



de Hoogvlieger



Interview
Frank Oostdam
Directeur ANVR

In de kijker
Simon Vanderweghe
Travelbase

BV
Gert De Mangeleer

Publicatie van de Vereniging Vlaamse Reisbureaus vzw
47 ste jaargang • nr. 257 • april – juni 2021

Vlaamse reisorganisatie chartert schip naar Antarctica!

Stuur jouw klanten met ons mee in 2024 op deze onvergetelijke expeditiecruijs



UNIEKE REISFORMULE

- Charter met Nederlandstalige reisbegeleiding
- Gericht op natuurliefhebbers, vogelkijkers en fotografen
- Ervaren crew en topkoks aan boord
- Vaarroute met stops in de Falklands en South Georgia



Contacteer STARLING-zaakvoerder en vraag naar de commissievoorwaarden

billy@starlingreizen.be
0485 89 30 50



INHOUDSTAFEL

5	EDITO
6	INTERVIEW
	Frank Oostdam – Directeur ANVR
11	COLUMN
	Durf je eigen verhaal te ontwikkelen
13	OPLEIDING
	Belgian Travel Academy
15	IN DE KIJKER
	Simon Vandeweghe - Travelbase
20	BV'S & HUN REISPERIKELEN
	Gert De Mangeleer – Een ondernemende ambachtsman
26	TRAVEL TRENDS
31	DE DROOMVERKOPERS

Verantwoordelijke uitgever:
Koen van den Bosch
Koningin Astridlaan 29/0001
8200 Brugge

Vereniging Vlaamse Reisbureaus vzw
Koningin Astridlaan 29/0001
8200 Brugge
Ondernemingsnummer:
BE0415.612.633

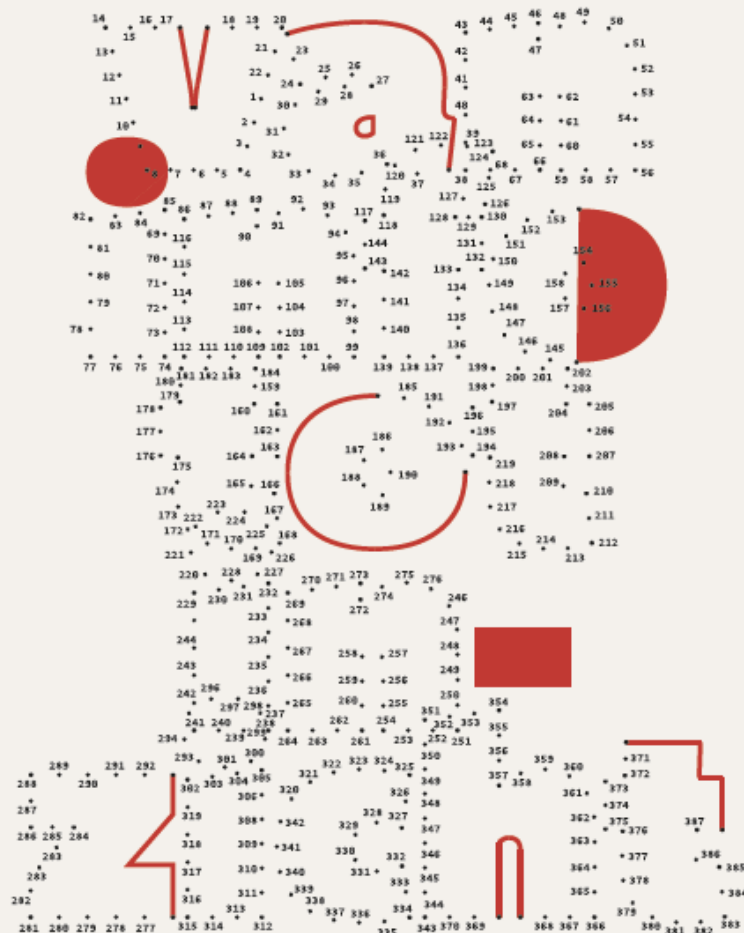
Telefoon: 050/25.00.60
info@vvr.be
www.vvr.be

Sociale media @VVRTeam



Werkten mee aan dit nummer:
Fien De Baere
Axel De Corte
Hannes Dendooven
Sebastien Pauwels
Yves Slabbinck
Koen van den Bosch
Antoon Van Eeckhout
Eline Van Wynsberghe

Redactie & Lay-out: Fien De Baere



OP ZOEK NAAR ACTUALITEIT EN DOCUMENTATIE OP JOUW WERKPLEK?

KennisWest is dé digitale informatiebron voor wie actief is op het vlak van beleid, ondernemerschap, onderzoek en onderwijs. Met betrouwbare informatie voor je werkplek, beleidsvoorbereiding of onderzoeksactualiteit over West-Vlaamse sociaal-economische topics. Ontdek ons uitgebreide aanbod over o.a. **toerisme, reisorganisaties en touroperators.**



Samen van info tot inzicht in enkele kliks?
kenniswest.be

Beste lezer,

Het is de schuld van het klimaat of van corona.

Op zaterdag werden we geconfronteerd met nog maar eens een extra portie nattigheid, door enorme regens en onweders met overstromingen tot gevolg. Het resultaat waren wat natte huizen en ondergelopen kelders, ongemakkelijk maar beheersbaar. Woensdag kregen we als land het exponentieel hiervan over ons. De gevolgen zijn niet te overzien. Mensen lieten het leven, huizen zijn verdwenen of zwaar beschadigd en bepaalde getroffen zijn alles kwijt, hun hele hebben en houden. Wanneer je de beelden ziet word je er zowaar gewoon stil van. Dat zoiets op deze schaal kan in ons land?

Opnieuw werd ook de toeristische sector bijzonder zwaar getroffen. Hotels, campings, zijn volledig ondergelopen, maar ook reisbureaus en andere reisbedrijven hebben zoveel schade dat ze weer volledig van nul zullen moeten starten.

Onze gedachten zijn dan ook bij alle slachtoffers, hun familie en vrienden, bij alle getroffen in het algemeen. Hulp is absoluut noodzakelijk. Met vele andere vrijwilligers stonden we zondag dan ook vrachtwagens met materiaal te laden. Gewoon even helpen, iets anders doen dan wat je dagelijks doet, bijdragen aan een groter geheel. Ja het werkt ontspannend, je maakt er net zoals met sporten, je hoofd leeg en kruipt 's avonds gezond moe in bed.

Binnen dit kader blijven we werken voor onze nog steeds zwaar door de corona-crisis getroffen sector. Niet evident, want terwijl bepaalde sectoren langzaam maar zeker opnieuw opstarten blijft voor anderen de deur volop gesloten. Zaken pikken nog niet op, de wereld is nog niet toegankelijk, varianten rukken op en zorgen opnieuw voor beperkende maatregelen. Zelfs in die mate dat in het land van "Liberté, égalité et fraternité" de president nooit geziene verplichtingen oplegt.

Met daarbovenop de budgettaire context en dan weet je meteen in welk speelveld je speelt en het is niet eenvoudig.

Maar toch proberen we binnen het speelveld creatief te zijn, oplossingen te zoeken en zonder op te geven verder werken aan het onderhandelen om deze periode te kunnen overbruggen. Iemand zei me dat dit het voorstel van de laatste kans was en dat het uitzichtloos was. Wel opgeven staat bij ons niet in het woordenboek. We gaan verder, al is het niet evident, we zoeken nieuwe argumenten, halen er nieuwe contacten bij en blijven doorgaan door steeds meer meester te worden van onze eigen omgeving, de volgende keer beter te doen vanuit een nieuwe insteek. Lees binnen dit kader zeker het interview met Travelbase die opteerden voor een andere en frisse aanpak.

We wensen jullie dan ook veel moed toe en wensen jullie toe dat jullie in de mate van het mogelijke ook meester worden van jullie omgeving, dat jullie energie en creativiteit hebben om jullie eigen business te herbekijken, jullie aan te passen en deze periode te overbruggen om er sterker uit te komen. •

Interview

Frank Oostdam (directeur ANVR): “Politici hebben géén kaas gegeten van de reisindustrie!”



Frank Oostdam
Directeur ANVR

“De crisis is jammerlijk genoeg nog niet voorbij”, benadrukt Frank Oostdam (60), sedert 2007 directeur van de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen, de Nederlandse evenknie van de VVR. De situatie in Nederland is in heel wat aspecten te vergelijken met de problematiek waarmee de VVR te kampen heeft. Ik denk dat de Nederlandse reisindustrie, net zoals in België naar ik hoor, in 2021 een omzet zal halen van 30 tot 35 procent in vergelijking met de cijfers van 2019. Met andere woorden de situatie is niet alleen zeer ernstig, maar zelfs dramatisch en begin juli zijn de boekingen bijna herleid tot nihil. De onzekerheid, de chaotische maatregelen van de overheid en de tekortkomingen op Europees vlak zorgen momenteel allesbehalve voor soelaas.”

Hoe kijk je aan tegen de huidige situatie?

De mensen willen enerzijds wel dolgraag reizen, maar anderzijds zijn ze behoorlijk bang en worden ze geremd door de bijna om de haverklap wisselende kleuren van de lappendeken van bestemmingen. Bovendien heeft de Nederlandse regering het voor mekaar gekregen om door veel te vroeg te gaan versoepelen, een nieuwe gigantische uitbraak van het Covid-19 virus in de hand te werken en dit met alle gevolgen van dien. In amper twee weken was alle perspectief plots opnieuw weg. Het leed is geleden en de heling zal flink wat tijd vragen. Veel Europese landen spelen daarenboven solo slim zodat de potentiële reiziger helemaal in de war geraakt. Het vertrouwen is zoek, waardoor de reisindustrie nog meer opgezaagd wordt met een gigantische inkomstenderving. Ik heb meer en meer de indruk dat de politici helemaal géén kaas hebben gegeten van de reisindustrie. Veel heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de industrie in Nederland met 3,25 procent is gegroeid. Wie kan er dan van een crisis spreken vragen politici zich vol onbegrip af!?

“Beter de sector te ondersteunen dan de hele boel failliet te laten gaan.”

De chaos is m.a.w. vrij algemeen!

Maar dat is ook zo, zowel bij de consumenten als bij de reisbedrijven. Midden juli regende het opnieuw annuleringen: Portugal, Spanje, Cyprus, Malta, Canarische Eilanden, enz. Omboeken was andermaal de hoofdbezigheid van reisagent en touroperator. Dramatische toestanden alhoewel we, D-Reizen daar gelaten, tot dusver gelukkig relatief maar weinig faillissementen moeten betreuren. Het zijn vooral de verre bestemmingen die zorgen baren en reisorganisatoren die daarin hun specialisatie hebben zouden straks wel eens de grote slachtoffers kunnen worden, tenzij zij alsnog het geweer van schouder kunnen veranderen en hun aanbod naar Europese bestemmingen kunnen ombuigen. Al is dat dan weer makkelijker gezegd dan gedaan.

Gelukkig kan nog steeds teruggevallen worden op financiële staatssteun.

In Nederland doen we wel degelijk ons voordeel met de tijdelijke Noodmaatregel Overbrugging Werkgelegenheid. De NOW is er om werkgevers die door de coronacrisis te maken krijgen met omzetverlies enigszins te compenseren, maar ze mogen blijven werken. De formule is verschillend met België omdat in Nederland het werk wordt ondersteund, terwijl het in België om een werkloosheidssteun gaat. Het wordt voor ons echter een nieuw drama als de NOW, zoals de plannen vandaag liggen, op 1 oktober a.s. zou worden afgeschaft.

De klappen vallen in de reisindustrie terwijl tal van andere sectoren in Nederland een hausse kennen?

Dat klopt en dat maakt onze situatie nog veel lastiger. Momenteel is de rek er compleet uit in de reisindustrie. Dat betekent dat we steun en beschutting nodig hebben tot zeker het eerste kwartaal van 2022. Ik wil niet gaan doemdenken, maar de overheid moet stilaan toch ook beginnen inzien dat het beter is de sector te ondersteunen dan de hele boel failliet te laten gaan.

De oprichting van de voucherbank was toch goed nieuws, niet?

Vanzelfsprekend! Van de beschikbare 400 miljoen euro zijn er ondertussen 225 miljoen uitgegeven. Wij vragen ondertussen dat de resterende 175 miljoen zou kunnen aangewend worden om de rest van de sector overeind te houden. De voucherbank is noch min noch meer momenteel de ware en onvervalste levenslijn voor de Nederlandse reisindustrie en daar zijn we met z'n allen zeer blij mee.

Als ANVR-directeur zijn het ongetwijfeld bijzonder drukke tijden voor jou?

Net wat je zegt. Ik moet zowat dagelijks bemiddelen tussen onze leden en overheidsinstellingen en ook de pers wil me soms meer dan me lief is aan de tand voelen. De jongste tijd is het 7 dagen op 7 bezig zijn en soms is het werken als een gek. Maar dat is ook belangrijk want ik probeer ook altijd aan te tonen dat er bij de ANVR steeds sprake is van toegevoegde waarde en daardoor kan ik het wel hebben als de eerste journalist me al om 6u.

's ochtends belt en de laatste dat om 01u.
's nachts doet. Ik mag dan wel iemand zijn die graag evenwicht zoekt in hardlopen, de jongste weken is het alsof wij de ene 100m sprint na de andere moeten afleggen. En dan zeg ik nog niets over de telefoontjes die ik krijg met de vraag hoe ik vanuit de ANVR het afgelasten van evenementen ga aanpakken én oplossen...

Sociale bagger bij de vleet?

Zeg dat wel. Het gaat zelfs zover dat men mij vraagt wanneer ik zelfmoord ga plegen en of er soms een touw moet geleverd worden? Laat me als antwoord op deze bagger en onverantwoorde bagger zeggen dat je vandaag nog veilig kunt reizen, zolang je je maar gedraagt. Je kan naar een aantal bestemmingen veilig op vakantie, maar blijf weg uit de overvolle nachtclubs en danstenten, waar het virus ongenadig om zich heen grijpt. Verantwoord basisgedrag is vandaag, maar ook morgen, aan de orde. We zullen het wel overleven als we ons gedragen, want vergeet niet dat de toeristische sector wereldwijd driemaal groter is dan de landbouwsector. Alle landen hebben toerisme hard nodig. Kijk maar wat er in Cuba aan de gang is als de toeristen wegblijven!

“Positief aan de crisis: de relevantie van de reisbureauwerking is serieus gestegen.”

Duurzaamheid is een ander aspect in de toekomst van de reisindustrie.

Ik ben dagelijks bezig met de huidige penibele marktomstandigheden, maar het is voor de reisindustrie zeer belangrijk dat we ook duurzaamheid hoog in ons vaandel plaatsen en blijven dragen. Het spreekt voor zich dat er in deze voor de reisindustrie nog veel werk op de plank ligt en dat ook de bevolking op de bestemmingen moet kunnen profiteren van het toerisme.

De reissector heeft nog een flinke kluit aan het naar behoren afwerken van het huiswerk. Reizen toekomstgericht aanpakken om het echt duurzaam te maken is de opdracht.

Op naar een eerlijke prijs bij de luchtvaartmaatschappijen bijvoorbeeld?

Denkend aan het toerisme van morgen is dat een evidentie. Luchtvaartmaatschappijen die stunten met vluchten van een paar tientallen euro's moeten eruit. Hier moet Europa uiteindelijk met oplossingen uit de bus komen want zoals de situatie nu is kan dat niet veel langer. Ook de overdreven CO2-voetafdruk moet danig ingeperkt worden.

Zijn er toch nog positieve bedenkingen bij de Covid-19 crisis?

Weinig wellicht, maar niemand zal ontkennen dat de relevantie van de reisbureauwerking serieus gestegen is. De klant is volop aan het beseffen dat de begeleiding van een reisagent wel degelijk loont. Veel mensen die het vroeger allemaal zelf deden, gaan in de toekomst wel vlugger een reisbureau binnenstappen en ook tevreden terugkeren.

Maar ondertussen mogen we 2021 wel vergeten?

Sedert de Tweede Wereldoorlog zijn we nog nooit geconfronteerd geweest met een vergelijkbare crisis waarbij we om te overleven volledig afhankelijk waren van politieke beslissingen. Zeventien maanden liggen we ondertussen in de reisindustrie met z'n allen op de pijnbank en dit door factoren compleet buiten onze wil. Na een desastreuze 2020 wordt de omzet voor de reisindustrie in 2021 in het beste geval op 30 procent van normaal ingeschat. Ik wil er toch een positieve noot aan toevoegen: reizen komt terug, zoveel is zeker want het is nu eenmaal een basisbehoefte geworden, maar het kan echter wel nog even duren... Er zal wel een en ander veranderen. Het feit dat bijvoorbeeld Booking.com door een recente uitspraak van de rechter als een reisbedrijf moet worden beschouwd is voor ons toch een belangrijke overwinning in deze moeilijke tijden. •



KORTE VRAGEN KORTE ANTWOORDEN

Volkswagen of Audi?

Ik rij al 25 jaar met een Audi. Vanwege stijl en comfort.

Auto- of reisindustrie?

Volmondig reisindustrie. De DNA van de reisindustrie past compleet bij mij.

Op wie of wat ben je bijzonder fier?

Zonder twijfel op mijn beide kinderen.

Mocht je een dier zijn?

Een vogel. Ik hou van vrijheid en overzicht.

Je onhebbelijkste karaktertrek?

Ik ben extreem ongeduldig. Vraag het maar aan mijn collega's!

Wat maakt je gelukkig?

Mijn gezinssituatie.

Ongelukkig?

De huidige crisis. Ik lijd er echt onder.

Is er iets in je leven niet gelukt dat je wat graag had zien gebeuren?

Indien ik niet in toerisme was beland dan was ik graag dirigent van een orkest geweest of directeur bij Ajax.

Voetbalfanaat?

Een potje voetbal doet mij wel iets, ja.

Favoriete Belgische ploeg?

Anderlecht, maar dat heeft alles te maken met Rob Rensenbrink.

Favoriete boek?

East of Eden van John Steinbeck.

Lievelingsfilm?

The Godfather. Alle drie.

Hobby's?

Hardlopen. Om de twee dagen toch 10km.

Zou je het herdoen?

Zeker, ik zou het niet hebben willen missen. Mijn leven is zeer boeiend.

Wat zou je anders doen.

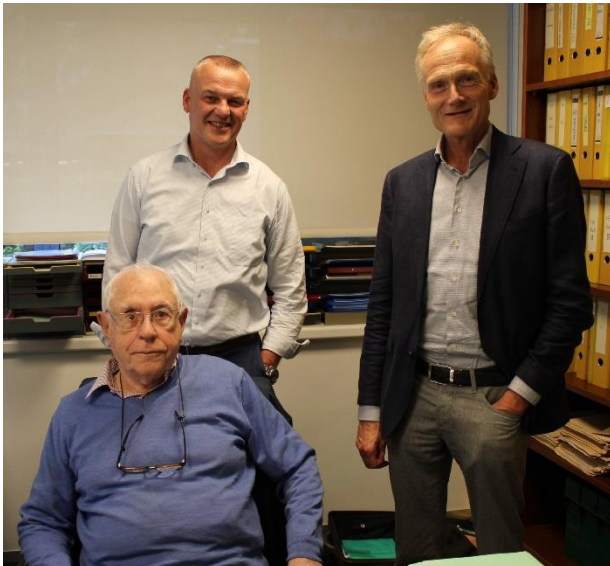
We hadden veel gedoe kunnen voorkomen bij het opstarten van het voucherfonds indien we vanaf het begin meer overleg hadden gehad met de retail.

Hoe lang blijf je nog op post?

Graag nog 5 jaar.

En daarna?

Reizen. Trektochten in de bergen, Alpen, Appalachen, Dolomieten en zo. Nieuw-Zeeland en Australië wil ik ook nog zien en beleven.

**Korte commentaar**

VVR: goede partner.

ECTAA: supergoede lobbyist met interessante perspectieven.

Steven van der Heijden: bevriende relatie, belangrijk contact.

Antoon Van Eeckhout: smaakmaker van de Belgische reissector.

Koen van den Bosch: frisse wind.

Jan Van Steen: belangrijke figuur in de reiswereld en de meest integere man die ik ken.

 [Yves Slabbinck](#)

 [Yves Slabbinck en Frank Oostdam/ANVR](#)

Durf je eigen verhaal te ontwikkelen



Axel De Corte
Koombana Bay

We konden er niet omheen. De voetbalgekte sloeg weer om zich heen. En als je denkt dat alles over voetbal of reizen wel al gezegd is: er is altijd wel plaats voor een goed en weloverwogen eigen visie op de zaak. Ook voor jouw reisonderneming.

Pep Guardiola of Zinedine Zidane zijn ongetwijfeld namen die zowat iedereen wel bekend voorkomen. Maar wie kent Ralf Rangnick? Vandaag nochtans een van de meest invloedrijke personages in het Europese voetbal door zijn eigenzinnige aanpak.

Al in 1998 nodigde het populaire Duitse tv-programma Sportstudio de man uit, toen coach van tweedeklasser Ulm. Een verrassende gast die de Duitse voetbalwereld verbaasde met zijn eigenzinnige kijk op voetbal. Jammer genoeg onthulde hij zijn innovatieve ideeën aan een land dat niet voorbereid was op deze openbaring. Smalend kreeg hij de bijnaam 'voetbalprofessor'.

Gelukkig geloofde hij in zichzelf en bracht hij – ondanks lachende kritiek van 'gevestigde'

waarden – zijn visie in de praktijk. Vandaag blijkt dat zijn innovaties wel degelijk een nieuwe generatie coaches inspireerden. Als je dus ook sterk overtuigd bent, durf dan je ideeën uit te proberen.

Uiteraard hoef je het warm water niet opnieuw uit te vinden. Dat deed Ralf Rangnick ook niet. Tijdens zijn trainerscarrière werkte Rangnick altijd nauw samen met een geweldige voetbalexpert die zijn langdurige adviseur werd. Een klankbord helpt ongetwijfeld om naar alle aspecten van je onderneming en de wereld van reizen te kijken. Door dialoog en discussie kunnen nieuwe inzichten ontstaan, ideeën rijpen, zaken uit je buikgevoel helemaal niet gek lijken ... Durf zonder vooronderstellingen en met open geest alle details in een reisproces te (her)bekijken. Waar kan het beter? Of anders?

Je hoeft niet per se de big bang te vinden, soms maken net de vele, kleine details samen een groot verschil. En maak die oefening niet in theorie, maar probeer het in de praktijk uit. Als je iedere week of maand een detail aanpakt, heb je na een jaar toch al 10 tot 50 zaken aangepast. En doe dat jaar in jaar uit. Zo wordt innoveren 'vanzelfsprekend'.

Dat deed Ralf ook. Als sportief directeur bij RB Salzburg werkte hij al doende 'zijn' speelstijl uit. En nadien bij RB Leipzig perfectioneerde hij verder zijn spelsysteem om door Red Bull uiteindelijk aangesteld te worden als Head of Sport and Development Soccer voor de ganse Red Bull voetbal-familie.

Het hoeft niet te verwonderen dat een eigenninnige outsider als Red Bull niet zomaar in zee zou gaan met 'klassieke' namen. Wie weet waar brengt verstandig eigenninnig zijn jou?

Begin dus met de eerste stap effectief te zetten. Er bestaat inderdaad al van alles en toch is er altijd nog wel een andere en/of betere manier mogelijk. Durf zaken eens herbekijken, te leren, te proberen, te mislukken, opnieuw te proberen, te verbeteren, aan te passen, en continu verder te ontwikkelen ...

Wacht niet tot het plaatje helemaal klopt. Want één ding is zeker. Als je niet begint met stappen, kan je nergens geraken. En dat je uiteindelijk de koers wat dient bij te stellen. Dat hoort er nu willens nillens meer dan ooit bij. Wat de toekomst brengt kan niemand met zekerheid voorspellen. Dat weten we nu wel. Maar de toekomst begint nog altijd met wat je vandaag doet. En daar heb je wel vat op.

Ook al is het niet altijd makkelijk. Durf die droom stap voor stap te realiseren. En je ziet wel waar je uitkomt.

Wie dacht er 10 jaar terug dat ploegen als Leipzig en Salzburg vaste klanten zouden zijn in de Champions League? En ook in toerisme hebben we de voorbije jaren, maar zeker ook het afgelopen jaar, al vele mooie initiatieven zien ontluiken.

Integendeel, dat ondernemen een werkwoord is en je dus effectief iets dient te ondernemen als je morgen je ideeën en plannen wil realiseren, hebben we gaandeweg nog het meest gemerkt het afgelopen jaar. Ieder op zijn ritme en volgens zijn mogelijkheden. Maar dat is net verstandig.

Om je ideeën concreet vorm te geven, bestaat een handige methodiek. Namelijk het business model canvas.

Wens je graag een klankbord of wat begeleiding. Contacteer ons gerust. We helpen je graag op weg om je ideeën te helpen verwoorden en concretiseren. •



#ReisGerust ambassadeur worden?
Contacteer info@reisgerust.be

Opleiding

Belgian Travel Academy *Opleidingen toegankelijk voor de hele reissector*

Het opleiden van onze reisprofessionals is altijd een van de pijlers geweest van onze Belgische vakverenigingen. Het verder professionaliseren van onze sector is een absolute must. Niet enkel voor nieuwe starters binnen onze business, maar ook voor bestaande leden en de verschillende teams en medewerkers blijft een constante bijscholing en training een must. Vandaag meer dan ooit, kunnen opleidingen ervoor zorgen dat we klaar staan voor het toerisme van morgen. Het handelt niet enkel om productkennis, maar eveneens om efficiënt werken met verschillende tools, een gedegen financieel beheer en cash-management, een noodzakelijke basis wetgeving beheersen, een marketing strategie te kunnen uittekenen, ...

De Belgische reissector met ondersteuning van de Belgian Travel Academy, onder de conventie van de Koepel UPAV-VVR met Cevora en mee op initiatief van de Cockpit, heeft een opleidingsplatform ontwikkeld waar tal van opleidingen worden aangeboden die gericht zijn op onze sector.

Dit platform omvat algemene opleidingen van Cevora of VDAB, maar ook opleidingen die specifiek op onze sector worden toegespitst zoals bvb. wetgeving, digital marketing, social media, sales, ... en zoveel meer. Naast deze 'academische' opleidingen, wordt de Belgian Travel Academy ook aangevuld met commerciële opleidingen, een must voor onze reisprofessionals. We nodigen dan ook alle partners, leveranciers uit om bij te dragen aan het succes van dit platform en om al hun productopleidingen, bestemmingspresentaties, webinars, famtrips,... te koppelen aan dit platform. Dit laat toe om het volledig aanbod in onze sector te centraliseren en ervoor te zorgen dat onze reisprofessionals op een eenvoudige en efficiënte manier de informatie kunnen terugvinden. Hoe krijg je je webinar op het platform gepubliceerd? Vul hiervoor het bijpassende [formulier](#) in en BTA doet de rest!

Aarzel niet om een kijkje te nemen naar het aanbod dat beschikbaar is via <https://www.belgian-travel-academy.be/nl/opleidingen>. Vanaf september hebben we heel wat nieuwe topics in petto. Een reeks nieuwe opleidingen dat je ongetwijfeld interessant zal vinden.

Inschrijvingsvoorwaarden:

Werk je als **bediende** en val je onder het Aanvullend Paritair Comité voor Bedienden ('APCB' of PC 200)? Dan heb je recht op onze opleidingen voor werknemers.

Ben je **bedrijfsleider**? En vallen je medewerkers onder het PC 200? Dan mag je onze opleidingen volgen op twee voorwaarden:

- Je schreef minstens een van je werknemers in voor een Cevora-opleiding (niet noodzakelijk dezelfde als jij)
- Je diende een opleidingsplan in bij het Sociaal Fonds van het APCB.

Ben je **zelfstandige zonder personeel**? Je zal niet kunnen deelnemen aan de opleidingen die georganiseerd worden door Cevora, maar je hebt wél gratis toegang tot alle andere opleidingen.

Heb je vragen of suggesties? Contacteer info@bta-travel.be

Belgian Travel Academy Opleidingen vanaf september

IATA traject opleidingen:
care foundation voor starters
en/of Ticketing & Fares

Customer Experience Design

Klantergericht communiceren

Sales: Hoe argumenteren
en gaan voor de deal?

Sales: Hoe meerwaarde creëren
als reisagent

Upselling - hoe pak je dat aan?

Hoe inspelen op de onzekerheden van
de reizigers? (impact COVID-19)

Wees er snel bij en reserveer je plaatsje via

belgian-travel-academy.be/nl/opleidingen



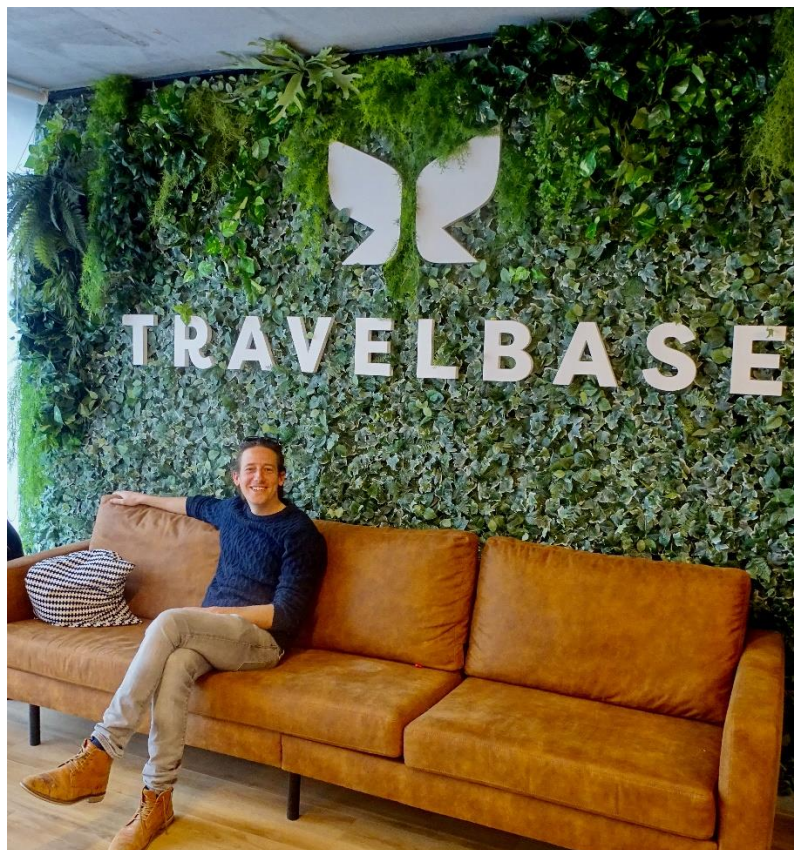
In de kijker

“Reizen is er vooral om uit je dagdagelijkse comfortzone te treden. Grenzen verleggen, om je zo als mens te verrijken.”

Simon Vandeweghe
Zaakvoerder Travelbase

“Wie er met Travelbase op uit trekt, is meestal niet op zoek naar een reis met een specifieke bestemming, maar wel naar een bijzondere ervaring. Met Travelbase willen we dan ook specifiek net die reizen aanbieden die de particulier niet zomaar in elkaar kan boksen door wat puzzelwerk met vluchten en hotels. Onze kracht zit ‘m dus vooral in de menselijke factor en de operationele ervaring die we intussen hebben opgebouwd in het opzetten van actieve avontuurlijke reizen met een focus op natuur. Elke reis is een ervaring of een evenement die je als mens verrijkt.”, vat Simon Vandeweghe, zaakvoerder bij Travelbase gedreven aan. Een sneltrein aan ideeën en ambities passeert tijdens het gesprek de revue. “Een comfortzone? Die is er alleen maar om af en toe uit te stappen”, klinkt het enthousiast.

15



‘Route du soleil’: toeval als startpunt

“Travelbase is in de eerste plaats ontstaan vanuit de organisatie van studententrips, met ‘Route du Soleil’, een autostopwedstrijd tussen verschillende teams, als officieel startpunt. Geheel onvoorzien en louter toevallig eigenlijk, door een foutje met vliegtuigtickets toen ik als student op Erasmusuitwisseling was in het Zuiden van Frankrijk, samen met vier andere vrienden die toen ook net als ik aan de Universiteit van Gent studeerden.

Op één of andere manier was er namelijk iets fout gelopen met onze vliegtuigtickets om na de uitwisseling opnieuw naar België terug te keren, dus moesten we liftend het thuisfront zien te bereiken. Om de trip wat leuker en spannender te maken, besloten we om er een wedstrijd van te maken tussen verschillende teams. Wie als eerste Gent bereikte, had gewonnen.

Die trip en al de belevenissen die we onderweg meemaakten, waren zo onvergetelijk dat we de daaropvolgende zomer opnieuw liftend op ontdekking wilden. We zouden daarbij nog meer het sociale aspect opzoeken: we wilden graag ook anderen laten deelnemen aan de wedstrijd. Op die manier is de ‘U-Gent Race’ toen begonnen, die later werd omgedoopt tot ‘Route du Soleil’.

Voor ons dus het startpunt van een carrière in de toeristische sector, hoewel dat vooraf nooit het voorziene plan was. Als student zag ik me eerder grootschalige festivals opzetten, maar dat is dus, door een spontane ingeving en heel wat toeval, helemaal anders uitgedraaid.”, lacht Simon.

“De filosofie die we met onze reizen ook vandaag nog trachten na te streven, draagt wel heel wat van het liftconcept in zich. Bij elk van onze trips ligt het accent immers niet op logies, wel op de ervaring die we de deelnemers willen aanbieden. Ook ik ben altijd een backpacker *pur sang* geweest. Liften en zo in contact komen met allerlei mensen is voor mij het leukste aspect van reizen. Tijdens de verschillende edities van ‘Route du Soleil’, de liftwedstrijd werd zo’n 9 à 10 keer georganiseerd, sliepen de deelnemers vaak gewoon op de velden van de boer die ze tegenkwamen langs de weg. Net

voor de coronacrisis hebben we echter besloten om ‘Route du Soleil’ op te bergen, omdat alle deelnemers intussen een smartphone bij de hand hebben, met Uber en Blablacar binnen handbereik. Het is zo evident geworden om je van punt A naar punt B te begeven zonder enige moeite, dat de liftwedstrijd volgens ons zijn vervaldatum had bereikt.”



Travelbase als nichetouroperator: een 50-tal reismerken onder hetzelfde dak

“Op dit moment hebben we zo’n 40 à 50-tal miniorganisaties of reismerken ondergebracht onder de groepsnaam ‘Travelbase’, elk op zijn beurt gespecialiseerd in een bepaalde niche: ‘The Vespa Trip’, ‘The Canoe Trip’,... Elk merk en dus type reis heeft op die manier zijn eigen doelpubliek, maar ook een eigen website en eigen sociale mediakanalen waar mensen op terecht kunnen. Die specifieke aanpak waarbij elk reismerk geheel op zichzelf staat, los van de organiserende instantie ‘Travelbase’ maakt ons volgens mij wel uniek in de sector.”, legt hij uit.

“Wie terecht komt op de website van onze ‘Lapland Travel’, weet dus ook niet onmiddellijk dat dezelfde organisatie ook rally’s organiseert of festivalreizen naar Budapest. Heel wat mensen kennen onze reizen dus wel, zonder daarbij ooit van de naam Travelbase gehoord te hebben.

De keuze om elk van de nichemerken een eigen website en sociale mediakanalen te geven en dus elk voor zich in de kijker te zetten op het internet, is iets wat ons heel wat bijkomend werk oplevert. Wij zijn er echter wel van overtuigd dat je, bij het aanbieden van alle trips via één website, de gebruikelijke manier van heel wat touroperators dus, al snel vast komt te

zitten in één specifieke doelgroep die geassocieerd wordt met een bedrijfsnaam: 'Travelbase? Dat is voor dié specifieke doelgroep', waardoor heel wat andere mogelijkheden niet worden benut.", klinkt het gedreven. "Bovendien, kom je op die manier snel als de specialist ter zake bovendrijven als het over een specifieke soort reis gaat, dus ook internetgewijs is dit volgens mij een goede aanpak."

De reisorganisator als aanbieder van belevingen, niet als zoekmotor

"Travelbase is niet zozeer een pakketsamensteller van transport en hotel. Wij focussen bij het opstellen van de diverse reizen die we aanbieden, vooral op de productiekant van het reizen. De types reizen die we bij Travelbase aanbieden, brengen om die reden ook altijd een bepaalde complexiteit met zich mee die je niet zomaar kunt evenaren door gewoon vlucht, hotel en excursie te boeken. Het gaat om belevingen die toch enige organisatie vragen, zoals een 'Sail Trip' of een 'Iceland Trail': je trekt nu eenmaal niet zomaar zonder enige organisatie of ervaring langs de wandelpaden van IJsland, aangezien het daar ook soms kan sneeuwen en dat dus ook enig gevaar met zich mee kan brengen.



Bij Travelbase hebben we dus niet de extreme avonturiers mee, maar wel de mensen die graag iets uitdagends of avontuurlijks zouden willen doen, zoals een kanotrip bijvoorbeeld, maar toch graag iet of wat begeleiding zouden willen tijdens de organisatie vooraf en tijdens de reis zelf.

Om te bepalen welke reizen we precies willen organiseren, kijken we dus eerst en vooral naar

welk avontuur we willen aanbieden, dan pas naar de specifieke bestemming. Bestemming is bij ons dus niet de eerste keuze die we maken, pas in tweede instantie komt die aan bod.", legt Simon uit.

"Elk van de reizen die we organiseren, zien we bij Travelbase ook als een project of evenement. Bijna niemand van het team heeft trouwens een achtergrond in toerisme. De meesten van ons zijn eventmanagers, ongetwijfeld één van onze sterktes waardoor we de productieve kant van het reizen veelal tot een goed einde kunnen brengen en onze plaats op de markt geleidelijk aan hebben veroverd.", verduidelijkt Simon gepassioneerd.

"De wereld is intussen zo transparant geworden dat, als je als aanbieder van pakketreizen nog het verschil wil maken voor de klant, je óf op zo'n grote schaal reizen moet organiseren dat het bij jou voordeliger wordt dan wanneer de klant zelf aan de slag gaat óf het allerbeste IT-platform moet maken waar mensen zelf hun reis makkelijk op kunnen uitdokteren, maar in dat laatste geval vind ik niet dat er dan nog sprake kan zijn van een reisorganisator of touroperator, maar eerder van een zoekmotor.

Een reisorganisatie kan volgens mij vandaag zeker nog zijn nut bewijzen door het menselijke aspect dat steeds met reizen gepaard gaat: de gidsen die aanwezig zijn om de klant wegwijs te maken ter plaatse of de organisatoren die de gewenste ervaring op mensenmaat kunnen aanbieden en uitwerken, dat is vandaag de echte kracht van de gespecialiseerde reisorganisator, zeker sinds de coronacrisis."

"De coronacrisis is het beste wat ons als bedrijf kon overkomen"

"Toen de coronacrisis net begon, waren wij, ongetwijfeld zoals zovelen in de sector, in eerste instantie wat verlamd aangezien het erg moeilijk was om precies in te schatten wat ons nog te wachten stond. We zijn er echter vrij snel in geslaagd om de spreekwoordelijke tweede adem te vinden en hebben toen heel wat nieuwe concepten opgezet, niet ver van huis.

Van elk reismerk zijn we aan de slag gegaan om een lokale variant te maken, van de 'Canoe Trip' bijvoorbeeld, hebben we een concept opgezet waarbij reizigers er met een opblaasbare rubberboot twee dagen op uit kunnen trekken in de Ardennen.

Meer zelfs, deze crisis zal volgens mij later het beste blijken wat ons als bedrijf kon overkomen. We hebben zoveel nieuwe concepten opgestart en nieuwe inzichten gekregen dat het een start zal betekend hebben voor de toekomst. De coronacrisis was zonder twijfel een uitdaging, maar wel één die ons heel wat energie en zuurstof heeft gebracht.

Wij zijn ook medeorganisator van 'Het Grote Bevrijdingsfeest' die normaal zal plaatsvinden op vrijdag 30 juli: Tom Van Damme, de zoon van

vaccinoloog Pierre Van Damme, is één van de grootste trekkers van onze jongerenprojecten. Het idee om een uitbundig feest te organiseren als het weer kan, is er vooral gekomen om het optimisme te behouden en een ankerpunt te creëren waar de jeugd zich aan kan vasthouden. We willen vooral een positieve boodschap geven: 'Op een dag is de hele crisis voorbij en kunnen we weer volop genieten van het leven'."

"Mijn verdere ambitie? Verder doen zoals we nu bezig zijn: gezonde groei nastreven met Travelbase om geleidelijk aan de grootste nicheoperator in Europa te worden. We verkopen intussen al in Frankrijk, Nederland, België en Duitsland, dus we zijn goed op weg", sluit Simon vastberaden af. •



KORTE VRAGEN KORTE ANTWOORDEN

Bestemmingen die nog je lijstje staan?

“Tijdens het reizen maakt de bestemming mij echt niet zoveel uit. Ik zou wel graag nog een reis aanbieden te paard, in Oost-Europa bijvoorbeeld of Kirgizië. Verder staat een wandeltrail in Schotland of Jordanië ook nog op de planning of een reis met rotsklimmen in de Pyreneeën bijvoorbeeld.”

Is dit een job die je voor de rest van je leven wil doen?

“Ik denk het wel, zolang de job me blijft triggeren en uitdagen zoals nu en er geen dag passeert waarop je je vervelt, denk ik dat ik deze job nog heel lang zal doen.”

De eerstvolgende reis die je absoluut zou willen maken?

“Japan, die is helaas geannuleerd. Ik vind de Japanse cultuur heel bijzonder, dus dat zal mijn eerstvolgende reis zijn.”

Interessante boeken die je onlangs hebt gelezen of podcasts die je kan aanraden:

“Only 2 seats left, John Anderson. Een reisboek zoals het hoort, met een heel boeiend verhaal ook.”

Wat gaat er altijd mee in je koffer?

“Mijn e-reader gaat altijd mee, zelfs op een prospectie van bijvoorbeeld 2 dagen. Als er een dood momentje is, kun je dan altijd wel wat lezen. “

Wat doe je zelf voor het behoud van het milieu?

“Bijna al onze reizen zijn binnen Europa, en dus met de bus. Tijdens onze natuurreizen is één van onze credo's is ook het 'Leave no trace'-principe. Dat principe hebben we ook wel wat moeten leren en bijsturen, in het begin met 'Route du Soleil', was dat met de deelnemers, vaak studenten, een ramp maar intussen zijn we daarin wel gegroeid. We werken ook samen met een aantal ngo's om, wanneer we vluchten verkopen, de CO2 te compenseren. “

Praktische details over het grote bevrijdingsfeest zijn te vinden op de [website van Route du Soleil](#).

 **Eline Van Wynsberghe**
 **Eline Van Wynsberghe en Travelbase**

Bedrijfsinformatie

Opgericht: 2013

Aantal kantoren: 3, Gent, Amsterdam en Brussel

Lid van: VVR

Aantal medewerk(s)ters: 40

Omzet Travelbase Group 2019: € 20 miljoen

Omzet Travelbase Group 2020: € 11 miljoen

Prognose omzet 2021: € 17 miljoen

Telefoon: +32 9 296 48 50

e-mail: info@travelbase.eu

website: www.travelbase.eu

BV's & hun reisperiodes

Gert De Mangeleer

Een ondernemende ambachtsman

Samen met zijn partner in crime Joachim Boudens plukte Gert De Mangeleer in amper vijf jaar tijd drie Michelinsterren van de gastronomische hemel die een terechte waardering vormden voor het succulente eetparadijs Hertog Jan. Vijftien jaar lang werd bij dag en bij nacht aan de weg getimmerd en wat startte in een frisse wijnbrasserie werd bekroond met het fine diningrestaurant in het prachtige domein De Pleyne te Zedelgem.

Groot was de verwondering bij lekkerbekken allerhande toen bleek dat het bijzonder getalenteerde duo in de vrijdagochtend 21 december 2018 om 01u34 daar hun laatste klanten uitwoufde.

“We waren duidelijk toe aan nieuwe uitdagingen”, benadrukt de uit Dendermonde afkomstige Gert De Mangeleer (43), “en ondertussen hebben we een hele resem nieuwe concepten uitgewerkt. In deze bange covid-19 tijden hebben we niet stilgezeten en straks zijn we naast Brugge, ook in Gent en Antwerpen aan de slag en we gaan er – al zeg ik het zelf – opnieuw vol vuur en enthousiasme tegenaan.”



“Mijn moeder was een talent in de keuken en mijn vader, die kinesist was, ging ook regelmatig in onze moestuin en boomgaard aan het werk”, vertelt Gert De Mangeleer. “Er stond bijna altijd een pot op de kachel en er was huisgemaakte confituur. Ik bedoel, de sfeer van gezond en lekker eten was er dagelijkse kost. Van jongs af aan wist ik dat ik in die richting wilde voortgaan. Toen ik 15, 16 jaar was bakte ik als vakantiejob een tijdje in een friture verse frietjes en ging ik af en toe wat helpen in een restaurant. Na mijn middelbare studies trok ik onder impuls van mijn toenmalige vrienden naar Leuven, waar we ons zouden inschrijven voor de studies handelsingenieur. Eens aangekomen te Leuven, nam ik echter de trein naar Brugge en schreef me in voor de Hotelschool Ter Groene Poorte. Ik heb daar een tweejarige praktijkopleiding gevolgd, maar vooral veel aan zelfstudie gedaan. Ik ben overigens al heel mijn leven getriggerd om bij te leren. Ik ging lang niet altijd naar de les want als ‘streber’ werkte ik liever in bistro Du Phare aan de Dampoort en ’s avonds zat ik op de Eiermarkt, waar ik in het nachtleven overigens mijn vriend voor altijd, Joachim Boudens heb leren kennen.”



Stages die kunnen tellen

“Ik heb veel te danken aan de twee stages waar ik tijdens mijn studies terechtkwam. Dat was eerst in 1999 in De Bokkendoorns in het

Nederlandse Overveen. In dit restaurant met 2 Michelinsterren heb ik flink wat opgestoken van de legendarische chef Lucas Rieve, al mocht ik de eerste twee dagen telkens 13 kisten met tuinbonen kuisen. Eens ik echt in de keuken mocht opdraven, was dat een totaal nieuwe wereld die voor mij openging.

Mijn tweede chef was Philippe Serruys van De Gouden Harynck in Brugge, die me zei dat ik maar één jaar mocht blijven omdat ik dan duidelijk aan een eigen restaurant toe was. Ik heb toen nog gesolliciteerd bij Geert Van Hecke. Ik werd in De Karmeliet overigens overdonderd door de grandeur van deze eettempel en ik stond daar echt met mijn mond vol tanden en kreeg de job niet.

In 2002 kon ik beginnen bij Danny Horseele van 't Molentje in Zeebrugge. Ik heb daar uiteindelijk zes jaar gewerkt, waarvan drie jaar samen met Joachim Boudens, die in 2004 als sommelier laureaat werd van de prestigieuze Prosper Montagné-wedstrijd. We hebben in 't Molentje blijkbaar goed werk geleverd want het restaurant kreeg in die periode ook een tweede Michelinster.”

Op naar Hertog Jan

“Eind 2005 was het zover. We namen Hertog Jan in Sint-Michiels over en in 2014 stapten we over naar de nieuwe Hertog Jan, die een onderkomen vond in de gerestaureerde hoeve De Pleyne te Zedelgem. Na een aantal financiële hindernissen – gebudgetteerd op 2 miljoen euro, heeft het ons uiteindelijk 4,2 miljoen euro gekost – met daaraan gekoppeld een mentale opdoffer van formaat, hebben we er toch een ongelofelijk succesverhaal van weten te maken. We verwelkomden soms tot 140 gasten per dag.

In vijf jaar tijd haalden we 3 Michelinsterren binnen, waarbij ik toen blijkbaar de jongste chef ooit was die dit presteerde. Op een bepaald moment werd ik zelfs uitgeroepen tot Europese chef van het Jaar.”



Culinaire ambassadeur

“Toerisme Vlaanderen stelde me aan als culinaire ambassadeur en ik reisde toen beroepshalve een paar keer per jaar naar het verre buitenland, voornamelijk naar Azië en veel naar Japan – waar ik zelfs tot tweemaal toe voor de keizerlijke familie heb mogen koken –, maar ik heb in de keuken gestaan in Hongkong, Taiwan, De Filipijnen, China en Thailand. Aziaten zijn evenzeer geïnteresseerd in de Europese keuken en regelmatig stonden hier Japanse en Chinese tv-ploegen aan de deur, maar ook chefs uit die landen kwamen zich bij ons bekwamen. Ook voor de reizen met het gezin gingen wij al eens meer de Aziatische toer op. Bestemmingen waarvoor we dan wat graag bij de reisagent boekten. Overigens ben ik ervan overtuigd dat er voor de reisagent, die voorlopig moeilijk buiten Europa aan de slag kan, nog heel wat werk is weggelegd om de potentiële klant naar de vele – en meestal zo goed als onbekende – binnenlandse pareltjes te loodsen. Zo ben ik recent nog met mijn echtgenote naar Bachte-Maria-Lerne getrokken en dat was een ongelooflijke verademing en zelfs een behoorlijk deugddoende zuurstofinjectie als dichtbij-beleving.”

“Ons heruitvinden”

“Covid-19 is vanzelfsprekend een ramp, maar de ons opgelegde sluiting heeft ons extra aan het denken gebracht en we hebben een aantal ingrijpende structurele aanpassingen op poten gezet. Binnenkort openen we drie nieuwe zaken. BABU met speciaal ontwikkelde broodjes, Bunnars genaamd en triple cooked Babu fries in een puntzak verhuist in juli van 't Zand in Brugge naar de Sint-Pietersnieuwstraat in Gent. In augustus openen we een Bar Bulot in de Lange Gasthuisstraat in Antwerpen en in september komt daar Hertog Jan at Botanic bij op dezelfde locatie.

We gaan er opnieuw vol enthousiasme tegenaan. We willen ons opnieuw heruitvinden, maar dan op een ietwat kleinere schaal, waarbij we opteren voor meer plezier dan stress. We zijn met andere woorden op weg naar een nieuwe stap in onze loopbaan, waarbij we focussen op de verdere uitbouw van onze Hertog Jan*** Restaurant Group en we zijn ervan overtuigd dat we met onze nieuwe horecaprojecten onze gewaardeerde gasten zullen blijven prikkelen en honoreren.” •

Bedrijfsinformatie

Hertog Jan***Restaurant Group

Vestigingen:

Factory (centraal hart, voorbereidingskeuken en eventlocatie voor events tot 300 man): Loppemsestraat 52 te 8210 Zedelgem, info@hertog-jan.com

Bar Bulot (Brugge en Antwerpen) www.barbulot.be

BABU (Brugge en straks Gent) www.ba-bu.be

LESS Eatery (Brugge) www.l-e-s-s.be

Hertog Jan at Botanic (Antwerpen) www.botanicantwerpen.be

Iceconing softice (Brugge) www.iceconic.be

Aantal medewerkers: 40 en wellicht 70 tegen augustus a.s.

Omzet: 3,5 miljoen euro in 2019, zou moeten verdubbelen tegen eind 2021.

KORTE VRAGEN KORTE ANTWOORDEN

Indien je geen chef was geworden, wat dan wel?

Architectuur, zei me ook altijd heel wat.

In de keuken voor de rest van je leven?

Ik wil blijven ontdekken en combineren, ik denk dat ik nooit met pensioen zal gaan.

Zie je jezelf meer als chef dan als ondernemer?

Als een ondernemende ambachtsman.

Heb je ook een onhebbelijke karaktertrek?

Soms twijfel ik veel en ben ik wat onzeker en dat komt zonder twijfel uit mijn niet aflatende drang naar perfectie.

Mocht je een dier zijn?

Een hondje (van Joachim), grapje!

Wat maakt je gelukkig?

Een perfecte balans tussen werk en vrije tijd.

En ongelukkig?

Oneerlijke mensen en onrecht.

Op wat ben je fier?

Op mijn gezin en op hetgeen we met het hele team hebben verwezenlijkt.

Van wat lig je soms wakker?

Ach, mijn hoofd staat nooit stil.

Mocht je het allemaal kunnen of moeten herdoen, wat zou je dan anders doen?

Weinig want ik ben trots op mijn parcours, maar ik vind wel dat ik bij het begin van mijn loopbaan een aantal medewerkers wat te hard heb aangepakt.

Mooiste bestemming?

Japan en het 'kappertjeseiland' Salina in de Middellandse Zee.

Mooiste bestemming nog te doen?

Nieuw-Zeeland en Australië.

Je favoriet eigen gerecht?

Mijn collectie tomaat.

Beste gerecht ooit in buitenlands restaurant?

Gekarameliseerde ginkgonoten in miso, geserveerd in een blad van de ginkgoboom op een individuele barbecue en dit in het restaurant Miyamazou in Kyoto (2 Michelinsterren).

Lievelingsrestaurants in Brugge?

Rock-Fort en Sans Cravate.

Lievelingen buiten Brugge?

Hof van Commerce in Stavele, Lewis Antwerpen, Bistrot Du Nord Antwerpen en Bozar Brussel.

Wat lees je?

Enkel kookboeken want ik wil nog wat tijd overhouden voor mijn gezin en om te sporten.

Ben je begaan met het milieu?

Zeer zeker. We kweken onze eigen groenten en kruiden en serveren bij voorkeur lokale producten, al moet ik eerlijk bekennen dat ik soms wat schaamrood vertoon over mijn CO2-voetafdruk vanwege mijn vele vlieguren.

Omschrijf in enkele woorden

Hotelschool Ter Groene Poorte: de basis van mijn opleiding

Lucas Rieve: mijn eerste leermeester

Philippe Serruys: lanceerde mij in de culinaire wereld

Joachim Boudens: partner in crime, mijn broer, mijn maat, mijn beroepspartner, mijn uitlaatklep, mijn...

Danny Horseele: chef die me steunde en stimuleerde

Michelin: instituut, de rode bijbel in de gastronomie

Geert Vanhecke: respect en bewondering

Peter Goossens: nog een gastronomische 'god' waar ik altijd al naar opkeek

Covid-19: frustratie alom

Brugge: mooie stad om in te wonen, om iets te ondernemen iets minder

Frituur Bosrand: prima adres als je terug komt van reis, zeker met de familie

 [Yves Slabbinck](#)

 [Gert De Mangeleer](#)





Exclusief voor VVR-leden

Bestel met code WVL

Via tickets-for-parks.be



Travel Trends

4 trends die reizen nieuw leven inspireren

Decius Valmorbida - President, Travel, Amadeus

Was 2020 het jaar waarin de vrijheid om te reizen in de ijskast werd gezet, deze zomer zal in sommige delen van de wereld een geleidelijke dooi intreden. Aangezien de omstandigheden op de verschillende continenten sterk uiteenlopen, is het duidelijk dat het herstel gevarieerd en gefragmenteerd zal zijn.

Maar ondanks alle onzekerheden blijven we optimistisch over de langetermijntoekomst van het reizen. Uit de hospitalitygegevens van Amadeus blijkt dat het vertrouwen van de reiziger toeneemt met een stijging van +60% in netto reserveringen sinds het begin van het jaar.

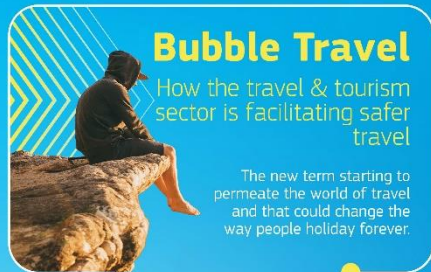
Zoals in alle sectoren is innovatie de belangrijkste factor. Het leven van veel mensen is veranderd op manieren die weinigen zich hadden kunnen voorstellen, ook voor al diegenen die in de reisindustrie werken. Nee, we zullen niet snel naar het 'normale' terugkeren. Toch is er een nieuw normaal, dat zich aanpast aan de realiteit van de pandemie.

Onder onze gezinnen, vrienden, collega's en klanten zijn we getuige geweest van buitengewone veerkracht en vindingrijkheid. De reissector - die in de voorgaande jaren al een geleidelijke evolutie had doorgemaakt, grotendeels onder impuls van de technologie - heeft zichzelf in enkele maanden tijd opnieuw uitgevonden.

Van bubbelresorts en reiscorridors tot de opkomst van “workcations” en een nieuw ras van duurzaam bewuste consumenten, de huidige kaart is bijna onherkenbaar van die van 2019 en 2020.

Het voorspellen van de toekomst is uitdagender dan ooit. Maar door gebruik te maken van de grote hoeveelheden gegevens die we tot onze beschikking hebben, zijn we erin geslaagd om enkele trends op hoog niveau te identificeren. Hoewel de bevindingen nog kunnen evolueren, zijn er duidelijke indicatoren van wat er in de rest van 2021 in het verschiet kan liggen met de verdere uitrol van vaccins. Met het oog op [Rebuild Travel](#), zijn hier vier trends die volgens ons het reizen dit komende vakantieseizoen zullen bepalen - of dat nu de zomer op het noordelijk halfrond of de winter op het zuidelijk halfrond is.

4 trends sparking new life into travel



Bubbel Travel

Hoe de reis- en toerismebranche veiliger reizen mogelijk maakt

Hoe reis je veilig naar het buitenland tijdens een pandemie? Denk aan bubbels. We hebben het hier niet over de tonic in je favoriete vakantiecocktail, maar over het fundamentele kader dat mensen in staat stelt van het ene land naar het andere te vliegen.

Deze bubbels variëren aanzienlijk in grootte, van individuele Covid-veilige eigendommen tot resorts - en, op grotere schaal, veilige reiscorridors tussen landen. Onlangs werd een luchtbel gevormd tussen Australië en Nieuw-Zeeland.

Intussen promoten individuele hotels zichzelf als bubbelresorts, waar gasten in groepen kunnen samen reizen en samen van een vakantie kunnen genieten zolang ze een negatieve Covid-test hebben. De Maldiven zijn een goed voorbeeld: de geografie van het land bestaat uit honderden afgelegen eilandresorts die fysieke afstand mogelijk maken te midden van enkele van 's werelds meest adembenemende uitzichten.

We hebben een toename van 66% gezien in zoekopdrachten vanuit de hele wereld voor twee weken durende reizen naar de Maldiven in vergelijking met dezelfde periode in 2019.

Reisbureaus spelen ook een belangrijke rol bij het samenstellen van het perfecte bubbelpakket voor reizigers. De gegevens van Amadeus laten een lichte toename zien van pakketreizen, zowel online als offline, vooral voor mensen die samen reizen als gezin of groep, met kinderen. [Friedrich Joussen van TUI](#), bijvoorbeeld, zei: "We zijn optimistisch over de zomer" en verwachtte tot 75% van zijn normale schema uit te voeren.

Waar het hier op neerkomt is dat veiligheid op de eerste plaats komt. Mensen uit landen die erin geslaagd zijn de pandemie in te dammen, voelen zich meer op hun gemak als ze naar landen met een soortgelijke staat van dienst reizen.

Nu de onzekerheid blijft voortduren, heeft de groei van Bubble Travel belangrijke gevolgen voor gezondheidspaspoorten. Uit een recent onderzoek van Amadeus blijkt dat meer dan 90% van de reizigers zich op hun gemak zou voelen bij het gebruik van een digitaal gezondheidspaspoort voor toekomstige reizen.

Down under in Australië is de zoekvraag naar internationale routes grotendeels vervangen door binnenlandse en bubble routes voor juni tot en met augustus. De ooit top Sydney naar Londen route viel uit de top plek, vervangen door Sydney naar Melbourne, terwijl de vraag naar de Sydney naar Auckland bubble route met 77% groeide in dezelfde periode ten opzichte van 2019.

Deze trend is bijzonder belangrijk voor Nieuw-Zeeland. Vóór de pandemie waren de 1,5 miljoen Australiërs die elk jaar Nieuw-Zeeland bezochten goed voor 40% van alle internationale bezoekers - een percentage dat zeker zal stijgen.

Ook de cruisesector is op weg naar een heropleving, dankzij strikte regelingen op grond waarvan alle passagiers voor vertrek moeten worden gevaccineerd, gevolgd door regelmatige tests tijdens de reis. Gezien de moeilijkheden waarmee deze sector van de reisindustrie te kampen heeft, kunnen deze maatregelen een welkome en hoognodige stimulans betekenen.

Workcation

De toenemende levensvatbaarheid van een flexibel nomadisch arbeidsleven.

De manier waarop we werken is al enkele jaren aan het veranderen, maar dit proces werd versneld door de combinatie van een wereldwijde pandemie en de opkomst van videoconferenties. Dat geldt in het bijzonder voor de nieuwe generatie digitale nomaden die het kantoor achter zich hebben gelaten voor een van-werk-naar-alles-model.

Sommigen noemen het bleisure ("individuele vrije tijd combineren met professionele zakelijke verplichtingen wanneer ze in het buitenland zijn"), maar wij hebben het liever over de opkomst van de workcation. Het concept van werken op afstand vanuit een koffiebar of een strandtent is niet nieuw, maar het afgelopen jaar is de droom gedemocratiseerd.

Uit een recente [Harris Poll](#) blijkt dat 74% van de Amerikanen een workcation zou overwegen. En terwijl het vroeger een paar avontuurlijkelingen waren die het vertrouwde achter zich lieten om te werken in een hotel aan het strand of een langetermijnhuis in de bergen, blijkt uit onze gegevens dat velen het al doen.

Snelle uitstapjes naar het Caribisch gebied - een populaire workcation-bestemming - namen een duikvlucht in vergelijking met 2019, waarbij zoekopdrachten naar een verblijf van één dag met 79% daalden, terwijl langere verblijven van meer dan 14 dagen met 43% stegen.

Wereldwijd zagen we een stijging van 41% in het aantal zoekopdrachten voor 30-daagse verblijven, hoewel de regio's aanzienlijk verschilden.

In de VS, bijvoorbeeld, was de stijging meer gematigd, met een 2% stijging voor reizen van meer dan 14 dagen. In Frankrijk en Spanje zagen we echter een stijging van respectievelijk 75% en 52% in zoekopdrachten voor 30-daagse verblijven.

We kunnen alleen maar zien dat deze trend zich uitbreidt, naarmate landen uit hun lockdowns komen en meer vermoeide werknemers een ingehouden verlangen loslaten om er even tussenuit te gaan voor een frisse wind.

De logica van werkvakanties is overtuigend, omdat ze reizigers in staat stellen vluchten te boeken op momenten dat er minder vraag is, waardoor ze zowel geld als stress besparen. En voor degenen wier levensstijl het toelaat, is het moeilijk om de allure te negeren van het inbellen op kantoor vanuit zonnige idylles in Barbados, Anguilla en Kroatië (die allemaal programma's hebben gelanceerd om nomadische werknemers aan te trekken).

Indulgent Travel

Hoe een hernieuwde reislust ervoor zorgt dat consumenten meer verwennende reizen boeken.

Als er één voordeel was aan het feit dat we het voorbije jaar grote delen van het jaar virtueel huisarrest hadden, dan was het wel het onvermogen om veel uit te geven. Grote etentjes, vakanties en zelfs bruiloften werden ofwel terugged Schroefd of helemaal geannuleerd. De huttenkoorts is nog nooit zo hoog geweest!

Uit de gegevens van Amadeus blijkt dat een aantal van de meest geboekte reizen duidelijk naar het toegelijke neigt. Bovenaan de ranglijst staan de inwoners van Parijs en Los Angeles, die in groten getale naar high-end strandresorts trekken.

De voorkeur van Franse reizigers gaat uit naar de Caraïbische oorden Martinique en Guadeloupe, terwijl hun Amerikaanse neven naar Cancún, Mexico en Hawaï trekken. De volgende op de lijst zijn de burgers van Moskou - Moskovieten vliegen in drommen naar de zonovergoten Zwarte Zee.

Opvallend is dat Cancún, Mexico van buiten de top 50 van meest gezochte bestemmingen naar nummer vier wereldwijd is gestegen en zwaargewichten met strenge grensbeperkingen, zoals Parijs en Bangkok, heeft ingehaald.

De frustratie over het feit dat we tijdens de pandemie aan huis gekluisterd zijn, is zo groot dat sommigen de term 'Revenge Travel' hebben bedacht om dit fenomeen samen te vatten. Wij geven er de voorkeur aan het "toegeeflijk reizen" te noemen, omdat alles erop wijst dat reizigers het absolute maximum uit hun reis halen.

Uit een recente enquête van [The Vacationer](#) blijkt dat 25% van de Amerikanen van plan is om na de pandemie vaker te reizen, om de verloren tijd in te halen.

Uit onze eigen gegevens blijkt dat reizigers dit jaar veel vroeger - met 27% - met hun zoektocht naar een vakantie beginnen. In Hongkong bijvoorbeeld is de zoekperiode vooraf met 23% toegenomen, waarbij reizigers twee weken eerder dan in 2019 met hun zoektocht zijn begonnen.

En terwijl cruiseschepen over de hele wereld beperkt waren tot dokken, vaart de Quantum of the Seas sinds december vanuit Singapore. Viking Cruises, van hun kant, hebben net het eerste luxe cruiseschip onder Chinese vlag gelanceerd vanuit de haven van Qianhai, Shenzhen.

Conscious Travel

Hoe reizigers op zoek zijn naar meer duurzame en bewuste reismogelijkheden.

Uit onze gegevens blijkt dat mensen 27% eerder dan voorheen onderzoek doen naar hun reizen, dan in dezelfde periode in 2019. Dit laat zien dat reizigers veel nadenken over het plannen van hun volgende reis - zowel op het gebied van veiligheid als op het gebied van milieu- en sociaal bewust zijn van hun keuzes. Wij noemen dit Conscious Travel.

Als het gaat om persoonlijke veiligheid, laten de gegevens van Amadeus een driecijferige stijging zien in de aankoop van reisverzekeringen bij boekingen in de aanloop naar de zomer. Dit geeft aan dat reizigers zich meer bewust zijn van hun veiligheid tijdens het reizen. Luchtvaartmaatschappijen en luchthavens hebben op dit 'grote veiligheidswaken' gereageerd met meer touchless technologie en off-site incheckmogelijkheden. Bij Amadeus faciliteren we dit via ons [Safe Travel ecosystem](#).

Net zo interessant is de toename van de vraag naar autoverhuur. De mobiliteitsexperts van Amadeus suggereren dat dit een gevolg zou kunnen zijn van het feit dat reizigers meer persoonlijke veiligheid willen en ervoor kiezen om privé met de auto naar hun bestemming te reizen. Deze toename heeft druk uitgeoefend op autoverhuurbedrijven die vorig jaar op het hoogtepunt van de pandemie het aantal voertuigen hebben teruggeschroefd om de overhead te beperken.

Autoverhuur is van oudsher een bijkomstigheid, na hotels en vliegtickets. Uit de gegevens van Amadeus blijkt dat dit nog steeds het geval is: meer dan een kwart van alle zoekopdrachten naar huurauto's vindt binnen zeven dagen plaats. Reizigers moeten zich bewust zijn van dit tekort aan auto's en de huur deze zomer ver van tevoren plannen. Op sommige bestemmingen is het tekort zelfs zo groot dat toeristen bestelwagens en vrachtwagens huren in plaats van een huurauto.

Als het gaat om het meer milieuvriendelijk en sociaal bewust, toont [Amadeus Research](#) aan dat een derde van de millennials meer beschikbaarheid van duurzame reizen opties en manieren om hun koolstofuitstoot te verminderen tijdens het reizen zou willen zien. Het was een vergelijkbaar verhaal over alle leeftijden en wereldwijde markten, met een op de vier die deze inzet voor Bewust Reizen deelden.

Veel vervoerders omarmen de duurzaamheid golf die lijkt te zijn versneld te midden van de pandemie. Eerder dit jaar stelden [reisbrancheverenigingen](#) een plan voor om de Europese luchtvaart tegen 2050 koolstofdioxide (CO₂)-nul te laten uitstoten. Vliegtuigen op waterstof en duurzame vliegtuigbrandstoffen staan bovenaan de agenda van de luchtvaartmaatschappijen en we verwachten dat sommige reizigers hun reiskeuzes zullen aanpassen op basis van dergelijke verbeteringen.

Dit plaatst de reisindustrie in een positie van grote verantwoordelijkheid. Consumenten willen duurzame en bewustere keuzes maken en naarmate het reizen toeneemt, zal er meer druk op de industrie komen om precies aan te geven wat er wordt gedaan om de planeet te beschermen en te begrijpen hoe reizen een positieve invloed heeft op lokale gemeenschappen.

Regeringen dragen ook hun steentje bij door stimulansen te bieden om groener te reizen, zoals kortingen op treintarieven. Het Spaanse staatsbedrijf Renfe is daar een voorbeeld van en heeft onlangs aangekondigd de tarieven voor de zomer te verlagen. Ook heeft de Europese Unie 2021 uitgeroepen tot het Europese Jaar van het Spoor.

Methodologie

Deze reistrends worden ondersteund door data-analyse uitgevoerd van 26 april tot 11 mei, 2021 van zoekopdrachten voor vertrekken van juni tot augustus. Geanonimiseerde, geaggregeerde gegevens werden onderzocht vanuit GDPR-conforme Amadeus-oplossingen.

Dit werd ondersteund door deskresearch en informatie van betrouwbare partners uit de sector.

Amadeus Air Search Travel Data is de meest complete suite van luchtgegevens in de reisindustrie en omvat winkeltransacties uitgevoerd door +2.500 klanten, waaronder 's werelds top reisbureaus. Het bestaat uit geconsolideerde gegevens die worden gegenereerd door dagelijkse transacties.

Amadeus Demand360® is de enige business intelligence oplossing die actuele toekomstgerichte bezettingsgraden biedt voor hotels en geselecteerde concurrerende sets. Bezettingsinformatie vertegenwoordigt daadwerkelijk verkochte kamers, inclusief marktsegment en kanaalstatistieken.

De Droomverkopers

Deel III

2002, 25 april, Raad van bestuur en Algemene Vergadering VVR

De raad van bestuur beslist dat de VVR lid wordt van het OVV (Overlegcentrum voor Vlaamse Verenigingen).

De VVR sluit aan bij de Meditheek, een commerciële organisatie die duizenden artikels verzamelt (zowel nationaal als internationaal) in verband met talloze onderwerpen. De VVR onderschrijft het item “reizen en toerisme”. Ondanks de geringe bijdrage voor de leden zijn er te weinig aansluitingen. Dit uitstekend initiatief bloedt dan ook op termijn dood.

De raad van bestuur aanvaardt als lid: (6015) **Service Reizen Bart**, Desselgem.

De Algemene Vergadering verkiest Walter Capiau, John Van Wulpen en Alain Varenne tot nieuwe bestuurders.

Walter Capiau werd geboren in Schendelbeke, nabij Geraardsbergen op 25 oktober 1937 als vijfde zoon in een rij van zeven kinderen van een (hoofd)onderwijzer. Eén van zijn broers, Hugo (+), was arts en burgemeester van Massemen, twee andere doctor in de rechten, waaronder Dirk die zijn ganse carrière voor Sabena in het buitenland werkte.

Walter deed Grieks-Latijnse in het Sint Lievenscollege in Gent en vervulde in afwachting van een definitieve toekomstkeuze, zijn legerdienst als reserveofficier bij de luchtmacht. Hij hield er een fascinatie voor alles wat vliegt aan over, inclusief een eigen vliegbrevet.

Na zijn legerdienst meende Walter het licht gezien te hebben en hij trad in het Bisschoppelijke Seminarie, waar hij naast het gewone programma, ook Germaanse filologie studeerde. Maar het celibaat beviel hem niet echt en na drie jaar achtte hij het voor bekeken. Walter haalde nog snel een diploma in de godsdienstwetenschappen en werd de volgende tien jaar (1965-1975) godsdienstleraar.

Ondertussen bouwde hij parallel een carrière op bij de radio, waar hij Capriolen presenteerde, waarvoor hij in 1972 de radio Oscar kreeg.

Nota van de redactie:

De teksten van De Droomverkopers vormen geen standpunt van de VVR en vallen dus niet onder de aansprakelijkheid van de VVR, noch van haar bestuur, noch van haar hoofdredacteur.

De Droomverkopers geeft een eigenzinnige, scherpe en boeiende kijk op de geschiedenis van de reissector. Het is de auteur, Antoon Van Eeckhout, die terzake de volledige verantwoordelijkheid draagt voor zijn standpunten en visie.

Later maakte hij de overstap naar de televisie wat hem megakijkcijfers bij *Tienerklanken*, *Magesien*, *Binnen en buiten* en *Hoger Lager* opleverde. In 1989 volgde hij Guido de Praeter (1946-2006, de producer van *Hoger Lager*) naar VTM en kreeg meteen het programma *Rad van Fortuin* toegewezen.

Eerder toevallig belandde Walter in de reiswereld wanneer hij in 1975, na een examen, waar hij als eerste van 40 kandidaten uitkwam, directeur werd van Promotie Toerisme Oostende (PTO). Hij leerde er onder meer Rudolf Vanmoerkerke (+), toenmalig voorzitter, kennen. Maar de kleurloze bureaucratie, de ambtenarij en het politiek gekonkel beviel hem allerm minst en wanneer de drukker van de brochures van PTO (André Delrue), tevens franchisenemer van Europareizen in Oostende, hem voorstelde de Europareizen Groep te vervoegen werd hij met groot enthousiasme directeur van het Europareizen kantoor in Gent. Ik was toen zelf één van de partners in de groep en leerde hem in die hoedanigheid kennen.

Vanaf 1982 hield hij zich bijna full time bezig met zijn mediacarrière en ging hiervoor een samenwerking aan met Karl Putteman en zijn echtgenote Aurore Dobbelaere in het kader van het productiehuis Capiou Projects en sedert 1996 ook het reisbureau Capiou Projects Travel.

Van 2002 tot 2006 was hij bestuurder van de VVR en bij zijn afscheid werd hij aangesteld tot ere-bestuurder. Sedert 2004 trok hij zich geleidelijk uit het actieve zakenleven terug maar was nog prominent aanwezig in de Capiou Reisclub.

Walter had twee kinderen: Nathalie (°1969), actief bij het Filmfonds en Tom (°1973), master in Art Design.

Walter had het imago van een *lolbroek* en wij hebben samen hilarische momenten in binnen- en buitenland meegemaakt, maar nooit was hij plat of kwetsend. Voor mij was Walter de grappigste mens die ik ooit heb ontmoet. Maar de *echte* Walter Capiou was een bezadigd, wijs, tactvol, gevoelig, belezen, cultureel hoogstaand en uitermate goed mens en daarenboven een overtuigd Vlaming.

De media hebben Walter Capiou gemaakt maar jammer genoeg hebben zij hem, de laatste jaren van zijn leven, ook gebroken. Het roddelblad "Dag Allemaal" speelde hierbij een bepalende rol.

Walter was gelovig, misschien werd het in de Hemel, met al die saaie heiligen, nu een beetje vrolijker. Hij overleed op 4 oktober 2018 in Oostduinkerke ten gevolge van maagkanker

John Van Wulpen (2002-heden) wordt geboren in Oostende op 30 september 1965 als zoon van Jean (1929-1994), reisagent en autocarist (Belgian Coach Service) in Oostende. John studeert aan het Atheneum in zijn geboortestad en trekt dan naar het Hoger Technisch Instituut in Brugge (thans Vives) waar hij een A1 (thans bachelor) boekhouding haalt.

Na zijn legerdienst als KROO bij het Mobilisatiecentrum in Luik keert hij in 1986 terug naar het ouderlijk bedrijf, maar wanneer dit in 1989 wordt gestopt, vindt hij een betrekking buiten onze sector. Hij wordt verkoopsdirecteur grootdistributie voor Canon.

In 1999 halen (+) Raymond Roblain (Dream Travel) en Rudy Verburgh (Thalasso) hem binnen bij Selectair als *accountmanager*. In feite is John er de alles doende en voor alles verantwoordelijke, directeur. Hij voelt er zich goed, temeer daar hij ook via dit samenwerkingsverband zijn partner (Anja Vandekerckhove, Donair) ontmoet. Uit een vorige relatie heeft hij drie kinderen: William (°1994), Ellen (°1996) en Lisa (°1997).

Bij de VVR is John een rustige bestuurder die op een onnavolgbare wijze – voor zover nodig – de belangen van zijn werkgever coördineert met deze van de beroepsvereniging.

Alain Varenne (2002-2004), waarnemer namens UP AV in de raad van bestuur van de VVR van 1991-2002 en 2004-2012) werd geboren in Gent op 29 december 1954 als enige zoon van Gaston (°1924, neuro-psiater) en Huguette Baetslé (°1929, gewezen Sabena airhostess). Lager en middelbaar onderwijs deed hij in het elitair en Franstalig *Institut de Gand*, waarna hij naar de Gentse universiteit trok om er zijn licentie in de rechten te halen.

Na zijn legerdienst als reserve-officier-interviewer in het Klein Kasteeltje werd hij advocaat aan de balie van Gent en Oudenaarde (1977-1981). De wetboeken waren hem echter te saai en te moeilijk en in 1982 nam hij een vastgoedkantoor (Immo Service) annex een reisbureau als franchisekantoor van Royal Tours/Jetair in Ledeberg, over. In 1988 werd hij stichter-bestuurder van *Flash Travel* en bouwde de groep uit tot één van de grootste onafhankelijke reisketens van België. De afbouw van de supercommissies van de grote touroperators en enkele financiële tegenslagen in sommige van zijn bijkantoren (fraude en niet opvolgen van de rekeningen) deden hem echter de das om. Op 26 november 2012 werd Flash Travel failliet verklaard.

Alain was 17 jaar gehuwd met Jenou Van Campenhoud (ex- medewerkster van Generalcar en Transcontinental) maar verkoos later Aube Frenay als partner. Hij investeerde, ten koste van zichzelf en zijn bedrijf, aanzienlijke bedragen in het geestelijk en lichamelijk welzijn van zijn levensgezellinnen. Hij heeft twee adoptiekinderen, Caroline (°1979) en Chrystelle (°1993).

Alain was een teamspeler, moderator en verzoener. Het begrip en de redelijkheid stromen van hem af. Hij slaagde er dan ook in om alle functies die hij ambieert, behoudens enkele uitzonderingen, te verwerven. Ondermeer: ondervoorzitter, bestuurder en arbiter bij de Geschillencommissie; lid van het Franstalige technisch comité; voorzitter (1998), ondervoorzitter en bestuurder van UPAV; enz. Jammer voor hem, het waren bijna altijd onbetaalde functies.

Alain was een merkwaardig, soms vreemd man. In vergaderingen zat hij voortdurend, vrij irritant, op zijn GSM, nu smartphone te tokkelen, maar miste geen woord van wat er gezegd werd. Hij spreekt, schrijft en verstaat vele talen, waaronder het Gents, en is de meest perfecte bilingist die ik ken. Zijn politieke voorkeur weet hij meesterlijk te verbergen. Hij is Waal onder de Walen, Brusselaar onder de Brusselaars en Gentenaar onder de Vlamingen. Hij is superintelligent maar permitteert zich,

vermoedelijk ongewild, toch een vorm van naïviteit.

Sedert november 2012 was Alain CEO (!) van de bvba ARV Consult, die in januari 2019 echter werd ontbonden.

2002, 29 april, UFTAA

Tijdens de Algemene Vergadering van UFTAA in Johannesburg wordt een nieuwe voorzitter verkozen. Het betreft de Srilankees Udaya Nanayakkarra (°1951). Hij volgt Oscar Rueda Garcia uit Colombia op. Ondervoorzitter wordt Brian White uit Australië. Antoon Van Eeckhout wordt verkozen tot bestuurder. Udaya is de machtigste toerisme figuur van Sri Lanka. Hij is niet alleen reisagent en touroperator maar ook voorzitter van de nationale beroepsvereniging en van de landelijke Dienst voor toerisme. Zijn familieband met de toen regerende president is daar niet vreemd aan.

2002, mei, Europese/Gerling

De Europese neemt het groepsverzekeringscontract met de VVR inzake financieel onvermogen van Gerling Konzern over.

2002, 1 mei, Brussels Airlines

De Brit Peter Davies (°1950, ex DHL) wordt CEO van Brussels Airlines. Hij wordt geacht een team te worden met Rob Kuijpers, maar dit lukt niet echt.

2002, 9 mei, Technisch comité

Na een vernietigend Arrest van de Raad van State moet minister van toerisme, Renaat Landuyt, het TC opnieuw samenstellen. Hij maakt voortaan een onderscheid tussen de vertegenwoordigers van de beroepsverenigingen en van de reisbureaus. Dit onderscheid is louter theoretisch want, met uitzonderingen van Els Verhoest, treedt eenieder op namens de vereniging waarvan hij lid is.

De VVR omschrijft in de Hoogvlieger de nieuwe leden van het TC als volgt:

Carl Appels (°Turnhout 1942, FIT/FBAA), zaakvoerder De Trekvogel, Turnhout, gewezen secretaris-generaal van de VVR; liep over naar

de FBAA nadat de raad van bestuur van de VVR weigerde hem tot voorzitter te verkiezen.

Bart Brackx (°Oostende 1962, ABTO), ged. bestuurder van Jetair en van een aantal andere vennootschappen van de TUI groep. Vreemd toch dat de topman van de grootste touroperator nog de tijd vindt om in een “adviserend” orgaan te zetelen.

Veerle De Boeck (°Eeklo 1970, ABTO), juriste in dienst van de belangenvereniging van (grote) touroperators ABTO. Zelf zou zij nooit een licentie van reisagent kunnen verkrijgen.

Lieven De Craemer, (°1968, ABTO), kaderlid bij TUI Travel Center en dus onderdaan van Bart Brackx.

Luc Demuynck, (°Izegem 1942, VVR), zaakvoerder van Penta Reizen, Izegem en voorzitter van de VVR.

Andreas De Preter (°Leuven 1955, VVR), zaakvoerder van Proza Reizen, Mechelen en bestuurder van de VVR.

Luc Glorieux, (°Kortrijk 1942, FIT), kaderlid bij de FBAA en voorzitter van de FIT, lieveling van politici van elke pluimage. Zou zelf nooit een reisbureau-vergunning kunnen krijgen.

Jan Jassogne, (°Brugge 1950, FIT), heeft niets te maken met de reisbureausector en kent er ook niets van; zou zelf nooit een licentie kunnen verwerven; weet alles van vastgoed, boezemvriend van Glorieux.

Monique Perpete (°Antwerpen 1938, FIT), zaakvoerder van Palace Tours, Mol; bestuurder VVR maar werd voorgedragen door de FIT; noch zij, noch wij begrijpen daar iets van!

Herman Smulders (°1950, BFNO), is betrokken bij een reisbureau en voorzitter van de Beroepsfederatie van Natuur-sport Ondernemers v.z.w. (waarvan de meeste geen reisbureau vergunning bezitten). Fraudeerde om een reisbureauvergunning te kunnen

krijgen (fictieve personen belast met het dagelijks bestuur).

Frank Van den Eynde (°1957, ABTO), kaderlid bij Thomas Cook, Gent. Waar haalde Frank de tijd om de vergaderingen van het TC bij te wonen?

Leo Van Wezemael (BTO), kaderlid bij Weinberg Reizen; Antwerpen.

Dominique Verbeek (°Mortsel 1965, VVR), zaakvoerder van Skipy Tours en bestuurder van de VVR.

Annie Verdonck, (FBAA), zaakvoerder van Verdonck Autocars, Lommel.

Els Verhoest, (°1969, onafhankelijk), zaakvoerder van V & D Reizen, Staden; was stomverbaasd toen zij vernam benoemd te zijn.

Als men de FIT en de FBAA als één pot nat beschouwt, sleept deze groep 5 mandaten in de wacht; de touroperators krijgen er 4 (waaronder 3 van twee multinationals); de VVR met zijn 556 leden-reisbureaus moet tevreden zijn met 3 mandaten en de BTO (grote ketens met 5 leden in Vlaanderen) en de BFNO (met niet meer dan 5 leden-reisbureaus) krijgen er elk 1.

Wanneer men rekening houdt met de woonplaats van de leden heeft West Vlaanderen 6 vertegenwoordigers, Antwerpen 5, Brabant/Brussel 3 en Limburg moet tevreden zijn met ééntje! Volgens de minister is er in Oost-Vlaanderen blijkbaar geen enkele reisbureau-deskundige voorhanden!



VVR WENST DE SPAANSE DIENST
VOOR TOERISME IN BRUSSEL VAN HARTE
PROFICIAT MET HUN 70E VERJAARDAG!



In Spanje zijn er nog veel opportuniteiten om te ontwikkelen

Spanje is als bestemming voor Belgen steeds een belangrijke bestemming geweest en zal dat zonder twijfel ook blijven. De aanwezigheid en de dynamiek van de Spaanse Toeristische Dienst is hier ook niet vreemd aan.

De uitdaging voor Spanje als bestemming zal er vooral in liggen om het toerisme verder te diversifiëren. Ook hier heeft de Spaanse Dienst voor Toerisme reeds verschillende initiatieven genomen.

Klassiek reist iedereen graag naar de Costa's, de zonnige eilanden, de grotere gekende steden en gekende culturele trekpleisters. Spanje heeft zoveel meer te bieden. Het land heeft zoveel troeven en heeft bovendien een openbaar vervoer dat goed georganiseerd en makkelijk toegankelijk is.

Spanje heeft het allemaal. Natuur, cultuur, een prachtig culinair aanbod, een wijncultuur die jaar na jaar beter wordt, een aanbod voor sportievelingen allerhande.

Het binnenland waar ik regelmatig toef, daar kom je vandaag nog steeds zeer weinig landgenoten te-

gen en er liggen nochtans ook heel wat verborgen pareltjes. Salamanca bijvoorbeeld, een echte studentenstad ligt op slechts twee uurtjes rijden (met de wagen, maar je geraakt er ook vlot met het openbaar vervoer) van Madrid en is echt de moeite. De twee kathedralen en de Plaza Mayor zijn pareltjes.

Niets is mooier en aangenamer om tijdens de zomer in een van de vele dorpjes die Castilla Leon rijk is, een fiesta mee te maken en aan te schuiven voor een toston. Avila is ook weer zulk een mooie stad in dezelfde regio. Niet te groot, een rijk verleden en vanop de stadswallen die je kan bewandelen heb je een mooi zicht op de omgeving.

Ook España Verde met bijvoorbeeld Santander is niet te versmaden, al moet je er wel bijnemen dat het weer wat meer aan België doet denken dan aan wat wij meestal met Spanje associëren.

Laten we samen hoopvol naar de toekomst kijken.

Koen van den Bosch

[Download en lees het verjaardagsmagazine](#)



LUFTHANSA GROUP

SPAIN & PORTUGAL: FLY THE LUFTHANSA GROUP AIRLINES TO 22 DESTINATIONS



Austrian



brussels airlines



Lufthansa



SWISS

Eurowings



Eurowings discover.