

MARKT ANALYSE & BUSINESS CASE

in opdracht van
Stichting De Meenthe
& Gemeente Steenwijkerland



1. Inleiding

1.1 Aanleiding en uitgangspunten	3
1.2 Onemeeting Services B.V. en Onemeeting.com	3
1.3 Opdracht en werkwijze	3

2. Marktanalyse

2.1 Trends & ontwikkelingen in de MICE branche	4
2.1.1 Duurzaamheid	5
2.1.2 Authenticiteit	6
2.1.3 Veiligheid	7
2.1.4 Technologie, virtueel & hybride	8
2.1.5 Maatschappelijke waarde creatie	9
2.1.6 Bereikbaarheid	10
2.1.7 Van nationaal naar regionaal	11
2.2 Kengetallen Meetings & Events	12-13
2.3 Ontwikkelingen in de regio Steenwijkerland	14-15
2.4 SWOT Steenwijkerland	16
2.5 Commerciële SWOT de Meenthe	17

3. Business case

3.1 Advies over prijsbeleid	18
3.2 Basis uitgangspunten en aannames	19
3.3 Bezetting en jaarlijkse groeicurve	20
3.4 Doortekening omzet op jaarbasis	21
3.5 Omzet, GOP en bruto winst	22-23
3.6 Investeringsoverzicht	24

4. Adviezen

4.1 Adviezen Onemeeting Services	25
----------------------------------	----

1.1 Aanleiding en uitgangspunten

Op 12 september is er uitgebreid gesproken met Han Evers, directeur Rabo Theater de Meenthe, en Dennes Frikken, Beleidsadviseur Kunst en Cultuur Steenwijkerland, over de status van de plannen ten aanzien van de herpositionering van Rabo Theater de Meenthe, de daarmee gemoeide investeringen vanuit zowel Stichting de Meenthe als gemeente Steenwijkerland en de wens om een gefundeerd onderzoek te laten doen naar de marktpotentie voor Congres en Meeting Center de Meenthe en de gemeente Steenwijkerland om het zakelijke toerisme te stimuleren. Dit in aanvulling op het eerder door Onemeeting Services opgeleverde adviesrapport naar de operationele haalbaarheid en indeling op basis van het programma van eisen (d.d. mei 2022).

1.2 Onemeeting Services B.V. en Onemeeting.com

- Onemeeting Services B.V. is een 100% werkmaatschappij van The Onemeeting Company B.V. (Holding) en heeft 40 jaar ervaring in de conceptontwikkeling, realisatie, pre-opening, opening en exploitatie van Meeting Centers in Nederland. Onemeeting Services is een pionier in de meetingbranche en werkt nauw samen met Onemeeting.com.
- Onemeeting.com is het commerciële platform in de meetingbranche waar bedrijven, organisaties, instellingen en overheden al hun boekingen voor vergader- en eventlocaties onderbrengen in één duurzame samenwerking. Boekers van contractklanten krijgen een eigen boekingsomgeving en beheren hierin hun boekingen, opties en definitieve boekingen. Onemeeting.com realiseert jaarlijks 30.000 boekingen bij aangesloten locaties met meetingcapaciteit en ondersteunt hen actief bij de zichtbaarheid, vindbaarheid en verkoop van hun locaties.

1.3 Opdracht en werkwijze

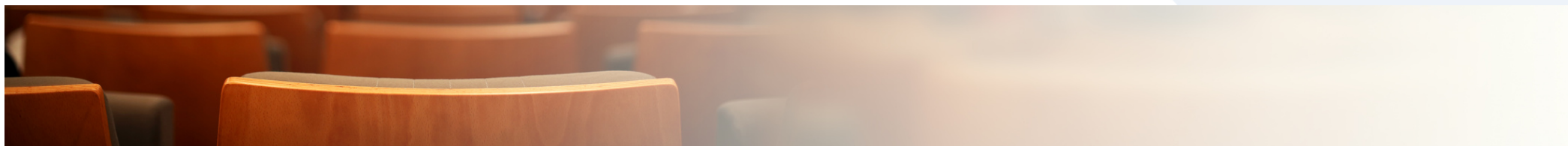
Het uitvoeren van een **marktanalyse**, bestaande uit:

- a. De segmentatie op brancheniveau en bijeenkomsttypes (bv. vergadering, congres);
- b. De kenmerken van de betreffende branches met belangrijkste DMU's binnen dergelijke organisaties en de factoren die van invloed zijn op de locatiekeuzes;
- c. Kengetallen van de meeting & event markt, waaronder leadtijd, boekingswaarde en gemiddelde uitgaven per gast;
- d. Kengetallen van het zakelijk toerisme voor regio Steenwijk, ermee rekening houdend dat het grensgebied betreft met meerdere provincies.

Het schrijven van een **business case** voor Theater de Meenthe, nader te noemen 'Meeting Center de Meenthe', hetgeen bestaat uit:

- a. Een commerciële SWOT matrix van de locatie in de meeting & event markt;
- b. Een indicatieve omzetberekening op basis van o.a. aan benchmarks getoetst prijsbeleid, de omzetpotentie voortvloeiend uit de marktanalyse en de verwachte bezetting;
- c. Groeicurves van omzet op basis van een conservatief, realistisch en progressief model, waarbij rekening gehouden wordt met o.a. investeringen en sales & marketing.

Het bondig uitwerken van een **investeringsoverzicht** ten behoeve van de city marketing van de gemeente Steenwijkerland, plus de verwachte impact daarvan op Theater de Meenthe.



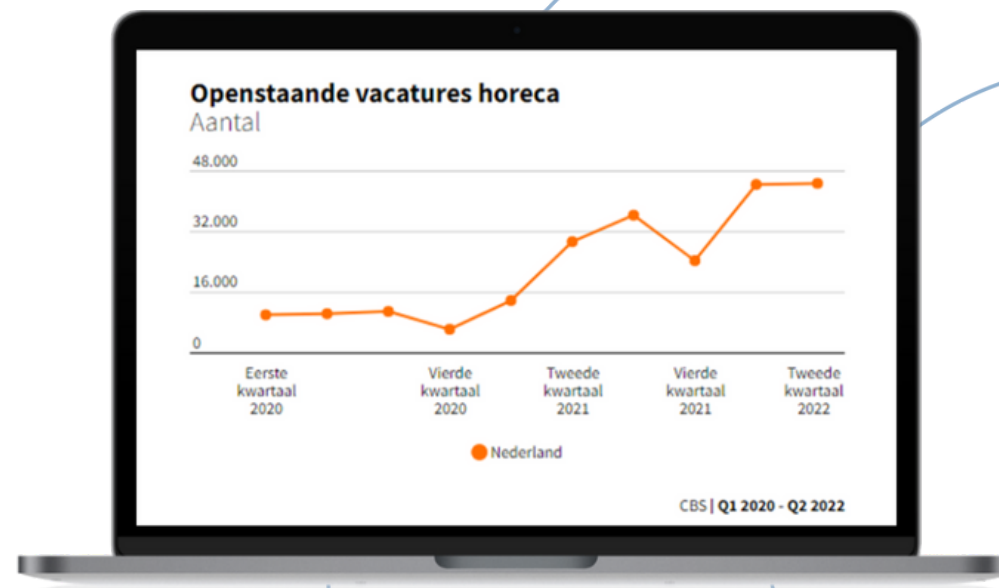
2.1 Trends & ontwikkelingen in de MICE branche

MICE omvat Meetings, Incentives, Conventions en Exhibitions en is de wereldwijd meest gebruikte afkorting om de zakelijke bijeenkomstmarkt aan te duiden. De MICE branche heeft zware jaren achter de rug, waarin er door de coronapandemie en genomen maatregelen een nalatenschap van schulden is ontstaan. Daarnaast is de horeca uitstroom sinds 2020 significant hoger (50,1% in Q1 & Q2 2022) (CBS, 2021) dan het langjarig gemiddelde van 43% (NBTC, 2021), waardoor het arbeidstekort oploopt. De operationele uitvoer op locatie komt daarmee onder grote druk te staan.

Tabel 5. Netto in- en uitstroom (deel) sector Toerisme

Sector/deelsectoren	Netto instroom (t.o.v. totaal dienstverbanden)	Netto uitstroom (t.o.v. totaal dienstverbanden)
Toerisme	17%	43%
Eet en drinkgelegenheden	21%	52%
Vervoer van passagiers	7%	15%
Logiesverstreking	15%	43%
Reisbemiddeling	8%	28%
Organisatie beurzen en congressen	13%	43%

Anderzijds veert de vraag naar bijeenkomsten vlot terug na maatregelen en zitten locaties niet verlegen om nieuwe opdrachten. Locaties draaien op meerdere data alweer 100% bezetting en moeten soms zelf 'nee' verkopen. Het arbeidstekort speelt hen echter wel parten, en locaties met voldoende FTE's bedienen sinds 2022 een groter deel van de markt. Daarbij is ook de lead-time (het aantal dagen tussen aanvraag en bijeenkomstdatum) onzeker, wat de bewerkelijkheid van bijeenkomsten verhoogt en daarmee het effect door tekort aan personeel verergert. Er is te stellen dat de lead-time hedendaags korter is dan voor 2020, met gemiddeld 35 dagen versus 92 in 2019. Dit varieert bovendien ook per type bijeenkomst, waar kleinere meetings ca. 22 dagen vooruit worden geboekt en grote bijeenkomsten, zoals congressen, ca. 76 dagen. Tot slot is ook de sector hierbij van belang. Trainingen en opleiding worden bv. 142 tot 235 dagen vooruit geboekt, afhankelijk van de looptijd van de reeks.



Wanneer we nationale trends in acht nemen, kan ook gesteld worden dat regionale bijeenkomsten gericht op de eigen bedrijfsvoering van opdrachtgevers, het snelst in aantallen herstellen. Dat wordt gevolgd door regionale congressen, waarvoor een grotere reisbereidheid wordt vastgesteld dan voor nationale of internationale gasten (McKinsey, 2021).

Categorized speed of recovery



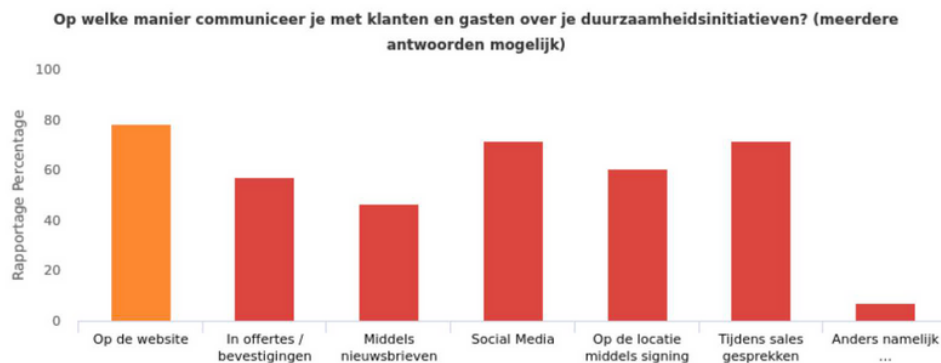
McKinsey
& Company

2.1.1 Duurzaamheid

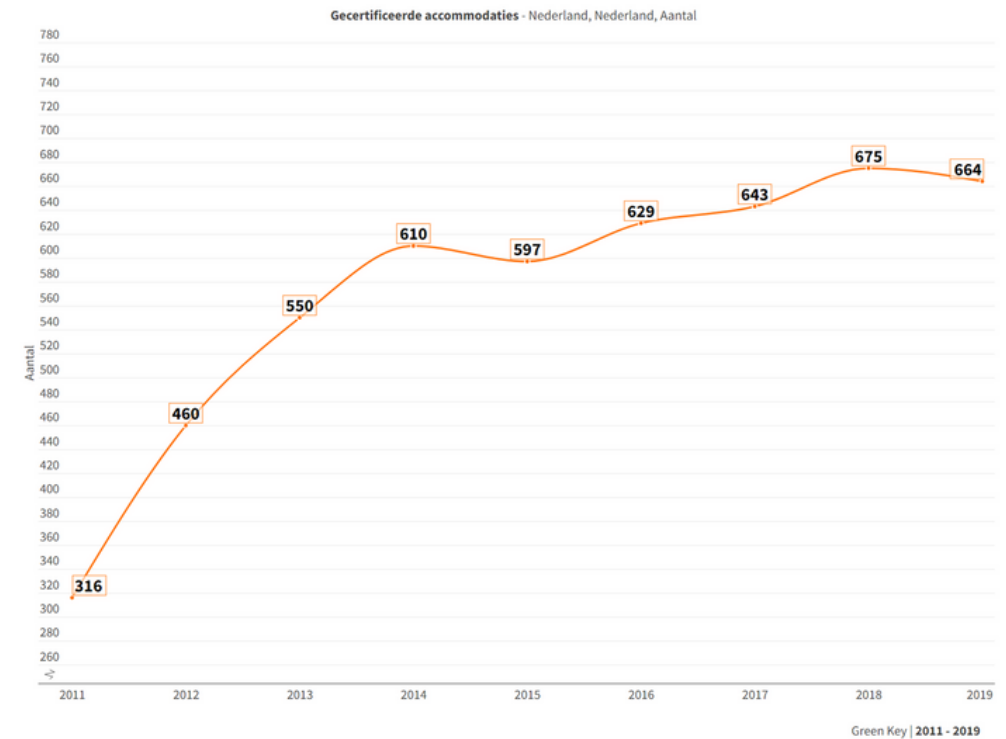
Wanneer we inzoomen op de trends binnen de MICE branche, zien we er zeven direct uitspringen. Gevoed door uitdagingen zoals een korte lead time en een significant arbeidstekort, verwachten we dat deze trends zich snel zullen ontwikkelen en integraal onderdeel worden van de markt.

Het eisenpakket van de gemiddelde opdrachtgever bevat steeds vaker strakke regelgeving t.a.v. duurzaamheid. Er zijn reeds organisaties die alleen nog maar duurzame locaties (bv. minimaal Green Key certified) mogen boeken. Ook de Rijksoverheid volgt dit pad en verwacht voor 2026 alle locaties duurzaam te boeken vanuit een voorbeeldrol en in lijn met de ambities van 2030 om klimaatneutraal bijeen te komen. We zien dat niet-duurzame locaties steeds minder of zelfs niet meer worden geboekt.

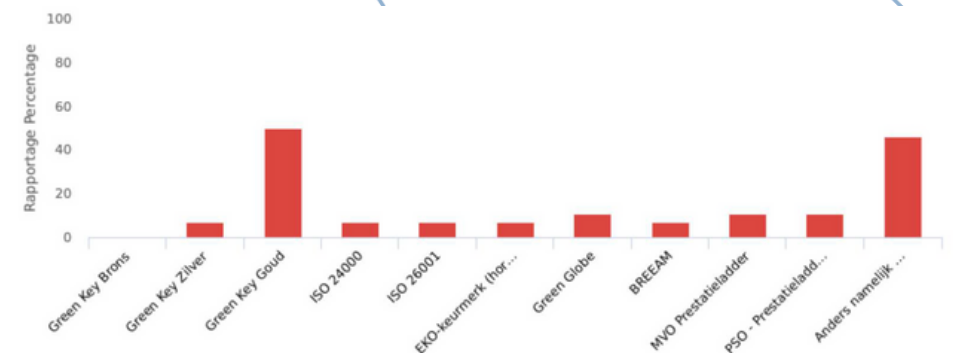
Op basis van de laatste *nationale duurzaamheidsmonitor* (YOIN, April 2022) beschikt 75% van de locaties over een duurzaam inkoopbeleid en slechts 60% over een algemeen MVO-beleidsplan. Binnen die 60% werkt ongeveer 30% conform de Green Key richtlijnen en is 20% lid van MVO Nederland. Daarnaast is de communicatie naar klanten en gasten onder de loep genomen, waaruit blijkt dat het gros van de locatie enige communicatie heeft over duurzaamheid, maar dat het opbouwen van een duurzaam imago niet alle communicatiemiddelen omvat.



Tip: zorg voor aantoonbare duurzaamheid van locaties door bv. Green Key certificeringen, duurzame filters activeren bij brokers en boekingsplatformen, en zorg dat opdrachtgevers Klimaatneutraal boeken.



Voor locaties liggen er kansen in het implementeren van duurzaam beleid en certificeren van de locatie met bv. Green Key. Slechts ca. 20% van alle meeting & event locaties in Nederland is Green Key gecertificeerd, te zien in de statistieken die het NBTC sinds 2011 bijhoudt. Het onderscheidend vermogen van een duurzame locatie kan daarmee dus worden versterkt.



2.1.2 Authenticiteit

Een locatie dient zich meer te onderscheiden dan voorheen. Daar is geen directe oorzaak voor aan te wijzen, maar kan wel herleid worden naar de groeiende aandacht die opdrachtgevers hebben voor de ervaring van hun deelnemers. Doordat *experience* en *engagement* centraal staan in veel bijeenkomsten anno 2022, wordt van locaties verwacht dat zij hieraan bijdragen. Authenticiteit is daarom een harde eis geworden.

De drang naar authenticiteit komt enerzijds voort uit de wens van opdrachtgevers iedere keer een andere beleving te creëren voor hun gasten, en anderzijds uit de hogere drempel om naar een bijeenkomst te komen. Het bijwonen van een congres of andere bijeenkomst is niet meer zo vanzelfsprekend als voor de coronapandemie. Daarom is de waarde, de authenticiteit en daarmee de bijdrage aan de bijeenkomst van vitaal belang om als locatie het verschil te kunnen blijven maken.



Tip: schrijf een plan met alle stakeholders binnen de locatie om te zorgen dat het breed gedragen wordt. Sluit daar bv. ook de chef en front office/receptie manager bij aan, zij hebben veel impact op gasten.



Ook in de catering zien we deze trend terug. Veel catering gaat 'terug naar de oorsprong' met veel lokale en biologische producten en zo weinig mogelijk bewerkt voedsel. Zoals Eventbranche in 2019 al scherp stelde: 'de hang naar duurzame, eerlijke catering met een verhaal is voor iedere locatie logisch'. Bovendien houdt deze trend direct verband met de verduurzaming op locaties.

De authenticiteit wordt ook weer getoond in de citymarketing van vele steden in binnen en buitenland. De bestemmingen maken een steeds vitaler onderdeel uit van de locatiekeuze. Een authentieke bestemming draagt immers ook bij aan de totale ervaring van de gasten/deelnemers. Steden en regio's kiezen daarom steeds vaker voor kwaliteit, in plaats van kwantiteit. Dat zien we terug in de lokale restaurants, in plaats van fastfood, maar ook in de activiteiten in de regio.

2.1.3 Veiligheid

Een vanzelfsprekend gevolg vanuit de coronapandemie waarin hygiëne een essentiële rol speelde. Het bewustzijn van opdrachtgevers t.a.v. de veiligheid van hun deelnemers en het risico voor hun eigen imago, stuwen de vraag naar veilige locaties. Dat kan bijvoorbeeld in de vorm van schoonmaak voorschriften, keurmerken zoals KIWA COVID-19 en lokale initiatieven die bijdragen aan het veilige gevoel van deelnemers. Anderzijds wordt ook digitale veiligheid veel belangrijker, gecombineerd met de trend van technologische ontwikkeling. Opdrachtgevers verwachten proactiviteit van locaties op dit vlak.



Een select aantal locaties in Nederland heeft zich in 2020/2021 laten certificeren door KIWA op strikte COVID-19 preventiemaatregelen die zij doorvoeren in hun volledige operatie. Hiermee onderscheiden zij zich, met name voor opdrachtgevers die bovengemiddeld belang hechten aan hygiëne en het voorkomen van imago schade. Bovendien is dit een internationaal erkend keurmerk dat ook in meerdere branches gebruikt wordt en dus bekend is.



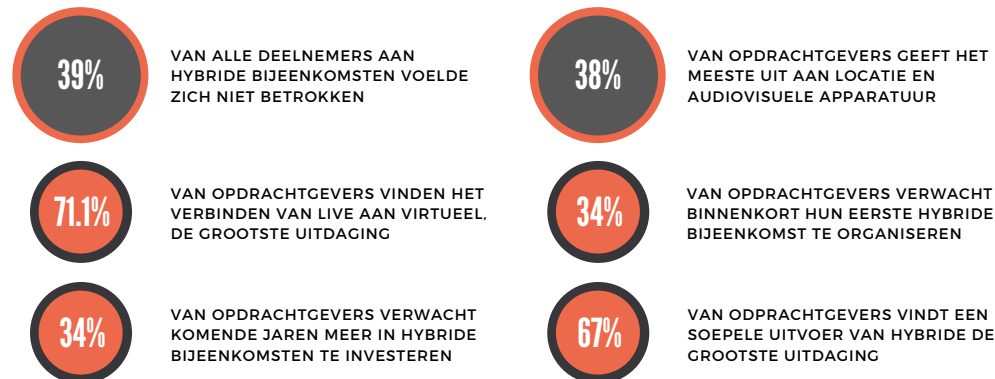
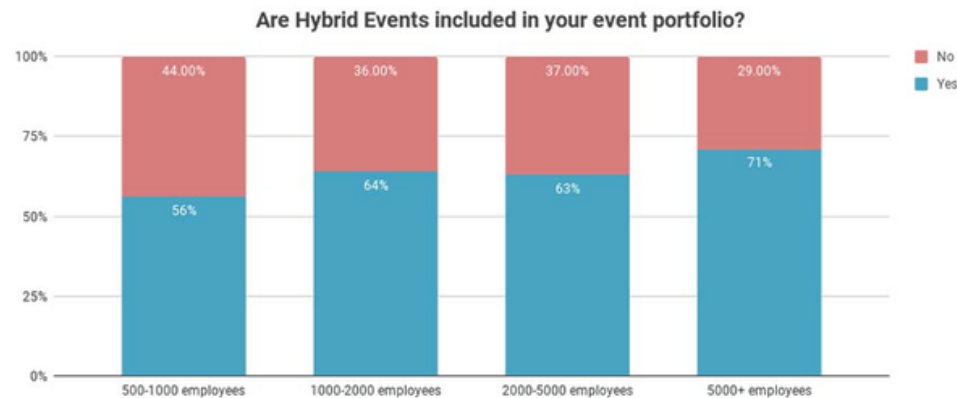
Met de versnelde opkomst van technologische oplossingen op bv. virtueel, of hybride te vergaderen, heeft veiligheid ook betrekking op de digitale beveiliging, zoals persoonsgegevens, bedrijfsinformatie en content die tijdens een bijeenkomst wordt gedeeld. De vele digitale platforms die tijdens de coronapandemie als paddenstoelen uit de grond schoten, waren daar niet allen goed op voorbereid en het was voor opdrachtgevers moeilijk te bepalen welke partijen hun beveiliging voldoende op orde hadden. Het devies is sindsdien ook om opdrachtgevers proactief te informeren over de maatregelen die je als locatie neemt om de gegevens van het bedrijf en haar gasten te beveiligen. Een ISO27001 certificering is daar een zeer uitgebreide variant van en is door enkele partijen (voornamelijk met meerdere locaties) in 2022 behaald.

Tip: zorg als locatie voor een heldere toelichting van wat je doet aan hygiëne, dus welke maatregelen je neemt en wat de gasten kunnen verwachten. Toon dat waar mogelijk aan met keurmerken.

2.1.4 Technologie, virtueel & hybride

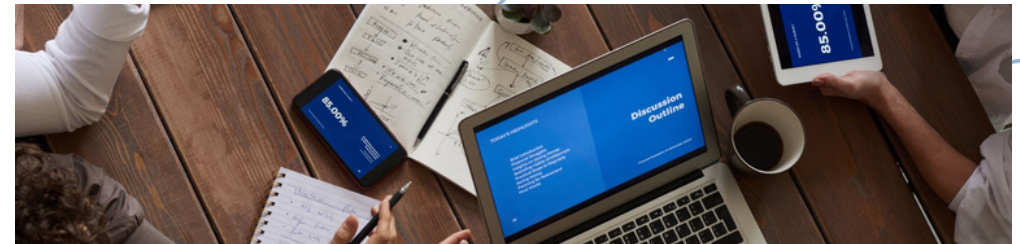
Het virtueel vergaderen is in het huidige tijdperk niet meer weg te denken en is dan ook volledig verweven in de MICE branche. De mogelijkheid voor deelnemers om vanuit huis in te bellen wanneer zij ziek zijn, in plaats van een inhaalsessie te plannen, is een voorbeeld van de kansen die dergelijke technologie onze markt biedt. Daarnaast biedt het kansen om groter bereik te creëren voor bv. congressen. Locaties kunnen hun capaciteit hierdoor vergroten, wanneer een locatie/zaalruimte fysiek 'vol' is.

In 2021 gaf 63% van opdrachtgevers met 2000-5000 medewerkers aan dat hybride bijeenkomsten onderdeel zijn en blijven van hun jaarplanning. Voor opdrachtgevers met meer dan 5000 medewerkers is dat zelfs 71% (Markletic Event Research, 2021).



Bron: Markletic Event Research, 2021

Bron: Markletic Event Research, 2021



'Het digitale aspect is niet meer weg te denken als je naar de toekomst van bijeenkomsten kijkt.'

— Robert Dingjan, Ministerie van Buitenlandse Zaken

Technologie valt inderdaad niet meer weg te denken. In de MICE branche omvat het o.a. de audiovisuele middelen die een locatie ter beschikking heeft om bv. een hybride meeting te organiseren. Dat houdt in dat een deel van de deelnemers de bijeenkomst online bijwoont en een deel fysiek op locatie. Dergelijke constructies vergen veel van techniek, omdat het voor twee doelgroepen tegelijk goed moet werken. Locaties kunnen daarom voordeel behalen wanneer zij AV in eigen beheer hebben, i.p.v. dit extern te moeten inhuren, omdat dit zowel in kosten als expertise een grote rol speelt.

Daarnaast is ook de kennis van de medewerkers op locatie een belangrijk aspect, omdat opdrachtgevers terugkoppelen het nog steeds moeilijker te vinden een hybride of virtueel congres te organiseren dan fysiek. Ook de mogelijkheid om bv. virtueel te vergaderen, middels programma's als GoMeet of Let's Get Digital, is snel in bekendheid toegenomen en wordt inmiddels op internationale schaal toegepast als milieuvriendelijk, veilig en kostenefficiënt alternatief voor een internationaal congres of, in mindere mate, zelfs beurzen. Het anticiperen op en investeren in de juiste technologie is voor locaties de komende jaren van essentieel belang om een competitieve marktpositie te behouden of juist verwerven.

Tip: investeer in kwalitatieve, hybride AV middelen. Wanneer dit financieel lastig is, kies dan liever voor kwaliteit en installeer dat in minder zalen. Dan schrijf je de AV praktisch minder snel af.

2.1.5 Maatschappelijke waarde creatie

Het belang van MVO wordt versneld door veel bedrijven onderstreept in o.a. het beleid voor externe bijeenkomsten. Iedere bijeenkomst dient bij te dragen aan zowel de winst onder aan de streep (Profit), als ook aan de maatschappij (People) en met zo min mogelijk impact op milieu en klimaat (Planet). Duurzaamheid wordt veel breder opgepakt dan enkel groen. Juist sociaal maatschappelijk wordt snel belangrijker.

'Het maken van positieve impact sijpelt door naar alle lagen van het congres.'

— Carola van der Hoeft,

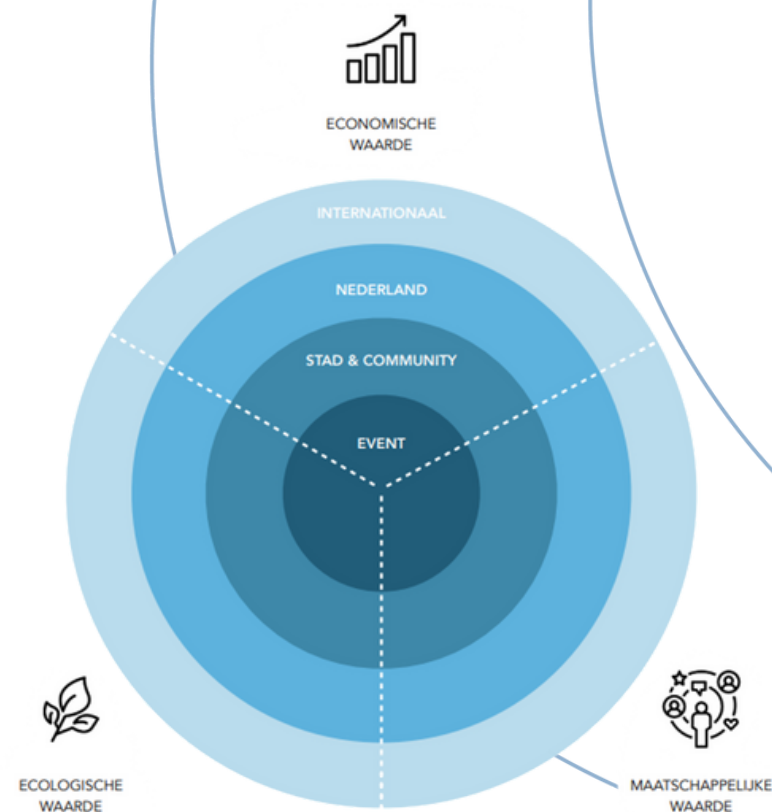
International Pharmaceutical Federation



Zakelijke bijeenkomsten worden steeds meer ingezet als aanjagers van economische, maatschappelijke en ecologische ontwikkelingen in en door Nederland. Het NBTC (2021) bevestigt de meerwaarde van zakelijke bijeenkomsten in het stimuleren van samenwerking, groei, kennisdeling en impact op specifieke thema's die voor de Nederlandse politiek of lokale initiatieven, gedreven door gemeenten en provincies, van belang zijn. Juist door de betreffende stakeholders te betrekken, worden de juiste bedrijven verbonden aan zowel lokale specialisten als bewoners in en bezoekers van de regio.

Tip: zoek lokale partners om meer impact te maken en vooral ook te tonen aan opdrachtgevers. Ga bv. samenwerken met de lokale soepkeuken of ga samenwerkingen aan met (hoge)scholen.

De waarde creatie van bijeenkomsten wordt opgesplitst in drie primaire doelen: meerwaarde op maatschappelijk, economisch en ecologisch vlak. Die focusgebieden zijn opgedeeld in vier sferen van invloed: bijeenkomst, stad & community, Nederland en internationaal. Voornamelijk op lokaal gebied kan impact relatief snel (binnen enkele maanden) meetbaar worden. Voor regio Steenwijkerland kunnen bv. bijeenkomsten met een focus op de automotive industrie, agricultuur en gezondheidszorg een directe meerwaarde bieden aan de voornaamste sectoren in de regio (Bedrijvenopdekaart, 2022). Met focus op kennisdeling en -ontwikkeling leveren zakelijke bijeenkomsten zo een bijdrage aan de verdere specialisatie van de regio, alsmede een economische impuls aan de lokale hospitality, retail en cultuur sectoren.



2.1.6 Bereikbaarheid

Duurzaam en veilig reizen staan centraal in meer dan alleen de MICE branche. Echter, de impact voor locaties is groot. De combinatie van OV reizen om de duurzaamheid en autoreizen om de veiligheid, doet de vraag naar locaties die beide kunnen aanbieden groeien. Een eigen parkeergelegenheid en de nabijheid van een treinstation worden de komende jaren eerder regel dan uitzondering.

Opdrachtgevers stellen hogere verwachtingen aan de duurzaamheid van bijeenkomsten, in het bijzonder aan de reizen van deelnemers. Een veel voorkomende eis is 'CO2 neutraal', waarbij er vaak gewerkt wordt met een CO2 compensatie om de rest-uitstoot na een duurzame reisbeweging te compenseren. Bovendien werkt deze ontwikkeling het reduceren van kosten in de hand, waardoor opdrachtgevers eerder overwegen om een bijeenkomst hybride of virtueel te organiseren. Het bieden van duurzame reisopties zijn voor een locatie daarom essentieel. Voorbeelden daarvan zijn laadpalen voor elektrische voertuigen, shuttle services van en naar treinstations en aanwezigheid van deelvervoer.



Tip: anticipeer op veranderingen in infrastructuur en neem in geplande projecten nieuwe technologie mee. Bij het aanpakken van een parkeerterrein, is het aanleggen van laadpalen een grote pré. Vergeet daarbij vooral niet de profilering van de locatie met de (nieuwe) faciliteiten of betere bereikbaarheid.

Bereikbaarheid is een essentieel aspect voor alle type bijeenkomsten, in het bijzonder voor trainingen en opleidingen, waarvan deelnemers veelal vanuit veel verschillende regio's naar de locatie reizen. Bereikbaarheid met het OV is voor dergelijke sessies zeer belangrijk. Hetzelfde geldt voor specifieke sectoren die een bovengemiddeld hoge focus hebben op duurzaamheid en daarmee (semi) verplicht met het OV dienen te reizen. Een voorbeeld daarvan is de Rijksoverheid, waar OV reizen altijd boven autoreizen gaat. Maar ook internationale corporate organisaties volgen steeds vaker deze werkwijze.



Tot slot wordt bereikbaarheid sinds enkele jaren ook breder opgevat binnen de MICE branche, namelijk als toegankelijkheid. De toegenomen focus op gelijkheid heeft sturing gegeven aan locaties om actief na te denken over de toegankelijkheid voor bv. mindervaliden in hun locatie. Daarbij wordt gedacht aan voldoende liften, hellingen i.p.v. trappen, koffie en thee faciliteiten op een andere hoogte, en ook facilitaire en sanitaire voorzieningen voorzien van de juiste hulpmiddelen. Ook in meeting zalen wordt steeds beter rekening gehouden met mindervaliden, door bv. extra brede deuren te plaatsen bij een renovatie.



2.1.7 Van nationaal naar regionaal

Door beperkte reisbereidheid van deelnemers, de groeiende focus op de engagement tijdens bijeenkomsten en de eisen rondom veiligheid, is de verwachting dat nationale congressen en grote bijeenkomsten vaker worden opgesplitst in kleinere, regionale bijeenkomsten. De gemiddelde groeps grootte is van 2019 (16,52) naar 2022 (15,47) met 6,4% afgenomen en bevestigt daarmee te verwachte trend (Onemeeting.com, 2022). Kleinere groepen leveren minder risico's op en interacteren makkelijker met elkaar waardoor de onderlinge verbindingen beter geacht worden dan die op nationale (grote) bijeenkomsten worden gelegd.

Bovendien is de impact van regionale bijeenkomsten op het milieu en klimaat vele malen lager dan (inter)nationale bijeenkomsten waarvoor meer en grotere reisbewegingen worden gemaakt. De bijdrage aan de lokale economie en maatschappij speelt daarnaast ook een belangrijke rol voor gemeentes en provincies, die juist de kennisdeling en specialisaties willen stimuleren voor hun eigen regio. Bijeenkomsten zijn daar een groot en essentieel onderdeel van.

Zoals het NBTC (2021) het beschrijft ontstaan er steeds meer satellieten en een digitale schil rondom (hoofd)evenementen. Het stelt opdrachtgevers in staat een breder publiek aan te trekken en meer deelnemers aan zich te binden, zonder dat de kosten evenredig meegroeien. Daarnaast bieden kleinere bijeenkomsten gemiddeld een authentiekere beleving, wat bijdraagt aan de gasttevredenheid; een van de belangrijkste KPI's om het succes van bijeenkomsten te meten voor opdrachtgevers. Kleinere events zijn ook uitermate geschikt om te netwerken, relaties op te bouwen tussen deelnemers en meer op de persoonlijke behoeftes van deelnemers in te gaan. Van generalisatie naar personalisatie, ook voor bijeenkomsten.

Op internationaal niveau, eist 61% van de professionals dat bijeenkomsten ook digitaal bij te wonen zijn. Bovendien is voor 57% van de deelnemers de verkorte reistijd het voornaamste voordeel, wat het organiseren van satelliet bijeenkomsten indirect in de hand werkt. De twee werelden van fysiek en digitaal zijn onlosmakelijk met elkaar verweven.

'Dat wat congressen moeten brengen: inspiratie en toevallige ontmoetingen, hebben we digitaal gezien veel minder dan wanneer we elkaar zien en spreken.'

— Focco Vijselaar, Ministerie van Economische Zaken



Tip: denk bewust na, samen met de gemeente en regionale maatschappelijke organisaties, over wat de meerwaarde van de regio is en hoe dit het beste gezamenlijk uitgedragen kan worden.

2.2 Kengetallen Meetings & Events (1/2)

Wat betekenen voornoemde trends en ontwikkelingen nu daadwerkelijk in cijfers? Op nationaal niveau wordt door het NBTC, CBS en ICCA frequent onderzoek uitgevoerd naar de MICE branche.

Bestemmingen van meerdaagse zakenreizen



Bron: NBTC-NIPO Research, ContinuZakenreisOnderzoek 2019

De regio's Overijssel, Drenthe en Flevoland zijn geen hoogvliegers voor meerdaagse interne zakenreizen, in vergelijking met de grote steden. Echter, jaarlijks weten toch 400.000 reizigers deze regio te bereiken en is het aanbod hier significant minder dan in bv. de Randstad. Dat zorgt voor een goede balans en biedt kansen voor de steden en regio's die hun beleid t.a.v. accommodaties en bijeenkomstlocaties goed op orde hebben en scherp in de markt zetten. Het is daarbij van belang de juiste doelgroep aan te spreken voor het juiste type bijeenkomst, zowel passend bij de regio als bij de eisen en budgetten van potentiële gasten.



De gemiddelde verdeling van bijeenkomsttypes in Nederland is volgens NBTC (2021) het bovenstaande. Het gros betreft eendaags, voor bv. een training, opleiding of vergadering, gevolgd door congressen, beurzen en seminars waarvan een beperkt aantal meerdaags is. De verhoudingen tussen bijeenkomsttypen in de statistieken worden bevestigd door de Onemeeting.com benchmark o.b.v. 2018, 2019 en Q1 & Q2 van 2022. Die bevestigen de meerderheid van trainingen en opleidingen met 63,2% van het totaal, gevolgd door vergaderingen met 24,6%. Echter, wanneer er naar omzet wordt gekeken in plaats van aantallen, staan congressen, beurzen en seminars circa gelijk met de gehele training-, opleiding- en vergadermarkt. Immers, de groepsgroottes en uitgaven verschillen per type bijeenkomst aanzienlijk.

2.2 Kengetallen Meetings & Events (2/2)

De segmentatie van branches biedt voor locaties meerwaarde wanneer deze gecombineerd wordt met de type bijeenkomsten per sector en daarmee de te bewerken doelgroep. Gemiddeld voor Nederland waren dit

de bijeenkomsttypes per sector o.b.v. aantal bijeenkomsten. De verdeling op omzetriveau laat een gelijkere spreiding zien tussen bijvoorbeeld Training en Congres, vanwege de grote verschillen in deelnemers.

Branches	Type bijeenkomsten															
	Training	Vergadering	Opleiding	Cursus	Lunch	Presentatie	Diner	Congres	Particulier event	Workshop	Examen	Seminar / Symposium /	Feest	Overig klein	Overig groot	Anders
Accounting & Accounting Consultancy	5,06%	43,04%						3,80%						15,19%	8,86%	24,05%
Agrarisch	75,65%	17,29%	1,83%		0,56%	2,12%	0,28%	0,28%	0,21%	0,64%	0,28%	0,21%	0,28%	0,35%		
Automotive & Transport	27,55%	51,70%	8,10%	1,13%	0,32%	3,73%	0,49%	1,13%		1,78%		0,49%	0,65%	1,94%	0,65%	0,32%
Banken & Financien	15,53%	47,83%			1,24%	9,32%	4,97%	1,86%	0,62%	6,83%				10,56%		1,24%
Bouw & Engineering	44,57%	25,42%	7,19%	7,59%	2,30%	5,35%	4,72%	0,81%		0,58%		0,35%	0,35%	0,52%	0,29%	0,00%
Business Consultancy	8,18%	20,75%			0,63%	0,63%	0,63%					1,26%		44,03%	6,92%	16,98%
Chemie	7,41%	34,57%		1,23%		4,94%	4,94%	33,33%				9,88%	1,23%		2,47%	
Congresbureaus/PCO	5,25%	89,44%	0,11%	0,62%	0,23%	1,13%	0,11%	0,28%		2,26%		0,23%	0,17%	0,11%	0,06%	
Energie & Electra	5,08%	21,90%		0,32%	0,32%	2,86%	1,90%	2,54%	0,32%	3,81%			8,25%	46,98%	2,86%	2,86%
Entertainment & Evenementenburos	18,49%	41,64%	0,11%	1,55%	16,83%	3,32%	0,78%	0,33%	8,53%	1,33%	0,11%	0,11%	1,55%	1,33%	3,43%	0,55%
Facilitaire Diensten		3,68%				0,61%							0,61%	49,08%	19,02%	26,99%
FMCG (Fast Moving Consumer Goods)	17,36%	28,05%	0,38%	0,75%	44,91%	3,65%	0,38%	0,75%		2,01%	0,13%	0,25%	1,13%	0,25%		
ICT & Telecommunicatie	9,32%	13,62%	1,19%	2,51%	54,72%	1,31%	0,24%	0,36%		0,24%		0,36%	0,12%	3,46%	1,67%	10,87%
Industrie & Machines	25,82%	64,22%	2,03%	2,24%	0,05%	1,33%	0,38%	0,84%		1,08%	1,46%	0,11%	0,03%	0,30%	0,05%	0,05%
Intermediairs MICE	16,61%	36,99%	0,63%	6,58%	1,88%	1,88%	0,00%	1,25%		0,31%		1,57%		26,33%	5,64%	0,31%
Juridisch & Recht	15,18%	53,96%	1,06%	1,14%	13,55%	3,10%	2,45%	3,18%	0,08%	1,71%	0,24%	0,24%	0,98%	1,71%	0,41%	0,98%
Maatschappelijke organisaties	14,61%	61,00%	0,87%	0,95%	0,95%	0,64%		0,16%		0,24%				8,18%	5,00%	7,39%
Media & Uitgevers	17,51%	63,37%	0,25%	2,45%	1,05%	5,24%	1,10%	3,99%		1,45%	0,30%	1,40%	0,35%	1,00%	0,40%	0,15%
Medisch & Pharmacie	38,97%	14,96%	26,53%	5,24%	1,93%	0,86%	0,72%	0,55%		0,33%	2,02%	0,31%	0,16%	4,57%	0,88%	1,98%
Onderwijs & Permanente Educatie	4,64%	31,13%	0,33%	0,33%	2,32%	5,63%		0,33%		0,66%		0,33%		28,81%	15,23%	10,26%
Onroerend goed & Makelaardij	15,34%	69,80%	0,37%	0,68%	0,21%	5,22%	1,15%	2,56%		1,72%	1,46%	0,37%	0,37%	0,16%	0,21%	0,42%
Overheid	4,18%	28,03%	0,42%	2,51%	1,67%	4,60%	1,26%	0,00%	0,42%	0,84%	2,51%		1,67%	31,38%	15,48%	5,02%
Particulier/geen branche	7,69%	32,69%					1,92%	7,69%					3,85%	11,54%	34,62%	
Politiek	15,07%	28,77%		34,25%	1,37%	5,48%	2,74%					1,37%	1,37%	5,48%	1,37%	
Reclame, PR & Communicatie	2,80%	7,48%			1,40%	0,93%	22,90%		58,88%			0,00%		1,87%	3,74%	
Reisburo & Touroperators		4,04%				4,04%	1,01%	7,07%				61,62%		11,11%	7,07%	4,04%
Religie	25,28%	50,57%			0,38%	3,40%	1,89%	1,89%	0,38%			0,38%	2,26%	0,75%	12,83%	
Retail & Groothandel	4,23%	25,38%	0,38%	0,38%		1,15%	18,85%	1,92%		0,77%		0,38%		20,38%	6,92%	19,23%
Servicclub	7,61%	45,29%	0,36%	0,36%	0,36%	6,52%		0,72%		2,90%				25,36%	9,78%	0,72%
Training & Opleiding	63,29%	2,92%	28,08%	4,70%	0,01%	0,13%	0,04%	0,10%		0,23%	0,34%	0,12%			0,05%	
Verzekeringen	7,00%	40,06%	0,84%		6,72%	3,64%	7,28%	0,84%	17,37%	1,68%		0,28%	11,48%	2,52%	0,28%	

2.3 Ontwikkelingen in regio Steenwijkerland (1/2)

De omzet voor de regio binnen 45 minuten van Steenwijkerland, is goed voor ca. 18,3% van de jaarlijkse binnenlandse MICE omzet. De congresmarkt beslaat ca. 1/5e daarvan en biedt een stevig houvast voor locaties met hoge zaalcapaciteiten.

REGIO STEENWIJKERLAND ALS % VAN NEDERLAND



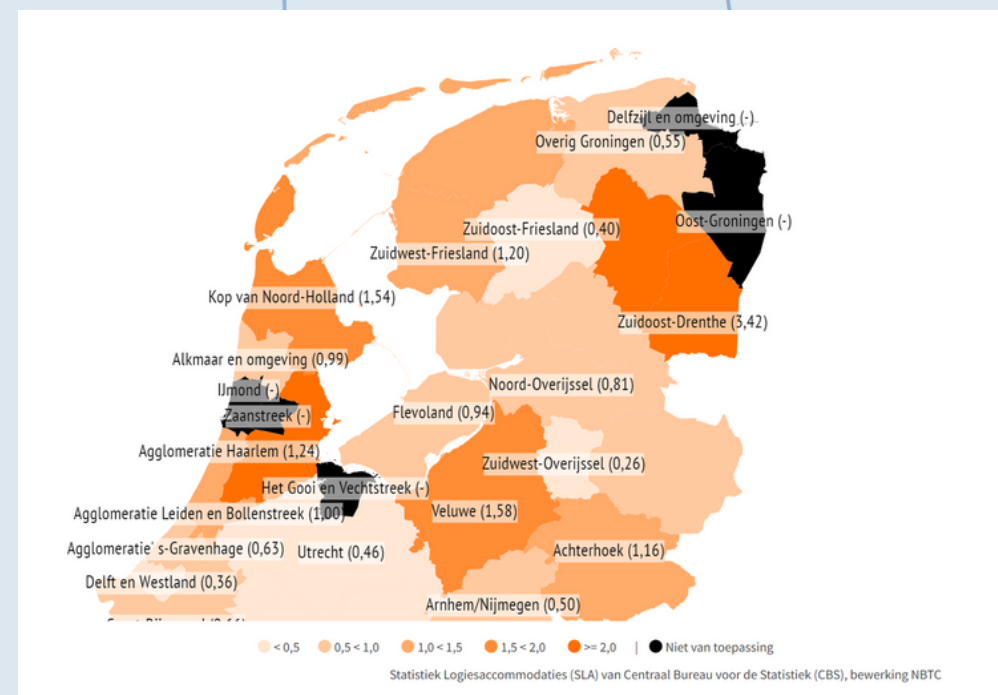
GEMIDDELDE GROEPSGROOTTES REGIO STEENWIJKERLAND



De regio Steenwijkerland biedt voor verscheidene sectoren een geschikte uitvalsbasis, zoals ook blijkt uit de regionale statistieken. Gerangschikt op jaaromzet, zijn de marktsegmenten Training & Opleiding (27%), Onderwijs & Permanente Educatie (9,4%) en Overheid (9,4%) de koplopers. Gevolgd worden zij door Medisch & Pharmacie; een branche die normaliter geen 9,3% van de regio omzet vertegenwoordigt. Daarnaast zijn ook de Automotive & Transport (3,9%) en Retail & Groothandel (2,4%) relatief goed vertegenwoordigd (Onemeeting.com, 2022). Dat sluit aan bij de voornaamste sectoren die de regio bedient, waaronder Groot- en detailhandel/Reparatie van auto's (19,4%), Bouwnijverheid (6,7%) en gezondheids- en welzijnszorg (7,1%). Potentiële groeimarkten zijn Financiële instellingen (8,5%), Advies en onderzoek (9,2%) en Landbouw, bosbouw & visserij (11,7%) (Bedrijvenopdekaart, 2022).

Op overheidsniveau wordt er actief gestuurd op een goede spreiding van zowel bijeenkomsten (MICE) als overnachtingen wat vervolgens wordt gemeten op COROP niveau, zijnde de gebiedsindeling voor analytische doeleinden. De overnachtingen in logiesaccommodaties in specifieke regio's afgezet tegen het aantal inwoners, drukt een intensiteit uit van het toerisme op de lokale bevolking. Voor de regio Steenwijkerland zijn er geen directe statistieken. De omliggende regio's Flevoland en de Veluwe schetsen echter een positief totaalbeeld dat de potentie voor Steenwijk en omstreken ten goede komt. Het op de kaart zetten van Steenwijk als bestemming voor zakelijke doeleinden is daarvoor de taak ten uitvoer.

Corop-gebied	jaar	jan	febr	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	tot
		aantal overnachtingen per 100 inwoners per dag												
Noord-Overijssel	2013	0,43	0,56	0,70	1,76	3,50	2,54	3,52	4,96	1,80	1,85	0,58	0,50	1,90
	2014	0,41	0,42	0,53	2,05	2,83	3,76	4,24	5,51	2,16	1,41	0,61	0,56	2,05
	2015	0,45	0,54	0,55	1,76	3,81	3,04	5,07	5,11	2,11	2,00	0,60	0,61	2,15
	2016	0,46	0,51	0,95	1,77	3,33	2,75	4,30	4,96	2,18	2,13	0,57	0,63	2,06
	2017	0,64	0,61	0,83	2,36	2,85	3,30	4,65	6,18	2,57	2,15	0,74	0,91	2,33
	2018	0,68	0,60	1,00	2,15	3,73	2,98	4,90	6,34	2,78	2,43	0,88	0,89	2,47
	2019	0,56	0,51	0,69	2,64	2,48	4,10	5,08	6,98	2,59	2,17	0,75	0,81	2,46
	2020	0,61	0,59	0,48	0,26	0,80	2,15	5,33	7,46	2,97	1,68	0,45	0,46	1,95
	2021	0,43	0,49	0,62	1,26	3,77	3,26	6,00	8,01	3,69	2,66	0,82	0,53	2,65



2.3 Ontwikkelingen in regio Steenwijkerland (2/2)

De vraag naar locaties voor bijeenkomsten in de regio is duidelijk en aantoonbaar aanwezig. Minstens net zo belangrijk is dan ook het locatie aanbod in de regio, met name het volume en de spreiding daarvan. Het aantal logies accommodaties in Steenwijkerland (STW.Visie.WW, 2020) is hoog, in vergelijking tot andere gemeenten, maar het aandeel hotels (2,7%) dat voor zakelijke gasten geschikt is, is met slechts een aantal Fletcher hotels zeer beperkt. Bovendien zijn de meeste accommodaties op het vrijetijds-toerisme toegespitst waardoor het aanbod in nog mindere mate aansluit bij de zakelijke toeristen. Het locatie aanbod dat voor MICE geschikt is, beperkt zich tot de Fletcher Hotels, Van der Valk Wolvega-Heerenveen, Hotel Frederiksoord, Buitengoed Fredesheim, MFC Hoogtij en De Meenthe. Daarmee kan gesteld worden dat de vraag naar bijeenkomstlocaties groter is dan het aanbod.

2,7%

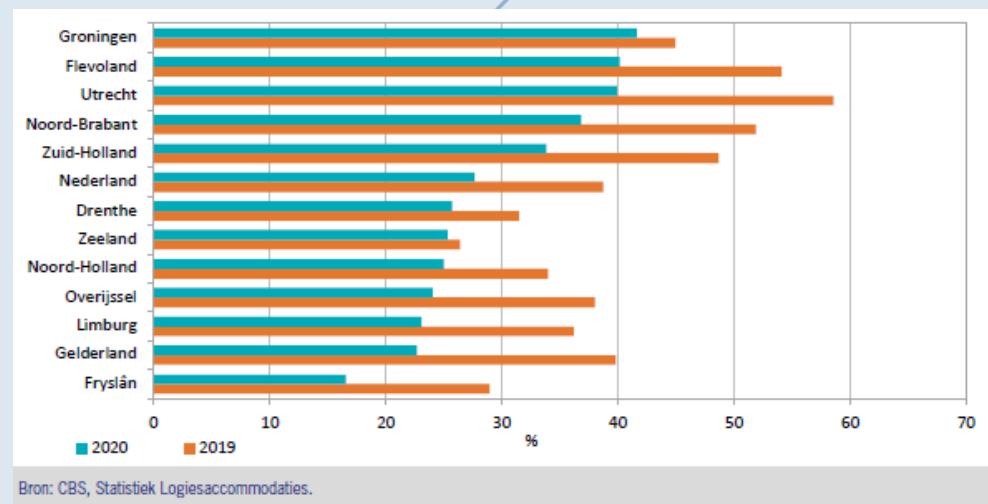
**AANDEEL HOTELS IN
STEENWIJKERLAND**

€340

**GEMIDDELDE BESTEDING
VAN ZAKENREIZIGERS IN
OVERIJSEL (2019)**

€96

**GEMIDDELDE CONGRES
FEE OVERIJSEL (2019)**



Daarnaast speelt ook de infrastructuur een cruciale rol in het benutten van de marktpotentie van zakelijk toerisme in de regio. De bereikbaarheid met het openbaar vervoer is, met het Intercity station, goed en wordt naar verwachting zeer goed met de komst van het OV Transferium. Anderzijds, zijn de snelwegen naar de regio vaak (landelijke) knelpunten en stokt dat de bereikbaarheid. Bovendien is er weinig aanvullend zakelijk aanbod in de regio, zoals dat in steden als Zwolle wel het geval is. Denk daarbij aan bv. horecagelegenheden en retail.

'We moeten heel goed de thema's uitkiezen waar binnen wij congressen naar Nederland willen halen.'

— Desiree van Gorp, Raad van toezicht NBTC

Echter, de regio biedt vele kansen. Door de juiste doelgroepen te bepalen, daar een actief beleid op te schrijven en op te trekken met bv. het NBTC om de regio voor hen op de kaart te zetten. De DESTEP methode kan daar een goede basis voor bieden, i.c.m. het NBTC ecosysteem en haar ambitie om landelijk Meeting Legacies te realiseren (NBTC, 2021).

2.4 SWOT Steenwijkerland

Het is essentieel om voor de Gemeente Steenwijkerland in kaart te brengen waar het beleid t.a.v. zakelijk toerisme succes op kan behalen of op kan stuklopen, complementair zijnde aan vrije-tijds toerisme waarop nu door de gemeente veel focus wordt gelegd en beleid op wordt geschreven. De kernzaken zijn opgenomen in deze SWOT, een analyse van de sterktes en zwaktes met bijbehorende kansen en risico's.

Strengths

- Een eigen Intercity station met directe verbindingen naar Den Haag, Utrecht, Rotterdam, Leeuwarden, Amsterdam Zuid.
- Aan de snelweg gelegen, i.c.m. voldoende parkeergelegenheid.
- Uitstekende uitwijkmogelijkheden naar het Weerribben-Wieden Nationaal Park en daarbij behorende faciliteiten.

Weaknesses

- Het zeer beperkte aanbod (kwalitatieve) hotels voor zakelijke gasten.
- Beperkte horeca faciliteiten, met onvoldoende variatie in bv. niveau van de gastronomie.
- Weinig zakelijk aanbod en hoge leegstand in de regio, zoals bv. retail.

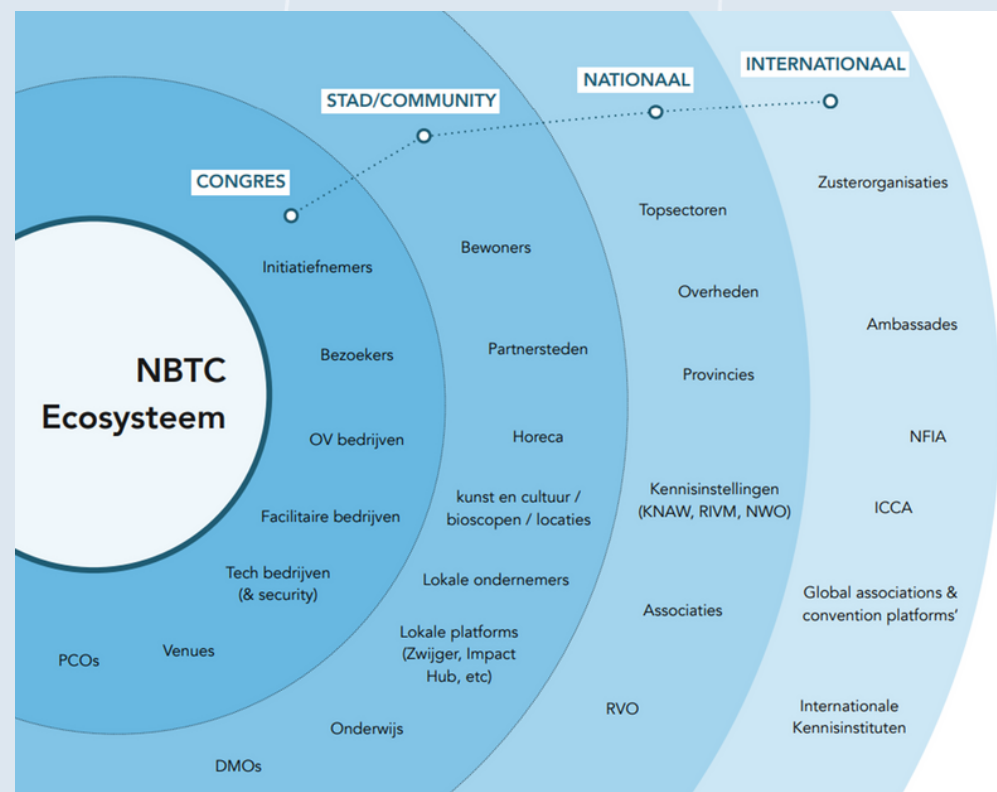
Opportunities

- Het te bouwen OV Transferium, waarmee Steenwijk als hub gaat fungeren voor de gehele regio, haar rol daarmee verandert en overflow congresregio Zwolle (nog) beter kan opvangen.
- De geschiedenis als vestingstad verder uitdragen om ook specifieke zakelijke doelgroepen aan te trekken.
- Samenwerkingen met regionale en nationale organisaties, zoals het NBTC, om Meeting Legacies te realiseren.
- Het verder benutten van de regionale successen van bv. Giethoorn als attractie voor ook de zakelijke reiziger i.c.m. met vrijetijdsbesteding.
- Nieuw bedrijventerrein Eeserwold voor lokale omzetkansen.

Threats

- Langdurige daling van de lokale toeristische uitgaven per persoon.
- Beperkt beleid en imago op gebied van zakelijke toerisme.

Het model dat NBTC heeft ontwikkeld kan houvast bieden in het verder uitwerken van plannen o.b.v. de SWOT. Het NBTC herkent daarbij drie primaire rollen: Kennispartner, Coalitiebouwer en Agendasetter. Voor iedere rol kan men kiezen deze zelf of met externen in te vullen. Het is van belang een kennispartner in de regio te vinden of worden, zodat er op basis van data kan worden samengewerkt met lokale bedrijven en locaties, om uiteindelijk een heldere visie en richting te ontwikkelen die bijdraagt aan alle stakeholders in de regio. Een voorbeeld van dergelijke samenwerking is het organiseren van een congres op een locatie met sprekers van lokale bedrijven die hun partners, relaties en klanten ook uitnodigen om het statement te maken aan de gemeente dat een sector of maatschappelijk thema meer aandacht verdient.



2.5 Commerciële SWOT De Meenthe

Voor Rabo Theater de Meenthe, aanvullend te ontwikkelen naar Meeting Center de Meenthe, is een SWOT opgesteld waarin de bepalende factoren op zijn genomen die impact hebben op de bedrijfsvoering. De SWOT toont aan waar de kansen liggen zowel de korte als midden-lange termijn en wat de risico's zijn. Hierin zijn zowel marktontwikkelingen als regionale en lokale zaken opgenomen om tot één commercieel totaalbeeld te komen, op basis waarvan adviezen geschreven zijn en een commerciële business case op gebaseerd is voor Meeting Center de Meenthe.



	Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Locatie specifiek	Functionele theaterzaal (605 stoelen) t.b.v. congressen	Geen duurzaamheidsbeleid- of keurmerk	Grote vraag naar duurzame locaties	
	Eigen horecavoorzieningen met een zelfstandig team dat hiermee reeds bekend is	Beperkte (operationele & commerciële) kennis en ervaring met high-end bijeenkomsten en duurzame invulling ervan	Weinig tot geen (kwalitatief hoogwaardige) concurrentie zakelijke bijeenkomsten	
	Zeer multifunctioneel gebouw, met grote & kleine zalen waarmee een brede doelgroep aangesproken wordt	Huidige kwaliteit van ruimtes en faciliteiten sluiten onvoldoende aan bij de zakelijke doelgroep.	Green Key certificering om tot top 670 binnen NL te behoren	
Bereikbaarheid	Intercity station op loopafstand met directe verbindingen: Den Haag, Utrecht, Rotterdam, Leeuwarden, Amsterdam Zuid	Vaak files op de omliggende snelwegen (vooral langs Zwolle) met 2-baans wegen	Overflow opvangen van congresregio Zwolle door goede bereikbaarheid van de regio.	
	4 min/1,4 km van snelweg	Ver van bekende grote steden		
	Gratis & ruime parkeergelegenheid met eigen laadpalen			
Gebiedsontwikkeling	Rijke lokale historie als vestingsstad	Weinig kwalitatieve hotels in de omgeving	OV-Transferium	Doorlooptijd van projecten zoals transferium
			Weinig concurrentie op kwalitatieve zalenverhuur	Ontwikkeling concurrentie wanneer regio groeit
Regio beleid		Parkeerbeleid met blauwe schijf op werkdagen met max. 3 uur parkeertijd		Slechte bewegwijzering in de stad/regio, moeilijk navigeren voor nieuwe klanten
Imago & bekendheid	Groot regionaal mond-tot-mond netwerk	Nationaal weinig tot geen bekendheid	Giethoorn regio koppelen	
	NP Weerribben-Wieden		Focus op duurzaam (zakelijk) toerisme en Bleisure	
	Klanten zoals UMCG, Natuurmonumenten, Defensie, Politie, GGD, kennen de locatie reeds		Cross-selling met congresregio Zwolle, door bijvoorbeeld meerdaagse congressen verdeeld over twee steden	
Marktontwikkeling	De culturele programmering en vraag naar zakelijke bijeenkomstlocaties zijn (veelal) complementair	Gemiddeld lage uitgaven per gast t.o.v. zowel nationale als regionale statistieken	Meeliften door opvang overflow Giethoorn regio met internationale potentie	Groeiende hoeveelheid digitale meetings drukt op het aantal fysieke meetings.
	Er is een basis omzet vanuit zakelijke bijeenkomsten	Mogelijke overlap in gewenste dagen qua bezetting tussen culturele programmering en zakelijke bijeenkomsten.	Regionale bijeenkomsten veren het snelste terug in zwaar economisch weer	Afhankelijkheid van samenwerking met gemeente om ontwikkeling zakelijk toerisme te stimuleren
			Opvang overflow MICE Zwolle regio	
			Door bekendheid binnen culturele/maatschappelijke doelgroep, kans om in low yield periodes deze doelgroep aan te spreken met lagere tarieven om wel bezetting te realiseren.	
Arbeidsmarkt			Overgang van fysiek naar hybride/digitaal, waar nog weinig concurrentie in de regio voor is.	
	Er is een vast team reeds in dienst	Gevestigd in kleine stad met vergrijzende bevolking	Werken voor meeting centers meer in trek dan hotels	Zeer krappe arbeidsmarkt met sterke lokale daling

3. BUSINESS CASE

3.1 Advies over prijsbeleid

De prijzen zijn afgezet tegen concurrentie op lokaal en regionaal vlak, getoetst tegen markt-brede benchmarks vanuit Onemeeting.com en gebaseerd op een vernieuwd Meeting Center met voorgestelde investeringen. Daarnaast is een dynamisch prijsbeleid (BAR) het advies, om zowel op drukke dagen als in rustige periodes een zo hoog mogelijke bezetting te realiseren en daarmee een optimale omzet te bewerkstelligen. Dat beleid is gebaseerd op vier prijsniveaus, waartussen significante verschillen zitten. Daarnaast is onderscheid gemaakt op losse zaal verhuur (DD betekent dagdeel) en verhuur op arrangement-basis.

Arrangementen	Arrangementsprijzen 2023			
	BAR A	BAR B	BAR C	BAR D
2-uur	€ 27,50	€ 25,50	€ 23,50	€ 20,50
4-uur excl. lunch	€ 39,00	€ 36,00	€ 33,00	€ 30,00
4-uur incl. lunch	€ 54,00	€ 51,50	€ 48,00	€ 43,50
8-uur incl. lunch	€ 69,00	€ 64,00	€ 56,50	€ 49,00
2-uur catering	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00
4-uur catering	€ 13,50	€ 13,50	€ 13,50	€ 13,50
4-uur catering + lunch	€ 33,00	€ 33,00	€ 33,00	€ 33,00
8-uur catering	€ 39,50	€ 39,50	€ 39,50	€ 39,50

BAR staat voor Best Available Rate en kan per dag verschillen, daarom meerdere BAR niveaus.

							Zaalhuur prijzen 2023			
Zalen	M2	U / Board	Theater	Cabaret	School	Pax. Gem.	BAR A 1DD	BAR B 1DD	BAR C 1DD	BAR D 1DD
FRISO Vestzaktheater			126			76	€ 1.200,00	€ 1.125,00	€ 975,00	€ 875,00
Vestzakfoyer			250			150	€ -	€ -	€ -	€ -
ELEQ Theaterzaal			605			363	€ 1.950,00	€ 1.750,00	€ 1.500,00	€ 1.350,00
Theaterfoyer			250			150	€ -	€ -	€ -	€ -
Zaal 1	45	12	30	15	12	8	€ 300,00	€ 250,00	€ 210,00	€ 190,00
Zaal 2	35	12	30	15	12	8	€ 300,00	€ 250,00	€ 210,00	€ 190,00
Zaal 1 + 2	80	26	70	30	24	16	€ 510,00	€ 430,00	€ 340,00	€ 320,00
Zalen 3, 6, 9	48,5	16	30	20	16	10	€ 300,00	€ 250,00	€ 210,00	€ 190,00
Zalen 4, 5, 7, 8	18	6				4	€ 220,00	€ 180,00	€ 150,00	€ 140,00
Zaal 10	174,6	30	110	40	42	18	€ 925,00	€ 875,00	€ 800,00	€ 725,00
Zaal 11	78,4	16	40	30	16	10	€ 510,00	€ 430,00	€ 340,00	€ 320,00
Zalen 12, 13, 14	40,5	10	20	18	12	6	€ 300,00	€ 250,00	€ 210,00	€ 190,00
Grand café foyer			550			330	€ -	€ -	€ -	€ -

De zaalcapaciteiten betreffen een raming uit door Onemeeting Services opgestelde rapport d.d. Mei 2022 en kunnen in realiteit afwijken.

3.2 Basis uitgangspunten en aannames

Ten behoeve van de doorrekening van de business case op omzet en kosten, zijn er een aantal aangenomen waarden die hierin zijn opgenomen. Daaronder vallen o.a. de verdeling van bijvoorbeeld verhuur per 2, 4 of 8 uren (duur bijeenkomst), omdat de verhuur van bv. één dagdeel de beschikbaarheid voor een gehele dag in de weg zit. De variabelen zijn gelijk aan onze landelijke benchmarks. Daarnaast is rekening gehouden met een benchmarked Cost of Sales voor catering inkoop, die door De Meenthe nader bepaald dient te worden, evenals andere operationele kosten vanwege de overlap met bestaande bedrijfsvoering van het theater.

Op jaarbasis kan een locatie realistisch gezien 400 dagdelen verhuurd worden. Een dagdeel betreft een periode van bv. 09:00 uur t/m 13:00 uur of 13:00 uur t/m 17:00 uur. Bij standaard openingstijden (zijnde werkdagen) kan iedere zaal in een locatie 10 dagdelen per week verhuurd worden. O.b.v. acht jaar exploitatiedata heeft Onemeeting.com vastgesteld dat er van gemiddeld 52 weken per jaar, twaalf weken zeer lage bezetting vertoonden, zijnde gedurende schoolvakanties. Om tot een realistische omzetberekening te komen, zijn die niet meegeteld als verhuurbare dagdelen, maar kan hier met culturele programmering of maatschappelijk verhuur, nog wel enige omzet uit geput worden.

De andere aangenomen waarden betreft de vergoeding voor de diensten van Onemeeting.com, bestaande uit reserveringen, sales, marketing, administratie, facturatie en gebruik van Onemeeting System. De Meenthe besteedt daarmee het gros van de commerciële exploitatie uit aan de Meeting Experts van Onemeeting.com in een schaalbare samenwerking. Dat biedt zekerheid van continuïteit en een professionele organisatie die expert is in het plannen van bijeenkomsten. De vergoeding bestaat uit een vaste en variabele fee, waarbij de vaste fee* de basis kosten zoals sales, marketing en het reserveringssysteem dekt, en de variabele fee** de kosten per boeking, zoals de reserveringsmedewerkers, de facturatie en het daaraan gelieerde debiteurenbeheer. De eenmalige implementatiekosten betreffen het volledig inrichten van het systeem, opstellen van het prijs beleid en presenteren van de locatie op de juiste zichtbaarheidskanalen.

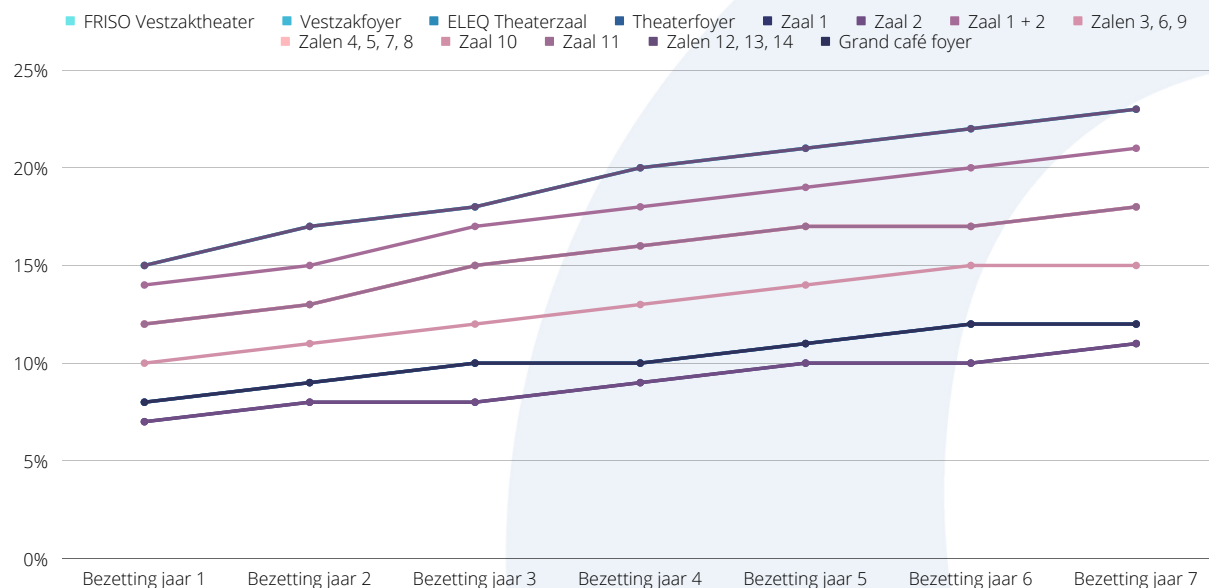
Variabelen	#
Deel 2-uur	11,4%
Deel 4-uur	8,6%
Deel 4-uur + lunch	21,1%
Deel 8-uur	54,0%
Verhuurbare dagdelen / jaar	400
CoS (inslag) catering	25%
Onderhoudskosten o.b.v. zaalhuur	4%
Vaste fee Onemeeting.com	€ 50.000,00
Variabele fee Onemeeting.com	12%
Eenmalige implementatiekosten	€ 7.500,00

De aannames t.a.v. de catering inslag en de onderhoudskosten zijn een langjarig gemiddelde o.b.v. de Onemeeting Services data van locaties die deels of geheel onder haar management verkeren, en kunnen voor een nog nauwkeurigere berekening worden aangevuld met die van Theater de Meenthe om een totaalberekening te compileren.

Om de aannames en benchmarks extra te verifiëren, is er een lokaal concurrentieonderzoek uitgevoerd om potentiële doelgroepen en klanten voor Meeting Center de Meenthe te definiëren. Er hebben bezoeken bij locaties plaatsgevonden, zoals Buitengoed Fredesheim, BC Steenwijk, Van der Valk Wolvega en meerdere Fletcher hotels. Er is geconcludeerd dat het gros van de bijeenkomsten door lokale en regionale klanten wordt geboekt, met voldoende vraag naar ruimtes voor trainingen & opleidingen en zorginstelling of daaraan gelieerde bedrijven. De nationale markt is nog niet of nauwelijks in de regio aanwezig en biedt veel potentie als de bestemming Steenwijk goed op de kaart wordt gezet.

3.3 Bezetting en jaarlijkse groeicurve

In onderstaande tabel is een groeimodel uitgewerkt dat uitgaat van een nieuw Meeting Center, waarbij er de eerste jaren sprake is van een bovengemiddeld snelle groei door inzet op naamsbekendheid en binding van lange-termijn contractklanten die vanaf circa jaar twee optimaal gaan renderen. Daarnaast verschilt het bezettingspercentage per zaaltype. Dit is een bewuste keuze omdat deze ook ander type klanten aantrekken. Een groot congres heeft bv. een andere frequentie dan een BHV training. De percentages zijn daar dan ook op aangepast. Er is in de bezettingspercentages geen rekening gehouden met de mogelijke overlap met de culturele programmering die zakelijke verhuur zou kunnen beperken en daarmee de bezetting van zakelijke verhuur kan verlagen.



Bezetting	Bezetting jaar 1	Bezetting jaar 2	Bezetting jaar 3	Bezetting jaar 4	Bezetting jaar 5	Bezetting jaar 6	Bezetting jaar 7
YOY Groei	0,00%	10,00%	10,00%	8,00%	6,00%	5,00%	5,00%
FRISO Vestzaktheater	15,00%	16,50%	18,15%	19,60%	20,78%	21,82%	22,91%
Vestzakfoyer	15,00%	16,50%	18,15%	19,60%	20,78%	21,82%	22,91%
ELEQ Theaterzaal	8,00%	8,80%	9,68%	10,45%	11,08%	11,64%	12,22%
Theaterfoyer	8,00%	8,80%	9,68%	10,45%	11,08%	11,64%	12,22%
Zaal 1	7,00%	7,70%	8,47%	9,15%	9,70%	10,18%	10,69%
Zaal 2	7,00%	7,70%	8,47%	9,15%	9,70%	10,18%	10,69%
Zaal 1 + 2	14,00%	15,40%	16,94%	18,30%	19,39%	20,36%	21,38%
Zalen 3, 6, 9	12,00%	13,20%	14,52%	15,68%	16,62%	17,45%	18,33%
Zalen 4, 5, 7, 8	12,00%	13,20%	14,52%	15,68%	16,62%	17,45%	18,33%
Zaal 10	10,00%	11,00%	12,10%	13,07%	13,85%	14,54%	15,27%
Zaal 11	12,00%	13,20%	14,52%	15,68%	16,62%	17,45%	18,33%
Zalen 12, 13, 14	15,00%	16,50%	18,15%	19,60%	20,78%	21,82%	22,91%
Grand café foyer	8,00%	8,80%	9,68%	10,45%	11,08%	11,64%	12,22%

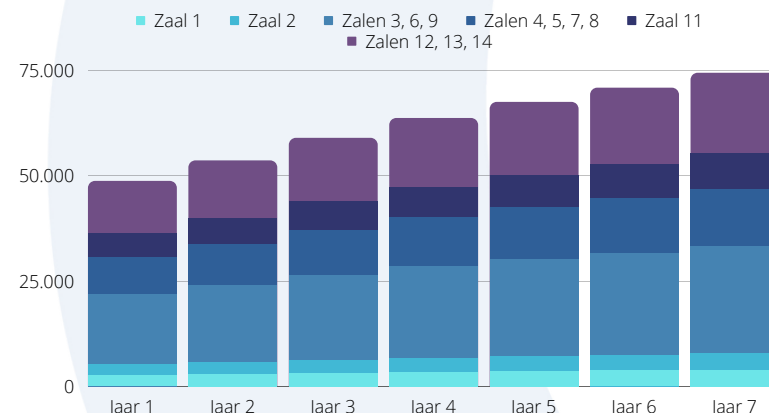
Percentage bezetting gebaseerd op het aantal te verhuren dagdelen per jaar, rekening houdend met vakanties en geen bezetting in avonduren.

3.4 Doortekening omzet op jaarbasis

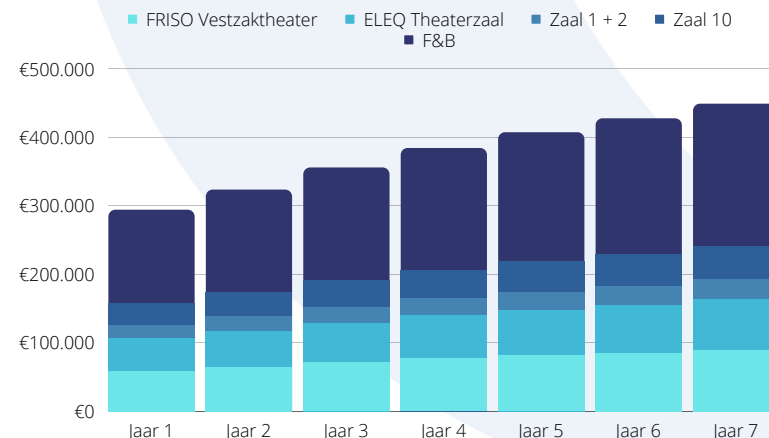
De omzet op jaarbasis is opgebouwd uit twee primaire omzetstromen: omzet uit losse zaal verkoop en omzet uit arrangementsverkoop. Er is bewust onderscheid in de twee gemaakt, om ook het belang van deze stromen te tonen. Omzet uit vergaderarrangementen is gebaseerd op de verkoop van kleinere zalen die geschikt zijn voor trainingen, opleidingen, vergaderingen en andere kleine bijeenkomsten tot ca. 20 personen. Dan is het vaak de per persoonsprijs waarnaar door de opdrachtgever gekeken wordt en levert een vergaderarrangement het handigste prijsbeleid.

De omzet uit losse zaalhuur en catering is afkomstig van de grote(re) bijeenkomsten, zoals congressen, die in de grotere zalen gehouden worden. Daarbij wordt vaak gerekend met een bedrag zaalhuur en een los cateringarrangement dat per persoon wordt berekend. Op die manier is er ook een voor de locatie gunstigere omzetsplitsing te realiseren zodat de Cost of Sales voor catering ook altijd ruim gedekt blijft. De grotere bijeenkomsten leveren dan ook vanzelfsprekend het meeste op in de totale omzet, zoals in de berekeningen hieronder ook zichtbaar is. Echter, deze omzet kost ook meer om binnen te halen, zowel aan commercieel budget vooraf als operationeel budget gedurende de uitvoer.

Omzet uit vergaderarrangementen							
	Omzet jaar 1	Omzet jaar 2	Omzet jaar 3	Omzet jaar 4	Omzet jaar 5	Omzet jaar 6	Omzet jaar 7
FRISO Vestzaktheater							
Vestzakfoyer							
ELEQ Theaterzaal							
Theaterfoyer							
Zaal 1	€ 2.583,76	€ 2.842,13	€ 3.126,34	€ 3.376,45	€ 3.579,04	€ 3.757,99	€ 3.945,89
Zaal 2	€ 2.583,76	€ 2.842,13	€ 3.126,34	€ 3.376,45	€ 3.579,04	€ 3.757,99	€ 3.945,89
Zaal 1 + 2							
Zalen 3, 6, 9	€ 16.609,86	€ 18.270,85	€ 20.097,93	€ 21.705,77	€ 23.008,11	€ 24.158,52	€ 25.366,44
Zalen 4, 5, 7, 8	€ 8.858,59	€ 9.744,45	€ 10.718,90	€ 11.576,41	€ 12.270,99	€ 12.884,54	€ 13.528,77
Zaal 10							
Zaal 11	€ 5.536,62	€ 6.090,28	€ 6.699,31	€ 7.235,26	€ 7.669,37	€ 8.052,84	€ 8.455,48
Zalen 12, 13, 14	€ 12.457,40	€ 13.703,13	€ 15.073,45	€ 16.279,32	€ 17.256,08	€ 18.118,89	€ 19.024,83
Grand café foyer							
Totaal	€ 48.629,98	€ 53.492,98	€ 58.842,27	€ 63.549,66	€ 67.362,64	€ 70.730,77	€ 74.267,31



Omzet o.b.v. losse zaalhuur + catering							
	Omzet jaar 1	Omzet jaar 2	Omzet jaar 3	Omzet jaar 4	Omzet jaar 5	Omzet jaar 6	Omzet jaar 7
FRISO Vestzaktheater	€ 58.500,00	€ 64.350,00	€ 70.785,00	€ 76.447,80	€ 81.034,67	€ 85.086,40	€ 89.340,72
Vestzakfoyer	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
ELEQ Theaterzaal	€ 48.000,00	€ 52.800,00	€ 58.080,00	€ 62.726,40	€ 66.489,98	€ 69.814,48	€ 73.305,21
Theaterfoyer	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Zaal 1							
Zaal 2							
Zaal 1 + 2	€ 19.040,00	€ 20.944,00	€ 23.038,40	€ 24.881,47	€ 26.374,36	€ 27.693,08	€ 29.077,73
Zalen 3, 6, 9							
Zalen 4, 5, 7, 8							
Zaal 10	€ 32.000,00	€ 35.200,00	€ 38.720,00	€ 41.817,60	€ 44.326,66	€ 46.542,99	€ 48.870,14
Zaal 11							
Zalen 12, 13, 14							
Grand café foyer	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
F&B	€ 136.052,09	€ 149.657,30	€ 164.623,03	€ 177.792,87	€ 188.460,44	€ 197.883,46	€ 207.777,64
Totaal omzet	€ 293.592,09	€ 322.951,30	€ 355.246,43	€ 383.666,14	€ 406.686,11	€ 427.020,41	€ 448.371,44



De totaalomzet is zichtbaar en toegelicht op de volgende pagina.

3.5 Omzet, GOP en bruto winst (1/2)

Wanneer de totale omzet opgeteld wordt, kan deze afgezet worden tegen gemiddelde kosten, waarvan een groot deel locatie-afhankelijk is en daarom door De Meenthe zelf ingevuld dient te worden. Zaken als de inkoopkosten, personeelskosten en utiliteiten zijn grotendeels afhankelijk van de gerealiseerde bezetting en worden daarom vaak berekend als een percentage van een specifieke omzetgroep. Andere kosten zoals afschrijven en onderhoud & herstel zijn veelal afhankelijk van de gedane investeringen in bv. audiovisuele middelen, interieur, meubilair en andere fysiek vaste zaken. Daarvoor dient een jaarlijkse reservering gemaakt te worden om toekomstige uitgaven van te kunnen bekostigen. Onder aan de streep komt uiteindelijk de bruto winst te staan.

De brutowinst toont het operationeel resultaat, zonder de indirecte commerciële kosten daarin mee te nemen. Daarom staat als laatste de jaarlijkse vergoeding aan Onemeeting.com gespecificeerd, in basis zijnde de commerciële kosten om de opdrachtgevers aan de locatie te binden en volledig te ontzorgen. De locatie maakt in dat geval zelf geen verdere kosten voor bv. reserveringsmedewerkers, marketing & sales managers en facturatiemedewerkers, of licentiefte van een reserveringssysteem (voor meetings & events, geen ticketing). De schaalbaarheid hiervan is duidelijk zichtbaar in de geleidelijke toename in de doortekening van omzetgroei. Een uitgebreider en gedetailleerder voorstel t.a.v. de dienstverlening van Onemeeting.com volgt in een later stadium op verzoek van en in direct contact en overleg met Stichting de Meenthe.

Totaalomzet prognose / realistisch																					
		Omzet jaar 1			Omzet jaar 2			Omzet jaar 3			Omzet jaar 4			Omzet jaar 5			Omzet jaar 6			Omzet jaar 7	
Zaalhuur	€	157.540,00	€	173.294,00	€	190.623,40	€	205.873,27	€	218.225,67	€	229.136,95	€	240.593,80							
Cateringarrangementen	€	136.052,09	€	149.657,30	€	164.623,03	€	177.792,87	€	188.460,44	€	197.883,46	€	207.777,64							
Zaalhuur vergaderarrangementen	€	16.391,02	€	18.030,12	€	19.833,13	€	21.419,78	€	22.704,97	€	23.840,22	€	25.032,23							
Catering vergaderarrangementen	€	32.238,96	€	35.462,86	€	39.009,14	€	42.129,87	€	44.657,67	€	46.890,55	€	49.235,08							
Totaalomzet	€	342.222,07	€	376.444,27	€	414.088,70	€	447.215,80	€	474.048,74	€	497.751,18	€	522.638,74							
Inkoop catering	€	42.072,76	€	46.280,04	€	50.908,04	€	54.980,69	€	58.279,53	€	61.193,50	€	64.253,18							
Personeelskosten																					
Gas/Water/Licht																					
Huurafdracht Gemeente	€	115.000,00	€	130.000,00	€	150.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00							
Afschrijvingen																					
Onderhoud & herstel																					
Bruto winst	€	185.149,30	€	200.164,24	€	213.180,66	€	217.235,11	€	240.769,22	€	261.557,68	€	283.385,56							
Vaste fee Onemeeting.com	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00							
Variabele fee Onemeeting.com	€	41.066,65	€	45.173,31	€	49.690,64	€	53.665,90	€	56.885,85	€	59.730,14	€	62.716,65							
Eenmalige implementatiekosten	€	7.500,00	€	-	€	-	€	-	€	-	€	-	€	-							
Netto winst	€	86.582,66	€	104.990,92	€	113.490,01	€	113.569,22	€	133.883,37	€	151.827,54	€	170.668,91							
Geen rekening gehouden met jaarlijkse prijsindexaties, inflatie of andere wijzigingen in de markt of wet- en regelgeving.																					

3. BUSINESS CASE

3.5 Omzet, GOP en bruto winst (2/2)

Om verschillende scenario's helder te belichten, zijn ook optimistische en pessimistische scenario's berekend. Op basis daarvan zijn er progressieve en conservatieve doortekeningen gemaakt die aantonen welke impact deze scenario's hebben op de totale omzet en netto winst.

Het conservatieve scenario betreft een variant waarin er weinig vaste klanten gebonden zijn, maar er wel ingezet is op city, regio en destination marketing vanuit de gemeente. Wanneer die investering niet wordt gedaan, zal de omzet mogelijk lager uitvallen en is er meer marketing en sales door De Meenthe vereist, al dan uit te voeren door Onemeeting.com.

Het progressieve scenario betreft een variant waarin de corona maatregelen zeer beperkt zijn en blijven, er wordt geïnvesteerd in city, regio/destination marketing door de gemeente en er worden actief nieuwe contractklanten geworven worden die stabiele omzet brengen voor het Meeting Center.

Totaalomzet conservatief														
		Omzet jaar 1		Omzet jaar 2		Omzet jaar 3		Omzet jaar 4		Omzet jaar 5		Omzet jaar 6		Omzet jaar 7
Zaalhuur	€	110.278,00	€	121.305,80	€	133.436,38	€	144.111,29	€	152.757,97	€	160.395,87	€	168.415,66
Cateringarrangementen	€	95.236,46	€	104.760,11	€	115.236,12	€	124.455,01	€	131.922,31	€	138.518,42	€	145.444,35
Zaalhuur vergaderarrangementen	€	11.473,71	€	12.621,08	€	13.883,19	€	14.993,85	€	15.893,48	€	16.688,15	€	17.522,56
Catering vergaderarrangementen	€	22.567,27	€	24.824,00	€	27.306,40	€	29.490,91	€	31.260,37	€	32.823,39	€	34.464,55
Totaalomzet	€	239.555,45	€	263.510,99	€	289.862,09	€	313.051,06	€	331.834,12	€	348.425,83	€	365.847,12
Inkoop catering	€	29.450,93	€	32.396,03	€	35.635,63	€	38.486,48	€	40.795,67	€	42.835,45	€	44.977,22
Personeelskosten														
Gas/Water/Licht														
Huurafdracht Gemeente	€	115.000,00	€	130.000,00	€	150.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00
Afschrijvingen														
Onderhoud & herstel														
Bruto winst	€	95.104,51	€	101.114,96	€	104.226,46	€	99.564,58	€	116.038,45	€	130.590,38	€	145.869,89
Vaste fee Onemeeting.com	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00
Variabele fee Onemeeting.com	€	28.746,65	€	31.621,32	€	34.783,45	€	37.566,13	€	39.820,09	€	41.811,10	€	43.901,65
Eenmalige implementatiekosten	€	7.500,00	€	-	€	-	€	-	€	-	€	-	€	-
Netto winst	€	8.857,86	€	19.493,65	€	19.443,01	€	11.998,45	€	26.218,36	€	38.779,28	€	51.968,24
Geen rekening gehouden met jaarlijkse prijsindexaties, inflatie of andere wijzigingen in de markt of wet- en regelgeving.														

Totaalomzet progressief														
	Omzet jaar 1		Omzet jaar 2		Omzet jaar 3		Omzet jaar 4		Omzet jaar 5		Omzet jaar 6		Omzet jaar 7	
Zaalhuur	€	189.048,00	€	207.952,80	€	228.748,08	€	247.047,93	€	261.870,80	€	274.964,34	€	288.712,56
Cateringarrangementen	€	163.262,51	€	179.588,76	€	197.547,63	€	213.351,44	€	226.152,53	€	237.460,16	€	249.333,16
Zaalhuur vergaderarrangementen	€	19.669,22	€	21.636,14	€	23.799,76	€	25.703,74	€	27.245,96	€	28.608,26	€	30.038,67
Catering vergaderarrangementen	€	38.686,75	€	42.555,43	€	46.810,97	€	50.555,85	€	53.589,20	€	56.268,66	€	59.082,09
Totaalomzet	€	410.666,48	€	451.733,13	€	496.906,44	€	536.658,96	€	568.858,49	€	597.301,42	€	627.166,49
Inkoop catering	€	50.487,31	€	55.536,05	€	61.089,65	€	65.976,82	€	69.935,43	€	73.432,20	€	77.103,81
Personeelskosten														
Gas/Water/Licht														
Huurafdracht Gemeente	€	115.000,00	€	130.000,00	€	150.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00	€	175.000,00
Afschrijvingen														
Onderhoud & herstel														
Bruto winst	€	245.179,17	€	266.197,08	€	285.816,79	€	295.682,13	€	323.923,06	€	348.869,21	€	375.062,68
Vaste fee Onemeeting.com	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00	€	50.000,00
Variabele fee Onemeeting.com	€	49.279,98	€	54.207,98	€	59.628,77	€	64.399,07	€	68.263,02	€	71.676,17	€	75.259,98
Eenmalige implementatiekosten	€	7.500,00	€	-	€	-	€	-	€	-	€	-	€	-
Netto winst	€	138.399,19	€	161.989,11	€	176.188,02	€	181.283,06	€	205.660,04	€	227.193,04	€	249.802,70
Geen rekening gehouden met jaarlijkse prijsindexaties, inflatie of andere wijzigingen in de markt of wet- en regelgeving.														

3.6 Investeringsoverzicht

Naar aanleiding van het in mei 2022 gerealiseerde adviesrapport, is een globaal investeringsoverzicht opgesteld op basis van het hierin vermelde Programma van Eisen. Onderstaand overzicht betreft een schatting van de benodigde AV middelen, vloerbekleding en het vergadermeubilair. Er is daarbij geen reservering gemaakt voor de audio-installaties, omdat dit een specialistische klus is die per ruimte op maat in kaart gebracht dient te worden. Daarnaast is er vooralsnog geen rekening gehouden met aankleding en andere inrichtingselementen zoals raamdecoratie, klokken, prullenbakken en andere vergaderitems. Tot slot is het bestaande inventaris niet meegeteld en is er voor de twee theaterzalen de aanname gedaan dat hiervoor reeds voldoende invulling aanwezig is.

Er is gerekend de volgende stelposten (excl. btw & installatie):

Tapijt	€ 40,00	M2
Vergaderstoel stapelbaar	€ 250,00	per stuk
Vergadertafel inklapbaar	€ 200,00	per stuk
Boardroomtafel	€ 750,00	per stuk
LCD TV incl. boxen boardroom	€ 2.500,00	per stuk
LCD TV incl. boxen overige zalen	€ 4.500,00	per stuk *
Flip-over	€ 150,00	per stuk

* voor Zaal 10 is een stelpost opgenomen voor 2 LCD TV's, zoals ook opgenomen in eerder adviesrapport.

Tarieven zijn gebaseerd op bekende tarieven vanuit eerdere projecten in zomer 2022, hier kunnen geen rechten aan ontleend worden en geven uitsluitend een inschatting van de benodigde investering.

Kwaliteitsniveau van meubilair & AV zijn terug te vinden in het moodboard van het eerder gerealiseerde adviesrapport in mei 2022.

Zaal	Gemiddeld aantal personen	Lengte	Breedte	M2	Tapijt	Stoelen	Tafels	LCD TV	Flip-over
Zaal 1	21	6	7,5	45	€ 1.800,00	€ 5.250,00	€ 3.150,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 2	21	5	7,5	35	€ 1.400,00	€ 5.250,00	€ 3.150,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 1 + 2	21	11	7,5	80	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Zaal 3	23	9,7	5	48,5	€ 1.940,00	€ 5.750,00	€ 3.450,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 4 (boardroom)	6	4,5	4	18	€ 720,00	€ 1.500,00	€ 750,00	€ 2.500,00	€ 150,00
Zaal 5 (boardroom)	6	4,5	4	18	€ 720,00	€ 1.500,00	€ 750,00	€ 2.500,00	€ 150,00
Zaal 6	23	9,7	5	48,5	€ 1.940,00	€ 5.750,00	€ 3.450,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 7 (boardroom)	6	4,5	4	18	€ 720,00	€ 1.500,00	€ 750,00	€ 2.500,00	€ 150,00
Zaal 8 (boardroom)	6	4,5	4	18	€ 720,00	€ 1.500,00	€ 750,00	€ 2.500,00	€ 150,00
Zaal 9	23	9,7	5	48,5	€ 1.940,00	€ 5.750,00	€ 3.450,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 10	70	18	9,7	174,6	€ 6.984,00	€ 17.500,00	€ 10.500,00	€ 9.000,00	€ 150,00
Zaal 11	28	14	5,6	78,4	€ 3.136,00	€ 7.000,00	€ 4.200,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 12	15	7,5	5,4	40,5	€ 1.620,00	€ 3.750,00	€ 2.250,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 13	15	7,5	5,4	40,5	€ 1.620,00	€ 3.750,00	€ 2.250,00	€ 4.500,00	€ 150,00
Zaal 14	15	7,5	5,4	40,5	€ 1.620,00	€ 3.750,00	€ 2.250,00	€ 4.500,00	€ 150,00

Totaal excl. btw	€	26.880,00	€	69.500,00	€	41.100,00	€	59.500,00	€	2.100,00	€	199.080,00
------------------	---	-----------	---	-----------	---	-----------	---	-----------	---	----------	---	------------

4.1 Adviezen Onemeeting Services

Op basis van de verrichte marktanalyse en geschreven business case, valt te concluderen dat er deels voldoende bestaande potentie is voor Meeting Center de Meenthe, maar vooral de groeipotentie hoog is en voor een rendabele exploitatie dient te worden benut. We hebben vier adviezen geformuleerd die hier direct betrekking op hebben.

1. Ontwikkelen van Meeting Center De Meenthe conform Programma van Eisen

Het bedrijven van zakelijk toerisme vereist een ander, hoger niveau dan voor vrije-tijds toerisme en vraagt daarom kwalitatief hoogwaardige zalen met een sterk totaalconcept incl. duurzaamheidsbeleid en hybride oplossingen. Het ontwikkelen van Meeting Center De Meenthe conform het Programma van Eisen, is van primair belang om het in de zakelijke markt te kunnen verkopen en een breder publiek aan te trekken vanuit de regio Steenwijkerland.

2. Herinrichten van commerciële organisatie met efficiënte processen

De verwachtingen van de zakelijke klant zijn hoog en hebben betrekking op trends als duurzaamheid, bereikbaarheid en veiligheid. De digitale, efficiënte customer journey die zij daarvoor doorlopen, dient een bijdrage te leveren aan hun totaalervaring. Daarnaast is er operationeel meer werk te verzetten, maar kunnen de kosten niet evenredig mee stijgen. Daarom adviseren we het uitbesteden van de commerciële verkoop van het Meeting Center (*incl. theaterzaal voor zakelijke bijeenkomsten*) om schaalbaarheid en daarmee risico zoveel mogelijk te beperken.

3. Uitbouwen van een regionaal en provinciaal klantenbestand

De wereld verandert en bijeenkomsten worden vaker regionaal gehouden dan nationaal. Dat vraagt om meer focus op regionaal en provinciaal verkoopbeleid om voldoende van de juiste klanten naar Steenwijk te trekken en voor lange termijn aan de regio en locatie te binden. Dat beleid begint bij zichtbaar en vindbaar worden voor de juiste doelgroepen door marketing te bedrijven, waarna het verkooptraject vanuit sales start om contractklanten te werven en aan de locatie (en daarmee regio) te binden.

4. Opzetten en bedrijven van city & destination marketing

Er is meermaals geconcludeerd dat de bekendheid van Steenwijkerland als meeting- en congresregio onvoldoende is en het zakelijk toerisme daarom achterblijft ten opzichte van bv. Zwolle. Aan de randvoorwaarden is veelal voldaan, zoals een Intercity station en parkeergelegenheid, dus is de regio klaar voor pro-actieve destination marketing voor de zakelijke doelgroep. Een locatie op zichzelf heeft daarvoor onvoldoende middelen, netwerk en kennis, maar kan wel actief optrekken met de gemeente en andere partijen om haar steentje bij te dragen. We adviseren de gemeente Steenwijkerland om een city-marketing plan op te (laten) stellen en dit door een professionele destination marketeer op te laten pakken en uit te voeren. Wij dragen hiervoor graag professionals aan waar wij eerder mee hebben gewerkt.

Adviesrol Onemeeting.com & Onemeeting Services

Dit rapport is geschreven door Onemeeting.com en Onemeeting Services. De gegeven adviezen zijn gebaseerd op ruim veertig jaar ervaring in de exploitaties van Meeting Centers en commerciële verkoop hiervan.





Onemeeting Services B.V.

Barchman Wuytierslaan 2
3818 LH Amersfoort
Nederland

www.onemeetingservices.com
welkom@onemeetingservices.com

