

'Reality-tv' versus feiten

Weblog van Wolfgang Hendrix op Travmagazine.nl



01 NOVEMBER 2013

Afgelopen maanden heb ik weer met belangstelling de bekende toeristische programma's gevolgd. Omroep Max en SBS 6 lieten zich weer eens van hun beste kant zien.

Een paar voorbeelden, mevrouw die slecht ter been is boekt via Vakantieveilingen een hotel in Bodrum/Turkije en valt er later over dat de service partner van Vakantieveilingen, in dit geval Corendon, niet vermeld had dat het hotel niet geschikt was voor mensen die slecht ter been zijn.

Of de docusoap van Red mijn Vakantie waarbij 18 jongelui in een bedreigde situatie in Mallorca zouden zitten. Dat deze groep gewoon via een onbekende Engelse website een huis had geboekt en bijna 7000 euro zonder enige garanties betaalt hadden, komt verder in de uitzending niet terug.

In de meeste gevallen, net zoals bij deze voorbeelden, ligt de kern van het probleem vaak in het feit dat de klanten verzuimen of via een ANVR/SGR organisatie te boeken of de vaak specifieke wensen niet met een reisadviseur, reisbureau of reisorganisatie, bespreken.

De deskundigen bij de programma's wentelen zich na het zien van de minidrama's bijna altijd in de verontwaardiging van hetgeen er gebeurt is. De feitelijke oorzaak benoemen en inhoudelijk naar de ANVR voorwaarden kijken zodat er wat objectiever commentaar gegeven kan worden gebeurt helaas bijna niet.

De betrokken ANVR organisaties worden hierdoor bijna altijd opgediend als kanonnenvoer tbv potentiële kijkcijfers.

Ik ben een sterk voorstander van het aanpakken van misstanden en wanneer er iets fout is gegaan dan behoort een reisorganisatie er professioneel, conform de ANVR voorwaarden, mee om te gaan. Elementair vind ik echter wel dat zaken in het juiste perspectief geplaatst moeten worden. Programma formats waarbij, meestal vanuit het perspectief van dramatische privéomstandigheden, klachten van consumenten op vakantiebestemmingen worden behandeld, zorgen toch vaak voor een verworden beeld van de waarheid.

Meestal hebben de dagen daarna veel reisbureau en reisorganisatie medewerkers handen vol werk om vragen hierover van consumenten in het juiste perspectief te plaatsen.