



**PREMIUM**

© Hollandse Hoogte / ANP

## Is er toekomst voor traditionele reisbureaus? ‘Goed advies alleen maar belangrijker geworden’

Het aantal reisbureaus is al jaren tanende en met het faillissement van D-reizen dreigen nog eens 285 reisbureaus uit het straatbeeld te verdwijnen. Is er nog toekomst voor het traditionele reisbureau? TUI, dat interesse heeft in een overname van (delen van) D-reizen, is ervan overtuigd. „Een goed reisadvies is in coronatijd alleen maar belangrijker geworden.”

Redactie 15-04-21, 09:36 Laatste update: 15-04-21, 11:35

Vroeger was het de normaalste zaak van de wereld: vakantiegangers haalden reisgidsen bij hun vaste reisbureau, waren dagen- of misschien wekenlang zoet met het uitzoeken van hun droomreis en boekten die vervolgens bij datzelfde reisbureau.

„Het doet denken aan de tijd dat Rabobank nog reizen verkocht en V&D reisbureaus had in zijn warenhuizen”, zegt lector toerisme Marco van Leeuwen. Het klinkt lang geleden en ja, dat is het ook. Rabobank nam ruim vijftien jaar geleden afscheid van zijn 130 reisbalies en V&D is al meer dan tien jaar geleden ter ziele gegaan.

## **2500**

In 1995 telde Nederland nog 2500 reisbureaus, in 2010 lag dat aantal tussen de 1200 en 1500 en anno nu zijn er nog zo'n 500 over (D-reizen is niet meegerekend, en ook de 900 zelfstandige reisagenten die veelal vanuit huis werken niet).

De daling van het aantal reisbureaus gaat hard, zo laten de cijfers zien. In 1995 telde Nederland nog 2500 bureaus, in 2010 lag dat aantal tussen de 1200 en 1500 en anno nu zijn er nog zo'n 500 over (D-reizen is niet meegerekend, en ook de 900 zelfstandige reisagenten die veelal vanuit huis werken niet).

„De digitalisering heeft de reisindustrie de laatste tien jaar flink opgeschud”, constateert Van Leeuwen, lector bij Breda University of Applied Sciences. Met de opkomst van online reisbureaus als Booking en Expedia en de websites van de Nederlandse reisorganisaties zelf, lijkt een bezoek aan een fysiek reisbureau overbodig. Het zoeken en boeken kan online, en met een paar klikken op de muisknop is de reis vastgelegd.

## **Concurreren**

Voor traditionele reisbureaus valt het niet mee om met die online nieuwkomers te concurreren. Ook D-reizen had daar voor corona last van, weet Van Leeuwen. Het bedrijf probeerde de online concurrentie het hoofd te bieden, maar was vooral offline bekend en zichtbaar door zijn grote netwerk van kantoren. Dat juist deze keten - een van de grootste van Nederland - het in coronatijd niet heeft gered, verbaast hem niet echt.

„D-reizen leefde bij de gratie van het doorverkopen van pakketreizen. De marges waren al flinterdun, het ving slechts zo'n 8 tot 10 procent commissie. Om goed geld te verdienen moest het al forse volumes maken”, weet hij. „Als dan de vakantiesector een jaar stilligt door corona, teer je in op je vermogen. Dat geldt voor alle reisorganisaties, maar als je veel personeel in dienst hebt en honderden winkelpanden huurt, zijn de vaste lasten erg hoog. En ja, dan is het niet gek dat je het niet overleeft.”



© Hollandse Hoogte / Robin Utrecht

Het omvallen van D-reizen, waardoor meer dan 1100 medewerkers op straat dreigen te belanden, wil volgens Van Leeuwen niet zeggen dat de toekomst er somber uitziet voor de fysieke reisbureaus. Hoewel hij niet uitsluit dat er de komende tijd meer reisondernemers omvallen - 'het beloven spannende maanden te worden' - denkt hij dat er altijd behoefte zal blijven aan persoonlijk contact, ook in een gedigitaliseerde samenleving. Van Leeuwen: „Grootbanken sluiten hun kantoren, maar ondertussen groeit het aantal kantoren van de Regiobank.”

Het zou Van Leeuwen niet verbazen als de reisbureaus het na coronatijd flink drukker krijgen. Het beeld is dat vooral ouderen langsgaan bij het reisbureau en gezien de vergrijzing zou die groep volgens hem weleens flink kunnen groeien. Goed nieuws dus, voor de reisbureaus. „Er zijn veel ouderen die prima hun weg kunnen vinden online, maar die het toch erg fijn vinden om persoonlijke service en aandacht te krijgen van reismedewerkers. Die kunnen dingen voor ze regelen of zaken uitprinten, zodat ze niet zelf achter hun computer hoeven te kruipen om de reis uit te zoeken”, denkt hij.

**We zien jonge stellen die hun tijd liever besteden aan een afspraak met op maat en professioneel reisadvies dan zelf avonden achter de laptop te zoeken**

Reisorganisatie TUI, marktleider in de Nederlandse reisbranche en in het bezit van 130 eigen reisbureaus, is overtuigd van de meerwaarde van de fysieke reisbureaus als aanvulling op het online kanaal. Volgens woordvoerder Petra Kok kiest een groot deel van de klanten heel bewust voor het persoonlijke advies in een reisbureau of bij een zelfstandig reisagent.

## **Vertrouwen**

Zo werd pre-corona zo'n 50 procent van de TUI-reizen verkocht via reisbureaus, voor een deel via de eigen reisbureaus en voor een deel via andere reisbureaus, zoals die van D-reizen. Volgens Kok is het overigens een misvatting dat voornamelijk de ouderen een reisbureau bezoeken. „Nee, we zien ook groepen jongeren die hun reis in ervaren handen geven, of jonge stellen die hun tijd liever besteden aan een afspraak met op maat en professioneel reisadvies dan zelf vele avonden achter de laptop te zoeken. Het gaat ook om vertrouwen dat je vakantie in goede handen is, zeker in deze tijden.”



© REUTERS

En dat er vertrouwen is in de markt van reisbureaus, blijkt wel uit de animo om een doorstart met D-reizen te maken. Volgens een van de curatoren van D-reizen, Ton Tekstra van Blauw Tekstra Uding advocaten, hebben zich al verschillende partijen gemeld die interesse hebben. Deze week maken de twee curatoren een inventarisatie van de belangstelling. „Daarna beslissen wij hoe het verkoopproces verder zal worden vormgegeven.”

Ook TUI is in gesprek met de curatoren, zowel als schuldeiser in het faillissement van D-reizen als gegadigde voor een eventuele doorstart. Kok: „Het is niet onlogisch dat in de gesprekken met de curatoren ook interesse in de reisbureaus van D-reizen onderwerp van gesprek is”, klinkt het. Hoeveel reisbureaus de reisorganisatie zou willen overnemen en hoe de toekomst er dan voor het personeel uitziet, kan zij niet zeggen. Als het tot een doorstart komt, lijkt TUI slechts interesse te hebben in een beperkt deel. „Het ligt niet in onze bedoeling op dit moment om zo’n grote keten reisbureaus over te nemen”, aldus Kok.



© REUTERS

## Ontzorgen

Erik van der Waard, eigenaar van de Internoord Travel Group uit Leeuwarden en landelijk voorzitter van de Dutch Travel Alliance, is niet verrast dat er veel belangstelling is voor D-reizen. Hij heeft twee fysieke reisbureaus en een online initiatief met meerdere websites. Hoewel zijn bedrijf het zwaar heeft in coronatijd - 'zonder inkomsten, wel met vaste lasten en het voucherdrama' - heeft zijn familiebedrijf een goede financiële basis en gelooft hij dat mensen volop bij reisbureaus zullen aankloppen om hun reis te boeken als er weer gereisd kan worden.

Van der Waard: „Deze reisbedrijven ontzorgen de consument kosteloos bij alle denkbare situaties en kennen als geen ander de prijs-kwaliteitverhouding. Er zijn echt extreem veel mensen die dat zeer waarderen en dat zal na corona niet anders zijn en naar mijn verwachting zelfs nog meer gewaardeerd worden.”

Hoeveel reisbureaus er uiteindelijk overblijven, ook met het oog op de verdergaande digitalisering, is de vraag. Van Leeuwen: „We dachten vroeger dat 1500 reisbureaus de ondergrens was, daarna dachten we dat bij 1200 en nu zijn het er zo'n 500. Het is koffiedik kijken hoe het zich ontwikkelt. Tuurlijk, als je een standaardreis wilt, kan dat online. Je kunt immers een Tesla online kopen, dus waarom geen reis? Maar als je een unieke reis wilt maken of hecht aan persoonlijk contact, dan zal een reisagent nodig blijven.”



© Foto: Bert Beelen