

Reisbureaus

Door: **Wolfgang Hendrix** | november 28, 2014



Medio 2014 staan de inkoopmogelijkheden bij reisbureaus in Nederland onder druk. De traditionele verhoudingen waarbij bureaus producten van diverse reisorganisaties verkochten, is sterk gewijzigd.

Reisorganisaties bieden hun producten veelal direct aan de consument aan, waarbij reisbureaus steeds meer supplementair in de verkoop zijn. Voor hen is het moeilijker om voldoende aanbod in de winkel te hebben. Tot 2013 waren er drie grote partijen (Oad, TCN, HI) die gezamenlijk bij de meeste reisbureaus goed waren voor ruim 60 procent van de omzet. In 2013 ging Oad failliet, heeft TCN haar beleid verder richting consument opengezet en kondigde TUI aangekondigd het merk HI vanaf 2016 te gaan stoppen.

Dit betekent voor de meeste reisbureaus een afname in de verkoopmogelijkheden die kan oplopen tot 60 procent. Er is dus duidelijk behoefte aan concurrerend aanbod waarmee reisbureaus de afname aan reisorganisatieproducten kunnen opvangen. Reisbureaus zouden meer productgericht moeten werken, waarbij juist de organisaties supplementair in de verkoop worden. Ik heb me daar binnen eerdere samenwerkingsverbanden sterk voor gemaakt, maar zolang het aanbod van reisorganisaties door blijft lopen, zijn veel reisbureaus moeilijk in beweging te krijgen. Het lijkt wel of ze willen wachten tot het 5 over 12 is.

Samen met een aantal actieve ondernemers hebben we nu ZRN opgericht. Wij streven absoluut naar een goede relatie met de reisorganisaties, maar gaan daarnaast vooral voor eigen inkoop en onafhankelijkheid. De consument is ons al voorgegaan, het wordt tijd voor de 'achtervolging'...