

## **BROCHURE “VAN ZOEKEN NAAR BOEKEN”**

Verbeteren van de vindbaarheid en boekbaarheid van kleinschalige logiesaccommodaties

### **Case-beschrijving Achterhoek**

Het Achterhoeks Bureau voor Toerisme (ABT) heeft in samenwerking met het Gelders Overijssels Bureau voor Toerisme (GOBT) in 2006 een geautomatiseerd boekingsstelsel laten ontwerpen waarbij de klant online elke vorm van verblijfsaccommodatie kan boeken.

Momenteel is het ABT doende om voor voldoende content te zorgen.

Het project is opgestart in Gelders-Overijssels verband. De Achterhoek is de eerste regio waar tot activering wordt overgegaan. De komende maanden worden de ondernemers in de andere delen van de provincies, samen met de in aanmerking komende Regionale Bureaus voor Toerisme, benaderd. In de loop van het jaar 2007 zal, gebruikmakend van de ervaringen in de Achterhoek, ook in die andere regio's het stelsel worden geactiveerd.

Het ABT is de toeristische marketingorganisatie voor de gehele Achterhoek.

Gefinancierd door alle 11 gemeenten in de regio op basis van een meerjarenovereenkomst (ca. 20% budget), de plaatselijke VVV's in de regio (5% van het budget), bijdragen van het toeristische bedrijfsleven vanuit commerciële activiteiten plus verkopen aan de consument (samen 75% van het budget).

### **Kleinschaligheid is troef in de Achterhoek**

Het werkgebied is het deel van de provincie Gelderland ten oosten van de rivier de IJssel met uitzondering van de gemeenten die behoren tot het Knooppunt Arnhem-Nijmegen.

In de Achterhoek bevinden zich ca. 80 hotels, 80 campings, 20 bungalowparken, 80 groepsaccommodaties, 350 restaurants, 150 pensions/bed + breakfast, 130 minicampings en 350 particuliere verhuurders van vakantiewoningen. De meeste hotels, bungalowparken en campings zijn familiebedrijven. Het gemiddeld aantal kamers van de hotels bijvoorbeeld overstijgt de dertig niet. Het zelfde geldt voor de andere sectoren van het toeristisch bedrijfsleven. Kleinschaligheid is troef.

### **Kenmerken**

De streek is een plattelandsgebied en wordt gekenmerkt door veel natuurschoon, kleine stadjes, kastelen, boerderijen en een gastvriendelijke bevolking. Echt grote steden ontbreken: Doetinchem en Zutphen kennen elk vijftig à zestigduizend inwoners en zijn de grootste kernen van het gebied. Het gebied is altijd een rijk gebied geweest (getuige de vele kastelen) en heeft een roemrijke geschiedenis. Die cultuurhistorische erfenis, de vriendelijkheid van de bevolking en het feit, dat de streek rustig is gebleven met uitgebreide fiets- en wandelmogelijkheden vormen de kapstok van de promotionele activiteiten.

De slogan 'Je komt op verhaal in de Achterhoek' wordt daarbij gebruikt.

Er zijn twee ladingen: enerzijds onthaasting (op verhaal komen) anderzijds de verhalen (over ieder gebouw, over iedere boom is een verhaal te vertellen). De promotionele activiteiten van het ABT gaan creatief met die kapstok om en stellen telkens een ander aspect van de streek centraal. De thema's (bijvoorbeeld Wild eten in de Achterhoek, antiek, Uutblaoz'n, wijnbouw, midwinterhoornblazen etc) worden zelfstandig vermarkt en belichten telkens de beide ladingen van het concept. Zowel qua redactie als fotografie komt 'Je komt op verhaal in de Achterhoek' sterk naar voren.

### **Databank en internet**

Het Achterhoeks Bureau voor Toerisme is de ontwikkelaar van een toeristische databank waarin het totale regionale bedrijfsleven is ondergebracht. Daarmee is in 1998 gestart. Het beheer van de databank is getrapd: iedere plaatselijke VVV voert de gegevens in van zijn eigen leden, in zijn eigen werkgebied. Daarvoor wordt gebruikt gemaakt van een content management stelsel, onderverdeeld in een twintigtal modules, elk voor een andere sector van het bedrijfsleven.

De databank kent backoffice- en frontoffice-faciliteiten. Er kunnen evenementenlijsten, accommodatieoverzichten en kant-en-klare producten voor opname in drukwerken worden uitgedraaid. Maar belangrijker is het gebruik in internetsites. Wanneer van een van de plaatsen in de Achterhoek [www.vvplaatsnaam.nl](http://www.vvplaatsnaam.nl) wordt ingevoerd verschijnt een uniform gezicht van presentatie, waarbij de verschillende navigatieknoppen hun data uploaden vanuit die regionale databank. Iedere VVV voegt vervolgens een aantal redactionele pagina's en nieuwsitems aan het geheel toe. Deze systematiek werkt sinds het jaar 2001.

De drukbezochte internetsite [www.vvvachterhoek.nl](http://www.vvvachterhoek.nl) maakt gebruik van alle door de VVV's in de regio ingevoerde databankgegevens. Het ABT voegt op haar beurt weer redactionele items aan de databankgegevens toe. De site kent per jaar zo'n 400.000 bezoekers met ca. 10 miljoen hits. Door het succes van deze opzet hebben ook andere regio's in Gelderland en Overijssel het concept in 2005 overgenomen. Het algemeen beheer over de databank is daarom overgeheveld naar het Gelders Overijssels Bureau voor Toerisme (GOBT). Anno 2006 maken Twente, Salland, Kop van Overijssel, Overijssels Vechtdal en de Veluwe gebruik van dezelfde systematiek. Gezamenlijk en onder leiding van het GOBT wordt gewerkt aan de doorontwikkeling van de systemen. Zo is bijvoorbeeld voor 2006/2007 de ontwikkeling en in gebruikname van een on-line reserveringssysteem voorzien. De toeristische databank vormt ook hier weer een onmisbare schakel.

### **Accommodaties**

Alle toeristische accommodaties zijn opgenomen in toeristische databank. Onderverdeeld in vier categorieën: hotels/pensions/bed + breakfast, campings/minicampings, bungalowparken en particuliere vakantiewoningen, groepsaccommodaties. Van iedere accommodatie (voorwaarde voor opname is het lidmaatschap van de plaatselijke VVV!) worden de naw-gegevens plus de faciliteiten in pictogrammen vermeld. Dit aangevuld met prijsinformatie.

### **Ontwikkeling on-line reserveringssysteem**

Bij de ontwikkeling van het reserveringssysteem heeft een aantal argumenten een rol gespeeld.

De toeristisch ondernemer is afhoudend ten opzichte van bemiddelingssystemen die uitgaan van allotments en/of commissieafdrachten. De bedrijfseconomische positie van het bedrijfsleven is de laatste jaren onder druk komen te staan, mede als gevolg van de hogere eisen van de consument. Aan de andere kant heeft het toenemend Internetgebruik met de opkomst van prijsvechters als [weekendjeweg.nl](http://weekendjeweg.nl) de druk op de prijsstelling van het bedrijfsleven verder verhoogd. Bovendien is de consument steeds meer geneigd zijn reserveringen thuis, via het Internet te regelen en verwacht van de toeristisch ondernemer een aanbod terzake.

Het ABT, GOBT en de andere regionale bureaus voor toerisme in Gelderland en Overijssel hebben in 2005 uitgangspunten geformuleerd voor de rol van hun organisaties in de reserveringssystematiek. Men koos unaniem voor de rol van intermediair; een touroperatorfunctie wordt niet geambieerd. Er is bewust voor gekozen, dat de communicatie dan ook rechtstreeks geschiedt tussen de gast en de accommodatieverschaffer. Ook de financiële afwikkeling is volgens de eigen voorwaarden van het participerende bedrijf. Er is geen sprake van commissieafdracht; de ondernemer betaalt slechts een kleine vaste jaarlijkse bijdrage (tussen € 150 en € 350), afhankelijk van het aantal eenheden dat in het systeem wordt ingebracht. Back-office kan de ondernemer zelf bepalen hoeveel en welke kamers hij zelf in het systeem wil plaatsen en tegen welke tarieven. Heel eenvoudig te wijzigen, net zo vaak als de ondernemer dat wenst.

De Internetsite van het ABT [www.vvvachterhoek.nl](http://www.vvvachterhoek.nl) presenteert de reserveringsmodule via een prominente banner op de homepage. Ook op de sites van alle plaatselijke VVV's in de Achterhoek op hun websites ([www.vvvplaatsnaam.nl](http://www.vvvplaatsnaam.nl)) staat dezelfde banner. De consument kan in dit systeem zijn keus maken uit alle vermelde bedrijven en on-line zijn reservering verwerken.

De ondernemer kan het systeem ook via een banner naar eigen keuze presenteren op zijn eigen website.

### **Stappenplan**

In januari 2006 zijn in twee regio's van Gelderland en Overijssel (Kop van Overijssel en Achterhoek) brainstormsessies gehouden met een aantal hotelhouders, eigenaren van bungalowbedrijven en bootverhuurders. De sessies zijn gehouden samen met IT-bedrijf Web-Q uit Heerenveen dat de programmatuur van het on-line reserveringssysteem heeft ontwikkeld. In nauw overleg met deze vertegenwoordigers van het toeristisch bedrijfsleven is het systeem bijgeslepen. Alle opmerkingen van de bedrijven zijn verwerkt, opdat het systeem die functionaliteiten biedt die de bedrijven wensen. Vanaf juni 2006 is de acquisitie in de Achterhoek van start gegaan.

### **Problemen en de oplossing**

Door de introductie van het systeem midden in het hoogseizoen bleek er bij de bedrijven weinig tijd te zijn de implementatie grondig ter hand te nemen. Interesse is er wel degelijk, alleen de tijd ontbreekt. Bij de presentaties in de maanden juni en juli was een veertigtal Achterhoekse ondernemers aanwezig.

Het overgrote deel van de ondernemers is positief over deelname aan het systeem. Met name de prominente link op de website van het ABT en de VVV's in het werkgebied en de spin-off daarvan is voor de bedrijven het belangrijkste argument voor deelname. Ook al beschikken de bedrijven al over een reserveringssysteem (centraal geleid, al dan niet in ketenverband zoals Golden Tulip of Hampshire). Men ziet deelname aan het systeem als belangrijk aanvullend.

Het veel voor komende 'wachten tot andere bedrijven de kastanjes uit het vuur hebben gehaald', speelt bij de introductie van het systeem een grote rol.

Er ligt een grote taak bij het ABT om bedrijven voor deelname te motiveren. Er zijn dan ook verschillende voorlichtingsbijeenkomsten gehouden in computerlokalen, zodat de ondernemers online onder begeleiding van het ABT en de systeemontwikkelaar konden oefenen. Ook zijn er 1 op 1 gesprekken met technische voorlichting geweest om de ondernemer over de streep te trekken.

### **Kosten en opbrengsten**

Ondernemers kunnen op drie verschillende niveaus deelnemen in het systeem: van 1-10 eenheden (kamers, bungalows, boten etc), van 11-24 eenheden of 25 en meer eenheden.

De ondernemer betaalt hiervoor een bedrag van € 150, € 250 resp. € 350 per jaar.

Het bedrag wordt betaald aan IT-bedrijf Web-Q. Van dit bedrag komt een deel ten goede aan het ABT. Er is bewust ingestoken op lage tarieven – de opbrengsten voor ABT en softwareontwikkelaar worden gerealiseerd uit het deelnamevolume. ABT verwacht op langere termijn deelname van circa honderd bedrijven. De exploitatiekosten berusten bij Web-Q.

### **Wat wordt van de ondernemer verwacht?**

De ondernemer krijgt, voordat hij zich definitief bij het systeem aansluit, de mogelijkheid in een proefomgeving te oefenen. In die tijd geeft de supportafdeling van het softwarebedrijf technische ondersteuning.

Wanneer hij besluit tot deelname, worden er verschillende contracten ondertekend: een met het ABT en een met Web-Q. Ook geeft men een machtiging voor automatische incasso voor de jaarbijdrage af. Het ABT onderhoudt de dagelijkse contacten op gebied van marketing en promotie; Web-Q verzorgt de technische ondersteuning.

Na aanmelding gaat de ondernemer het systeem vullen met zijn (soorten) kamers, kamerprijzen, arrangementsprijzen et cetera. De ondernemer is vrij zoveel kamers/bungalows/kampeerplaatsen/boten in te voeren als hij zelf wil en kan zo vaak als hij wil prijzen wijzigen, arrangementen toevoegen, et cetera. Zodra de ondernemer klaar is met invoeren wordt overgegaan tot activering.

### **Bijzonderheden van het systeem**

Er zijn zoveel mogelijk wensen van de ondernemers gehonoreerd. Er zijn uitgebreide mogelijkheden kortingen (65+, kinderen, weekenden etc) te verlenen, toeslagen (schoonmaakkosten, fietsuur etc) te berekenen, arrangementen in te voeren met alle mogelijke geldigheidsperiodes en uitzonderingen (feestdagen, wekdagen of weekenden etc) en kamertypes tot zelfs kamer- of bungalownummers in te voeren.

Bepaalde periodes of kamers kunnen heel snel worden geblokkeerd. Flexibiliteit zorgt voor een groot draagvlak.

Het systeem kan ook door de ondernemer worden gebruikt als backoffice reserveringssysteem. Zowel voor eigen baliegebruik als voor Internetgebruik.

De reserveringen worden afgehandeld volgens de eigen reserveringsvoorwaarden van de ondernemer. Ook de betalingen door de gasten geschieden rechtstreeks aan de ondernemer. Voordat de reservering definitief tot stand is gekomen heeft de ondernemer altijd nog de mogelijkheid de consument via het systeem te weigeren.

Een extra functionaliteit is dat van informatiesysteem voor de VVV-medewerker. Die heeft overzicht van alle beschikbare accommodaties in door hem in te voeren periodes. Zodoende kan er altijd actuele bezettingsinformatie worden gegeven.

### **Rolverdeling**

Het Gelders Overijssels Bureau voor Toerisme heeft gezorgd voor selectie van het bedrijf met wie het systeem wordt opgezet.

In nauw overleg zijn raamafspraken gemaakt. Enerzijds is er per regio een raamovereenkomst tussen Web-Q en de deelnemende Regionale Bureaus voor Toerisme (RBT) in Gelderland en Overijssel.

Anderzijds zijn er contracten tussen Web-Q en de ondernemer plus contracten tussen ondernemer en RBT. De deelnametarieven voor de ondernemers zijn gelijk voor alle regio's in Gelderland en Overijssel.

De voorlichtingsbijeenkomsten voor het bedrijfsleven worden geleid door het RBT.

Web-Q is bij die bijeenkomsten aanwezig voor demonstratie en uitleg van de systematiek.

Het RBT levert hier zijn inbreng op gebied van marketing, de toeristische kennis van het gebied en de contacten met zijn ondernemers. Web-Q levert zijn technische kennis.

Het RBT neemt de verplichting op zich om een gebruikersplatform op te richten waar wensen voor toekomstige aanpassingen kunnen worden besproken.

### **Activering**

De acquisitie van ondernemers is gebeurd vanaf juni 2006. Het ABT heeft bepaald, dat het systeem on-line zal worden gezet wanneer zich vijftien deelnemende bedrijven hebben gemeld. Dat aantal is vlot gerealiseerd.

### **Valkuilen**

Introductie van het systeem staat of valt met de inzet van het RBT, de hechtheid van de banden met het betreffende bedrijfsleven en interesse van die bedrijven. Men dient zich te realiseren, dat niet het ontwikkelingsniveau van het eigen management maatstaf is voor deelname aan een systeem, maar dat de consument bepaalt welke weg hij wil kiezen voor een reservering. Veel ondernemers willen het rechtstreekse (telefonische) contact met de consument, voordat de reservering totstandkomt, handhaven. Maar de moderne consument is daar in toenemende mate niet meer in geïnteresseerd. Die wil direct (ook op zondagavond als de hele familie bij elkaar is om terstond die vakantie te boeken) zijn reservering kunnen afronden. On-line en zonder wachttijd en zonder talloze telefoontjes te moeten plegen of er accommodaties beschikbaar zijn. Het RBT zal veel tijd moeten investeren om juist die kleinschalig ondernemer van die wens van de consument te overtuigen.