

Toekomst?

Weblog van Wolfgang Hendrix op Travmagazine.nl



VRIJDAG 28 FEBRUARI 2014

Hebben niet bij retailketens aangesloten reisbureaus nog toekomst? De laatste decennia hebben we een periode gehad van concentratie bij reisorganisaties, maar hier heeft inmiddels een (voorlopige) consolidatie plaatsgevonden met drie grote marktpartijen. Verder zijn er nog enkele algemene specialisten en veel kleine maatwerkspecialisten.

Ook in 'retailand' vindt er inmiddels een verdere concentratie plaats. We hebben (krijgen) een hele grote keten, gedomineerd via RTK Duitsland, waarin een aantal oude retailketens zijn of worden samengevoegd. Traditionele concurrenten vallen straks allemaal

onder één keten. Daarnaast houden we dan enkele kleinere retailketens over en nog een groepje echt onafhankelijke reisbureaus. Voor een zelfstandig reisbureau zijn twee vragen essentieel. Hoe behoud en breid ik mijn klantenbestand uit? En: heb ik straks nog genoeg producten te verkopen?

Vraag één; het grootste gedeelte van de klanten woont vaak in de directe omgeving. Een hybride model met veel offline marketing is hiervoor van primair belang. Voor de andere vraag geldt meer; wat kan je nog verkopen? De marktleiders - reisorganisaties - bepalen zelf aan wie ze een agentschap geven en de vraag is valide of de agentschappen nog wel via ketens afgedwongen kunnen worden. De realiteit van 2014 is wat dat betreft heel anders dan die van vroeger.

De creatieve reisbureaus kopen steeds meer direct in of via lokale agentschappen. Ik stel dat het voor de onafhankelijke reisbureaus anno 2014 maar zeer de vraag is of deelname aan één van de grote samenwerkingsverbanden wel genoeg toegevoegde waarde heeft. Het gaat vooral om creativiteit en inkoop, afgestemd op de eigen klanten. Hiervoor past vaak geen retailketen-keurslijf met overstijgende 'gezamenlijke' belangen.