

MICE-MARKT BEWEEGT EN INNOVEERT VOLOP

CONGRESHOTELS

De Nederlandse congreshotelmarkt floreert. Gloednieuwe hotels en industriële locaties bieden steeds geavanceerdere congresmogelijkheden en comfortabele verblijven. “Je moet álles in huis hebben om elk evenement memorabel te maken.”

TEKST **Corina Gunneman**

Volgens trivago staan er in Nederland 3.525 hotels geregistreerd, waarvan zich er 343 specifiek als congreslocatie profileren. Zij richten zich op de MICE-markt (meeting, incentive, conference, exhibition). Volgens hotel- en vastgoedadviseur Invast Hotels bestaat deze deelbranche uit 2 soorten locaties. “Een hotel dat als primair doel het aanbieden van congresruimte heeft, valt voor ons onder de definitie congreshotel. Een hotel dat als primair doel overnachtingen heeft en daarnaast congresruimte biedt, zien wij als een regulier hotel”, legt directeur Bastiaan Driessen uit. De typische congreshotels bevinden zich veelal op de Veluwe, Utrechtse Heuvelrug en in Noord-Brabant. Deze verblijven waren in de jaren '50, '60 eigendom van vakbonden, bedrijven en geloofsorganisaties, maar evolueerden inmiddels naar zelfstandige congreshotels. Reguliere hotels met congresruimte zijn vaker gevestigd bij grote steden en worden doorgaans geëxploiteerd door ketens. Daarnaast is er de trend van boetiekhotels en omgebouwde locaties, bijvoorbeeld industriële gebouwen of monumenten, die zakelijke groepen ontvangen. Driessen: “De markt van congreshotels veranderde enorm. Vóór de crisis duurden congressen meerdere dagen en bleven zakelijke gasten vaak overnachten. Sindsdien hebben bedrijven en overheden echter een kleiner budget. Het resultaat: kortere congressen en minder overnachtingen. De meer traditionele congreshotels buiten de Randstad hebben daar zeker last van. Zij richten zich dan ook steeds vaker op de particuliere markt, en dan krijg je lagere kamerprijzen en een ander verdienmodel.”

‘INDUSTRIËLE LOCATIES VOOR MEETING- EN HOTELDOELEINDEN ZIJN ERG GEWILD’





De Creative Boardroom van Wicked Grounds in Amsterdam.

Impressie van het Maritim
Hotel Amsterdam aan het IJ.



FOTO Team V Architecture | Zwartlicht



De Holland Hal van NH Den Haag
in het WTC The Hague.

‘ER ZIJN MOMENTEEL WEL ZO’N 50 VERSCHILLENDE SOORTEN MEETINGS’

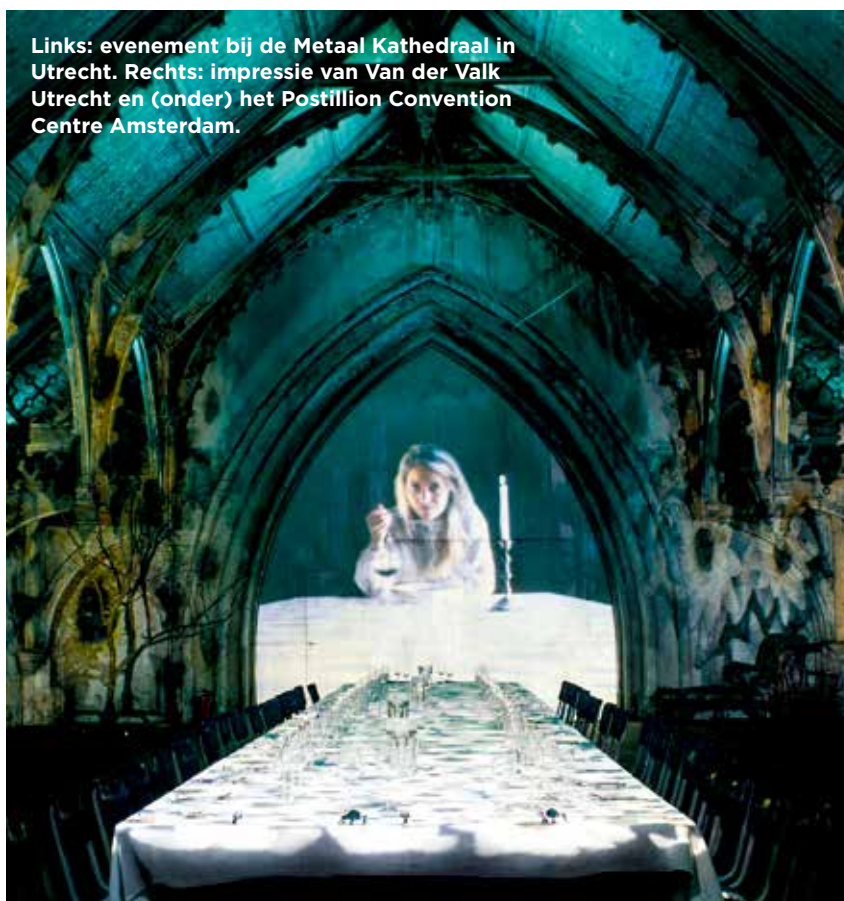
aangepast kunnen worden.” Een andere trend die Roohé aantrekt, is de digitale detox. “Dan gaat het om sessies waarin teams kunnen ontspannen en brainstormen in creatieve ruimtes. Het fun-element speelt daarbij een grote rol. Zorg er in ieder geval voor dat je als congreslocatie continu inspelt op de nieuwste trends. Als je doet wat je deed, zul je nooit méér krijgen. Eerder minder.”

Aan- en ombouw De congreshotelbranche is dus volop in ontwikkeling. En aanbouw: in februari 2017 bijvoorbeeld, neemt Van der Valk een hotel met 185 kamers in gebruik langs de A12 bij Utrecht. Daarnaast zit sinds vorig jaar in de oude kauwgomballenfabriek het Postillion Convention Centre Amsterdam. Hiertegenover bouwt de keten aan een hotel dat in 2018 zal openen met onder andere nog meer vergaderruimtes en 254 kamers. Verder opent in 2018 het Maritim Hotel A’dam met 579 kamers zijn deuren aan het IJ. Ook boekingsite Meetingselect ziet dat de markt flink aantrekt. “Hotels in de grote steden zijn in de congresmaanden - april, mei, juni, september, oktober en november - veelal volgeboekt”, vertelt medeoprichter Anouk Roohé. “Daarnaast zijn industriële locaties erg gewild om omgebouwd te worden voor meetings en events. Denk aan Wicked Grounds in Amsterdam, Sugar City in de voormalige suikerfabriek in Halfweg en Metaal Kathedraal in Utrecht.”

Meetingselect is met een database van 100.000 congreshotels en 500.000 vergaderlocaties, Europees marktleider. Het bedrijf kent de ontwikkelingen binnen de MICE-markt dus als geen ander. Roohé: “Tegenwoordig zijn er wel zo’n 50 verschillende soorten meetings. Het is dus belangrijk dat ruimtes daarop

Holland Hal Niet zo gek dus dat NH Den Haag in het WTC The Hague onlangs zijn evenementencapaciteit uitbreidde met de Holland Hal: een ruimte van 520 vierkante meter met plaats voor 500 gasten in theateropstelling. De hal is 6,5 meter hoog en kan 12 additionele ruimtes betrekken. Hierdoor is de Holland Hal onder meer geschikt voor grote evenementen en productpresentaties. “65% van onze gasten verblijft voor een zakelijk doel. Daarbij gaat het om mensen van lokale bedrijven, van overheidsinstanties en congresbezoekers”, vertelt directeur Sander Creemers. “Onze flexibele instelling is voor hen het belangrijkste. Wij denken mee en kunnen alle wensen vertalen, ook als het bijvoorbeeld gaat om het organiseren van een rondleiding in de stad. Een hotel moet alle expertise en mogelijkheden in huis hebben om elk evenement memorabel te kunnen maken.”

NH Hotel Group volgt de technologische ontwikkelingen op de voet. Zo opende in NH Amsterdam Zuid onlangs een multifunctionele studio voor onder andere webcasts, e-learnings en webinars. Daarnaast beschikt NH Conference Centre Leeuwenhorst in Noordwijkerhout als enige hotel in Nederland over het revolutionaire 3D Holographic Telepresence System.



Links: evenement bij de Metaal Kathedraal in Utrecht. Rechts: impressie van Van der Valk Utrecht en (onder) het Postillion Convention Centre Amsterdam.



FOTO BLINKfotografie

Deze 3D-techniek projecteert presentaties, personen of producten levensecht. Hierdoor maakt een boodschap echt indruk op het publiek en dat helpt om het doel van een bijeenkomst te bereiken. Creemers: “Kennis en begeleiding op het gebied van audiovisuele ondersteuning en internetoplossingen zijn cruciaal, en worden aangeboden in zowel het voortraject als tijdens de bijeenkomst”.

Basisvoorwaarden Up-to-date zijn is dus cruciaal. Maar, andersom gezien, een hotel met onvoldoende kamers of een slechte prijs-kwaliteitverhouding, heeft natuurlijk ook weinig kans van slagen. Volgens HTC Advies moet een congreshotel daarom aan een aantal basisvoorwaarden voldoen. “De ligging is natuurlijk belangrijk: het hotel moet goed bereikbaar zijn met de auto en het openbaar vervoer”, zegt senior adviseur Michiel van Noort. “Ook is een locatie in de buurt van een stadscentrum een absolute pre vanwege eventuele avondprogramma’s en ontspanning. Daarnaast heeft een hotel een inspirerende aankleding en inrichting nodig én moderne event-, licht- en geluidstechnologieën.”

Nog een succesfactor, aldus Roohé, zou een snelle(re) reactietijd op aanvragen kunnen zijn. “De afgelopen jaren nam de zogeheten lead-time enorm af (*tijd tussen wens en (aan)vraag, red.*), met als gevolg een veel grotere behoefte aan snelle bevestigingen. Een invulformulier is echt niet meer van deze tijd. De ervaring leert dat hotels veel potentiële partijen mislopen zonder slimme online boekingsoptie.”

Mooirivier Ten slotte kan naast een strategische, natuurlijk ook een móóie locatie garant staan voor succes. Zo dragen bij hotel Mooirivier in Dalfsen, de bijzondere ligging aan de Vecht, sfeervolle foyers en lounge bij aan de complete ervaring. “Wij richten ons vooral op meerdaagse bijeenkomsten. Een belangrijke taak daarbij is het ontzorgen van de congresorganisatie. Als je de juiste setting kunt creëren voor een bijeenkomst, draag je bij aan het succes ervan”, zegt directeur en eigenaar Francis Hoekendijk. “Het accommoderen van congressen is echt een vak. Zo hebben wij bijvoorbeeld professionele eventmanagers die het congres van voorbereiding tot en met afscheid en aftersales begeleiden.” Mooirivier startte in het begin van de crisis en maakte daardoor niet echt een terugval mee. “Door onze sterke reputatie, bouwden we de afgelopen jaren al een goede marktpositie en stabiele gastenkring op. Inmiddels trekt de markt weer aan en kunnen we verder groeien.” Het hotel is hiermee dus niet het enige in de congresmarkt: er is beweging en innovatie alom. **3**

‘KENNIS EN BEGELEIDING OP
AUDIOVISUEEL EN ONLINE
GEBIED, ZIJN CRUCIAAL’