

Marktverkenning MICE propositie Destinatie Zandvoort

DECEMBER 2024

VOORWOORD

Met veel plezier hebben wij, Thijs Peters en Mark Struik, gewerkt aan deze marktverkenning voor Zandvoort. Tijdens dit traject hebben we niet alleen het zakelijke ecosysteem van Zandvoort beter leren kennen, maar ook de veelzijdigheid en mogelijkheden van de bestemming ontdekt. Zandvoort is zoveel meer dan alleen de Formule 1 of een strandtent waar je bij 25 graden geniet van een drankje. Het is een plek met een uniek potentieel voor zakelijke evenementen, die de balans tussen natuur, strand en sportieve beleving op een bijzondere manier weet te verenigen.

We willen onze dank uitspreken aan iedereen die bereid was om bij te dragen aan deze verkenning. In het bijzonder bedanken we Floor Thomasse voor haar enthousiasme en haar coördinerende rol, die cruciaal is geweest in het verbinden van mensen en ideeën.

Met deze marktverkenning in handen kijken wij uit naar de volgende stap, de Commerciële Strategie Dagen. Deze staan gepland voor eind januari 2025 en vormen het beginpunt voor het formuleren van een strategisch businessplan waarin de zakelijke propositie van Zandvoort echt tot leven zal komen. Wij hopen dat deze verkenning een inspiratiebron zal zijn voor iedereen die Zandvoort wil ontwikkelen tot een toonaangevende zakelijke bestemming.

Thijs Peters & Mark Struik

December 2024

MANAGEMENT SAMENVATTING

Zandvoort, een van de meest iconische kustbestemmingen van Nederland, staat mogelijk aan de vooravond van een transformatie. Dit rapport onderzoekt de huidige concurrentiepositie van Zandvoort in de MICE-markt (Meetings, Incentives, Conferences en Exhibitions), een sector die wereldwijd blijft groeien en die aanzienlijke economische waarde biedt. Met haar unieke mix van strand, natuur en het wereldberoemde Circuit Zandvoort heeft de bestemming een sterk fundament. Tegelijkertijd zijn er uitdagingen die om een gerichte aanpak vragen om het volledige potentieel te benutten.

De ambitie om een jaarrond economie te realiseren, zoals vastgelegd in de Toeristische Visie 2040, vormt het uitgangspunt van deze marktverkenning. Het rapport brengt in kaart hoe Zandvoort als zakelijke bestemming presteert, welke kansen en bedreigingen er zijn, en welke stappen nodig zijn om waardevolle zakelijke bezoekers aan te trekken.

HUDIGE MARKT EN AANBOD

Zandvoort beschikt over een divers ecosysteem dat bestaat uit hotels, strandpaviljoens, een unieke venue met het circuit en niche-aanbieders zoals watersportcentra en een duurzaamheidsinitiatieven. Deze combinatie maakt Zandvoort geschikt voor zakelijke evenementen, van kleine teambuildingactiviteiten tot meerdaagse vergaderingen.

Het Circuit Zandvoort speelt hierin een sleutelrol. Met zijn grootschalige evenementenruimtes, unieke race-ervaringen en internationale bekendheid fungeert het als een zakelijk epicentrum. Ook de strandpaviljoens bieden inspirerende locaties voor vergaderingen en evenementen, hoewel deze vooral seizoensgebonden zijn. De hotels in Zandvoort, met een totale capaciteit van ongeveer 1.100 kamers, vormen een belangrijke basis voor de MICE-markt, al is het aanbod beperkt voor grotere groepen en high-end evenementen.

Ondanks de sterke basis kent Zandvoort ook duidelijke uitdagingen. Zo ontbreekt een centrale, gezamenlijke propositie die aanbieders in de regio verbindt en is de online zichtbaarheid van Zandvoort als zakelijke bestemming minimaal. De focus ligt historisch gezien sterk op recreatief toerisme, waardoor de zakelijke markt nog onvoldoende wordt aangesproken. Daarnaast beperkt de seizoensgebonden inzetbaarheid van strandpaviljoens de mogelijkheden in de winter, wat een struikelblok vormt voor de ambitie om jaarrond evenementen te faciliteren.

CONCURRENTIEPOSITIE

In de concurrentieanalyse wordt Zandvoort vergeleken met andere binnen- en buitenlandse bestemmingen. Binnen Nederland zijn Noordwijk en Scheveningen de belangrijkste concurrenten. Noordwijk heeft een sterke focus op de MICE-markt met luxe hotels en uitgebreide congresfaciliteiten, terwijl Scheveningen profiteert van de nabijheid van Den Haag en grote internationale organisaties. Zandvoort onderscheidt zich door haar unieke combinatie van strand, natuur en circuit, evenals de informele en inspirerende sfeer.

Internationaal concurreert Zandvoort met bestemmingen zoals Brighton, Sitges en Knokke-Heist, die strandlocaties combineren met zakelijke voorzieningen. Deze bestemmingen hebben een sterker internationaal profiel en geavanceerdere marketingstrategieën, maar missen vaak de sportieve en natuurlijke elementen die Zandvoort biedt. Om te concurreren, zal Zandvoort een duidelijke positionering moeten kiezen.

MARKTPOTENTIEEL EN KANSRIJKE DOELGROEPEN

Het marktpotentieel van Zandvoort ligt voornamelijk bij kleine en middelgrote zakelijke evenementen met groepsgroottes tussen de 20 en 250 personen. Vooral bedrijven uit de Randstad en internationale bezoekers uit Duitsland en het Verenigd Koninkrijk vormen kansrijke doelgroepen. De regio kan inspelen op de groeiende vraag naar teambuildingactiviteiten, incentives en vergaderingen in een inspirerende omgeving.

Duurzaamheid speelt een steeds belangrijkere rol in de keuze voor zakelijke bestemmingen. Zandvoort heeft hier een unieke kans met initiatieven zoals Juttersgeluk en de ontwikkeling van CO2-neutrale evenementen. Het verder laden van duurzaamheid in de propositie kan een belangrijke troef worden om zakelijke bezoekers aan te trekken die waarde hechten aan maatschappelijk verantwoord ondernemen.

De seizoensinvloeden vormen een uitdaging. Strandpaviljoens zijn in de winter slechts beperkt beschikbaar, wat de aantrekkelijkheid voor zakelijke bezoekers vermindert. Dit biedt tegelijkertijd een kans om alternatief winteraanbod te ontwikkelen, waarbij gebruik wordt gemaakt van het circuit en indoorfaciliteiten.

SWOT-ANALYSE

De SWOT-analyse schetst een overzicht van de sterke en zwakke punten van Zandvoort, evenals de kansen en bedreigingen.

Zandvoorts sterke punten zijn onder andere de unieke ligging aan zee, de goede bereikbaarheid en de diversiteit aan locaties. Ook zijn er duidelijke zwaktes, zoals de beperkte hotelcapaciteit en de versnipperde samenwerking tussen aanbieders. De kansen liggen in het inspelen op trends zoals duurzaamheid en de groeiende vraag naar unieke zakelijke ervaringen. De belangrijkste bedreigingen zijn de sterke concurrentie van Noordwijk en Scheveningen en de seizoensafhankelijkheid van locaties.

AANBEVELINGEN

Op basis van de analyse worden concrete aanbevelingen gedaan om Zandvoort sterker te positioneren:

1. **Ontwikkel een gezamenlijke zakelijke propositie:** Creëer een herkenbaar merk, zoals "Zandvoort, Beach for Business", en verbind hotels, strandpaviljoens en het circuit in geïntegreerde pakketten.
2. **Verbeter de digitale zichtbaarheid:** Zorg voor aanwezigheid op internationale MICE-platforms zoals Cvent, en ontwikkel gerichte marketingcampagnes via LinkedIn en andere zakelijke kanalen.
3. **Stimuleer samenwerking en sales activiteiten:** Faciliteer structurele samenwerking tussen aanbieders en stimuleer gezamenlijke promotie en salesactiviteiten op specifieke key-feeder markten.
4. **Duurzaamheid als speerpunt:** Positioneer Zandvoort als groene bestemming met CO2-neutrale evenementen en duurzame activiteiten.
5. **Verminder seizoensafhankelijkheid:** Ontwikkel winteraanbod en maak gebruik van indoorfaciliteiten om jaarrond evenementen mogelijk te maken.

CONCLUSIE

Zandvoort heeft een solide basis om zich te ontwikkelen tot een toonaangevende zakelijke bestemming in Nederland. Door strategisch in te spelen op haar unieke kenmerken, samen te werken binnen de regio en een sterke focus te leggen op duurzaamheid en digitale zichtbaarheid, kan de badplaats uitgroeien tot een veelzijdige en jaarrond aantrekkelijke MICE-bestemming.

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	2
Management samenvatting	3
Inleiding	7
Aanleiding	7
Doelstelling	7
Huidige trends in de MICE Markt	8
Acht belangrijke trends	8
Methodologie	10
Conclusie van de methodologie	11
Analyse van de Huidige Markt	12
Huidige Eco-systeem	12
Overzicht van type aanbieders	12
Hotels geschikt voor de MICE-markt	12
Strandpaviljoens en Horeca	13
Circuit Zandvoort	14
Overige Aanbieders: WATERSPORTCENTRA EN JUTTERSGELUK	15
Infrastructuur en Faciliteiten	16
Zakelijke Bezoekers en MICE-segmenten	17
Hoe worden zakelijke bezoekers momenteel aangetrokken?	17
Welke MICE-segmenten zijn actief in Zandvoort?	17
Knelpunten en Kansen	18
Prijsniveau en Online Vindbaarheid	18
Online Vindbaarheid	18
Huidig Prijsbeleid	18
Knelpunten en Kansen	19
concurrentie analyse en Marktpotentieel	20
Binnenlandse kust Concurrentie	20
Noordwijk: Conference Beach of Europe	20
Scheveningen: Zakelijke Uitbreiding van Den Haag	20
Overige Concurrentie: Kustplaatsen zonder Specifieke MICE-Positionering	21
Regio concurrentie	21
Amsterdam: Het Zakelijke Epicentrum van Nederland	21
Haarlem: De Stijlvolle Buurstad	22
Buitenlandse concurrentie met kustconcept	23
Brighton (Verenigd Koninkrijk)	23
Cannes (Frankrijk)	23
Sitges (Spanje)	23
Knokke-Heist (België)	23
Conclusie Concurrentieanalyse MICE-markt	23
Inschatting marktpotentieel	24
Kansrijke Doelgroepen	26

Groepsgrootte.....	26
Geografische herkomst van zakelijke bezoekers.....	27
Huidige Key Feeder Markets	27
Potentiële Key Feeder Markets	27
Match met Toeristische Visie	27
analyse van Zandvoort	29
Unieke Voordelen en Beperkingen van Zandvoort	29
Unieke Voordelen van Zandvoort	29
Beperkingen van Zandvoort	29
Weersafhankelijkheid	30
SWOT-analyse	31
Sterke en Zwakke Punten.....	31
Kansen en Bedreigingen.....	32
SWOT overzicht.....	33
Advies en Aanbevelingen	34
Korte termijn: Ontwikkel een MICE-destinatie.....	34
Middellange termijn: Verbeter en versterk de positie	34
Lange Termijn: strategische groei	35
Conclusie.....	36
Slotgedachte	36
Bijlagen	37
Ecosysteem (deel)overzicht:	37
Belangrijkste Hotels en Capaciteiten.....	37
Jaarrond Paviljoens	40
Overige aanbieders:	42
Interviews	45
Geselecteerde partijen.....	45
Interviewopzet	45
Hotels.....	46
Strandpaviljoens	46
Overige Aanbieders.....	46

INLEIDING

De zakelijke markt voor Meetings, Incentives, Conferences en Exhibitions/ Events (MICE) in Zandvoort staat voor nieuwe mogelijkheden in een veranderend landschap. De toeristische visie 2040 en de ambitie om een jaarrond aantrekkelijke economie te creëren, vormen de basis voor deze marktverkenning. Dit rapport beoogt inzicht te geven in het huidige aanbod en de positionering van Zandvoort binnen de MICE-markt.

AANLEIDING

Zandvoort, een van de bekendste badplaatsen van Nederland, heeft als doel haar economie te versterken door het toeristische seizoen te verlengen en zich te positioneren als een aantrekkelijke bestemming, niet alleen voor recreatief, maar ook voor zakelijk bezoek. Met de vaststelling van de Toeristische Visie Zandvoort 2040 in maart 2024, is de ambitie om een jaarrond economie te realiseren verder verankerd. Een van de mogelijkheden hierbij is het aantrekken van waardevolle zakelijke bezoekers, zoals deelnemers aan vergaderingen, incentives, congressen en evenementen (MICE).

Het belang van deze doelgroep werd benadrukt tijdens een kick-off bijeenkomst van de Kopgroep Zakelijke Markt in september 2024. Hier kwamen verschillende ondernemers, Zandvoort Marketing en de gemeente samen om kansen en uitdagingen voor de zakelijke markt te bespreken. Belangrijke thema's die naar voren kwamen, waren de behoefte aan een gedeelde propositie, meer samenwerking tussen aanbieders, een centraal aanspreekpunt en verbeterde zichtbaarheid en promotie.

Om de zakelijke markt effectief te benaderen, is een gerichte aanpak noodzakelijk. Dit begint met een analyse van de huidige markt, het identificeren van kansen en bedreigingen, en het bestuderen van het concurrentie landschap. Uiteindelijk zal deze marktverkenning leiden tot een aantal aanbevelingen.

DOELSTELLING

Het doel van dit rapport: Het inzichtelijk maken van het marktpotentieel van Zandvoort als zakelijke bestemming. Dit rapport bestaat uit vier hoofdonderdelen:

1. Marktverkenning

Het uitvoeren van een uitgebreide analyse van:

- Het huidige ecosysteem van aanbieders in Zandvoort
- De manieren waarop zakelijke bezoekers momenteel worden aangetrokken
- Het bestaande zakelijke aanbod en de segmenten die worden bediend
- De concurrentiepositie van Zandvoort

2. Strategische Vergelijking

Een benchmarkanalyse in relatie tot vergelijkbare nationale en internationale kustbestemmingen om de concurrentiepositie van Zandvoort beter te begrijpen.

3. Kansen voor Groei

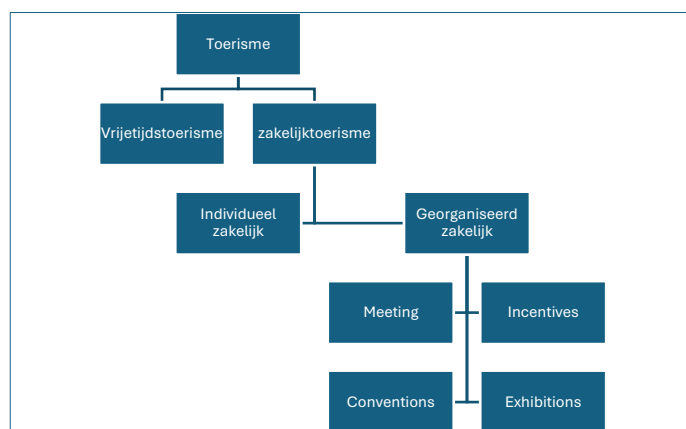
Het identificeren van kansrijke zakelijke segmenten en doelgroepen, op basis van:

- Type zakelijke evenementen (zoals vergaderingen, congressen, incentives).
- Groepsgrootte en geografische herkomst.
- Potentiële uitbreiding van het aantal zakelijke evenementen en deelnemers.

4. SWOT-analyse en Aanbevelingen

Het opstellen van een strategisch advies op basis van een SWOT-analyse. Dit vormt de basis voor aanbevelingen die aansluiten bij de ambitie om een jaarrond-economie te realiseren en waardevolle bezoekers aan te trekken.

Dit rapport dient als basis voor de verdere ontwikkeling van een zakelijke strategie en vormt het startpunt voor een duurzame groei van de zakelijke markt in Zandvoort.



Afbeelding indeling toerisme

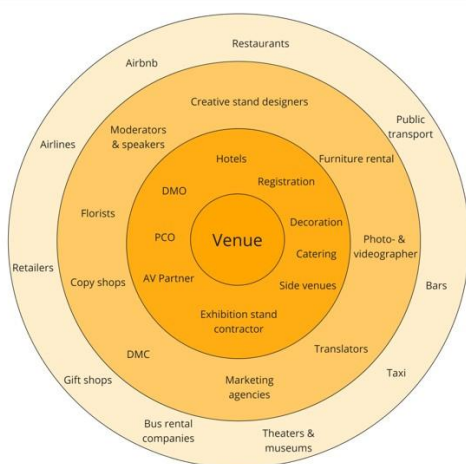
HUIDIGE TRENDS IN DE MICE MARKT

De MICE-markt blijft zich snel ontwikkelen, gedreven door veranderende verwachtingen van planners, bedrijven en deelnemers. Met een wereldwijde omzet van ongeveer €900 miljard en een voorspelde gemiddelde jaarlijkse groei (CAGR) van 9% tot 2032, vertegenwoordigt deze sector een significante economische waarde. Voor bestemmingen zoals Zandvoort biedt dit enorme kansen om een groter aandeel in deze groeiende markt te verwerven.

Onderzoek van het NBTC¹ laat zien hoe waardevol MICE-bezoekers zijn:

- Een vakantieganger geeft gemiddeld €650 uit per verblijf in Nederland
- Een zakelijke bezoeker geeft gemiddeld €760 uit per verblijf in Nederland
- Een zakelijke MICE-bezoeker geeft gemiddeld €1.131 uit per verblijf in Nederland
- Bij dag-meetings ligt de gemiddelde besteding op €60 per deelnemer.

In grotere steden zoals Amsterdam is de economische impact nog duidelijker. Zo genereert iedere euro die in de RAI wordt besteed een spin-off van €7 voor de stad. Dit onderstreept de multiplier-effecten van MICE-activiteiten op lokale economieën, met voordelen voor horeca, transport en retail.



Afbeelding actoren in de MICE-markt

ACHT BELANGRIJKE TRENDS

1. Fysieke evenementen blijven dominant, maar virtuele en hybride formats blijven bestaan

Hoewel fysieke evenementen de voorkeur genieten vanwege de persoonlijke interactie en netwerkmogelijkheden, hebben virtuele en hybride formaten een blijvende plaats veroverd. Deze formaten bieden flexibiliteit en toegankelijkheid, wat vooral waardevol is voor internationale deelnemers of tijdens onzekere tijden. De verhouding ligt op 59% van de markt op fysieke meetings, 20% op hybride en 21% op online. Daarbij is de verwachting dat het aandeel fysieke meetings in 2025 groeit naar 63% ten koste van met name online meetings².

2. Ervaringsgerichte locaties zijn essentieel

De moderne deelnemer verwacht meer dan alleen een functionele ruimte. Locaties die unieke ervaringen bieden, zoals creatieve opstellingen en hoogwaardige audiovisuele ervaringen, lokale culturele elementen en interactief entertainment, zijn populairder dan ooit.

3. Duurzaamheid en toegankelijkheid weerspiegelen merkwaarden

Organisatoren kiezen steeds vaker voor bestemmingen en locaties die duurzaamheid en toegankelijkheid hoog in het vaandel hebben staan. Organisatoren zijn zich ter degen bewust dat duurzame keuze afstralen op de eigen brandwaarden en merk imago.

4. Grote vraag naar kwalitatieve ruimtes en middelen

Planners zijn bereid te investeren in hoogwaardige locaties en faciliteiten die bijdragen aan de professionele uitstraling van hun evenementen. Dit omvat niet alleen de fysieke ruimte, maar ook uitstekende catering, technische ondersteuning en gastvrijheid.

5. Interne evenementen krijgen meer gewicht

Bedrijven hechten steeds meer waarde aan interne evenementen zoals teambuilding, trainingen en strategische sessies. In een tijdperk van hybride en online werken gebruiken steeds meer organisaties interne evenementen voor het opbouwen en verstevigen van een bedrijfscultuur.

6. Digitalisering van distributiekanaalen

¹ Bron: Onderzoek Inkomend Toerisme (2022)

² Amex GBT – M&E 2025 Global Forecast

De keuze en boeking van locaties en services verloopt steeds vaker via digitale platforms. Transparantie, eenvoud in reserveringen en zichtbaarheid op online platforms zijn essentieel om aantrekkelijk te blijven voor planners.

7. Yield management wordt belangrijker en data gedreven

Locatiebeheer en prijsstrategie zijn steeds vaker gebaseerd op data-analyse. Dit stelt aanbieders in staat om vraag en aanbod optimaal te balanceren, seizoensinvloeden te minimaliseren en hun inkomsten te maximaliseren.

8. Evenementen worden ontworpen met ESG-principes in gedachten

Milieu-, sociale- en bestuursprincipes (Environmental, Social, Governance) spelen een steeds grotere rol in de organisatie van evenementen. Enkele belangrijke indicatoren in de EMEA-regio zijn:

- **53%** van de planners vindt duurzaamheid zeer belangrijk.
- **50%** benadrukt diversiteit, gelijkheid en inclusie.
- **48%** geeft prioriteit aan duurzame materialen en het minimaliseren van wegwerpartikelen.
- **44%** focust op het verminderen van transportemissies.
- **39%** richt zich op initiatieven om voedselverspilling tegen te gaan.

METHODOLOGIE

Dit rapport biedt een marktverkenning van de MICE-markt in en voor Zandvoort, gebaseerd op een combinatie van deskresearch, interviews en expertise van de partners van Conventus Consultants. Hieronder wordt de methodologie toegelicht, inclusief een introductie tot de MICE-markt, de onderzoeksmethoden en de gehanteerde scope.

WAT IS DE MICE-MARKT?

De term MICE staat voor Meetings, Incentives, Conventions en Exhibitions en omvat een breed scala aan zakelijke bijeenkomsten. Hieronder volgt een toelichting op de belangrijkste typen bijeenkomsten binnen de MICE-markt:

- **Meetings:** Generieke zakelijke bijeenkomsten zoals trainingen, sales meetings, workshops en vergaderingen.
- **Incentives:** Evenementen gericht op plezier, eten, drinken en vrijetijdsactiviteiten, bedoeld om deelnemers te motiveren of te belonen. Dit type bijeenkomst heeft vaak een informele en recreatieve insteek.
- **Conventions (congressen en conferenties):**
 - Congressen: Grootschalige bijeenkomsten van honderden tot duizenden deelnemers, gericht op specifieke onderwerpen binnen een professionele of culturele context.
 - Conferenties: Kleinschaligere bijeenkomsten gericht op overleg, discussie en probleemoplossing binnen een select gezelschap.
- **Events & Exhibitions (Beurzen):** Bijeenkomsten gericht op het tonen van producten en diensten, variërend van vakbeurzen (B2B) tot publieksbeurzen (B2C).

De diversiteit binnen de MICE-markt vereist een breed aanbod aan locaties, faciliteiten en services die aansluiten bij de specifieke behoeften van zakelijke bezoekers.

ONDERZOEKSMETHODEN

1. Desk Research:

Voor dit rapport is uitgebreid gebruik gemaakt van deskresearch. Hierbij zijn onder andere de volgende bronnen geraadpleegd:

- Websites van lokale aanbieders (hotels, strandpaviljoens, en activiteit aanbieders).
- Algemene platforms zoals visitzandvoort.nl, Cvent, meeting-events.com, Booking.com, NBTC en Google Maps.
- Websites van Convention Bureaus van concurrerende bestemmingen.
- Data over de MICE-markt via NBTC en Cvent, met de kanttekening dat specifieke marktdata voor Zandvoort beperkt beschikbaar is.

REMARK: Data van STR.com (voor hotelprestaties) bleek onvoldoende gedetailleerd voor Zandvoort en MICE Daily had geen aangesloten locaties in de regio. Dit beperkte de mogelijkheid om een uitgebreide data-gedreven analyse op te stellen.

2. Analyse van interne documenten:

Documenten van Zandvoort Marketing, zoals de Toeristische Visie 2040 en jaarverslagen van 2022 en 2023, zijn bestudeerd om een goed beeld te krijgen van de huidige en geplande ontwikkelingen binnen de bestemming.

3. Interviews met lokale ondernemers:

Er zijn interviews afgenomen met twaalf ondernemers die actief zijn in Zandvoort, waaronder hotels, strandpaviljoens en aanbieders van activiteiten. De interviews zijn opgenomen en getranscribeerd met behulp van de AI-tool Fireflies voor verdere analyse. Deze gesprekken boden waardevolle inzichten in de huidige zakelijke markt, trends, kansen en uitdagingen binnen de MICE-markt van Zandvoort, en inzage in samenwerking en visie op de toekomst.

4. Expertise en generatieve AI:

De partners van Conventus Consultants hebben hun kennis van de MICE-markt ingebracht bij het opstellen van dit rapport. Daarnaast is gebruik gemaakt van generatieve AI (ChatGPT) binnen een project-specifiek domein. Dit heeft geholpen bij het

structureren en uitwerken van het rapport, maar de inhoud is altijd gecontroleerd en waar nodig aangepast door de experts.

5. **Scope van de marktverkenning:**

De focus van deze marktverkenning ligt exclusief op Zandvoort en op het in de ogen van Conventus Consultants relevante aanbod in de MICE-markt. Hoewel gestreefd is naar een neutrale en objectieve benadering, blijft een zekere mate van subjectiviteit inherent aan een kwalitatieve analyse. De consultants hebben echter geen belangen of relaties met de aanbieders in Zandvoort en hebben onafhankelijk gewerkt aan dit rapport.

BEPERKINGEN EN TAALGEBRUIK

- Beperkingen in marktdata: Specifieke marktdata voor Zandvoort was beperkt beschikbaar. Hierdoor is grotendeels gebruik gemaakt van kwalitatieve inzichten en expertise in plaats van kwantitatieve analyses.
- Taalgebruik: In het rapport wordt gebruik gemaakt van vakjargon en industrie-specifieke termen. Er is echter gestreefd om deze zo goed mogelijk toe te lichten om het rapport toegankelijk te houden.

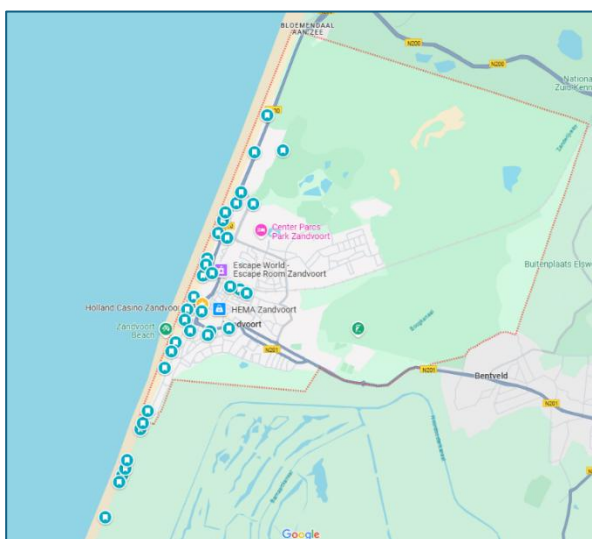
CONCLUSIE VAN DE METHODOLOGIE

De methodologie van dit rapport combineert deskresearch, interviews en interne expertise om een zo volledig mogelijk beeld van de MICE-markt in Zandvoort te schetsen. Hoewel er beperkingen zijn in datatoegang, biedt het rapport een solide basis voor de verdere ontwikkeling van Zandvoort als zakelijke bestemming. Deze combinatie van kwalitatieve en kwantitatieve elementen biedt strategische handvatten om kansen in de MICE-markt in te schatten.

ANALYSE VAN DE HUIDIGE MARKT

Het hoofdstuk Analyse Huidige Markt biedt een overzicht van het huidige zakelijke ecosysteem in Zandvoort en richt zich op de dynamiek en structuur van de MICE-markt. We onderzoeken de diverse typen aanbieders en hun unieke bijdragen, het profiel van de zakelijke bezoekers, en de MICE-segmenten die momenteel bediend worden. Daarnaast wordt aandacht besteed aan het prijsniveau van de zakelijke dienstverlening en de online zichtbaarheid van Zandvoort als zakelijke bestemming. Deze analyse vormt de basis voor het identificeren van kansen en het ontwikkelen van een versterkte zakelijke propositie.

HUIDIGE ECO-SYSTEEM



Afbeelding spreiding aanbieders Zandvoort

Het zakelijke ecosysteem van Zandvoort bestaat uit een diverse groep aanbieders, waaronder hotels, strandpaviljoens, het circuit, horecagelegenheden en andere locaties die vergaderingen en evenementen faciliteren. Ondersteunende diensten zoals transport, digitale infrastructuur en de marketingactiviteiten van Zandvoort Marketing spelen een belangrijke rol in het versterken van het zakelijke profiel.

Een gedegen analyse van dit ecosysteem is essentieel om te begrijpen hoe Zandvoort zich momenteel positioneert in de zakelijke markt. Het biedt inzicht in de samenwerking tussen aanbieders, in de sterke en zwakke punten van het aanbod, en in de mate waarin het potentieel van Zandvoort wordt benut. Deze

inzichten dienen als basis voor het ontwikkelen van een gedeelde propositie die zowel de aanbieders ondersteunt als Zandvoort positioneert als een aantrekkelijke zakelijke bestemming voor het hele jaar.

OVERZICHT VAN TYPE AANBIEDERS

Zandvoort biedt een veelzijdig aanbod van zakelijke locaties en faciliteiten, variërend van moderne hotels tot unieke strandpaviljoens en watersportcentra. Deze diversiteit vormt een belangrijke basis voor de aantrekkelijkheid van Zandvoort als zakelijke bestemming. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste soorten aanbieders binnen het ecosysteem.

HOTELS GESCHIKT VOOR DE MICE-MARKT

De hotels in Zandvoort vormen een fundamenteel onderdeel van het zakelijke ecosysteem. Ze bieden niet alleen accommodatie voor zakelijke bezoekers, maar ook faciliteiten voor vergaderingen, teambuilding-activiteiten en evenementen. Er zijn in totaal 12 hotels³ in Zandvoort met variërende kamer-capaciteit en aangeboden diensten, waaronder bekende ketens, boetiekhotels en appartementenhotels. Vanuit de werkgroep is een aantal hotels aangedragen om mee te nemen in dit onderzoek. Door de auteurs zijn op basis van capaciteit acht hotels voor dit rapport geselecteerd⁴. Vanwege de beperkte hotelkamercapaciteit in Zandvoort zijn slechts enkele hotels geschikt voor (grotere) MICE-groepen. De focus in dit onderzoek ligt op hotels met minimaal 30 kamers, waarbij NH Hotel Zandvoort (216 kamers) en het Beach Hotel Zandvoort by Centre Parcs (112 kamers) als meest geschikte locaties worden gezien, op basis van kameraantal en op basis van het substantiële aanbod aan zalen dat zij in pandig beschikbaar hebben. Voor kleinere groepen zijn onder meer Hotel Paradis (71 kamers) en Palace Hotel Zandvoort (57 kamers) ook interessant.

Hoewel boetiekhotels met minder dan 30 kamers minder geschikt zijn voor grotere zakelijke bijeenkomsten, bieden ze mogelijkheden voor exclusieve, kleinere groepsreserveringen. Dit kan mogelijkheden voor nichemarkten bieden.

³ Volgens booking.com met filter hotel

⁴ NH Zandvoort, Beach Hotel, Hotel Paradis, Palace Hotel, Hotel Keur, Amsterdam Beach Hotel, Hotel Faber en Beachhouse hotel.

GROEPSRESERVERINGEN: STRATEGISCHE AFWEGINGEN EN AANNAMEBELEID

In algemene zin, en zeker in een weersafhankelijke markt met veel last minute vraag in de markt, alloceren hotels niet vaak grote delen van hun capaciteit aan groepsreserveringen toe vanwege het risico op "displacement": Kamers kunnen vaak tegen een hoger tarief in andere segmenten worden verkocht, bijvoorbeeld op de consumentenmarkt waar kamers tegen Best Available Rate (BAR) worden verkocht.

De balans in de business mix en daarmee de plaats van groepsreserveringen wordt bepaald door seizoensgebonden druk, de strategie van het hotel, en het type doelgroep. Groepsreserveringen worden veelal als een stabiele basis binnen de businessmix beschouwd, maar de daadwerkelijke toewijzing varieert per hotel.

CAPACITEIT EN MOGELIJKHEDEN

Zandvoort beschikt over ongeveer 1.100 kamers in verschillende prijklassen en type hotels, waarvan acht hotels met gezamenlijk 594 kamers worden genoemd in deze marktverkenning. Wat betreft de vergader- en eventfaciliteiten bieden de hotels vergaderruimtes variërend van kleine boardrooms voor 10 personen tot grote zalen voor 300 personen in theateropstelling. Daarnaast beschikken de hotels over verschillende faciliteiten ter ondersteuning van zakelijke bijeenkomsten, zoals beamers, schermen en geluidsinstallaties. Hotels zoals NH Zandvoort bieden bovendien flexibele vergaderruimtes en opstellingen, geschikt voor zowel kleine als grotere groepen.

OPMERKINGEN

In de hotels zijn de mogelijkheden voor high-capacity evenementen beperkt, aangezien zalen voor meer dan 300 personen in theateropstelling (al dan niet in combinatie met subzalen) niet aanwezig zijn. Dit leidt onvermijdelijk tot uitwijking naar concurrerende locaties voor grotere evenementen. Wat betreft samenwerking, werken sommige hotels samen met strandpaviljoens of andere aanbieders, maar er is ruimte voor verbetering in de coördinatie en gezamenlijke promotie van deze faciliteiten. De bereikbaarheid van de hotels is over het algemeen goed, met voldoende parkeermogelijkheden en openbaar vervoer, maar kan het tijdens piekmomenten een uitdaging zijn door drukte.

STRANDPAVILJOENS EN HORECA

Zandvoort heeft 36 strandpaviljoens⁵, die gezamenlijk een uniek en divers aanbod vormen voor zakelijke

evenementen en activiteiten. Deze paviljoens bieden een combinatie van een inspirerende kustomgeving en flexibele ruimtes die geschikt zijn voor vergaderingen, bedrijfsfeesten en teambuilding-evenementen. Het gebruik en de beschikbaarheid van strandpaviljoens worden echter sterk beïnvloed door het seizoen.

SEIZOENSPATROON VAN STRANDPAVILJOENS

Het merendeel van de paviljoens opereert van maart tot en met oktober, wat betekent dat de zakelijke inzetbaarheid in de herfst- en wintermaanden beperkt is. Vijf paviljoens⁶ blijven het hele jaar door open.

CAPACITEIT EN MOGELIJKHEDEN

De strandpaviljoens in Zandvoort bieden diverse capaciteiten en indelingsmogelijkheden voor zakelijke evenementen. De meeste paviljoens kunnen (binnen) groepen van 10 tot 100 personen ontvangen, afhankelijk van de gekozen opstelling (theater, U-vorm of receptie). Grotere paviljoens, zoals de jaarrond geopende paviljoens, kunnen meer gasten verwelkomen, terwijl kleinere paviljoens geschikt zijn voor intiemere bijeenkomsten.

Veel van de strandpaviljoens bieden flexibele, modulaire ruimtes die kunnen worden aangepast aan specifieke zakelijke behoeften, zoals presentaties, workshops of informele netwerkborrels en diners. De inrichting kan eenvoudig worden aangepast om de gewenste sfeer en setting te creëren.

Wat betreft faciliteiten en ondersteuning zijn de meeste paviljoens, vooral de jaarrond-geopende, uitgerust met basisvoorzieningen zoals WiFi, audiovisuele apparatuur (beamers, schermen, geluidsinstallaties) en andere noodzakelijke technische middelen. De mate van technische ondersteuning en de beschikbaarheid van hybride evenementoplossingen, zoals livestreams, varieert per locatie.

OVERIGE HORECA

De 35 overige horecagelegenheden⁷ in Zandvoort vervullen een ondersteunende rol binnen de MICE-markt. Ze bieden flexibele en informele settings voor zakelijke bijeenkomsten, netwerkevenementen, en diners. Door maatwerkoplossingen en samenwerkingen met hotels en paviljoens dragen ze bij aan een complete beleving voor zakelijke bezoekers. Daarmee versterken ze de aantrekkelijkheid van Zandvoort als jaarronde MICE-bestemming.

⁵ Bron: Google Maps

⁶ Bron: visitzandvoort.nl

⁷ Gebaseerd op registraties visitzandvoort.nl

OPMERKINGEN

Hoewel strandpaviljoens aantrekkelijk zijn vanwege hun unieke locatie en sfeer, brengen ze ook enkele uitdagingen met zich mee. Een belangrijke beperking is de seizoensgebonden exploitatie. Veel strandpaviljoens zijn slechts een deel van het jaar beschikbaar, waardoor ze minder geschikt zijn voor jaarrond evenementen of langdurige bijeenkomstenreeksen. De beperkte beschikbaarheid in de wintermaanden verkleint de aantrekkelijkheid voor zakelijke evenementen buiten het hoogseizoen.

Daarnaast is er sprake van onvoldoende georganiseerde samenwerking tussen strandpaviljoens en andere aanbieders in Zandvoort, zoals hotels en andere zakelijke dienstverleners. Een meer gecoördineerde aanpak zou de efficiëntie en aantrekkelijkheid voor zakelijke klanten kunnen verhogen. Er is ook een behoefte aan professionalisering in dit segment. Hoewel veel paviljoens flexibele ruimtes bieden, ontbreekt het soms aan gespecialiseerde zakelijke diensten, zoals dedicated eventmanagers of uitgebreide technische ondersteuning. Dit kan de organisatie van zakelijke evenementen bemoeilijken.

Tot slot is er de weersafhankelijkheid van strandpaviljoens. Slecht of stormachtig weer kan de aantrekkelijkheid van de locatie aanzienlijk verminderen, wat kan leiden tot annuleringen, lagere bezoekersaantallen en verminderde vraag naar zakelijke evenementen. Dit maakt strandpaviljoens minder betrouwbaar voor zakelijke bijeenkomsten, zeker in het voor- en najaar. Dit laatste wordt met name gevoeld bij de paviljoens aan de zuidkant van Zandvoort, die alleen via het strand bereikbaar zijn.

CIRCUIT ZANDVOORT

Circuit Zandvoort is een iconische locatie en een van de meest veelzijdige en grootste zakelijke venues in de regio. Met zijn unieke combinatie van autosport en evenementenfaciliteiten, fungeert het circuit als een zakelijk epicentrum dat vergelijkbaar is met een congrescentrum in andere bestemmingen. Het biedt uitgebreide mogelijkheden voor zakelijke bijeenkomsten, presentaties, productlanceringen, en teambuilding-activiteiten.

CAPACITEIT EN FACILITEITEN

Het circuit biedt veertien⁸ eventruimten met professionele evenementenfaciliteiten, waaronder verschillende unieke eventruimten met aanzienlijke

capaciteit in theateropstelling. De Champions Lounge bevindt zich boven de Arie Luyendijk-bocht en wordt gebruikt voor presentaties en netwerkbijeenkomsten, met een capaciteit tot 500 personen in theateropstelling. De Pitlane Lounge biedt flexibele vergaderruimtes in de garages en heeft een capaciteit van 560 personen in theateropstelling. De Founders Lounge is een exclusieve ruimte met panoramisch uitzicht over het circuit, geschikt voor high-end evenementen en besloten meetings, met een capaciteit tot 300 personen in theateropstelling.

Buiten het circuit zijn er grote open ruimtes die ideaal zijn voor productdemonstraties, teambuilding en sportieve activiteiten. Daarnaast kunnen parkeerplaatsen en paddock-areas worden gebruikt voor exposities en grotere zakelijke evenementen. Bernie's Beach Club⁹, gelegen aan de boulevard van Zandvoort en op loopafstand van het circuit, is geschikt voor borrels en business events tot 2500 personen.

Circuit Zandvoort biedt een veelzijdige reeks evenementenmogelijkheden. Het is uitstekend geschikt voor congressen en seminars, met grote zalen, voldoende mogelijkheid voor break-outzalen, en uitgebreide technische ondersteuning, ideaal voor conferenties tot 500 deelnemers. De unieke setting en het sportieve imago maken het circuit ook zeer geschikt voor productlanceringen, vooral voor auto- en technologiebedrijven die hun producten willen presenteren in een dynamische omgeving. Voor teambuilding en incentives kunnen bedrijven deelnemen aan race-ervaringen, zoals rijden in een raceauto of karting, wat de motivatie en teambuilding bevordert. De luxe ruimtes, zoals de Pitlane Lounge en Champions Lounge, bieden een verfijnde setting voor netwerkevenementen en gala's.

Wat betreft bereik en capaciteit, kan Circuit Zandvoort tot 10.000 personen ontvangen voor grote zakelijke evenementen, inclusief de buitenruimtes. Het circuit beschikt over meer dan 2.000 parkeerplaatsen, wat zorgt voor uitstekende toegankelijkheid. Daarnaast trekt het internationale bezoekers, mede door de nabijheid van Schiphol en de Metropoolregio Amsterdam.

UNIEKE POSITIE IN DE REGIO

Circuit Zandvoort fungeert als een zakelijk knooppunt in de regio. Waar andere bestemmingen wellicht een traditioneel congrescentrum bieden, onderscheidt het circuit zich door zijn sportieve uitstraling en unieke ambiance. Het circuit combineert de functies van een evenementenlocatie en congrescentrum met de

⁸ Capaciteit gebaseerd op theater opstelling, bron: www.circuitzandvoort.nl/totaal-capaciteitenoverzicht

⁹ Aangedaan door brand in december 2024, inzetbaarheid onbekend

spanning van autosport, wat het aantrekkelijk maakt voor zakelijke doelgroepen.

STERKTES EN KANSEN

De sterktes van Circuit Zandvoort liggen in de iconische locatie, die wereldwijde bekendheid geniet dankzij evenementen zoals de Formule 1 Dutch Grand Prix. Daarnaast biedt het circuit een hoge veelzijdigheid, met een combinatie van binnen- en buitenruimtes die ongeëvenaarde flexibiliteit mogelijk maakt. De unieke beleving van het circuit, waarbij zakelijke evenementen gecombineerd kunnen worden met race-activiteiten, maakt het tot een onderscheidende keuze voor zakelijke groepen.

Wat betreft kansen heeft het circuit de potentie om zich sterker te positioneren als een internationale eventlocatie, met een focus op het aantrekken van grote bedrijven. Verder biedt de versterking van de samenwerking met hotels en strandpaviljoens de mogelijkheid om complete zakelijke arrangementen aan te bieden, wat de aantrekkelijkheid van het circuit verder kan vergroten.

OVERIGE AANBIEDERS: WATERSPORTCENTRA EN JUTTERSSELUK

Naast de hotels, strandpaviljoens en het circuit biedt Zandvoort een aantal andere aanbieders die bijdragen aan het zakelijke ecosysteem. Deze locaties en diensten onderscheiden zich door hun gespecialiseerde aanbod en unieke ervaringen, die geschikt zijn voor zakelijke groepen en evenementen.

Er zijn drie leidende watersportcentra in Zandvoort die zich richten op de zakelijke markt: Pepsports, North Sea Watersports en The Spot. Deze centra bieden activiteiten die gericht zijn op bedrijfsuitjes. Ze werken nauw samen met de strandpaviljoens, waarbij de watersportcentra vaak als eerste contactpunt fungeren voor klanten, de aanvraag komt vaak bij hen binnen. De samenwerking met de paviljoens is informeel en berust vaak op persoonlijke connecties, evenals de ligging van de paviljoens ten opzichte van de watersportcentra.

Daarnaast is er de stichting Juttersseluk, een non-profitorganisatie die bedrijven de mogelijkheid biedt om als onderdeel van hun MVO-beleid deel te nemen aan beach clean-ups, waarbij het strand wordt schoongemaakt. Deze activiteiten worden begeleid door vrijwilligers, die hierdoor beter (opnieuw) kunnen deelnemen aan de samenleving. De beach clean-ups bieden bedrijven niet alleen een kans om bij te dragen aan het milieu, maar ook om hun medewerkers te betrekken bij maatschappelijk verantwoorde initiatieven.

In de bijlagen is een overzicht van enkele belangrijke spelers en hun bijdrage aan de zakelijke markt van Zandvoort te vinden.

STERKTES EN KANSEN

Duidelijke sterktes voor de bestemming zijn de diversiteit aan niche-aanbieders voor bedrijven die op zoek zijn naar inspirerende en op maat gemaakte ervaringen. Daarnaast onderscheiden de unieke aanbieders in Zandvoort, met sportieve en duurzaamheidsinitiatieven, de bestemming van meer traditionele zakelijke locaties.

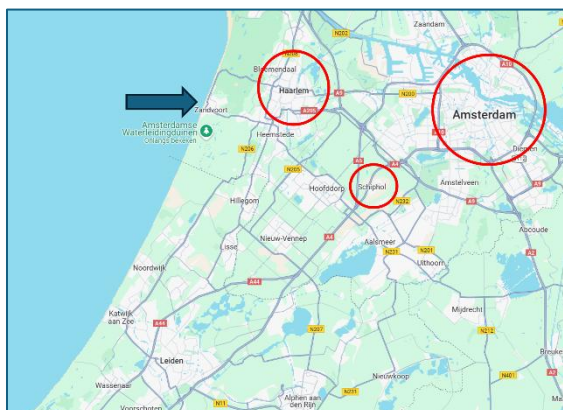
Kansen liggen voornamelijk in de samenwerking tussen hotels, strandpaviljoens, het circuit en andere aanbieders om het aanbod en bewerking van de markt te versterken. Daarnaast biedt duurzaamheid kansen: veel van de activiteiten, zoals de duinavonturen, kunnen worden gepositioneerd als duurzame toevoegingen aan zakelijke evenementen.

INFRASTRUCTUUR EN FACILITEITEN

De infrastructuur en faciliteiten van Zandvoort spelen een cruciale rol in de aantrekkelijkheid van de bestemming voor zakelijke evenementen. Als kustlocatie met een unieke mix van strand, natuur en stedelijke (ook wel strand, zee, duin en asfalt) voorzieningen biedt Zandvoort zowel de fysieke als technologische infrastructuur om zakelijke bezoekers en evenementen te faciliteren. Hieronder wordt een uitgebreid overzicht gegeven van de belangrijkste aspecten van de infrastructuur en ondersteunende faciliteiten.

BEREIKBAARHEID

Zandvoort is goed bereikbaar via verschillende vormen van openbaar vervoer. Het treinstation van Zandvoort heeft een uitstekende verbinding met Amsterdam Centraal en andere delen van de Randstad, met directe treinverbindingen en een reistijd van slechts 30 minuten vanaf Amsterdam Centraal en 40 treinminuten vanaf Station Schiphol. Tijdens grote evenementen, zoals de Formule 1, worden extra treinen ingezet om de capaciteit te vergroten. Daarnaast verbinden lokale en regionale bussen Zandvoort met omliggende steden zoals Haarlem en Amsterdam.



Afbeelding ligging ten opzichte strategische regio's

Wat betreft het wegennetwerk is Zandvoort bereikbaar via de A9 en N200, of de A4 en N201, die directe aansluitingen bieden op de Randstad en luchthaven Schiphol. Zandvoort beschikt over meer dan 3.000 parkeerplaatsen verspreid over het centrum, het strand en het circuit. Voor grotere evenementen worden tijdelijke parkeerterreinen en pendeldiensten ingezet om de bezoekersstromen efficiënt te beheren.

Schiphol Airport ligt op slechts 30 minuten rijden van Zandvoort, wat de bestemming op dit gebied ook aantrekkelijk maakt voor internationale zakelijke bezoekers.

DUURZAAMHEID EN TOEGANKELIJKHEID

Verschiede hotels en locaties in Zandvoort, zoals NH Zandvoort, Thalassa en Center Parcs, hebben een Green Key-certificering vanwege hun duurzame bedrijfsvoering. Zandvoort is grotendeels rolstoelvriendelijk, met toegankelijke paden naar het strand en openbare gebouwen. Veel zakelijke locaties beschikken over voorzieningen zoals liften en aangepaste toiletten voor mindervaliden.

UITDAGINGEN EN KANSEN

Er zijn enkele uitdagingen. Zo is er parkeerdruk tijdens piekperiodes, zoals de zomermaanden of grote evenementen. Ook de afhankelijkheid van seizoensgebonden activiteiten, zoals het geval is voor de strandpaviljoens en watersportcentra beperkt de capaciteit in de wintermaanden, en daarmee de aantrekkelijkheid van de bestemming voor zakelijke bijeenkomsten in de wintermaanden.

Er liggen kansen in het uitbreiden van de samenwerking met Schiphol en Amsterdam, wat kan zorgen voor een betere promotie van Zandvoort als zakelijke bestemming.

ZAKELIJKE BEZOEKERS EN MICE-SEGMENTEN

Er is in Zandvoort een duidelijk fundament voor bewerking van de MICE-markt. Dit deelhoofdstuk analyseert hoe zakelijke bezoekers momenteel worden aangetrokken en welke MICE-segmenten actief zijn in de regio.

HOE WORDEN ZAKELIJKE BEZOEKERS MOMENTEEL AANGETROKKEN?

De aantrekkingskracht van Zandvoort op zakelijke bezoekers berust op een combinatie van unieke (strand en circuit) locatievoordelen, marketinginspanningen en samenwerkingen van lokale aanbieders. Hieronder volgen de belangrijkste manieren waarop zakelijke bezoekers worden bereikt.

LOKALE MARKETING EN BRANDING

Zandvoort Marketing heeft beperkte focus op de promotie van de bestemming voor de zakelijke markt en richt zich voornamelijk op de consumentenmarkt. Hoewel de branding "Zandvoort, Beach for Business" beschikbaar is, wordt deze nauwelijks actief ingezet om bedrijven te bereiken die op zoek zijn naar een inspirerende locatie voor zakelijke bijeenkomsten. Dit biedt een kans om de zakelijke propositie sterker te profileren en gerichte marketingcampagnes te ontwikkelen om deze doelgroep effectiever aan te spreken.

Evenementen zoals de Dutch Grand Prix versterken het internationale profiel van Zandvoort en trekken zakelijke bezoekers die dergelijke evenementen combineren met meetings of klanten binding-activiteiten.

SAMENWERKINGEN TUSSEN AANBIEDERS

Veel hotels, zoals NH Zandvoort, Palace Hotel en Center Parcs, werken lokaal samen met strandpaviljoens en evenementenbureaus om aantrekkelijke pakketten te bieden voor zakelijke groepen. Deze arrangementen omvatten vaak accommodatie, vergaderruimtes en activiteiten zoals teambuilding op het strand of rijervaringen bij het circuit. Uit de interviews komt naar voren dat hotels en locaties voornamelijk samenwerken met ander aanbieders die in de directe nabijheid liggen. De samenwerking met Watersportcentra is echter, ook vanwege het kleine aantal aanbieders in dit segment, bijna strand-breed te noemen.

NETWERKEN EN DIRECTE ACQUISITIE

Individuele aanbieders richten zich via eigen netwerken en salesactiviteiten op bedrijven en organisatoren van zakelijke evenementen. Voorbeelden zijn gerichte

acquisitiecampagnes door het circuit en inzetten van een distributienetwerk gericht op meetings zoals Thalassa doet. Er bestaat een grote verscheidenheid in mate van salesprofessionalisering bij de verschillende aanbieders. Het karakter van de acquisitie is reactief te noemen. Proactieve salesactiviteiten ontbreken grotendeels bij alle aanbieders.

ONLINE VINDBAARHEID EN PLATFORMS

Zandvoort heeft een sterke aanwezigheid op consumentgerichte onlineactiviteiten. Maar de zakelijke markt blijft onderbelicht. De bestemming is nauwelijks of niet vindbaar op grote internationale MICE-platforms, en individuele aanbieders besteden wisselend aandacht aan hun online zichtbaarheid in deze markt. Dit biedt aanzienlijke ruimte voor verbetering om Zandvoort sterker te positioneren als zakelijke bestemming.

WELKE MICE-SEGMENTEN ZIJN ACTIEF IN ZANDVOORT?

De MICE-mark richt zich op verschillende soorten bijeenkomsten, van vergaderingen tot grote evenementen. Zandvoort heeft een breed aanbod aan locaties en activiteiten om aan de behoeften van deze type meetings te voldoen.

Meetings vinden zowel in hotels als strandpaviljoens met zaalcapaciteit plaats. Het gehele ecosysteem speelt hierbij een rol, direct door het aanbieden van zalen of indirect door hotelovernachtingen of activiteiten die onderdeel zijn van het programma. Leidend in dit segment zijn locaties zoals NH Zandvoort, Center Parcs Hotel Zandvoort, Circuit Zandvoort en strandpaviljoens met hoogwaardige meeting-faciliteiten zoals Piatti en Thalassa.

Incentives in Zandvoort bestaan vooral uit bedrijfsuitjes, die vaak beginnen met een aanvraag bij een watersportcentrum. Deze activiteiten omvatten onder andere kitesurfen, race-ervaringen en outdoor-tochten.

Conferences vormen momenteel een klein segment, waarbij het Circuit Zandvoort en NH Zandvoort de belangrijkste aanbieders zijn. Het aantal grote zakelijke congressen in Zandvoort, zeker in het meerdaagse segment, is tot nu toe zeer beperkt.

Voor **Events**, vooral gericht op de corporate markt, speelt Zandvoort een belangrijke rol in de maanden mei, juni, juli en september. Het circuit, de watersportcentra en paviljoens zijn hierbij de belangrijkste actoren, die evenementen en teambuilding-activiteiten organiseren. Door gebruik van het strand is de capaciteit voor grote corporate events aanzienlijk. Ditzelfde geldt voor het

circuit door het gebruik van de aangrenzende parkeerplaats in combinatie met de eventruimten.

KNELPUNTEN EN KANSEN

Zandvoort is zeer beperkt zichtbaar als bestemming op (inter)nationale MICE-platforms, waardoor het kansen mist om grotere bedrijven aan te trekken. Daarnaast zijn er seizoensgebonden beperkingen, aangezien strandpaviljoens en outdoor-locaties slechts beperkt beschikbaar zijn in de wintermaanden.

Er liggen ook kansen voor Zandvoort. Door een strategische samenwerking te ontwikkelen, onder de vlag van Zandvoort Marketing, kan de aantrekkingskracht van de bestemming worden vergroot. Bovendien kan de focus op duurzaamheid een belangrijke troef zijn. De aanwezigheid van een station op enkele honderden meters van het strand, en een organisatie als Juttersgeluk kunnen daartoe een aanzet zijn. Het promoten van groene initiatieven, zoals duurzame strandpaviljoens en CO2-neutrale evenementen, zou Zandvoort aantrekkelijker maken voor bedrijven die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben.

PRIJSNIVEAU EN ONLINE VINDBAARHEID

ONLINE VINDBAARHEID

De online aanwezigheid van Zandvoort als zakelijke bestemming is een belangrijke factor in het aantrekken van zakelijke bezoekers en het positioneren van de gemeente binnen de MICE-markt. Hoewel Zandvoort Marketing en lokale aanbieders inspanningen leveren op dit gebied, zijn er duidelijke verbeterpunten die verder kunnen bijdragen aan de zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van de bestemming.

ONLINE PLATFORMS EN WEBSITES

VisitZandvoort.com, de officiële website van Zandvoort, biedt een overzicht van zakelijke locaties, activiteiten en accommodaties. Hoewel het platform gericht is op zowel toeristische als zakelijke bezoekers, ontbreekt een specifieke zakelijke focus, wat de effectiviteit voor bewerking van de MICE-markt beperkt. Zandvoort heeft verder weinig tot geen directe aanwezigheid op (inter)nationale MICE-platforms zoals Cvent, meetings-conventions.com, Meetingselect of locaties.nl.

Dit beperkt de zichtbaarheid voor grotere (inter)nationale bedrijven, en steeds meer ook voor het mkb, die dergelijke platforms gebruiken om

evenementen en meetings te plannen. Grote spelers zoals NH Zandvoort en Center Parcs hebben goed ontwikkelde websites die directe boekingen en informatie over zakelijke faciliteiten mogelijk maken. Boetiekhotels en strandpaviljoens beschikken vaak over minder geavanceerde online systemen, wat hun bereik en aantrekkelijkheid beperkt. Daarnaast ontbreken vaak duidelijke plattegronden en capaciteitsoverzichten op hun websites.

SOCIAL MEDIA EN INFLUENCERMARKETING

Zandvoort Marketing gebruikt sociale media zoals Instagram en Facebook om de veelzijdigheid van Zandvoort te promoten, maar dit is vooral gericht op consumentenmarketing. Er is weinig tot geen focus op zakelijke positionering of het gebruik van LinkedIn. In campagnes wordt soms samengewerkt met influencers, maar dit richt zich voornamelijk op toerisme en minder op zakelijke doelgroepen.

HUIDIG PRIJSBELEID

Het prijsbeleid voor zakelijke diensten en faciliteiten in Zandvoort varieert sterk, afhankelijk van de aanbieder, locatie en het seizoen. Hieronder een overzicht van de belangrijkste aspecten.

ACCOMMODATIES EN VERGADERLOCATIES

De hotels in Zandvoort die vergaderzalen aanbieden, hanteren marktconforme prijzen die lager liggen dan die in grotere steden zoals Amsterdam en een sterke MICE-propositie zoals Noordwijk. De tarieven komen echter wel overeen met het gemiddelde in de Nederlandse MICE-markt. Voor een 8-uurs vergaderarrangement variëren de pakketprijzen doorgaans tussen de €80 en €85. Hotelkamerprijzen liggen tussen de €60 en €400 per nacht, afhankelijk van het seizoen en de marktvraag. Boetiekhotels, zoals Hotel Keur, bieden flexibele prijzen tegen concurrerende tarieven. De huurprijzen voor strandpaviljoens variëren in zaalhuur van €500 tot €3.000 per dag, afhankelijk van de grootte, locatie en het seizoen. In de zomermaanden zijn de tarieven aanzienlijk hoger vanwege de grotere vraag.

ACTIVITEITEN EN TEAMBUILDING

Circuit Zandvoort:

De huur van faciliteiten zoals de Paddock Club kost tussen de €5.000 en €10.000 per dag, afhankelijk van het type evenement en extra diensten. Race-ervaringen bij BMW Driving Experience starten bij €165 voor basistrainingen.

Sportieve activiteiten:

Kitesurfen en andere outdoor-activiteiten kosten gemiddeld vanaf €25 per persoon.

SEIZOENSINVLOEDEN:

Tijdens de zomermaanden (mei-september) liggen prijzen voor accommodaties, strandpaviljoens en outdoor-activiteiten 20-50% hoger dan in het laagseizoen. Dit maakt Zandvoort relatief duur voor zakelijke evenementen in het hoogseizoen, terwijl er in de winter meer prijsonderhandelingen mogelijk zijn.

CONCURRENTIEPOSITIE:

In vergelijking met grote congrescentra in Amsterdam of Rotterdam biedt Zandvoort lagere prijzen voor vergaderruimtes en accommodatie, wat het een betaalbaar alternatief maakt voor kleine tot middelgrote evenementen. Voor zeer grote evenementen (meer dan 500 personen) biedt Zandvoort echter geen prijsvoordeel door de beperkte schaalgrootte.

KNELPUNTEN EN KANSEN

KNELPUNTEN:

De beperkte online zichtbaarheid van Zandvoort, door de focus op toerisme en het ontbreken van een specifieke zakelijke strategie op online platforms, remt het aantrekken van zakelijke bezoekers. Daarnaast kunnen de hoge tarieven in de zomer bedrijven afschrikken, vooral voor evenementen met strakke budgetten.

KANSEN:

Er is ruimte voor verbetering in de SEO en platformintegratie van Zandvoort. Door de online zichtbaarheid te vergroten met zakelijke zoekwoorden en aanwezigheid op (inter)nationale MICE-platforms, kan Zandvoort een breder publiek bereiken. Verder kan Zandvoort door speciale winteraanbiedingen te ontwikkelen de prijsdruk in het hoogseizoen compenseren en de seizoensinvloeden verminderen.

CONCURRENTIE ANALYSE EN MARKTPOTENTIEEL

In dit hoofdstuk worden de concurrentiepositie van Zandvoort en de kansen binnen de MICE-markt belicht. Er wordt gekeken naar concurrerende binnenlandse en buitenlandse (kust)bestemmingen, met een focus op hun zakelijke propositie. Daarnaast is er een inzage in het marktpotentieel.

BINNENLANDSE KUSTCONCURRENTIE

Zandvoort positioneert zich als een veelzijdige bestemming voor de zakelijke markt, met een unieke combinatie van strand, natuur en iconische locaties zoals Circuit Zandvoort. Binnen de nationale context opereert Zandvoort echter in een competitief landschap waarin andere bestemmingen actief strijden om een aandeel in de MICE-markt. De belangrijkste concurrenten zijn kustbestemmingen en nabijgelegen stedelijke regio's die inspelen op de vraag naar inspirerende locaties voor zakelijke evenementen.

Primair concurreert Zandvoort met kustlocaties zoals Noordwijk en Scheveningen. Beide bestemmingen hebben een sterke focus op de MICE-markt en bieden vergelijkbare voordelen, zoals strandlocaties, luxe accommodaties en directe verbindingen met Schiphol en grote steden. Daarnaast zijn Haarlem en Amsterdam relevante regio-concurrenten. Hoewel zij geen kustlocaties zijn, profiteren zij van een stedelijke infrastructuur, internationale connecties en een divers zakelijk aanbod.

In deze analyse worden de sterktes, zwaktes en specifieke kenmerken van deze concurrenten onderzocht, met als doel om Zandvoorts positie binnen de nationale MICE-markt te verduidelijken en mogelijkheden voor onderscheidend vermogen te identificeren.

NOORDWIJK: CONFERENCE BEACH OF EUROPE

Noordwijk is een prominente kustplaats die zich expliciet richt op de MICE-markt. Met een combinatie van high-end voorzieningen, luxe accommodaties en strategische samenwerkingen heeft Noordwijk zich gepositioneerd als een van de meest toonaangevende zakelijke bestemmingen aan de Nederlandse kust.

Noordwijk is een prominente kustplaats die zich expliciet richt op de MICE-markt. Met een combinatie van luxe voorzieningen, hoogwaardige accommodaties en

strategische samenwerkingen heeft Noordwijk zich gepositioneerd als een van de belangrijkste zakelijke bestemmingen aan de Nederlandse kust.

Noordwijk biedt high-end accommodaties zoals Hotels van Oranje¹⁰, dat uitgebreide congresfaciliteiten, luxe suites en een spa heeft, wat het aantrekkelijk maakt voor grote en prestigieuze evenementen. Het Grand Hotel Huis ter Duin biedt luxe kamers en grote zalen met zeezicht, ideaal voor vergaderingen, congressen en incentives. Het NH Noordwijk Conference Centre Leeuwenhost beschikt over een breed scala aan vergaderruimtes en biedt plaats aan maximaal 2000 personen, met 513 hotelkamers. De regio heeft bovendien een sterke internationale focus, mede door de aanwezigheid van ESA (European Space Agency), wat het aantrekkelijk maakt voor de technologie- en ruimtevaartsector. Noordwijk is goed bereikbaar, met een centrale ligging tussen Amsterdam en Den Haag en een goede verbinding met Schiphol. De branding van Noordwijk als zakelijke bestemming wordt versterkt door lokale marketingorganisaties.

SCHEVENINGEN: ZAKELIJKE UITBREIDING VAN DEN HAAG

Scheveningen, als onderdeel van Den Haag, biedt de unieke combinatie van een kustbestemming met de voorzieningen van een internationale stad. Het is een populaire keuze voor bedrijven die zakelijke bijeenkomsten willen combineren met ontspanning aan zee.

Scheveningen heeft toegang tot het World Forum, een van de grootste congrescentra van Nederland, wat uitgebreide mogelijkheden biedt voor grootschalige evenementen. Luxehotels zoals het iconische vijfsterren Kurhaus Hotel, dat een groot aantal vergaderruimtes en directe toegang tot het strand biedt, en andere moderne hotels zoals Hilton The Hague en Marriott The Hague, met hun centrale ligging, versterken het zakelijke aanbod. Scheveningen organiseert jaarlijks grote evenementen zoals de North Sea Regatta en het Internationale Vuurwerkfestival, wat zakelijke bezoekers aantrekt. Bovendien profiteert het van de nabijheid van Den Haag, met internationale organisaties, ambassades en een breed zakelijk netwerk.

Toch kent Scheveningen enkele zwaktes. In de zomer is het er vaak erg druk, wat ten koste gaat van de exclusiviteit en het comfort voor zakelijke bezoekers. Daarnaast heeft de directe nabijheid van Den Haag Scheveningen te maken met stevige concurrentie van

¹⁰ Momenteel gesloten door faillissement en verbouwing, heropening nog onduidelijk

stedelijke aanbieders voor vergaderfaciliteiten en zakelijke evenementen.

OVERIGE CONCURRENTIE: KUSTPLAATSEN ZONDER SPECIFIEKE MICE-POSITIONERING

Naast sterke MICE-concurrenten zoals Noordwijk en Scheveningen, zijn er andere kustplaatsen zoals Egmond aan Zee, Bergen aan Zee en Callantsoog. Hoewel deze bestemmingen concurreren met Zandvoort op het gebied van toerisme, hebben zij geen duidelijke focus op de zakelijke markt of een actieve positionering binnen de MICE-sector.

EGMOND AAN ZEE

Egmond aan Zee richt zich primair op recreatief toerisme, met een focus op gezinnen, natuurliefhebbers en senioren. De regio biedt kleinschalige accommodaties, zoals familiehotels en vakantieappartementen, en heeft een rustigere sfeer in vergelijking met zakelijke bestemmingen. Dit maakt het een aantrekkelijke locatie voor informele retraites of kleinschalige zakelijke bijeenkomsten. Er zijn echter beperkingen voor de MICE-markt, aangezien het gebied geen grote vergaderfaciliteiten of hotels met gespecialiseerde zakelijke voorzieningen biedt. Bovendien is de infrastructuur voor grote groepen of conferenties beperkt.

BERGEN AAN ZEE

Bergen aan Zee trekt vooral bezoekers aan die op zoek zijn naar een kunstzinnige of serene omgeving. De regio staat bekend om haar culturele evenementen en natuurlijke schoonheid. De accommodatie bestaat voornamelijk uit boetiekhotels en sfeervolle B&B's, die goed geschikt zijn voor informele zakelijke bijeenkomsten of creatieve workshops. De sterke culturele associatie met kunst en muziek maakt de locatie aantrekkelijk voor de creatieve sector. Voor de MICE-markt zijn er echter beperkingen, zoals het ontbreken van grote venues en gespecialiseerde zakelijke infrastructuur, en de regio is minder goed bereikbaar met het openbaar vervoer dan Zandvoort.

CALLANTSOOG

Callantsoog richt zich voornamelijk op ecotoerisme en rustzoekers, met een sterke nadruk op natuur en duurzaamheid. De regio biedt veel kleinschalige, duurzame accommodaties en activiteiten die gericht zijn op ontspanning. Het is geschikt voor kleinschalige bedrijfsuitjes met een focus op duurzaamheid en natuurbeleving. Voor de MICE-markt zijn er echter beperkingen, zoals het ontbreken van zakelijke marketing en promotie, evenals een beperkt aanbod aan locaties voor formele zakelijke evenementen.

WAAROM GEEN DIRECTE CONCURRENTEN?

Deze kustplaatsen missen een duidelijke positionering of uitgebreide faciliteiten om de zakelijke markt structureel aan te trekken. Hun aanbod is niet ontworpen om grote vergaderingen, conferenties of incentives te faciliteren. Hoewel ze incidenteel zakelijke bezoekers ontvangen, richten ze zich niet actief op dit segment en missen ze de schaalgrootte en professionaliteit die nodig is om te concurreren in de MICE-markt.

REGIO CONCURRENTIE

Naast de directe concurrentie met kustplaatsen zoals Noordwijk en Scheveningen, concurreert Zandvoort ook met stedelijke regio's zoals Amsterdam en Haarlem. Hoewel deze steden geen kustlocaties zijn, bieden ze een sterke infrastructuur, een breed scala aan faciliteiten en een aantrekkelijk zakelijk ecosysteem. Hieronder een analyse van deze steden als regio-concurrenten.

AMSTERDAM: HET ZAKELIJKE EPICENTRUM VAN NEDERLAND

Amsterdam is wereldwijd bekend als een van de belangrijkste zakelijke hubs in Europa en trekt een grote diversiteit aan zakelijke bezoekers, van internationale conferenties tot corporate evenementen, dankzij de uitstekende bereikbaarheid, high-end faciliteiten en het brede culturele aanbod. De stad beschikt over uitgebreide congres- en beursfaciliteiten, zoals de RAI Amsterdam en Beurs van Berlage, die ruimte bieden voor duizenden deelnemers en zijn uitgerust met de nieuwste technologieën. Luxe hotels zoals het Okura, Hilton en InterContinental combineren accommodatie met vergaderzalen en evenementenruimtes. Daarnaast heeft Amsterdam een internationale aantrekkingskracht als innovatieve, culturele en zakelijke stad, wat het bijzonder aantrekkelijk maakt voor internationale conferenties en evenementen. Schiphol Airport, een van de grootste luchthavens van Europa, biedt directe verbindingen met bijna 300 bestemmingen. Amsterdam biedt ook veel diversiteit en entertainment, met tal van vrijetijdsopties zoals musea, theaters en een sterk culinair aanbod, wat het ideaal maakt voor incentives en sociale programma's.

De stad heeft ook enkele zwaktes. De prijzen voor accommodatie, vergaderruimtes en catering zijn aanzienlijk hoger dan bijvoorbeeld in Zandvoort, vooral in het hoogseizoen. Bovendien mist Amsterdam de unieke kust- en natuurlocatie die Zandvoort wel biedt. Als grote stad met een dynamisch toeristisch imago, kunnen de vele afleidingen, zoals het bruisende nachtleven, coffeeshops en andere recreatieve

activiteiten, de focus van deelnemers op zakelijke evenementen verminderen. Dit kan nadelig zijn voor de effectiviteit van zakelijke bijeenkomsten, aangezien organisatoren het risico lopen dat deelnemers zich minder concentreren op de inhoud van het evenement. Daarnaast kampt Amsterdam met over-toerisme, wat leidt tot drukte in de stad, hogere prijzen en een mogelijk verminderde ervaring voor zakelijke bezoekers. De grote aantallen toeristen kunnen logistieke uitdagingen veroorzaken, zoals drukte in het openbaar vervoer, wachttijden bij attracties en een overvolle binnenstad, wat de ervaring van zakelijke bezoekers negatief kan beïnvloeden.

Philharmonie Haarlem, De Licht Fabriek en Teylers Museum.

Haar compacte stadscentrum maakt het aantrekkelijk voor wandelbare evenementen of vergaderingen met een cultureel tintje. Daarnaast biedt Haarlem aantrekkelijke tarieven vergeleken met Amsterdam, wat het kostenvoordeel versterkt. Hoewel het minder geschikt is voor grootschalige congressen en de aantrekkingskracht van een strandbestemming mist, is het door zijn intieme karakter, bereikbaarheid en veelzijdigheid een serieuze optie voor zakelijke evenementen.

HAARLEM: DE STIJLVOLLE BUURSTAD

Haarlem, slechts 20 minuten van Zandvoort, combineert een charmante historische ambiance met moderne zakelijke voorzieningen en uitstekende bereikbaarheid. De stad is ideaal voor kleine tot middelgrote zakelijke bijeenkomsten, met unieke locaties zoals de

	ZANDVOORT	NOORDWIJK	SCHEVENINGEN	AMSTERDAM	HAARLEM
Capaciteit	500 pax	1.500 pax	2.000 pax	25.000 pax	1.200 pax
Hotel Capaciteit	594 ¹¹	1.220 ¹²	1.255 ¹³	25.000+ ¹⁴	773 ¹⁵
Unieke locaties	Circuit Zandvoort, Strandpaviljoens	Strandhotels	Kurhaus, World Forum	RAI, Beurs van Berlage, Hotels	Philharmonie, Licht Fabriek
Focus	Maatwerk en informele sfeer	Luxe	Breed stedelijk aanbod	Metropool	Historisch en charmant
Kosten	Midden	Hoog	Hoog	Zeer hoog	Midden
Toegankelijkheid	Goed	Goed	Goed	Uitstekend	Goed/ uitstekend

¹¹ Op basis van acht gekozen hotels die geschikt zijn voor de MICE markt (>=30 kamers)

¹² Bron meeting-conventions.com

¹³ Bron thehague.com/conventionbureau

¹⁴ Bron meeting-conventions.com

¹⁵ Bron meeting-conventions.com

BUITENLANDSE CONCURRENTIE MET KUSTCONCEPT

Zandvoort concurreert niet alleen nationaal, maar ook internationaal met andere kustbestemmingen die zich richten op de MICE-markt. Deze bestemmingen combineren strandlocaties met faciliteiten en strategieën gericht op zakelijke evenementen. Hieronder volgt een overzicht van relevante buitenlandse concurrenten:

BRIGHTON (VERENIGD KONINKRIJK)

Brighton is een toonaangevende kuststad in het Verenigd Koninkrijk met een sterke focus op de MICE-markt. De stad biedt uitgebreide faciliteiten voor zakelijke evenementen, gecombineerd met een levendig cultureel en recreatief aanbod. Het Brighton Centre, een groot congrescentrum met een capaciteit van 4.500 personen en moderne technologie, is een van de belangrijkste troeven. Daarnaast beschikt Brighton over een luxe hotels met vergaderfaciliteiten, zoals The Grand Brighton en DoubleTree by Hilton Brighton Metropole Hotel. De stad ligt dicht bij Londen en heeft uitstekende trein- en wegverbindingen. Met 3.129 hotelkamers die geschikt zijn voor de MICE-markt, biedt Brighton volop capaciteit. Een nadeel is echter het onvoorspelbare weer in het VK, wat het gebruik van strandlocaties kan beperken. Bovendien heeft Brighton een stedelijke uitstraling en mist het de rustige, natuurlijke omgevingen zoals de duinen van Zandvoort.

CANNES (FRANKRIJK)

Cannes combineert luxe en zakelijkheid in een prachtige kustomgeving en staat wereldwijd bekend om prestigieuze evenementen zoals het filmfestival. Het Palais des Festivals et des Congrès vormt een iconische congreslocatie die zich richt op grote internationale evenementen. De stad biedt een breed scala aan vijfsterrenhotels, zoals Hôtel Barrière Le Majestic, die uitgebreide MICE-faciliteiten bieden. Dankzij haar exclusieve imago trekt Cannes zakelijke bezoekers uit de hele wereld. Met 4.367 hotelkamers gericht op de MICE-markt biedt Cannes een ruime accommodatiecapaciteit. Hoewel Cannes indruk maakt met haar luxe en reputatie, kan de focus op exclusiviteit voor sommige organisatoren een drempel vormen.

Cannes kent enkele zwaktes, waaronder de hoge kosten voor accommodatie en faciliteiten, waardoor het minder toegankelijk is voor middelgrote en kleinere bedrijven. De nadruk ligt sterk op high-end klanten, wat Zandvoort de kans biedt zich te positioneren als een toegankelijk en betaalbaar alternatief.

SITGES (SPANJE)

Sitges, gelegen aan de Spaanse kust nabij Barcelona, combineert de charme van een badplaats met uitstekende zakelijke faciliteiten. Het is een populaire bestemming voor Europese bedrijven die zoeken naar inspirerende kustlocaties voor vergaderingen en conferenties, met een sterke Destination Management Organisatie. Hotels zoals Eurostars Sitges bieden luxe accommodatie en uitgebreide vergaderruimtes, terwijl het zonnige klimaat Sitges aantrekkelijk maakt voor evenementen gedurende het hele jaar. De stad is goed bereikbaar dankzij de nabijheid van Barcelona en de luchthaven, met uitstekende verbindingen. Een nadeel is echter dat Sitges minder iconische locaties of evenementen biedt in vergelijking met grotere steden zoals Barcelona en sterk afhankelijk is van de Spaanse en Zuid-Europese markten.

KNOKKE-HEIST (BELGIË)

Knokke-Heist, een luxe kustplaats in België, richt zich steeds meer op de MICE-markt en biedt een rustige omgeving met hoogwaardige faciliteiten voor kleine tot middelgrote zakelijke bijeenkomsten. De exclusieve setting, waarin strand, golfbanen en luxe worden gecombineerd, maakt het een aantrekkelijke locatie voor zakelijke evenementen met een exclusief karakter. De plaats is goed bereikbaar vanuit zowel Nederland als Frankrijk, wat de internationale toegankelijkheid vergroot. Toch kent Knokke-Heist enkele beperkingen, zoals de beperkte capaciteit voor grote evenementen en een minder uitgesproken MICE-strategie in vergelijking met bestemmingen als Brighton of Cannes. Daarnaast beschikt het over slechts 520 hotelkamers die geschikt zijn voor de MICE-markt, wat de capaciteit verder beperkt.

CONCLUSIE CONCURRENTIEANALYSE MICE-MARKT

Zandvoort bevindt zich in een competitief speelveld met zowel nationale als internationale bestemmingen die zich richten op de zakelijke MICE-markt. Deze concurrenten onderscheiden zich op basis van locatie, infrastructuur, branding en doelgroep. De analyse laat zien dat Zandvoort unieke kansen heeft om zich te profileren, ondanks de sterke concurrentie.

Op nationaal niveau zijn Noordwijk en Scheveningen de primaire kustconcurrenten. Noordwijk positioneert zich als een luxe bestemming met uitgebreide congresfaciliteiten en een sterke focus op de internationale MICE-markt. Scheveningen profiteert van

haar nabijheid tot Den Haag en de combinatie van strand en stedelijke voorzieningen. Beide bestemmingen hebben echter beperkingen in diversiteit van recreatieve activiteiten en zijn sterk afhankelijk van luxe markten.

Regionaal concurreren Amsterdam en Haarlem met Zandvoort door hun uitgebreide infrastructuur en goede bereikbaarheid. Amsterdam biedt een wereldwijd bekend zakelijk ecosysteem en grote congreslocaties zoals de RAI, maar kampt met uitdagingen zoals hoge kosten, over-toerisme en afleidingen voor deelnemers. Haarlem biedt daarentegen een kleinschaligere, stijlvolle setting, maar mist de schaalgrootte en het kustelement dat Zandvoort aantrekkelijk maakt.

Internationaal worden kustbestemmingen zoals Brighton, Cannes en Sitges als relevante concurrenten gezien. Deze steden combineren strandlocaties met luxe faciliteiten en sterke marketinginspanningen binnen de MICE-markt. Echter, hoge kosten (zoals in Cannes) en een sterke focus op specifieke doelgroepen (zoals de Zuid-Europese markt in Sitges) bieden Zandvoort mogelijkheden om zich als betaalbare, toegankelijke bestemming te onderscheiden.

Zandvoort's kracht ligt in de unieke combinatie van strand, natuur en sportieve mogelijkheden. Locaties zoals het Circuit Zandvoort, strandpaviljoens en duingebieden bieden veelzijdige mogelijkheden voor zakelijke evenementen, teambuilding en recreatie. Bovendien maakt de nabijheid van Schiphol en Amsterdam de bestemming goed bereikbaar voor nationale en internationale bezoekers.

De analyse benadrukt dat Zandvoort een onderscheidende positie kan innemen door haar focus te leggen op informele luxe, diversiteit in activiteiten en jaarrond aantrekkelijkheid. Door haar branding en digitale zichtbaarheid verder te versterken, kan Zandvoort niet alleen concurreren met gevestigde namen, maar ook nieuwe markten aanboren.

INSCHATTING MARKTPOTENTIEEL

Zandvoort biedt een unieke combinatie van natuur, nabijheid van grote steden en diverse locaties die ideaal zijn voor zakelijke evenementen. Op basis van beschikbare data en interviews ontstaat een beeld van het huidige en toekomstige marktpotentieel.

HUIDIGE VRAAG EN GROEI

Volgens data van Cvent is er in de laatste 12 maanden een groei van 17% in RFP's (Request for Proposals) voor zakelijke evenementen in Zandvoort. Dit

vertegenwoordigt echter een bescheiden absoluut aantal van slechts 20+ aanvragen, met een geschatte totale waarde van €800.000.

Ter vergelijking: Noordwijk ontving via hetzelfde platform meer dan 120 aanvragen met een geschatte waarde van €15 miljoen, een groei van 6%

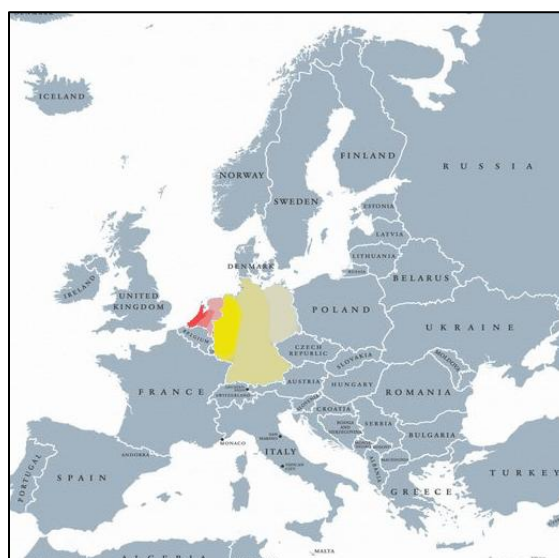
WERKELIJKE INSCHATTING OP BASIS VAN INTERVIEWS

De data van Cvent bestrijkt slechts een deel van de zakelijke markt in Zandvoort. Op basis van de interviews met lokale aanbieders wordt het aantal zakelijke meetings en evenementen in Zandvoort boven de 3000 ligt, waarvan 80% in de piekmaanden Mei, Juni, Juli en September.

Zo geeft een groot Watersportcentrum aan dat zakelijke klanten verantwoordelijk zijn voor 70-75% van hun omzet, met gemiddeld 80-150 deelnemers per evenement, vaak gericht op teambuilding. Een strandpaviljoen aan de zuidkant van Zandvoort organiseert jaarlijks ongeveer 60 zakelijke evenementen, waarvan een deel grotere groepen tot 150 personen betreft. Een ander paviljoen rapporteert dat 60% van hun omzet afkomstig is uit zakelijke bijeenkomsten, met een focus op vergaderingen en bedrijfsfeesten.

GEOGRAFISCHE HERKOMST EN DOELGROEPEN

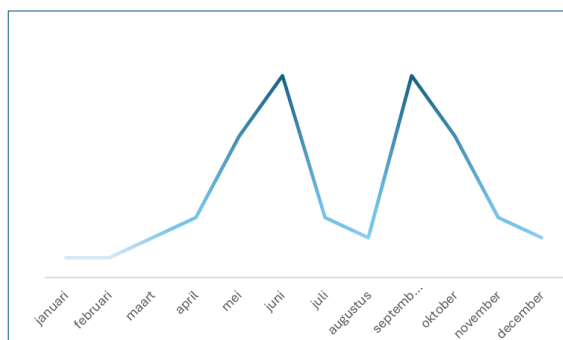
De huidige aanvragen komen voornamelijk uit Nederland en Duitsland, waarbij de focus ligt op de westelijke regio's van beide landen. Het gaat daarbij om een mix van corporate en overheidsgroepen, met bedrijven uit sectoren als technologie, overheid en automotive.



Afbeelding spreiding huidige key-feeder markten

SEIZOENSINVLOEDEN EN KANSEN

De meeste zakelijke evenementen vinden plaats tussen april en oktober, met piekmaanden in juni en september. De wintermaanden blijven onderbenut, hoewel strandtenten zoals Thalassa in deze periode actief blijven met kerst- en nieuwjaarsborrels.



Afbeelding spreiding seizoensdruk MICE-markt

Er zijn kansen voor groei door meer weer-onafhankelijke activiteiten te ontwikkelen, kan de vraag in de schouder en wintermaanden worden verhoogd. Daarnaast zien activiteiten aanbieders zoals Pep Sports potentieel voor evenementen met groepen van 200-500 personen, wat verder kan bijdragen aan groei.

CONCURRENTIEVERGELIJKING

Vergeleken met Noordwijk is Zandvoort in absolute aantallen nog een kleine speler, maar de groeicijfers en unieke strandomgeving bieden een kans om zich te onderscheiden. De samenwerking met strandpaviljoens, hotels en activiteiten aanbieders kan worden geïntensiveerd om een sterkere propositie te creëren.

KANSRIJKE DOELGROEPEN

In dit hoofdstuk wordt onderzocht welke zakelijke doelgroepen het meest kansrijk zijn voor Zandvoort binnen de MICE-markt. De analyse richt zich op kenmerken zoals groepsgrootte, verblijfsduur en de geografische herkomst van bezoekers. Speciale aandacht wordt besteed aan key feeder markets die strategisch belangrijk zijn voor het aantrekken van zakelijke evenementen en het versterken van Zandvoort als jaarrond zakelijke bestemming.

GROEPSGROOTTE

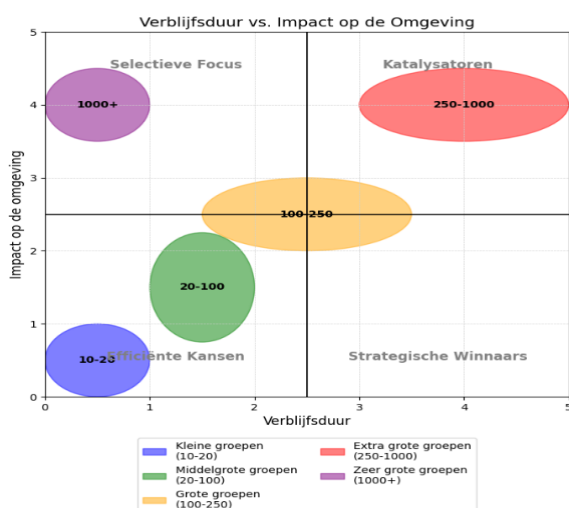
De onderstaande matrix biedt een gestructureerd overzicht van hoe Zandvoort zakelijke evenementen kan faciliteren op basis van groepsgrootte en bijbehorende kenmerken. Het dient als een praktisch hulpmiddel om de mogelijkheden van de bestemming af te stemmen op de behoeften van verschillende doelgroepen. Belangrijke factoren zoals type evenement, geschikte locaties, activiteiten, impact op de omgeving, verblijfsduur en samenwerkingsvereisten worden hierin meegenomen. De matrix benadrukt daarnaast het potentieel voor samenwerking tussen aanbieders, wat vooral belangrijk is voor grotere groepen. Hiermee wordt de veelzijdigheid van Zandvoort als zakelijke bestemming optimaal benut, terwijl ook rekening wordt gehouden met een duurzame en gebalanceerde aanpak.

GROEPS-GROOTE	KLEINE GROEPEN (10-20 pax)	MIDDELGROTE GROEPEN (20-100 pax)	GROTE GROEPEN (100-250 pax)	EXTRA GROTE GROEPEN (250-1000 pax)	ZEER GROTE GROEPEN (1000+ PAX)
Type Evenement	Exclusieve meetings, brainstormsessie, individuele trainingen	groepstrainingen, seminars, teambuilding, zakelijke diners	Conferenties, productlanceringen, bedrijfsevenementen	Congressen, meerdaagse evenementen, festivals	Bedrijfsfeesten, sportieve evenementen
Locaties	Boutique hotels, luxe vergaderlocaties, strandvilla's	Strandpaviljoens, middelgrote zalen in hotels	Circuit Zandvoort, grote evenementenlocaties	Meerdere locaties (hotels, strand, circuit) via samenwerking	Circuit Zandvoort, grote strandpaviljoens
Verblijfsduur	Dagbezoeken tot 1 overnachting	1-2 overnachtingen	2-3 overnachtingen	3-5 overnachtingen, met flexibele aankomst- en vertrektijden	Dagbezoeken
Spin-off voor hotels	Matig	Matig	Goed	Hoog	Incidenteel
Activiteiten	Private dining, kleinschalige workshops	Sportieve activiteiten, netwerkborrels	Presentaties, plenaire sessies, outdoor festivals	Parallele sessies, gala-avonden, strandactiviteiten, exclusieve tours	Outdoor evenementen, sportieve activiteiten, grote feesten
Voorzieningen	Persoonlijke service, exclusieve arrangementen	Flexibiliteit in zaalindelingen, AV-faciliteiten	Grootse logistieke en technische ondersteuning	Gecoördineerd gebruik van ruimtes, gedeelde faciliteiten (catering, AV)	Logistiek intensief, uitgebreide parkeervoorzieningen, grootschalige catering
Impact op omgeving	Minimaal	Laag	Matig	Hoog	Hoog
Seizoen geschiktheid	Hele jaar	Voornamelijk laag- en schouderseizoen	Schouderseizoen	Laag- en schouderseizoen om overbelasting in zomermaanden te voorkomen	Geschikt in laag- en schouderseizoen om drukte in zomermaanden te vermijden
Samenwerkingsvereisten	N.v.t.	N.v.t.	Aanbevolen	Vereist samenwerking tussen hotels, strandtenten, circuit en catering	Optioneel

Om de relatie tussen de verblijfsduur en de impact op de omgeving verder te visualiseren, biedt onderstaand diagram een overzicht van de verschillende groepsgroottes en hun bijbehorende kenmerken. Het

diagram positioneert de groepen binnen een schaal die varieert van korte verblijven met een lage impact tot langere verblijven met een hogere impact.

Elke ellips vertegenwoordigt een specifieke doelgroep, waarbij de grootte van de ellips de spreiding van verblijfsduur en impact illustreert. De groeps-groottes zijn direct binnen de ellipsen aangegeven, wat een helder en visueel inzicht biedt in hoe Zandvoort verschillende zakelijke evenementen kan faciliteren. Dit diagram sluit aan bij de matrix hierboven en biedt een aanvullende dimensie om strategische beslissingen te ondersteunen.



GEOGRAFISCHE HERKOMST VAN ZAKELIJKE BEZOEKERS.

Voor een succesvolle ontwikkeling van Zandvoort als zakelijke bestemming is inzicht in de herkomst van bezoekers essentieel. Key-feeder markten vormen de basis voor strategische groei en het aantrekken van waardevolle zakelijke doelgroepen. Deze analyse richt zich op zowel de huidige als potentiële herkomstmarkten en hoe Zandvoort haar aantrekkingskracht kan vergroten met doelgerichte marketing, samenwerking met partners zoals het NBTC en het inspelen op regionale behoeften.

HUIDIGE KEY FEEDER MARKETS

Zakelijke bezoekers van Zandvoort komen momenteel voornamelijk uit Nederland, met een sterke focus op de Metropoolregio Amsterdam (MRA). Deze regio biedt een stabiele basis dankzij de nabijheid en goede bereikbaarheid, met korte reistijden per trein of auto, en de aanwezigheid van een breed scala aan bedrijven in sectoren zoals technologie, financiële dienstverlening en creatieve industrieën. Andere belangrijke nationale markten zijn Utrecht, Rotterdam en Den Haag, waar bedrijven vaak op zoek zijn naar inspirerende locaties buiten de stad voor vergaderingen en teambuilding. Internationaal speelt West-Duitsland een cruciale rol,

vooral vanuit steden als Düsseldorf, Keulen en Essen. Deze regio biedt kansen dankzij geografische nabijheid en sectorale overlap in domeinen zoals automotive, technologie en overheid.

POTENTIËLE KEY FEEDER MARKETS

Hoewel deze markten veel potentie hebben, zijn ze nog niet volledig benut. Zandvoort kan haar zichtbaarheid vergroten door een meer gecoördineerde aanpak waarin individuele aanbieders samenwerken aan een gezamenlijke propositie. Tegelijkertijd biedt gerichte strategie op internationale markten kansen voor groei in het zakelijke toerisme.

Duitsland (Noordrijn-Westfalen)

Duitsland, en met name Noordrijn-Westfalen, is een veelbelovende potentiële markt. Deze regio ligt op korte afstand en heeft een tekort aan inspirerende kustlocaties voor zakelijke evenementen. Gerichte online marketing en samenwerking met het NBTC kunnen bijdragen aan de positionering van Zandvoort als unieke zakelijke bestemming. Een uitdaging blijft het gebrek aan actieve internationale profilering door lokale aanbieders, waardoor de promotie vooral vanuit de bestemming zelf moet komen.

VERENIGD KONINKRIJK

Het Verenigd Koninkrijk is van oudsher een van de belangrijkste internationale key-feedermarkten voor zakelijke toerisme in Nederland. Zandvoort kan zich hierop richten met strategische online-campagnes en samenwerking met het NBTC. De nabijheid van Schiphol maakt de bestemming bovendien aantrekkelijk voor korte zakelijke verblijven. Een uitdaging ligt in de behoefte aan persoonlijke salesactiviteiten en op maat gemaakte pakketten, waarvoor het beperkte aantal actieve aanbieders een knelpunt vormt.

MATCH MET TOERISTISCHE VISIE

De voorgestelde aanpak voor groeps-groottes en key feeder markten sluit nauw aan bij de ambities en strategische pijlers van de Toeristische Visie Zandvoort 2040. Hieronder worden de belangrijkste raakvlakken toegelicht.

ONDERSTEUNING VAN DE STRATEGISCHE PIJLERS

De Toeristische Visie Zandvoort 2040 richt zich op vier pijlers die de basis vormen voor een duurzame en toekomstbestendige ontwikkeling van de bestemming:

De visie benadrukt het belang van een sterke positionering die gebaseerd is op het unieke DNA van Zandvoort. De focus op specifieke groepsgroottes (bijvoorbeeld middelgrote en grote zakelijke groepen) en key feeder markten zoals Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, draagt hier direct aan bij. De combinatie van strand, natuur, en bereikbaarheid maakt Zandvoort een onderscheidende keuze voor zakelijke evenementen.

Het aantrekken van zakelijke bezoekers moet in evenwicht zijn met de behoeften van de lokale gemeenschap. Door te richten op middelgrote en grote groepen met een lagere impact op de omgeving, sluit deze aanpak aan bij het streven naar een duurzame balans. Tegelijkertijd stimuleert de focus op jaarrond evenementen de levendigheid zonder overmatige druk in het hoogseizoen.

Zakelijke evenementen vinden vaak plaats in het laag- en schouderseizoen. Hierdoor draagt de aanpak bij aan een jaarrond economie, een expliciete ambitie in de visie. Dit helpt niet alleen om de toeristische druk tijdens piekmomenten te verlagen, maar zorgt ook voor continuïteit in de lokale economie.

NATIONALE EN INTERNATIONALE FOCUS

De Toeristische Visie erkent dat het aantrekken van internationale bezoekers een uitdaging is, maar biedt ook een kans als dit strategisch wordt aangepakt. De voorgestelde mogelijke key-feeder markten benutten deze kans door de focus te leggen op haalbare en goed bereikbare markten:

Duitsland (Noordrijn-Westfalen): Het tekort aan inspirerende kustlocaties in Duitsland maakt dit een kansrijke markt. Door samen te werken met het NBTC kan Zandvoort profiteren van bestaande promotionele activiteiten.

Verenigd Koninkrijk: De sterke historische band en de bestaande focus van het NBTC op deze markt bieden mogelijkheden om Zandvoort effectief te positioneren als zakelijke bestemming, vooral via online zichtbaarheid.

BIJDRAGE AAN EEN DUURZAME JAARROND ECONOMIE

Een duurzame, jaarrond economie is een van de centrale doelen van de Toeristische Visie. De focus op zakelijke bezoekers sluit hier perfect op aan, doordat deze groepen minder seizoen afhankelijk zijn. Door evenementen in schouder- en laagseizoenen te

promoten, ontstaat een stabiele stroom van waardevolle bezoekers. Dit draagt niet alleen bij aan de economische groei, maar versterkt ook de leefbaarheid en dynamiek in Zandvoort.

ANALYSE VAN ZANDVOORT

De analyse van Zandvoort brengt de unieke voordelen en beperkingen van de bestemming binnen de zakelijke markt in kaart. Hierbij worden de geografische ligging, bereikbaarheid, en het huidige aanbod van faciliteiten en diensten geanalyseerd. Daarnaast wordt gekeken naar de weersinvloeden.

UNIEKE VOORDELEN EN BEPERKINGEN VAN ZANDVOORT

Zandvoort onderscheidt zich als bestemming door haar unieke ligging en kenmerken, die zowel voordelen als beperkingen met zich meebrengen voor de zakelijke markt. De kustlocatie, nabijheid van Amsterdam en Schiphol, en het diverse aanbod aan faciliteiten maken Zandvoort aantrekkelijk, terwijl bepaalde structurele uitdagingen het potentieel beperken. Hieronder volgt een overzicht van deze unieke eigenschappen.

UNIEKE VOORDELEN VAN ZANDVOORT

STRAND EN NATUUR ALS INSPIRATIEBRON

Zandvoort ligt direct aan de Noordzee en wordt omgeven door uitgestrekte stranden en natuurgebieden zoals de Amsterdamse Waterleidingduinen (AWD). Deze natuurlijke omgeving biedt een inspirerende en ontspannen setting voor zakelijke evenementen, teambuilding en retraites. De unieke combinatie van natuur, rust en open ruimte vormt een belangrijk onderscheidend kenmerk ten opzichte van stedelijke regio's zoals Amsterdam en Haarlem.

NABIJHEID VAN AMSTERDAM EN SCHIPHOL

Zandvoort ligt op slechts 30 minuten van Amsterdam en Schiphol Airport, wat het gemakkelijk bereikbaar maakt voor zowel nationale als internationale bezoekers. Deze nabijheid maakt Zandvoort een logische keuze voor bedrijven die op zoek zijn naar een combinatie van een centrale locatie en een informele, natuurlijke setting. Het uitstekende openbaar vervoer, met een directe treinverbinding naar Amsterdam, versterkt de toegankelijkheid verder.

DIVERS AANBOD AAN RECREATIE EN ACTIVITEITEN

Zandvoort biedt tal van recreatieve mogelijkheden, variërend van sportieve activiteiten zoals kitesurfen en rijervaringen bij Circuit Zandvoort tot culturele bezienswaardigheden zoals het historisch centrum. Deze diversiteit maakt de locatie bijzonder geschikt voor

zakelijke evenementen die werk en ontspanning willen combineren. Met 36 strandpaviljoens, waarvan vijf het hele jaar door geopend zijn, beschikt Zandvoort over een van de meest uiteenlopende kustaanbiedingen van Nederland. De paviljoens variëren van informele settings voor teambuilding tot luxe locaties met uitgebreide zakelijke faciliteiten. Bovendien zorgt de aanwezigheid van iconische plekken zoals Circuit Zandvoort voor een unieke aantrekkingskracht die moeilijk elders aan de kust te evenaren is.

COMPACTE EN TOEGANKELIJKE OPZET

Het compacte karakter van Zandvoort biedt een belangrijk voordeel ten opzichte van grotere steden zoals Amsterdam en Rotterdam. Hotels, strandpaviljoens en het centrum liggen relatief dicht bij elkaar, wat de organisatie en logistiek van zakelijke evenementen aanzienlijk vereenvoudigt. Hoewel de totale afstand van noord naar zuid ongeveer 5,5 kilometer bedraagt en niet alles direct te voet bereikbaar is, kunnen korte afstanden gemakkelijk worden overbrugd. Deze schaalgrootte maakt Zandvoort efficiënt en gebruiksvriendelijk, zonder de complexe logistieke uitdagingen van grotere stedelijke bestemmingen.

BEPERKINGEN VAN ZANDVOORT

SEIZOENSGEBONDENHEID

Het toeristische karakter van Zandvoort brengt seizoensgebonden uitdagingen met zich mee. Veel strandpaviljoens zijn alleen operationeel van maart tot oktober, waardoor het zakelijke aanbod in de winter beperkt is. In de zomermaanden kan de drukte van toeristen de zakelijke ervaring beïnvloeden, met overvolle stranden en beperkte beschikbaarheid van accommodaties.

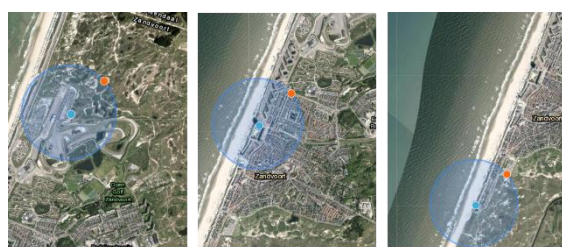
BEPERKTE SCHAALGROOTTE VOOR GROTE EVENEMENTEN

Zandvoort heeft minder grote congresfaciliteiten in vergelijking met bestemmingen zoals Noordwijk of Amsterdam. De meeste locaties zijn geschikt voor kleine tot middelgrote groepen (maximaal 500 personen), wat een beperking vormt voor het aantrekken van grootschalige conferenties. Daarbij is het hotelaanbod nog een beperkende factor, door het geringe aantal grotere hotels die deze capaciteit makkelijk aankunnen.

KLEINERE ECOSYSTEMEN

Een andere belangrijke beperking in de analyse van Zandvoort als zakelijke bestemming is de compacte opzet van de bestemming. Hoewel dit op sommige vlakken voordelen biedt, valt slechts een klein deel van het totale aanbod binnen de gewenste straal van 500 meter

die voor eventorganisatoren aantrekkelijk is. Hierdoor zijn cruciale locaties, zoals het circuit en het zuidelijke strandgebied, te ver van elkaar verwijderd om als één samenhangend ecosysteem te functioneren. Dit resulteert in de aanwezigheid van meerdere kleinere ecosystemen binnen de bestemming, wat de integratie van locaties voor grootschalige of gecombineerde evenementen bemoeilijkt. Zelfs binnen een opgerechte straal van één kilometer blijven deze kleinere ecosystemen van kracht.



Circuit Zandvoort Palace Hotel Tijn Akersloot
Straal 500 meter



Circuit Zandvoort Palace Hotel Tijn Akersloot
Straal één kilometer

PARKEER- EN INFRASTRUCTUURUITDAGINGEN

Hoewel Zandvoort goed bereikbaar is per trein, zijn de parkeerfaciliteiten in het centrum en bij populaire locaties zoals het strand beperkt, vooral tijdens piekperiodes.

TOERISTISCH IMAGO

Het imago van Zandvoort als recreatieve badplaats kan bedrijven afschrikken die op zoek zijn naar een meer formele of luxe zakelijke omgeving. Het ontbreken van een uitgesproken MICE-branding versterkt dit beeld.

WEERSAFHANKELIJKHEID

Een van de beperkingen van Zandvoort als zakelijke bestemming is de afhankelijkheid van het weer, wat een uitdaging kan vormen voor evenementen in het schouderseizoen en de wintermaanden. Het Nederlandse klimaat staat bekend om zijn onvoorspelbaarheid, met wisselvallig weer dat zowel zakelijke als recreatieve activiteiten kan beïnvloeden.

BEPERKINGEN VOOR BUITENACTIVITEITEN

Veel van de unieke troeven van Zandvoort, zoals strandpaviljoens, watersporten en outdoor

teambuilding-activiteiten in de duinen, zijn sterk afhankelijk van goed weer. Regen, harde wind of koude temperaturen kunnen ervoor zorgen dat geplande activiteiten niet doorgaan of minder aantrekkelijk zijn voor zakelijke bezoekers. In het schouderseizoen kan de onzekerheid over het weer bedrijven afschrikken die evenementen plannen waarbij strand en water een belangrijk onderdeel vormen.

IMPACT OP BELEVING

De beleving van Zandvoort als bestemming is nauw verbonden met haar kustlocatie en buitenactiviteiten. Slecht weer kan een negatieve invloed hebben op de algemene ervaring van zakelijke bezoekers, vooral voor groepen die geen alternatieve binnen opties hebben.

RISICO VOOR ORGANISATOREN

Het Nederlandse klimaat brengt extra risico's met zich mee voor evenementorganisatoren. Bij slecht weer moeten last-minute aanpassingen worden gedaan, zoals het verplaatsen van activiteiten naar indoorlocaties of het annuleren van specifieke onderdelen. Dit kan leiden tot hogere kosten of een minder geslaagd evenement.

SWOT-ANALYSE

De SWOT-analyse biedt een overzicht van de sterke punten, zwaktes, kansen en bedreigingen van Zandvoort als zakelijke bestemming binnen de MICE-markt. Het is een strategisch hulpmiddel dat inzicht geeft in hoe Zandvoort haar unieke kwaliteiten terwijl het interne verbeterpunten en externe uitdagingen adresseert.

STERKE EN ZWAKKE PUNTEN

STRENGTHS (STERKTES)

1. **Unieke kustlocatie dichtbij Amsterdam:** Zandvoort onderscheidt zich door haar unieke ligging aan zee, gecombineerd met de nabijheid van Amsterdam en Schiphol. Deze combinatie maakt het een aantrekkelijke bestemming voor zakelijke bezoekers die zowel zaken als ontspanning willen combineren. De kustlocatie biedt inspirerende settings voor zakelijke evenementen, zoals conferenties en teambuilding-activiteiten.
2. **Toegankelijk:** De goede bereikbaarheid van Zandvoort is een sterke troef. Met directe treinverbindingen vanuit Amsterdam en een autorit van slechts 30 minuten vanaf Schiphol is de bestemming gemakkelijk toegankelijk, zowel voor nationale als internationale zakelijke bezoekers.
3. **Gevarieerd aanbod:** Zandvoort bezit een breed aanbod aan venues en faciliteiten, waaronder strandpaviljoens, (boetiek)hotels, en de unieke locatie het Circuit Zandvoort. Dit gevarieerde aanbod sluit goed aan bij de vraag naar diverse en unieke locaties binnen de MICE-markt.
4. **Bestaande naamsbekendheid:** Als populaire badplaats geniet Zandvoort van een aanzienlijke naamsbekendheid, zowel nationaal als internationaal, mede dankzij de F1. Deze reputatie kan worden ingezet om de MICE-markt aan te trekken, vooral voor bedrijven die een locatie zoeken met een sterke associatie met ontspanning en recreatie.
5. **Compacte bestemming:** De compacte omvang van Zandvoort is een voordeel, omdat de meeste locaties relatief dicht bij elkaar liggen, waardoor bezoekers gemakkelijk kunnen reizen tussen verschillende venues. Hoewel de totale afstand van noord naar zuid 5,5 kilometer bedraagt en niet alles te voet bereikbaar is, kunnen evenementen efficiënt georganiseerd worden. Dit biedt bezoekers de mogelijkheid om meerdere venues of activiteiten te combineren binnen een korte

tijdspanne, zonder het gevoel te hebben van lange of complexe reistijden.

WEAKNESSES (ZWAKTES)

1. **Ontbrekende positionering op de MICE-markt:** Zandvoort heeft zich tot nu toe voornamelijk gericht op toerisme en recreatie, waardoor er een duidelijke positionering en branding als MICE-bestemming ontbreekt. Dit betekent dat potentiële zakelijke bezoekers Zandvoort mogelijk niet direct overwegen bij het plannen van zakelijke evenementen.
2. **Beperkte capaciteit voor grote groepen:** Hoewel Zandvoort diverse venues biedt, ontbreekt het aan voldoende grote congres- of evenementlocaties die geschikt zijn voor grote groepen van meer dan 500 deelnemers. Dit vormt een uitdaging in de concurrentie met bestemmingen zoals Noordwijk, Amsterdam of Den Haag/ Scheveningen, die wel over dergelijke faciliteiten beschikken.
3. **Beperkt hotel aanbod:** Zandvoort beschikt over een beperkt hotel aanbod. In totaal zijn er rond de 1.100 hotelkamers. Acht hotels hebben een capaciteit boven de 30 kamers. Er zijn maar 2 hotels die een 'volwaardige' MICE-capaciteit hebben.
4. **Seizoensgebonden karakter:** Zandvoort heeft een sterke focus op de zomermaanden als piekseizoen. Dit kan een beperkende factor zijn voor het aantrekken van zakelijke evenementen gedurende het laagseizoen, zoals in de herfst en winter.
5. **Sterke concurrentie omliggende regio's:** Nabijgelegen steden zoals Haarlem, Amsterdam en Den Haag hebben een goed ontwikkelde MICE-infrastructuur en een sterke reputatie binnen de zakelijke markt. Dit zorgt voor concurrentiedruk, vooral als bedrijven kiezen voor gevestigde bestemmingen.
6. **Infrastructurele uitdagingen:** Tijdens drukke periodes, zoals de zomermaanden en evenementen zoals de Formule 1, kan de infrastructuur van Zandvoort onder druk komen te staan. Dit kan leiden tot overbelasting van wegen en het openbaar vervoer, wat een negatieve impact kan hebben op de keuze voor Zandvoort als bestemming en op de ervaring van zakelijke bezoekers.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

OPPORTUNITIES (KANSEN)

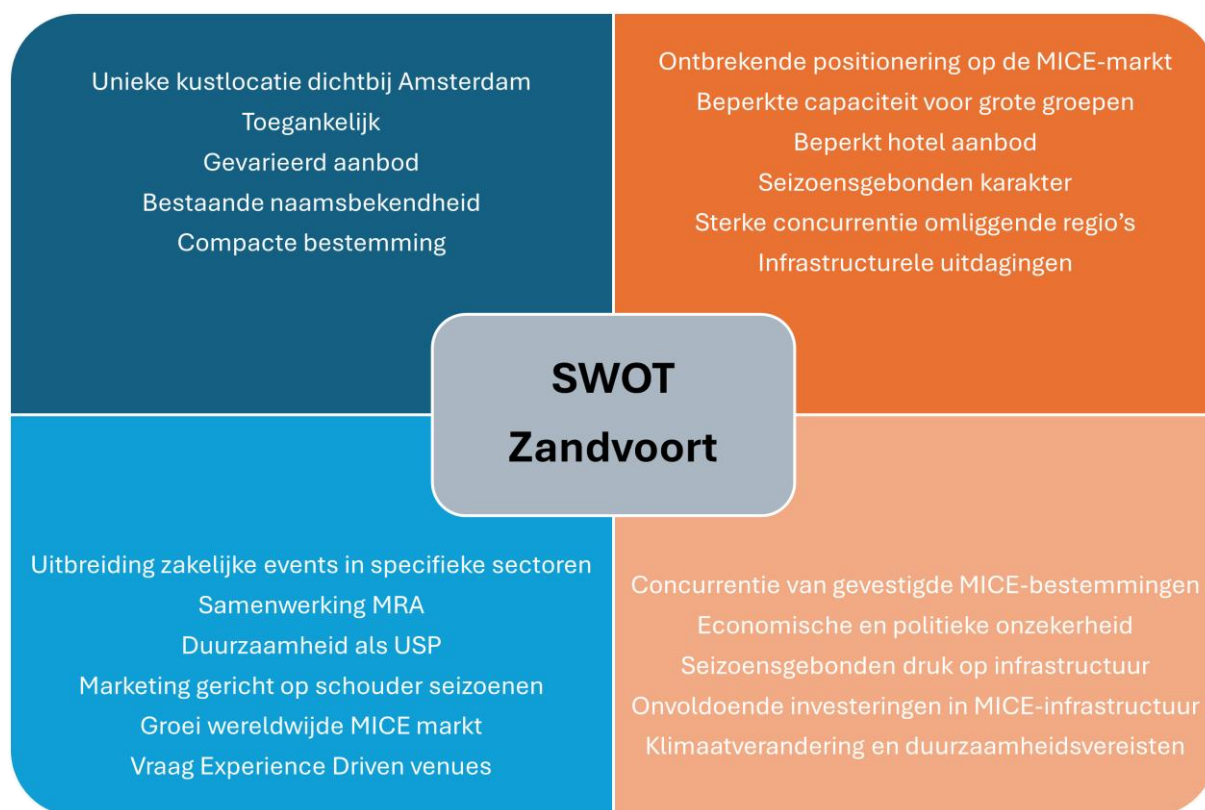
1. **Uitbreiding zakelijke events in specifieke sectoren:** Door zich te richten op specifieke sectoren, zoals bijvoorbeeld duurzaamheid, sport en de automotive industrie kan Zandvoort een nichepositie innemen binnen de MICE-markt. Dit biedt kansen om zakelijke evenementen te organiseren die aansluiten bij deze thema's.
2. **Samenwerking met de Metropoolregio Amsterdam (MRA):** Door nauwere samenwerking met de MRA kan Zandvoort profiteren van synergieën met Amsterdam en andere omliggende steden. Denk aan gezamenlijke marketingcampagnes, gedeelde faciliteiten of het positioneren van Zandvoort als een inspirerende "satellietlocatie" voor grotere conferenties in Amsterdam.
3. **Duurzaamheid als USP:** Duurzaamheid wordt steeds belangrijker binnen de MICE-markt. Zandvoort kan zich onderscheiden door duurzame venues en evenementen te promoten, zoals strandpaviljoens met milieuvriendelijke certificeringen of duurzame vervoersopties voor bezoekers. Dit kan een belangrijk Unique Selling Point (USP) worden.
4. **Marketing gericht op schouderseizoenen:** Door gerichte marketingcampagnes te ontwikkelen voor het voor- en najaar (de schouderseizoenen), kan Zandvoort haar zakelijke aantrekkingskracht buiten het zomerseizoen vergroten. Dit kan bijdragen aan een meer gebalanceerde spreiding van bezoekers gedurende het jaar.
5. **Groei van de wereldwijde MICE-markt:** De MICE-markt groeit wereldwijd, mede dankzij de toename van internationale zakelijke evenementen en congressen. Zandvoort kan hiervan profiteren door zich strategisch te positioneren als een aantrekkelijke bestemming binnen deze groeiende markt.
6. **Vraag naar Experience Driven venues:** Er is een groeiende vraag naar locaties die meer bieden dan

alleen een functionele ruimte. Zandvoort kan hierop inspelen met unieke, ervaring-gedreven venues zoals strandlocaties en het Circuit Zandvoort.

THREATS (BEDREIGINGEN)

1. **Concurrentie van gevestigde MICE-bestemmingen:** Bestemmingen zoals Amsterdam, Den Haag en Rotterdam, maar ook Noordwijk en Brighton hebben al een sterke reputatie en uitgebreide infrastructuur voor de MICE-markt. Dit maakt het moeilijk voor Zandvoort om te concurreren, vooral voor grotere zakelijke evenementen.
2. **Economische en politieke onzekerheid:** Factoren zoals inflatie, economische recessies of politieke instabiliteit kunnen bedrijven ertoe aanzetten om hun budgetten voor zakelijke evenementen te verlagen of alternatieve bestemmingen te kiezen, wat een negatieve impact kan hebben op de MICE-markt.
3. **Seizoensgebonden druk op infrastructuur:** Tijdens de zomermaanden kan de infrastructuur van Zandvoort onder druk komen te staan door een combinatie van recreatief en zakelijk bezoek. Dit kan leiden tot verminderde tevredenheid bij zakelijke bezoekers en mogelijk terugkerende klanten ontmoedigen.
4. **Onvoldoende investeringen in MICE-infrastructuur:** Het risico bestaat dat er onvoldoende wordt geïnvesteerd in nieuwe MICE-faciliteiten of het upgraden van bestaande infrastructuur, waardoor Zandvoort niet kan voldoen aan de groeiende eisen van de MICE-markt.
5. **Klimaatverandering en duurzaamheidsvereisten:** Klimaatverandering kan de aantrekkelijkheid van Zandvoort als kustbestemming beïnvloeden, bijvoorbeeld door extreem weer of stijgende zeespiegels. Daarnaast worden bedrijven steeds kritischer over de duurzaamheid van hun evenementenlocaties, wat extra eisen stelt aan aanbieders.

SWOT OVERZICHT



ADVIES EN AANBEVELINGEN

Op basis van de analyse van het rapport en de beschikbare gegevens kunnen de volgende aanbevelingen worden geformuleerd die aanzetten tot versterking van de jaarrond economie. Deze zijn gestructureerd op korte, middellange en lange termijn en gericht op het versterken van de positie van Zandvoort als zakelijke bestemming.

KORTE TERMIJN: ONTWIKKEL EEN MICE-DESTINATIE

1. Ontwikkel een MICE-propositie:

Zandvoort beschikt over een veelzijdig aanbod, met strandpaviljoens, hotels, en unieke locaties zoals Circuit Zandvoort, wat een solide basis biedt om zich als MICE-destinatie te positioneren. De propositie dient gebaseerd te zijn op twee pijlers.

- De eerste pijler is het positioneren van Circuit Zandvoort als het congrescentrum van Zandvoort voor nationale en internationale corporate events. Deze unieke locatie biedt de mogelijkheid om grote zakelijke bijeenkomsten te organiseren en speelt in op de bestaande naamsbekendheid die mede dankzij de Formule 1 is opgebouwd.
- De tweede pijler richt zich op nationale en internationale groepen van 100 tot 250 personen die in de schoudermaanden een meerdaags programma willen draaien. Dit programma omvat het gebruik van hotelkamers, meeting-faciliteiten, een diner op locatie en een activiteit. Door deze doelgroep specifiek aan te spreken, kan Zandvoort zich onderscheiden in de MICE-markt en inspelen op de relatief beperkte concurrentie onder Nederlandse kustplaatsen.

2. Professionaliseer sales en organiseer samenwerking:

Hoewel er al samenwerking plaatsvindt tussen lokale aanbieders, is deze vaak informeel en beperkt tot kleine ecosystemen. Om de propositie effectief te kunnen verkopen, is het noodzakelijk om coördinatie vanuit een centraal punt te organiseren. Een regionale MICE-coördinator kan fungeren als centraal aanspreekpunt, waardoor sales en marketingactiviteiten verder geprofessionaliseerd worden en de zakelijke markt pro-actiever benaderd kan worden. Daarnaast is het essentieel om de samenwerking tussen hotels,

locaties en strandactiviteiten verder te structureren onder de vlag van de bestemming. Een centraal platform, waar boekers hun programma kunnen samenstellen en een eerste globale offerte kunnen ontvangen, speelt hierin een sleutelrol. Dit platform biedt een gestroomlijnde ervaring voor potentiële klanten en versterkt de positie van Zandvoort als een samenhangende en goed georganiseerde MICE-bestemming.

3. Vergroot zichtbaarheid Zandvoort als zakelijke bestemming:

Om de MICE-markt te laten groeien, is consistentie en zichtbaarheid essentieel. Zandvoort Marketing moet de propositie versterken door middel van online marketing, gerichte distributie.

MIDDELLANGE TERMIJN: VERBETER EN VERSTERK DE POSITIE

4. Geografische focus:

Ontwikkel commerciële activiteiten om de voor Zandvoort meest kansrijke geografische markten verder te penetreren:

- **(West-)Nederland en (West-)Duitsland:** Deze regio's zijn goed bereikbaar en hebben een natuurlijke interesse in kustlocaties. West-Duitsland heeft zelf weinig aanbod in kustgebieden, wat Zandvoort extra aantrekkelijk maakt.
- **Verenigd Koninkrijk:** Het VK, als grootste internationale key-feeder markt voor Nederland, biedt aanzienlijk potentieel voor Zandvoort. Dankzij de goede verbindingen met Schiphol en Amsterdam is de toegang eenvoudig, en Britse bedrijven hebben een sterke interesse in MICE-bestemmingen met unieke locaties zoals Zandvoort.

5. Versterk de positionering voor strategische groei:

Om Zandvoort als MICE-bestemming verder te versterken, is het essentieel om een duidelijke en onderscheidende positionering te realiseren. Bouw daarbij verder aan de branding "Zandvoort, Beach for Business" door middel van een brand movie, internationale campagnes en aanwezigheid op vakbeurzen zoals IBTM en IMEX. Daarbij kunnen Zandvoorts unieke voordelen, zoals de combinatie van strand, natuur en een iconisch circuit, worden gepromoot ter onderscheiding van concurrerende bestemmingen zoals Noordwijk en Brighton. Zo slaat Zandvoort een weg in naar volwassenheid als

zakelijke destinatie. Tegelijkertijd moet de adoptie van online distributiekkanalen en boekingsystemen om zichtbaarheid en toegankelijkheid te verbeteren worden geadopteerd.

6. **Implementeer duurzaamheid als onderscheidende waarde:**

Duurzaamheid wordt steeds belangrijker in de MICE-markt en biedt Zandvoort kansen om zich verder te positioneren als een duurzame regio:

- **Green Key-certificeringen:** Stimuleer aanbieders om Green Key-certificaten te behalen, waarmee Zandvoort zich kan profileren als milieuvriendelijke bestemming.
- **CO2-neutrale evenementen:** Ontwikkel programma's gericht op CO2-neutraliteit en werk samen met lokale partijen zoals Juttersgeluk en AWD om groene activiteiten aan te bieden.
- **Sustainable Meeting Policies:** Integreer duurzame richtlijnen in de propositie om internationale MICE-markten te bedienen.

LANGE TERMIJN: STRATEGISCHE GROEI

7. **Versterken van de infrastructuur:**

Om op lange termijn een concurrerende MICE-destinatie te blijven, zijn strategische investeringen in infrastructuur noodzakelijk:

- **Congrescentrum:** Overweeg de ontwikkeling van een centraal congrescentrum, als aanvulling op Circuit Zandvoort. Dit zou de capaciteit voor grotere evenementen significant vergroten.
- **Hotels:** Werk samen met investeerders om het aantal MICE-geschikte hotels en hotelkamers uit te breiden, met een focus op jaarrond aanbod.
- **Mobiliteit:** Verbeter de interne mobiliteit en bereikbaarheid, bijvoorbeeld door pendeldiensten of extra parkeerfaciliteiten.

CONCLUSIE

Het ontwikkelen van Zandvoort als MICE-destinatie is een traject van lange adem, waarin consistente inzet, samenwerking en investeringen noodzakelijk zijn. Succes in de MICE-markt vraagt om het opbouwen van persoonlijke connecties en vertrouwen, wat tijd en aandacht vergt. Daarnaast is de MICE-markt een markt met een lange leadtijd, waarbij evenementen vaak maanden vooruit worden gepland. Geduld en een strategische aanpak zijn daarom essentieel.

De MICE-markt biedt echter kansen die Zandvoort goed kan benutten. Wereldwijd is er sprake van een groeiende vraag naar zakelijke evenementen, waarbij specifieke trends in het voordeel van een bestemming als Zandvoort werken. Zo is de vraag naar experience-driven venues, waar unieke en inspirerende ervaringen centraal staan, sterk toegenomen. Ook de stijgende populariteit van interne meetings, waarin teambuilding een belangrijke rol spelen, sluit goed aan bij wat Zandvoort kan bieden.

STERKTES EN UITDAGINGEN

Zandvoort beschikt over een goede basis aan MICE-infrastructuur. De combinatie van strand, natuur en een iconische special venue zoals Circuit Zandvoort biedt unieke mogelijkheden. Tegelijkertijd zijn er enkele uitdagingen die moeten worden aangepakt. De beperkte hotelcapaciteit vormt een knelpunt, zeker voor grotere zakelijke evenementen. Daarnaast is Zandvoort sterk afhankelijk van weersomstandigheden, wat een risico vormt in het schouderseizoen en tijdens de wintermaanden. Klimaatveranderingen maken dit probleem mogelijk nog urgenter. Dit vraagt om een slimme combinatie van jaarrond beschikbare indoorlocaties en alternatieve programma's.

Het Circuit Zandvoort is een logische en aantrekkelijke venue voor congressen en evenementen, maar het blijft een special venue, die niet dezelfde breedte aan toepassingen biedt als een traditioneel congrescentrum. Voor verdere groei in de MICE-markt zal Zandvoort een balans moeten vinden tussen het benutten van haar unieke locaties en het verbeteren van de ondersteunende infrastructuur.

RICHTING VOOR DE TOEKOMST

Om zich succesvol te positioneren in de MICE-markt, zal Zandvoort zich duidelijk moeten profileren. Het is essentieel om specifiek te zijn over wat de bestemming te bieden heeft en waar het voor staat. Een focus op duurzaamheid kan hierbij een belangrijke rol spelen, omdat dit een steeds dominantere factor wordt in de MICE-markt. Denk aan CO₂-neutrale evenementen,

duurzame catering en een sterke verbinding met de natuurlijke omgeving.

Binnen de ondernemersgemeenschap in Zandvoort is er interesse om gezamenlijk in te zetten op de ontwikkeling van de MICE-markt. Dit biedt een waardevolle basis voor samenwerking, maar vraagt ook om sterke coördinatie en stakeholdermanagement. Zandvoort Marketing kan hierin een sleutelrol spelen, bijvoorbeeld door het aanstellen van een MICE-coördinator die lokale samenwerking stimuleert, marketinginspanningen leidt en als aanspreekpunt fungeert voor zakelijke planners.

SLOTGEDACHTEN

Met de juiste focus, strategische investeringen en samenwerking kan Zandvoort zich ontwikkelen tot een onderscheidende MICE-destinatie. Dit vergt geduld en consistentie, maar biedt op termijn economische en imago voordelen die verder gaan dan alleen de zakelijke markt. Door slim in te spelen op de groeiende vraag naar unieke, duurzame en inspirerende evenementenlocaties, kan Zandvoort haar positie versterken en uitgroeien tot een aantrekkelijke bestemming voor zakelijke bijeenkomsten, zowel nationaal als internationaal.

BIJLAGEN

ECOSYSTEEM (DEEL)OVERZICHT:

BELANGRIJKSTE HOTELS EN CAPACITEITEN

NH Zandvoort Hotel

- **Capaciteit:**
213 kamers, grootste hotel in Zandvoort.
- **Vergaderfaciliteiten:**
16 multifunctionele vergaderzalen, geschikt voor groepen van 10 tot 250 personen. Uitgerust met moderne audiovisuele apparatuur.
- **Uniek aspect:**
Direct naast Circuit Zandvoort en het strand, perfect voor zakelijke evenementen in combinatie met het circuit.
- **Hotel type:**
Branded (NH Hotels – Minor Hotels)

Beach Hotel Zandvoort by Centre Parcs

- **Capaciteit:**
112 hotelkamers en 418 cottages, geschikt voor zowel zakelijke gasten als vakantiegangers.
- **Vergaderfaciliteiten:**
Vier multifunctionele zalen voor middelgrote bijeenkomsten en drie boardrooms, ideaal voor informele zakelijke evenementen gecombineerd met recreatie. Capaciteit tot 160 personen.
- **Uniek aspect:**
Combinatie van een volledig uitgerust vakantiepark en een hotel, biedt unieke mogelijkheden voor teambuilding.
- **Hotel type:**
Branded (Centre Parcs)

Hotel Paradis Zandvoort

- **Capaciteit:**
71 kamers, kleinschalig en intiem.
- **Vergaderfaciliteiten:**
geen faciliteiten.
- **Uniek aspect:**
Bohemian uitstraling, perfect voor creatieve en informele groepen.
- **Hotel type:**
Boutique

Palace Hotel Zandvoort

- **Capaciteit:**
57 kamers hotel direct aan de boulevard.

- **Vergaderfaciliteiten:**
geen faciliteiten.
- **Uniek Aspect:**
Uitzicht op zee vanaf de kamers
- **Hotel Type:**
Independent

Hotel Keur

- **Capaciteit:**
41 kamers, kleinschalig en persoonlijk.
- **Vergaderfaciliteiten:**
geen faciliteiten.
- **Uniek Aspect:**
Gelegen dichtbij het station en de dorpskern, wat het logistiek aantrekkelijk maakt.
- **Hotel Type:**
Independent

Amsterdam Beach Hotel

- **Capaciteit:**
35 kamers, modern ingericht.
- **Vergaderfaciliteiten:**
Geen faciliteiten.
- **Uniek Aspect:**
Hippe uitstraling en moderne inrichting, aantrekkelijk voor jongere zakelijke doelgroepen.
- **Hotel Type:**
Independent

Hotel Faber Zandvoort

- **Capaciteit:**
32 kamers, traditioneel en huiselijk.
- **Vergaderfaciliteiten:**
Geen faciliteiten
- **Uniek Aspect:**
Familiehotel met een persoonlijke sfeer en rustige ligging.
- **Hotel Type:**
Independent

Beach Househotel Zandvoort

- **Capaciteit:**
30 kamers, luxe en kleinschalig.

- **Vergaderfaciliteiten:**
Geen faciliteiten
- **Uniek Aspect:**
Direct gelegen aan het strand met een luxe boutique-uitstraling.
- **Hotel Type:**
Boutique

JAARROND PAVILJOENS

Piatti Beach

- **Locatie omschrijving:**
Direct aan het strand van Zandvoort, met een panoramisch uitzicht op zee.
- **Opening:**
Jaarrond geopend.
- **Capaciteit:**
Geschikt voor bijeenkomsten en evenementen tot 120/150 personen, afhankelijk van de opstelling.
- **Beschrijving ruimtes:**
Moderne en sfeervolle binnenruimtes, aangevuld met een terras dat direct uitkijkt over het strand. Flexibele indelingen mogelijk voor presentaties, diners of informele netwerkborrels.
- **Beschrijving stijl:**
Elegant en eigentijds, met een warme ambiance en veel natuurlijke materialen.
- **Beschrijving catering:**
Mediterraans georiënteerde keuken met focus op verse, seizoensgebonden ingrediënten. Zowel luxe diners als informele hapjes mogelijk.

Thalassa

- **Locatie omschrijving:**
Centraal gelegen op het strand, makkelijk toegankelijk vanaf het dorpscentrum.
- **Opening:**
Jaarrond geopend.
- **Capaciteit:**
Geschikt voor bijeenkomsten tot 150/160 personen.
- **Beschrijving ruimtes:**
Ruime binnen locatie met veel lichtinval en een groot terras. Flexibel in te richten voor zakelijke evenementen, diners of teambuilding-sessies.
- **Beschrijving stijl:**
Klassiek strandpaviljoen met een uitnodigende en toegankelijke uitstraling.
- **Beschrijving catering:**
Gevarieerd menu met een focus op vis, vlees en vegetarische opties, geschikt voor zakelijke lunches en diners.

Tijn Akersloot

- **Locatie omschrijving:**
Aan de zuidkant van Zandvoort, met een rustige ligging en direct uitzicht op zee.
- **Opening:**
Jaarrond geopend.
- **Capaciteit:**
Geschikt voor vergaderingen en evenementen tot 150 personen.

- **Beschrijving ruimtes:**
Stijlvolle binnenruimtes en een ruim terras. De locatie biedt flexibele indelingen voor zowel zakelijke als recreatieve evenementen.
- **Beschrijving stijl:**
Informeel en modern, met een gezellige en toegankelijke sfeer.
- **Beschrijving catering:**
Internationale keuken met een focus op seizoensproducten. Diverse arrangementen mogelijk, van eenvoudige lunches tot uitgebreide diners.

De Haven van Zandvoort

- **Locatie omschrijving:**
Gelegen naast de boulevard, met een rustieke uitstraling en directe toegang tot het strand.
- **Opening:**
Jaarrond geopend.
- **Capaciteit:**
Geschikt voor bijeenkomsten tot 100 personen.
- **Beschrijving ruimtes:**
Ruime en sfeervolle binnenlocatie, aangevuld met een terras dat uitzicht biedt op zee. Flexibel in te richten voor zakelijke evenementen.
- **Beschrijving stijl:**
Traditioneel en gastvrij, met een nautisch thema.
- **Beschrijving catering:**
Focus op visgerechten en lokale specialiteiten, met opties voor zakelijke diners en lunches.

Nius Beach House

- **Locatie omschrijving:**
Luxe beach house direct aan het strand, met een exclusieve uitstraling.
- **Opening:**
Jaarrond geopend.
- **Capaciteit:**
Geschikt voor kleine tot middelgrote groepen, maximaal 60 personen.
- **Beschrijving ruimtes:**
Luxe binnenruimtes met een verfijnde inrichting, aangevuld met een privéterras voor exclusieve evenementen.
- **Beschrijving stijl:**
Modern, luxe en elegant, met een focus op comfort en exclusiviteit.
- **Beschrijving catering:**
Hoogwaardig en op maat, met aandacht voor lokale en biologische producten.

OVERIGE AANBIEDERS:

Pepsports

- **Activiteiten:**
Breed scala aan watersportactiviteiten, waaronder kitesurfen, surfen, stand-up paddleboarding (SUP), banana-varen en organisatie van evenementen, schoolkampen en surfcamps.
- **Capaciteit:**
In staat om zowel individuele lessen als groepsactiviteiten te faciliteren. Voor grotere evenementen en kampen kunnen ze grotere groepen accommoderen, afhankelijk van de specifieke activiteit en beschikbaarheid.
- **Unieke waarde:**
Divers aanbod van watersporten en evenementen op één locatie. Ervaren instructeurs en mogelijkheid tot maatwerkprogramma's voor bedrijven en scholen. Daarnaast bieden ze accommodatiemogelijkheden voor meerdaagse programma's.
- **Seizoensgebondenheid:**
Hoofdzakelijk actief tijdens de warmere maanden, maar sommige activiteiten en evenementen kunnen ook buiten het hoogseizoen worden georganiseerd, afhankelijk van de weersomstandigheden en faciliteiten.

North Sea Watersports

- **Activiteiten:**
Kitesurflessen, surflessen, surfkampen, bedrijfsuitjes en verhuur van watersportmateriaal.
- **Capaciteit:**
Groepslessen en bedrijfsuitjes kunnen worden georganiseerd voor groepen, met een typische groepsgrootte van 4 tot 6 personen per instructeur. Voor grotere evenementen kunnen ze meerdere instructeurs inzetten om grotere groepen te accommoderen.
- **Unieke waarde:**
Gelegen bij strandtent Bodhi Beach, wat zorgt voor een complete strandervaring. Flexibiliteit en maatwerk voor bedrijfsuitjes en evenementen.
- **Seizoensgebondenheid:**
Actief tijdens het watersportseizoen, voornamelijk van het voorjaar tot en met de herfst, afhankelijk van de weersomstandigheden.

The Spot

- **Activiteiten:**
Breed scala aan watersporten, waaronder kitesurfen, surfen, stand-up paddleboarding (SUP) en wingsurfen. Daarnaast organiseren ze teambuildingactiviteiten, bedrijfsuitjes en sportieve evenementen.
- **Capaciteit:**
Geschikt voor zowel individuele lessen als groepsactiviteiten. Evenementen kunnen worden georganiseerd voor zowel kleine als middelgrote groepen, afhankelijk van de activiteit en de beschikbare ruimte.
- **Unieke waarde:**
Een 'Plastic Free'-terras en aangesloten bij het Ocean Friendly-programma. Biedt een unieke combinatie van duurzaamheid, watersporten en maatwerkprogramma's voor bedrijven en groepen.
- **Seizoensgebondenheid:**
Hoofdzakelijk actief in de zomermaanden, maar biedt mogelijkheden voor evenementen en activiteiten buiten het hoogseizoen, afhankelijk van de aard van de activiteit en de weersomstandigheden.

Amsterdamse Waterleidingduinen (AWD)

- **Activiteiten:**
Begeleide natuurwandelingen, educatieve excursies over waterbeheer en natuurbehoud, en mogelijkheden voor teambuildingactiviteiten in de natuur.
- **Capaciteit:**
Groepen variëren afhankelijk van de activiteit, maar rondleidingen kunnen doorgaans groepen van 10 tot 25 personen accommoderen. Voor grotere groepen kunnen speciale arrangementen worden gemaakt in overleg.
- **Unieke waarde:**
Uniek natuurgebied met diverse flora en fauna. Mogelijkheid om kennis te maken met het Nederlandse waterbeheer en natuurbehoud, wat een educatieve meerwaarde biedt voor zakelijke groepen.
- **Seizoensgebondenheid:**
Het gebied is het hele jaar door toegankelijk, met seizoensgebonden variaties in flora, fauna en activiteiten. Bepaalde excursies kunnen afhankelijk zijn van het seizoen.

BMW Driving Experience

- **Activiteiten:**
Rijvaardigheidstrainingen, slipcursussen, en high-performance rijervaringen op en bij het circuit van Zandvoort.
- **Capaciteit:**
Afhankelijk van het programma kunnen ze groepen van 10 tot 50 personen accommoderen. Voor specifieke evenementen kunnen arrangementen op maat worden gemaakt.
- **Unieke Waarde:**
Professionele rij-instructeurs en de mogelijkheid om te rijden in high-performance BMW-voertuigen op een officieel circuit. Ideaal voor teambuilding en bedrijfsuitjes die op zoek zijn naar een adrenaline-ervaring.
- **Seizoensgebondenheid:**
Het hele jaar door beschikbaar, met inachtneming van weersomstandigheden en circuitbeschikbaarheid.

Juttersgeluk

- **Activiteiten:**
Workshops strandjuten, waarbij deelnemers aangespoeld materiaal verzamelen en hiermee creatieve workshops volgen, zoals het maken van kunstobjecten of gebruiksvoorwerpen.
- **Capaciteit:**
Workshops kunnen doorgaans groepen van 10 tot 20 personen accommoderen. Voor grotere groepen kunnen speciale arrangementen worden besproken.
- **Unieke Waarde:**
Focus op duurzaamheid en milieubewustzijn. Unieke combinatie van strandactiviteiten en creatieve workshops, wat zorgt voor teambuilding en bewustwording.
- **Seizoensgebondenheid:**
Het hele jaar door beschikbaar, met aanpassingen afhankelijk van de weersomstandigheden. Bepaalde activiteiten kunnen seizoensgebonden zijn.

Zandvoortse Duinavonturen

- **Activiteiten:**
Avontuurlijke tochten door de duinen, zoals speurtochten, GPS-wandelingen, en teambuildingactiviteiten.

- **Capaciteit:**
Groepen van 10-50 personen per activiteit; maatwerk mogelijk voor grotere groepen.
- **Unieke Waarde:**
Combinatie van sportieve activiteiten en natuurbeleving, ideaal voor teambuilding.
- **Seizoensgebondenheid:**
Jaarrond beschikbaar, afhankelijk van weersomstandigheden.

INTERVIEWS

Om een inzicht te krijgen in de zakelijke markt van Zandvoort zijn er interviews afgenomen met diverse aanbieders uit verschillende sectoren, waaronder hotels, strandpaviljoens en overige aanbieders. Het doel van deze interviews was om inzicht te krijgen in hun huidige zakelijke aanpak, uitdagingen, en kansen voor groei. De gesprekken waren gericht op het versterken van de gezamenlijke propositie van Zandvoort als zakelijke bestemming.

GESELECTEERDE PARTIJEN

De geïnterviewde partijen zijn:

- Hotels: Amsterdam Beach Hotel, Beach House Hotel, Palace Hotel, en Hotel Paradis.
- Strandpaviljoens: Piatti Beach, Thalassa, Bodhi Beach, Plazand en De Haven van Zandvoort.
- Overige aanbieders: Circuit Zandvoort, Pep Sports, Juttersgeluk.

INTERVIEWOPZET

De interviews zijn opgenomen en automatisch getranscribeerd met behulp van Fireflies. Hierdoor konden we de inzichten structureren en analyseren voor verdere uitwerking.

De gesprekken waren gestructureerd rondom een set vragen die ontworpen waren om zowel de huidige situatie als toekomstige kansen te belichten. De opzet was als volgt:

1. **Introductie van het gesprek en de geïnterviewde partij:**
Korte introductie van de organisatie, hun hoofdactiviteit, en de relatie met de zakelijke markt.
2. **Heden van de zakelijke markt:**
 - Hoe richten zij zich op zakelijke evenementen en overnachtingen?
 - Welke faciliteiten en services worden aangeboden?
 - Wat zijn de trends en uitdagingen, inclusief seizoensgebonden vraag?
3. **Kansen en groei:**
 - Waar zien zij mogelijkheden voor groei in de zakelijke markt?
 - Hoe kunnen nieuwe klantsegmenten worden aangetrokken?
 - Wat is de rol van samenwerking in het benutten van deze kansen?
4. **Samenwerking als Destinatie Zandvoort:**
 - Wat is de potentie van een gezamenlijke propositie onder de vlag van "Destinatie Zandvoort"?
 - Welke investeringen en bijdragen zijn partijen bereid te leveren?

Deze vragen boden niet alleen inzicht in de huidige situatie, maar gaven ook ruimte om na te denken over een gezamenlijke toekomstvisie voor Zandvoort als zakelijke bestemming. De resultaten van deze interviews worden verder samengevat per type aanbieder: hotels, strandpaviljoens, en overige aanbieders.

HOTELS

Belangrijkste punten:

- **Focus op de zakelijke markt in het laagseizoen:**
Veel hotels richten zich voornamelijk op zakelijke gasten tijdens de rustigere maanden (september-maart). Dit wordt vaak gezien als een manier om bezettingsgraden te verhogen buiten het hoogseizoen.
- **Beperkte eigen faciliteiten:**
De meeste hotels in Zandvoort hebben beperkte of geen eigen vergaderzalen, waardoor ze afhankelijk zijn van samenwerkingen met strandpaviljoens en andere locaties.
- **Kansen voor groei:**
Er is een toenemende bereidheid om te investeren in gezamenlijke marketingcampagnes en infrastructuur. Hotels zien waarde in een centrale propositie om Zandvoort als zakelijke bestemming te promoten.
- **Uitdagingen:**
 - Verminderde vraag in de wintermaanden.
 - Behoeftte aan een gevarieerd programma voor zakelijke gasten, zoals slecht-weer-opties.
 - Samenwerking met andere hotels en aanbieders kan soms versnipperd aanvoelen.

STRANDPAVILJOENS

Belangrijkste punten:

- **Divers aanbod:**
Elk paviljoen heeft zijn eigen sfeer en specialiteit, variërend van informeel en toegankelijk tot luxe en high-end. Dit biedt een breed scala aan opties voor zakelijke evenementen, afhankelijk van de wensen van de klant.
- **Seizoensgebonden activiteiten:**
De paviljoens ervaren pieken tijdens de zomermaanden, maar enkele jaarrond geopende paviljoens spelen een sleutelrol in het aantrekken van zakelijke groepen in de winter.
- **Focus op teambuilding:**
Veel paviljoens combineren vergader- of evenementruimtes met teambuildingactiviteiten zoals strandspelen, watersporten en outdoor workshops.
- **Uitdagingen:**
 - De weersafhankelijkheid blijft een belangrijk punt.
 - Samenwerking tussen paviljoens varieert sterk in intensiteit en kwaliteit.
 - Er is behoefte aan een gezamenlijk platform om aanvragen efficiënter te coördineren.

OVERIGE AANBIEDERS

Belangrijkste punten:

- **Grote diversiteit in activiteiten:**
Aanbieders zoals Pep Sports, North Sea Watersports en Juttersgeluk bieden een breed scala aan activiteiten, van watersport en teambuilding tot duurzaamheidswerkshops zoals beach clean-ups.

- **Sterke samenwerkingen:**
Veel van deze aanbieders werken nauw samen met strandpaviljoens en hotels, wat zorgt voor een naadloze integratie in MICE-programma's.
- **Seizoensgebondenheid:**
De meeste activiteiten vinden plaats tussen april en oktober, hoewel enkele aanbieders zoals AWD en Juttersgeluk jaarrond beschikbaar zijn.
- **Uitdagingen:**
 - Beperkte zichtbaarheid en afhankelijkheid van lokale samenwerkingen.
 - Nodig voor meer professionalisering en een centrale coördinatie van aanvragen.

Conventus Consultants BV

Mark Struik

+31 6 51 32 25 77

mark@conventus-consultants.nl

Thijs Peters

+31 6 31 69 84 76

thijs@conventus-consultants.nl