

Handboek toerisme

Ivo Siebens
Martine Addiers
Griet Troukens
Dominique Verbeeck

HANDBOEK TOERISME

Overzicht van de reissector
en de transportmiddelen

Disclaimer:

De informatie in deze publicatie is onderhevig aan voortdurende veranderingen in de reissector. Geen enkele gebruiker van dit boek mag handelen op basis van deze informatie zonder zelf verdere opzoeken naar wetten en regelingen te doen en/of zelf professionele raadgevingen op te zoeken en op te volgen. Los van het feit dat de auteurs alles hebben gedaan om de actualiteit van de informatie te garanderen, kunnen zij niet aansprakelijk gesteld worden voor acties op basis van misvattingen van de inhoud. De auteurs kunnen niet aansprakelijk gesteld worden en nemen volledig afstand van alle personen, lezers of niet, die op basis van deze inhoud foutief handelen in de praktijk, nu of in de toekomst.

De auteurs

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijke bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de uitdrukkelijke voorafgaande en schriftelijke toestemming van de belanghebbenden.

D/2013/45/267 – ISBN 978 94 014 1062 5 – NUR 780

Vormgeving cover: Keppie & Keppie

Vormgeving binnenwerk: Wendy De Haes

© De auteurs & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt, 2013.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij, de boeken- en multimediodivisie van Uitgeverij Lannoo nv

Alle rechten voorbehouden.

Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd worden en of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm, of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus
Erasme Ruelensvest 179 bus 101
3001 Leuven
België
www.lannoocampus.be

INHOUD

INHOUD	5
DANKWOORD	17
HOE GEBRUIK JE DIT BOEK?	19
INLEIDING	21
DEEL 1. DE REISMARKT	23
1. WAT KOMT IN DIT HOOFDSTUK AAN BOD?	24
2. DE REISMARKT IN AL HAAR FACETTEN	25
2.1 Historische ontwikkeling	25
De toeristische ontwikkeling vóór 1850	25
Verdere ontwikkelingen tussen 1850 en 1900	27
De situatie rond 1900	30
De toeristische ontwikkeling tussen 1900 en 1950	31
Ontwikkelingen na 1950	32
2.2 De reisagent of travel consultant	35
2.2.1 Terminologie	35
2.2.2 Hoofdactiviteiten van een reisagent	37
Algemeen	37
Specifiek	39
Inkomen	40
Werken met een touroperator	40
2.2.3 Nevenactiviteiten van een reisagent	42
Verhuur onroerend goed	42
Paspoort	43
Visum	43
Inenting	44
Transport naar haven, luchthaven of station	44
Conclusie	44
2.2.4 Vergunningen voor een reisagent	44
Het decreet houdende het statuut van reisbureaus	44
Het decreet loopt af: wat brengt de toekomst?	46

	Bijkomende vergunningen voor transport	47
	Bijkomende vergunningen voor logies	48
	Bijkomende vergunningen voor verzekeringen	48
2.2.5	Onderscheid tussen reisbureaus	49
	Onderscheid op basis van de vergunningen	49
	Onderscheid op basis van het uitgevoerde werk	49
	Onderscheid op basis van de ligging	49
	Onderscheid op basis van een specialisatie	51
2.2.6	De organisatie in een reisagentschap	52
	Reservatiemethode	52
	Reservatiegegevens	52
	PO-nummer	53
	Bestelbon	53
	Bevestiging	54
	Afhandeling	54
2.2.7	Wie komt bij wie?	58
2.2.8	Mogelijke samenwerkingsverbanden	61
	Internationale netwerken	61
	Aankoopcentrales	61
	Economische samenwerkingsverbanden	62
	Coöperatieve samenwerking	64
	Franchising	65
	Speciale ontwikkelingen	65
2.2.9	De toekomst van de reisagent	69
	Bedreigingen en zwakheden van de reisagent	69
	Kansen voor de reisagent	70
2.3	De reisorganisator of touroperator	72
2.3.1	Terminologie	72
2.3.2	Aankopen van een touroperator	76
2.3.2.1	Algemeen	76
2.3.2.2	Aankoop van de accommodatie	79
2.3.2.3	Aankoop van het transport	82
	Het vliegtuig als transportmiddel	83
	Het schip als transportmiddel: cruises en ferry's	84
	De trein als transportmiddel	84
	De autocar als transportmiddel	85
	Het verschil tussen een lijndienst en een charter	85
2.3.3	De incoming agent of DMC	88

2.3.4	Buitenlandse hulp: de host/hostess	90
2.3.5	De interne organisatie van een touroperator	93
2.3.5.1	Kleinere touroperators	93
2.3.5.2	Grote touroperators	95
	Planning en productie	95
	Promotie en sales	95
	Reservatie en booking	95
	Documenten	95
	Personeel	96
	Boekhouding (accounting)	96
	Kwaliteit	96
	Verzending	97
	Computer	97
	Communicatie	97
2.3.5.3	Geïntegreerde touroperators	100
2.3.6	De toekomst van de touroperator	101
2.3.6.1	Bedreigingen en zwakheden van de touroperator	101
2.3.6.2	Kansen voor de touroperator	102
2.4	De huidige marktsituatie	103
2.4.1	De grote spelers	103
2.4.2	Andere touroperators op de markt in België	109
2.4.3	Reisagentschappen op de markt in België	110
3.	BEROEPSVERENIGINGEN VOOR REISAGENTEN EN TOUROPERATORS	112
3.1	Wat is een beroepsvereniging?	112
3.2	De interne structuur van een beroepsvereniging	113
3.3	Nationale beroepsverenigingen	115
3.3.1	Nationale beroepsverenigingen voor de reisagent	115
3.3.2	Nationale beroepsverenigingen voor de touroperator	116
3.3.3	Overzicht van nationale beroepsverenigingen	117
3.4	Internationale beroepsverenigingen	117
3.4.1	Internationale beroepsverenigingen voor de reisagent	117
3.4.2	Internationale beroepsverenigingen voor de touroperator	119
3.4.3	Overzicht van de internationale beroepsverenigingen	120
3.5	Totaaloverzicht van het nationale en internationale niveau	121

1. DE AUTOCAR	124
1.1 Een eerste kennismaking	124
1.2 Historische ontwikkeling	125
Het begin	125
Situatie tussen 1960 en 1980	127
Situatie tussen 1980 en 2005	127
Huidige situatie	128
1.3 Het autocarterisme: wettelijk kader	129
1.3.1 Voorwaarden voor een autocarondernemer	129
1.3.2 Sterrenclassificatie	132
1.3.3 Rij- en rusttijden: Europese wetgeving	136
1.3.3.1 De tachograaf	136
1.3.3.2 Rij- en rusttijden: Europese wetgeving	138
1.3.3.3 Rijtijd	138
1.3.3.4 Dagelijkse rusttijd	138
1.3.3.5 Wekelijkse rusttijd	140
1.3.3.6 Vernieuwingen met deze wetgeving	140
1.4 Het autocarterisme in de praktijk	141
1.4.1 Autocartypes	141
1.4.2 Samenstelling van de deelnemersgroep	142
1.4.2.1 Een ongekende groep met vooraf ongekende deelnemers	143
1.4.2.2 Een gekende groep met vooraf ongekende deelnemers	143
1.4.2.3 Een gekende groep met vooraf gekende deelnemers	143
1.4.2.4 Het peilen van de behoeften	143
1.4.2.5 Het bepalen van prioritaire behoeften	144
1.4.3 Soorten groepsreizen	145
1.4.3.1 Indeling in soorten autocarreizen	145
1.4.3.2 Ophaaldiensten	145
1.4.3.3 Standplaatsreizen	147
1.4.3.4 Rondreizen	149
1.4.3.5 Pendelreizen of sneldiensten	150
1.4.3.6 Eendagsreizen	153
1.4.4 Zitplaatstoekenning	153

1.4.4.1	Zitplaats naar keuze	154
1.4.4.2	Plaatsing voor de eerste dag en doorschuiven	154
1.4.4.3	Plaatsing voor de hele reis volgens inschrijving	154
1.5	Kwaliteitsvol management	155
1.6	De toekomst van de autocarreizen	157
1.6.1	Actuele moeilijke punten	157
1.6.2	De toekomst van het autocarvoerisme	159
1.7	Beroepsverenigingen in de autocarsector	161
1.7.1	FBAA	161
1.7.2	VRA	162
1.7.3	VLARA	162
1.7.4	CFA	163
1.7.5	IRU	163
1.7.6	Reisleiders Vlaanderen	164
2.	DE HUURWAGEN	165
2.1	Wat komt in dit hoofdstuk aan bod?	165
2.2	Verhuurbedrijven	165
2.3	Reservatie	166
2.3.1	Benodigde basisgegevens	167
2.3.2	Aanvullende gegevens	167
2.3.3	Voucher	168
2.3.3.1	Full value/full credit voucher	168
2.3.3.2	Specific/limited value voucher	169
2.3.3.3	Nil value voucher	169
2.3.3.4	Voorbeeld	169
2.4	Extra elementen en begrippen	171
2.4.1	Verzekeringen	171
2.4.2	Limited or unlimited mileage	172
2.4.3	Lokale taksen	172
2.4.4	Locatietaksen	172
2.4.5	One Way Rental	172
2.4.6	Extra's	173
2.4.7	Brandstof	173
3.	DE TREIN	174
3.1	Reizigers	174

3.2	Historiek van de Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen (NMBS)	174
3.3	Het internationale HST treinaanbod	178
3.3.1	Inleiding	178
3.3.2	Thalys	181
	Reistijden en frequentie	183
	Treinstellen	183
	Reiscomfort	183
	Tariefformules	184
	Extra diensten	184
3.3.3	Eurostar	186
	Reistijden en frequentie	188
	Treinstellen en traject	188
	Reiscomfort en tariefformules	189
	Extra diensten	189
3.3.4	ICE (InterCity Express)	190
	Reistijden en frequentie	191
	Reiscomfort en tariefformules	192
	Intercity Corporate Programme	192
3.3.5	TGV Brussel – Frankrijk	193
	Reistijden en frequentie	194
	Reiscomfort en reisformules	195
3.4	Het ‘klassieke’ internationale treinaanbod	195
	Brussel – Luxemburg	195
	Brussel – Luxemburg – Straatsburg – Zwitserland	195
	Kort grensoverschrijdend vervoer	195
	De TreSki	196
3.5	Railteam	196
3.6	Reizigersrechten	198
	Regels voor schadevergoeding (zoals vastgelegd in de verordening)	198
3.7	Prijssystemen	199
3.7.1	Biljetten zonder geïntegreerde reservering	199
3.7.2	Biljetten met geïntegreerde reservering	200
3.7.3	Passen	200
	InterRail	201
	EurailPass	201
3.8	Distributie	201

3.8.1	Interne verkoopkanalen	201
3.8.2	Externe verkoopkanalen	202
3.8.3	Andere distributeurs	203
3.8.4	Nieuwe vormen van distributie: homeprinting	204
3.9	Nacht- en autotreinen	204
3.9.1	Nachttreinen	204
3.9.2	Autotreinen en autoslaaptreinen	206
3.10	De trein als bestemming: scenic trains en luxeuze hoteltreinen	207
3.10.1	Hoteltreinen in Europa	207
3.10.2	Hoteltreinen in Afrika	209
3.10.3	Hoteltreinen in Azië	209
3.10.4	Hoteltreinen in Noord- en Zuid-Amerika	210

DEEL 3. TRANSPORT OVER WATER

211

1.	CRUISES	212
1.1	Wat komt in dit hoofdstuk aan bod?	212
1.2	Terminologie	212
1.3	Synthese	217
1.4	Wat is een cruise?	217
1.5	Soorten cruiseschepen	219
1.5.1	Grote en megazeeschepen	219
1.5.2	Kleine, luxe schepen en yachts	220
1.5.3	Riviercruiseschepen	221
1.5.4	Zeilcruiseschepen	221
1.5.5	Expeditiecruiseschepen	222
1.6	Cruisebestemmingen	224
	Cruisehavens en cruisebestemmingen wereldwijd	229
	De Vlaamse havens en Vlaanderen als cruisebestemming	229
1.7	Van vooroordeel tot verslaving	229
1.7.1	‘Op cruise gaan is duur’	230
1.7.2	‘Het is te chic’	233
1.7.3	‘En als die boot gaat zinken?’	234
1.7.4	‘Er is niets te doen op zo’n boot’	235
1.7.5	‘Ik heb geen zin om heel de vakantie zeeziek te zijn!’	235
1.7.6	‘Een cruise? Dat is toch iets voor oude mensen!’	236

1.8 Cruisereederijen	237
1.9 Het leven aan boord van een cruiseschip	245
1.9.1 De website van de rederij	245
1.9.2 Dekplan	245
1.9.3 Accommodatie	246
1.9.4 Maaltijden en dresscode	248
1.9.5 Betalingsmiddelen aan boord	250
1.9.6 Fooien	251
1.9.7 De bemanning aan boord	251
1.9.8 Het dagprogramma	252
1.9.9 Activiteiten aan boord	253
1.9.10 Excursies	254
1.9.11 Rondleidingen achter de schermen	254
1.9.12 Internet aan boord	255
1.9.13 Rookverbod	255
1.10 De structuur van de cruise-industrie	255
1.11 Cruise & Ferry World en CLIA	255
1.12 De Belgische cruisepassagier	256
1.12.1 Aantallen en regio's	256
1.12.2 Populariteit van bestemmingen	258
1.12.3 Favoriete cruiseformules	259
1.13 Nieuwe schepen 2013-2016	260
1.14 Duurzaamheid en milieu	263
1.14.1 SECA	263
1.14.2 LNG	264
1.14.3 Walstroom	264
1.14.4 Waterbehandeling	264
1.14.5 Mondiale aandacht voor de aspecten duurzaamheid en milieu	265
1.15 Riviercruises	265
1.15.1 Riviercruisereederij CroisiEurope	266
1.15.2 Riviercruisetouoperators Rivercruises.be (Cruise Selection) en Cruise Travel	267
1.15.3 De nichetouoperators Imagine Travel, Asteria Expeditions, Footprints en Sudamerica Tours	267
1.15.4 Megatouoperators: Pegase (Thomas Cook) en VTB Reizen (Jetair)	268

2. FERRY'S	270
2.1 Synthese	270
2.2 Soorten ferry services	271
2.2.1 Passenger-only ferry services	271
2.2.2 Passenger-vehicle ferry services	272
2.2.3 Passenger-train ferry services	272
2.2.4 Cargo/passenger ferry services	272
2.2.5 Cargo/ferry services	273
2.2.6 Cruiseferry's	273
2.2.7 Besluit	273
2.3 Overzicht van ferryschepen	274
2.3.1 Diesel-powered ferryboten	274
2.3.2 Jet-foil	274
2.3.3 Hydrofoil	274
2.3.4 SWATH of Small Waterplane Area Twin Hull	275
2.3.5 Cruise liner ferry design	275
2.3.6 Roroferry's	275
2.3.7 High speed ferry's	276
2.3.8 Algemeen	276
2.4 Bedreigingen op de markt	276
2.5 De grote Europese spelers	278
2.6 Ferryreizen in de verkoop	279
2.6.1 SNCM	279
2.6.2 P&O Ferries	280
2.6.3 Color Line	280
2.6.4 Besluit	281
2.7 De conventie van Athene	282

DEEL 4. TRANSPORT IN DE LUCHT **283**

1. WAT KOMT IN DIT DEEL AAN BOD?	284
2. KORTE HISTORIEK	285
3. TERMINOLOGIE	287
4. BASISELEMENTEN IN DE LUCHTVAART	290

4.1	Lijnvluchten	290
4.2	Chartervluchten	290
4.3	Mix van beide	291
4.3.1	Een mix tussen lijnvlucht en charter	291
4.3.2	Thomas Cook Airlines Belgium (HQ)	292
4.3.3	TUI Airlines Belgium (JAF) of Jetairfly	292
4.4	Lowcostluchtvaartmaatschappijen	293
4.4.1	Ontstaan	293
4.4.2	Types en maatschappijen	294
4.4.3	Kenmerken van de lowcostsector	295
4.5	Luchtvaartallianties	296
4.5.1	Star Alliance	297
4.5.2	oneworld	297
4.5.3	SkyTeam	297
4.5.4	Algemeen	297
	Frequent Flyer	298
	Lounges	298
	Terminals	298
	Voordelen voor de partnerluchtvaartmaatschappijen	299
4.6	GDS/CRS-systemen	299
4.6.1	Begrip	299
4.6.2	Amadeus	300
4.6.3	Galileo, Worldspan en Travelport	301
4.6.4	Sabre	301
4.7	Organisaties in de luchtvaartsector	303
4.7.1	IATA	303
	Algemeen	303
	Billing Settlement Plan	306
	Clearing House	306
4.7.2	ICAO	306
4.8	Freedoms of the air	307
	Eerste vrijheid	307
	Tweede vrijheid	307
	Derde vrijheid	307
	Vierde vrijheid	307
	Vijfde vrijheid	307
	Zesde vrijheid	307
	Zevende vrijheid	307
	Achtste vrijheid	307

Negende vrijheid	307
5. LUCHTVAART EN DUURZAAMHEID	311
Brandstof	311
Vliegtuigroutes	312
Moderne en nieuwe toestellen	312
Luchthavens	312
6. LUCHTHAVENS IN BELGIË	314
6.1 Brussels Airport	314
6.1.1 Groei	314
6.1.2 Profiel van Brussels Airport (Brutrends 2011)	316
6.1.3 Cijfermatige gegevens voor Brussels Airport	317
6.2 De regionale luchthavens in België	317
6.2.1 Oostende	317
6.2.2 Deurne (Antwerpen)	318
6.2.3 Gosselies (Charleroi)	318
6.2.4 Bierset (Luik)	318
7. REGLEMENTERING VOOR BAGAGE EN PASSAGIERS	319
7.1 Verantwoordelijkheid van de maatschappij	319
7.1.1 Algemeen	319
7.1.2 Overboeking	319
7.1.3 Annulering	320
7.1.4 Vertraging	320
7.1.5 Upgrading of downgrading	322
7.2 Bagagereglementering	322
7.2.1 Algemeen	322
7.2.2 Bagagevrijstelling (free allowance)	323
Weight concept	323
Piece concept	323
7.2.3 Overgewicht (excess luggage)	324
7.2.4 Niet-toegelaten bagage	325
7.2.5 Handbagage	325
7.2.6 Bijzondere bagage	326
7.2.7 Verloren en beschadigde bagage	327
7.2.8 Huisdieren	327
7.3 Speciale hulpverlening op de luchthaven	328

7.3.1	Rolstoelpassagiers (WCHR/S/C)	329
7.3.2	Passagiers op een draagbaar (STCR)	329
7.3.3	Zieke passagiers (MEDA)	329
7.3.4	Blinde of dove passagiers	330
7.3.5	Alleenreizende kinderen (unaccompanied minors of UM)	330
8.	LUCHTVAARTMAATSCHAPPIJEN EN HUN THUISSHAVENS	332
8.1	Algemeen	332
8.2	Area 2	333
8.2.1	Landen van de EU	333
8.2.2	Niet-EU-landen binnen area 2	335
8.3	Area 1	336
8.4	Area 3	337
8.5	Grootsteden met meerdere luchthavens	337
9.	TICKETS EN PRIJZEN	339
9.1	Tickets	339
9.1.1	Algemene vervoersvoorwaarden	339
9.1.2	Het e-ticket	340
9.2	Prijzen	347
9.2.1	Klassen	347
9.2.1.1	First class	347
9.2.1.2	Businessclass	348
9.2.1.3	Economyclass	348
9.2.1.4	Economy plus	349
9.2.2	Verblijfsduur	349
9.2.3	Yield management	349
9.2.4	Reducties	350
	LIJST VAN AFKORTINGEN	352
	LITERATUUR	357
	OVER DE AUTEURS	365

DANKWOORD

De eerste druk in 2010 was een succes, een bijdruk was zelfs nodig. We hebben dan ook veel positieve reacties gekregen, waarvoor onze dank. Het handboek gaf en geeft nog steeds een degelijke basis en goede ondersteuning bij de vorming van toekomstige medewerkers in de toeristische sector.

Het is ook duidelijk dat dit werk niet alleen voor onze bachelorstudenten Toerisme interessant is, maar evengoed voor de masterstudent, de (toekomstige) reisprofessional in de toeristische sector, leerlingen uit het secundair toeristisch onderwijs en de reiziger.

Zoals in elke sector, dus ook in de toeristische sector, evolueert alles zeer snel. Het was dus noodzakelijk dat we een nieuwe editie zouden voorbereiden. En er zal nog veel wijzigen, want wat vandaag een vast gegeven is, is morgen al achterhaald. Voor deze nieuwe degelijke update waren de collega's uit de beroepswereld weer graag bereid tot het verlenen van hun medewerking. Daarom een welgemeend woord van dank aan de volgende personen voor hun waardevolle aanvullingen en opmerkingen:

Bernaerts Yves (Brussels Airlines)
Coremans Bart (Avis)
De Goninck Jos (Brussels Airlines)
Deman Jan (BAAV)
De Praetere Frank (Product Training NMBS Europe)
Holthof Philippe (Benelux Correspondent Shippax)
Leenders Olaf (Amadeus Benelux)
Louagie Mike (www.louagie.be)
Perignon Claude (TUI Travel PLC)
Raes Geert (Wings'n Wheels)
Roelants Julien (Travel Worldwide)
Valkenburg Jannigje (Star Alliance)
Van den Bosch Koen (Thomas Cook Belgium)

Vanhaelemesch Hans (TUI Travel Belgium)

Van Outryve Baptiste (Thomas Cook)

Van Wulpen John (Selectair)

Vercruysse Jos (Toerisme Vlaanderen)

Vinck Ruddy (Travelcoop)

Willaert Robrecht (Travel Magazine)

En ook ditmaal dragen we ons boek graag op aan onze kinderen.

Ivo Siebens, Martine Addiers, Griet Troukens en Dominique Verbeeck

HOE GEBRUIK JE DIT BOEK?

Bij het gebruik van dit boek moet je rekening houden met de structuur zoals we die hebben aangebracht.

Er zijn vier grote delen in dit boek:

- I De reismarkt
- II Transport over land
- III Transport over water
- IV Transport in de lucht

Je vindt ook een aantal woorden in het **vet** gedrukt: de sleutelbegrippen. Het zijn de belangrijkste begrippen in elk hoofdstuk.

Tekst in een grijs kader duidt een paragraaf aan die bijkomende interessante informatie bevat, maar niet essentieel is voor het begrijpen van de inhoud.

Dit boek wordt begeleid door een website. Hierop plaatsen we aanvullingen, zoals noodzakelijke updates en extra interessante informatie. Waar nodig verwijzen we in de tekst naar deze website.

Op het einde van dit boek vind je nog een lijst met afkortingen. In de praktijk worden er immers in de toeristische sector zeer veel afkortingen dagelijks gebruikt.

We sluiten het boek af met een literatuurlijst. Sommige elementen in bronvermelding kunnen daarin met volledige gegevens opgezocht worden.

INLEIDING

Toerisme als verschijnsel trekt pas in de negentiende eeuw de aandacht door de activiteiten van een kleine groep welgestelden. Voor deze 'elite' was het toen 'in' om reizen te maken, variërend van enkele maanden tot enkele jaren. In het prille begin was het hoofddoel van deze reizen vooral educatief, maar al snel evolueerde dit tot een meer ontspannende bezigheid.

Tegenwoordig is reizen bereikbaar geworden voor bijna de hele bevolking uit de welvaartslanden. Mensen gaan massaal op vakantie, zowel in de zomer als in de winter. Hoofdaspect is daarbij vooral het recreatieve karakter. De reis en het verblijf in een andere plaats staan centraal waarbij ze wat willen zien en wat willen beleven, maar vooral weg willen uit de dagelijkse sleur. Daarbij zijn dus zeer veel verschillende bedrijven uit de toeristische sector betrokken. Zowel zakenreizen als vakantie reizen zijn verplaatsingen die behoren tot de reisindustrie.

Zowel de keuze van transportmiddel als de keuze van verblijfsmogelijkheid en tijdverdrif zijn uiterst belangrijk en moeten tegemoetkomen aan alle wensen van de klant. De reisbemiddeling om te helpen bij de keuze voor het beste product én de uiteindelijke productlevering zelf, zijn dus belangrijke schakels in het toerisme. Het wordt precisiewerk, niet te veel en niet te weinig.

In dit boek leggen we ons toe op de reismarkt waarbij we op een eenvoudige en duidelijke manier de werking van een reisagent en touroperator toelichten. Door te werken met basiselementen en basisbegrippen kan de complexiteit van de hedendaagse toeristische markt beter begrepen worden. Verder bespreken we uitvoerig alle transportmiddelen die een reiziger kan gebruiken, zodat ook hier een beter inzicht in de marktsituatie en werking kan groeien. De verblijfssector komt hier niet aan bod, uitgezonderd cruises omdat dit het snelst groeiende vakantieproduct is. Ook hebben we voor cruises en luchtvaart het aspect duurzaamheid verder uitgewerkt.

We hopen met dit boek de lezer wegwijs te maken in een zeer boeiende en voortdurend veranderende sector. Wie weet groeit zelfs de interesse om toerisme te studeren en zo deze sector van binnenuit in detail te leren kennen.

Deel 1

DE REISMARKT

1. WAT KOMT IN DIT HOOFDSTUK AAN BOD?

In dit hoofdstuk bespreken we de commerciële reismarkt en we beschrijven in detail de reisagenschappen en touroperators. Tevens leggen we hiermee de basis voor meer technische elementen inzake transport, prijsberekening, verkooptechnieken en dergelijke.

In dit deel behandelen we de volgende onderdelen:

- de historische ontwikkeling van de reismarkt;
- de reisagent of travel consultant;
- de reisorganisator of touroperator;
- de huidige marktsituatie;
- de beroepsverenigingen van reisagenten en touroperators.

Deze thema's komen achtereenvolgens uitgebreid aan bod omdat zij de basis vormen van de huidige reisindustrie. Stap voor stap bouwen we, steunend op een kort historisch overzicht, de reismarkt op zodat interacties tussen de verschillende spelers op de markt, evenals het waarom en hoe, duidelijk worden.

2. DE REISMARKT IN AL HAAR FACETTEN

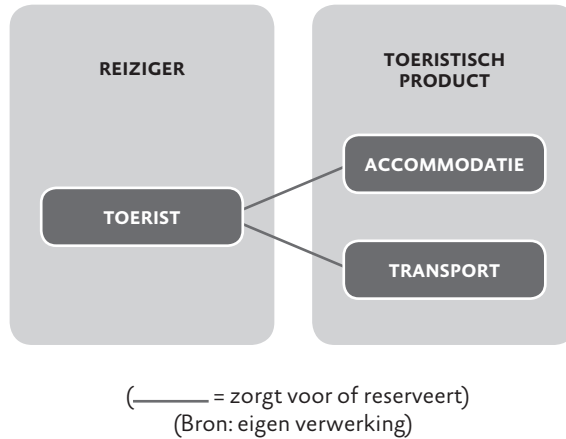
De reismarkt wordt al vele jaren bepaald door de reisagenten, de touroperators, de transportmaatschappijen en de logiessector. Daarbij komen dan de afgeleide producten zoals animatie ter plaatse, gidswerk, reisleiding enzovoort: alles tezamen is dat een vrij recent fenomeen. Een korte historische uitleg zal dit verduidelijken en tevens een basis leggen voor de specifieke werking van reisagenten en touroperators in latere hoofdstukken.

2.1 Historische ontwikkeling

De toeristische ontwikkeling vóór 1850

Een fundamenteel verschil tussen de eerste toeristen uit de negentiende eeuw en de toeristen van tegenwoordig is dat reizigers vóór 1850 steeds rechtstreeks contact hadden met de leveranciers van goederen en diensten, met name de vervoerders of de (latere) transportmaatschappijen en de accommodatievormen. Dit was mogelijk omdat de gebruikers van de diensten meestal in dezelfde steden woonden waar de diensten ook werden aangeboden en ook omdat er nooit een tekort aan diensten bestond. Het was trouwens de gewoonte om het product pas te kopen op het moment dat je het transportmiddel nodig had of dat je bij het hotel aankwam. De grote capaciteit maakte reservatie overbodig en tussenpersonen waren dan ook niet nodig. In het slechtste geval werd er gewoon gewacht op het volgende vertrek. Voor de zekerheid kon ook al per brief een reservatie gemaakt worden, maar altijd gebeurde dit rechtstreeks bij de maatschappij zelf (zie figuur 1).

Figuur 1. De structuur van de reisindustrie vóór 1850.



Hoe ging een reiziger bijvoorbeeld te werk om van Mechelen naar Amerika te reizen, uitgaande van de veronderstelling dat reizen een 'vrijwillige' verplaatsing betekende en geen 'verplichte' verhuis? Eerst moest hij een overtocht naar Groot-Brittannië regelen. Gezien de post zelf maar ontstond in de zeventiende eeuw en niet altijd een antwoord terugbezorgde, betekende het maken van een reservatie dat hij dit ter plaatse in de haven moest doen. Dus moest hij van Mechelen naar Antwerpen om daar in de haven een rederij te vinden met een eerstvolgend 'vrij' vertrek naar Groot-Brittannië. Dit vertrek afwachtend, verbleef hij dus in de haven in de enkele overnachtingsplaatsen die daar waren: zonder comfort en met weinig hygiëne. De overnachting mocht immers ook niet te veel geld opslokken van het totale reisbudget, daar hij geen weet had van andere nog te verwachten uitgaven. Eens de overtocht gelukt (in een kajuit of in het ruim al naargelang de financiële capaciteiten), moest er weer gezocht worden naar transport om van het oosten naar het westen van Groot-Brittannië te geraken. Ook dit was dus weer eigen zoekwerk en kon niet vooraf gereserveerd worden. Nadien wachtte dezelfde activiteit in een nieuwe haven: een eerstvolgende afvaart zoeken en reserveren in een kajuit of in het ruim en ondertussen weer ergens wachten en overnachten. Al bij al dus een zeer onzekere onderneming met veel risico's, waarbij de reiziger alles zelf moest regelen. Dit was hoe dan ook de enige manier om gedurende verschillende eeuwen te reizen.

Verdere ontwikkelingen tussen 1850 en 1900

De groei van het aantal reizigers, evenals de groei van het aantal transport- en logiesmogelijkheden vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw, zorgde voor de opkomst en ontwikkeling van de reisagenten of reisbemiddelaars. Terecht noemen we **Thomas Cook** (1808-1892) hier als een van de eerste belangrijke reisagenten en reisorganisatoren ter wereld.

Ter gelegenheid van een bijeenkomst van geheelonthouders overtuigde hij in 1841 de Midland Counties Railway om tussen Leicester en Loughborough in Groot-Brittannië een speciale trein te laten rijden. Hij adverteerde hiervoor en zo werd dit de allereerste commerciële reis (excursie) ter wereld. Het werd een succes (570 passagiers). Daardoor aangemoedigd sloot hij drie jaar later een contract met dezelfde treinmaatschappij, waarbij hij voor de passagiers zorgde en de maatschappij voor de trein. In 1845 opende hij een eerste commercieel reisagentschap voor de verkoop van transportbiljetten. Tegelijkertijd zorgde hij voor de uitgifte van een treinbiljet dat geldig was op lijnen van verschillende spoorwegmaatschappijen. Zijn verdere doen en laten, evenals zijn verdere 'uitvindingen' zetten we hieronder op een rijtje.

1845: De eerste reis begeleid door een gids (naar Schotland).

1850: De eerste reis naar het Europese vasteland.

1851: Het eerste **reisbureau** ter wereld: de vestiging van een echt kantoor met vast personeel.

Hij organiseert het transport naar de Wereldtentoonstelling in Londen (165.000 passagiers). Later doet hij dit ook voor de tentoonstellingen in Dublin (1853) en Parijs (1855).

1863: Hij organiseert een reis naar Zwitserland (wordt daarmee in feite ook de eerste echte **touroperator**).

1866: Eerste georganiseerde reis naar de Verenigde Staten.

1868: Hij stelt zich, door middel van een waardebond, garant voor de betaling van erop vermelde diensten. Het is de eerste **voucher** ter wereld.

1869: Eerste volledig georganiseerde reis naar Egypte. Hierdoor verkrijgt hij nadien het monopolie op de cruises op de Nijl.

1872: Eerste georganiseerde reis rond de wereld.

1874: Om het reizen te vergemakkelijken, brengt hij een reischeque, de **Cookcheque** op de markt, de voorloper van de travellercheque (toen nog door hem 'circular notes' genoemd).

1879: Uitbreiding van zijn activiteiten met een bankafdeling.

Door zijn manier van werken was hij het die de **charterreis** bedacht en hij richtte een eigen bankafdeling op. Hij gaf ook een **tijdschrift** uit, *Cooks excursionist and tourist advertiser*, waaraan hijzelf het succes toeschreef van zijn ondernemingen. Je krijgt daardoor misschien de indruk dat hij blijkbaar de enige geweest moet zijn die iets ondernam op toeristisch vlak. Dat is natuurlijk niet waar. Er waren na enige tijd wel concurrenten, maar toch heeft hij lange tijd de reismarkt gedomineerd. Ten slotte moeten we ook opmerken dat hij op vele vlakken blijk gaf van een helder inzicht in het reisverkeer en de vader was van vele, nu onmisbare, elementen in het moderne toerisme.

Het werken met een voucher en cheques getuigt van Thomas Cooks creatieve geest. Reizen in het algemeen en zijn eigen werking werden immers gehinderd door het verplicht meenemen van grote sommen geld om alles ter plaatse te betalen. Dat was eeuwenlang de normale werkwijze. Thomas Cook maakte enkel een reservatie (of werkte eerst de reizen uit en maakte dan de reservaties) en het geld voor het transport of logement werd door de reiziger aan de betrokken partij ter plaatse betaald tijdens de reis. Dit betekende enerzijds dat Cook voor zijn ‘commissie’ (= deel van het geld dat hij verkreeg door de reservatie) afhankelijk was van de maatschappij die de dienst leverde en dat dit een tijd kon duren, anderzijds betekende dit dat de reiziger steeds veel geld meenam op reis, wat zeker geen stimulans betekende om te reizen. Door het inbrengen van de voucher draaide Cook het betaalsysteem volledig om. De reiziger betaalde vooraf bij hem de volledige reis en kreeg vouchers mee voor elke dienst die betaald was (later ook omgevormd tot tickets voor de transportsector). Hierdoor was de reiziger al met minder geld op stap en kon Cook direct over de gehele reissom beschikken. Door de invoer van de cheque (de latere travellercheque) kon ook het resterende geld dat de reiziger nog meenam, beperkt worden tot enkele ‘papiertjes’ die ter plaatse omgeruild konden worden in geld. Om dit laatste systeem te ondersteunen, richtte Thomas Cook zijn eigen bank op, met filialen wereldwijd.

Naast Thomas Cook waren er nog andere belangrijke pioniers in de reisindustrie. Ook zij hebben vanaf ongeveer 1850 en gedurende de tweede helft van

de negentiende eeuw baanbrekend werk verricht, ieder op zijn eigen terrein. Enkele voorbeelden:

* **Arthur Anderson** richtte in 1837 de scheepvaartmaatschappij **P&O** (Peninsular and Oriental Steam Navigation Co.) op. Hij werkte samen met Cook wereldreizen uit en P&O groeide uit tot een van de grootste scheepvaartmaatschappijen ter wereld. Wij kennen P&O nog steeds als rederij, zij het dan voornamelijk van de overzetsdiensten op het Kanaal, de Noordzee en cruises wereldwijd.

* In 1839 begon **Samuel Cunard** zijn eigen scheepvaartmaatschappij onder de naam The British and North American Royal Mail Steam Packet Co., beter bekend (nu nog) onder zijn eigen naam **Cunard Line**. Ook hij had snel een belangrijk marktaandeel in de wereldscheepvaart. Op dit moment is deze maatschappij sterk vertegenwoordigd in de cruises met onder meer de Queen Mary II (de Queen Elizabeth II, die zeer lang als enige de overtocht tussen Groot-Brittannië en New York verzorgde, werd in 2004 uit de vaart genomen).

* In 1850 werd de basis gelegd van de huidige maatschappij **American Express**. **Henry Wells** en **William Fargo** begonnen namelijk in dat jaar met het transport van waardepapieren. Later fuseerde de maatschappij met een andere transportmaatschappij en specialiseerde ze zich in het transport van zilver en goud. Tegen het einde van de negentiende eeuw (1891) begon de maatschappij met de uitgifte van geldwissels (de American Express Traveller Cheques). Tegenwoordig zijn zij eveneens een vaste partner op wereldvlak in de business travel.

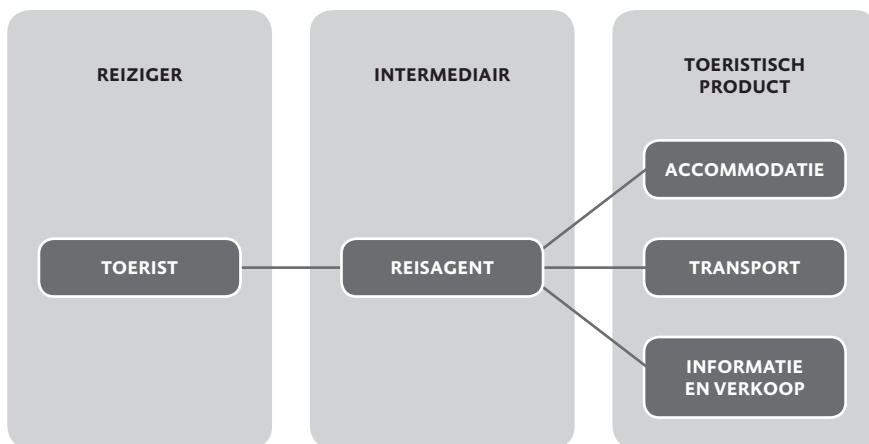
* **George Nagelmackers** (Belg) stichtte in 1872 zijn maatschappij **Compagnie Internationale des Wagons Lits**. Hij wilde slaaprijtuigen in de grote internationale treinverbindingen exploiteren, wat aanvankelijk moeilijk verliep daar de verschillende spoorwegmaatschappijen hun eigen concessies hadden. Later volgde dan het eerste restauratierijtuig. De bekendste trein die deze maatschappij verzorgde, was de Orient-Express (toen van Parijs naar Istanbul). Deze lijn werd pas in 1977 stopgezet en is sinds 1982 opnieuw in gebruik onder de naam VSOE (Venice Simplon-Orient-Express), zij het met andere trajecten zoals van Londen naar Venetië. De Compagnie Internationale des Wagons Lits biedt momenteel vele slaapwagons aan op diverse treinverbindingen, verzorgt maaltijden en dranken aan boord van internationale

treinverbindingen en in buffetten van stations. Ze is eigenaar van een aantal wintersportoordens, doet aan logies en catering en is een van de grootste reisbureauketens wereldwijd. Ze opende trouwens als een van de eersten een reisbureau in België, namelijk in Brussel in 1876. De huidige naam is Carlson Wagonlit Travel (CWT), met als hoofdkantoor Minneapolis (US).

De situatie rond 1900

Naar het voorbeeld van Thomas Cook en naarmate het reizigersaantal groeide, was er tegen het einde van de negentiende eeuw in bijna elke belangrijke stad een reisagent. De reisagent was eveneens reisorganisator: hij voegde de verschillende onderdelen van een reis (accommodatie en transport) samen en bood dit in één pakket aan de reiziger aan. Zo veranderde de allereerste structuur van de reismarkt, waarbij de klant als gebruiker rechtstreeks met de transport- en accommodatieondernemingen onderhandelde, door de toevoeging van het reisagentschap (zie figuur 2). Voor de klant was het gemakkelijker om zich inzake papierwerk en reservaties te laten bedienen. Om hem te overhalen deze stap te zetten, werd een nieuw element naar voren gebracht in de vorm van bijstandsverlening (informatie/raadgeving). Natuurlijk kon de klant nog steeds voor de rechtstreekse werking kiezen.

Figuur 2. De structuur van de reisindustrie tussen 1880 en 1900.



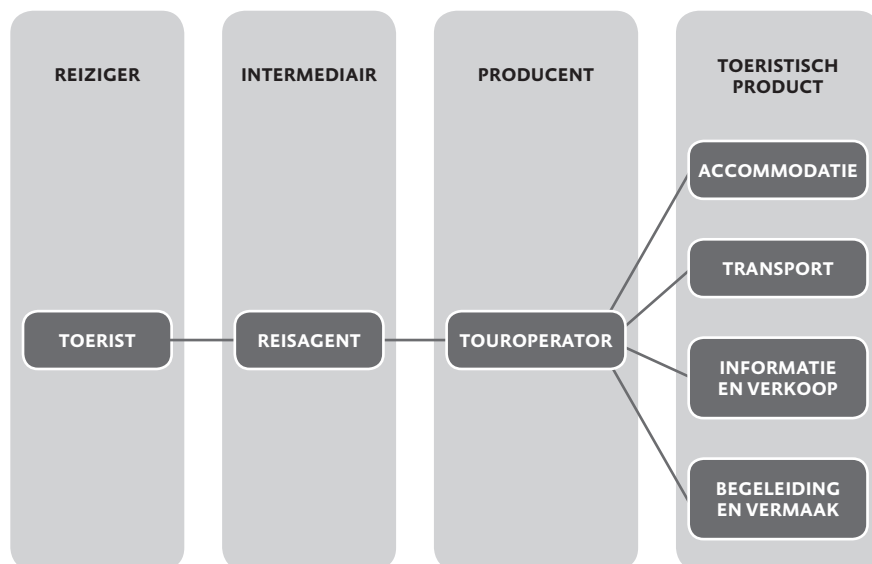
(— = zorgt voor of reserveert)

(Bron: eigen verwerking)

De toeristische ontwikkeling tussen 1900 en 1950

Sommige reisagenten ondervonden dat bepaalde producten beter verkochten dan andere en dat ze zelf beter waren in bepaalde diensten. Zij specialiseerden zich als touroperator in het bemiddelen en aanbieden van bepaalde producten op vlak van transport en accommodatie en het verdelen en aanbieden van bepaalde landen of bestemmingen en traden hierdoor als tussenpersoon op voor andere reisagenten. Na de Tweede Wereldoorlog richtten sommige touroperators zelfs hun eigen verkoopcentra op, zodat de structuur van de reismarkt nogmaals veranderde (figuur 3). Om, ondanks de specialisatie, toch ook hier de tussenstap kleiner te maken, werd nogmaals een nieuw element bijgevoegd dat het reisbureau zelf niet kon bieden: animatie en begeleiding ter plaatse.

Figuur 3. De structuur van de reisindustrie tussen 1900 en 1950.



(—— = zorgt voor of reserveert)

(Bron: eigen verwerking)

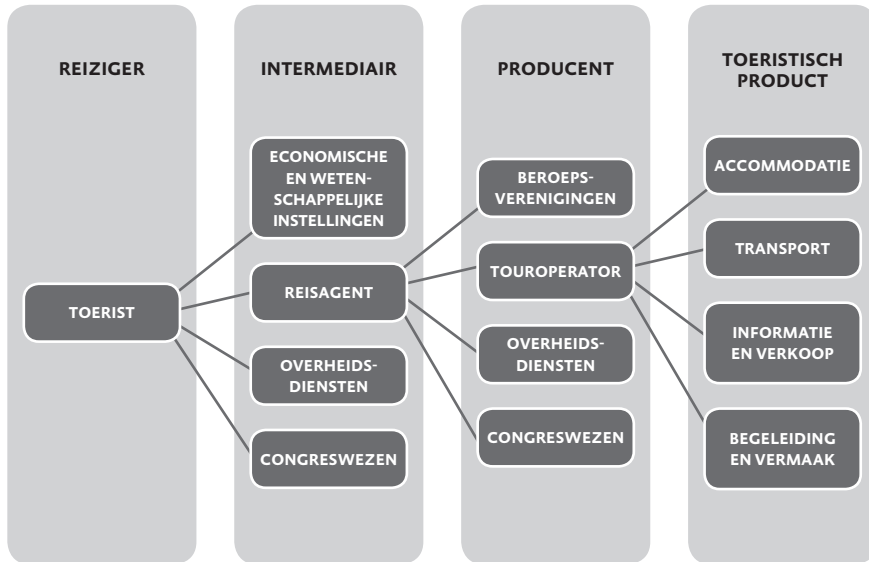
Ontwikkelingen na 1950

Door de ontwikkeling van het massatoerisme vanaf 1950 is de structuur van de reismarkt enorm geëvolueerd. Van overheidswege zijn er allerlei elementen bijgekomen die het de reiziger eenvoudiger maken om een bepaalde bestemming te kiezen of een bepaalde reis uit te stippelen (diensten voor toerisme, zoals de gemeentelijke en provinciale diensten voor toerisme, of Toerisme Vlaanderen, toeristische kantoren als vertegenwoordigingen in het buitenland enzovoort).

Ook de beroepssector moet hiermee samenwerken. Tevens zijn de verschillende sectoren binnen het transport, logies en reisbureaus zo sterk gegroeid dat we ze afzonderlijk moeten behandelen. Bijna elke sector heeft trouwens zijn eigen beroepsvereniging(en). Daarnaast zijn er nog een aantal nieuwe elementen bijgekomen, zoals het congreswezen, en moeten we rekening houden met allerlei economische en wetenschappelijke instellingen die zich specifiek op het toerisme richten. Algemeen is de huidige structuur veel ingewikkelder dan vijftig jaar geleden, maar het basisschema verandert niet meer sterk qua structuur. Enkel de reden van de reis of de bestemming zal veranderen als we het congreswezen en de overheidsdiensten voor toerisme erbij nemen. Ook de economische en wetenschappelijke instellingen (die zich meer richten op het economische aspect van toerisme) en de beroepsverenigingen (die zich richten op het professionele vlak) zullen de structuur niet meer veranderen.

Schematisch geven we deze structuur weer in figuur 4.

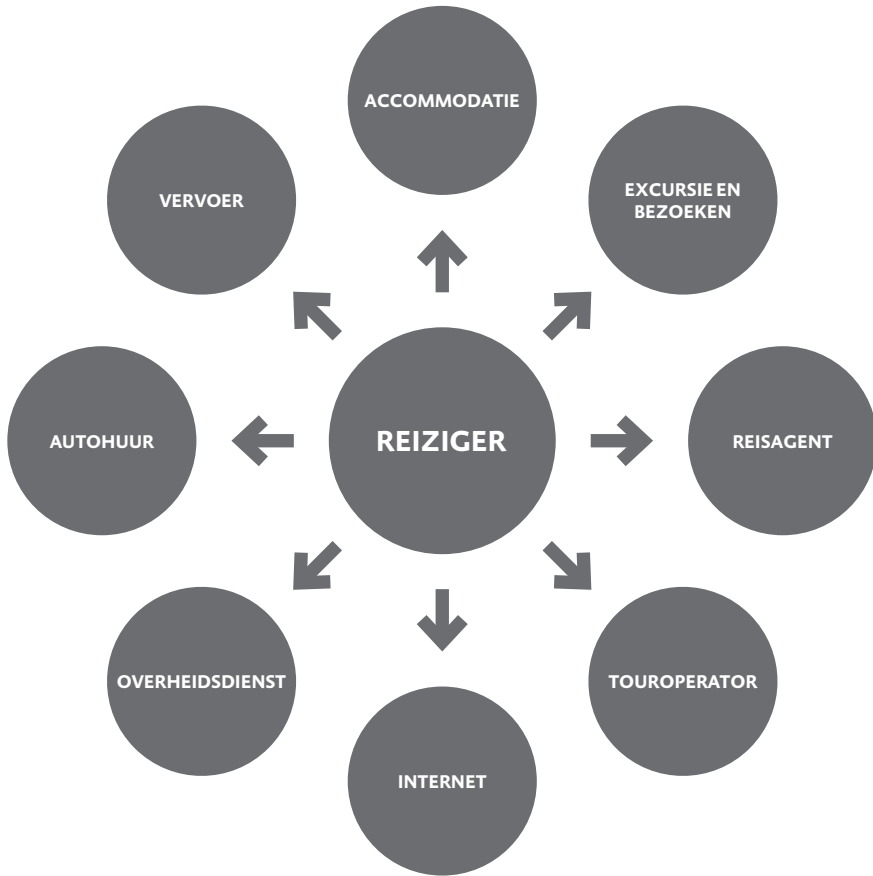
Figuur 4. Huidige structuur van de reisindustrie.



(———— = zorgt voor of reserveert)
(Bron: eigen verwerking)

De toerist of reiziger hoeft niet per se naar de reisagent te gaan. Reeds lang bestaat de mogelijkheid dat de reiziger zijn accommodatie zelf reserveert. Op allerlei manieren kan de reiziger immers aan contactgegevens komen: op vakantiesalons, toeristische beurzen, via infofolders enzovoort. Internet vergroot deze mogelijkheden nog en geeft via ontelbare sites de kans om aan de contactgegevens van een accommodatie te geraken. Ook transportmaatschappijen en andere toeristische producten zijn ondertussen rechtstreeks bereikbaar voor de reiziger. Het overzicht van al deze mogelijkheden geven we in figuur 5.

Figuur 5. Huidige mogelijkheden voor de reiziger om een toeristisch product te bekomen/reserveren.



(Bron: eigen verwerking)

2.2 De reisagent of travel consultant

2.2.1 Terminologie

In de reiswereld worden door zowel vakmensen als toeristen begrippen als reisagent, reisbemiddelaar, reisbureau en travel consultant gebruikt. Over deze benamingen is er nogal wat verwarring. Ook termen als retailer, wederverkoper en doorverkoper worden af en toe gehanteerd. Alvorens we in dit hoofdstuk de activiteiten van een reisagent of travel consultant toelichten, is het dan ook noodzakelijk om even stil te staan bij de terminologie.

Reisbureau: Dit is de algemene benaming voor een reisonderneming die zich bezighoudt met het verkopen en bemiddelen (en in sommige gevallen ook het organiseren) van reizen en verblijven. Je kunt ook de termen **reisagentschap** of **reiskantoor** gebruiken.

Reisagent: Dit is de fysieke persoon die in een reisbureau actief is. Meestal wordt dan wel de hoogste persoon in rang in dit reisbureau bedoeld. In ambtelijke taal wordt dat een **reisbureauhouder** of een **reisbureau-uitbater**. Dit kan ook de eigenaar zijn, maar dat hoeft niet.

Een moeilijker punt is de term **reisbemiddelaar**. Dit is in feite het soort reisbureau dat overwegend optreedt als bemiddelaar tussen de klant/reiziger en de touroperator, de vervoerder of de verblijfsvorm. In ambtelijke taal wordt dat een **wederverkoper**, **doorverkoper** of **retailer** genoemd. Soms nemen mensen echter deze term zeer algemeen op, waardoor iedere tussenpersoon die iets aanlevert in toerisme een reisbemiddelaar wordt: de reisagent, de touroperator, een incoming agent ter plaatse (deze term lichten we nog toe in paragraaf 2.3.1). Het is dus zeer verwarrend om met deze term rekening te houden daar niet iedereen er dezelfde inhoud aan toekent. We mijden dan ook beter deze term in het normale woordgebruik.

Gezien de aard van het werk tegenwoordig sterk evolueert in de richting van kennisoverdracht naar de klant toe en professionele hulp bij de keuze voor de reis, wordt meer en meer de term **travel consultant** gebruikt om de nadruk op 'raadgeving' te leggen.

Bovenstaande omschrijvingen zijn geen vastliggende definities. Het zijn eigengemaakte omschrijvingen zoals iedereen in de sector het aanvoelt, dus op basis van ervaring.

Ongeacht het huidige decreet (daterend van 2 maart 2007 en gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 5 april 2007) houdende het statuut van de reisbureaus in Vlaanderen, dat afloopt op 31 december 2013, kunnen we er wettelijk toch op terugvallen voor de volgende termen en verklaringen:

Reisbureau: een onderneming (= een natuurlijke of rechtspersoon die op duurzame wijze een economische activiteit uitoefent) die een activiteit uitoefent die bestaat uit het bemiddelen (= het aanbieden, voorstellen of voorbereidend werk realiseren tot het sluiten van een overeenkomst) of sluiten van een overeenkomst tot het verstrekken van hetzij een combinatie van een reis (= een verplaatsing van een of meer personen naar een of meer bestemmingen) en logies (= een plaats waar een persoon gedurende minstens één nacht behalve op zijn woonadres overnacht), hetzij het verstrekken door een derde van een reis of logies.

Dit kan op meerdere verkooppunten gebeuren.

Reisbureau-activiteit: een activiteit die bestaat uit het bemiddelen of sluiten van een overeenkomst tot het verstrekken van hetzij een combinatie van een reis en logies, hetzij het verstrekken door een derde van een reis of logies.

De andere termen of woorden komen niet voor in de Vlaamse wetgeving. Wallonië en Brussel hebben pas in 2010 aanpassingen aan deze wetgeving gemaakt zodat sinds dit nieuwe decreet van 2007 Vlaanderen, Brussel en Wallonië een afzonderlijke en verschillende wetgeving voor reisagenten kennen. Voor meer uitleg over deze wetgeving verwijzen we naar paragraaf 2.2.4 over de vergunningen voor de reisagent.

De eigen opgestelde omschrijvingen liggen dus dicht bij de wettelijke bepalingen. Gezien echter het internationale karakter van het werk van een reisagent is het toch interessant om even te kijken wat de internationale markt als terminologie hanteert. Hiervoor kunnen we best te rade gaan bij UFTAA, Universal Federation of Travel Agents Associations. Dit is de wereldvereniging voor de reisagenten.

Vanuit de UFTAA wordt voor de term ‘reisbureau’ de volgende omschrijving naar voren geschoven:

‘General name (designation) used for all (licensed) companies involved in the travel business as an organiser and/or intermediary for tours, tickets, reservations, etc. All types of companies involved in the business (included touroperators, wholesalers, retailers, etc. are travel bureaus.’

(Bron: Van Eeckhout, 1997)

Deze omschrijving is wat afwijkend van de onze en vermeldt zelfs termen die hier nog niet ter sprake kwamen. Dit heeft te maken met de licenties die reisbureaus en touroperators in sommige landen moeten bezitten. Daarover meer in deel 2.2.4 en in paragraaf 2.3 over de tour-operator.

Voor de term ‘reisagent’ vermeldt de UFTAA:

‘A (licensed) person or company organizing and selling tours and tickets, and making hotel reservations, mainly for individuals and closed groups.’ En voor de term ‘retailer’: *‘a (licensed) person or company acting (only) as an intermediary for tours, tickets and hotel reservations.’*

(Bron: Van Eeckhout, 1997)

2.2.2 Hoofdactiviteiten van een reisagent

Algemeen

De reisagent of travel consultant bemiddelt bij het tot stand komen van overeenkomsten tussen de klant/reiziger en de leverancier van diensten nodig bij het reizen. Deze leverancier van diensten kan zijn:

- de reisorganisator of touroperator (als leverancier van een meer afgewerkt product);
- de transportmaatschappij, de verblijfsvorm, een verhuurfirma of een plaatselijke correspondent in het buitenland (als leverancier van eenvoudige toeristische producten); dit gebeurt wanneer de reisagent zelf een reis samenstelt volgens de wensen van de klant.

Met de moderne communicatiemiddelen, zoals internet en e-mail, wordt vooral de dienstverlening van de reisagent steeds belangrijker. De meerwaarde van de reisagent bestaat erin concrete voorstellen naar de klant te doen die zijn vraag perfect of zo goed mogelijk benaderen.

Om tot een juiste diagnose te komen, stelt de reisagent eerst een aantal gerichte vragen. De combinatie van deze gegevens en een degelijke productkennis zorgen ervoor dat de reisagent een goed voorstel kan doen aan de klant. Elementen die essentieel zijn om een juiste inschatting van de wensen van de klant te maken:

- bestemming;
- type van de reis: cultureel, sportief, ontspannend, rondreis individueel, rondreis in groep ...;
- periode;
- logiesvorm;
- aantal personen;
- budget.

De reisagent doet een voorstel, rekening houdend met de wensen van de klant. Hierbij is het gedetailleerd overlopen van het transportmiddel, de huisvesting en de elementen die inbegrepen zijn (zoals maaltijden, dranken, excursies ...) essentieel. Zich beperken tot een of twee brochures volstaat meestal, anders wordt de keuze te moeilijk.

Het hoort eveneens tot de taak van de reisagent om de klant te informeren over de noodzakelijkheid van een paspoort, een visum en inentingen. Dit is de **meldingsplicht**. In geval van vergetelheid zal de reisagent verantwoordelijk gesteld worden. De wetgeving is hier duidelijk over. Een goed computerprogramma is tegenwoordig een solide basis om dergelijke dingen op te zoeken en niet te vergeten.

Na de prijs te hebben nagekeken samen met de klant, is het goed over een **reisverzekering** te praten. De verschillen tussen de verzekering van een ziekenfonds, kredietkaartmaatschappijen en reisverzekeringen zijn op zich interessante gegevens om de klant te overtuigen een bijkomende reisverzekering te nemen. De klant mag uiteraard geen tweemaal betalen voor eenzelfde verzekeringsonderdeel.

De consument/klant komt dus met deze reisagent in aanraking bij de reisvoorbereiding (het uitkiezen en bestellen van de reis), bij het afhalen van de documenten en eventueel bij de nabeleving van de reis (in geval van klachten). Tijdens de eigenlijke reiservaring of reisbeleving heeft de consument uitsluitend contact met de vertegenwoordigers en/of de leveranciers van de diensten, niet met de reisagent zelf.

Vaak zal de reisagent optreden als retailer of doorverkoper van *packages* en *tours* aangeboden door de reisorganisatoren (touroperators).

Op de verkoop van de meeste producten krijgt de reisagent dan van de reisorganisator of de dienstenleverancier een **commissie** (reeds begrepen in de brochureprijs). Het percentage van deze commissie zal onder meer afhankelijk zijn van de gesloten overeenkomst met de touroperator of op basis van vastgelegde waarden rechtstreeks bij de dienstenleverancier (bijvoorbeeld op basis van de omzet of het al of niet betalen via een bankdomiciliëring). Niet alle elementen worden via commissies betaald. In de luchtvaart is er algemeen reeds enkele jaren geen commissie meer. Hierbij wordt met een **fee** gewerkt. Dit is een toeslag die aan de klant wordt aangerekend per geleverde dienst zoals afzonderlijk per ticket of per voucher, voor een huurwagen enzovoort. Dit principe is in het toerisme niet zo nieuw. Bij business travel is dit de gangbare werkwijze sinds vele jaren, daar wordt niet meer met commissies gewerkt, maar met management fees per product.

Specifiek

Samenvattend kunnen we stellen dat de hoofdactiviteiten van een reisagent bestaan uit:

- de reservatie en/of verkoop van reizen van een reisorganisator met gelijk welk transportmiddel in binnen- en buitenland;
- de reservatie en/of verkoop van hotel- en logiesdiensten in binnen- en buitenland;

- de reservatie van gelijk welk individueel of gemeenschappelijk transportmiddel in binnen- en buitenland;
- het bezorgen van elk document betreffende de reis;
- (eventueel) reisverzekeringen (Allianz Global Assistance, Protections, Touring, Europ Assistance, AXA-Assistance, VAB of De Europese) ('eventueel' omdat niet elke reisagent dit tot zijn hoofdactiviteiten rekent, al naargelang de inkomsten die hij vanuit dit element genereert).

Inkomen

Indien een reisagent met fees werkt, bepaalt hij zelf zijn inkomsten, rekening houdend met de marktprijzen en de concurrentie. Indien de reisagent zijn inkomsten haalt uit commissies, toegekend door de leveranciers van producten, zijn er verschillende marges waarmee gewerkt wordt. Afhankelijk van de omzet bij een touroperator of het aantal gerealiseerde nachten in een hotel zal de commissie stijgen. Ook het al of niet werken met een domiciliëring voor de betalingen (hierbij geeft de reisagent toelating aan de bank om door een leverancier aangeboden rekeningen automatisch te betalen, wat tijd en administratiekosten spaart) kan meer of minder commissie opleveren. Het is dus moeilijk, zo niet onmogelijk om hierover cijfers te geven. Toch doen we de oefening hieronder om inkomstenverschillen duidelijker te maken.

Een reisagent kan dus werken via drie wegen om inkomsten te genereren:

- Met een touroperator/reisorganisator (commissies schommelen al naargelang de omzet bij deze touroperator en een betalingsdomiciliëring: gemiddeld 8 tot 10% commissie en soms tot 12%).
- Met een fee voor losse producten (de hoogte van de inkomsten worden min of meer bepaald in functie van de markt).
- Met een commissie op losse producten. Voor accommodatie kan dit oplopen tot 15% bij een groot gerealiseerd aantal overnachtingen in hetzelfde hotel/hotelketen. Bij transportmaatschappijen schommelt dit van 0% (in de luchtvaart waar dus steeds met fees zal gewerkt worden) tot mogelijk zelfs 18% bij autoverhuur. Voor de reisverzekeringen gaat dit nog hoger tot mogelijk zelfs 30% commissie.

Werken met een touroperator

In de praktijk zal er, ondanks de mogelijk financieel lagere inkomsten, toch veel met touroperators worden gewerkt. De voordelen van de verkoop van producten van touroperators liggen dan ook op een heel ander vlak:

- Door te werken met een touroperator wordt de touroperator de laatste verkoper in België en volgens de wetgeving dan ook de verantwoordelijke voor de reis bij moeilijkheden (overboekingen en dergelijke).
- Het is eenvoudiger deze producten te nemen dan wel zelf *packages* of *tours* te produceren (zeker als je de bestemming onvoldoende kent).
- De grote touroperators hebben meestal een jarenlange ervaring in dit soort werk en bieden een volledig assortiment van bestemmingen, accommodaties en prijzen.
- De touroperator stelt een brochure ter beschikking. Dit is een zeer handig verkoopinstrument, maar moet wel met de nodige kritiek gelezen worden.
- De touroperator doet al het grote werk in verband met planning, kostprijsberekening, reservatie, uitgifte van documenten en uitvoering van de 'tour'.
- Indien de reisagent voor elke klant een op maat gemaakte reis (om aan de specifieke eisen van de klant te voldoen) zou moeten uitwerken, zou dit zijn werkhoeveelheid en bijgevolg zijn kosten (denk ook aan de communicatie met buitenlandse correspondenten) sterk opdrijven.

Omdat er een enorm aanbod van programma's van touroperators op de markt is, dient de reisagent rekening te houden met een aantal factoren nadat hij de wensen van de klant heeft bepaald:

- Welke touroperator heeft dit specifieke product in zijn programma opgenomen?
- Wat is de reputatie en betrouwbaarheid van deze touroperator?
- Wat is de inhoud van het programma en de bijbehorende diensten?
- Hoe zit het met de *retail-price* (verkoopprijs en commissievoorwaarden) van dit product?
- Wat is de *company (of agency) policy* voor de verkoop van de producten (in verband met samenwerkingsakkoorden met bepaalde touroperators en commissievoorwaarden)?

De verkopers bij een reisagent dienen dus over een grondige kennis van de programma's (productkennis) te beschikken en moeten deze programma's ook kunnen presenteren aan de klant (via de studie van brochures bij de aanvang van het seizoen, avonden van de leveranciers, studiereizen, tijdschriftartikels en het wedervaren van klanten die er reeds geweest zijn).

Belangrijk is ook om aandacht te hebben voor en de klant te wijzen op een aantal bijzondere voorwaarden in de brochure. De uiteindelijke prijsberekening is niet altijd eenvoudig (aandacht voor wat wél en níét in de prijs is inbegrepen); vaak zal de verkoper ‘prijsvergelijkingen’ tussen gelijkaardige producten dienen te maken. Dit wordt nog meer bemoeilijkt door het feit dat fluctuerende tarieven steeds vaker voorkomen, zelfs op pakketreizen. Door een steeds betere afstemming van de prijs in functie van vraag en aanbod, kan de prijs van een reis zelfs dagelijks veranderen.

2.2.3 Nevenactiviteiten van een reisagent

Gezien de inkomsten vrij onzeker zijn in toerisme en de verkoop op commissie vaak ‘onder vuur’ ligt, kunnen we ons afvragen of de reisagent mogelijk op andere vlakken zijn inkomsten kan aanvullen. Er zijn immers nog andere taken die de reisagent als nevenactiviteit moet of kan doen. Behalve de voornoemde hoofdactiviteiten kan de reisagent nog instaan voor:

- reisverzekeringen (Allianz Global Assistance, Protections, Touring, Europ Assistance, AXA-Assistance, VAB of De Europese);
- verhuur van onroerende goederen zoals appartementen aan zee van particulieren;
- **paspoort**;
- officiële reisdocumenten (**visum** ...);
- documenten zoals een **uitreisvisum** om een land te verlaten, een visum om een land binnen te mogen of een **re-entry** (*multiple-entry*);
- **inentingen**;
- afhalen en wegbrengen van klanten (naar en van station, haven of luchthaven).

We lichten hieronder deze elementen (behalve de reisverzekeringen, zie hierboven) toe.

Verhuur onroerend goed

In principe kan een reisagent ook appartementen en tweede verblijven verhuren. Via een touroperator gebeurt dit immers al aan de hand van brochures. Toch is er sinds de wetgeving van 2007 een verandering en moet de reisagent ook een vergunning als erkend verhuurkantoor bezitten, uitgereikt door Toerisme Vlaanderen. Deze vergunning vervalt op 31 december 2013

en voorlopig is er geen aanwijzing dat er iets nieuws in de plaats komt. De meeste verhuurkantoren werken echter niet als reisagent. Zij krijgen immers te maken met andere contracten en het contact met de leverancier verloopt volledig anders. Zij staan ook meer in voor de producten die verhuurd worden en treden vaak op als syndicus voor het gebouw. Dit is een heel andere taakinfilling dan de reisagent gewoon is. Een combinatie van beide taken (reisagent en immobiëlenverhuur) gebeurt dus niet vaak. Verkoop van deze elementen mag niet. Dit is uitsluitend voor de immobiëlenmarkt en vraagt andere opleidingen met andere vergunningen.

Paspoort

Een paspoort is een zeer persoonsgebonden document dat niet door een reisagent kan aangevraagd worden voor zijn klant of zelfs niet kan opgehaald worden voor zijn klant/reiziger. Niet alle landen vragen een paspoort. Soms is een identiteitskaart (de 'groene' kleine kaart) voldoende om een 'vreemd' land te bezoeken. De reisagent heeft dus een meldingsplicht tegenover de reiziger, maar de rest is aan de klant zelf. Hij kan hier dus ook geen extra inkomsten vergaren.

Visum

Een visum is een stempel/zegel of papier dat in het paspoort wordt aangebracht bij bezoek aan een 'vreemd' land. Niet elk land vraagt een visum. Soms volstaat een paspoort. Dit is dus een extra stap in de diplomatieke wereld om sommige landen te kunnen bezoeken. Een visum is wel persoonsgebonden via het paspoort, maar mag door iedereen worden opgehaald. Enkel de visumaanvraag moet door de reiziger zelf gehandtekend zijn. De reisagent heeft meldingsplicht tegenover de klant, maar kan het visum ook ophalen voor de klant. Hier kunnen dus extra inkomsten vergaard worden. De klant betaalt dan de visumkosten en een extra fee voor het werk hiervoor aan de reisagent. Groot zullen deze inkomsten echter niet zijn daar ook hier de concurrentiële tarieven op de markt spelen en zeker niet elke klant een visum nodig heeft. Afwijkend wordt er in sommige landen ook gewerkt met een **toeristisch visum**. Dit is dan bij het binnenkomen van het land door de reiziger zelf te nemen en te betalen. Dit gebeurt om minder papierwerk te hebben, maar toch nog de inkomsten van het visum te genieten. In sommige landen bestaat er ook nog een visum om het land te mogen verlaten. Soms telt een visum maar voor één bezoek en moet je een *re-entry of multiple-entry* kopen als je het land tijdens dezelfde reis opnieuw aandoet.

Inenting

Om sommige gebieden/landen te bezoeken of er zelfs maar doorheen te reizen, zijn inenting tegen bepaalde ziekten noodzakelijk. We denken hierbij aan: malaria, hepatitis A en B, cholera, tyfus ... De reisagent heeft ook hier meldingsplicht en kan door computerprogramma's geholpen worden om te weten welke inenting voor welk gebied noodzakelijk zijn. Een indekking tegen fouten kan altijd door een doorverwijzing te geven naar de huisarts of het Tropisch Instituut in Antwerpen. Meer mag de reisagent niet doen. Het is aan de reiziger om hiervoor zelf het nodige te doen. Dat is niet meer de verantwoordelijkheid van de reisagent. De reisagent mag ook geen medicatie vermelden, hij is immers geen geneesheer.

Transport naar haven, luchthaven of station

De reisagent mag transport aanbieden als een soort ophaaldienst voor de klant/reiziger. Sinds enkele jaren is de reisagent wettelijk verplicht om, als hij transport aanbiedt, dit duidelijk in het zicht van de klant te afficheren, met vermelding van de tarieven. De reisagent mag, maar hoeft dit niet te doen. Hij kan het ook aanbieden via een taxibedrijf zonder deze dienst zelf te leveren. Hier kunnen ook extra inkomsten gegenereerd worden, maar gezien de concurrentie van andere transportbedrijven en taxibedrijven op de markt liggen de prijzen hier zeer kritiek zonder veel winstmarge. Tevens is het regelen van zo'n transport een uiterst moeilijke zaak waar je veel creativiteit en geduld voor nodig hebt (door uitgestelde vluchten, veranderde of geannuleerde vluchten ...). Niet elke reisagent houdt zich hier graag mee bezig.

Conclusie

Bij alle nevenactiviteiten (al of niet verplicht) liggen de winstmarges laag of zijn ze er gewoon niet. Het financiële luik van het werk van de reisagent beperkt zich dus tot de hoofdactiviteiten van de verkoop.

2.2.4 Vergunningen voor een reisagent

Het decreet houdende het statuut van reisbureaus

Veertig jaar lang tot het voorjaar 2007 werd onderscheid gemaakt tussen drie vergunningen A, B of C (voor meer uitleg hierover verwijzen we naar de bijlagen op de website bij dit handboek). Dit onderscheid is in de wetgeving

van 2007 weggevallen; echter enkel in Vlaanderen, dat sindsdien niet meer gelijkloopt met Brussel en Wallonië. Een groot verschil zie je onder meer bij de financiële voorwaarden. In de Vlaamse wetgeving van 2007 moet een reisagentschap over een permanent eigen vermogen van € 25.000 beschikken en een borgstellingskrediet van nog eens € 25.000 aangaan. In de oude wetgeving van 1965 is dit opgesplitst naargelang de vergunning. Het eigen vermogen voor reisagentschappen met vergunning A was € 12.394,68 terwijl dit voor reisagentschappen met vergunning B of C maar € 7436,81 bedroeg. De borgstelling als reisagentschap (niet als touroperator!) varieerde tussen € 9915,75 met maximaal twee bedienden en € 24.789,36 met meer dan tien bedienden. Wallonië blijft de drie vergunningen behouden, ook met de nieuwe wetgeving van 2010. In Brussel mag men kiezen of men de Vlaamse of de Waalse vergunning aanvraagt.

Gezien het aantal reisagenten met vergunning B en C verhoudingsgewijs sterk verminderde sinds 1990 en groep A meer en meer aangroeide, is er in Vlaanderen een herziening van de wetgeving voor de reisagenten gekomen. Het statuut van de reisbureaus wordt geregeld door het decreet van 2 maart 2007 (gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 5 april 2007 en 4 september 2007). Elk reisbureau met een of meer verkooppunten in het Vlaamse Gewest moet beschikken over de vergunning die, onder de voorwaarden bepaald in dit decreet, wordt toegekend door Toerisme Vlaanderen. Voor meer toelichting over deze wetgeving en de volledige wettekst verwijzen we naar de bijlagen op de website bij dit handboek.

Een vergunning wordt toegekend aan de onderneming die aan de voorwaarden bepaald in dit decreet voldoet. Een vergunning is geldig voor de onderneming en de toegestane verkooppunten. Niemand mag de titel van reisbureau of enige andere titel voeren die de indruk zou geven dat hij houder is van een vergunning in de zin van dit decreet, tenzij hij houder is van de vergunning afgegeven door Toerisme Vlaanderen.

Het bekomen van deze vergunningen is onderworpen aan voorwaarden met betrekking tot de personen belast met het beheer (beroepskenntnis) en met betrekking tot het bedrijf (financieel vermogen, borgtocht, technische uitrusting en verzekeringen). Een vergund reisbureau zal een herkenningsteken krijgen (zie figuur 6).

Gezien het toerisme bij de splitsing van onze Gemeenschappen onder cultuur werd geklasseerd, werd ook de bevoegdheid inzake de reisbureaus in 1988 aan de Gemeenschappen overgedragen. Dit decreet is dan ook enkel van toepassing in Vlaanderen.

Een uitzondering om een vergunning te hebben, wordt gesteld voor het **toeristisch verhuurkantoor**. Dit is een verkooppunt met als enige **reisbureau-activiteit** het bemiddelen of sluiten van een overeenkomst tot het verstrekken door een derde van logies in een vakantiewoning. Deze toeristische verhuurkantoren krijgen dan ook een afzonderlijk herkenningsteken (zie figuur 6).

Figuur 6. De herkenningsschilden uitgereikt door Toerisme Vlaanderen aan de erkende (vergunde) reisbureaus en aan toeristische verhuurkantoren, geldig tot 31 december 2013.



Het decreet loopt af: wat brengt de toekomst?

Het decreet houdende het statuut van de reisbureaus (van 2 maart 2007) is, na een overgangperiode van drie jaar, sinds 2010 volledig in uitvoering. Na vijf jaar werking en twee wijzigingen (d.d. 8 juli 2011 en 17 februari 2012) was er echter opnieuw ophef in het Vlaams Parlement over dit decreet. Een aantal pijnpunten en neveneffecten werd aangehaald, waarbij voornamelijk de sociale verenigingen werden geïnviseerd en besproken. Een en ander leidde uiteindelijk op 5 juli 2012 tot een wijziging van het decreet en de volledige afschaffing van dit decreet vanaf 1 januari 2014.

Dit houdt in dat er vanaf 1 januari 2014 in Vlaanderen geen sprake meer is van vergunningen, van voorwaarden om een reisbureau te openen of van financiële voorwaarden ('waarborgen') die in dit decreet werden genoemd. Wel blijft nog de federale wetgeving inzake consumentenbescherming en eerlijke handelspraktijken gehandhaafd. Zo zal elk bedrijf in de reisector nog steeds een verzekering tegen financieel onvermogen (= tussenkomst bij faillissement van de firma) moeten afsluiten (dit kan bij het Garantiefonds Reizen of bij de Vlaamse Solidariteit Reisgelden). Ook de Geschillencommissie Reizen blijft bestaan.

De sector staat dus nu voor de uitdaging om al dan niet met een zelfregulerend systeem te gaan werken, maar dit moet nog volledig uitgewerkt worden. Een werkgroep bestaande uit de belangrijkste spelers op de markt werd hiervoor opgericht. Wellicht horen we in het najaar 2013 hier meer over. We blijven deze ontwikkeling op de voet volgen en berichten over een eventueel nieuw systeem in de bijlagen op de website bij dit handboek.

Ook de vergunning voor een toeristisch verhuurkantoor vervalt hierdoor. Vanuit de sector van de immobiëlen is men echter minder geneigd om hiervoor direct een zelfregulerend systeem op te zetten, omdat er in deze sector weinig of geen problemen met dit soort kantoren voorkwamen en deze vergunning totaal niet bestond in de periode voor het decreet van 2007. Ook hier is het dus afwachten of er al dan niet een nieuw systeem ter vervanging van het decreet zal komen.

Bijkomende vergunningen voor transport

Hoewel een vergunning (als reisbureau) de uitoefening van 'verkoop als tussenpersoon van biljetten voor alle transportmiddelen' toestaat, worden door de betrokken transportmaatschappijen of door de overkoepelende instanties (zoals beroepsverenigingen) nog bijkomende specifieke vergunningen verleend op basis van bekwaamheid en omzetcijfer. Meestal is dit geen echte vergunning en moet je enkel een cursus (opleiding) volgen, maar voor sommige vergunningen moet je eveneens een bijkomende cursus volgen en een diploma behalen.

Zo zijn er reisagenten met een **IATA-vergunning** van de luchtvaart om standaardbiljetten voor alle IATA-luchtvaartmaatschappijen op alle verbindingen uit te schrijven. Dit gebeurt afzonderlijk voor vrachttransport en voor

personentransport. Behalve het behalen van een diploma worden er ook bijkomende financiële waarborgen gesteld bij een IATA-vergunning.

Er zijn ook vergunningen voor spoorwegbiljetten en vergunningen voor het uitschrijven van scheepvaartbiljetten. Dit zijn geen echte vergunningen in die zin dat ieder reisbureau deze elementen kan aanbrenge en verkopen. Sommige reisagenten kunnen zich hierin meer specialiseren, maar dit zal geen punt ter vergelijking of indeling van soorten reisagenten zijn.

Bijkomende vergunningen voor logies

In de logiessector is het nooit echt een optie geweest om bepaalde elementen afzonderlijk van een vergunning te voorzien. Dit maakt dat elk reisbureau praktisch alle logieselementen kan verkopen. Uitzondering hierop is bijvoorbeeld ClubMed die als touroperator een selectie van reisbureaus maakt waar je dit product kunt kopen. In dezelfde zin kan Neckermann genoemd worden, daar zij zeer selectief enkel in hun eigen reisbureaus (onder dezelfde naam) deze elementen aanbrenge. Maar dit klasseer je niet onder de term 'vergunningen'.

Bijkomende vergunningen voor verzekeringen

Ook de verzekeringssector heeft in de jaren negentig een grondige herziening van de reisverzekeringen doorgevoerd en is tot de conclusie gekomen dat opleiding nodig was om reisverzekeringen te kunnen uitschrijven. Ook hier zijn dus extra vergunningen aan de orde. Deze gelden dan wel algemeen voor de reisverzekeringen en niet per maatschappij. Eens de vergunning verworven bij een bepaalde maatschappij mag je ook reisverzekeringen van andere verzekeringsmaatschappijen, mits simpele aanvraag, uitschrijven. Momenteel is deze vergunning voor reisverzekeringen geïntegreerd in het opleidingsprogramma van hogere toeristische opleidingen. 'Geslaagd' voor het vak reisverzekeringen betekent dat je later met een simpele aanvraag bij de verzekeringsmaatschappij de toelating/vergunning zult krijgen om deze reisverzekeringen uit te schrijven. Reisverzekeringen mag men momenteel ook zonder vergunning verkopen, maar niet indien het gaat om een levensverzekering. Dit moet dus geval per geval bekeken worden, want in sommige bijstandsverzekeringen gaat men zeer ver en dan kan dit item belangrijk worden. Momenteel is er een Europese richtlijn in de maak (waarschijnlijk van kracht begin 2014) die het weer opnieuw noodzakelijk zal maken om een vergunning te hebben voor alle soorten reisverzekeringen. Daarvoor kun je

cursussen volgen bij erkende instanties (ook bij de hogescholen zoals nu het geval is). Voor de lijst met erkende instanties verwijzen we naar de website van FSMA (Financial Services and Markets Authority).

2.2.5 Onderscheid tussen reisbureaus

Onderscheid op basis van de vergunningen

Op basis van de algemene vergunning kun je geen onderscheid meer maken. Mogelijk kan dit in de toekomst weer wel, afhankelijk van welk nieuw systeem vanaf 1 januari 2014 zal gehanteerd worden. Ook de vergunning bij de reisverzekeringen heeft ieder reisbureau en kan dus geen basis vormen voor een onderscheid. Eventueel kan dit wel door de vergunning vanuit IATA. IATA-kantoren zullen zich meer op de markt van de zakelijke reizen begeven, waar niet-IATA-kantoren meer de toeristische markt zullen bespelen.

Onderscheid op basis van het uitgevoerde werk

Hier kunnen we zeker een onderscheid maken. Bij de 'oude' vergunningen met categorieën A, B en C was er een onderscheid tussen de reisagenten van categorie A die de echte organisatie van reizen op zich namen, reisagenten van categorie B die enkel een doorgeefluik waren (die reizen van touroperators of andere organisatoren doorverkochten), en reisagenten van categorie C (die reizen verkochten met het grootste deel van het transport per autocar). De categorie werd aangegeven met de lettercode en was dus duidelijk voor de klant. Dit zichtbaar aspect is echter verdwenen met de nieuwe vergunningen. Toch kunnen we nog altijd een onderscheid maken tussen de reisagenten die enkel doorgeven wat anderen aanmaken en de reisagenten die zelf actief advies geven en een deel van of de volledige organisatie van een reis op zich nemen. Vele mensen in de sector zien, net als wij, enkel toekomst weggelegd voor diegenen die actief adviseren (= consultancy). De andere reisagenten zullen moeten veranderen onder druk van de vrije informatie op internet en de mogelijkheden tot rechtstreeks reserveren via het web.

Onderscheid op basis van de ligging

Ook de ligging van het reisbureau speelt een rol. De ligging bepaalt immers het soort klanten en daarmee ook de manier van werken, het al of niet hebben van een etalage, het soort reizen en eventuele extra vergunningen die noodzakelijk zijn (zoals die van IATA).

Hierbij maken we een onderscheid tussen reisagenten in een meer industrieel/zakelijk kader, reisagenten in drukke winkelcentra en reisagenten in kleinere agglomeraties.

De **reisagent in een meer industrieel/zakelijk kader** zal niet alleen diensten leveren voor consumenten, maar hoofdzakelijk zelfs voor producenten van andere diensten of producten, zijnde de zogenoemde zakenreizen of business travel. Een reisagent die slechts incidenteel ervaring opdoet met dergelijke 'boekingen' zal moeilijk een allround en accuraat adres voor een zakenman worden. Samenhangend met deze zakenreizen kun je mogelijk ook de markt van de incentives of beloningsreizen bespelen. Bij deze meer industrieel/zakelijke ligging zullen extra vergunningen op het vlak van transport zeker van pas komen (we denken hier alvast aan een IATA-vergunning). De kennis van de reisagent zal zich meer op het vlak van luchtvaart afspelen en concentreert zich op het zoeken naar de beste, goedkoopste of snelste verbinding naar een bestemming, evenals het uitzoeken van de kwalitatief gewenste accommodatie. Tevens kan hij een heel dossier bijhouden van de klant/firma waarin contractueel vastligt wat de klant wil/mag nemen tijdens de reis aan transport en accommodatie. Dit heet **travel policy**.

De **reisagent in drukke winkelcentra** of langs drukke passagestraten zal hoofdzakelijk verkoper zijn van reizen van reisorganisatoren, eventueel 'all in'. Het zijn verkopers van kant-en-klare reizen en dat geeft enkele bijkomende voorwaarden:

- Hij moet een zeer hoge omzet halen (hoe dit te realiseren met commissies van 8 of 10%?).
- Hij heeft vrij hoge kosten qua huurprijzen en personeel (hij krijgt immers veel van zijn klanten tegelijk binnen op de middaguren of na het sluitingsuur van andere kantoren en winkels waardoor het personeel overuren moet doen of in shift moet werken).
- Hij moet niet noodzakelijk over bijkomende vergunningen van transportmaatschappijen beschikken, gezien hij meer doorverkoop realiseert van kant-en-klare producten.

De consumenten kunnen vaak zelf niet kiezen uit het aanbod omdat dit te groot is en hebben dan de overtuiging van de reisagent nodig. Het personeel moet dan ook goed beseffen dat zij in een dienstverlenende sector werken en vooral informatie zullen moeten geven. Dit houdt ook het volgende in:

- Het personeel moet zeer goed de bestemmingen, de reisorganisatoren, de hotels en verblijfsvormen en hun respectievelijke kwaliteit en waarborgen kennen. Tegenwoordig komt hier nog bij dat zij ook zeer vlug op internet moeten kunnen zoeken en vergelijken.
- Het kantoor van een dergelijke reisagent vraagt een efficiënte inrichting, met voldoende zitmogelijkheden (om te wachten bijvoorbeeld) en verschillende desks, min of meer afgezonderd van elkaar.
- Om zijn bekendheid te verzekeren, moet deze reisagent regelmatig publiciteit in lokale bladen plaatsen.
- Hij moet rekening houden met grote concurrentie in zijn omgeving (collega's verkopen dezelfde producten aan dezelfde prijs) en op internet.
- De boekingsperiode is sterk seizoensgebonden, vanaf het verschijnen van de eerste brochures tot de eerste vertrekkers. Hiermee dient ook rekening gehouden te worden bij de bezettingsgraad van het personeel.

Een degelijke vakopleiding en een sterke persoonlijke motivatie met regelmatige kansen om praktijkervaring (bijvoorbeeld studiereizen) op te doen, zijn noodzakelijk voor het personeel in dit bedrijf.

De **reisagent in kleinere agglomeraties** kan gezien worden als een combinatie van de twee voorgaande. Hij krijgt zowel te maken met zakenreizen van firma's uit de omliggende regio als met consumentenreizen van plaatselijke potentiële vakantiegangers. Omwille van de combinatie van deze twee reis mogelijkheden zal deze reisagent met alle voorgaande elementen rekening moeten houden. Zich inwerken of verder specialiseren in een van beide richtingen kan een oplossing zijn voor de toekomst, want beide sectoren worden ingewikkelder en vereisen meer aandacht. In ieder geval zal er hier meer personeel aanwezig moeten zijn waarbij de ene groep zich meer richt op de vakantie reizen en de andere groep meer op de zakenreizen.

Onderscheid op basis van een specialisatie

Reisbureaus in dezelfde straat hoeven niet noodzakelijk elkaars directe concurrent te zijn. Er kan een zeer groot verschil zijn in de producten die ze verkopen (waardoor ook het klantenbestand anders zal zijn) of in het klantenbestand zelf (rijkere mensen of niet ...) of ze hebben zich min of meer gespecialiseerd in een zeker marktdeel waardoor bepaalde klanten speciaal voor dit product komen en andere nooit zullen komen (bijvoorbeeld vliegtuigtickets of avontuurlijke reizen). Ook groepsreizen kun je zien als een

vorm van specialisatie waardoor je andere klanten aantrekt dan de naburige reisagent.

Het is al duidelijk op de reismarkt dat een reisagent tegenwoordig ook een rol als reisorganisator (groot of klein) begint te spelen. Zij beginnen meer en meer reizen te organiseren naar een bestemming waarin ze zich hebben gespecialiseerd. Daardoor trekken ze klanten weg van andere reisbureaus die niet gespecialiseerd zijn.

2.2.6 De organisatie in een reisagentschap

Natuurlijk kan elk reisbureau autonoom worden ingericht afhankelijk van de ligging van het kantoor, de plaats en beschikbare ruimte, de personeelsbezetting ... De eigenaar of uitbater zal dit moeten bepalen. Toch zijn er een aantal gemeenschappelijke elementen die een beter inzicht geven in de concrete werking.

Reservatiemethode

Nadat met de klant een reis uitgekozen of samengesteld is, volgt reservatie van de gegevens bij de touroperator of bij de verschillende reisorganisatoren en transportmaatschappijen. Deze reservatie gebeurt:

- ofwel telefonisch (bevestigd per mail, fax of brief);
- ofwel via de computer (via BTN bijvoorbeeld waarop de meeste touroperators zijn aangesloten of via een luchtvaartstelsel zoals Amadeus en Galileo of via een reservatiesysteem van een hotelketen).

Reserveer waar mogelijk via de computer. De voordelen hiervan zijn:

- geen wachttijden aan de lijn en dus tijdsbesparing;
- onmiddellijk zicht op de beschikbaarheden en de prijs;
- samen met de klant kun je een en ander rustig overlopen alvorens definitief te boeken.

Reservatiegegevens

Gegevens die nodig zijn bij de reservatie en dus vooraf dienen genoteerd te worden:

- naam (namen) van de reiziger(s) (persoonlijke namen, dus eventueel meisjesnaam);

- bestemming, data en aantal passagiers;
- code van het hotel en code van het kamertype;
- speciale wensen;
- verzekeringen;
- naam en code van het reisbureau (bij een telefonische reservatie).

PO-nummer

Zowel bij een telefonische als bij een computerreservatie zal er op het einde altijd een **PO-nummer** (Purchase Order) toegekend worden door de touroperator of reisorganisator. Dit persoonlijk reservatienummer is immers de referentie waarnaar altijd verwezen wordt bij het terugnemen van het dossier. Bij telefonische reservatie is het best ook te noteren met wie het contact bij de touroperator of reisorganisator gelegd is voor latere verwijzingen.

Bij een reservatie via de computer kun je steeds zelf voor een outprint van de gereserveerde elementen zorgen. Bij een telefonische reservatie volgt er gewoonlijk een fax, brief of mail met de bevestiging van het reisbureau en later een tegenbericht ter bevestiging van de touroperator of reisorganisator.

Bestelbon

Na de reservatie wordt er een bestelbon opgemaakt in twee exemplaren: een voor de klant en een voor de reisagent. De klant tekent de bestelbon als definitieve aankoop van de reis en betaalt een voorschot op het totale bedrag van de reis.

Noodzakelijke vermeldingen op een bestelbon zijn:

- naam en adres van de reizigers;
- plaats en data van de reis (uren van de chartervluchten zijn onder voorbehoud);
- transportmiddel(en);
- logiesvorm en formule van de maaltijden;
- eventuele bijzondere wensen van de klant;
- info in verband met de verzekering;
- info in verband met extra reisdocumenten en inentingen;
- totaalprijs van de aankoop (of het contract);
- het betaalde voorschot (normaal 25 tot 30%);
- termijn en wijze van de saldobetaling;
- plaats, datum en handtekening van de klant en de reisagent.

Bevestiging

Een tot twee weken na de reservatie krijgt de reisagent een schriftelijke bevestiging van de reservatie van de touroperator of reisorganisator en een voorschotfactuur voor betaling aan de touroperator. Het is zeer belangrijk deze bevestiging nauwkeurig te controleren voor elk onderdeel van de reis. Tenslotte zijn dit de elementen die de touroperator voor deze klant heeft vastgelegd. Een eventuele fout kan op dit moment meestal nog zonder problemen worden rechtgezet.

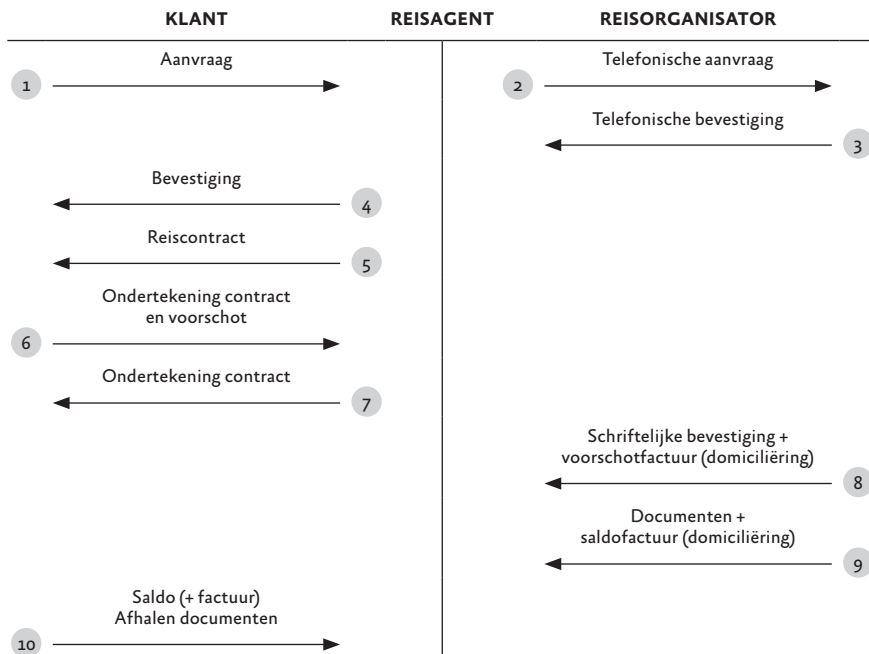
De schriftelijke bevestiging wordt samen met de bestelbon in het dossier van de klant bewaard totdat de reisdocumenten (vouchers en tickets) toegestuurd zijn.

Afhandeling

Ongeveer een maand voor vertrek wordt een saldofactuur van de touroperator of reisorganisator naar de reisagent gestuurd, samen met de reisdocumenten. Na betaling door de klant worden de reisdocumenten opgestuurd of kan de klant ze op het reisbureau komen halen. Eventueel zijn de betalingen door het reisbureau aan de touroperator via domiciliëring geregeld. Meestal is er dan een extra commissie voor de reisagent weggelegd. Extra controle van de gegevens van de touroperator kan ook hier nog problemen tijdens de reis voorkomen.

In figuur 7 geven we deze administratieve weg overzichtelijk in een schema weer.

Figuur 7. Schematische verloop van een reservatie door een reisagent van een reis uit het programma van een reisorganisator.



Door te werken met een CRS (= computerreservatiesysteem) kun je een enorme tijdwinst maken. De stappen 1 tot en met 8 uit figuur 7 lopen nu veel sneller. Ook het opvragen van beschikbaarheden gebeurt veel sneller en het is overzichtelijker om samen met de klant een keuze te maken. Tijdwinst drukt zich niet enkel uit in de hoeveelheid klanten die je sneller kunt bedienen, maar ook in de mindere kosten voor de verbindingen die je betaalt.

Gezien de complexiteit van de administratie in een reisbureau is een degelijk informaticasysteem, speciaal ontworpen voor de reisindustrie, hier zeker op zijn plaats. Het merendeel van de huidige reisbureaus beschikt over een goed uitgebouwd softwarepakket om het papierwerk te minimaliseren, zoekingswerk te vergemakkelijken, fouten te vermijden en vergetelheden weg te werken.

De meest gebruikte systemen bij ons zijn **ACE** en **Servico**. Beide systemen beschikken over de nodige software om een reisbureau modern te laten functioneren en te organiseren.

ACE is een van de producten van het luchtvaartstelsel Amadeus. Met dit product kun je de klanten, de leveranciers en de boekhouding beheren. ACE richt zich zowel op de touroperators als op de reisagenten.

Servico is reeds sinds 1985 bezig met de ontwikkeling van een softwarepakket voor de administratie van de touroperator, genaamd **ServiTour**. Om de touroperator toe te laten boekbaar te zijn via internet, hebben zij ondertussen **SwingLine** ontwikkeld. Zowel de opgedane kennis, de ervaring als de vraag van de reisagenten hebben ertoe geleid dat in 1994 een gelijkaardig pakket voor het reisbureau tot stand is gekomen, genaamd **ServiTravel**, momenteel opgevolgd door **SwingTravel** als Windows-toepassing. Servico heeft meer kleine reisbureaus als klant. Voor de autocarist werd een voor hem op maat gemaakt product afgeleverd, genaamd **ServiCar**, momenteel vervangen door **SwingCar**.

Naast deze systemen van ACE en Servico bestaat er ook **TravelNote**. TravelNote levert softwarepakketten voor reisagenten en kleine touroperators met speciale aandacht voor het dossierbeheer.

Voorts zijn er natuurlijk ook de **CRS-systemen** (Computer Reservations System) of **GDS-systemen** (Global Distribution System) zoals Travelport (Galileo en Worldspan), Amadeus of Sabre. Voor reservatie bij de touroperators zijn er **BTN** en **Megatour**.

BTN (Belgian Travel Network) is als een uniforme bookingstool opgericht in 1996 door de toenmalige leidende touroperators op de Belgische markt: All Seasons (ondertussen: Thomas Cook Autovakanties), JetAir, Sun International (intussen van de markt verdwenen), Sunsnacks (ondertussen: Thomas Cook Vliegvakanties) en Europabus. Alle vorige systemen die per touroperator waren uitgewerkt, maakten plaats voor BTN. Met dit systeem krijg je toegang tot de reservatiesystemen van de touroperators met de meest recente informatie over prijzen, beschikbaarheden enzovoort.

Megatour is een product van **Gateway** en werd opgericht in 1990. Het beschikt over informatie van touroperators, vliegreizen, rondreizen en promoties. Voor de luchtvaart heeft Gateway een speciaal programma op de markt gebracht, genaamd **Megatop**, dat een compleet overzicht biedt van alle luchtvaarttarieven op de Belgische markt met om het even welke luchtvaartmaatschappij naar alle mogelijke bestemmingen. Ondertussen hebben zij ook een hotelboekingsstelsel (**Hoteltop**) ontwikkeld en een boekingsstelsel voor de autoverhuur (**Cartop**). Deze systemen zijn ondertussen modules van het totaalpakket **Gateway 2 Travel**. Zij helpen de reisagent verder met onder meer een reservatiesysteem waarbij de klant via internet zelf zijn vluchten, huurwagens en dergelijke kan boeken.

De eerste computersystemen zijn echter al veel langer op de markt en werden ontwikkeld voor de luchtvaart. Systemen zoals **Galileo** en **Worldspan** (beide zijn in 2007 opgegaan in **Travelport**, maar elk systeem heeft zijn eigen taak), **Amadeus** of **Sabre** (ook deze twee systemen zijn meer en meer aan het samenwerken) betekenen voor de reisagent een grote hulp bij het opzoeken en reserveren van vluchten. Deze luchtvaartssystemen hebben ondertussen virtuele reisagentschappen op internet aangekocht of opgezet om hun plaats in de gehele distributie te behouden. Door het uitbreiden van het aanbod – naast vluchten – met betrekking tot hotelovernachtingen, huurwagens enzovoort, zijn deze CRS-systemen uitgroeid tot de zogenoemde GDS-systemen.

Zoals alle moderne bedrijven heeft ook de reiswereld **internet** ontdekt. Informatie en soms zelfs eenvoudige reservaties kunnen al via het net gebeuren. Ook de voornoemde GDS-systemen investeren volop om via internet te werken. Via e-mail en e-commerce (electronic commerce) kun je online en in realtime toeristische diensten verkopen. Via internet wordt het trouwens gemakkelijker om als leverancier een eigen systeem uit te werken en via een simpele login met persoonlijke code de reisagent toegang te geven. Dit betekent dat de reisagent opnieuw met meerdere verschillende systemen moet leren werken. Toch biedt de huidige technologische ontwikkeling mogelijkheden om de systemen zeer gebruiksvriendelijk te maken, bijvoorbeeld de **Smartpoint App** van Travelport waarbij het aantal toetsaanslagen sterk wordt verminderd tijdens het zoeken en boeken van een reis. Zo maakt ook Amadeus zich sterk dat vele huidige frustraties van reizigers zullen vermeden worden door toekomstige innovatieve technologische oplossingen. De Amadeus SMS Service biedt de reisagent vandaag al de mogelijkheid om realtime

vluchtinformatie aan de klant aan te bieden zodat deze altijd, voor en tijdens de reis, volledig geïnformeerd wordt en met Amadeus Email Plus kan de reisagent zelf gepersonaliseerde reiselementen naar zijn klant doorsturen.

Een van deze elementen kondigt zich aan onder de naam **dynamic packaging**. Dit betekent dat de leverancier zijn producten volledig afzonderlijk aanbiedt en dat de reisagent de producten die hij voor zijn klant wil, eruit plukt en in zijn reisvoorstel zet. Het is letterlijk ‘pakketjes’ ‘dynamisch’ samenstellen. De eerste systemen op de markt van dynamic packaging waren **Dino** van **Euram** en **Linq 2** van **Gazelle Worldwave**. Euram heeft dit ondertussen zeer sterk uitgebouwd en de naam **creative packaging** gegeven. Maar ook **Jetair** heeft ondertussen stappen in deze richting gezet met het systeem **Jetnet** dat de gewone klant thuis via internet op de website van Jetair kan gebruiken. Het is echter geen reservatiesysteem zoals de andere twee systemen. De reiziger kan enkel zijn eigen reisprogramma samenstellen, maar niet reserveren. Dit zal nog steeds via een reisagent moeten gebeuren. Natuurlijk zal internet zich meer en meer ontwikkelen naar meer gebruiksvriendelijke reservatiemogelijkheden voor de klant/reiziger. De reisagent zal deze evolutie zeker sterk moeten opvolgen.

Vanuit diverse hoeken wordt de nieuwe trend van dynamic packaging aangepakt. Zo is er ondertussen binnen het luchtvaartstelsel **Galileo** het onderdeel **Galileo Leisure** waarop allerlei hotels, bezoeken, transfers, huurwagens, reisinformatie enzovoort kunnen opgevraagd worden en in één bookingfile, samen met de vluchten, kunnen gezet worden. Vanuit de hotelsector is de groep **Transhotel** eveneens reeds verschillende jaren met een gelijkaardige uitbouw van hun website bezig.

2.2.7 Wie komt bij wie?

De basis van de wetgeving voor de reisagentschappen werd gelegd in de wet van 1965 en de Koninklijke Besluiten van hetzelfde jaar. In 1994 werden de bevoegdheden inzake vestigingsvoorwaarden overgedragen aan de gewesten. Voor Vlaanderen werd Toerisme Vlaanderen de vergunningverlenende en controlerende instantie. De wetgeving werd aangepast/vernieuwd in 2007, maar dit alleen voor het Vlaamse gewest en met een overgangsregeling tot 2010. Deze vergunningen vervallen echter vanaf 1 januari 2014.

Het doel van de bestaande reisbureauwetgeving is de werking en de activiteiten van de reisagenschappen te reglementeren en de vergunde bedrijven en de consument te beschermen tegen oneerlijke concurrentie. In paragraaf 2.2.4 noemden we al de drie categorieën van reisbureaus die ooit in de eerste wetgeving bestonden. Telkens werden er ook verschillende financiële eisen gesteld inzake kapitaal en borgtocht naargelang het gaat over reisorganisatoren (categorie A), reisbemiddelaars of reisagenten (categorie B) of autocarexploitanten (categorie C). Vandaar dat in de statistieken tot 2010 de drie categorieën nog vermeld staan.

Het aantal vergunde reisbureaus evolueerde sterk de laatste jaren. Een tabel met een kort overzicht geeft dit weer (figuur 8). Gezien de grotere mogelijkheden qua werking en op financieel vlak, zijn vele reisagenten uit zichzelf in de loop der jaren overgestapt naar categorie A. Verhoudingsgewijs werd dit dan ook de grootste groep. Het weglaten van deze categorieën vanaf 2007 vormde dan ook geen probleem. De meeste reisbureaus hadden toch al dezelfde categorie.

Figuur 8. Evolutie van het aantal vergunde reiskantoren in Vlaanderen.

VERKOOPPUNTEN	1986	1994	1998	2000	2003	2006
CATEGORIE A	686	1013	1131	1123	1022	987
CATEGORIE B	56	68	106	106	120	108
CATEGORIE C	146	85	69	48	40	32
TOTAAL	888	1166	1306	1277	1182	1127

(Bron: Dienst reisbureaus Toerisme Vlaanderen)

Door het decreet van 2007 zijn enerzijds deze categorieën weggefallen en kwamen er anderzijds ook toeristische verhuurkantoren bij. De kantoren hebben drie jaar tijd gekregen om zich aan te passen aan dit decreet.

Dit gaf op 31 december 2009 de volgende stand van zaken: (op basis van de oude wetgeving nog vergund) 639 kantoren in categorie A, 64 kantoren in categorie B en 27 kantoren in categorie C; 730 kantoren in totaal voor Vlaan-

