

Het grootste luchtvaart- & zakenreismagazine in de Benelux

LUCHTVAART NIEUWS

PRIJS: € 8,95



nummer 98 | oktober 2021 | een uitgave van Reismedia BV | Luchtvaartnieuws.nl | Zakenreisnieuws.nl

Interview Sicco Marsman

Tropenjaren voor
netwerkdirecteur KLM

Exclusieve reportage

Met Emirates naar Expo 2020



'2022 wordt topjaar'

Van der Heijden en Uslu
(Corendon) vol optimisme

Al **20** jaar hét full service zakenreisbureau
waar u als klant centraal staat



Wij vieren ons jubileum!

Bedankt dat wij uw reizigers al 20 jaar op weg
mogen helpen naar hun bestemming

- Persoonlijke aandacht
- Snelle dienstverlening
- Hulp bij uw zorgplicht voor reizigers
- Eigen 24/7 nooddienst
- Ervaren travel experts
- Online en/of offline boeken
- Corporate, Marine & MICE

20 jaar e-Business Travel:

'De hulpvraag blijft altijd hetzelfde'

Zakenreisbureau e-Business Travel bestaat twintig jaar. Hoe dat intern gevierd wordt, blijft nog even een verrassing. Luchtvaartnieuws blikst alvast samen met het bedrijf terug op twintig jaar zakenreizen. "In de afgelopen twee jaar corona is evenveel veranderd als in de voorgaande achttien jaar."

Tekst: Floortje Vink, **Foto's:** Paul Kampman





Het team van e-Business Travel, met van links naar rechts Claudia Kramer, Cees Bas, Carla Bronscheer, Corine van Zutphen en Jeanette Huijsmans

Maart 2001 begon Cees Bas zakenreisbureau e-Business Travel met drie man op een spreekwoordelijk achterkamertje. Inmiddels is de Travel Management Company (TMC) met 35 man personeel uitgegroeid tot een van de grotere van Nederland. E-Business Travel richt zich op zakenreizen, maar ook op marine travel, luxe reizen en groepsreizen. Tijdens de coronapandemie, die nog altijd niet voorbij is, is het klantenbestand meer dan verdubbeld. “We hebben echt hard geknokt en verwachten sterker en groter uit de coronacrisis te komen. We weten echter niet hoe het reizen weer opgepakt gaat worden als alle restricties worden opgeheven en of het aantal reizen gaat groeien”, aldus Bas. Hoe die groei in een tijd met wereldwijde lockdowns bereikt kon worden, komt volgens hem

onder andere door de oprichting van HumanitAir, een spin-off die zich richt op humanitaire reizen, en door nieuwe samenwerkingen, door veel te acquireren en door de toegenomen behoefte aan fullservice-boeking. Daarnaast is e-Business Travel ook de Nederlandse vertegenwoordiger van het wereldwijde TMC-netwerk GlobalStar Travel Management.

Consultancy

Die behoefte aan service en de invulling daarvan door e-Business Travel is volgens het team van de TMC een van de redenen dat het bedrijf de afgelopen twintig jaar zo hard is gegroeid. Jeanette Huijsmans werkt er al sinds 2003 en is verantwoordelijk voor operations. “We zijn een platte organisatie, waardoor mijn functie een zeer breed takenpakket omvat.” Huijsmans heeft bijna vanaf de start meegebouwd aan het bedrijf.

“We hebben inmiddels meerdere vestigingen en afdelingen. De techniek heeft zich in de loop van de jaren natuurlijk enorm ontwikkeld en de rol ervan is steeds belangrijker geworden. Het werk is bijna niet meer te vergelijken met twintig jaar geleden. Er was veel papierwerk, veel telefonisch afstemmen. Tickets werden per post naar de klant gestuurd, of door een koerier op de luchthaven klaargelegd bij de betreffende airline. Die processen zijn inmiddels volledig gedigitaliseerd.” Het boeken van een reis is volgens haar al bijna niet te vergelijken met 2019, vóór corona. “Toen konden we nog normaal reizen en vragen van klanten beantwoorden. Nu zijn we per boeking enorm veel tijd kwijt aan het lezen en juist interpreteren van de regels, die continu veranderen. Dat kost veel tijd. Bovendien heeft iedere klant ook veel méér vragen dan twee jaar geleden. Logisch.

Onze consultancyrol is daardoor flink gegroeid."

De TMC heeft altijd al een belangrijke partner-, advies- en kennisrol gehad, maar nu meer dan ooit. Er is veel onzeker en onduidelijk in de reisbranche. Het geijkte speelveld verandert, maar het is afwachten wat de nieuwe opstelling wordt. "Ook houden bedrijven in coronatijd hun reisbeleid tegen het licht: hoeveel reizen zijn bijvoorbeeld écht nodig, maar ook is het vliegtuig niet meer per se het uitgangspunt. Vanwege duurzaamheidsredenen, maar ook door covid willen meer mensen met de trein reizen binnen Europa. Ook huurauto's zijn populairder geworden", vertelt Huijsmans. Het verdienmodel waarbij een TMC per boeking betaald krijgt, sluit dan ook niet meer aan bij de huidige en toekomstige situatie. Door de enorme werkdruk per boeking die corona, de nieuwe regels en de onzekerheid van het reizen met zich meebrengen, is een service fee een logisch gevolg. "Het verdienmodel is altijd aan de veranderende tijdsgeest onderhevig", vertelt Bas. "We begonnen met een commissie fee van de luchtvaartmaatschappijen en gingen naar een transaction fee model, dat nu onder druk staat. Hoe het model er precies uit gaat zien is ook afhankelijk van wat de concurrentie doet en dus het evenwicht in de markt herstelt. Productiviteit van medewerkers is in ieder geval niet meer uit te drukken in het aantal geboekte vluchten of transacties." Dat komt ook door de enorme vraag naar duurzaamheid, een blijvende trend. Daartoe heeft het bedrijf een apart duurzaamheidslabel opgezet. Dat is ook een consultancyrol waar de klant veel naar vraagt en waarvoor nu een sustainability manager aangenomen is.

Expertise

De intrede van internet en razendsnelle digitale ontwikkelingen



Cees Bas: "We verwachten sterker en groter uit de coronacrisis te komen".

hebben de afgelopen twintig jaar ook veel impact – vaak positief – gehad op de reisbranche. "De tendens was dat veel bedrijven naar een no-touch boekingsysteem wilden. Door corona en alle onzekerheden merk je dat bedrijven toch weer behoefte hebben aan service bij een boeking. Wij hebben nooit volledig no-touch aangeboden, maar semi-touch. Een klant kan wel volledig online bij ons boeken, op verzoek checken wij de hele boeking op onder andere efficiëntie", legt manager online Corine van Zutphen uit. "Tijdens corona hebben we ook, samen met alle andere leden van Business Travel Partners (BTP), een extra online boekingstool aangeschaft. Die toegenomen rol van het internet heeft er in het verleden ook toe geleid dat iedereen over dezelfde informatie kan beschikken als wij. Het is dus enorm belangrijk dat wij precies weten wat we aanbieden en vertellen. Hoewel iedereen online reizen kan vinden en boeken, weet niet iedereen wat je allemaal binnen de voorwaarden van een ticket kan

'Onze
consultancyrol is
flink gegroeid'



'We hebben zelfs privéjets ingezet'

doen en wat voor combinaties er mogelijk zijn. We adviseren op dat vlak veel. Een vlucht kan misschien wel goedkoper zijn, maar als je twee keer moet overstappen is dat vaak de korting niet waard. Daarnaast werden voor covid veel bestemmingen gecombineerd, die nu niet meer zo eenvoudig te combineren zijn. Wij hebben die expertise en klanten vinden het prettig dat ze daarvoor op ons kunnen rekenen", aldus Van Zutphen.

Het is dus nog afwachten hoe en wanneer de markt aantrekt, maar de behoefte aan service van een TMC lijkt alleen maar toe te nemen. "Na 9/11 dachten we ook dat reizen nooit meer normaal zou worden", vergelijkt Huijsmans de situatie nu met twintig jaar geleden. "Dat was een gedachte ingegeven door angst: mensen waren na de aanslagen bang om te vliegen. Nu heerst er ook angst, namelijk voor een virus, maar een deel van die angst is met vaccinaties weg te nemen. Het kan dus ook zijn dat we heel snel weer teruggaan naar de situatie zoals die in 2019 was." In de afgelopen twintig jaar hebben de medewerkers van e-Business Travel meer heftige situaties in de wereld meegemaakt met veel impact op reizigers. Denk aan de aswolk bij IJsland die in 2010 het luchtverkeer platlegde, SARS, de Golfoorlog en recent nog de Taliban-machtsgreep in Afghanistan.

"Hoe vervelend ook, dat zijn wel de momenten dat klanten beseffen hoe belangrijk onze toegevoegde waarde voor hun reizigers is. Iedereen op kantoor zet op die momenten de schouders eronder en gaat tot het uiterste om reizigers te helpen."

Claudia Kramer is sinds een half jaar sales- en accountmanager bij e-Business Travel: "De reiswereld is dynamisch en daar anticiperen wij op. Wat er ook gebeurt, het is en blijft een hulpvraag. Of het nou corona, Afghanistan of een aswolk is: verschillende situaties, maar dezelfde hulpvraag. In die recente hulpvraag vanuit Afghanistan hebben we met HumanitAir geholpen evacuees naar Nederland te halen en zoveel mogelijk mensen uit de brandhaard te helpen." Bas: "Het maakt inderdaad niet uit of het nou een grens is die sluit door corona, een oorlog of als er een aardbeving is: je moet mensen helpen hun reis veilig te kunnen maken. We hebben veel ervaring met incidenten en voor advies en hulp weten mensen ons dan ook goed te vinden." Dat is volgens hem ook een van de redenen dat de klantenportefeuille juist tijdens corona zo is gegroeid. "We hebben bovendien een eigen 24-uurs nooddienst, dat werk besteden we niet uit aan derden. Dat werkt echt prettig en zien we ook terug in de klantbeoordelingen. Het is voor klanten één van de belangrijkste redenen om met ons te werken." Behalve een hoge klanttevredenheid en een laag verloop van klanten, is ook het personeel bijzonder honkvast. "Er zijn teamuitjes en -weekenden van jaren geleden waar nog steeds over gesproken wordt", vertelt management assistent Carla Bronscheer enthousiast.

Het werk ging tijdens corona onverminderd door, ook al lag het aantal boekingen fors lager. "We zijn eerst weken bezig geweest om alle mensen uit het buitenland terug te halen. Dat was een enorm stressvolle

periode", stelt Bronscheer. Inmiddels bestaat 30 tot 40 procent van het werk uit zeeliedenvervoer, dat wel onverminderd doorging. "Prettig, maar ook enorm veel werk omdat de regels overal anders waren en restricties continu veranderden. We hebben zelfs privéjets ingezet om mensen op hun bestemming te krijgen. Met de normale lijndiensten kwamen we niet meer op alle bestemmingen en in korte tijd moest er veel geregeld worden", vult Huijsmans haar aan. Hoewel de vraag naar zakenreizen altijd is blijven bestaan, was het volume veel lager. Ook door nieuwe lockdowns of andere restricties moesten geboekte reizen vaker dan normaal weer geannuleerd worden. Veel werk voor TMC's, maar in de tussentijd heeft het team van e-Business Travel ook de tijd genomen om de processen te optimaliseren voor na de pandemie. Bronscheer: "We hebben bijvoorbeeld ook nagedacht over hoe we ons geld zo slim mogelijk willen uitgeven en hebben een aantal zaken die we vroeger uitbesteedden nu in eigen beheer."

Opschalen

De markt is nu duidelijk aan het herstellen, aldus het team en de verwachting is dat vanaf Q1 2022 er weer echt veel zakelijk gereisd wordt. "Amerika gaat in november open, dat zorgt voor een boost. Mensen staan te trappelen om naar het Midden-Oosten, China en Australië te gaan. Het gaat nog wel even duren voordat we op het oude niveau zitten", denkt Huijsmans. "We zijn veel tijd kwijt aan het zoeken naar mogelijkheden voor klanten. Er zijn minder vluchten beschikbaar, minder hotelkamers, minder huurauto's. Er wordt aan alle kanten wel opgeschaald, maar dat heeft tijd nodig. Ook zijn veel mensen ontslagen in verschillende branches, aan alle kanten zijn personeelstekorten ontstaan. Desondanks zijn we ervan overtuigd dat mensen blijven reizen." ■