

CAMPUS HANDBOEK

I. SIEBENS

Reisprofessional

VAN REISAGENT TOT TRAVEL DESIGNER

**Lannoo
Campus**

D/2021/45/71 – ISBN 978 94 014 7497 9 – NUR 780

Vormgeving omslag: Keppie & Keppie
Vormgeving binnenwerk: Crius Group

© Ivo Siebens & Uitgeverij Lannoo nv, Tiel, 2021.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van
Lannoo Uitgeverij, de boeken- en multimediativisie
van Uitgeverij Lannoo nv.

Alle rechten voorbehouden.

Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd worden en/of
openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie,
microfilm, of op welke andere wijze dan ook, zonder
voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus

Vaartkom 41 bus 01.02

3000 Leuven

België

www.lannoocampus.be

Postbus 23202

1100 DS Amsterdam

Nederland

www.lannoocampus.nl

Disclaimer:

De informatie in deze publicatie is onderhevig aan voortdurende veranderingen in de reissector. Geen enkele gebruiker van dit boek mag handelen op basis van deze informatie zonder zelf verdere opzoekingen naar wetten en regelingen te doen en/of zelf professionele raadgevingen op te zoeken en op te volgen. Los van het feit dat de auteur alles heeft gedaan om de actualiteit van de informatie te garanderen, kan hij niet aansprakelijk gesteld worden voor acties op basis van misvattingen van de inhoud. De auteur kan niet aansprakelijk gesteld worden en neemt volledig afstand van alle personen, lezers of niet, die op basis van deze inhoud foutief handelen in de praktijk, nu of in de toekomst.

De auteur

INHOUD

DANKWOORD	13
HOE GEBRUIK JE DIT BOEK?	15
INLEIDING	17
HOOFDSTUK 1 TERMINOLOGIE	19
1.1 Van reisagent tot travel designer	19
1.2 De reisorganisator of touroperator	23
HOOFDSTUK 2 DE HISTORISCHE ONTWIKKELING VAN DE REISMARKT	29
2.1 De toeristische ontwikkeling vóór 1850	29
2.2 Verdere ontwikkelingen tussen 1850 en 1900	31
2.3 De situatie rond 1900	34
2.4 De toeristische ontwikkeling tussen 1900 en 1950	34
2.5 Ontwikkelingen na 1950	35
HOOFDSTUK 3 DE REISAGENT OF TRAVEL CONSULTANT	39
3.1 Leisure of business?	39
3.2 Hoofdactiviteiten van een reisagent	42
3.2.1 Algemeen	42
3.2.2 Fees of commissies?	44
3.2.3 Hoofdactiviteiten van een business travel agent	45
3.2.4 Hoofdactiviteiten van een leisure travel agent	46
3.3 Vergunningen: noodzakelijk of niet?	48
3.3.1 Algemeen	48
3.3.2 Vergunningen voor transport	49
3.3.3 Vergunningen voor logies	51
3.3.4 Vergunningen voor verzekeringen	51
3.4 Nevenactiviteiten van een reisagent	52
3.4.1 Verhuur onroerend goed	53
3.4.2 Paspoort	53
3.4.3 Visum	54
3.4.4 Inentingen	56

3.4.5	Transport naar haven, luchthaven of station	56
3.4.6	Conclusie	57
3.5	De customer journey	57
3.5.1	De customer journey voor de leisure klant	57
3.5.2	De inspiratiefase	59
3.5.3	De zoek- of shoppingfase	59
3.5.4	De reserverings- of boekingsfase	61
3.5.5	De voorbereidingsfase	63
3.5.6	De reis zelf	64
3.5.7	De nabelevingsfase	65
3.5.8	De customer journey voor de businessklant	66
3.5.9	Conclusie	66
3.6	De kern van het proces: het verkoopgesprek	67
3.6.1	Inhoud van het gesprek	67
3.6.2	Verloop van het contactmoment	70
3.7	Praktische organisatie in een reisagentschap	73
3.7.1	De inrichting van het reisagentschap	73
3.7.2	De reserveringsmethode	75
3.7.3	De reserveringsgegevens en het PO-nummer	75
3.7.4	De bestelbon of het reiscontract	76
3.7.5	Betalingen door de klant	77
3.7.6	Betalingen aan en communicatie met de leveranciers	78
3.7.7	Samenvattend overzicht bij een reservering van een reis	79
3.7.8	Technische ondersteuning voor de reisagent	82
3.8	Onderscheid tussen reisbureaus	88
3.8.1	Iedereen gelijk? En dan?	88
3.8.2	Onderscheid op basis van de vergunningen	89
3.8.3	Onderscheid op basis van het uitgevoerde werk	89
3.8.4	Onderscheid op basis van de ligging	90
3.8.5	Onderscheid op basis van een specialisatie	92
3.9	Mogelijke samenwerkingsverbanden	93
3.9.1	Algemeen	93
3.9.2	Internationale netwerken	93
3.9.3	Aankoopcentrales	94
3.9.4	De economische samenwerkingsverbanden	95
3.9.5	Coöperatieve samenwerking	96
3.9.6	Franchising	97
3.9.7	Travel Experts en Travel Counsellors	97
3.10	Speciale ontwikkelingen	98
3.10.1	Supermarkten en winkelketens	98
3.10.2	Liberty	99

3.10.3	De megastore	99
3.10.4	De Travel Concept Store	100
3.10.5	Reisbureaus worden reisorganisatoren/touroperators	100
3.11	De toekomst van de reisagent	101
3.11.1	Algemeen	101
3.11.2	Bedreigingen en zwakheden van de reisagent	102
3.11.3	Kansen voor de reisagent	103
HOOFDSTUK 4 DE REISORGANISATOR OF TOUROPERATOR		107
4.1	Onderscheid tussen touroperators	107
4.1.1	Inleiding	107
4.1.2	Specialist of generalist?	107
4.2	De incoming agent en de destination management company	108
4.2.1	Incoming agent of destination management company?	108
4.2.2	Keuze in de samenwerking	109
4.3	De aankopen van een touroperator	111
4.3.1	Algemeen	111
4.3.2	Aankoop van de accommodatie	112
4.3.3	Aankoop van het transport	116
4.4	Het werk van de incoming agent of destination management company	123
4.5	De interne organisatie van een touroperator	125
4.5.1	Algemeen	125
4.5.2	Kleinere touroperators	126
4.5.3	Grote touroperators	128
4.6	Buitenlandse hulp: de host/hostess	133
4.7	Geïntegreerde touroperators	135
4.7.1	Integratie?	135
4.7.2	Groei van de integratie op de Europese markt	138
4.8	Touroperators en aanbieders op de markt in België	141
4.8.1	Algemeen	141
4.8.2	Touroperators	143
4.8.3	Reserveringssystemen als aanbieders/touroperators	146
4.8.4	Aanbieders van reisdiensten	146
4.9	De toekomst van de touroperator	148
4.9.1	Bedreigingen en zwakheden van de touroperator	148
4.9.2	Kansen voor de touroperator	149
HOOFDSTUK 5 BEROEPSVERENIGINGEN VOOR REISAGENTEN EN TOUROPERATORS		153
5.1	Wat is een beroepsvereniging?	153
5.2	Interne structuur van een beroepsvereniging	154

5.3	Nationale beroepsverenigingen	155
5.3.1	Nationale beroepsverenigingen voor de reisagent	155
5.3.2	Nationale beroepsverenigingen voor de touroperator	157
5.3.3	Overzicht van de nationale beroepsverenigingen	157
5.4	Internationale beroepsverenigingen	158
5.4.1	Internationale beroepsverenigingen voor de reisagent	158
5.4.2	Internationale beroepsverenigingen voor de touroperator	159
5.4.3	Overzicht van de internationale beroepsverenigingen	160
5.5	Totaaloverzicht van het nationale en internationale niveau	161
HOOFDSTUK 6 WETTELIJK KADER		163
6.1	Voorwaarden voor een ondernemer in de reissector	163
6.2	De Reiswet van 21 november 2017	164
6.2.1	Wat voorafging	164
6.2.2	Inhoud en toepassing van de Reiswet van 2017	165
6.2.3	Informatieplicht	168
6.3	Wat bij problemen en geschillen?	171
6.3.1	Non-conformiteit	171
6.3.2	Geschillencommissie Reizen	172
6.4	Wat bij een faillissement?	174
INTERNATIONAAL STANDAARDALFABET		177
LIJST VAN AFKORTINGEN		178
LITERATUURLIJST		181

DANKWOORD

Zoals in elke sector – en zeker in de toeristische sector – evolueert alles erg snel. Het was dan ook noodzakelijk om het vorige *Handboek Toerisme* te vernieuwen. We hebben ervoor gekozen om de inhoud uit te breiden en te verdiepen; daarom besloten we ook om het vorige boek te splitsen. Momenteel hou je het boekdeel over de reisprofessional in handen. Het geeft een degelijke basis en goede ondersteuning bij de vorming van toekomstige medewerkers in de toeristische sector.

Het is ook duidelijk dat dit werk niet alleen voor onze bachelorstudenten Toerisme interessant is, maar evengoed voor de masterstudent, de (toekomstige) reisprofessional in de toeristische sector, leerlingen uit het secundair toeristisch onderwijs en de reiziger.

Voor dit gloednieuwe boek waren de collega's uit de beroepswereld graag bereid tot het verlenen van hun medewerking. Daarom een welgemeend woord van dank aan de volgende personen voor hun waardevolle aanvullingen en opmerkingen:

(in alfabetische volgorde)

Geert Raes (Wings 'n Wheels)
Koen Helleboog (Dream Holidays)
Koen Van den Bosch (VVR)
Pascal Nelissen (Geschillencommissie Reizen)
Paul Ryckaseys (Imagine Travel)
Piet Demeyere (TUI Belgium)
Pieter Demuynck (Selectair)
Robrecht Willaert (Travel Magazine)
Rudi Verschoren (Allianz Assistance)

Graag draag ik mijn boek op aan mijn vrouw en kinderen.

Ivo Siebens

HOE GEBRUIK JE DIT BOEK?

Bij het gebruik van dit boek moet je rekening houden met de structuur zoals we die hebben aangebracht.

Na een uitleg en keuze van termen in hoofdstuk 1 en een kort historisch overzicht in hoofdstuk 2 komen we aan de twee grote hoofdstukken van het boek: hoofdstuk 3 handelt over de reisagent of *travel consultant* terwijl hoofdstuk 4 het heeft over de reisorganisator of touroperator. We vullen het geheel aan met een hoofdstuk over de beroepsverenigingen en een hoofdstuk over het wettelijk kader waarmee je rekening moet houden.

Je vindt ook een aantal woorden in het **vet** gedrukt: de sleutelbegrippen. Dat zijn de belangrijkste begrippen in elk hoofdstuk.

Tekst in een grijs kader bevat aanvullende interessante informatie, die niet essentieel is voor het begrijpen van de inhoud.

Dit boek wordt begeleid door een website. Hierop plaatsen we aanvullingen, zoals de wetteksten en noodzakelijke updates en extra interessante informatie. Waar nodig verwijzen we in de tekst naar deze website.

Aan het einde van dit boek vind je nog een lijst met afkortingen en het internationale standaardalfabet. In de dagelijkse praktijk worden in de toeristische sector immers zeer veel afkortingen gebruikt.

We sluiten het boek af met een literatuurlijst. Sommige bronnen kunnen daarin met volledige gegevens opgezocht worden.

INLEIDING

Toerisme als verschijnsel trekt pas in de negentiende eeuw de aandacht door de activiteiten van een kleine groep welgestelden. Voor deze ‘elite’ was het toen ‘in’ om reizen te maken, variërend van enkele maanden tot enkele jaren. In het prille begin was het hoofddoel van deze reizen vooral educatief, maar al snel evolueerde het tot een meer ontspannende bezigheid.

Tegenwoordig is reizen bereikbaar geworden voor bijna de hele bevolking uit de welvaartslanden. Mensen gaan massaal op vakantie, zowel in de zomer als in de winter. Door het wereldwijd verspreide virus COVID-19 in 2020 is de hele reissector flink door elkaar geschud, maar reizen is al goed ingeburgerd in het huidige leven en zal zeker een vaste waarde in de economie blijven. Het hoofdaspect is daarbij vooral het recreatieve karakter. De reis naar en het verblijf op een andere plaats staan centraal: mensen willen zien en beleven, maar ze willen vooral weg uit de dagelijkse sleur. Daarbij zijn erg veel verschillende bedrijven uit de toeristische sector betrokken. Zowel zakenreizen als vakantiereizen zijn verplaatsingen die behoren tot de reisindustrie.

Zowel de keuze van transportmiddel als de keuze van verblijfsmogelijkheid en tijdverdrijf zijn uiterst belangrijk en moeten tegemoetkomen aan alle wensen van de klant. De reisbemiddeling om te helpen bij de keuze voor het beste product én de uiteindelijke productlevering zelf, zijn dus belangrijke schakels in het toerisme. Het wordt precisiewerk, niet te veel en niet te weinig.

In dit boek leggen we ons toe op de reismarkt waarbij we op een eenvoudige en duidelijke manier de werking van een reisagent en touroperator toelichten. Door te werken met basiselementen en basisbegrippen kan de complexiteit van de hedendaagse toeristische markt beter begrepen worden.

We hopen met dit boek de lezer wegwijs te maken in een zeer boeiende en voortdurend veranderende sector. Wie weet groeit zelfs de interesse om toerisme te studeren en zo deze sector van binnenuit in detail te leren kennen.

HOOFDSTUK 1
TERMINOLOGIE

HOOFDSTUK 2
DE HISTORISCHE ONTWIKKELING
VAN DE REISMARKT

HOOFDSTUK 3
DE REISAGENT OF TRAVEL
CONSULTANT

HOOFDSTUK 4
DE REISORGANISATOR OF
TOUROPERATOR

HOOFDSTUK 5
BEROEPSVERENIGINGEN VOOR
REISAGENTEN EN TOUROPERATORS

HOOFDSTUK 6
WETTELIJK KADER

1.1 Van reisagent tot travel designer

1.2 De reisorganisator of touroperator

HOOFDSTUK 1

TERMINOLOGIE

1.1 VAN REISAGENT TOT TRAVEL DESIGNER

In de reiswereld gebruiken zowel vakmensen als toeristen al vele jaren begrippen als reisagent, reisbemiddelaar, reisbureau en *travel consultant* door elkaar. Daar komen recent nog eens nieuwe begrippen bij zoals *travel architect* en *travel designer*. Over deze benamingen heerst nogal wat verwarring. Ook termen als retailer, wederverkoper en doorverkoper worden af en toe gehanteerd. Voor we de activiteiten van een reisagent of *travel consultant* toelichten, is het dan ook noodzakelijk om even stil te staan bij de terminologie.

Reisbureau: de algemene benaming voor een reisonderneming die zich bezighoudt met het verkopen en bemiddelen (en in sommige gevallen ook het organiseren) van reizen en verblijven. Je kunt ook de termen **reisagentschap** of **reiskantoor** gebruiken. Dit zegt niets over de toegankelijkheid voor klanten/reizigers. Een reisbureau kan volledig online werken zonder fysiek contact met de klant/reiziger.

Reisagent: de fysieke persoon die in een reisbureau actief is. Meestal wordt dan wel de hoogste persoon in rang in dit reisbureau bedoeld. In ambtelijke taal wordt dat een **reisbureauhouder** of een **reisbureau-uitbater** genoemd. Die kan ook de eigenaar zijn, maar dat hoeft niet.

Een moeilijker punt is de term **reisbemiddelaar**. Dat is in feite het reisbureau of de reisagent die overwegend of zelfs uitsluitend optreedt als bemiddelaar tussen de klant/reiziger en de touroperator, de vervoerder of de verblijfsvorm. In ambtelijke taal wordt dat een **wederverkoper**, **doorverkoper** of **retailer** genoemd. Soms nemen mensen echter deze term zeer algemeen op, waardoor iedere tussenpersoon die iets aanlevert in toerisme, een reisbemiddelaar wordt: de reisagent, de touroperator, een *incoming agent* ter plaatse (deze term lichten we nog toe in punt 4.4) ... Het is dus zeer verwarrend om deze term te hanteren omdat niet iedereen er dezelfde inhoud aan toekent. We mijden dan ook beter deze term in het normale woordgebruik.

Doordat de aard van het werk tegenwoordig sterk evolueert in de richting van kennisoverdracht (informatief) naar de klant toe en professionele hulp bij de keuze voor de reis, wordt meer en meer de term **travel consultant** gebruikt om de nadruk op 'raadgeving' te leggen. Dat daarbij gedacht wordt aan werken volgens afspraak met de klant is vandaag al geen uitzondering meer. Ook een betaling voor de gepresteerde uren wordt daarbij in sommige gevallen al gehanteerd (zoals bij het ontwerpen van een ingewikkelde reisroute). De reisagent wordt dus hoe langer hoe meer een consultant die na afspraak tegen een bepaald tarief de klant met zijn reis kan bijstaan.

Recent duiken ook woorden als **travel architect** en **travel designer** op. Momenteel nog hippe woorden die zeker niet ingeburgerd zijn. Ze duiden echter wel op een nieuwe wending in het werk: het ontwikkelen van het unieke, perfecte antwoord op de vraag van de klant. Niet zomaar een reis uit het grote aanbod, maar net dat ene product waarbij de klant een maximale en unieke beleving zal ondervinden, op maat gemaakt. Deze termen duiden dus op een reisagent die à la carte reizen uitwerkt en zich door deze naamgeving wil onderscheiden van de anderen. Het gebruik van deze termen werkt ook psychologisch beter en ondersteunt hierbij het vragen van een bepaald tarief voor het gepresteerde werk.

De voorgaande omschrijvingen zijn geen vastliggende definities. Het zijn zelfgemaakte omschrijvingen zoals iedereen in de sector het aanvoelt, dus op basis van ervaring.

Worden deze termen ook in de wetgeving gebruikt? Het laatste decreet (daterend van 2 maart 2007 en gepubliceerd in het *Belgisch Staatsblad* op 5 april 2007) houdende het statuut van de reisbureaus in Vlaanderen liep af op 31 december 2013. Hiervoor is geen vervanging gekomen. Omdat dit het laatste decreet was, willen we er toch even op terugvallen voor de volgende termen en verklaringen.

Reisbureau: een onderneming (= een natuurlijke of rechtspersoon die op duurzame wijze een economische activiteit uitoefent) die een activiteit uitoefent die bestaat uit het bemiddelen (= het aanbieden, voorstellen of voorbereidend werk realiseren tot het sluiten van een overeenkomst) of het sluiten van een overeenkomst tot het verstrekken van hetzij een combinatie van een reis (= een verplaatsing van een of meer personen naar een of meer bestemmingen) en logies (= een plaats waar een persoon gedurende minstens één nacht behalve op zijn woonadres overnacht), hetzij het verstrekken door een derde van een reis of logies.

Dat kan op meerdere verkooppunten gebeuren.

Reisbureau-activiteit: een activiteit die bestaat uit het bemiddelen of sluiten van een overeenkomst tot het verstrekken van hetzij een combinatie van een reis en logies, hetzij het verstrekken door een derde van een reis of logies.

De andere termen of woorden komen niet voor in de Vlaamse wetgeving. Wallonië en Brussel hadden in 2010 aanpassingen aan deze wetgeving gemaakt zodat sinds dit decreet van 2007 Vlaanderen, Brussel en Wallonië een afzonderlijke en verschillende wetgeving voor reisagenten kenden. Maar ook in Wallonië en Brussel is dit decreet ondertussen afgelopen. Voor meer uitleg verwijzen we naar punt 3.3 over de vergunningen voor de reisagent.

Ondertussen hebben we wel een nieuwe wetgeving inzake pakketreizen, namelijk de wet betreffende de verkoop van pakketreizen, gekoppelde reisarrangementen en reisdiensten van 21 november 2017, gepubliceerd in het *Belgisch Staatsblad* op 1 december 2017. De volgende termen en verklaringen zijn hierin opgenomen.

Professioneel: iedere natuurlijke persoon of rechtspersoon, ongeacht of deze privaot of publiek is, die met betrekking tot onder deze wet vallende overeenkomsten handelt, mede via een andere persoon die namens hem of voor zijn rekening optreedt, in het kader van zijn handels-, bedrijfs-, ambachts- of beroepsactiviteit, ongeacht of hij optreedt als organisator, doorverkoper, professioneel die een gekoppeld reisarrangement faciliteert of reisdienstverlener.

Naast het begrip ‘organisator’ (dat verderop in punt 1.2 aan bod komt) vinden we ook nog de volgende term in deze wetgeving terug.

Doorverkoper: een professioneel, anders dan de organisator, die pakketreizen verkoopt of te koop aanbiedt die door een organisator zijn samengesteld.

Termen als reisagent, reisbemiddelaar of dergelijke komen dus niet voor in deze wetgeving. Daarentegen dus wel de term ‘doorverkoper’ die we eerder toch wel als verwarrend hebben bestempeld in de gewone werkomgeving. Deze wetgeving geeft hier echter wel een zeer duidelijke kijk op, maar dat komt later aan bod in hoofdstuk 6.

Voor het reisbureau worden de termen ‘vestiging’ en ‘verkooppunt’ gebruikt met de volgende verklaring.

Vesting: de daadwerkelijke uitoefening van een economische activiteit, bedoeld in artikel 49 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, door de dienstverrichter voor onbepaalde tijd en vanuit een duurzame infrastructuur, van waaruit daadwerkelijk diensten worden verricht.

Verkooppunt: een ruimte voor detailhandel, verplaatsbaar of niet, of een retailwebsite of soortgelijk onlineverkoopsplatform, daaronder begrepen retailwebsites of onlineverkoopsplatforms die als één platform aan reizigers worden aangeboden, met inbegrip van een telefoondienst.

Hiermee is de wettelijke mogelijkheid geopend dat een reisagent met vaste vestiging als kantoor/werkplaats toch alles online via een website verkoopt. Er hoeft dus geen ‘winkel’ meer te zijn met fysiek contact met de klant.

De zelf opgestelde omschrijvingen liggen dus dicht bij de wettelijke bepalingen. We zullen in dit handboek verder de term ‘reisagent’ hanteren omdat die voor de reiziger het duidelijkst is en ook in de sector nog steeds ingeburgerd is. Let wel: in de nieuwe wet op de pakketreizen wordt deze term niet gehanteerd en wordt de reisagent een professioneel, doorverkoper of organisator al naargelang zijn verkoop.

Gezien het internationale karakter van het werk van een reisagent is het interessant om even te kijken wat de internationale markt als terminologie hanteert. Hiervoor kunnen we het best te rade gaan bij de Universal Federation of Travel Agents Associations (UFTAA), de wereldvereniging voor de reisagenten.

Vanuit de UFTAA wordt voor de term **reisbureau** de volgende omschrijving naar voren geschoven:

‘General name (designation) used for all (licensed) companies involved in the travel business as an organiser and/or intermediary for tours, tickets, reservations, etc. All types of companies involved in the business (included touroperators, wholesalers, retailers, etc.) are travel bureaus.’