

Groningen, Verkenning Congresmarkt

Gemeente Groningen



Groningen, Verkenning Congresmarkt

Gemeente Groningen

Rapportnummer: P03359
Datum: 27 januari 2021
Opdrachtgever: Gemeente Groningen
Projectteam BRO: JCJV

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

VERKENNEND ONDERZOEK CONGRESMARKT EN POTENTIES GRONINGEN	2
1 Karakteristiek congresmarkt algemeen en Groningen	2
2 Trends congresmarkt algemeen	4
3 Vergaderfaciliteiten bij hotels en overige locaties	6
4 Positie Groningen in de congresmarkt	7
5 Congreslocaties in Groningen	9
6 Toekomstperspectief congresmarkt Groningen	11
7 Aanbevelingen organisatiestructuur congresmarkt Groningen	16
8 Vestigingsopties congres- en vergadervoorzieningen naar kerngebied in Groningen	19

VERKENNEND ONDERZOEK CONGRESMARKT EN POTENTIES GRONINGEN

In dit rapport beschrijven we kort en bondig de internationale en landelijke congresmarkt en het toekomstperspectief. Ook de positie van Groningen daarbinnen wordt beschreven, alsmede de belangrijkste ontwikkelingslocaties, cijfermatige potenties voor congressen in de toekomst en de wenselijke organisatiestructuur ter versterking van de congresfunctie. Tevens verkennen we de economische effecten en de organisatiestructuur in vergelijkbare steden. Voor het verwante thema Vakbeurzen is een afzonderlijk onderzoeksrapport beschikbaar (CLC-Vecta/Respons; BeurzenMonitor 2020). Ze blijven in onderhavig rapport dan ook buiten beschouwing.

1 Karakteristiek congresmarkt algemeen en Groningen

Definitie congressen

Het onderscheid tussen congressen, seminars, symposia, etc. is landelijk en internationaal niet eenduidig afgebakend, maar de definitie van een 'congres' is veelal als volgt:

Een grootschalige bijeenkomst rond een bepaald thema met een sterk interactief karakter. Tijdens een congres worden gedachten over het thema gevormd en ideeën uitgewisseld in een openlijke discussie over een veelal zakelijk of wetenschappelijk thema. Vaak georganiseerd op regelmatige basis, meerdaags en/of in internationaal verband (vaak met jaarlijks wisselende locaties).

Veel andere overlegvormen zijn vooral gericht op kennisverstrekking in 'eenrichting' dan wel kleinschaliger en/of lokaal/regionaal georiënteerd. Deze markt maakt geen deel uit van deze analyse.

Ontwikkeling internationale congresmarkt

Jaarlijks verschijnen twee internationale ranglijsten die de ontwikkeling van diverse landen uiteenzetten. UIA richt zich op de non-corporate markt (overheden, NGO's), terwijl ICCA zich op internationale associatieve congressen (primair gericht op bedrijfsleven) richt.¹

Onderstaande tabel toont de ontwikkeling van congressen in Nederland gedurende de afgelopen jaren. Duidelijk zichtbaar is het effect van de economische recessie tussen 2009 en 2012 op de Nederlandse congresmarkt. Hierna herstelde de markt. Dit was overigens een internationaal fenomeen.

¹ De UIA-congressen betreffen de wat grotere bijeenkomsten, met minimaal 250 deelnemers of een gelijktijdige beurs, min. 40% buitenlandse bezoekers en min. 2 dagen. ICCA-congressen: minimaal 50 deelnemers, georganiseerd op reguliere basis en historisch gehouden in minimaal drie landen.

Tabel 1: Aantallen internationale congressen in Nederland²

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
UIA	393	476	350	323	178	293	379	360	361	332	-	-
ICCA	227	236	219	291	315	302	307	333	368	307	355	356
Totaal	620	712	569	614	493	595	686	693	729	639	-	-

Wereldwijd stond Nederland in 2019 op plek 9 van de lijst van grootste congreslanden. Nederland is op internationale schaal dus een belangrijk congresland. Het aantal georganiseerde ICCA congressen bedroeg in 2019 356. De Nederlandse congresmarkt herstelde zich hiermee van het jaar 2017, toen het aantal congressen fors daalde ten opzichte van topjaar 2016: van 368 naar 307. In 2017 werden er 332 UIA congressen gehouden; de nummer 13 mondiaal.

Landelijk

Het aanbod aan zalenaccommodaties t.b.v. de zakelijke markt en congressen in Nederland kan worden onderverdeeld in:

- gespecialiseerde accommodaties;
- hotels met vergaderzalen;
- andere locaties met zaalruimte en andere hoofdfunctie, Special Venues.

Bij **gespecialiseerde** accommodaties bestaat de primaire bedrijfsactiviteit uit het verhuren van zalen. Dit betreft bijvoorbeeld beurs- en evenementenhallen, congres- en conferentiecentra (definities overlappen vaak). Hoewel vergaderfaciliteiten voor **hotels** vaak belangrijk zijn voor de bedrijfsexploitatie, zijn ze veelal ondergeschikt aan de hoofdfunctie en mede bedoeld om extra logies- en horecaomzet te genereren.

Andere locaties met zaalruimte voor externe bijeenkomsten zijn primair gericht op een andere hoofdactiviteit. Voorbeelden zijn schouwburgen, theaters, bioscopen, musea, kerken, stadions, golfbanen en restaurants. Door de soms bijzondere uitstraling en ambiance trekken ze veelal specifieke groepen, op zoek naar een combinatie van authenticiteit en kwaliteit. Catering wordt vaak extern ingehuurd.

Zakelijk reizen

Bij zakelijke reizen gaat het om het reizen buiten de normale werkomgeving. Vaak inclusief een overnachting, maar niet altijd. Handelsreizigers, forenzen, vrachtwagenchauffeurs en reizigers die hun standplaats hebben op de bestemming, worden niet meegeteld als zakelijke toeristen³. Bij zakelijk toerisme gaat het om de volgende activiteiten:

- reizen voor vergaderingen en overleggen op locaties buiten de normale (werk)omgeving, of om specifieke werkzaamheden uit te voeren;
- conferenties, congressen, beurzen, trainingen en dergelijke bezoeken;
- reizen van medewerkers als beloning om hen te motiveren ('incentives').

² Websites NBTC, ICCA, UIA.

³ Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019.

Zakelijk toerisme richt zich steeds minder op uitsluitend werkgerelateerde activiteiten. Goede mogelijkheden voor een aantrekkelijke en/of inspirerende vrijetijdsbesteding in de omgeving spreken ook de zakelijke toerist zeer aan.

In 2018 vonden 20 miljoen zakelijke hotelovernachtingen plaats in Nederland; een groei van 4% ten opzichte van 2017. Deze groei valt samen met de algemene groei van de economie. Circa 4,7 miljoen buitenlandse bezoekers komt met een zakelijke reden naar Nederland; ongeveer een kwart van alle buitenlandse bezoekers. De meeste zakenreizigers in 2018 kwamen uit het Verenigd Koninkrijk, gevolgd door de VS (resp. 17% en 12%). Circa 3,9 miljoen Nederlanders hebben in 2018 een meerdaagse zakenreis in Nederland ondernomen. Het volgen van een opleiding of training is de belangrijkste reden om een meerdaagse binnenlandse zakenreis te ondernemen (circa 25%), ongeveer 20% van de zakenreizen is ondernomen om een vergadering bij te wonen.

2 Trends congresmarkt algemeen

Diversiteit in het aanbod

Meetings en congressen zijn voor zowel non-profit organisaties als bedrijven essentieel om hun strategische doelstellingen te verwezenlijken. De selectie van een congreslocatie door organisatoren draait steeds meer om 'iets nieuws', diversiteit en voldoende ruimte voor ontspanning en beweging tussentijds. De vraag naar bijzondere ruimtes, activiteiten en locaties in het buitengebied groeit.⁴ Industriële locaties zijn tegenwoordig in Nederland favoriet als bestemming voor meetings en events: 48% van de organisatoren noemde dit locatietype. Hierop volgen respectievelijk Conferentie- en congrescentra (41%), Buitenlocaties (39%, waarbij de provincie Groningen met name wordt genoemd), Hotels en Kastelen/landhuizen (beide 27%). Daarnaast zijn steeds meer opdrachtgevers op zoek naar een 'thuisgevoel' en een informele setting⁵. Jaarlijks komen er landelijk tientallen nieuwe vergaderlocaties bij, vooral in de vermelde categorieën. De meeste sluitingen doen zich voor bij de 'reguliere' congres- en vergaderlocaties, al is dat ook de grootste categorie.

Locatiekeuze: sfeer, locatie en prijs/kwaliteit

De belangrijkste criteria bij de locatiekeuze van Nederlandse organisatoren zijn uitstraling/sfeer (67%), ligging/omgeving (56%), prijs-kwaliteit (55%) en bereikbaarheid per auto (44%). Qua omgevingskenmerken gaat de voorkeur van Nederlandse organisatoren uit naar een stedelijk gebied (58%), landelijk gebied (41%) en water (39%). Overigens scoren ook bos, natuur en kust goed, met resp. 36%, 35% en 33%. Van de Nederlandse organisatoren oriënteert 7% zich (mede) op de provincie Groningen, inclusief de stad.⁶

Digitalisering

Technologie speelt een steeds belangrijker rol binnen de congresmarkt. Het creëert mogelijkheden om aanwezigen actief te betrekken bij de bijeenkomst. Echter zullen verbeterde technologieën face-to-face meetings naar verwachting niet volledig vervangen door virtuele meetings. De virtuele variant kan

⁴ 2019 Meetings & Events Future Trends, CWT Meetings & Events.

⁵ High Profile Locaties. Locatieonderzoek 2017-2018.

⁶ High Profile Locaties. Locatieonderzoek 2017-2018. Geen verdere uitwerking.

wel handig zijn voor kleinere meetings en face-to-face meetings aanvullen, maar voor persoonlijk contact blijven organisaties nog wel reizen. Het gebruik van chatbots en polls maken het mogelijk de aanwezige actiever te betrekken. Beschikbaarheid van snelle wifi met voldoende capaciteit is essentieel voor congreslocaties.

Moderne faciliteiten essentieel

Congresgangers zijn vaak ervaren reizigers met een bovenmodaal inkomen en daardoor kritisch t.a.v. de accommodatie. Belangrijk is dat verzorgde ruimten worden aangeboden, met een goede service, technische (digitale) faciliteiten en kwalitatief goede catering. Ook de omvang van de accommodatie is belangrijk; de behoefte varieert immers van kleine vergaderingen en cursussen tot congressen/symposia met soms wel honderden of incidenteel zelfs duizenden bezoekers. De hotelaccommodatie moet minimaal 4-sterren bieden.

Professionele intermediairs

Het organiseren van een congres vergt een hoge inzet en betrokkenheid van diverse partijen, ook vanwege de groeiende concurrentie tussen steden. Zeker de grotere congressen vergen een hechte samenwerking tussen een PCO (Professional Conference Organizer), DMO (Destination Marketing Organisation) en de congresaccommodatie(s).

Tijdens de economische recessie tussen 2008 en 2014 besloten veel bedrijven om hun (grotere) bijeenkomsten zelf te organiseren om kosten te besparen, met wisselend succes. Daarna groeide de congresmarkt weer gestaag verder; de behoefte aan persoonlijk contact lijkt blijvend. Wel zijn organisatoren en deelnemers zich tegenwoordig meer bewust van de noodzaak van 'return on investment' van congresbezoek; ze worden minder dan vroeger beschouwd als 'snoepreispjes'. Sinds 2014 is de gemiddelde tijdsduur van congressen wereldwijd gedaald en worden programma's zo opgesteld dat er zo weinig mogelijk 'kostbare' tijd verloren gaat. Ook dat gaf impulsen aan de professionaliteit van de sector.

Bereikbaarheid

Nederland is vanuit internationaal perspectief een populaire bestemming voor MICE-bezoekers⁷, o.a. vanwege de uitstekende bereikbaarheid met alle modaliteiten. Bovendien beschikt Nederland over een goed georganiseerd netwerk van openbaar vervoer. Bij het organiseren van evenementen is een goede bereikbaarheid een van de belangrijkste overwegingen. 41% van de organisatoren van zakelijke bijeenkomsten is binnen Nederland bereid maximaal drie kwartier te reizen en 35% maximaal een uur. Daarbij hechten zij relatief veel waarde aan parkeergelegenheid, maar ook aan bereikbaarheid per openbaar vervoer.

Duurzaamheid

Het thema duurzaamheid zal een grotere rol gaan spelen binnen de congresmarkt. Dit zal met name zichtbaar zijn in de catering, maar ook in de samenwerking met lokale leveranciers en ondernemers.

⁷ MICE: Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions

Steeds meer bedrijven zullen evenementen benutten om ook de buitenwereld te laten zien dat ze bewuste keuzes maken en dat graag delen met relaties, collega's en andere bezoekers.⁸

Steeds meer congresbestemmingen

Steeds meer steden ontdekken het economisch potentieel van congressen, ook ter versterking van het algemene imago. Soms wordt nieuwe infrastructuur gebouwd en congressector, lokale marketingorganisaties en overheden organiseren zich om meer congressen en meetings aan te trekken.

3 Vergaderfaciliteiten bij hotels en overige locaties

Hotels en vergaderfaciliteiten landelijk

Veel hotels, met name in het 4- en 5-sterrensegment, bieden vergaderfaciliteiten. Vaak zijn deze zeer belangrijk voor de bedrijfsexploitatie, bijvoorbeeld om extra logies- en horecaomzet te genereren. Wel zijn ze, ook in de profilering en planologische omschrijving (bestemmingsplan), in wezen ondergeschikt aan de hoofdfunctie 'hotel'. Hotels hebben een aanzienlijk marktaandeel in de congresmarkt, ook omdat congresvoorzieningen (en beursaccommodaties) in zelfstandige vorm in praktijk veelal niet of nauwelijks rendabel zijn.

Hotels met 3-5 sterren beschikten in 2018 gemiddeld over 9 vergaderzalen, met samen 661 m². Gemiddeld zijn ze 13% van de tijd bezet. Op jaarbasis ontvangen hotels gemiddeld 31 gasten per m², met een gemiddelde zaalopbrengst van € 451,- per m² en € 42,- per vergadergast. De totale opbrengst, dus incl. uitgaven aan horeca en logies, is evenwel beduidend hoger: per m² gemiddeld € 1.230,-. Deze kencijfers lopen vrijwel evenredig op met het marktsegment van de hotels, dus van 3 tot 5-sterren. Wel liggen deze cijfers in Amsterdam/Schiphol beduidend hoger dan elders in Nederland (laatste kolom). De verschillen tussen regio's zijn dus aanzienlijk.⁹

Tabel 2: Kerngegevens gebruik zaalruimte in Nederlandse hotels 3-5 sterren in 2018 (cijfers per hotel)¹⁰

	Alle hotels	Amsterdam & Schiphol	Overig Nederland
Zaalruimte in m ²	661	691	647
Aantal zalen	9	10	9
Zaalbezetting	13%	11%	14%
Deelnemers per m ²	31	27	36
Opbrengst per deelnemer in €	42	65	28
Zaalhuur in € per m ² /jaar	451	640	332
Totale opbrengst in € per m ² (incl. horeca, logies)	1.230	1.734	993

Synergie met Coworking

Naast de traditionele MICE-markt is er al jaren vraag naar flexkantoorconcepten. Ondanks dat deze locaties vaak worden vergeleken met kantoren zijn ze dat toch niet helemaal. Flexkantoorconcepten

⁸ Eventtrend 2019: Next Level Bewustzijn, Eventbranche (26-12-2018).

⁹ Horwath HTL; Hosta 2019. Alle cijfers betreffen gemiddelden per hotel.

¹⁰ Horwath HTL; Hosta 2019.

bieden vaak coworking spaces, vergaderruimtes en kleinere kantoorruimtes. Deze flexconcepten trekken naast zakelijke reizigers ook vaak de lokale bevolking aan. Voor beide doelgroepen geldt dat het de mogelijkheid biedt om andere mensen te ontmoeten, het zakelijke netwerk uit te breiden en samenwerken aan projecten. Door het aanbieden van werken, slapen en leven kunnen gasten al hun behoeften op één locatie vervullen.

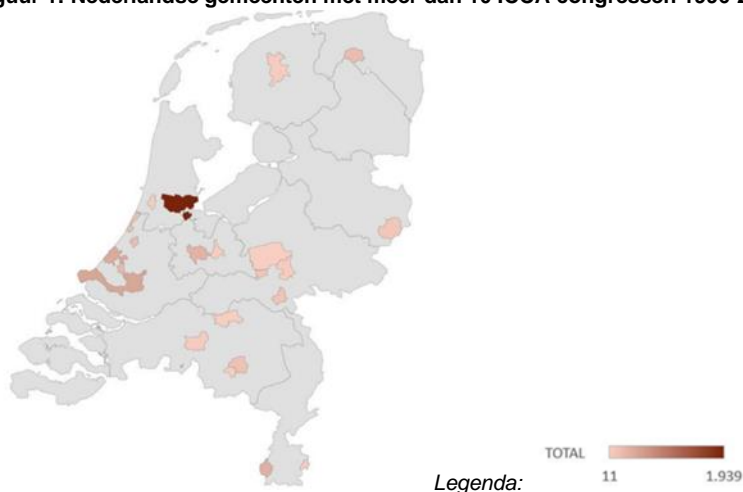
4 Positie Groningen in de congresmarkt

Positie landelijk

Groningen staat in de congressector wereldwijd op positie 221 met 12 ICCA-bijeenkomsten in 2019, in Europa staat Groningen op plek 112¹¹. Groningen accommodeert ongeveer 3% van deze bijeenkomsten in Nederland, dat een sterk accent kent op de Randstad. Volgens het NBTC staat Groningen op de markt voor wetenschappelijke congressen landelijk op de vijfde plek. MartiniPlaza heeft de grootste zaal, met plek voor 3.500 personen.

Onderstaand kaartje illustreert de Nederlandse gemeenten met meer dan 10 ICCA-congressen tussen 1996 en 2018 (bron: website ICCA). Duidelijk is de dominantie van de Randstad en in het bijzonder Amsterdam in deze markt. De positie van Groningen is ruwweg vergelijkbaar met Maastricht en Enschede.

Figuur 1: Nederlandse gemeenten met meer dan 10 ICCA-congressen 1996-2018



Ontwikkeling congresmarkt Groningen in cijfers

In 2018 (meest recente cijfers) werden door het Groningen Congres Bureau (GCB) totaal 26 'internationale' congressen georganiseerd in Groningen en omgeving, met gemiddeld 312 deelnemers per congres. Deels vonden deze bijeenkomsten overigens buiten de stad plaats. Het GCB richt zich vooral op academische en verwante congressen. In 2016 en voorgaande jaren waren er 86 congressen, met

¹¹ ICCA Statistics Report, Country & City Rankings – Public Abstract (2019)

550 deelnemers gemiddeld. Sinds 2016 is een daling zichtbaar in het aantal georganiseerde congressen. Een mogelijke verklaring is de verminderde acquisitie, er werd meer zelf geregeld door organiserende partijen.

Veel congressen in Groningen zijn wetenschappelijk en/of medisch van aard. Uit een analyse door BRO van de verschillende congressen (GCB) in het afgelopen decennium blijkt dat ongeveer een derde als thema Gezondheid had, de overige (twee derde) waren gericht op andere academische en onderwijskundige thema's c.q. kennisvelden. Over de meer 'zakelijke', commerciële congresmarkt in Groningen (zeer pluriform qua doelgroepen, bezoekersaantallen en accommodaties) bestaan geen cijfers, o.a. vanwege de concurrentiegevoeligheid ervan.

Bijzondere kwaliteiten Groningen

Als belangrijke kernkwaliteiten van Groningen in de congresmarkt worden vaak genoemd: de stad is compact, overzichtelijk, relatief klein (men treft elkaar op vele plekken) en veilig. Het is een vrij unieke stad, met een veelzijdig gastronomisch aanbod, bijzondere uitgaanshoreca en een prettige sfeer. Groningen heeft bovendien (zeker in verhouding tot de Randstad) een aantrekkelijk prijsniveau, voor zowel de congresaccommodaties, hotels als catering.¹² Het NBTC heeft geraamd dat het prijsniveau van congressen buiten de Randstad (accommodaties, hotels, catering, etc.) gemiddeld circa 30-35% lager liggen. Bij grotere congressen is er in de stad soms onvoldoende hotelcapaciteit in de directe omgeving, hoewel deze capaciteit de afgelopen 10 jaar aanzienlijk is verruimd.

Veel economische spin-of voor stad en regio

Congressen zijn voor de Groninger economie een factor van belang. Congresgangers zijn 'big spenders': ze geven volgens onderzoek gemiddeld ongeveer 325-375 euro per dag uit. Het merendeel van de bestedingen wordt uitgegeven aan de congresaccommodatie, hotel en vervoer naar de bestemming. Daarnaast vloeien de bestedingen naar horeca, leisure (cultuur, sport, toerisme, wellness) en detailhandel (souvenirs, winkels) elders in de stad. Deze laatste uitgaven kunnen worden geraamd op (indicatief) € 60,- a € 80,- per congresbezoeker per dag.¹³ Dit is dus exclusief de congresorganisatie/accommodatie, in pandige horeca, catering en eventuele hotelovernachting.

Indien we uitgaan van het in paragraaf 7 geraamde bezoekpotentieel voor grotere congressen met een internationale dimensie in Groningen na 2025 (jaarlijks 39.375- 67.500 congresdagen) betekent dit een economische spin-of elders in de stad en omgeving van € 2,4 - € 5,4 mln. per jaar. Dit potentieel is nadrukkelijk exclusief de (vele) kleinere congressen en overige zakelijke bezoekers aan Groningen.

¹² Informatie Groninger Congres Bureau, 2017. Het GCB is vooral gericht op academische en kennisgerelateerde congressen (i.s.m. RUG, UMCG).

¹³ Cijfers betreffen o.a. zakelijke bezoekers in Den Haag en Utrecht.

Hoewel de onderverdeling van bestedingen specifiek voor congresgangers onbekend is, geven cijfers van zakelijke bezoekers in Den Haag en Utrecht aan dat de uitgaven elders in de stad en omgeving indicatief als volgt zijn verdeeld:

- Restauratieve horeca (restaurant, café/bar, daghoreca): ca. 45-50%
- Winkelen, detailhandel: ca. 20-25%
- Cultuur (museum, theater, etc.): ca. 5%
- Overig (o.a. vervoer, parkeren, taxi, diensten): ca. 25%

Congressen vergroten bekendheid en verbreden economische structuur

Met name de hotels, overige horeca, detailhandel en musea profiteren dus van congressen in de stad. Congressen zijn bovendien belangrijk voor het algemene zakelijke (vestigings)klimaat en het imago, ook van Universiteit, hogescholen en UMCG. Ze kunnen daarnaast de toeristische functie substantieel versterken. Deelnemers komen immers later soms terug in privéverband of verlengen hun congres met een prive-bezoek. Indien we uitgaan van jaarlijks 26.250-33.750 'unieke' bezoekers van de grotere congressen (zie par. 7) en een herhalingsbezoek (op termijn) dan wel een verlenging van het congresbezoek van 10-20% betekent dit jaarlijks (afgerond) 2.600 – 6.750 extra toeristische gasten in Groningen. Ten dele zullen zij dan meerdere dagen in de stad verblijven. Hoewel cijfers nogal uiteenlopen, is een dagelijkse besteding van deze doelgroep ad. € 150,- per dag incl. hotelovernachting (de helft excl. hotel) reëel.

Herhalingsbezoek kan worden gestimuleerd door bijvoorbeeld als afscheidscadeautje een 'goody bag' mee te geven met Groninger specialiteiten, een aanbieding voor een toeristisch arrangement en/of kortingscode voor een latere hotelboeking. Een enquête over de 'beleving' van de stad geeft zowel nuttige informatie als een herinnering aan de toeristische kwaliteiten van Groningen.

Bestedingseffecten van zakelijk- en congresbezoek zijn ten dele indirect, gericht op de langere termijn en moeilijk meetbaar. Zakelijke bijeenkomsten zijn echter onmiskenbaar een belangrijke schakel in de uitwisseling van kennis en kunde tussen personen, bedrijven en instellingen uit binnen- en buitenland. Het vormt een belangrijk onderdeel van het stelsel van vestigingsplaatsfactoren in Groningen. Zakelijke bijeenkomsten genereren banen in de kenniseconomie en fondsen en financiering t.b.v. academische instellingen. Dit ontwikkelt nieuwe kennisnetwerken en stimuleert de vraag naar hoger opgeleid personeel.

5 Congreslocaties in Groningen

De stad Groningen beschikt over diverse congreslocaties (al dan niet als hoofdfunctie), zoals onder meer Martini Plaza, Der AA-Kerk, Martinikerk, Groninger Museum, Het Kasteel, EM2 en het nieuwe Forum. De locaties variëren qua capaciteit van 10 tot 3.500 personen.¹⁴

¹⁴ Suppliers, Congres en Vergaderlocaties, Groningen Congres Bureau. Peildatum juli 2020.

In onderstaande tabel volgt een overzicht van de belangrijkste hotels en andere aanbieders in Groningen, met zaalcapaciteit voor externe verhuur. Voor de overzichtelijkheid benoemen we alleen de accommodaties met een minimale capaciteit van circa 50 personen. Per aanbieder wordt benoemd het aantal zalen, capaciteit in personen en een indicatie van het kwaliteitsniveau. Het overzicht is exclusief kerken, maatschappelijke ontmoetingscentra en restauratieve horecazaken met zalenaccommodatie. Vaak zijn deze relatief klein en zeer divers qua karakter en kwaliteit. Vanwege het ontbreken van volledige en/of heldere bronnen kan het overzicht onvolledig zijn. De capaciteit in personen is deels gebaseerd op eigen inschattingen.

Tabel 3: Overzicht grotere vergaderlocaties Groningen¹⁵

Locatie	Capaciteit in zalen	Maximale capaciteit in personen	Kwaliteitsniveau
Aanbieders gespecialiseerd en als ondersteunende functie			
Martini Plaza	14	10-1.550	-
Der AA-Kerk	3	715	-
Martinikerk	5	4-1.300	-
Groninger Museum	5	50	-
Het Kasteel	8	200	-
EM2	1	800	-
Forum	10	450	-
Pathé Groningen	9	86-545	-
Stadsschouwburg en Oosterpoort	Onbekend	Oosterpoort: 1.200 zitplaatsen	-
Hanze Plaza	12 ruimtes	2.000	-
Stadion FC Groningen/Kinopolis	Onbekend	Onbekend	-
Hotels met vergaderfaciliteiten			
Best Western Plus Hotel Groningen Plaza	11 ruimtes	200	3 sterren
Apollo Hotel Groningen	2 ruimtes	5-25	4 sterren
NH Groningen Hotel	3 ruimtes	40-130	4 sterren
NH Groningen Hotel De Ville	2 ruimtes	100	4 sterren
Best Western Hotel Groningen Centre	5 ruimtes	130	3 sterren
Prinsenhof	4 ruimtes	Ca. 100	4 sterren
The Student Hotel Groningen	3 ruimtes	300	3 sterren
Hotel Schimmelpenninck Huys	3 ruimtes	Ca. 60	3 sterren
Mercure Hotel Groningen Martiniplaza	4 ruimtes	Ca. 120	4 sterren

¹⁵ Informatie o.b.v. diverse externe bronnen, waaronder meetingselect.com en eigen websites aanbieders. Het overzicht kan onvolledig zijn.

Referentie congresaccommodaties

De belangrijkste congressteden in Nederland bieden alle een combinatie van voorzieningen als hieronder globaal aangegeven. De grote steden Amsterdam, Rotterdam en Den Haag zijn hier vanwege het grote schaalniveau (capaciteit, congresbezoek) buiten beschouwing gelaten.

- een 'Topvoorziening' met tenminste een theaterzaal/auditorium met 1.400-2.000 stoelen (MECC Maastricht, Beatrixtheater Utrecht, Evoluon Eindhoven, etc.);
- ruime keuze 'break-out' zalen van gevarieerde omvang in zelfde accommodatie (totale capaciteit minimaal gelijk aan theaterzaal/auditorium);
- ruime foyer/ontvangstruimte en uitgebreide horeca binnen accommodatie, vaak uitbesteed aan hoogwaardige cateraar;
- ruime eigen parkeergelegenheid;
- bij voorkeur ook beurs/expositie hal(len) met voldoende omvang (min. 10.000 m² en 8 meter hoogte), vanwege exploitatie-eisen bij voorkeur multifunctioneel inzetbaar (sport, muziek, cultuur, recreatie);
- grotere zalen Universiteit, HBO's (in Enschede ligt hierop het accent);
- congresfaciliteiten binnen hotels in stad en regio (vooral kleinere congressen, symposia);
- andere congresaccommodaties in omgeving: theater, muziekzaal, museum, stadion, monumentale kerk, industrieel erfgoed, etc.;
- bijzondere accommodaties in de omgeving (buitengebied, kastelen, landhuizen, overig cultureel erfgoed);
- ruime overnachtingscapaciteit in hotels op niveau 4-5 sterren (indicatief minimaal 500-750 kamers in/rond gemeente, o.a. vanwege piekbelasting).

Conclusie is dat de stad Groningen feitelijk in vrij ruime mate over alle vermelde voorzieningen beschikt, zij het dat MartiniPlaza een enigszins gedateerde uitstraling heeft, ook qua buitenruimte. Het Forum is daarentegen een unieke voorziening, middenin de fraaie en levendige binnenstad. Ook is het hotelaanbod in het 4-5 sterrensegment in de stad niet uitgesproken ruim. Opening van het Market Hotel leidt overigens wel tot een duidelijke verruiming.

6 Toekomstperspectief congresmarkt Groningen

Toekomstperspectief meetings en congressen cijfermatig

Uit onderzoek van CWT Meetings & Events in 2019¹⁶ bleek dat de vraag naar (grote) vergaderingen en evenementen in de nabije toekomst wereldwijd met 5 à 10% zal toenemen. Tegelijkertijd zal het gemiddeld aantal deelnemers per bijeenkomst stijgen. Ondanks oudere voorspellingen dat grotere meetings en congressen zouden verdwijnen door de 'digitale revolutie', bleken ze in 2019 nog steeds zeer in trek. Er wordt een verdere groei verwacht van bijeenkomsten voor training en vorming. Deze prognose dateert evenwel van voor het coronavirus.

¹⁶ 2019 Meetings & Events Future Trends, CWT Meetings & Events.

Toekomstperspectief mede afhankelijk van effecten Coronavirus

De coronacrisis treft de sector hospitality (hotels en congressen) uitermate hard; in aantal gasten, omzet en werkgelegenheid. De coronacrisis sloeg voor veel bedrijven juist in het hoogseizoen (maart t/m juni) toe. Verplaatsing van bijeenkomsten naar het najaar was vaak niet mogelijk om organisatorische redenen. 2020 zal hoe dan ook zeer negatieve cijfers vertonen en het herstel van de congresmarkt zal waarschijnlijk jaren duren. Ook de relatief lange planningstermijnen van grote congressen (2-4 jaar) spelen hierbij een rol.

De verwachte recessie speelt hierbij eveneens een rol. De congres- en hotelsector is in het algemeen zeer conjunctuurgevoelig, waardoor zich op korte termijnen vaak grote fluctuaties in omzetten kunnen voordoen, Dit was bijvoorbeeld zichtbaar na 9/11 (2001) en de economische recessie vanaf 2008. Op de langere termijn (> 2-4 jaar) stijgen bestedingen evenwel in historisch perspectief altijd, zoals bijvoorbeeld bleek na 2008. Eerdere grote (maar relatief kortdurende) virus-uitbraken hadden vooral regionale impact, zoals de SARS-epidemie in 2003. De World Travel & Tourism Council concludeerde recent uit onderzoek dat de hersteltijd na epidemieën en andere ziekte-uitbraken in de afgelopen decennia gemiddeld 19,4 maanden duurde. De impact van het coronavirus is evenwel beduidend groter, veelzijdiger en mondialer en de hersteltijd zal dan ook waarschijnlijk beduidend meer tijd vergen dan eerdere virussen. Dit betreft met name de markt voor grote zakelijke bijeenkomsten.

De coronacrisis maakt evenwel ook creatief. Er ontstaan nieuwe (online) initiatieven om met elkaar in contact te blijven en elkaars kennis en kunde te benutten. De behoefte om elkaar persoonlijk te zien en te ontmoeten blijft bestaan, maar de brede gewenning aan digitale kanalen voor kennisuitwisseling zal waarschijnlijk wel effect hebben op het bezoek aan fysieke congressen. In algemene zin verwacht BRO dat de toekomstige congresmarkt meer dan nu zal worden gekenmerkt door kleinere bijeenkomsten 'dicht bij huis', waarbij elementen als ruimte (in brede zin), ontspanning, inspiratie en gastronomie aan belang winnen. Indien mensen meer gaan thuiswerken, zullen bedrijven meer aandacht (moeten) besteden aan groepsgewijze kennismaking, inspiratie, kennisontwikkeling en relatiebeheer op externe locaties, in een ontspannende ambiance. Dit neemt niet weg dat ook grote, internationale congressen blijven bestaan. Dit vanwege de internationale netwerkstructuur en noodzakelijke schaal-grootte van/bij bepaalde thema's. Groningen heeft in al deze aspecten veel te bieden en een ruime keuze aan accommodaties (zie hierna).

Verwachtingen bezoek externe bijeenkomsten vanuit de vraagzijde:

ICCA (vooral gericht op associaties en bedrijfsleven) analyseerde in mei 2020, samen met diverse andere belangrijke belangenorganisaties, de 'Post-Corona' strategieën en plannen van 200 grote bedrijven wereldwijd. Belangrijke uitkomsten uit dat onderzoek:

- 66% van de organisaties denkt dat Corona hun bedrijfsvoering grondig zal beïnvloeden.
 - Toekomstige bijeenkomsten worden nader overwogen door 47%.
 - 84% denkt dat digitale en hybride elementen een grotere rol gaan spelen bij congressen, met naar verwachting een grotere deelname van mensen.
 - 60% van de organisaties ziet beperkingen in 'virtuele' of digitale bijeenkomsten in vergelijking met face-to-face bijeenkomsten.
 - 28% zegt het toekomstige reisgedrag van hun werknemers nader te overdenken.
 - 78% overweegt het 'meetings management' van het bedrijf te continueren.
 - Men ziet goede kansen voor congresorganisaties om hun klanten te ondersteunen middels verhoogde flexibiliteit en innovatie.
-

De toekomst van de congresmarkt in drie scenario's

De duur van de reisbeperkingen, het vertrouwen van mensen in het terugdringen van het virus (het 'sentiment') en de beschikbaarheid van een vaccin bepalen uiteindelijk de effecten van corona op de meetings- en congresmarkt. De alliantie van de nationale congresbureaus in Europa presenteerde in voorjaar 2020 drie scenario's om de impact van de coronacrisis op de Europese meetings- en congresmarkt te meten (uitgevoerd door Tourism Economics uit Oxford, VK). De studie beschrijft een basisscenario en twee alternatieve voorspellingen.

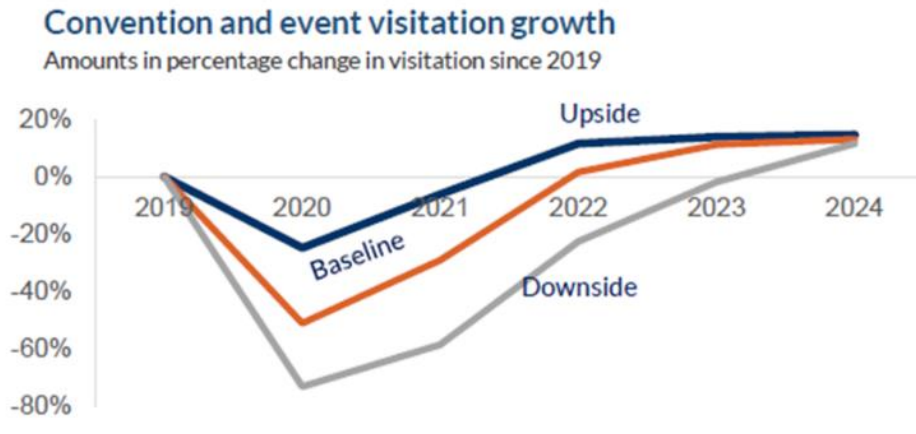
Basisscenario toekomstperspectief

Uitgangspunt is dat alle geplande meetings en congressen die tussen maart en augustus 2020 zijn gepland, in heel Europa worden geannuleerd. Daarnaast is de verwachting dat in september en oktober ongeveer driekwart van alle geplande meetings en congressen doorgaat. In november is er sprake van volledig herstel. Naar verwachting zal het totale aantal bezoeken aan evenementen in Europa in 2020 met 58% dalen. De negatieve sentimenteffecten voor zowel de binnenlandse als internationale deelname kan leiden tot een daling van de gemiddelde opkomst in 2021 en 2022 met respectievelijk 25 en 5 procent. In 2023 verwacht men een volledig herstel.

Alternatieve scenario's toekomstperspectief

In het meest positieve scenario daalt het zakelijk toerisme in 2020 met 36%. Aannames zijn dat in september en oktober ongeveer een kwart van alle geplande activiteiten wordt voltooid en de crisis in de komende maanden onder controle wordt gebracht. In het negatieve scenario daalt het zakelijk toerisme in 2020 met 77%. Uitgangspunt is dat van overheidswege de omvang van bijeenkomsten in 2021 beperkt blijft en het negatieve sentiment onder potentiële deelnemers sterker zal doorwerken, waardoor het herstel uiteindelijk pas eind 2023 volledig zal zijn. Het NBTC neemt voor Nederland het negatieve scenario als uitgangspunt.

Figuur 2: Prognose ontwikkeling congresmarkt internationaal 2019-2024



Prognose ontwikkeling congresmarkt Groningen

De congresmarkt is sterk afhankelijk van mondiale ontwikkelingen in economie en zakelijke ontmoeting. Daar heeft ook Groningen mee te maken. Bovenstaande, wereldwijde prognose is ogenschijnlijk nogal positief. De 'dip' in de congresmarkt na 2009 duurde in Nederland 4-5 jaar, daarna was deze pas weer op het eerdere niveau (zie tabel 1). Bovendien is het gebruik van en gewinning aan digitale platforms voor overleg, kennismaking en afstemming (Zoom, Teams, etc.) in 2020 enorm toegenomen. Daarnaast ontstaat een groeiende bewustwording van de negatieve effecten van grootschalige bijeenkomsten, events en massatoerisme op o.a. milieu, klimaat en volksgezondheid (verspreiding virussen). Digitale overlegvormen hebben waarschijnlijk een blijvende plek verworven, al kan het persoonlijke 'face-to-face' contacten nooit geheel vervangen. Dit laatste ervaart ook MartiniPlaza, gezien de blijvende (maar wel verminderde) interesse voor bijeenkomsten in najaar 2020.

We veronderstellen dat de Groningse congresmarkt in 2025 in principe weer terug kan zijn op het niveau van de 'goede jaren' tussen 2012 en 2016. Gemiddeld waren er toen ongeveer 75 congressen, met 550-600 deelnemers (opgave GCB, via gemeente). 2025 lijkt een lange termijn, maar congressen vergen een lange voorbereidingstijd en eerst moeten organisatoren weer vertrouwen krijgen in een veilige reis- en congresomgeving. Essentieel is dat een Coronavaccin beschikbaar is en er intensieve en proactieve marktwerking plaatsvindt, bij voorkeur vanuit een nieuwe congresorganisatie (zie par. 8). Groningen is immers een relatief onbekende congresbestemming, zeker buiten Nederland. Een intensieve marktbenadering voor internationale congressen kost jaarlijks minimaal een half miljoen euro. In vergelijkbare congressteden dragen overheden (gemeente, provincie) dan ook in belangrijke mate bij aan de lokale congresorganisaties (PCO). De gemeente Maastricht bijvoorbeeld doneert hier toe jaarlijks € 285.000,- en de grotere steden in de Randstad zelfs miljoenen euro's.

Ook belangrijk is dat MartiniPlaza (als 'visitekaartje' van de Groningse en zelfs Noord-Nederlandse congresfunctie) wordt gemoderniseerd qua ruimtelijk beeld, vormgeving en functiepatroon. Het complex heeft nu een weinig representatieve, gedateerde uitstraling. Qua programma en ruimtebeslag is de huidige situatie een goed uitgangspunt, zo stelt MartiniPlaza zelf. Ook de Oosterpoort wordt vaak benut voor congressen en bij de verplaatsing/herontwikkeling (het College van B&W heeft inmiddels

gekozen voor het Stationsgebied) moet het nieuwe Muziekcentrum tenminste een grote zaal bieden met minimaal 1.200 zitplaatsen (t.b.v. 'overloop' van MartiniPlaza of –beperkt- eigen congressen met eigen signatuur). De zaalruimte in Forum heeft geheel eigen karakteristieken, maar is vooral door de moderne vormgeving en ligging in de binnenstad (nabij het horecaconcentratiegebied) een goede aanvulling op het aanbod van congresaccommodaties. Daarnaast beschikken RUG, UMCG en MartiniPlaza over kleinere eigen congresaccommodaties, met max. 400 zitplaatsen. Voor grotere congressen werken zij vaak samen met MartiniPlaza.

Een algemeen geldend 'Corona Protocol' voor accommodaties (hotels, congresvoorzieningen, etc.) is de komende jaren essentieel en waarschijnlijk ook nog geruime tijd nadat een betrouwbaar vaccin beschikbaar is.

Voor 2025 en daarna raamt BRO voor de gemeente Groningen op jaarbasis kwantitatief en nadrukkelijk indicatief, mits intensieve marktwerking:

- 75 grotere congressen (met internationale dimensie);
- gemiddeld 350-450 deelnemers (iets lager dan historisch, vanwege lange-termijn effecten Corona, duurzaamheid en kleinschaligheid als Groningse kernkwaliteit);
- gemiddelde verblijfsduur 1,5 – 2 dagen;
- in de jaren na 2025 is een lichte groei realistisch (indicatief 2-4% per jaar, sterk afhankelijk van de economische conjunctuur op dat moment).

Topsectoren met potentie

Het is niet goed mogelijk om nu een cijfermatige onderverdeling te maken van de toekomstige Groningse congresmarkt naar thema c.q. Topsector. Dit o.a. vanwege de beperkte beschikbaarheid van historische cijfers. Wel is eerder vermeld dat in de afgelopen jaren ongeveer een derde van de (grotere) congressen als thema Gezondheid had. Hoe dan ook is een overzichtelijke keuze in Topsectoren verhelderend voor de doelgroepen ("duidelijk verhaal") en richtinggevend voor de marktbenadering. De door de gemeente geformuleerde Groningse Topsectoren (B2B) zijn:

- Digital Society;
- Gezondheid en economie;
- Energietransitie;
- Agrofood/technology;
- Biobased Economy.

Juist in deze sectoren, alle met veel toekomstperspectief, heeft de stad Groningen en de regio/provincie een sterke en onderscheidende positie (nationaal, internationaal) en dus "een eigen verhaal te vertellen". Ze bieden dan ook een aansprekende basis voor grote en kleine congressen.

Kernkwaliteiten en veelzijdige gebiedskwaliteiten en accommodaties optimaal communiceren

De belangrijkste kernkwaliteiten van Groningen (stad en provincie) op de congresmarkt zijn:

- vele kennisinstellingen (academisch, medisch, energie, landbouw, etc.);
- ruimte (fysiek en mentaal), 'Splendid Isolation';
- authentiek, eigenzinnig;

- unieke combinatie historie/erfgoed, cultuur, gastronomie & uitgaan;
- menselijke Maat;
- goed bereikbaar via alle modaliteiten.

In par. 2 is aangegeven, dat uit onderzoek blijkt dat de voorkeur van Nederlandse organisatoren vooral uitgaat naar een stedelijk gebied (58%), landelijk gebied (41%) en water (39%). Groningen heeft dus bijzondere potenties, omdat het alle omgevingskwaliteiten biedt op korte onderlinge afstand. Met name het contrast tussen levendige stad en rustig buitengebied is daarbij een belangrijke kernkwaliteit. Organisatoren hebben de keuze tussen Stad, Ommeland of juist een combinatie daarvan. Elke congres (sector, doelgroep) heeft hierin haar eigen mogelijkheden. Bovendien heeft Groningen zonder meer een ruim aanbod van benodigde accommodaties en overige infrastructuur (zie par. 5).

Aanvullend op dit profiel kan Groningen zich profileren met:

- kleinere congressen/niches (bijv. binnen thema's Topsectoren);
- jong van geest (en leeftijd);
- levendigheid en Rust op korte afstand;
- 'uitstapjes' in de omgeving ('ruimte', kleinschaligheid, natuurbeleving, zingeving, etc.);
- sterk accent op Kwaliteit i.p.v. 'massa';
- culturele activiteiten, i.s.m. musea, podia, Forum, etc.;
- duurzaamheid (in alle opzichten);
- top in Hygiëne, strikte naleving (Corona)protocollen.

7 Aanbevelingen organisatiestructuur congresmarkt Groningen

Achtergrond

Een professionele, toekomstgerichte productontwikkeling en goed georganiseerde acquisitie en resultaatgerichte organisatie zijn wezenlijk voor een goed functionerende congresmarkt op langere termijn. Groningen laat op dit moment veel kansen liggen. De bijzondere mogelijkheden van Groningen moeten in dit kader gezamenlijk en gestructureerd worden opgepakt. Kandidaten moeten proactief en doelgericht worden benaderd, met veel persoonlijke aandacht. Mede hierom is enige jaren geleden de Groningen Congres Alliantie (GCA) opgericht; een platform voor alle betrokken bedrijven, instellingen en organisaties. GCA wil, aanvullend aan het GCB, op termijn (3-5 jaar) jaarlijks 15 tot 20 extra congressen naar de stad halen, primair gericht op de zakelijke markt.

In deze paragraaf doen we aanbevelingen voor de relevante organisatiestructuur in Groningen. Vanwege de vele (denkbare) uitvoeringsopties, belanghebbenden en doelgroepen beperken we ons tot de hoofdlijnen. Op basis van de aanbevelingen kunnen betrokkenen nadere keuzes maken.

Organisatiestructuur congressen in andere middelgrote steden

Ter inspiratie enige voorbeelden van de organisatiestructuur van congressen in andere middelgrote steden met tenminste een universiteit en academisch ziekenhuis.

Referentie Utrecht

In Utrecht heeft het Utrecht Convention Bureau een primair een adviserende functie voor congresorganisatoren, vanuit een onafhankelijk en deskundig perspectief. Het advies is breed en betreft o.a. congresmogelijkheden, accommodaties/locaties, hotels, promotie, benadering deelnemers, sociaal- en partnerprogramma alsmede praktische aspecten. Ook over strategie, planning en financiën (o.a. voorfinanciering, verzekeringen) en de inschakeling van PCO's wordt geadviseerd. T.b.v. bidbooks en site inspecties heeft UCB een ondersteunend bidfonds, maar ze kan ook verwijzen naar andere relevante fondsen en subsidies (lokaal, regionaal, landelijk/NBTC). Belangrijkste partners zijn het Utrecht Science Park, Universiteit, HBO's en Universitair Medisch Centrum. De gemeente Utrecht draagt jaarlijks ca. € 230.000,- bij aan het UCB, de overige inkomsten ad. € 40.000 zijn afkomstig van andere partners.

Referentie Maastricht

In Maastricht is het samenwerkingsverband Congresstad+ opgezet; een gezamenlijk initiatief van gemeente, Health Campus, MECC, Universiteit en (overkoepelend) Maastricht Convention Bureau. Doel is een betere samenwerking tussen kennisinstellingen en bedrijfsleven bij het binnenhalen van congressen en beurzen, in het bijzonder t.a.v. de Maastrichtse topsectoren. Kortom: meer verblijf, bestedingen, werkgelegenheid en een sterker imago als kennisstad en –regio. Voor het organiseren van bijeenkomsten tijdens de coronacrisis, heeft Maastricht Convention Bureau (MCB) een post-COVID-19 protocol opgesteld. Locaties als MECC kunnen voldoende ruimte bieden, waardoor de 1,5 metermaatregel worden gewaarborgd. Ook is er de mogelijkheid om meetings hybride of volledig online te organiseren. Daarnaast speelt hygiëne een belangrijke rol, zowel op de bijeenkomstlocatie als in hotels en tijdens het vervoer binnen Maastricht. De gemeente Maastricht ondersteunt de acquisitietak van het MCB en investeert t/m 2022 jaarlijks €285.000,-.

Referentie Leiden

Ook in Leiden bestaat een intensieve samenwerking tussen gemeente, Universiteit, Medisch Centrum en de hotels: het Leiden Convention Bureau (een divisie van Leiden Marketing). Doel is om van Leiden een meer prominente bestemming voor (inter)nationale wetenschappelijke congressen te maken. De economische spin-off is een belangrijk argument hiervoor. De strategie bestaat o.a. uit de volgende acties:

- marktwerking van de congresmarkt;
- verkenning tot samenwerking met Noordwijk Marketing;
- een congresalliantie met Den Haag en Delft voor complementaire vakgebieden.

Het LCB maakt als vermeld deel uit van Leiden Marketing, met een totaal jaarbudget van 3,2 mln. euro.

Andere goede referenties voor Groningen zijn in dit kader **Eindhoven** en **Enschede**. Deze gemeenten hebben hun congresontwikkeling echter uitbesteed aan regionale organisaties, respectievelijk VisitBrabant Convention Bureau en Congresregio Twente. Ook elders in Nederland wordt steeds meer regionaal samengewerkt bij de organisatie van congressen (zie bijv. Leiden).

Met name de breed georganiseerde en intensieve congresacquisitie van Utrecht kan inspiratie bieden voor Groningen. Maastricht lijkt qua omvang (inwoners, werknemers) en voorzieningstructuur meer op Groningen en de nauwe betrokkenheid van 'topaccommodatie' MECC (vergelijkbaar met MartiniPlaza) is opvallend.

Aanbevelingen organisatiestructuur Groningen

Voor Groningen wordt een frisse 'nieuwe start' voorgesteld, met als werknaam voor de nieuwe organisatie: *Groningen Conventions*. Verantwoordelijk voor een goed gecoördineerde en resultaatgerichte integrale productontwikkeling, marktwerking & promotie. Uiteraard samen met de belangrijkste lokale en regionale stakeholders. Vanwege de benodigde expertise en slagvaardigheid wordt voor de bedrijfsvoering een commerciële structuur voorgesteld, met als primaire trekker de 'topaccommodatie' MartiniPlaza. Voorgesteld wordt dat de huidige organisaties GCB en GCA komen te vervallen en opgaan in *Groningen Conventions*.

Primaire doelstelling *Groningen Conventions*: economische en academische spin-off voor gemeente, provincie en Noord-Nederland. Positie in Top 5 van Nederland.

Takenpakket Groningen Conventions:

- Strategie algemeen.
- Productontwikkeling (incl. uitwerken onderscheidende productconcepten Groningse Topsectoren).
- Relatiebehartiging sleutelactoren congresmarkt, NBTC, lokale partijen (hotels, horeca, cultuur, congresaccommodaties, gemeente, etc.).
- Marketing & promotie congressen (incl. communicatie bijzondere Groningse kernkwaliteiten en accommodaties, huisstijl, Pay-off's, website, Social media, etc.), vertaling naar deelmarkten i.s.m. Groningen Marketing.
- Advisering congresorganisatoren algemeen (incl. Handboek, inspiratie Bidbooks en verwijzing externe subsidies).
- Kennisontwikkeling en monitoring congresmarkt landelijk.
- Monitoring bezoekcijfers en spin-off (bestedingen, werkgelegenheid, overnachtingen, etc.) congressen lokaal, ook naar deelmarkt.
- Advisering gemeente over relevante beleidsvelden (gevraagd, ongevraagd).
- Dagelijks aanspreekpunt, administratie, informatiebeheer, ICT, etc..
- Op termijn: PCO (Professional Conference Organizer).

Belangrijkste betrokken partijen:

- MartiniPlaza.
- Universiteit.
- UMCG.
- Hogescholen.
- Stichting Hotel Overleg Groningen.
- Gemeente en Provincie Groningen.
- Marketing Groningen.

Deelmarkten congresorganisatie:

- Zakelijk (netwerk GCA).
- Wetenschappelijk (netwerk GCB).
- Vakbeurzen (beide netwerken).

Financiering:

Een congresorganisatie als hier beschreven vergt een vrij aanzienlijk start- en jaarbudget. Mede vanwege hun economische, academische en andere belangen leveren alle vermelde betrokken partijen structureel een jaarlijkse bijdrage. Gezien de grote economische spin-of en andere belangen (imago, positie centrumstad, werkgelegenheid, etc.) moet gemeente structureel minimaal € 150.000,- per jaar bijdragen. Omdat ook het belang voor de regio groot is, moet ook de provincie financieel bijdragen. Daarnaast kunnen op termijn inkomsten worden gegenereerd uit activiteiten als een PCO.

Ook wordt een 'Bidfonds' voorgesteld t.b.v. kansrijke Bids voor congressen in Groningen. Verplichting terugbetalen alleen indien congres daadwerkelijk doorgaat. Toekenningen worden door betrokken partijen gezamenlijk vastgesteld.

8 Vestigingsopties congres- en vergadervoorzieningen naar kerngebied in Groningen

BRO heeft een verkenning gemaakt van de vestigingsopties voor congres-en vergadervoorzieningen naar kerngebied in Groningen. Daarbij zijn de volgende aspecten bepalend (zie ook selectie hotellocaties in paragraaf 1):

- overzichtelijke structuur en keuze op gemeentelijk niveau, voor alle doelgroepen;
- helderheid voor marktinitiatieven: verdeling tussen typen vestigingslocaties, omvangsmaten ("de juiste functie op de juiste plek");
- functionele meerwaarde, synergie en economische impact gebieden; geen 'stand alone' ontwikkelingen;
- aansluiten op belangrijkste hotellocaties, met ruime kamercapaciteit;
- versterking verblijfswaarde gebied, geen 'anonieme plekken';
- bijdrage aan de integrale (boven)regionale verzorgingsfunctie van Groningen, gericht op alle doelgroepen.

Tabel 4: Kansen en inspiratie congres- en vergadervoorzieningen

	Primaire doelgroepen <u>hotels</u>	Type en omvang (extra) <u>congresaccommodatie</u>	Meerwaarde (synergie) voor plangebied, voorwaarden ruimtelijk-functioneel	Meerwaarde voor stad en/region
Binnenstad en rand	Alle	Alle	+++ Veel hotels, horeca, etc. Inzet erfgoed, cultuur voor huisvesting	+++ Versterkt binnenstadsfunctie, bovenregionale functie
Stationsgebied	Tl, Z, C	Combinatie hotel, workspaces, horeca >1.500 m ²	+(+) Afhankelijk toekomstig gebiedsprofiel	++ Modern, innovatief concept Optimale bereikbaarheid OV
UMCG	Tl, Z, C, A	Combinatie hotel <1.500 m ²	++ Primair ondersteunend UMCG (kennisdelen, netwerkvorming)	+
Europapark	TG, Z, C	Combinatie hotel, workspaces, horeca <1.500 m ²	+ Primair ondersteunend bedrijventerrein	+
Martiniplaza/Stadspark	TG, Z, C	Grootschalig en modern, gericht op <i>zakelijke markt</i> . Gecombineerd met bestaand aanbod, faciliteiten, infrastructuur >1.500 m ²	+++ Bijdrage aan integrale gebiedsversterking, relatie Stadspark, beter verblijfsklimaat, sterke organisatiestructuur vereist	+++ Beeldbepalend 'Congreshart' van Groningen Bovenregionale functie
Zernike (Campus Groningen)	Z, C, A, L	Primair ondersteunend aan markt <i>Kennis/Wetenschappelijk</i> . Zelfstandig of combinatie met hotel of andere accommodaties >1.500 m ²	++ Bijdrage aan integrale gebiedsversterking Campus, beter verblijfsklimaat. Samenwerking RUG, onderzoeksinstellingen.	++ In markt <i>Kennis/Wetenschappelijk</i> internationale positionering mogelijk (Klimaat-instituut)
Meerstad	Tl, Z	Bijzonder concept, kleinschalig, passend bij gebiedswaarden en overige (toekomstige) invulling, bijv. Hotel, horeca <1.500 m ²	+(+) Afhankelijk toekomstig gebiedsprofiel Bereikbaarheid per auto is belangrijke uitdaging	+
Martini Ziekenhuis	Z, C, A	Combinatie hotel, horeca <1.500 m ²	++ Primair ondersteunend Ziekenhuis (kennisdelen, netwerkvorming)	+

	Primaire doelgroepen <u>hotels</u>	Type en omvang (extra) <u>congresaccommodatie</u>	Meerwaarde (synergie) voor plangebied, voorwaarden ruimtelijk-functioneel	Meerwaarde voor stad en/region
De Suiker	TI, L	Bijzonder concept of combinatie hotel, horeca, leisure/cultuur, bedrijven <1.500 m ²	+ Afhankelijk toekomstig gebiedsprofiel, bijzondere kansen innovatieve concepten	+
<p>Doelgroepen primair: Toeristen-individueel (TI), Toeristen-groepen (TG), Zakelijk (Z), Congres (C), Academisch/research (A), Langer verblijf (L).</p> <p>Typen congresaccommodatie: <u>Zelfstandig</u> Groot: > 1.500 m² zaalruimten, Middelgroot/klein: < 1.500 m², <u>Hotelgebonden</u>, <u>Overig/Bijzonder</u></p>				

