Trends en ontwikkelingen in de evenementenbranche:

1. Online communicatie :

<http://www.eventbranche.nl/nieuws/70%25-van-de-bezoekers-gebruikt-de-aangeboden-event-of-congresapp-9607.html>

<http://eventbranche.nl/nieuws/top-10-trends-in-festivals-en-publieksevenementen-8636.html>

**FESTIVALS EN PUBLIEKSEVENEMENTEN - Op nummer 1: intimiteit. Waar de zakelijke evenementenmarkt steeds meer kiest voor kleinschalige evenementen, zien we een zelfde beweging in de festivalbranche. Daar bestempelen organisatoren die ontwikkeling echter als intiem.**

**1. Intimiteit**  
  
Te midden van al het entertainment op de terrein ontstaan overal intieme plekken voor klein theater, ontmoetingen of private optredens. De ontwikkeling is natuurlijk al jaren gaande, maar de trend zet zich door. Dat gaat zelfs zo ver dat diverse organisatoren van grote festivals kiezen voor een intiemer en wel kleinschaliger label. De combinatie bekende organisator, kleiner concept en beperkt aantal kaarten zorgt in veel gevallen voor succesvolle events.

**2. Crowdsourcing**

Ja hoor, daar zijn ze dan: de line ups die (deels) zijn samengesteld door de bezoekers. Het zorgt niet alleen voor tevreden bezoekers, maar ook voor een enorme binding van de doelgroep met het evenement. Daar speelt in het voortraject vaak social media een hele grote rol. Echter, organisatoren geven wel aan dat hier een enorm organisatorisch struikelblok zit: crowdsourcing botst natuurlijk met vroegtijdige vaststelling van line ups en ook met de haalbaarheid van acts/artiesten. Daarom kiezen organisatoren in veel gevallen nog voor bijvoorbeeld een poll voor het herboeken van artiesten uit het jaar ervoor. Welke acts waren volgens de bezoekers zo goed, dat ze die acts het jaar erop weer willen zien? In de randprogrammering van veel evenementen laten organisatoren ‘het publiek’ meer toe in het concept. Waar liggen de behoeftes? Wat wil de bezoeker op het event en bijvoorbeeld welke van de 3 door de organisatie gesignaleerde bijzondere cateringconcepten zouden voor volgend jaar een aanvulling zijn. Slimme zet in het bindingsproces.

**3. Nieuwe locaties**  
Een aantal organisatoren sprak over de grote trek uit de Randstad. Het overvolle evenementenlandschap in de grote steden deed dan ook een paar evenementen omvallen, maar het is meer dan een trek naar de festivals en evenementen in de ‘provincie’. Wat organisatoren vooral noemen als ontwikkeling is de zoektocht naar niet alledaagse festivalterreinen. Dat wil niet zeggen dat de bekende locaties minder te doen hebben, maar er ontstaan steeds meer initiatieven op onbekende en nieuwe locaties. Terrein binnen de stadsgrenzen, nieuwe outdoorlocaties, vliegvelden, historische locaties en andere creatieve oplossingen zorgen voor extra beleving.

**4. Merk boven artiest**  
Het is misschien wel de meest opvallende reactie uit de rondgang langs organisatoren: veel evenementen kiezen voor een investering in het verder uitbouwen van het eigen imago en de eigen beleving.

**5. Social Media Promotie**

Voortraject, natraject, live, twitterredactie, Facebookacties, foto- en videowedstrijden…social media hebben al een paar jaar grote invloed op de concepten en organisatie van evenementen. De mogelijkheden zijn inmiddels enorm divers en volgen elkaar in rap tempo op.

**6. Sponsoring op sponsoring**

Dat veel evenementen en festival varen op sponsoren is geen geheim. Ook het feit dat steeds meer bedrijven publieksevenementen inzetten om hun product of merk tot leven te laten komen, is niets nieuws, maar sinds kort is er nog een overtreffende trap: sponsoren die zich aansluiten bij sponsored events.

**7. Internationale ontmoetingsplekken**

Een aantal evenementen en festivals is uitgegroeid tot heuse internationale ontmoetingsplekken. Over de hele wereld komen festivalgangers voor het concept van een bepaald evenement ingevlogen.

**8. Turnkey festival**

In de zakelijke evenementenindustrie is het al gebruikelijker dan in de publieke sector: profiteren van het evenement dat voor jouw evenement wordt georganiseerd. Er is al een aantal evenementen dat het aandurft: twee edities kort op elkaar, andere labels, ander publiek, maar dezelfde toeleveranciers, podiumbouwers etc etc. Costsharing in optima forma.

**9. Openbreken leeftijd**  
De speelweide, het kinderparadijs, het is nog even wachten op de 65+ uitrusttent, maar steeds meer evenementen breken de leeftijdsgrens aan beide kanten open.

**10. Eten centraal**  
  
Als paddenstoelen schieten ze uit de grond: evenementen waar het eten (of drinken) centraal staat