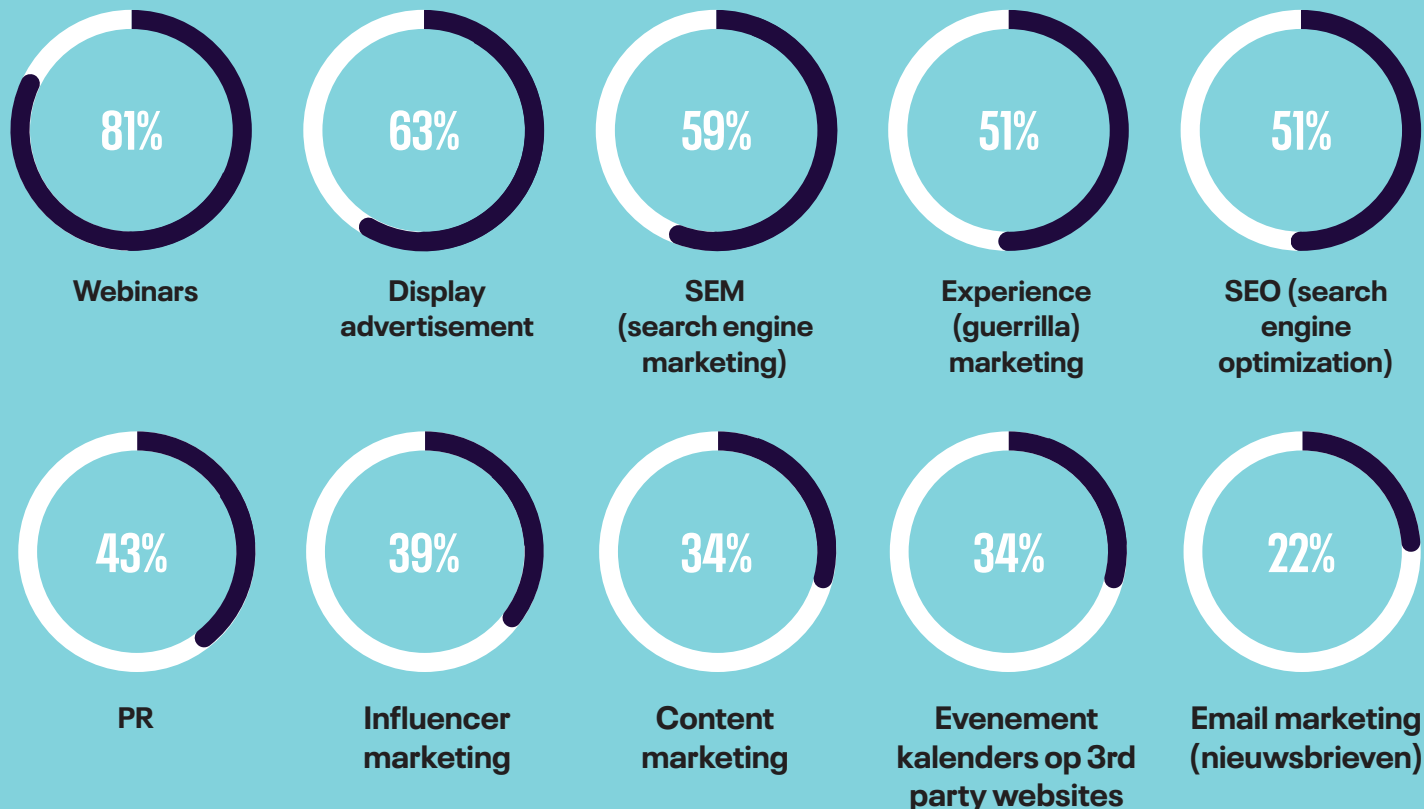
|| We merken dat het steeds lastiger wordt om nieuwe doelgroepen te bereiken met oude marketing tactieken. Het is belangrijk continue bezig te toetsen of huidige marketing efforts nog werken en nieuwe manieren van marketen (bijvoorbeeld SEO en influencer marketing) mee te nemen in ons strategisch evenementplan."

- Helena Struik, Operationeel Directeur, Elfia

## Videomarketing

Van de ondervraagden geeft 39% aan geen gebruik te maken van video op social media. Een gemiste kans voor de eventensector: volgens [Hubspot](#) gebruikt 81% van de bedrijven videomarketing, en zal dit in de toekomst alleen maar toenemen. Het succes van [Instagram Stories](#) en de [8 miljard dagelijkse video views per dag op Facebook](#) tonen aan dat mensen op een klein scherm de voorkeur geven aan video boven geschreven content. De voorspelling is zelfs dat [in 2020 80% van het internetverkeer video zal zijn](#). Meer weten? [Lees dan hier](#) hoe je videomarketing inzet om meer bezoekers naar je evenement te trekken.

## MARKETINGTACTIEKEN DIE WEINIG WORDEN GEBRUIKT DOOR EVENEMENTORGANISATOREN\*



\* het percentage ondervraagden dat deze tactieken NIET gebruikt.

# OWNED VS RENTED KANALEN

Uit ons onderzoek blijkt dat e-mailmarketing (en dus het gebruik van de 'owned kanalen') in de evenementenbranche nog niet optimaal wordt benut.

Grote platformen ('rented' kanalen) zoals Facebook en Google passen voortdurend hun algoritmes aan. Hierdoor is het lastig voor marketeers om te zien of ze hun doelgroep optimaal bereiken. Wanneer je kiest voor owned kanalen, heb je veel meer controle over de binding met je doelgroep. Het opbouwen van je eigen kanalen en database kan op verschillende manieren. Zo kun je ervoor kiezen om e-mailadressen te verzamelen en zo een e-mail database op te bouwen of bijvoorbeeld gebruik te maken van een community platform. Kies je voor het opbouwen van een e-mail database, let er dan bij het verzamelen van e-mailadressen wel op dat je GDPR proof bent.

---

## ”

**Beurzen hebben altijd een enorm piekmoment. In slechts enkele dagen wordt er gigantisch veel genetwerkt en kennis gedeeld. Door het bouwen van yearround communities rondom onze evenementen versterken en verlengen we dat effect. Zo blijven we het hele jaar door relevant voor onze bezoekers en exposanten.”**

- Eline Deijs, Director Marketing and Digital at RAI Amsterdam.



## Data monitoring: bestaat er zoiets als de data-driven evenementorganisator?

Als we kijken naar de manieren waarop organisatoren hun evenement evalueren, dan zien we dat dit maar weinig gebeurt. Slechts 26% kijkt echt in detail naar de gegevens van de bezoekers. Toch zijn deze aantallen aanzienlijk hoger dan die uit de Verenigde Staten en Canada.

### Hoe wordt er gemeten?

Wel scoort social media monitoring opvallend hoog. Waarschijnlijk omdat veel platformen deze statistieken gratis aanbieden en ze vaak gebruiksvriendelijk genoeg zijn. Ook zijn terugkerende bezoekers een belangrijke maatstaf voor organisatoren. Daarnaast kijken ze naar wat er over hun evenement in de pers verschijnt en wordt mondelinge feedback zelfs als meest belangrijk gegeven gezien.

#### ! — Pro tip

Analyseer je data om inzicht te krijgen in je doelgroep. De meeste eventprofessionals houden bezoekersaantallen bij. Andere zaken zoals gedrag, interesses en eigenschappen worden echter nauwelijks bekeken.

Zonde, want deze data zegt heel veel over het koopgedrag van je doelgroep. Benieuwd wat je allemaal kunt meten? Denk bijvoorbeeld aan de geografische gegevens van je bezoekers, je ticketverkoop per kanaal, het aantal registraties per categorie en het aantal paginaweergaven van je eventwebsite.

Dit zijn de top 3 manieren waarop organisatoren hun evenement evalueren:



Bezoekersaantallen  
**70%**



Mondelinge feedback  
**52%**



Social media monitoring  
**50,8%**

“ We zien bij Kingsland een groot verschil op basis van data wat betreft muzieksmaak. De interesse in bepaalde artiesten en genres kunnen tussen de steden behoorlijk verschillen. Door middel van de verzamelde data weten we precies welke stages en artiesten we moeten programmeren. Zonder data van onze bezoekers hadden we ons concept 1 op 1 gekopieerd en kunnen we met zekerheid zeggen dat het succes niet even groot zou zijn.”

- Mike van de Weerd, Business Development Manager, 4PM Entertainment, organisator Kingsland

De invloed van technologie is merkbaar in de evenementenbranche. Hoewel sommige technologieën voor veel organisatoren nog een brug te ver zijn (denk aan robots, drones en hologrammen) zien we het gebruik van andere tools snel groeien.

De grootste groei van technologieën zit in Crowdshaping, Geofencing en hologrammen. Waarschijnlijk omdat deze op dit moment nog nauwelijks worden gebruikt. Augmented Reality en het gebruik van RFID zal redelijk hetzelfde blijven.

Heeft deze tech gebruikt in 2018	Verwacht deze tech te gebruiken in 2019	Technologie
35.0%	40.0%	Mobiele eventapps
21.7%	33.3%	Cashless betalingen
26.7%	28.3%	Livestreaming
21.7%	25.0%	Social media schermen
16.7%	18.3%	Drones
13.3%	16.7%	Draagbare devices
3.3%	16.7%	Crowdshaping
11.7%	11.7%	RFID (radio frequency identification)
10.0%	11.7%	Virtual Reality (VR)
6.7%	11.7%	Hologrammen/3D projecties
8.3%	10.0%	Artificial Intelligence (AI)
6.7%	10.0%	Gezichtsherkenning
8.3%	8.3%	Augmented Reality (AR)
5.0%	8.3%	Robots
1.7%	6.7%	Geofencing

## De meest gebruikte event tech:



### Eventapps

In 2018 gebruikte het grootste gedeelte van de respondenten mobiele apps. En dit aantal wordt in 2019 alleen maar groter. Ga maar na: van de grotere (muziek)festivals tot conferenties en workshops, binnen elk genre maken evenementenorganisatoren gebruik van mobiele apps om bezoekers een persoonlijke ervaring te bieden. Via interactieve apps hebben bezoekers immers zelf in de hand hoe zij het evenement ervaren, waarbij ze tegelijkertijd precies weten wat er allemaal te beleven valt.



### Cashless betalen

Over het algemeen betekent cashless betalen het alléén accepteren van betaalpassen. De evenementenindustrie geeft hier een eigen invulling aan, door te werken met niet-traditionele betalingsmiddelen. Zoals bijvoorbeeld RFID polsbandjes of plastic munten. Dit zie je vooral op meerdaagse muziekfestivals. Cashless betalen werkt efficiënter en leidt tot een omzetsijging omdat het de drempel om 'geld' uit te geven verlaagt.

Maak je nu nog geen gebruik van deze technologie, dan loop je mogelijk omzet mis. Hoe vaak heb je zelf een aankoop laten zitten omdat de rij bij de pinautomaat veel te lang was, of omdat je geen contant geld had? Experimenteer daarom met mobiele betalingen zoals RFID-polsbandjes, zodat bezoekers snel en makkelijk kunnen kopen.



### Livestreaming

Investeren in een livestreaming strategie kan een groot verschil maken voor je evenement. Onderzoek laat zien dat kijkers 3 x langer naar een live video kijken dan naar een opgenomen sessie. Ook je bereik is veel groter. Facebook live video's krijgen namelijk 10 x zoveel likes en comments dan reguliere video's. Met livestreaming maak je je evenement dus toegankelijk voor iedereen en trek je daarnaast ook nog eens nieuw publiek voor volgende edities.

Om een goed beeld te krijgen van de werkvloer van de evenementenindustrie, hebben we evenementorganisatoren gevraagd naar de samenstelling van hun teams.

42% van de ondervraagden werkt in een organisatie met 2-24 werknemers. Daarnaast is de freelancer goed vertegenwoordigd, met 31%. Verder werkt 21% in een bedrijf met 25-249 werknemers en 5% met 250-999 werknemers.

Het antwoord op de vraag wat de verantwoordelijkheden zijn van de ondervraagden? Ze hebben meerdere rollen. Dit verbaast ons echter niet - echte doorgewinterde evenementorganisatoren houden constant meerdere ballen in de lucht.



Evenementpromotie

**62%**

Branding/marketing van het evenement

**53%**

Operationele evenementorganisatie

**49%**

Social media en (event)community management

**46%**

Ticketing en registratieprocessen

**44%**

Budgetmanagement

**40%**

Partner/vendor management

**30%**

Sales/registratie rapportage

**29%**

Event tech management

**28%**

Sponsormanagement

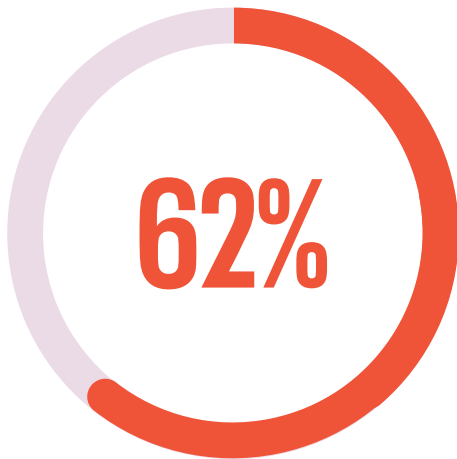
**27%**

## Groot werkplezier

71% van de ondervraagden geeft aan dat zij veel plezier hebben in hun werk. Daar staat 9% tegenover die het daar niet mee eens is. Een opvallend gegeven, gezien de hoge werkdruk in de branche.

## Functies en vaardigheden in 2019

Welke functies gaan in 2019 belangrijk worden? Volgens onze ondervraagden zullen de vakgebieden Marketing & Communicatie en Sales & Sponsoring de meeste nieuwe banen opleveren. Daarnaast wordt het inzetten van vrijwilligers steeds belangrijker. Op het gebied van operationele zaken & logistiek verwachten de ondervraagden de minste vacatures.



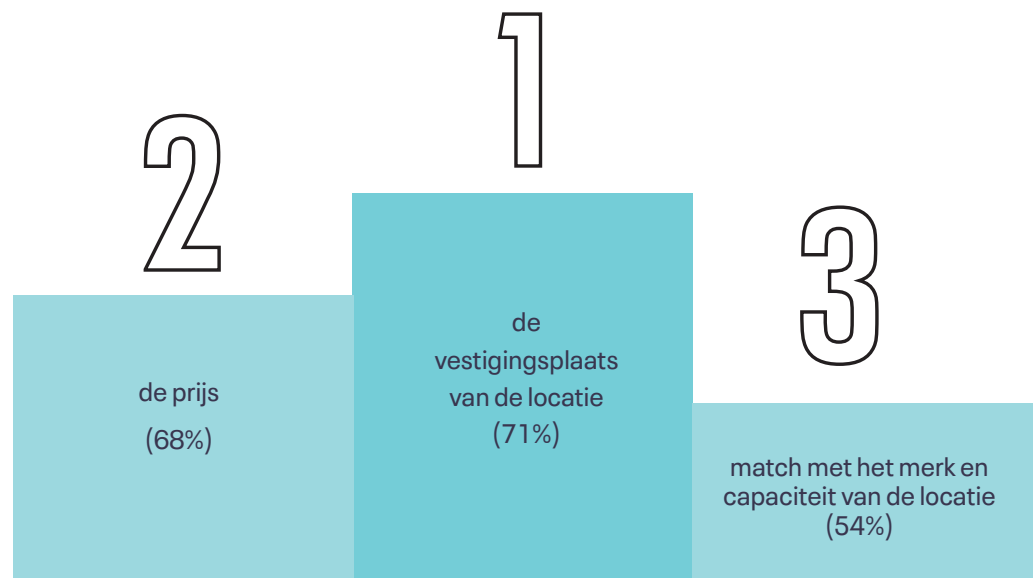
van de ondervraagden  
heeft een team van minder  
dan 5 leden

### ! — Pro tip

Als jij bij de gelukkige 40% zit die denkt zijn/haar team te kunnen uitbreiden in 2019, neem dan iemand aan die zich zal focussen op marketing. Niemand zal naar je evenement toe komen als ze er niet vanaf weten. Juist daarom zien we dat marketing & communicatie een van de snelst groeiende vakgebieden binnen de evenementensector is.

Kun jij voorlopig nog niemand aannemen en moet je het doen met de weinige resources die je hebt? Download dit ebook voor meer tips: [Klein team? Zo haal jij het maximale uit je evenementbudget.](#)

Op basis waarvan kiezen organisatoren een locatie? Welke factoren geven de doorslag? Hieronder vind je de top 3 van de belangrijkste redenen voor het kiezen van een locatie.



De factoren die het minst van invloed zijn op de locatiekeuze: accreditatie (45%), persoonlijke aanbeveling (30%) en de flexibiliteit van de ruimte (29%). En dit is wereldwijd gelijk - in onze onderzoeken buiten Nederland en België zien we ongeveer dezelfde cijfers.

### Hoe belangrijk is de prijsfactor?

Kijken we verder naar de resultaten in andere landen, dan merken we dat goedbedoelenorganisaties het meest prijsgevoelig zijn. Met een percentage van 80% geven zij 'prijs' als belangrijkste factor op bij het kiezen van een locatie. Dit in tegenstelling tot de professionele evenementenorganisatoren en corporate planners. Deze groepen zijn het minst gevoelig voor de kosten van een locatie.

## Wat kunnen locaties beter doen?

Wifi wordt als meest belangrijke verbeterpunt aangegeven. 12% van de ondervraagden ziet dat locaties regelmatig tekort schieten als het om optimaal functionerende wifi gaat. Andere kandidaten voor verbetering zijn een goed bereikbare klantenservice (15%) en de aanwezigheid van een goede (inhouse) catering (12%).

### Extra overwegingen bij het kiezen van een locatie zijn:

- Duurzaamheid
- Een passende prijs/kwaliteitverhouding
- Extra snel internet

## TOP 5 SERVICES DIE BELANGRIJK WORDEN GEVONDEN DOOR ORGANISATOREN:

- 1 GRATIS WIFI
- 2 GOED BEREIKBARE KLANTENSERVICE
- 3 EEN WIFI UPGRADE
- 4 GOEDE CATERINGSERVICE
- 5 MEER FLEXIBILITEIT OMTRENT BEZOEKERSNOSHOW



## Maatschappelijke aandachtspunten die bij eventmanagers nog niet volledig in het vizier zijn, maar dat wel zouden moeten zijn

Zaken als beveiliging, gegevensbescherming en duurzaamheid zijn cruciale factoren als het op eventmanagement aankomt. Maar organisatoren zijn niet overtuigd. Dit is misschien het laatste waar je je mee bezig wilt houden als je je moet richten op het aantrekken van genoeg bezoekers naar je evenement.

Toch kunnen dit soort onderwerpen het verschil betekenen tussen een langdurige succesvol- en een falend evenement. Hier zijn 2 belangrijke zaken die je in 2019 beter op orde kunt brengen als je dat nog niet hebt gedaan.

### Milieuduurzaamheid

Slechts 1 op de 4 evenementorganisatoren zegt dat een focus op duurzaamheid een grote impact zal hebben in 2019. Toch zijn vooral jongere professionals zich bewust van de milieuproblematiek. Zo is in de Verenigde Staten het produceren van minder afval inmiddels een topprioriteit. Voorals millennials en generatie Z geven veel om duurzaamheid en MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen). Organiseer je een evenement met millennials en generatie Z als doelgroep, dan is het belangrijk om hier rekening mee te houden.



## Hier zijn drie stappen die je nu al kunt ondernemen om je evenement duurzamer te maken.

- **Kies een duurzame evenementlocatie.** Kies een locatie die ISO of LEED-gecertificeerd is. Wat betekent dat de locatie voldoet aan normen die het energie-efficiënt maken. De toegankelijkheid van de locatie is ook van belang, want hoe je bezoekers bij je evenement komen kan veel uitmaken voor de mate van duurzaamheid. Zoek naar locaties die toegankelijk zijn met het openbaar vervoer. Je kunt zelfs een stapje verder gaan door gratis busvervoer aan te bieden.
- **Recycle.** Zorg ervoor dat er recyclingbakken zijn zodat je bezoekers weten waar ze papier en plastic moeten weggoien. Zo draag je bij aan een schone omgeving. Dat komt ook je merk ten goede.
- **Werk met een duurzame cateraar.** Neem een milieubewuste cateraar in de arm. Werk samen met leveranciers die alleen lokaal en verantwoorde ingrediënten en gerecycled of milieuvriendelijk servies gebruiken. Je kunt ook overwegen om waterstations op te zetten om het aantal plastic flessen te verminderen. Wil je nog een stapje verder gaan? Bied dan bijvoorbeeld alleen vegetarisch eten aan. (Bonustip: zoek een lokale organisatie die donaties van overgebleven voedsel accepteert)

## Privacy en veiligheid van gegevens

Slechts 22% van de ondervraagden zegt dat privacy en beveiliging van gegevens grote gevolgen zullen hebben in 2019. Een verrassend gegeven gezien de nieuwe wet die privacyrechten van natuurlijke personen uitbreidt, waardoor organisaties die persoonsgegevens verzamelen meer verantwoordelijkheid moeten nemen om zorgvuldig met die gegevens om te gaan (de GDPR). Deze privacyregels zijn van toepassing op alle sectoren, maar juist in de evenementenindustrie wordt veel gebruik gemaakt van persoonsgebonden data. Het gebruik van persoonlijke gegevens, zoals

naam, adres, burgerschap en leeftijd, bezoekersgegevens voor marketingdoeleinden, voedselvoorkeuren, geboortedata, allergieën en meer worden door de nieuwe privacywet beïnvloed.

**Hier zijn drie tips om je gegevens veilig te houden en je klanten te beschermen tegen fraude:**

- **Hou je registratieproces eenvoudig en veilig.** Hou je registratieproces eenvoudig en veilig. Deelnemers zouden niet eens moeten merken welke maatregelen je hebt genomen om hen te beschermen. Dit moet vanzelfsprekend zijn. Haal daarom bijvoorbeeld de CAPTCHA-velden uit het registratieproces. Deze geven al een signaal af aan de kopers dat je betalingsproces niet beveiligd is.
- **Gebruik fool-proof technologie.** Kies de juiste technologie/ticketingpartner. Hoe weet je dat je de juiste hebt? Je technologieplatform is verantwoordelijk voor geavanceerde gegevensbeveiliging en hoort transparant te zijn over welke maatregelen zij nemen om de data te beschermen.
- **Kies een vertrouwde locatie.** Werk samen met locaties die veiligheid net zo serieus nemen als jij. Als je locatie gegevens van je klanten verzamelt, let er dan op dat dit op een veilige manier gebeurt en door middel van goede technologie. Vergeet ook niet te letten op zaken als wifi-beveiliging en hoe het personeel op de locatie social media gebruikt tijdens je evenement.



## VAL OP IN 2019

Behoor jij tot de professionals die nog onvoldoende gebruikmaakt van data? Als je je statistieken niet begrijpt - en hoe deze zich verhouden tot die van de rest van de branche - zou je een groot deel van je omzet mis kunnen lopen.

Neem de tijd om je tools, technologie en processen te herevalueren op basis van de benchmarks in dit rapport. Maak daarnaast gebruik van een goed eventmanagement systeem waarmee je gemakkelijk en realtime inzicht kunt krijgen in je data.

Gebruik deze gegevens om je volgende evenement te organiseren: ga meteen aan de slag.



## Hét platform dat live experiences mogelijk maakt.

Eventbrite brengt mensen samen door live experiences. Honderdduizenden organisatoren\* gebruiken Eventbrite om tickets te verkopen en evenementen te beheren en te promoten. Regel on-site operations en analyseer je verkoopresultaten vanuit meerdere kanalen via ons platform.



### Laat je evenement groeien

Via Eventbrite worden jaarlijks miljoenen tickets\*\* verkocht.



### Vereenvoudig je planning

Promoot, beheer en analyseer je evenement vanaf ieder apparaat



### Maak een professionele indruk

Verras je bezoeker met het eenvoudige aankoopproces, de gemakkelijke toegang tot tickets en een snelle entree

[Praat met een expert](#)

\*Gebaseerd op meer dan 700.000 evenementorganisatoren in 2017 \*\*Gebaseerd op drie miljoen evenementen in 2017