

# **Autovakanties na het millennium.**

## **Een vergelijkende studie tussen Jetair en Thomas Cook.**

### **Studiegebied**

Handelswetenschappen en Bedrijfskunde

### **Opleiding**

Toerisme & Recreatiemanagement

### **Academiejaar**

2005-2006

### **Promotor**

De heer Eddy Eykholt  
Operations Manager Jetair  
Autovakanties - CityTrips – Seagull

### **Student**

**Jelle Mayeur**

### Dankwoord

*Een eindwerk schrijven vraagt veel tijd en motivatie. Het spreekt voor zich dat niemand een eindwerk op zijn eentje kan schrijven. En net zoals iedereen heb ik mij ook laten bijstaan door professionelen. Graag wil ik dan ook een aantal personen bedanken. Zonder hen zou ik nooit kunnen voorleggen wat er nu voor u ligt.*

*In de eerste plaats ben ik bijzonder veel dank verschuldigd aan mijn promotor, De heer Eddy Eykholt, Operations Manager van onder andere autovakanties bij Jetair. Hij heeft mij zijn brochures uitgeleend vanaf 2000 zodat ik verschillende onderzoeken kon doen. Verder heeft hij mij altijd goed ontvangen en geholpen met al mijn vragen. Hij heeft mij ook in contact gebracht met de volgende personen op de afdeling autovakanties bij Jetair:*

*De heer Loïc Bimbenet, contracting manager;  
Mevrouw Christine Ooms, verantwoordelijke voor de productieassistenten;  
Mevrouw Marleen Verkist, hoofd van Copy writing;  
Mevrouw Nancy Annet, supervisor afdeling lay out;  
Mevrouw Peggy De Lissnyder, coach data management.*

*Ik wil hen bedanken voor het interview met hen, waardoor ik een beter inzicht kreeg in het productieproces van een autovakantie.*

*Verder wil ik ook nog De heer Wouter Gebruers, Contracting Manager Autovakanties bij Thomas Cook bedanken voor zijn vlugge en bruikbare antwoorden op mijn mails.*

*Mevrouw Klaartje De Wolf, verantwoordelijke abonnementen Travel Magazine, moet ik ook van harte bedanken om mij een volledige jaargang van hun magazine op te sturen.*

*Mevrouw Christine Van Slambrouck en Mevrouw Sabine Cuvelier, beide scriptiecoördinatoren, bedank ik voor de motiverende gesprekken en goede raad alvorens aan mijn eindwerk te beginnen.*

*Ik wil ook nog mijn vriendin Sharon Fonteyne bedanken die met mij is meegereisd naar Hotel Koener in Luxemburg. Het was een onvergetelijke autovakantie, mede mogelijk gemaakt dankzij de goede service bij reisbureau Avatours te Kortrijk.*

*Dank aan mevrouw Antoinette Pirelli en mevrouw Cathy Popelier van Morabeza Reizen om mij te helpen gedurende de laatste dagen voor het ingeven van mijn scriptie.*

*Tot slot wil ik mij ook nog verontschuldigen als ik iemand vergeet te bedanken. Er zijn wellicht nog veel vrienden en familieleden die ik moet bedanken voor hun steun, raad en interesse in mijn eindwerk.*



# Inhoudsopgave

<b>INLEIDING .....</b>	<b>7</b>
<b>HOOFDSTUK 1 HET BELANG VAN AUTOVAKANTIES.....</b>	<b>8</b>
1.1 ENKELE BELANGRIJKE CONCLUSIES IN 2002 .....	8
1.1.1 <i>Minder vlieg- en autocarvakanties, meer autovakanties .....</i>	<i>8</i>
1.1.2 <i>Groei all inclusive formule bij vakanties .....</i>	<i>9</i>
1.1.3 <i>Belangrijkste bestemmingen in 2002 .....</i>	<i>9</i>
1.1.4 <i>Het profiel van de vakantieganger.....</i>	<i>10</i>
1.2 ENKELE BELANGRIJKE CONCLUSIES IN 2004 .....	12
1.2.1 <i>Daling van het aantal autovakanties .....</i>	<i>12</i>
1.2.2 <i>Groei all inclusive formule bij vakanties .....</i>	<i>12</i>
1.2.3 <i>Belangrijkste bestemmingen in 2004 .....</i>	<i>12</i>
<b>HOOFDSTUK 2 HOE ONTSTAAT HET PRODUCT “AUTOVAKANTIE”? .....</b>	<b>13</b>
2.1 HET PRODUCTIEPROCES.....	13
2.1.1 <i>Algemeen overzicht.....</i>	<i>13</i>
2.1.2 <i>Productieproces binnen een groter geheel .....</i>	<i>15</i>
2.2 VERSCHILLENDE AFDELINGEN NADER BEKEKEN .....	16
2.2.1 <i>Contracting.....</i>	<i>16</i>
2.2.2 <i>Productie assistenten .....</i>	<i>17</i>
2.2.3 <i>Copy writing .....</i>	<i>18</i>
2.2.4 <i>Data Management .....</i>	<i>19</i>
2.2.5 <i>Lay out.....</i>	<i>20</i>
2.3 VERSCHILLEN TUSSEN JETAIR EN THOMAS COOK .....	22
2.3.1 <i>Op basis van lay out .....</i>	<i>22</i>
2.3.2 <i>Op basis van de gebruikte interne programma's.....</i>	<i>22</i>
<b>HOOFDSTUK 3 VERGELIJKING VAN HET AANBOD VAN DE BESTEMMINGEN .....</b>	<b>24</b>
3.1 AUTOVAKANTIES EUROPA .....	25
3.1.1 <i>Frankrijk.....</i>	<i>25</i>
3.1.2 <i>Hongarije.....</i>	<i>26</i>
3.1.3 <i>Noord - Europa.....</i>	<i>27</i>
3.1.4 <i>Tsjechië.....</i>	<i>29</i>
3.1.5 <i>Portugal.....</i>	<i>30</i>
3.2 AUTOVAKANTIES DICHTBIJ.....	31
<b>HOOFDSTUK 4 PRODUCTVERGELIJKING COSTA BRAVA – SPAANSE PYRENEEËN.....</b>	<b>32</b>
4.1 GLOBALE VERGELIJKING COSTA BRAVA – SPAANSE PYRENEEËN .....	33
4.1.1 <i>Aantal pagina's in de brochure voor Costa Brava en Pyreneeën.....</i>	<i>33</i>
4.1.2 <i>Aantal steden in de brochure voor Costa Brava en Pyreneeën .....</i>	<i>35</i>
4.1.3 <i>Totaal aantal logies in de brochure voor Costa Brava en Pyreneeën .....</i>	<i>36</i>
4.1.4 <i>Evolutie van het aanbod logiesvormen bij Jetair voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in percentage</i> <i>37</i>	<i>37</i>
4.1.5 <i>Evolutie van het aanbod logiesvormen bij Thomas Cook voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in</i> <i>percentage.....</i>	<i>38</i>
4.1.6 <i>Evolutie van het aanbod hotels bij Jetair voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in percentage van</i> <i>logiesaanbod.....</i>	<i>39</i>
4.1.7 <i>Evolutie van het aanbod hotels bij Thomas Cook voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in percentage</i> <i>van logiesaanbod.....</i>	<i>41</i>
4.1.8 <i>Besluit.....</i>	<i>42</i>
4.2 VERGELIJKING VAN DE AANGEBODEN LOGIESVORMEN IN DE COSTA BRAVA.....	43
4.2.1 <i>Vergelijking aanbod hotels.....</i>	<i>43</i>
4.2.2 <i>Vergelijking aanbod Aparthotels.....</i>	<i>49</i>
4.2.3 <i>Vergelijking aanbod residenties .....</i>	<i>49</i>
4.2.4 <i>Vergelijking aanbod vakantie dorpen.....</i>	<i>50</i>
4.2.5 <i>Vergelijking aanbod campings .....</i>	<i>51</i>

4.2.6	Vergelijking aanbod villa's, bungalows, huizen,.....	52
4.2.7	Algemeen besluit Costa Brava.....	52
4.3	VERGELIJKING VAN DE AANGEBODEN LOGIESVORMEN IN DE SPAANSE PYRENEEËN.....	53
4.3.1	Vergelijking aanbod twee en twee en een halve sterrenhotels.....	53
4.3.2	Vergelijking aanbod drie en drie en een halve sterrenhotels.....	54
4.3.3	Vergelijking aanbod vier en vier en een halve sterrenhotels.....	55
4.3.4	Algemeen besluit Spaanse Pyreneeën.....	56
<b>HOOFDSTUK 5 PRIJSVERGELIJKING.....</b>		<b>57</b>
5.1	HOTEL KOENER – CLERVAUX – GROOTHERTOOGDOM LUXEMBURG.....	57
5.1.1	Hotelkeuze .....	57
5.1.2	Situatie.....	58
5.1.3	Prijsberekening Jetair .....	58
5.1.4	Prijsberekening Thomas Cook.....	58
5.1.5	Prijsberekening rechtstreeks via hoteleigenaar.....	59
5.1.6	Prijsvergelijking .....	59
5.1.7	Bespreking .....	60
5.1.8	Algemene voordelen touroperator .....	61
5.1.9	Toegepast voorbeeld.....	62
5.2	HOTEL CANYELLES PLATJA – ROSAS – COSTA BRAVA – SPANJE.....	63
5.2.1	Hotelkeuze .....	63
5.2.2	Situatie.....	63
5.2.3	Prijsberekening Jetair .....	64
5.2.4	Prijsberekening Thomas Cook.....	64
5.2.5	Prijsberekening rechtstreeks via hoteleigenaar.....	64
5.2.6	Prijsvergelijking .....	65
5.2.7	Bespreking .....	65
5.3	ALGEMEEN BESLUIT .....	67
<b>HOOFDSTUK 6 AUTOVAKANTIES IN DE MEDIA.....</b>		<b>68</b>
6.1	TRAVEL MAGAZINE .....	68
6.2	TRAVEL AWARDS.....	69
6.3	ANDERE MAGAZINES OF DAGBLADEN.....	69
6.4	BESLUIT .....	69
<b>BESLUIT.....</b>		<b>70</b>
<b>BIJLAGEN.....</b>		<b>67</b>
<b>BRONVERMELDING.....</b>		<b>102</b>

## Inleiding

Als ik aan reizen denk, dan denk ik niet meteen aan op vakantie vertrekken met mijn eigen wagen. Toch ben ik opgegroeid met deze vorm van reizen. Mijn ouders zijn altijd op reis geweest met de wagen. En ik moet zeggen dat we al veel mooie bestemmingen gezien hebben. Maar waarom gaan mijn ouders, en nog andere mensen, met de auto op reis? Met mijn eindwerk wil ik mij verdiepen in het concept autovakanties. Het leek me gepast om autovakanties te onderzoeken vanaf de eeuwwisseling. Op de Belgische markt zijn er twee grote touroperators Jetair en Thomas Cook. Ik ga mijn eindwerk uitsluitend baseren op die twee generalisten.

In mijn eerste hoofdstuk ga ik het belang van autovakanties op de Belgische markt onderzoeken. Ik heb mij altijd al afgevraagd of er eigenlijk veel mensen reizen zoals mijn ouders. Of boeken de mensen meer vliegtuigreizen? En wat zijn nu de trends bij autovakanties?

Daarna zal ik het product “autovakantie” onderzoeken. Alvorens een hotel in de brochure van één van de touroperators verschijnt of op internet, ben ik ervan overtuigd dat er een complex productieproces aan vooraf gaat. Ik ga aan de hand van interviews met de verantwoordelijken op de verschillende afdelingen van autovakanties bij Jetair, proberen een duidelijk beeld te scheppen van het productieproces. En ik zal ook onderzoeken of er verschillen zijn tussen Jetair en Thomas Cook.

In een volgend hoofdstuk ga ik de zomerbrochures van de autovakanties vanaf het millennium tot en met 2006 van Jetair en Thomas Cook aan een vergelijkende studie onderwerpen op het gebied van het aanbod van de bestemmingen. Bieden beide touroperators dezelfde bestemmingen aan of niet? En waarom verdwijnen bepaalde bestemmingen uit het aanbod?

In hoofdstuk 4 onderzoek ik twee autovakantiebestemmingen, de Costa Brava en de Spaanse Pyreneeën. Ik ga een globale vergelijking maken van die twee bestemmingen in de zomerbrochures van Jetair en Thomas Cook. Daarna ga ik het aanbod van de verschillende logiesvormen op de twee bestemmingen bespreken.

Bij een onderzoek tussen twee touroperators hoort natuurlijk ook een prijsvergelijking. Aan de hand van twee hotels zal ik de twee concurrenten tegenover elkaar zetten. Een derde speler in het spel van de concurrentie is hier het rechtstreeks boeken bij de hoteleigenaar. Wat is nu uiteindelijk het goedkoopst?

Voor mijn laatste hoofdstuk ga ik op zoek gaan naar artikels over autovakanties in een volledige jaargang van Travel Magazine. Besteden ze in de toeristische pers veel aandacht aan autovakanties?

Op al deze vragen zal u een antwoord vinden in mijn vergelijkende studie tussen de autovakanties van Jetair en die van Thomas Cook, en dat alles vanaf het millennium.

## **Hoofdstuk 1 Het belang van autovakanties**

In het eerste hoofdstuk van mijn scriptie wil ik het belang van autovakanties aantonen. Vormen de autovakanties een belangrijke tak in de Belgische reisindustrie of gaan de meeste mensen met een ander transportmiddel op reis?

Ik heb me gebaseerd op de resultaten van het WES onderzoek. Het WES is het West-Vlaams Economisch Studiebureau. Het is de toonaangevende instantie in België voor onderzoek en advies in de toeristische reisindustrie.

Het WES neemt om de twee jaar enquêtes af bij de Belgen. Ik heb mij gebaseerd op de resultaten van de enquêtes van 2002 en 2004.

### **1.1 Enkele belangrijke conclusies in 2002**

#### **1.1.1 Minder vlieg- en autocarvakanties, meer autovakanties**

Die conclusie is, in het kader van mijn eindwerk, misschien wel de belangrijkste conclusie in 2002 die volgt uit de WES enquêtes.

Er waren 300.000 vliegvakanties minder, waarbij 200.000 lijnvluchten zaten. Ook de autocarvakanties kenden een daling van 60.000 vakanties. Maar de autovakanties stegen in 2002 met 60.000. Dat is een enige vorm van herstel in het aandeel want de autovakanties zaten in een dalende trend sinds 1991.

De daling van de vliegvakanties was toen vooral nog een nawee van 11 september 2001. De terroristische aanslagen met lijnvliegtuigen in Amerika hebben een grote negatieve impact gehad op de toeristische sector. De daling was vooral te wijten aan een daling van de lijnvluchten naar de Verenigde Staten en naar verre bestemmingen.

Dat de autovakanties stijgen is belangrijk, maar het aantal autovakanties is even belangrijk. En dat aantal ligt ver boven het aantal vliegvakanties en/of autocarvakanties. Het aantal autovakanties dat de Belgen maken ligt vanaf 2000 hoger dan vijf en een half miljoen. Het aantal vliegvakanties met een chartervliegtuig komt niet boven de twee miljoen, terwijl het aantal vakanties van de Belgen met lijnvluchten niet boven de één miljoen komt.

De wagen blijft dus het meest gebruikte vervoermiddel bij de vakanties van de Belgen. Bijna zes vakanties op de tien gebeuren met de wagen. Dat is een duidelijk bewijs dat autovakanties op de Belgische markt een heel belangrijk segment vormen in de toeristische reisindustrie. Er zijn veel mensen die bij vakantie meteen denken aan vliegen naar een verre bestemming, maar zoals blijkt ligt het aantal autovakanties van de Belgen aanzienlijk hoger.



De onderstaande tabel<sup>1</sup> geeft de evolutie weer van 2000 tot en met 2002 van het gebruikte transportmiddel bij de vakanties van de Belgische bevolking.

<b>Transportmiddel</b>	<b>2000</b>	<b>2002</b>
<b>Wagen</b>	<b>56,1</b>	<b>58,3</b>
<b>Totaal vliegtuig</b>	<b>29,3</b>	<b>27,0</b>
<b>Charter</b>	<b>19,4</b>	<b>18,9</b>
<b>Lijnvlucht</b>	<b>9,9</b>	<b>8,1</b>
<b>Trein</b>	<b>4,6</b>	<b>4,9</b>
<b>Totaal touringcar</b>	<b>8,9</b>	<b>8,5</b>
<b>Pendelreis</b>	<b>6,</b>	<b>6,5</b>
<b>Rondreis</b>	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>
<b>Overige</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>
<b>totaal</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tabel 1 Evolutie van het gebruikte transportmiddel bij de vakanties van de Belgen

Er moet wel opgemerkt worden dat het belang van een touroperator bij vliegvakanties, zowel met charter als lijnvlucht, groter is dan bij autovakanties. Touroperators hebben dus een belangrijkere taak te vervullen om vliegreizen te boeken. Dat komt omdat autovakanties meer zelf kunnen geboekt worden via internet of de hoteleigenaar zelf. Een vliegvakantie boeken zonder de hulp van een ervaren touroperator, gaan de Belgen niet zo snel doen.

### 1.1.2 Groei all inclusive formule bij vakanties

Van 1998 tot 2002 is er een enorme evolutie geweest van de vakanties op basis van een all inclusive pakket. Het aantal all inclusive vakanties is in amper vier jaar tijd verdubbeld. De touroperators moeten deze trend zeker in de gaten houden. Bij het aanbod van de hotels voor autovakanties zullen ook all inclusive formules moeten verschijnen.

In een artikel in Travel Magazine<sup>2</sup> in 2006 over het tienjarige bestaan van autovakanties bij Jetair, blijkt dat de touroperators daar inderdaad rekening mee hebben gehouden. In dat artikel kunt u lezen dat het all inclusive fenomeen nu ook een opgang maakt in het segment autovakanties.

### 1.1.3 Belangrijkste bestemmingen in 2002

De belangrijkste vakantiebestemming van de Belgische bevolking in 2002 voor autovakanties in het buitenland is Frankrijk. 31,1% van de autovakanties van de Belgen gaat door in Frankrijk. 33,5% blijft met de auto in België<sup>3</sup>. Deze twee bestemmingen staan dus in voor meer dan de helft van de autovakanties bij Belgen. Dat zijn dan ook de belangrijkste afzetmarkten. Om die reden komen Jetair en Thomas Cook ook op de markt met een aparte brochure voor autovakanties in Frankrijk.

Het tweede belangrijkste land in het buitenland voor autovakanties van de Belgen is Italië (8,3%), gevolgd door Spanje (7,6%).

<sup>1</sup> Bron: WES

<sup>2</sup> Zie bijlage 2: Autovakanties Jetair: 10x10, Travel Magazine, dertiende jaargang, nr. 216, 10 februari 2006, blz. 32

<sup>3</sup> Vlaamse Kust (19,9%), Wallonië (9,2%), Vlaamse regio's (4,2%) en Vlaamse kunststeden en Brussel (0,2%)

De volgende tabel geeft een overzicht van de belangrijkste vakantiebestemming van de Belgische bevolking in 2002 volgens het gebruikte transportmiddel<sup>4</sup>.

<b>Vakantiebestemming</b>	<b>2002</b>
<b>België</b>	<b>33,5</b>
<i>Vlaamse Kust</i>	<i>19,9</i>
<i>Wallonië</i>	<i>9,2</i>
<i>Vlaamse regio's</i>	<i>4,2</i>
<i>Vlaamse kunststeden en</i>	<i>0,2</i>
<i>Brussel</i>	
<b>Frankrijk</b>	<b>31,1</b>
<b>Italië</b>	<b>8,3</b>
<b>Spanje</b>	<b>7,6</b>
<b>Overige (Oostenrijk, Nederland,</b>	<b>19,5</b>
<b>Duitsland, Zwitserland,...)</b>	
<b>totaal</b>	<b>100,0</b>

Tabel 2 Belangrijkste bestemmingen van autovakanties bij de Belgen

#### 1.1.4 Het profiel van de vakantieganger

Om het profiel te definiëren zal ik gebruik maken van enkele categorieën: taal, gewest, leeftijd, gezinstype en het beroep van het gezinshoofd<sup>5</sup>.

66,1% van de mensen die met de wagen op reis gaan, zijn Nederlandstalig. 64,7% is dan ook uit Vlaanderen afkomstig. De belangrijkste leeftijdscategorie ligt tussen de 35 en 44 jaar. 17,4% ligt tussen deze leeftijden. Het zijn vooral veel gezinnen met jonge kinderen die op reis gaan met de wagen. 22,7% van de reizigers vertrekt op autovakantie met een kind jonger dan 6 jaar, terwijl ook nog eens 20,5% op reis vertrekt met eigen wagen met een kind tussen de 6 en 12 jaar. Het beroep van het gezinshoofd is in ongeveer 3 op de 10 gevallen een bediende. Ondernemers en personen die een vrij beroep uitoefenen gaan het minst met de eigen wagen op vakantie (3,5%).

<sup>4</sup> Bron: WES

<sup>5</sup> Bron: WES

Hieronder vindt u een volledige tabel met het overzicht.

<b>Profiel</b>		
<b>TAAL</b>	Nederlands	66,1
	Frans	33,9
<b>GEWEST</b>	Vlaanderen	61,7
	Brussel	9,3
	Wallonië	26,0
<b>LEEFTIJD</b>	Tot 5 jaar	8,6
	6-12	9,3
	13-17	9,9
	18-24	7,0
	25-34	13,0
	35-44	17,4
	45-54	14,5
	55-64	11,5
	65 en ouder	8,7
<b>GEZINSTYPE</b>	Alleenwonende, gezin zonder kinderen, <45 jaar	7,2
	Gezin, jongste kind <6 jaar	22,7
	Gezin, jongste kind 6-12	20,5
	Gezin, jongste kind 13-17	13,0
	Gezin, jongste kind >= 18	15,6
	Alleenwonende, gezin zonder kinderen, 45-64 jaar	12,6
	Alleenwonende, gezin zonder kinderen, >=65 jaar	8,5
<b>BEROEP GEZINSHOOFD</b>	Arbeiders	19,8
	Bedienden	31,4
	Kaderpersoneel	7,4
	Onderwijzend personeel	6,0
	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	10,4
	Ondernemers en vrije beroepen	3,5
	(Brug)gepensioneerden	15,4
	Andere	6,1
<b>TOTAAL</b>		<b>100,0</b>

**Tabel 3 Profiel van de autovakantieganger**

## 1.2 Enkele belangrijke conclusies in 2004

### 1.2.1 Daling van het aantal autovakanties

Het aantal autovakanties daalde sinds 1991. In 2002 was er een korte opflakking. Het aantal autovakanties was toen gestegen met 60.000. Maar die trend kon zich niet verder zetten. In 2004 is het aantal autovakanties opnieuw gedaald met 100.000.

De stijging in 2002 was dus vooral te wijten aan de terroristische aanslagen op 11 september in 2001 in de Verenigde Staten. De mensen waren niet geneigd om met het vliegtuig op reis te gaan. In 2004 is het aantal vliegvakanties weer gestegen, en dat dus te nadele van de autovakanties.

Maar in 2004 zijn er nog altijd 5,5 miljoen Belgen die op autovakantie vertrekken. Dat zorgt ervoor dat het de belangrijkste markt blijft binnen de reisindustrie.

### 1.2.2 Groei all inclusive formule bij vakanties

De groei van de all inclusive formule bij vakanties blijft net zoals in 2002 spectaculair stijgen. Daarnaast willen de toeristen meer comfort op reis. Ze gaan meer kiezen voor een hotel met meer comfort en meer sterren<sup>6</sup>. De touroperators Jetair en Thomas Cook moeten als gevolg hun hotelaanbod aanpassen.

### 1.2.3 Belangrijkste bestemmingen in 2004

Op het vlak van de bestemmingen voor de autovakanties is er ten opzichte van 2002 niets veranderd. Frankrijk blijft de grote koploper. De andere toppers blijven eveneens Italië en Spanje.

---

<sup>6</sup> Zie ook 4.1.8

## **Hoofdstuk 2   Hoe ontstaat het product “autovakantie”?**

Het product “autovakantie” komt niet zomaar tot stand. Alvorens het hotel in de brochure van autovakanties verschijnt, komt er heel wat bij kijken. In mijn tweede hoofdstuk zal ik eerst een algemeen overzicht geven van het volledige verloop van een product “autovakantie”. Daarna ga ik enkele stappen meer in detail bespreken.

In dit hoofdstuk heb ik mij gebaseerd op het productieproces dat Jetair toepast voor zijn autovakanties. Het globale schema dat het product volgt, is wel te vergelijken met het verloop bij Thomas Cook. De verschillen zitten enkel in het gebruik van andere interne programma’s. De stappen die gevolgd worden, zijn weliswaar voor de twee touroperators gelijk.

### **2.1   Het productieproces**

#### **2.1.1   Algemeen overzicht**

Voor een schema van het productieproces van een autovakantie bij Jetair verwijs ik naar bijlage 5. Er zijn 5 belangrijke afdelingen in het productieproces: contracting, productieassistenten, copy writing, data entry en lay out.

Het volledige productieproces begint bij de inkoper op de afdeling contracting. Nadat hij een afspraak heeft gemaakt met de logiesuitbaters, gaat hij de verschillende hotels en andere soorten logies bezoeken. Zijn uiteindelijke doel is om het hotel in de brochure voor autovakanties te krijgen. Daarom gaan de inkoper en de logiesuitbater een contract sluiten. De inkoper probeert daarbij de nodige voordelen en een zo groot mogelijk contingent<sup>7</sup> te verkrijgen.

Nadat het contract is ingevuld en getekend, komt het terecht bij de productieassistenten<sup>8</sup>. Met behulp van het ingevulde contract kunnen ze dan de inkoopfile invullen. De inkoopfile is een Excel bestand. Daarmee gaan ze het verloop van het product opvolgen. Ze controleren ook of het contract juist is ingevuld. Daarna geven ze het contract door aan de afdeling copy writing.

Bij de afdeling copy writing gaan ze aan de hand van het contract de teksten schrijven die dan uiteindelijk in de brochure en op internet zullen verschijnen. Ze baseren zich vooral op de informatie van het vorige jaar. Bij een nieuw product krijgen ze de meeste informatie van de inkoper. De tekst schrijven ze met behulp van Unitext<sup>9</sup>.

Daarna gaat het dossier naar de afdeling data entry. Zoals de naam het laat vermoeden, gaan zij alle gegevens inbrengen in een computersysteem. Dat systeem heet Jaros. Jaros is eveneens een intern systeem dat gekoppeld is aan hun reservatiesysteem. De gegevens die ze invoeren zijn de prijzen, de promoties, de eventuele vroegboekkortingen, enzovoort.

---

<sup>7</sup> Een contingent is een aantal kamers dat de touroperator van de logiesuitbater krijgt om te verkopen.

<sup>8</sup> Productieassistenten zorgen voor de administratieve ondersteuning van de inkopers en helpen bij de productie van de brochures.

<sup>9</sup> Unitext is een intern programma bij Jetair. Het is speciaal voor het bedrijf gemaakt.

Nu komt het dossier voor de tweede keer terecht bij de productieassistenten. Ze voeren een controle uit. Indien er aanpassingen nodig zijn, gaat het dossier terug naar copy writing. Ze voeren de correcties door in Unitext en vertalen dan ook de tekst in het Frans.

Eenmaal dat gebeurd is, komt alles terecht bij de inkoper in een wit mapje<sup>10</sup>. Hij of zij bepaalt welke foto's er in de brochure mogen en controleert ook nog eens de prijzen. Zijn er nog fouten in de prijstabel, bij de promoties of bij de kamertypes, dan gaat het terug naar de afdeling data entry. Eventuele correcties aan de tekst gebeuren bij copy writing.

Daarna gaat alles naar de afdeling lay out. De foto's die de inkoper gekozen heeft, worden bij het document gevoegd. Ze maken een drukproef van de pagina. De inkoper krijgt de volledige pagina te zien zoals die zal verschijnen in de brochure.

De inkoper kan bijvoorbeeld niet tevreden zijn over de schikking van de foto's. Dan gaat de drukproef terug naar de afdeling lay out. Ze voeren de nodige aanpassingen uit. Daarna maken ze een PDF - document om naar de drukker te sturen. De teksten in Unitext kunnen ook gebruikt worden om op de website te zetten.

---

<sup>10</sup> Het feit dat er een wit mapje gebruikt wordt, en later een roze mapje, is louter een interne regeling bij Jetair.

### 2.1.2 Productieproces binnen een groter geheel

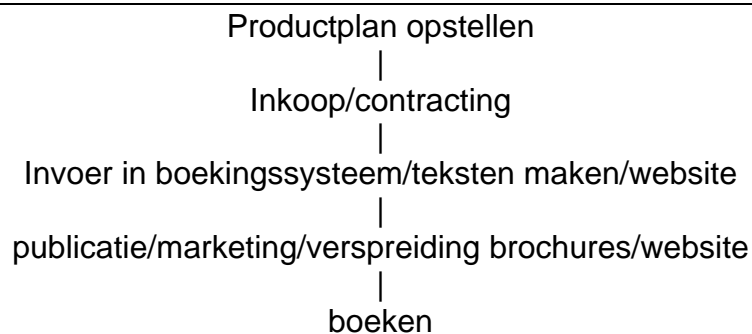
Met dat productieproces is nu 1 hotel van 1 streek in een land in de brochure gekomen. Maar daarmee is de volledige brochure nog niet af.

De productmanagers stellen in samenspraak met de inkopers een plan op. Daarin bepalen ze welke logies ze kiezen, welke streken ze aanbieden en of er nieuwe streken moeten aangeboden worden. Het productplan moet zo goed mogelijk uitgevoerd worden. Het is dus aan de verschillende inkopers om te proberen een contract te sluiten met alle logies in het productplan. Dan kan het bovengenoemde productieproces beginnen.

Maar nadat de brochure gedrukt is, moet ze nog op de markt gebracht worden. De brochures moeten ze verspreiden over de Belgische reiskantoren. De websites moeten ze ook maken aan de hand van de teksten in Unitext. Daarnaast moet er veel publicatie en promotie gemaakt worden. Daarbij speelt de marketing afdeling een heel belangrijke rol.

Het product is pas rendabel wanneer de klanten het ook boeken. Hoe meer boekingen, hoe rendabeler het ook is.

De verschillende stappen kunnen vereenvoudigd als volgt voorgesteld worden:



## 2.2 Verschillende afdelingen nader bekeken

### 2.2.1 Contracting

De contracten sluiten met de hoteliers vormt de basis van het productieproces. Zonder contracten kan de touroperator geen hotels aanbieden. Daarom is de afdeling contracting heel belangrijk. De inkoper en de logiesuitbater gaan een contract sluiten waarbij de inkoper zo veel mogelijk voordelen en een zo groot mogelijk aantal kamers probeert te verkrijgen.

De inkoper probeert dus het aanbod van de logies in de brochure uit te breiden of in te krimpen. Samen met de product managers bepalen de inkopers de doelstellingen voor het volgende seizoen. Ze bepalen het aantal pagina's voor een streek in de brochure, welke streken ze zullen blijven aanbieden, welke niet meer en of ze meer of minder hotels zullen aanbieden.

Het is fout om te denken dat hoe meer hotels er in de brochure staan, hoe rendabeler het wordt. Als de inkopers meer contracten sluiten, is er meer werk om alle hotels in de brochure te krijgen. Er ontstaat een bottleneck. Er komen nog verschillende fases na de contracting<sup>11</sup>. Zij zijn dan ook overspoeld met meer werk. Hoe verder in het productieproces, hoe moeilijker het zal zijn om de tijdslimieten te halen. Zo kan het gebeuren dat de brochures niet op tijd verspreid kunnen worden. Dat resulteert dan weer in een verlies aan boekingen omdat de concurrent misschien wel al met zijn brochures op de markt is. Daarom is het heel belangrijk om een juiste balans te vinden bij de bepaling van het aantal hotels.

Eens bepaald is welke hotels ze zullen aanbieden, kan de inkoper op prospectie vertrekken. Prospectie is de basis voor de contracting. De inkoper maakt op voorhand een afspraak met de logiesuitbater. Commercieel gezien is het beter dat de inkoper de taal spreekt van de logiesuitbater om te onderhandelen. Zo ontstaan er zeker geen misverstanden. Het boezemt de logiesuitbater ook meer vertrouwen in als hij in zijn moedertaal kan onderhandelen.

Maar voor de inkopers vertrekken om te onderhandelen met de logiesuitbater, maken ze de contracting mappen. Daarin zitten documenten in die van belang zijn om de voorwaarden in het contract te bepalen: de contracten van het jaar of de jaren ervoor, de inkooprapporten van het jaar of de jaren ervoor, de stop sales en de overzichtslijsten.

De inkooprapporten zijn een samenvatting van het bezochte product op gebied van de prijzen. Daarin staan onder andere de prijzen die de touroperator het jaar voordien gekregen heeft en eventuele kinderkortingen of andere kortingen. De inkoper baseert zich hierop om dezelfde prijzen opnieuw te verkrijgen, of eventueel nog goedkopere.

Een dossier met de stop sales zit ook in de contracting map. Een stop sale is een periode wanneer de logiesuitbater zijn contingent dat hij eerst aan de touroperator gegeven had, terugvraagt van de touroperator. De logiesuitbater kan dat vragen omdat er misschien voor een paar dagen een beurs is dicht bij zijn hotel. Hij wil dan meer kamers vrij hebben tijdens de periode van die beurs. Meestal is een stop sale slechts voor enkele dagen. Bij een stop

---

<sup>11</sup> Zie 1.1 Het productieproces



sale kan de touroperator dus geen kamers meer boeken. De touroperator kan wel nog altijd een aanvraag sturen om een kamer te boeken. De logiesuitbater beslist dan of hij de aanvraag positief beantwoordt of niet.

De overzichtslijsten zijn ook heel belangrijk. Daarin staat welke weken er effectief geboekt geweest zijn in het hotel. Bij een periode van veel boekingen kan de inkoper vragen om voor dezelfde periode een groter contingent te krijgen voor het nieuwe seizoen. Op dezelfde manier kunnen ook meer single kamers aangevraagd worden als blijkt dat er meer singles geboekt hebben.

Zoals eerder gezegd bepalen de inkopers en de product managers welke logies ze willen aanbieden. Meestal baseren ze zich op de hotels die ze al kennen en die ze het vorige seizoen aangeboden hadden. Maar de inkopers kunnen ook op zoek gaan naar nieuwe logies.

Daarbij spelen beurzen een heel belangrijke rol. De inkoper kan daar contacten leggen met nieuwe hotels, residenties en campings. Naast beurzen zijn internet en bepaalde hotelgidsen belangrijke informatiebronnen. De inkopers gaan natuurlijk ook kijken bij de concurrentie in het binnenland en in het buitenland. De touroperators in het buitenland hebben misschien een ander aanbod dan de touroperators in België.

### 2.2.2 Productie assistenten

De productie assistenten hebben een ruime taak binnen het productieproces. Ze hebben geen aparte fase binnen het proces zelf, maar ze vervullen wel aanvullend werk bij de verschillende afdelingen binnen het productieproces. Zoals hun naam het ook letterlijk zegt, ze zorgen voor assistentie bij de productie.

Zo ondersteunen ze het secretariaat van de contracting managers. Alvorens de contracting managers vertrekken naar de logiesuitbater om het contract af te sluiten, moeten ze een contracting map opstellen<sup>12</sup>. De productie assistenten helpen hen hierbij. Ze assisteren ook de contracting managers bij de voorbereiding van hun inkoopreizen. Deze voorbereiding is heel belangrijk omdat, zoals eerder vermeld, de contracting de basis is van het hele proces.

Bij de voorbereiding van de contracting mappen moeten de productie assistenten dus contact opnemen met de buitenlandse hotelpartners. Ze doen dat telefonisch of per briefwisseling. Ze zijn daarbij verantwoordelijk voor de vertaling van anderstalige briefwisseling.

Als de inkoopreis afgelopen is en het contract getekend, dan komt het ingevulde contract opnieuw terecht bij de productieassistenten. Zij gaan op hun beurt de gegevens van het contract invullen op de inkoopfiles<sup>13</sup>. Daarbij controleren ze natuurlijk of het contract in orde is en of er geen dubbelzinnigheden of fouten in staan. Ze moeten namelijk de inhoud van het contract kunnen naleven.

De productie assistenten zijn nauw betrokken bij het productieproces van de brochures. Ze volgen het verloop van de productie nauwkeurig op. Daarbij controleren ze de prijstabellen en de brochureteksten op fouten. Als er in een hotel iets verandert of verdwijnt waar de

---

<sup>12</sup> Zie 1.2.1 Contracting

<sup>13</sup> Een inkoopfile is een Excel bestand op computer

klanten recht op hadden bij de boeking, dan moeten ze dat weten voor ze vertrekken. Het volgende voorbeeld brengt meer duidelijkheid.

Sluit het hotel hun zwembad voor een paar weken, dan moeten de klanten dat weten. In de brochure stond namelijk dat ze konden beschikken over een overdekt zwembad. Als de klanten daar aankomen en ze zien dat het zwembad leeg is, dan gaan ze helemaal niet tevreden zijn en een klacht indienen. Daarom is het noodzakelijk dat de klanten op voorhand meegedeeld zijn van eventuele veranderingen. Het is de taak van de productie assistenten om zo'n zaken mee te delen aan de afdeling reservatie. Zij waarschuwen dan op hun beurt de reiskantoren en/of de klanten.

De productie assistenten ondersteunen ook de product manager bij het uitwerken van promotionele acties. In bepaalde periodes van het jaar brengen ze speciale promoties op de markt<sup>14</sup>. Deze speciale promoties bereiken de reiskantoren met behulp van nachtfaxen. Deze mails met promoties of prijsaanpassingen liggen dan 's morgens bij de reiskantoren.

Verder helpen de productie assistenten de product manager met zijn product studies. Samen doen ze een product analyse. Daarbij gaan ze het product autovakantie op een bepaalde bestemming onderzoeken en natuurlijk ook aan concurrentievergelijking doen<sup>15</sup>.

### 2.2.3 Copy writing

Een eerste taak van de afdeling copy writing is een tekst schrijven aan de hand van het contract en de inkoopfiles. Bij een product dat vorig jaar ook in het aanbod voorkwam, baseren ze zich op de tekst van vorig jaar. Die tekst passen ze dan eventueel aan indien er veranderingen zijn in het contract. Bij een volledig nieuw product krijgen ze informatie van de inkoper. Daarmee maken ze dan een nieuwe tekst.

Deze tekst voeren ze in een intern programma in<sup>16</sup>. Die input gebruiken ze voor de lay out van de brochures en voor de website. De copy writers zijn ook de vertalers. Zij vertalen de Nederlandse tekst in het Frans en omgekeerd.

---

<sup>14</sup>Bij Jetair autovakanties was er met Valentijn een promotie flyer op de markt gebracht met extra kortingen in bepaalde hotels.

<sup>15</sup> Voor een productvergelijking tussen de Costa Brava en de Spaanse Pyreneeën, zie hoofdstuk 4

<sup>16</sup> Dat programma heet Unitext en is in dit geval speciaal voor Jetair geschreven. (Voor Thomas Cook, zie 2.3.2)

#### 2.2.4 Data Management

De afdeling data management gaat ook, net zoals de afdeling copy writing, gegevens van het contract verwerken. In tegenstelling tot de vorige afdeling gaat het hier niet om de teksten, maar om de cijfers. De afdeling data management houdt zich enkel bezig met de prijzen voor de verschillende periodes. Dus enkel de prijstabel in de brochure en op internet is afkomstig van deze afdeling. Ze gaan de prijzen die voorkomen in het contract, verwerken met behulp van een inputsysteem<sup>17</sup>. In het systeem komen de prijstabellen anders voor dan hoe ze uiteindelijk in de brochure staan.

De afdeling doet ook een kleine controle van de teksten in de brochure, zij het dat deze beperkt is. Ze gaan vooral de vaste uitdrukkingen controleren. Zo gaat men bijvoorbeeld voor een kluis op de kamer altijd dezelfde term gebruiken, namelijk mini safe. De afdeling gaat dus na of er geen andere woorden in verschijnen, want sommige hoteleigenaars noemen het een kluis, andere een safe of een mini safe. Bij deze vaste formuleringen maken ze gebruik van een lijst waar alle gebruikte termen uitgelegd staan.

Verder gaan ze ook na of de voordelen die ze aanbieden niet dubbelzinnig kunnen opgenomen zijn. Zo vermijden ze natuurlijk veel misverstanden en ontevreden klanten.

De input van de prijzen en de controle gebeurt tijdens het productieproces. Als het product van een autovakantie op de markt komt via de brochures of internet, is het werk nog niet gedaan. Er zijn nog altijd promoties die verschijnen nadat de brochure al gedrukt is. Hier kan men twee verschillende promoties onderscheiden.

Ten eerste heb je de promoties die tot stand komen nadat het contract is afgesloten. Deze promoties komen niet in het contract voor en zijn afhankelijk van het spel van vraag en aanbod op de markt van een bepaalde bestemming of hotel.

Daarnaast heb je ook nog de promoties die wel voorkomen in het contract. Omwille van een bepaalde marktstrategie publiceren de touroperators deze promoties niet in de brochure. De eerder genoemde Valentijnsactie bij Jetair autovakanties is hier een voorbeeld van. Het spreekt voor zich dat zo'n promoties samenhangen met een bepaalde periode in het seizoen. Die krijgen de klanten dan te zien via internet, flyers of een mini krantje dat ze via reisagenten verspreiden. Een mini krantje met promoties die een extra push krijgen, verschijnt drie tot vier keer per jaar.

Naast de promoties bieden de touroperators ook extra diensten aan zoals toegangskarten voor bepaalde pretparken<sup>18</sup>, skipassen, vouchers voor restaurants en nog veel meer diensten die de hotels ondersteunen. De afdeling data management verzorgt ook dat aanbod.

---

<sup>17</sup> Bij Jetair heet dit systeem Control P en Control V voor de promoties die nadien verschijnen.

<sup>18</sup> Bij autovakanties kunnen we hier het voorbeeld van Futuroscope aanhalen.

Nadat de prijzen zijn ingevoerd in het interne systeem, moeten ze alles boekbaar maken voor de reisagenten of het grote publiek. Ze voeren alles in een reservatiesysteem in. Daarna komen de prijzen op BTN<sup>19</sup>, op internet en in een intern systeem van de touroperator zelf.

Verder zetten ze de pre-bookings om in vaste boekingen. Pre-bookings zijn eigenlijk opties die genomen werden vroeg in het seizoen, wanneer je eigenlijk nog niet kon boeken. De reservatie kon nog niet in het systeem ingevoerd worden. Nadat de prijzen dus in het systeem zitten, is dat nu wel mogelijk.

### 2.2.5 Lay out

De afdeling lay out is de laatste afdeling binnen het productieproces, maar daarom niet minder belangrijk. Hier bepalen ze hoe de brochure, internet, de flyers en dergelijke er uiteindelijk zullen uitzien. Daar moeten ze heel goed over nadenken, want het is uiteindelijk dat wat de klanten te zien krijgen.

Een reis verkopen of kopen is heel gevaarlijk. Als klant zie je namelijk niet wat je koopt. Je ziet het hotel of appartement niet in het echt. Je ziet de omgeving niet. Daarom is het belangrijk dat er goede, correcte en mooie foto's in de brochure staan. Zo krijgen de klanten toch een idee van hoe het er ter plaatse is. Luchtfoto's van hotels scoren altijd goed bij de klanten, omdat ze een overzicht hebben van het hotel en zijn omgeving. Verder nemen ze ook foto's met gelukkige mensen of, voor gezinshotels, met gelukkige, spelende kinderen.

De hotelier geeft meestal de foto's met de inkoper mee nadat de contracten zijn getekend. Indien hij dat niet doet of indien de foto's van een te lage resolutie zijn, neemt de inkoper de foto's zelf ter plaatse.

De plaats van het hotel in de brochure hangt af van verschillende factoren, net zoals de schikking van de pagina.

De rechterzijde van een opgevouwen brochure, is de belangrijkste. Uit onderzoek blijkt dat als u door een brochure bladert, de informatie op de rechterbladzijden u het meest bij blijft. Het is ook het eerste wat u bekijkt. Uw ogen gaan van rechtsboven naar links om uiteindelijk terug rechts beneden te eindigen. Een hotelier die dus op een volle rechterpagina in de brochure wil staan, moet dus meer betalen dan iemand die op een halve pagina links staat.

Verder bepalen de inkopers en de productmanagers ook de plaats van het hotel in de brochure. Hotels die goed verkopen en populair zijn, verschijnen op een volle pagina. Ook nieuwe hotels die ze willen lanceren zullen een volledige bladzijde krijgen. Minder goede of kleine hotels moeten het stellen met een halve pagina of, zelfs nog minder, met een derde van een pagina.

Het zijn misschien kleine details, maar als touroperator moet je daar rekening mee houden. Het zijn details die uiteindelijk geld kunnen kosten of opbrengen.

---

<sup>19</sup> Belgian Travel Network: Dit computersysteem biedt ons de mogelijkheid om onmiddellijk de beschikbaarheden van een vlucht, hotel of andere diensten op te vragen en deze direct te reserveren.

De afdeling lay out moet niet enkel rekening houden met de schikking van de hotels, maar ook met de kleuren die ze moeten gebruiken. Ieder land heeft zijn eigen achtergrondkleur. Bepaalde kleuren staan ook voor bepaalde concepten. Zo kan een bepaalde achtergrondkleur staan voor exclusievere hotels of meer romantische hotels.

Alvorens alles naar de drukker vertrekt, moet de brochure aan een heel grondige controle onderworpen zijn. Het kleinste detail kan voor misverstanden of verkeerde boekingen zorgen. Zoals eerder vermeld, de klant koopt op basis van de brochure. De mensen van lay out controleren of de juiste logo's bij de juiste hotels staan, of de foto's duidelijk, mooi en correct zijn, of de plaatsnamen correct geschreven zijn en nog veel meer. Wat heel belangrijk is, is de code die bij de prijstabellen staat. Dat is de code die nodig is om de boeking te kunnen maken. Die moeten dus zeker de juiste zijn. Verder moeten ze ook de Nederlandstalige en de Franstalige brochures met elkaar vergelijken. De kleuren moeten overeen komen, de hotels moeten in dezelfde volgorde verschijnen, enzoverder.

Na deze grondige controle vertrekt de brochure naar de drukker. De cover krijgt een mooie vernislaag. Dat oogt mooier. Ze verspreiden de brochures bij de Belgische reiskantoren en de verkoop kan beginnen.

## 2.3 Verschillen tussen Jetair en Thomas Cook

Jetair en Thomas Cook zijn 2 grote spelers op de Belgische markt. Het zijn wellicht de bekendste touroperators in België. Het spreekt voor zich dat bij het ontstaan van hun eigen product autovakantie, ze globaal genomen dezelfde weg afleggen. Maar toch zijn er enkele verschillen.

### 2.3.1 Op basis van lay out

Alvorens de brochure naar de drukker gaat, bepalen ze de lay out van de brochure. Daarbij houden ze, zoals eerder vermeld, onder andere rekening met de kleuren die ze gebruiken. Hierbij is er een heel belangrijk verschil te bemerken tussen de 2 touroperators.

Alvorens het verschil uit te leggen, wil ik eerst het principe van het drukken uit de doeken doen.

De brochure moet in 2 talen verschijnen, in het Nederlands en in het Frans. Het spreekt voor zich dat voor zowel de Franstalige als de Nederlandstalige brochures van eenzelfde touroperator dezelfde kleuren en lay out gebruikt worden en dat de hotels op dezelfde pagina's verschijnen. Om de brochures te drukken, gebruiken ze de volgende strategie. Eerst drukken ze alle kleuren in de brochures, voor zowel de Franstalige als de Nederlandstalige brochures. Daarna drukken ze de zwarte tekst voor het Nederlands en voor het Frans apart. Economisch gezien is dat voordeliger omdat ze maar drie keer moeten drukken in plaats van vier keer. De kleuren voor zowel de Franstalige als de Nederlandstalige brochure kunnen in een keer gedrukt worden.

Bij Jetair verschijnt dus alle Nederlandstalige tekst in het zwart. De teksten die zowel in de Franstalige als in de Nederlandstalige brochure staan, kunnen wel in kleur gedrukt worden. Hier gaat het over teksten als 'Early Booking' en dergelijke.

Bij Thomas Cook echter staan in de Franstalige brochure bepaalde Nederlandstalige plaatsnamen in kleur. Zo vindt u bijvoorbeeld 'Keulen' in plaats van 'Cologne' in de Franstalige brochure. Thomas Cook opteert dus wel voor het gebruik van kleuren bij de plaatsnamen, maar daardoor staan er wel fouten in hun Franstalige brochure.

### 2.3.2 Op basis van de gebruikte interne programma's

Ieder bedrijf gebruikt zijn eigen interne verwerkingsprogramma's. Dat is ook het geval voor Jetair en Thomas Cook. Deze programma's zijn meestal speciaal voor het bedrijf gemaakt. Het spreekt dus voor zich dat Jetair en Thomas Cook verschillende verwerkingsprogramma's gebruiken.

De afdeling copy writing bij Jetair schrijft de teksten aan de hand van 'Unitext'. De teksten kunnen rechtstreeks uit het programma gehaald worden om op de internetsite te plaatsen. De afdeling lay out haalt ook de teksten uit dat programma. Zo vermijden ze dat ze dezelfde teksten meerdere keren moeten typen. 'Unitext' is de opvolger van het programma 'Quark'

Op de afdeling data management bij Jetair voeren ze de gegevens<sup>20</sup> in met behulp van 'Jaros'. Dat interne systeem staat rechtstreeks in contact met het reservatiesysteem. Het is een overkoepelend systeem waarin geboekt wordt. Het inputsysteem waaruit ze de prijstabellen trekken, heet 'ControlP'. 'ControlV' is het systeem om eventuele promoties in te brengen.

Het boekingssysteem bij Thomas Cook heet 'ATOS'. Het is tegelijkertijd ook hun boekhoudingsysteem. Het werd een achttal jaren geleden speciaal voor Thomas Cook Autovakanties & Citytrips<sup>21</sup> ontwikkeld. Het is dus een ander systeem dan dat voor vliegvakanties.

Bij Jetair heb je tot slot nog de afdeling lay out die het programma 'Indesign' gebruikt. Het is een grafisch programma dat volledig is ontworpen op basis van drie bestaande programma's 'Jetexpress', 'Quark' en 'Filemaker'. Vroeger gebruikten ze dus deze drie programma's om aan de lay out van een brochure of internetsite te werken. Met behulp van 'Indesign' gaat alles nu veel sneller. Het is echter fout om te zeggen dat ze op de afdeling lay out nu minder werk hebben. Ze blijven evenveel werk hebben, maar het kan nauwkeuriger verlopen.

Voor de lay out van de brochures werkt Thomas Cook met een geïntegreerd systeem dat 'Mediamine' heet. Mediamine heeft een tekstdatabase waarin de teksten ingegeven worden en een beeldendatabank waarin de beelden opgeslagen worden. De afdeling lay out kan dan de teksten en de foto's uit de respectievelijke databanken halen. De prijstabellen downloaden ze dan ook uit ATOS en voeren ze in Mediamine in. Mediamine slaat die lay out op en dan kan alles via een elektronische weg naar de drukker verstuurd worden.

De volgende tabel geeft een overzicht van de verschillende systemen die Jetair en Thomas Cook gebruiken in hun productieproces

	Jetair	Thomas Cook
Teksten	UNITEXT	MEDIAMINE
Boekingssysteem	JAROS	ATOS
Lay out	INDESIGN	MEDIAMINE

<sup>20</sup> Hier gaat het om alles wat met prijzen te maken heeft, dus ook promoties, vroegboekkortingen.

<sup>21</sup> Toen was het nog All Seasons.

### **Hoofdstuk 3    Vergelijking van het aanbod van de bestemmingen**

In het tweede hoofdstuk heb ik onderzocht hoe een autovakantie tot stand komt. Het productieproces leidt uiteindelijk tot de publicatie van een brochure. De brochure is heel belangrijk. De klant kiest zijn reis op basis van wat er in de brochure verschijnt. In het derde hoofdstuk ga ik de brochures van Jetair en Thomas Cook aan een vergelijkende studie onderwerpen op gebied van de aangeboden bestemmingen.

Om de evolutie in het aanbod te onderzoeken, heb ik gebruik gemaakt van de zomerbrochures van Jetair en Thomas Cook van 2000 tot en met 2006. Ik heb bewust gekozen om enkel de zomerbrochures te onderzoeken, omdat de omzet van de autovakanties voor twee derden bepaald wordt door het zomeraanbod.

Een belangrijke opmerking hierbij is dat Thomas Cook pas in 2003 bij ons op de markt komt. Van 2000 tot en met 2003 behandel ik de brochures van de voorloper All Seasons.

In een eerste deel onderzoek ik de evolutie in het aanbod van de brochures 'Autovakanties Europa'. Daarna ga ik de brochures 'Autovakanties dichtbij' bespreken.



### 3.1 Autovakanties Europa

Ik zal aan de hand van tabellen de opvallendste verschuivingen binnen het aanbod van de verschillende vakantiebestemmingen bespreken.

#### 3.1.1 Frankrijk

	Andorra	België	Denemarken	Duitsland	Finland	Frankrijk	Groot-Brittannië	Hongarije	Ierland	IJsland	Italië	Jersey & Guernsey	Kroatië	Liechtenstein	Luxemburg	Nederland	Noorwegen	Oostenrijk	Portugal	Schotland	Slovenië	Spanje	Tsjechië	Zwitserland
Autovakanties Europa																								
All Seasons autovakanties Europa 2000	x		x	x		x		x			x		x					x		x	x	x		x
All Seasons autovakanties Europa 2001	x		x	x				x			x		x					x		x	x	x	x	x
All Seasons autovakanties Europa 2002	x		x	x				x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2003	x			x			x	x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2004	x			x				x			x		x					x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2005	x			x				x			x		x	x				x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2006	x			x				x			x		x					x			x	x		x
Jetair auto 2000	x			x		x					x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2001	x			x		x		x			x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2002	x		x	x	x					x	x		x				x	x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2003	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2004	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2005	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2006	x			x	x						x		x					x	x		x	x		x

In de tabel zie je dat het aanbod van Frankrijk bij Jetair stopt in 2002. Bij All Seasons, de voorloper van Thomas Cook, is dat al in 2001 gebeurd. Dat komt omdat beide touroperators met een aparte brochure voor autovakanties naar Frankrijk op de markt gekomen zijn in 2001 (All Seasons) en 2002 (Jetair).

We kunnen dus zien dat Jetair in de sporen treedt van All Seasons. All Seasons was in die tijd de marktleider. Omdat zij als eerste met deze nieuwe brochure op de markt kwamen, effenden zij zo het pad voor Jetair, dat het jaar nadien dus ook een brochure voor Frankrijk op de markt bracht.

Er moet hier wel bij vermeld worden dat Jetair al langer met het idee speelde om met een aparte brochure voor Frankrijk op de markt te komen. Maar ze hebben het nooit gedurfd omdat ze geen marktleider waren. Reisagenten hebben namelijk niet zo graag veranderingen in de brochures, laat staan totaal nieuwe brochures. Daarom deed Jetair het

nog niet. Maar toen All Seasons het omwille van verplichtingen wel deed, was het evident dat Jetair zou volgen. Als de marktleider het doet, waarom Jetair dan ook niet.

Ik heb gezegd dat All Seasons verplicht was om met een aparte brochure te komen. Dat komt omdat hun brochure voor autovakanties te dik werd. Omwille van technische redenen kon de drukker een dergelijk dikke brochure niet meer drukken. Dan is het logisch dat je een aparte brochure maakt van uw grootste bestemming. En in dat geval was dat Frankrijk.

Een heel belangrijk voordeel dat deze aparte brochure met zich mee bracht, is de besparing. Jetair en All Seasons konden allebei hun oplagen verminderen. Een klant die enkel naar Frankrijk wil, kreeg vroeger de hele brochure van autovakanties mee, nu kunnen de reisbureaus enkel de brochure van Frankrijk meegeven. En omgekeerd kunnen we deze redenering ook doen. Iemand dat totaal niet naar Frankrijk wil, krijgt dan de brochure van de autovakanties dichtbij of autovakanties Europa mee.

### 3.1.2 Hongarije

	Andorra	België	Denemarken	Duitsland	Finland	Frankrijk	Groot-Brittannië	Hongarije	Ierland	IJsland	Italië	Jersey & Guernsey	Kroatië	Liechtenstein	Luxemburg	Nederland	Noorwegen	Oostenrijk	Portugal	Schotland	Slovenië	Spanje	Tsjechië	Zwitserland
Autovakanties Europa																								
All Seasons autovakanties Europa 2000	x		x	x		x		x			x		x					x		x	x	x		x
All Seasons autovakanties Europa 2001	x		x	x				x			x		x					x		x	x	x	x	x
All Seasons autovakanties Europa 2002	x		x	x				x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2003	x			x			x	x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2004	x			x				x			x		x					x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2005	x			x				x			x		x	x				x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2006	x			x				x			x		x					x			x	x		x
Jetair auto 2000	x			x		x					x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2001	x			x		x		x			x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2002	x		x	x	x					x	x		x				x	x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2003	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2004	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2005	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2006	x			x	x						x		x					x	x		x	x		x

Een ander opmerkelijk land bij het aanbod is Hongarije. Bij All Seasons / Thomas Cook zit Hongarije nog steeds bij het aanbod van autovakanties. Jetair heeft het geprobeerd in 2001, maar het jaar daarop was Hongarije alweer verdwenen uit de brochure.

Hongarije sloeg niet echt aan bij Jetair. Er was maar 1 product dat echt goed verkocht op Hongarije en dat was een verblijf aan het Balaton meer. Maar dat was niet rendabel genoeg om het in de brochure te laten staan bij Jetair.

Hierbij moet nog een klein detail verteld worden. Het Balaton meer is namelijk aan het uitdrogen. Dus de klanten die op zoek zijn naar een vakantie waarbij je naar hartelust in een meer kan zwemmen, zullen niet meer geneigd zijn naar daar te trekken.

### 3.1.3 Noord - Europa

	Andorra	België	Denemarken	Duitsland	Finland	Frankrijk	Groot-Brittannië	Hongarije	Ierland	IJsland	Italië	Jersey & Guernsey	Kroatië	Liechtenstein	Luxemburg	Nederland	Noorwegen	Oostenrijk	Portugal	Schotland	Slovenië	Spanje	Tsjechië	Zwitserland
Autovakanties Europa																								
All Seasons autovakanties Europa 2000	x		x	x		x		x			x		x					x		x	x	x		x
All Seasons autovakanties Europa 2001	x		x	x				x			x		x					x		x	x	x	x	x
All Seasons autovakanties Europa 2002	x		x	x				x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2003	x			x			x	x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2004	x			x				x			x		x					x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2005	x			x				x			x		x	x				x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2006	x			x				x			x		x					x			x	x		x
Jetair auto 2000	x			x		x					x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2001	x			x		x		x			x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2002	x		x	x	x					x	x		x				x	x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2003	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2004	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2005	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2006	x			x	x						x		x					x	x		x	x		x

In 2002 zie je dat Jetair met 4 nieuwe bestemmingen op de markt komt, namelijk Denemarken, Finland, IJsland en Noorwegen.

Dat is te verklaren omdat er in 2002 een verschuiving plaats vond in de toeristische markt. Jetair heeft namelijk in dat jaar Seagull bij zich getrokken. En Seagull bood deze 4 landen en de Britse eilanden<sup>22</sup> aan de klanten aan.

Maar de Britse eilanden waren zo nauw verbonden met de merknaam Seagull dat Jetair besloten had om enkel de eerste 4 landen onder hun naam te nemen. De klanten die naar de Britse eilanden op reis willen, vragen spontaan naar de Seagull brochure. Maar ook de reisagenten bieden deze touroperator spontaan aan potentiële klanten aan. Het was dus heel verstandig van Jetair om de Britse eilanden onder de merknaam van Seagull te laten, en enkel de andere 4 landen bij zich te nemen.

Seagull is en blijft zo de sterkste speler voor de Britse eilanden. Dat bewijst ook hun slogan: *"We only do Great Britain, but we do it great!"*

Vandaar ook dat noch bij All Seasons / Thomas Cook, noch bij Jetair, het aanbod van de Britse eilanden terug te vinden is. Bij All Seasons zat Schotland er nog bij in 2000 en 2001, maar het land is er al vlug weer uit verdwenen. Thomas Cook had het in 2003 geprobeerd met Groot-Brittannië, maar de concurrentie met Seagull was gewoon te sterk.

Van de 4 andere landen (Denemarken, Finland, IJsland en Noorwegen) zijn er maar 2 die echt blijven bestaan in de brochures. Denemarken en Finland blijven in het aanbod, IJsland en Noorwegen verdwijnen al na een jaar. De laatste 2 sloegen niet echt aan bij het publiek.

In de zomerbrochure van het jaar 2006 komt Denemarken ook niet meer voor in het aanbod. Het verkoopt gewoonweg niet goed genoeg meer. Het land spreekt niet aan bij de klanten. Om die reden kwam Denemarken vanaf 2003 ook niet meer voor in het aanbod van All Seasons / Thomas Cook.

Het is dus enkel Finland die als enige overblijft van de 4 noordelijke landen. Finland verkoopt wel goed, voornamelijk in de winter. Eigenlijk verkoopt Finland in de zomer ook niet zo echt schitterend, maar Jetair heeft een overeenkomst met de Finse dienst voor toerisme om hun land ook in de zomerbrochures te zetten. Dat is een zuivere politieke kwestie. Finland heeft namelijk Jetair nodig in de zomer, omdat ze anders geen toeristen kunnen lokken vanuit België. En Jetair kan een land als Finland in de winter heel goed gebruiken in hun aanbod. Het is hier dus een kwestie van geven en nemen.

Ik vermeld hier ook bij dat Bureau Scandinavia de grote specialist is op de Scandinavische bestemmingen. Misschien is het daarom dat de specialisten deze landen niet rendabel krijgen.

---

<sup>22</sup> Groot-Brittannië, Jersey & Guernesey, Ierland en Schotland

### 3.1.4 Tsjechië

	Andorra	België	Denemarken	Duitsland	Finland	Frankrijk	Groot-Brittannië	Hongarije	Ierland	IJsland	Italië	Jersey & Guernsey	Kroatië	Liechtenstein	Luxemburg	Nederland	Noorwegen	Oostenrijk	Portugal	Schotland	Slovenië	Spanje	Tsjechië	Zwitserland
Autovakanties Europa																								
All Seasons autovakanties Europa 2000	x		x	x		x		x			x		x					x		x	x	x		x
All Seasons autovakanties Europa 2001	x		x	x				x			x		x					x		x	x	x	✗	x
All Seasons autovakanties Europa 2002	x		x	x				x			x		x					x	x		x	x	✗	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2003	x			x			x	x			x		x					x	x		x	x	✗	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2004	x			x				x			x		x					x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2005	x			x				x			x		x	x				x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2006	x			x				x			x		x					x			x	x		x
Jetair auto 2000	x			x		x					x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2001	x			x		x		x			x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2002	x		x	x	x					x	x		x				x	x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2003	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2004	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2005	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2006	x			x	x						x		x					x	x		x	x		x

Tsjechië is een ander land dat opvalt. Bij Jetair komt het gewoonweg nooit voor, bij All Seasons / Thomas Cook is het 3 jaar opgenomen in het aanbod. Tsjechië is gewoon een land dat niet verkoopt. Thomas Cook heeft dat ondervonden en heeft Tsjechië moeten verwijderen uit hun aanbod. Jetair heeft het iets slimmer kunnen spelen en heeft Tsjechië nooit in hun aanbod opgenomen.

Ik heb niet echt een verklaring gevonden waarom Tsjechië niet rendabel is geworden bij All Seasons / Thomas Cook. Het opkomen van een niche touroperator die gespecialiseerd is op Tsjechië, kan hiervoor een verklaring zijn. Maar ik heb er geen gevonden.

### 3.1.5 Portugal

	Andorra	België	Denemarken	Duitsland	Finland	Frankrijk	Groot-Brittannië	Hongarije	Ierland	IJsland	Italië	Jersey & Guernsey	Kroatië	Liechtenstein	Luxemburg	Nederland	Noorwegen	Oostenrijk	Portugal	Schotland	Slovenië	Spanje	Tsjechië	Zwitserland
Autovakanties Europa																								
All Seasons autovakanties Europa 2000	x		x	x		x		x			x		x					x		x	x	x		x
All Seasons autovakanties Europa 2001	x		x	x				x			x		x					x		x	x	x	x	x
All Seasons autovakanties Europa 2002	x		x	x				x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2003	x			x			x	x			x		x					x	x		x	x	x	x
Thomas Cook autovakanties Europa 2004	x			x				x			x		x					x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2005	x			x				x			x		x	x				x	x		x	x		x
Thomas Cook autovakanties Europa 2006	x			x				x			x		x					x			x	x		x
Jetair auto 2000	x			x		x					x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2001	x			x		x		x			x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2002	x		x	x	x					x	x		x				x	x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2003	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2004	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2005	x		x	x	x						x		x					x			x	x		x
Jetair autovakanties Europa 2006	x			x	x						x		x					x	x		x	x		x

Een laatste land dat ik behandel, is Portugal. All Seasons / Thomas Cook biedt Portugal aan sinds 2002. Maar in 2006 zien we een opmerkelijke verschuiving. Portugal komt niet meer voor in de brochures van Thomas Cook, maar nu wel in de brochures van Jetair.

Jetair biedt dus voor het eerst Portugal aan in zijn brochures van de zomer van 2006. Jetair gebruikt wel een andere formule omdat de afstand naar Portugal de grootste hinder is bij de klant. Ze bieden de 'Fly & Drive'-formule aan. Hiermee kunnen de klanten met het vliegtuig naar Portugal gaan. Dan kunnen ze met een huurwagen verder door Portugal reizen. Het wordt afwachten hoe de klant hierop reageert.

De formule 'Fly & Drive' is dit jaar ook toe te passen bij Spanje in de brochures van Jetair. Met JetairFly kunt u dus naar Portugal en Spanje vliegen. Ook Finland is eerst met het vliegtuig te bereiken alvorens u met een huurwagen verder reist. Hier vliegt u dan wel met Finnair naar verschillende bestemmingen in Finland.

Ook Thomas Cook biedt de formule 'Fly & Drive' in 2006 aan. Met Thomas Cook Airlines kan je naar Spanje en Italië vliegen.

### 3.2 Autovakanties Dichtbij

Vanaf 2002 hebben All Seasons / Thomas Cook en Jetair allebei de brochures “Autovakanties Europa”, “Autovakanties Dichtbij” en “Autovakanties Frankrijk”.

België, Duitsland, Frankrijk, Luxemburg en Nederland zijn de landen die in de brochure “Autovakanties Dichtbij” verschijnen. Daarbij speelt Frankrijk een belangrijke rol. Het land komt voor in de brochures “Autovakanties Europa” en “Autovakanties Dichtbij”, maar heeft ook een aparte brochure.

Thomas Cook heeft tot in 2004 de techniek van “dubbel publiceren” gehanteerd. Dat houdt in dat enkele veel verkochte hotels van in de brochure “Autovakanties Dichtbij” ook worden gepubliceerd in de brochure “Autovakanties Frankrijk”. Maar in 2004 zijn ze daarmee gestopt.

Ten eerste vonden ze het te duur om bepaalde hotels tot 2 maal toe te publiceren. Ze zagen het als een paginaverlies in de brochure “Autovakanties Frankrijk”. Deze brochure was dan ook iets dikker met de dubbel gepubliceerde hotels erbij.

Een andere reden moeten we zoeken bij de technische kant van de zaken. In de brochure “Autovakanties Frankrijk” zit er bij Thomas Cook een annuleringsverzekering in de prijs inbegrepen. In de brochure “Autovakanties Dichtbij” zit deze verzekering niet automatisch inbegrepen. Zo kwamen ze in de problemen met hun brochure “Autovakanties Frankrijk”, waar bij sommige hotels wel een annuleringsverzekering zat, en bij de dubbel gepubliceerde niet. Dit vonden ze te moeilijk om over te brengen bij hun klanten. Daarom publiceren ze sommige hotels niet meer dubbel.

Maar in hetzelfde jaar dat Thomas Cook stopt met dubbel publiceren, begint Jetair ermee. Zij hebben wel een goed evenwicht gevonden om de kost van de brochures niet te hoog te laten oplopen. Zij hebben ook het probleem van de verzekering niet, want zowel bij de brochure van “Autovakanties Dichtbij” als “Autovakanties Frankrijk” zit de annuleringsverzekering inbegrepen.

## **Hoofdstuk 4   Productvergelijking Costa Brava – Spaanse Pyreneeën**

In dit hoofdstuk ga ik het product autovakanties op 2 bestemmingen met elkaar vergelijken. Ik ga telkens aan de hand van grafieken Jetair tegenover Thomas Cook plaatsen. Deze productvergelijking is een evolutie vanaf de eeuwwisseling tot en met 2006. Zoals eerder vermeld behandel ik enkel de zomerbrochures.

Ik heb 2 bestemmingen gekozen in eenzelfde land. De ene bestemming is een heel populaire bestemming, de Costa Brava, de andere bestemming is iets minder in trek bij de autovakanties, namelijk de Spaanse Pyreneeën.

De onderwerpen die aan bod zullen komen zijn het aantal pagina's in de brochure, het aantal steden per streek, het aantal logies en de evolutie van het aanbod van de verschillende logiesvormen.

In twee volgende delen in dit hoofdstuk bekijk ik het aanbod van de verschillende logiesvormen per streek in detail.

Op het einde van ieder deel komt een korte bespreking van de feiten die vermeld zijn aan de hand van grafieken met de belangrijkste besluiten.

Voor een algemeen overzicht van de cijfers verwijs ik naar de overzichtstabel<sup>23</sup> van de productvergelijking. De procenten in de tabel zijn de verhoudingen van de logiesvorm ten opzichte van het totale aanbod van de verschillende logiesvormen.

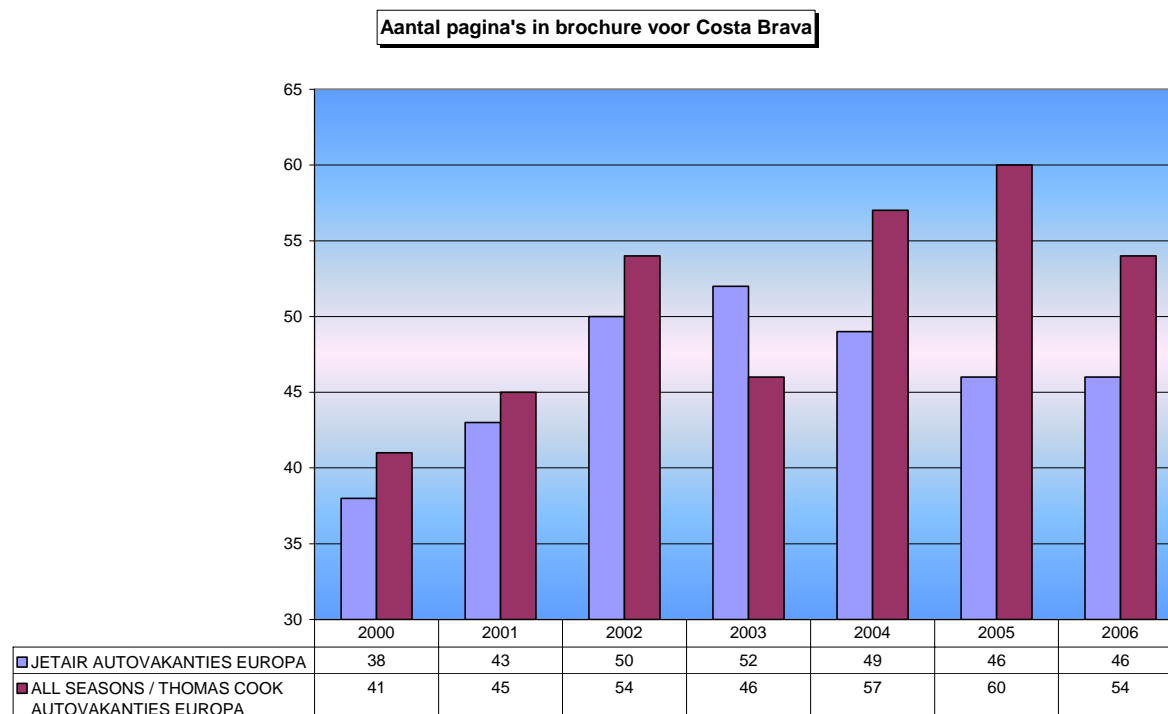
---

<sup>23</sup> Zie bijlage 6: overzichtstabel productvergelijking



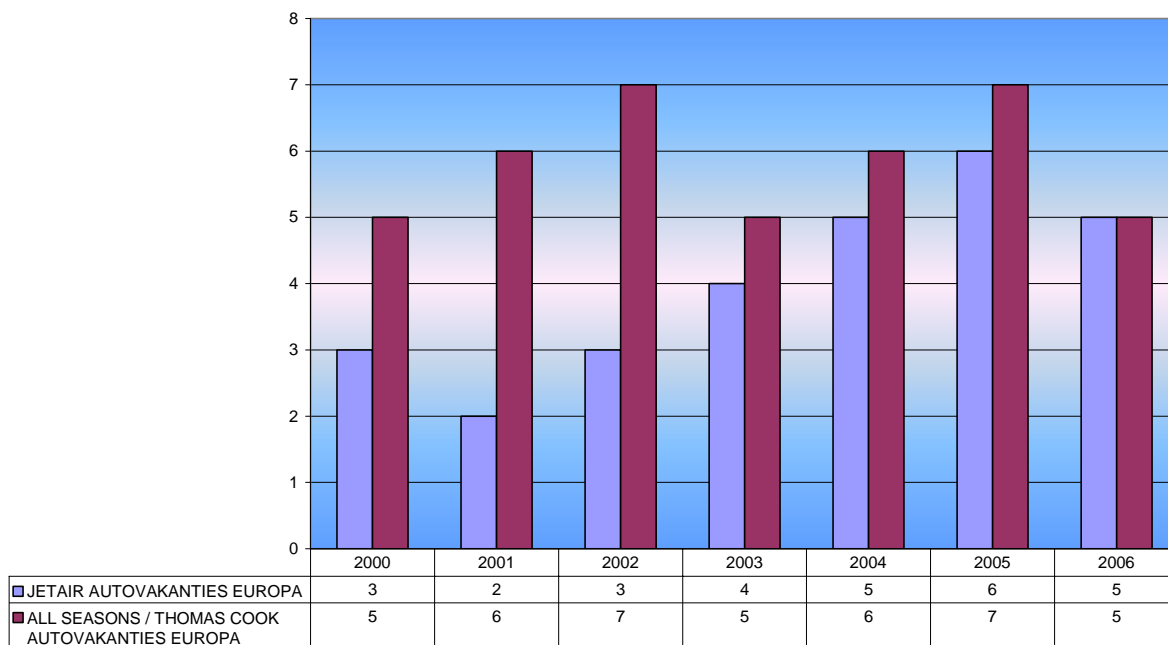
## 4.1 Globale vergelijking Costa Brava – Spaanse Pyreneeën.

### 4.1.1 Aantal pagina's in de brochure voor Costa Brava en Pyreneeën



Globaal genomen voorziet Thomas Cook een groter aantal pagina's in hun zomerbrochures voor de Costa Brava. Jetair kent een piek in 2003, terwijl Thomas Cook in dat jaar een daling kent. De laatste twee jaar zijn constant bij Jetair met een aanbod van 46 pagina's. Dat is ook hun gemiddelde. Het gemiddelde bij Thomas Cook is een aanbod van 50 pagina's voor de Costa Brava. Daar neigen ze in 2006 dichter naar toe.

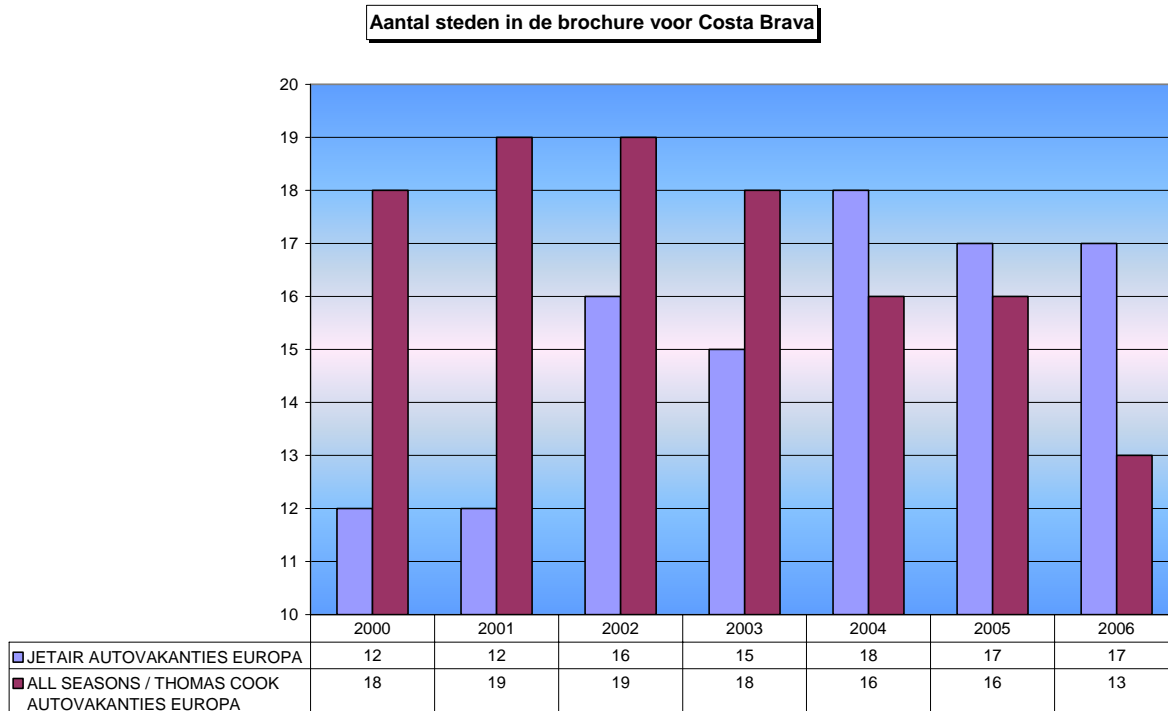
Aantal pagina's in brochure voor Pyreneeën



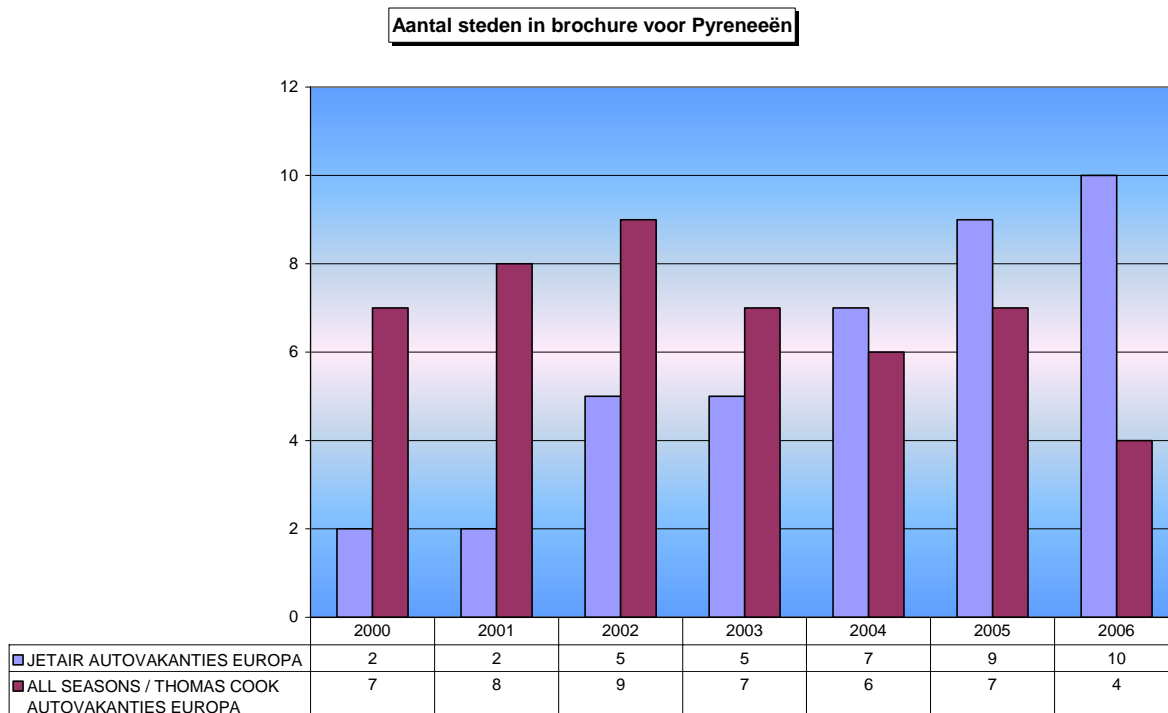
De Spaanse Pyreneeën is de minder populaire bestemming van de twee. Het is dan ook logisch dat beide touroperators minder pagina's spenderen in hun zomerbrochures. Maar ook hier ziet u weer dat Thomas Cook algemeen genomen meer pagina's heeft dan Jetair. Jetair kende een stijging in het aantal pagina's van 2001 tot en met 2005.

Bij Thomas Cook ziet u een trend die terugkeert. Het verloop van 2000 tot en met 2002 is te vergelijken met die van 2003 tot en met 2005. Misschien zet deze trend zich wel verder in 2006?

#### 4.1.2 Aantal steden in de brochure voor Costa Brava en Pyreneeën



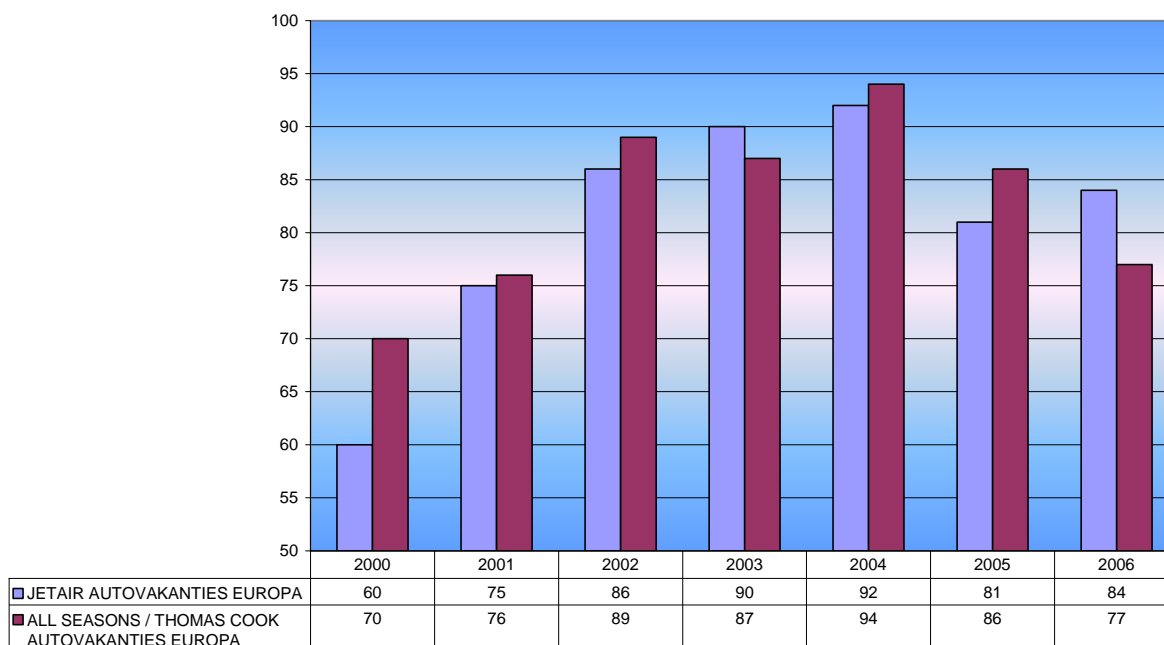
Hier ziet u dat vóór 2003 Thomas Cook meer steden in zijn brochure zette voor de Costa Brava. Vanaf 2004 nam Jetair de fakkel over. Jetair ondergaat een stijging bij het aanbod van het aantal steden, terwijl Thomas Cook een daling kent. In 2006 is er zelfs het laagste aanbod sinds 2000 bij Thomas Cook met maar 13 steden aan de Costa Brava.



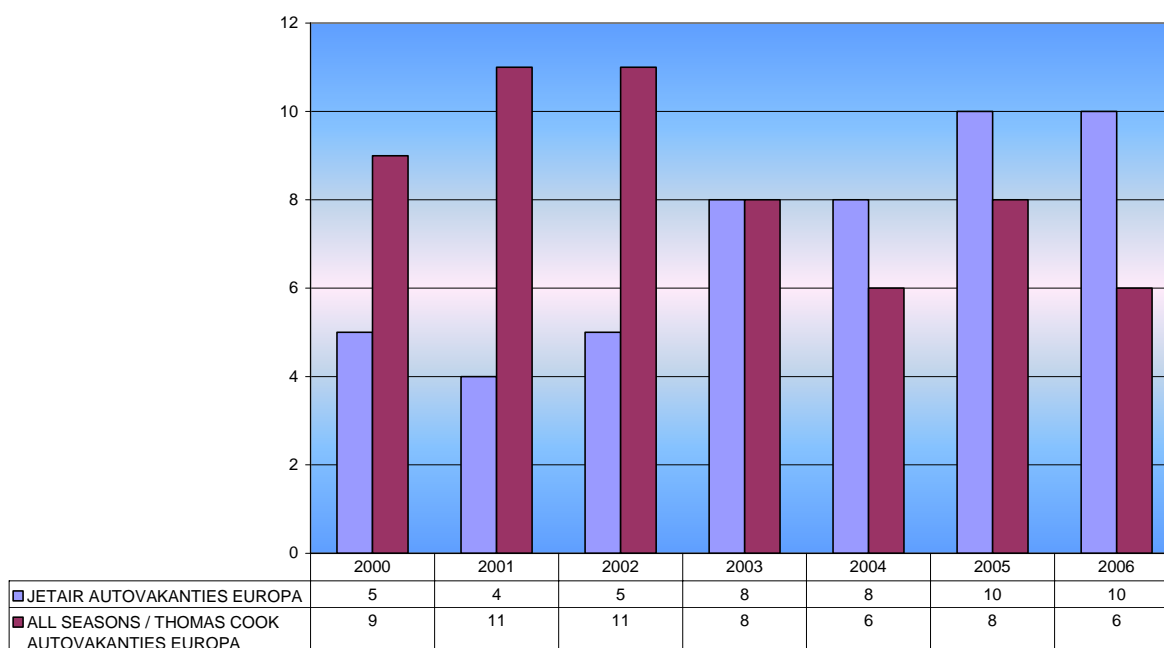
Voor het aantal aangeboden steden in de Spaanse Pyreneeën ziet u eenzelfde evolutie als bij de Costa Brava voor het aanbod van het aantal steden, namelijk Jetair die vanaf 2004 de fakkel overneemt van zijn concurrent. Vanaf 2003 biedt Thomas Cook opnieuw minder steden aan.

#### 4.1.3 Totaal aantal logies in de brochure voor Costa Brava en Pyreneeën

**Totaal aantal logies in brochure voor Costa Brava**



**Totaal aantal logies in brochure voor Pyreneeën**



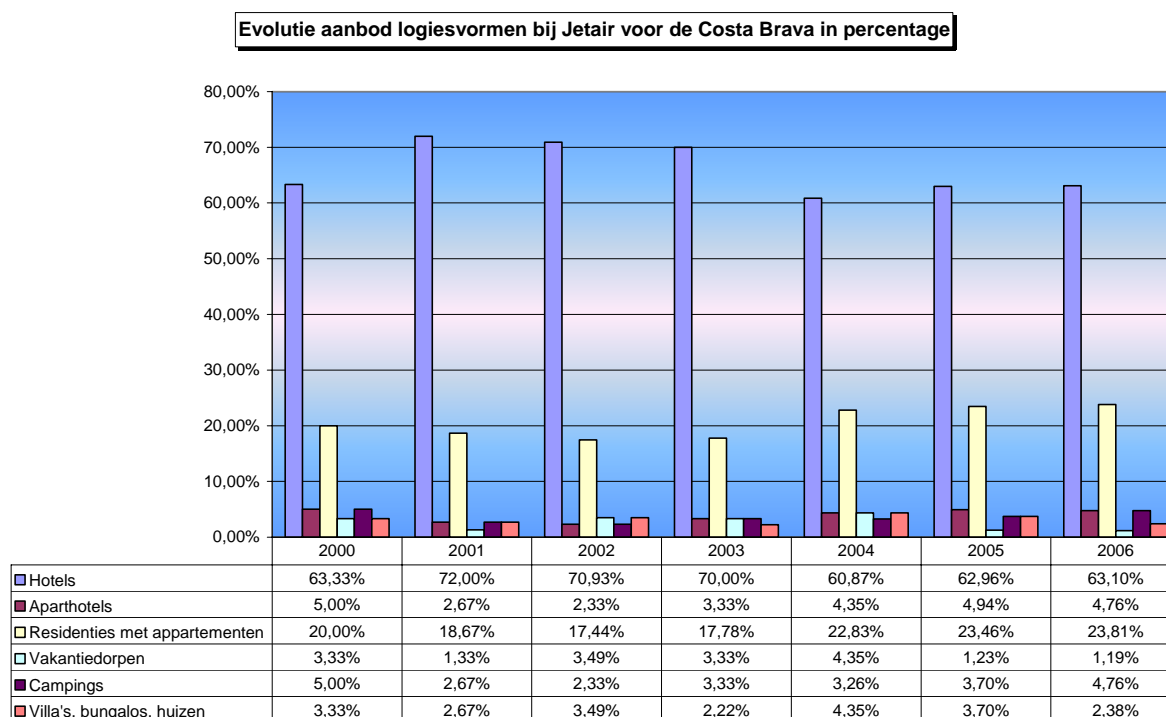
Deze rubriek moet u samen bekijken met het deeltje over het aantal pagina's<sup>24</sup>.

Jetair kent een stijging van het aantal logies voor de Costa Brava in 2004 ten opzichte van 2003, terwijl het aantal pagina's in 2004 daalt ten opzichte van 2003. Jetair opteert dus vanaf 2004 voor meer logies te zetten op minder pagina's. In 2006 merken we dat er voor de Costa Brava 46 pagina's voorzien zijn voor 84 logies. Dat zijn dus ongeveer gemiddeld 2 logies per pagina.

Het omgekeerde fenomeen is er bij Thomas Cook bij de overgang van 2004 naar 2005. Het aantal pagina's voor de Costa Brava stijgt van 57 naar 60, terwijl het aantal logies daalt van 94 naar 86. Thomas Cook kiest dus om minder logies te verspreiden over meer pagina's. In 2006 merken we dat er voor de Costa Brava 54 pagina's voorzien zijn voor 77 logies. U merkt dat het meer voorkomt dat er 1 hotel op een volledige pagina verschijnt. Dat geeft een overzichtelijker geheel.

Wat voor de Costa Brava geldt, geldt ook voor de Spaanse Pyreneeën. Jetair biedt in 2006 10 logies aan op 5 pagina's, Thomas Cook 6 logies op 5 pagina's.

#### 4.1.4 Evolutie van het aanbod logiesvormen bij Jetair voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in percentage



De procenten zijn de verhoudingen van de verschillende logiesvormen ten opzichte van het totale aanbod van de logiesvormen.

Globaal genomen biedt Jetair vooral hotels en residenties aan op de Costa Brava. Daarbij stijgt het percentage residenties ten nadele van het aanbod van hotels. Het percentage van

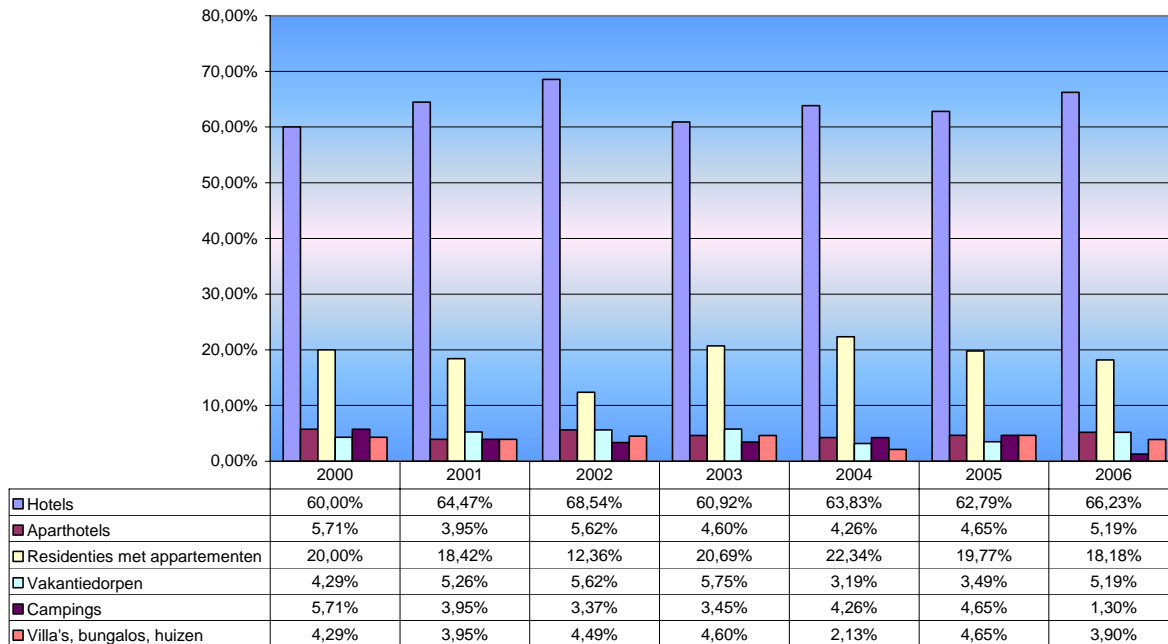
<sup>24</sup> Zie 4.1.1 Aantal pagina's in de brochure voor Costa Brava en Pyreneeën.

hotels daalt van 72% in 2001 naar 63,10% in 2006. De residenties stijgen van ongeveer 18% naar iets meer dan 23%.

Jetair biedt in de Spaanse Pyreneeën alleen hotels en sinds 2005 ook campings aan<sup>25</sup>.

#### 4.1.5 Evolutie van het aanbod logiesvormen bij Thomas Cook voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in percentage.

Evolutie aanbod logiesvormen bij All Seasons / Thomas Cook voor de Costa Brava in percentage



Ook hier biedt Thomas Cook zoals Jetair hoofdzakelijk hotels en residenties aan op de Costa Brava. En ook hier is het aanbod van hotels en residenties afgestemd op elkaar. U kunt aannemen dat wanneer het aanbod van hotels stijgt, het aanbod van residenties daalt, en omgekeerd. Bij de overgang van 2002 naar 2003 is dat duidelijk zichtbaar.

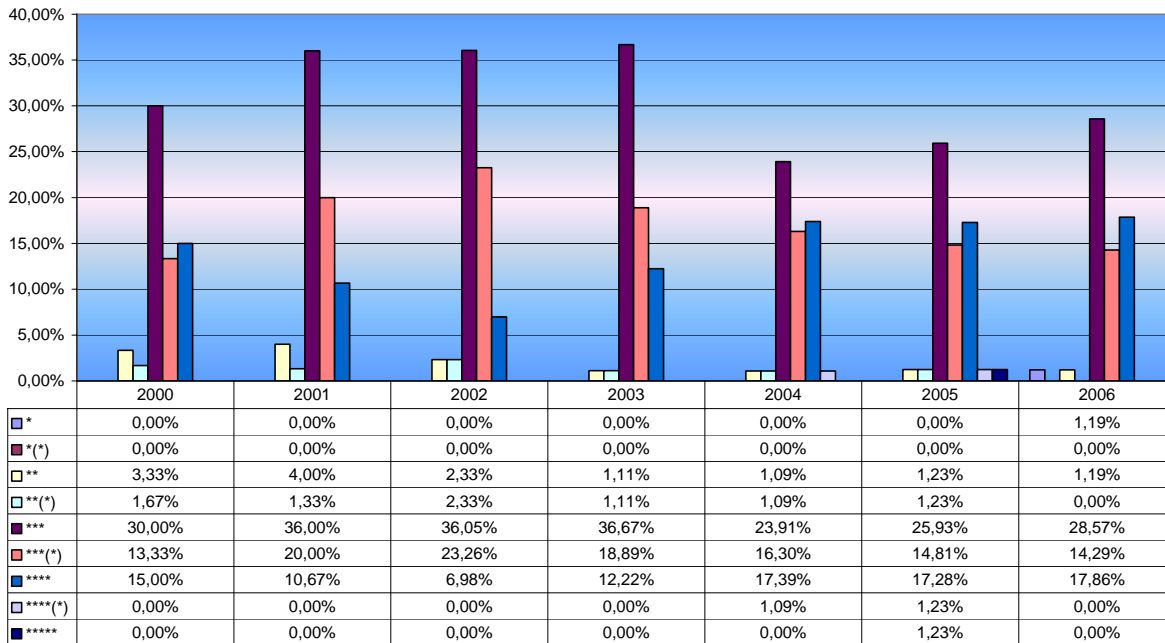
In 2006 biedt Thomas Cook in de Spaanse Pyreneeën nog enkel hotels aan. Voordien kwamen er ook Aparthotels, campings en residenties voor<sup>26</sup>.

<sup>25</sup> Zie bijlage 6: overzichtstabel productvergelijking

<sup>26</sup> Zie bijlage 6: overzichtstabel productvergelijking

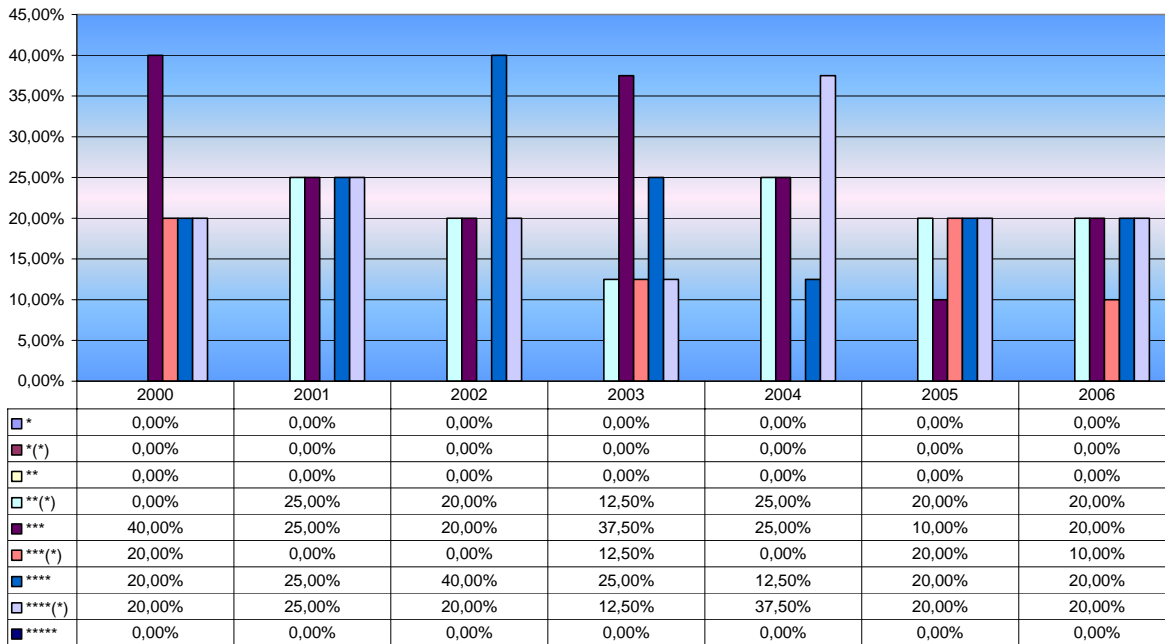
#### 4.1.6 Evolutie van het aanbod hotels bij Jetair voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in percentage van logiesaanbod.

Evolutie aanbod hotels bij Jetair voor Costa Brava in percentage



Van 2002 tot en met 2006 is er een stijging van het aanbod van de viersterrenhotels op de Costa Brava met ongeveer 10%. De driesterrenhotels hebben van 2004 tot en met 2006 een lager percentage dan in de jaren 2001 tot en met 2003, maar ze maken toch nog het grootste deel uit van het aantal hotels.

Evolutie aanbod hotels bij Jetair voor Pyreneeën in percentage

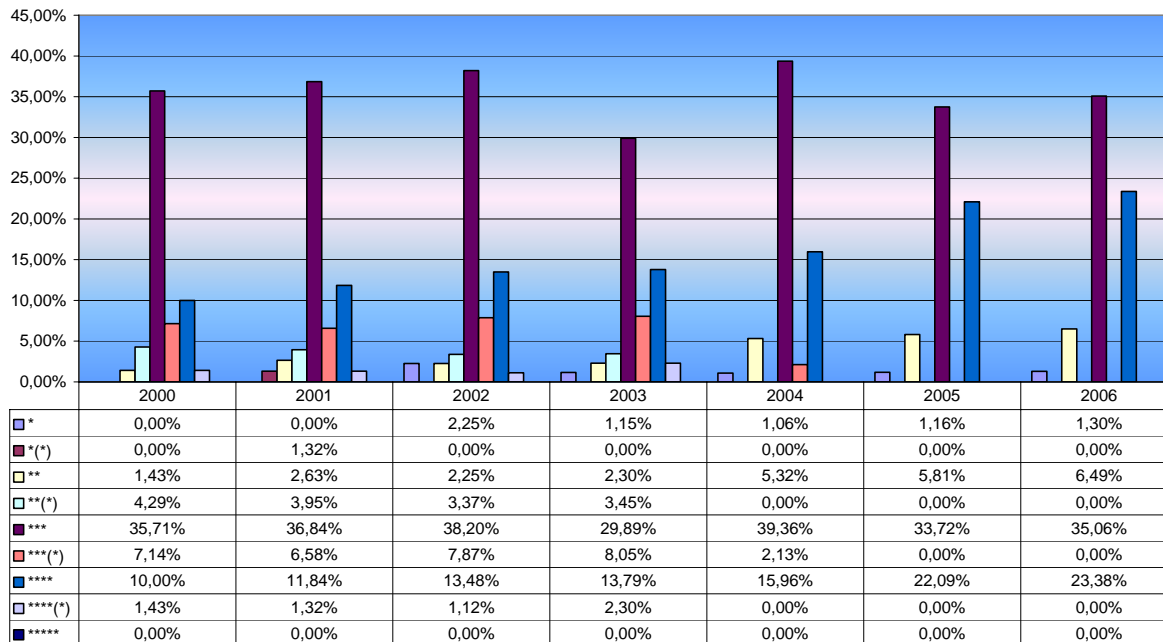


Bij de Spaanse Pyreneeën ziet u een meer evenredige verdeling. Er komen ook procentueel meer viersterrenhotels voor en vier sterren en een half in de Spaanse Pyreneeën dan in de Costa Brava. In absolute waarden is dat wel niet het geval. Maar het aanbod viersterrenhotels ten opzichte van het totale aanbod ligt in de Spaanse Pyreneeën dus wel hoger.



#### 4.1.7 Evolutie van het aanbod hotels bij Thomas Cook voor Costa Brava en Spaanse Pyreneeën in percentage van logiesaanbod.

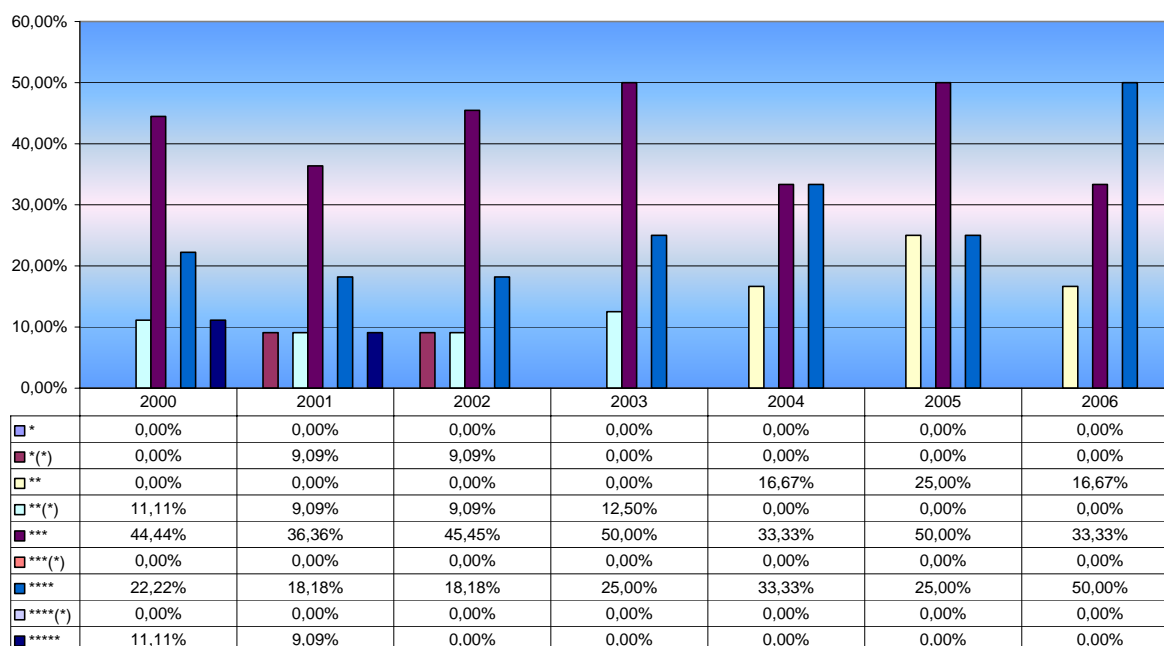
Evolutie aanbod hotels bij All Seasons/Thomas Cook voor Costa Brava in percentage



Wat hier opvalt, is dat bij de overgang van 2003 naar 2004 de halve sterren wegvallen. Twee sterren en een halve worden twee sterrenhotels, drie sterren en een halve worden driesterrenhotels, enzovoort. De driesterrenhotels overheersen ook hier weer de grafiek. Procentueel gezien biedt Thomas Cook meer viersterrenhotels aan dan Jetair. Als u bij Jetair de drie sterren en een halve bij de driesterrenhotels rekent, dan biedt Jetair wel meer driesterrenhotels aan.

Bij de Spaanse Pyreneeën ziet u dat Thomas Cook opteert voor meer luxe. In 2006 bieden ze procentueel meer viersterrenhotels aan dan driesterrenhotels. De viersterrenhotels staan zelfs in voor de helft van het aanbod van hotels op de Spaanse Pyreneeën. In 2003 en 2005 waren dat nog de driesterrenhotels.

Evolutie aanbod hotels bij All Seasons/Thomas Cook voor Pyreneeën in percentage



#### 4.1.8 Besluit

Het valt op dat veel grafieken van Thomas Cook<sup>27</sup> bij de overgang van 2003 naar 2004 een knik vertonen. Dat heeft te maken met het feit dat All Seasons toen Thomas Cook is geworden<sup>28</sup>.

Een belangrijke trend die uit de grafieken af te leiden valt, is dat Jetair veel logies op weinig pagina's wil zetten en Thomas Cook minder logies op veel pagina's. Thomas Cook schenkt meer belang aan de overzichtelijkheid van hun brochure.

Verder verdwijnen bij Thomas Cook bij de overgang van 2003 naar 2004 de halve sterren bij de beoordeling van de hotels.

Algemeen is er ook een verschuiving in het voordeel van het aanbod van viersterrenhotels. Het aantal driesterrenhotels vermindert daardoor. Misschien zien we hierdoor in de toekomst een verschuiving binnen de hotelclassificatie?

Voor de Costa Brava kunt u het aanbod van de verschillende logiesvormen voor 2006 als volgt indelen volgens het procentuele aanbod. Jetair heeft procentueel gezien de bovenhand in het aanbod van residenties en campings op de Costa Brava. Voor de andere logiesvormen heeft Thomas Cook het grootste aanbod.

<sup>27</sup> Zie grafieken in 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3: in die grafieken ziet u een daling bij Thomas Cook bij de overgang van 2002 naar 2003.

<sup>28</sup> Zie bijlage 7: De geschiedenis van de Belgische reisindustrie, Travel Magazine, twaalfde jaargang, nr. 200, 11 februari 2005, blz. 105-115

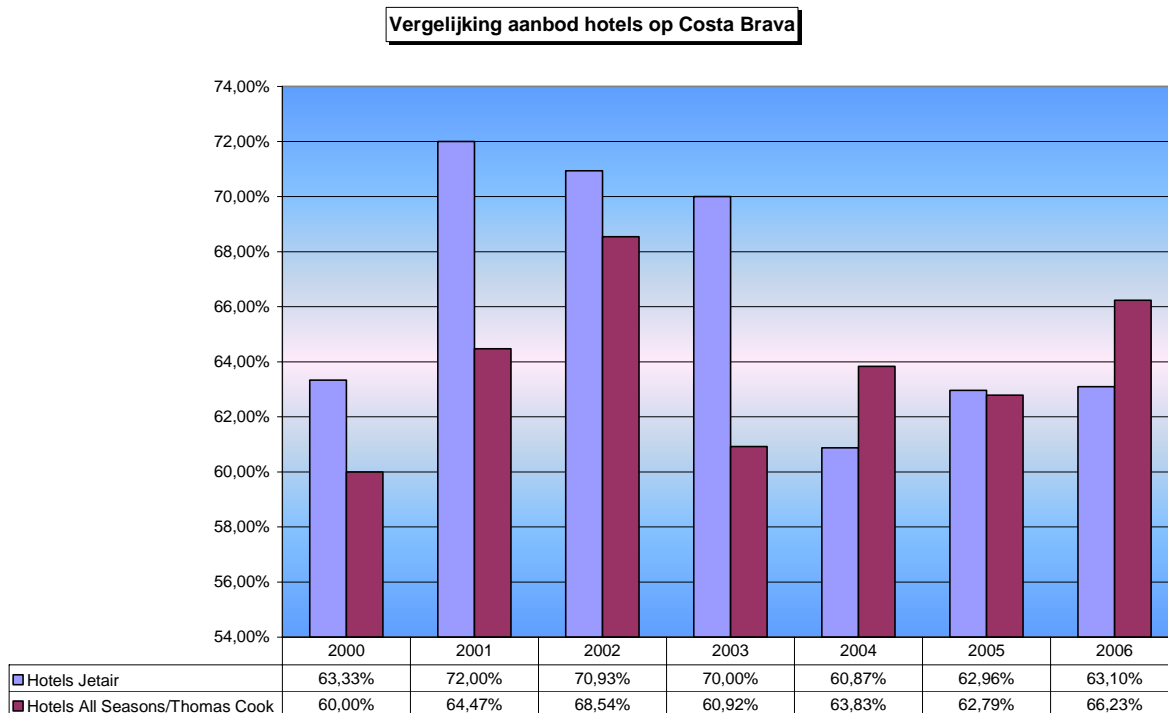
Hotels  
Aparthotels  
Residenties  
Vakantiedorpen  
Campings  
Villa's, bungalows, huizen,...

Thomas Cook  
Thomas Cook  
Jetair  
Thomas Cook  
Jetair  
Thomas Cook

## 4.2 Vergelijking van de aangeboden logiesvormen in de Costa Brava.

Op de Costa Brava bieden Jetair en Thomas Cook een waaier aan van logiesvormen. In dit deel ga ik per logiesvorm een vergelijking maken tussen het aanbod van Jetair en het aanbod van Thomas Cook. Ik ga opnieuw gebruik maken van grafieken. Het gaat telkens over het aanbod in de zomerbrochures van autovakanties van 2000 tot en met 2006.

### 4.2.1 Vergelijking aanbod hotels



We zien dat Jetair procentueel gezien in 2000 meer hotels aanbood in vergelijking met Thomas Cook. In 2006 heeft Thomas Cook procentueel een groter aanbod van hotels. Belangrijk is dat Jetair in 2000 toch minder hotels aanbood dan Thomas Cook, namelijk 38 tegenover 42. En in 2006 juist omgekeerd. Toen had Jetair 53 hotels in de aanbieding op de Costa Brava tegenover 51 bij Thomas Cook<sup>29</sup>.

Deze omgekeerde redenering komt er doordat de grafiek de procenten geeft van de verhouding van het aantal hotels tegenover het totale aanbod van de logies. En juist dat totale aanbod speelt hier een cruciale rol. Het totale aanbod bij Jetair lag in 2000 lager en in

<sup>29</sup> Zie bijlage 6: overzichtstabel productvergelijking

2006 hoger dan het totale aanbod bij Thomas Cook. Dat verklaart de omgekeerde redenering.

	2000	2006
Jetair	<b>38 hotels / 60 logies</b>	<b>53 hotels / 84 logies</b>
Thomas Cook	<b>42 hotels / 70 logies</b>	<b>51 hotels / 77 logies</b>

In de bovenstaande tabel ziet u dus duidelijk dat beide touroperators een stijging hebben in het aanbod van hotels, maar ook een stijging in het aanbod van het totale aantal logies. Dat wil zeggen dat de Costa Brava goede resultaten boekt bij de autovakanties en dat de hotels populair zijn bij de autovakantiegers.

Er zijn nog 2 zaken die opvallen bij de grafiek. Bij de overgang van 2002 naar 2003 ziet u bij Thomas Cook opnieuw de neerwaartse knik die te wijten is aan de overgang van All Seasons naar Thomas Cook.

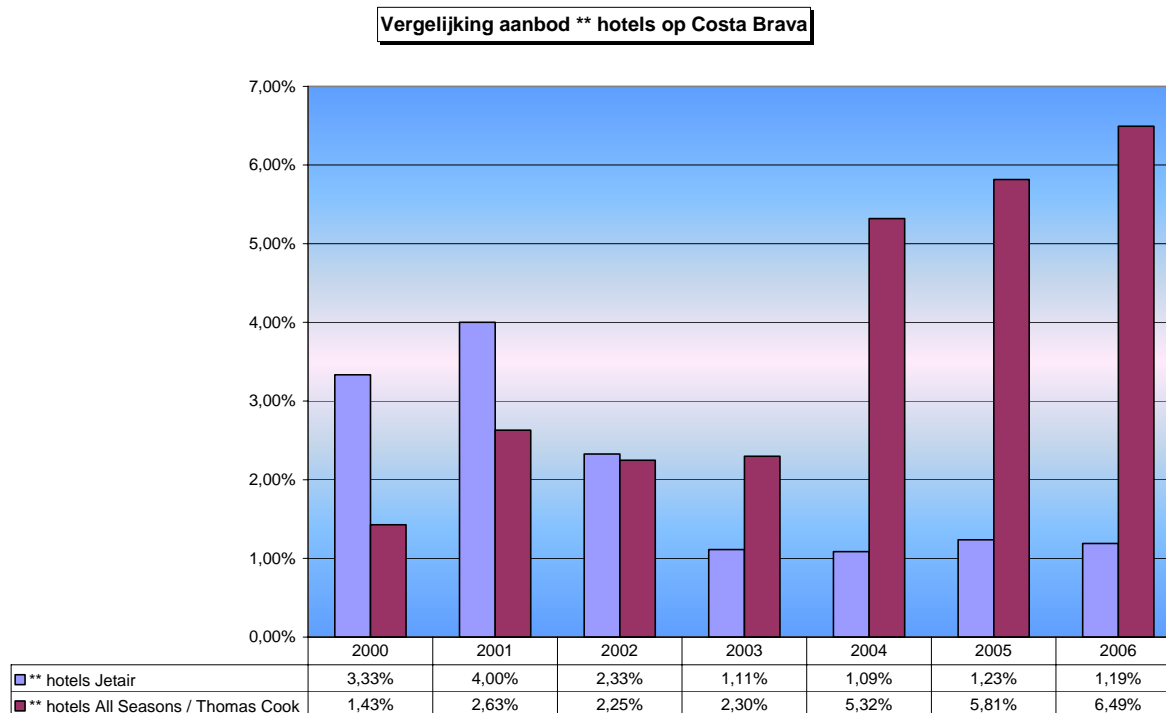
Van 2003 naar 2004 is er bij Jetair een enorme neerwaartse knik. Er is een daling in het aanbod van hotels van ongeveer 10%. Een stijging van het aanbod van andere logiesvormen zoals residenties (+5%), vakantie dorpen (+1%), vakantie woningen (+2%) en aparthotels (+1%)<sup>30</sup> compenseren wel die daling.

Nu zal ik binnen het aanbod van hotels een onderscheid maken bij de sterren classificatie van de hotels.

---

<sup>30</sup> Zie later voor de bespreking van deze logiesvormen.

#### 4.2.1.1 Vergelijking aanbod twee sterrenhotels



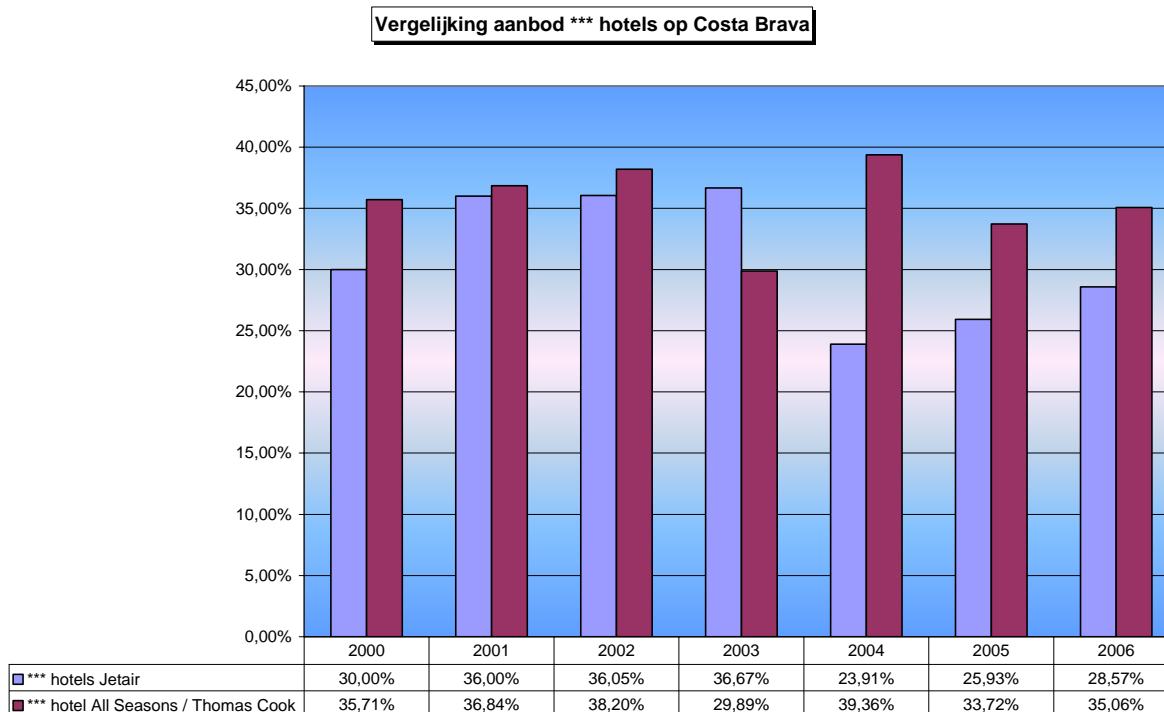
De procentuele verdubbeling bij Thomas Cook bij de overgang van 2003 naar 2004 is te wijten aan de verdwijning van de hotels met twee sterren en een half<sup>31</sup>. Thomas Cook is toen gestopt met die classificatie en al de hotels met twee sterren en een half kwamen bij de twee sterrenhotels terecht. Vandaar deze stijging bij het aanbod van de twee sterrenhotels.

Verder ziet u ook nog dat Thomas Cook in 2006 meer twee sterrenhotels aanbiedt dan Jetair. Deze procentuele benadering ziet er spectaculair uit en u zou uit de grafiek kunnen afleiden dat Thomas Cook veel meer twee sterrenhotels aanbiedt in vergelijking met Jetair. Maar in absolute waarden gaat het over 1 twee sterrenhotel bij Jetair en 5 twee sterrenhotels bij Thomas Cook in 2006.

<sup>31</sup> Zie 4.1.8 Besluit

#### 4.2.1.2 Vergelijking aanbod drie sterrenhotels

De drie sterrenhotels staan in voor de meerderheid van de aangeboden hotels bij zowel Jetair als Thomas Cook.



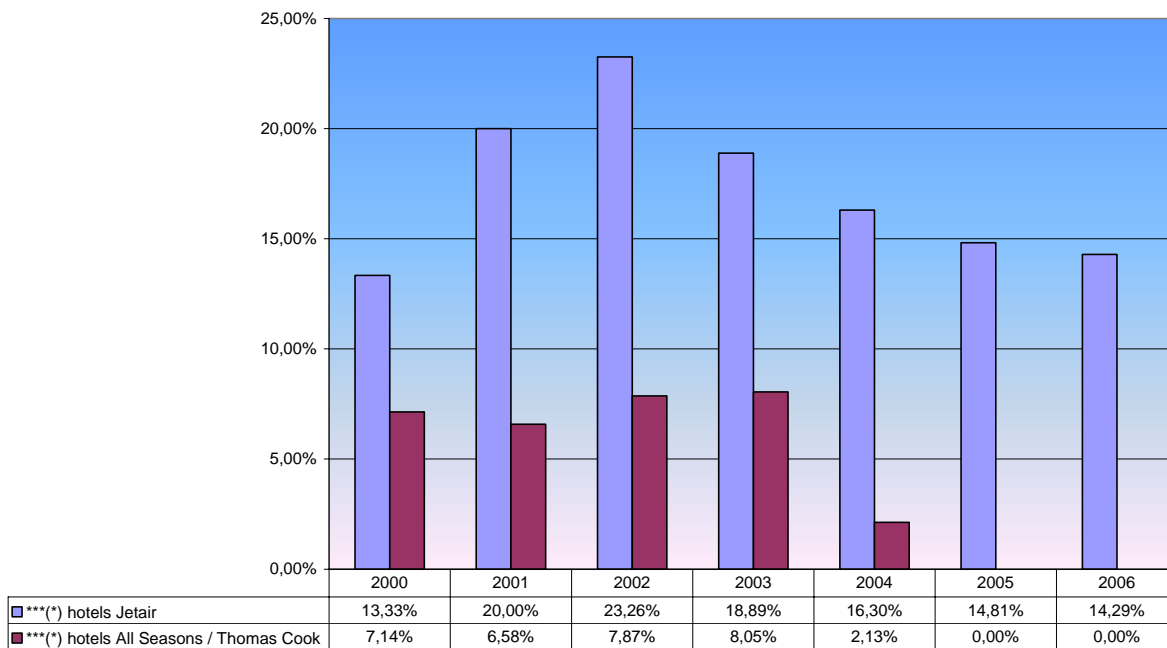
Ook hier zien we weer de enorme stijging bij Thomas Cook bij de overgang van 2003 naar 2004, te wijten aan de drie en een halve sterren die bij de drie sterrenhotels komen. Dat heeft een stijging van ongeveer 10% tot gevolg.

Telt u echter bij Jetair de drie en een halve sterren hotels bij de driesterrenhotels, dan heeft Jetair de overmacht in deze categorie van hotels. Dan is Jetair goed voor een aanbod van drie sterrenhotels van 42,86%<sup>32</sup> van het totale aanbod. Thomas Cook blijft op een 35,06% steken.

Op de volgende grafiek zie je duidelijk dat de drie en een halve sterrenhotels bij Thomas Cook verdwijnen.

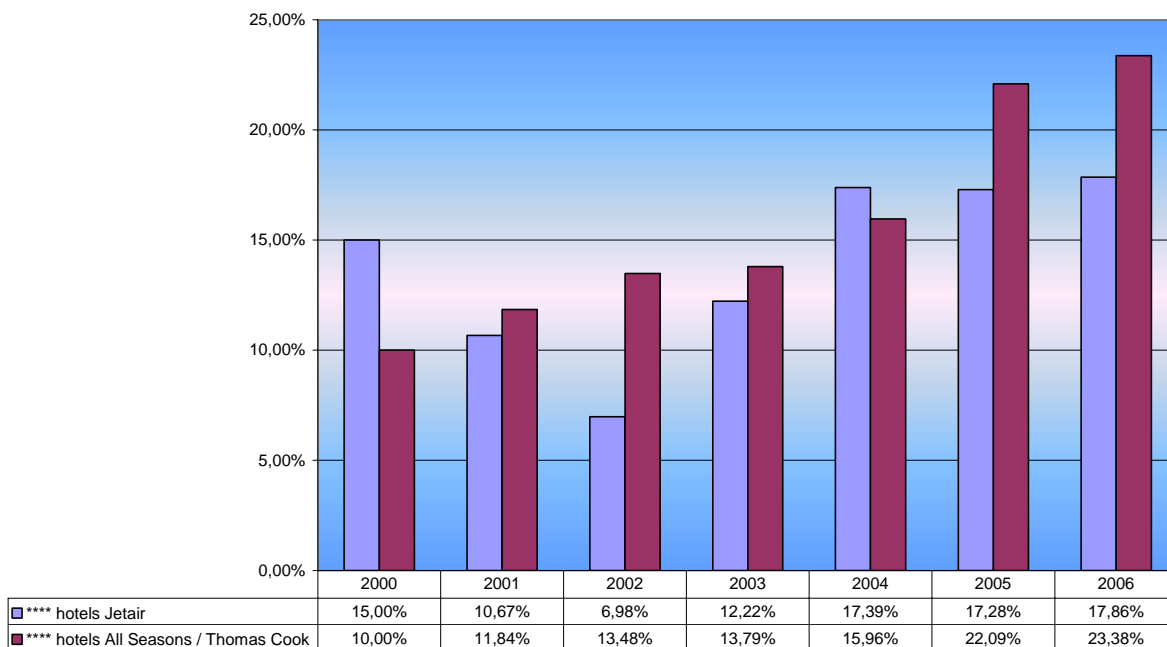
<sup>32</sup> 28,57% drie sterrenhotels + 14,29% drie en een halve sterrenhotels.

**Vergelijking aanbod \*\*\*(\*) hotels op Costa Brava**



#### 4.2.1.3 Vergelijking aanbod vier sterrenhotels

**Vergelijking aanbod \*\*\*\* hotels Costa Brava**



Thomas Cook heeft procentueel gezien meer vier sterrenhotels in 2006. Ze hebben zelfs altijd een stijging gekend in het aanbod van viersterrenhotels terwijl Jetair de laatste 3 jaar toch wel constant blijft in hun aanbod van iets meer luxueuzere hotels.

De stijging bij Thomas Cook van 2004 naar 2005 is te verklaren door de stijging van het aantal vier sterrenhotels van 15 naar 19 die procentueel nog groter wordt weergegeven door een daling van het totale aantal aangeboden logies.

Van 2000 tot 2002 ziet u dat het aanbod bij Jetair daalt, terwijl het aanbod bij de concurrent deze 3 jaar stijgt. Daarom is Jetair ook genoodzaakt geweest om in 2003 hun aanbod van vier sterrenhotels te doen stijgen. Van 2002 tot 2004 zijn er maar liefst 10 vier sterrenhotels bij het aanbod van Jetair gekomen. Daardoor kwamen ze in 2004 ook even boven hun concurrent uit. Maar Thomas Cook bleef de volgende jaren stijgen, terwijl Jetair constant bleef in hun aanbod. Daarom heeft Thomas Cook opnieuw een groter procentueel aanbod.

#### *4.2.1.4 Besluit*

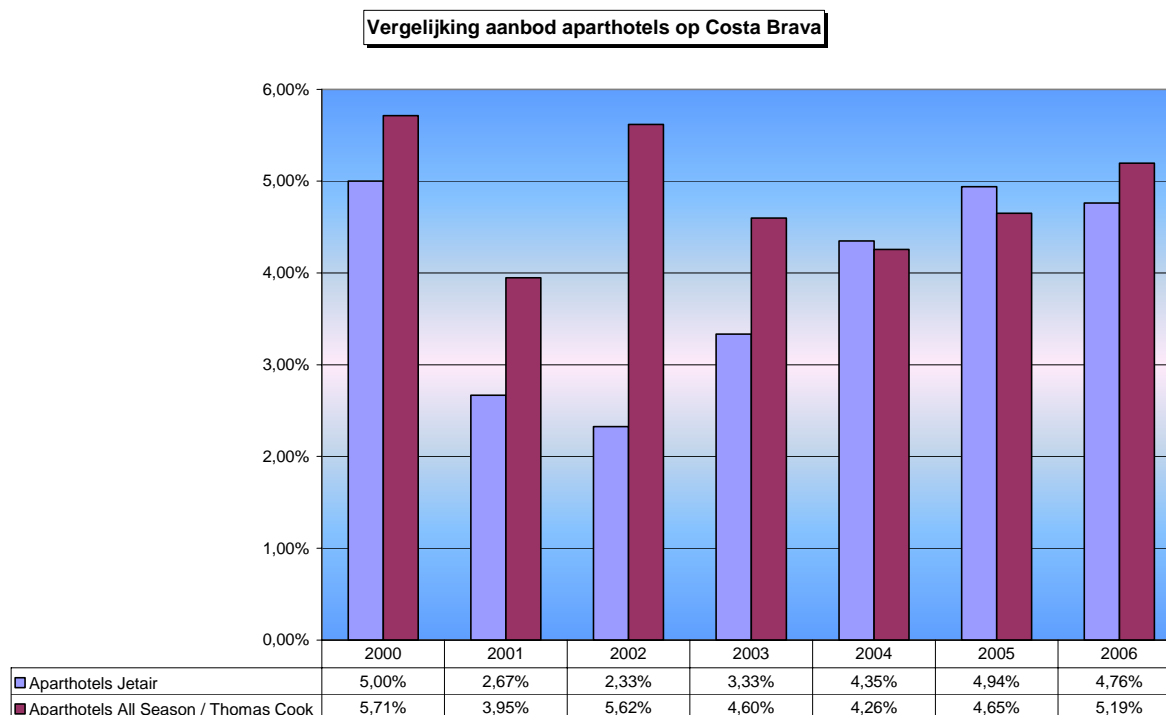
Hotels hebben het grootste aandeel in de aangeboden logiesvormen op de Costa Brava in de brochure van autovakanties.

Bij de hotels spelen de drie en de vier sterrenhotels de hoofdrol. Jetair heeft procentueel een groter aanbod van drie sterrenhotels op de Costa Brava terwijl Thomas Cook procentueel een groter aanbod heeft van vier sterrenhotels.

Van twee en vijfsterrenhotels is er amper sprake bij autovakanties. Thomas Cook biedt wel enkele twee sterrenhotels aan. Van 2004 tot 2006 waren er dat 5 per jaar.

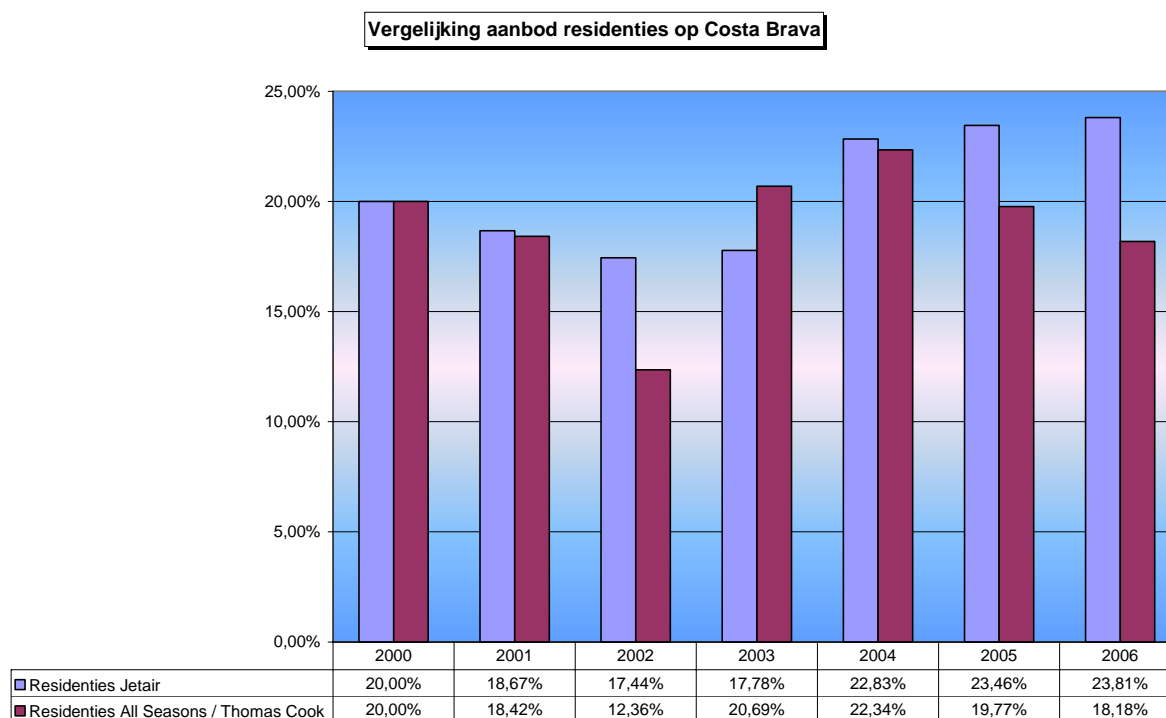


#### 4.2.2 Vergelijking aanbod aparthotels



Bij de aparthotels zit u dat vanaf 2004 het aanbod bij Jetair en Thomas Cook gelijklopend is. De laatste 3 jaar hebben ze telkens 4 aparthotels aangeboden.

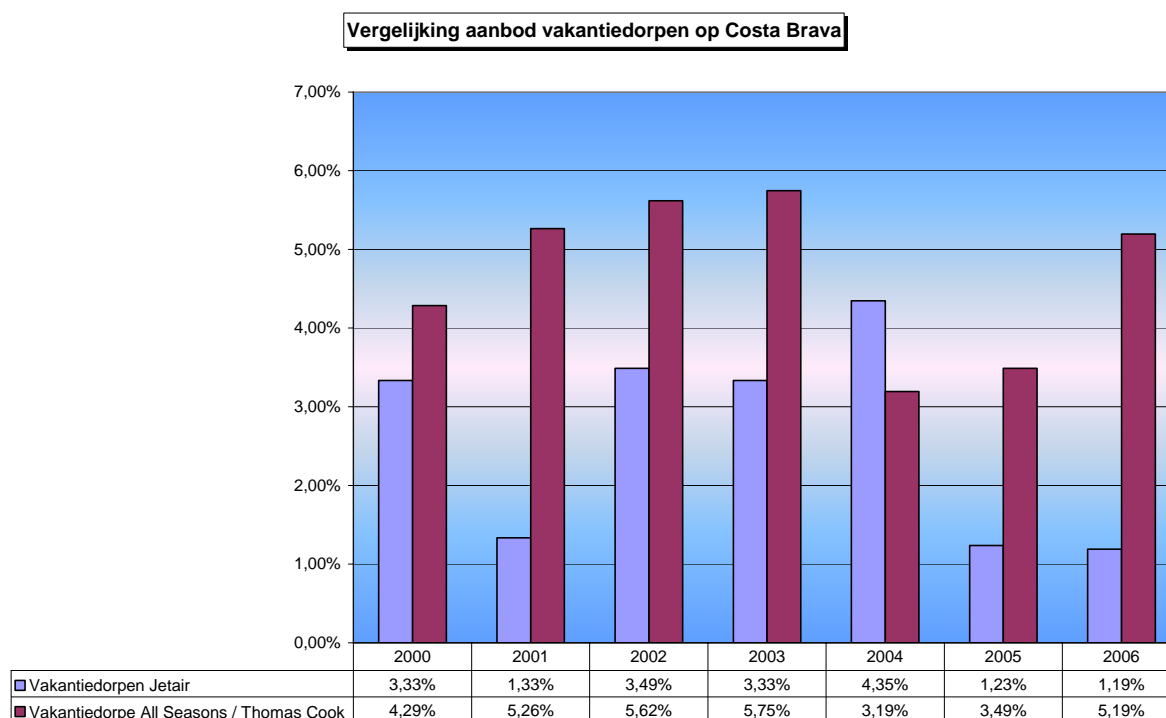
#### 4.2.3 Vergelijking aanbod residenties



Naast de hotels zijn de residenties de tweede belangrijkste logiesvormen voor de Costa Brava.

Globaal genomen ziet u dat Jetair procentueel een groter aanbod heeft dan Thomas Cook. De laatste 3 jaar zien we zelfs een dalende trend in het procentuele aanbod van residenties bij Thomas Cook. In werkelijke hoeveelheden vertaalt zich dat in een daling van 21 residenties in 2004 tot 14 residenties in de zomer van 2006. Jetair is de laatste 3 jaar constant gebleven met een gemiddeld aanbod van 20 residenties op de Costa Brava.

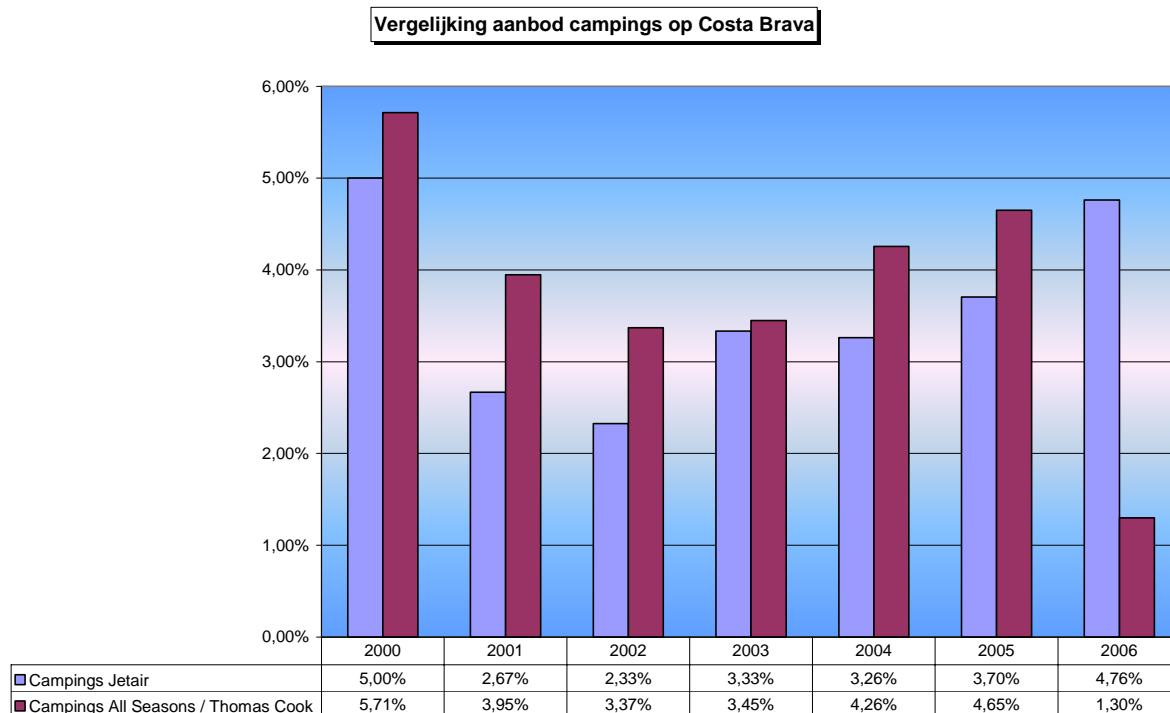
#### 4.2.4 Vergelijking aanbod vakantiedorpen



Thomas Cook heeft procentueel gezien bijna altijd de meerderheid gehad, behalve in 2004. De daling van Thomas Cook in 2004 ten opzichte van 2003 ziet er spectaculair uit, maar in feite is het maar een daling van het aanbod van 5 vakantiedorpen naar 3. Het ziet er zo spectaculair uit omdat het totale aanbod van logies in dat jaar gestegen is van 87 naar 94. De stijging in de laatste 3 jaar bij Thomas Cook is enkel een stijging ten opzichte van het totale aanbod van logies dat daalt. Het werkelijke aantal aangeboden vakantiedorpen bij Thomas Cook stijgt enkel van 3 naar 4 van 2005 naar 2006.

Bij Jetair is de daling ook effectief zo. In 2004 zaten er nog 4 vakantiedorpen in hun aanbod, in 2006 is er dat maar 1 meer.

#### 4.2.5 Vergelijking aanbod campings

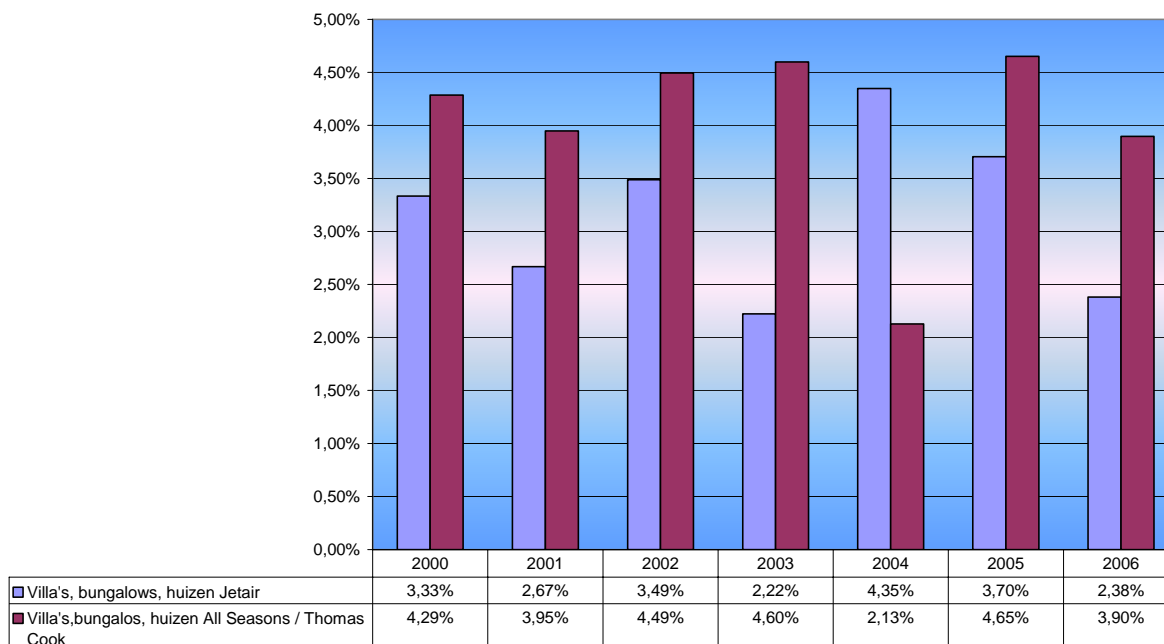


Wat hier vooral opvalt, is het zomerseizoen van 2006. Thomas Cook heeft procentueel altijd een groter aanbod gehad dan Jetair, maar in 2006 is dat omgekeerd. Jetair heeft dan 4 campings in hun aanbod tegenover 1 bij Thomas Cook.

De reden voor deze plotse ommekeer ben ik jammer genoeg niet te weten gekomen. Misschien opteert Thomas Cook niet meer om campings aan te bieden.

#### 4.2.6 Vergelijking aanbod villa's, bungalows, huizen,...

Vergelijkig aanbod villa's, bungalows, huizen,... op Costa Brava



Hier ziet u een evenwijdig verloop. Stijgt het aanbod bij Jetair, dan stijgt het ook bij de concurrent. Daalt het aanbod echter bij de ene touroperator, dan ook bij de andere.

In 2004 zien we een spiegelbeeld effect. Het aanbod bij Jetair stijgt van 2 naar 4 vakantiewoningen en bij Thomas Cook daalt het van 4 naar 2.

#### 4.2.7 Algemeen besluit Costa Brava

##### Hotels

3 sterren

4 sterren

##### Aparthotels

##### Residenties

##### Vakantiedorpen

##### Campings

##### Villa's, bungalows, vakantiehuzen,...

##### Thomas Cook

Jetair

Thomas Cook

Thomas Cook

Jetair

Thomas Cook

Jetair

Thomas Cook

De bovenstaande tabel geeft een overzicht van welke touroperator procentueel het grootste aanbod heeft in 2006 van de verschillende belangrijkste logiesvormen voor de Costa Brava.

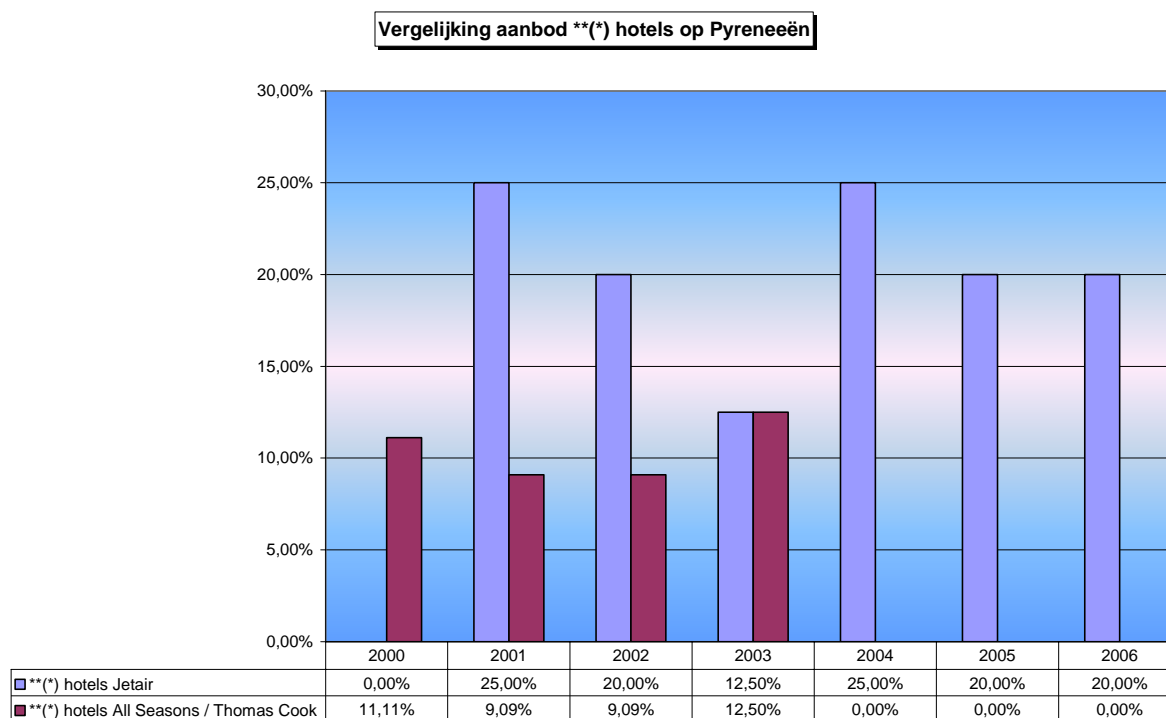
Jetair en Thomas Cook bieden elk vier aparthotels aan in 2006, maar procentueel gezien heeft Thomas Cook een groter aanbod.

### 4.3 Vergelijking van de aangeboden logiesvormen in de Spaanse Pyreneeën.

De tweede bestemming die ik behandel is een minder populaire bestemming bij autovakanties, namelijk de Spaanse Pyreneeën. Hier bieden de beide touroperators minder verschillende logiesvormen aan dan op de Costa Brava. De belangrijkste logiesvormen zijn de hotels.

Thomas Cook biedt zelfs de laatste 2 zomerseizoenen enkel maar hotels aan en geen enkele andere logiesvorm. Jetair biedt de laatste twee jaar naast hotels ook nog 1 camping aan in de Spaanse Pyreneeën. Voordien zaten er ook enkel hotels in hun aanbod.

#### 4.3.1 Vergelijking aanbod twee en twee en een halve sterrenhotels

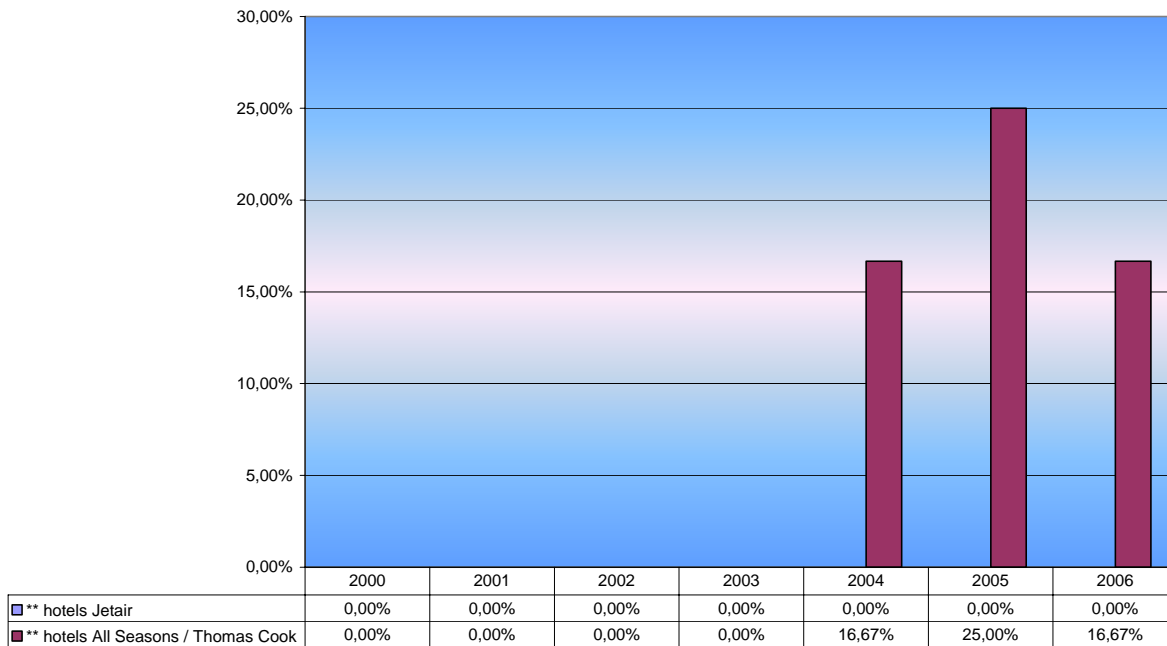


U merkt dat in 2003 de twee en een halve sterrenhotels bij Thomas Cook verdwijnen. Dat komt omdat ze dan het systeem met de halve sterren hebben laten vallen<sup>33</sup>. Op de volgende grafiek staan de twee sterrenhotels van Thomas Cook.

We kunnen algemeen aannemen dat Jetair een groter aandeel heeft in het aanbod van hotels van de categorie twee sterren en twee en een halve sterren.

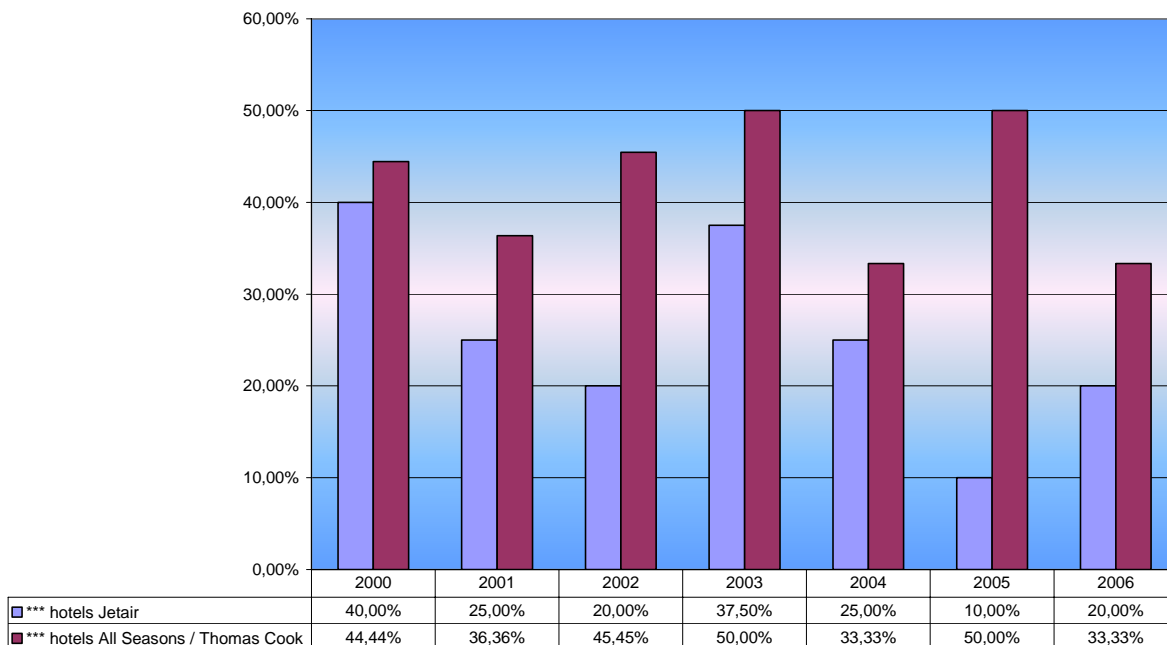
<sup>33</sup> Zie 4.1.8 Besluit

**Vergelijking aanbod \*\* hotels op Pyreneeën**



#### 4.3.2 Vergelijking aanbod drie en drie en een halve sterrenhotels

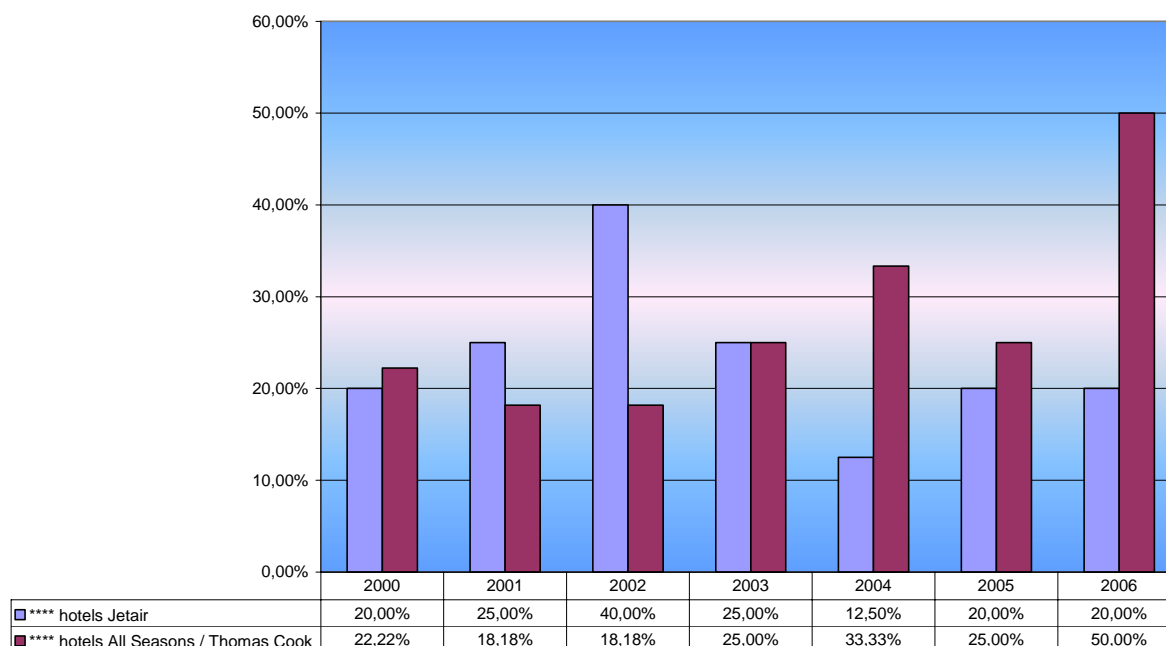
**Vergelijking aanbod \*\*\* hotels op Pyreneeën**



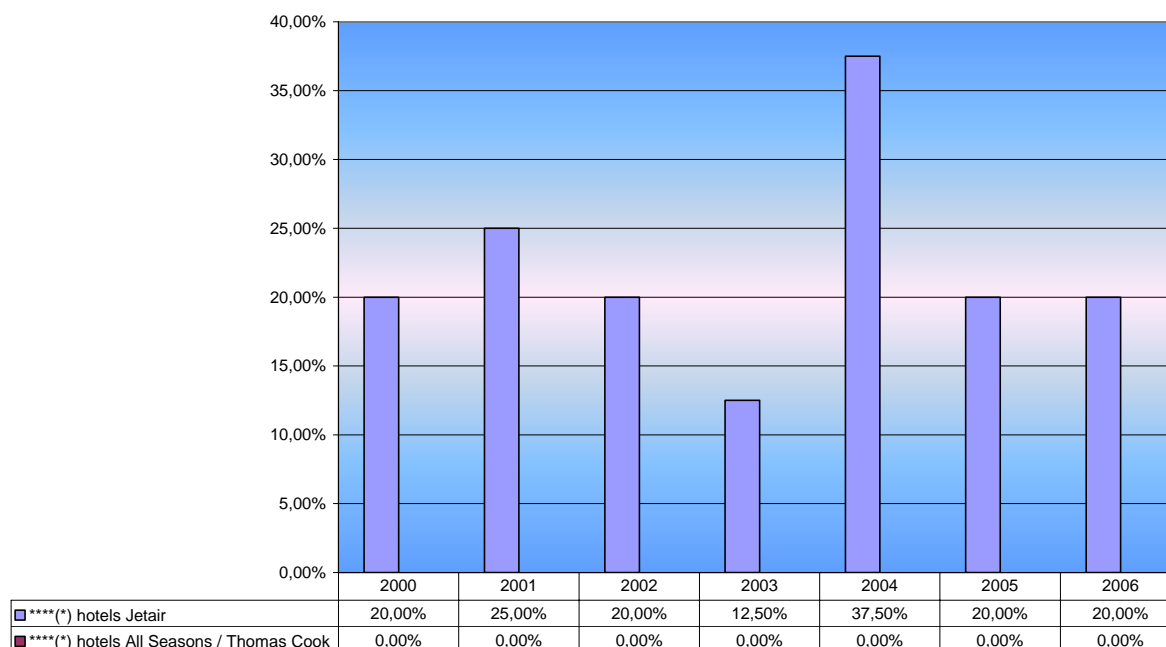
Bij deze categorie van hotels ziet u duidelijk dat Thomas Cook het grootste aanbod heeft van beide touroperators. Er moet wel gezegd worden dat Jetair ook nog drie en een halve sterrenhotels aanbiedt. Maar als u deze bij het aantal drie sterrenhotels optelt, dan komt Thomas Cook nog als overwinnaar uit de bus.

### 4.3.3 Vergelijking aanbod vier en vier en een halve sterrenhotels

**Vergelijking aanbod \*\*\*\* hotels Pyreneeën**



**Vergelijking aanbod \*\*\*\*(\*) hotels op Pyreneeën**



Als u deze twee categorieën samen neemt, dan zien we dat, in vergelijking met de Costa Brava, Jetair hier het grootste aandeel heeft. In 2006 zien we echter een verandering. Dan bestaat het aanbod van Thomas Cook voor de helft uit vier sterrenhotels.

#### 4.3.4 Algemeen besluit Spaanse Pyreneeën

<b>2 (1/2) sterren hotels</b>	<b>Jetair</b>
<b>3 (1/2) sterren hotels</b>	<b>Thomas Cook</b>
<b>4 (1/2) sterren hotels</b>	<b>Jetair/Thomas Cook(2006)</b>
<b>Campings</b>	<b>Jetair</b>

Wat u hier zeker in de toekomst moet volgen is de evolutie bij de vier sterren en vier en een halve sterrenhotels. We zien dat Thomas Cook in 2006 komt opzetten met een aanbod van 50%.



## Hoofdstuk 5 Prijsvergelijking

Veel mensen gaan ervan uit dat boeken bij reisbureaus of touroperators duurder is in vergelijking met rechtstreeks boeken bij de eigenaar van het logement zelf. In 90 % van de gevallen is het product van de touroperator goedkoper dan wanneer je het rechtstreeks zou boeken. Er is dus nog altijd 10% kans dat uw reis goedkoper is als je rechtstreeks boekt.

Voor het volgende hoofdstuk heb ik twee voorbeelden gezocht die bij die 10% horen, het Hotel Koener in Groothertogdom Luxemburg en Hotel Canyelles Platja aan de Costa Brava.

Bij de prijsberekening heb ik rekening gehouden met het feit dat ik de prijzen moet gebruiken in gelijkwaardige omstandigheden zoals dezelfde reisperiode, hetzelfde kamertype, hetzelfde regime, hetzelfde aantal personen,...

### 5.1 Hotel Koener – Clervaux – Groothertogdom Luxemburg

#### 5.1.1 Hotelkeuze

Ik heb gekozen voor Hotel Koener<sup>34</sup>. Het is een driesterrenhotel in het Groothertogdom Luxemburg. Het ligt in het pittoreske en autovrije centrum de stad Clervaux. Het hotel staat in de brochure van Autovakanties dichtbij.



van



---

<sup>34</sup> **Hotel Koener**  
14, Grand-Rue  
L-9701 Clervaux  
Tel: +352 92 10 02  
Fax: +352 92 08 26

### 5.1.2 Situatie

*Periode:* 3 dagen en 2 nachten (vrijdagnacht en zaterdagnacht)  
Aankomst: vrijdag 28/10/2005  
Vertrek: zondag 30/10/2005

*Regime:* Half pension

*Personen:* 2 volwassenen

*Kamertype:* 2/3-persoonskamer, bad of douche, apart toilet en zithoek  
Chambre Supérieur

### 5.1.3 Prijsberekening Jetair<sup>35</sup>

	Prijs per persoon per nacht	Aantal nachten	Prijs per persoon
Basisprijs	€59,80	x 2	€119,60
Reducties: ---	---	---	---
Toeslagen: <b>Half Pension</b>	€18,80	x 2	€37,60
<b>TOTAAL</b>			€157,20

### 5.1.4 Prijsberekening Thomas Cook<sup>36</sup>

	Prijs per persoon per nacht	Aantal nachten	Prijs per persoon
Basisprijs	€75,00	x 2	€150,00
Reduties: ---	---	---	---
Toeslagen: ---	---	---	---
<b>TOTAAL</b>			€150,00

<sup>35</sup> Zie bijlage 8: Prijsberekening Hotel Koener Jetair en Brochure Jetair Autovakanties Dichtbij Winter 2005 – 2006, blz. 62.

<sup>36</sup> Zie bijlage 9: Prijsberekening Hotel Koener Thomas Cook en Brochure Thomas Cook Autovakanties dichtbij Winter 2005 – 2006, blz.69

### 5.1.5 Prijsberekening rechtstreeks via hoteleigenaar<sup>37</sup>

	Prijs per persoon per nacht	Aantal nachten	Prijs per persoon
Basisprijs	€71,00	x 2	€142,00
Reducties: ---	---	---	---
Toeslagen: ---	---	---	---
<b>TOTAAL</b>			<b>€142,00</b>

### 5.1.6 Prijsvergelijking

	Jetair	Thomas Cook	Rechtstreeks
<b>Prijs per persoon</b>	€157,20	€150,00	€142,00
<b>Kamertype</b>	Type 23: 2/3- persoonskamer, bad of douche en apart toilet, haardroger, telefoon en kabel-tv met radio.	Type 250: 2/3- persoonskamer, bad of douche, toilet, zithoek.	Chambre Supérieure: Chambre très spacieuse pour 2, 3 ou 4 personnes, bain et/ou douce, WC, table et fauteuils, télévision, téléphone, sèche cheveux
<b>Aantal personen</b>	2 volwassenen	2 volwassenen	2 volwassenen
<b>Periode</b>	18/11/05 – 20/11/05	18/11/05 – 20/11/05	18/11/05 – 20/11/05
<b>Regime</b>	Half pension	Half pension	Half pension

Het prijsverschil tussen Jetair en Thomas Cook ligt hem niet in het feit dat het hotel goedkopere prijzen aanbiedt aan Thomas Cook. De 2 touroperators hebben hetzelfde marktaandeel en hebben dus praktisch dezelfde aankoopprijs.

Maar de gepubliceerde brochureprijs verschilt. Dat komt omdat Jetair zijn nettoprijs vermenigvuldigt met een iets groter quotiënt dan Thomas Cook. Jetair haalt dus net iets meer winst bij dit hotel in vergelijking met Thomas Cook.

Hier speelt dus zuiver het spel van de concurrentie. Een productanalyse en concurrentieanalyse zijn hier uiterst belangrijk bij het bepalen van de winstsleutel. Vermenigvuldigt een touroperator zijn nettoprijs met een hogere quotiënt dan zijn concurrent, dan zullen de meeste toeristen boeken bij de concurrent.

<sup>37</sup> [http://admin.mum.lu/users/images/hotelkoener/Uebernachtungen-NewsUpdater/prix\\_chambres.pdf](http://admin.mum.lu/users/images/hotelkoener/Uebernachtungen-NewsUpdater/prix_chambres.pdf)  
<http://www.hotelkoener.lu/fr/overnight/>  
 Zie bijlage 10: Prijsberekening Hotel Koener rechtstreeks

### 5.1.7 Bespreking

In het bovenstaande voorbeeld merkt u dat het duurder uitkomt als u boekt bij een touroperator. Dit voorbeeld is eigenlijk een uitzondering op de regel. Een reis boeken bij een touroperator komt voor de klant normaal voordeliger uit<sup>38</sup>. Met dit hotel is dat dus niet het geval.

Dat komt omdat het hotel redelijk dicht bij België ligt. Hoe dichterbij het hotel bij uw vertrekpunt ligt, hoe moeilijker het wordt voor de touroperator om een lage prijs van de hotelier te verkrijgen. De hotelier heeft de touroperator niet echt nodig om klanten te kunnen lokken vanuit België.

Voor verre bestemmingen is de situatie anders. Hotels in Spanje, Italië of Kroatië hebben de touroperators nodig om hun kamers verkocht te krijgen in België. Zo kunnen de touroperators lagere prijzen verkrijgen.

Een hotel boeken bij een touroperator is dus zeker goedkoper in vergelijking met het rechtstreeks boeken voor verre bestemmingen. Voor dichte bestemmingen kunnen er altijd uitzonderingen op de regel zijn.

Boeken bij een touroperator brengt natuurlijk enkele voordelen met zich mee.

#### Jetair

- In noodgevallen kunt u Jetair 7 dagen op 7, 24u/24 bereiken op het noodnummer dat bij uw reisdocumenten vermeld staat. Jetair Autovakanties beschikt ter plaatse niet over een host of hostess (tenzij anders vermeld!).
- Voor alle verblijven uit de brochure Jetair Autovakanties Dichtbij is een verzekering tegen annulering en vakantieonderbreking inbegrepen.<sup>39</sup>
- Jetairs Quality Departement zet zich in om een zo snel mogelijke behandeling van vakantieklachten te garanderen. Indien een dergelijke klacht onderling kan geregeld worden, kunt u een beroep doen op de diensten van de vzw Geschillencommissie Reizen, waarvan Jetair de uitspraak integraal respecteert<sup>40</sup>.
- de BTW op basis van de gekende aanslagvoeten is ook in de prijs inbegrepen<sup>41</sup>.
- Bij uw reisdocumenten krijgt u een overzicht van de specifieke verkeersregels die gelden voor het land waar u heen reist zodat u ter plaatse niet voor verrassingen komt te staan.

---

<sup>38</sup> In 90 % van de gevallen is het product van de touroperator goedkoper, dan wanneer u het rechtstreeks zou boeken. ([http://www.euroreizen.be/nl/tips/reservaties/via\\_reisburo.htm](http://www.euroreizen.be/nl/tips/reservaties/via_reisburo.htm))

<sup>39</sup> Zie bijlage 11: Jetair autoverzekering

<sup>40</sup> [http://www.jetair.be/nl/reis\\_info.php?reis=2](http://www.jetair.be/nl/reis_info.php?reis=2)

<sup>41</sup> [http://www.jetair.be/nl/reis\\_info.php?reis=12](http://www.jetair.be/nl/reis_info.php?reis=12)

### Thomas Cook

- Thomas Cook is 24 uur per dag bereikbaar via het *Thomas Cook servicenummer*. Daar zit altijd een professionele medewerker klaar om u te helpen. Het nummer staat in uw reisdocumenten<sup>42</sup>.
- Er is geen verzekering inbegrepen.
- De voordelen die je krijgt met de Thomas Cook Club Card<sup>43</sup>

### Rechtstreeks

- Al de genoemde voordelen en zekerheden heb je hier niet.
- Als je boekt bij een reisbureau, dan komen er nog eens extra dossierkosten bij kijken. Bij een rechtstreekse boeking vallen die weg.

Andere voordelen die hier niet van toepassing zijn:

- Kinderkortingen
- Promoties zoals 6+1 (1 nacht gratis als je 6 nachten boekt)
- Een touroperator biedt betrouwbare informatie aan zijn klant. De touroperator heeft van elk aangeboden hotel een kwaliteitscontrole gedaan. Ze zijn ter plaatse gaan controleren of het hotel wel aan de nodige eisen voldoet.

### 5.1.8 Algemene voordelen touroperator

Hier volgen nog enkele algemene voordelen die u hebt indien u uw reis boekt bij een touroperator. Ze zijn niet enkel van toepassing op deze reis, maar op alle reizen die via een touroperator geboekt zijn.

- De reisbureaus zijn verplicht zich aan te sluiten bij een verzekering tegen financieel onvermogen, zoals het Garantiefonds. Uw geld is nooit verloren bij een faling van het reiskantoor.
- U kunt bij een discussie steeds een beroep doen op de Geschillencommissie Reizen. Dat is geen rechtbank dus u hebt geen advocaat nodig. De conclusies zijn wel bindend voor de reisorganisator. Boekt u rechtstreeks en voelt u zich bedrogen dan moet u naar de rechtbank stappen van het land waar uw hotel is gelegen, en dat is niet zo eenvoudig. Het is meestal onbetaalbaar en hopeloos.
- Bij boeking in een reisbureau is een annulatieverzekering gemakkelijk af te sluiten. Meestal is er een verzekering in de prijs inbegrepen.

---

<sup>42</sup> Zie bijlage 12: Thomas Cook Service nummer

<sup>43</sup> Zie bijlage 13: Thomas Cook Club Card

### 5.1.9 Toegepast voorbeeld

Ik heb de reis naar Hotel Koener in Clervaux geboekt voor 2 personen via het reisbureau Avatours nv in Kortrijk. De reisorganisator was Thomas Cook. De duur van de reis was ook 3 dagen en 2 nachten. We hadden hetzelfde kamertype als vermeld in de prijsvergelijking (type 250).

Ik heb een totaalprijs betaald van € 312,60 (na aftrek van het bijgeboekte *Beauty Farm pakket*).<sup>44</sup>

	Prijs per persoon per nacht	Aantal nachten	Prijs per persoon
Basisprijs	€75,00	x 2	€150,00
Toeslagen: <b>Annulatieverzekering</b>	€1,30	---	€1,30
<b>Dossierkosten</b>	€10,00	---	€10,00
<b>TOTAAL</b>			€161,30

Ik heb gekozen om te boeken bij Thomas Cook omdat het bij die touroperator het voordeligst was. Ik heb persoonlijk niet gekozen om rechtstreeks te boeken omdat ik zekerheid wou. Een andere reden waarom ik bij Thomas Cook geboekt heb, is hun aanbod van het Beauty Farm pakket. Rechtstreeks via de eigenaar van het hotel zou ik dat pakket nooit kunnen boeken hebben. Dat is opnieuw een groot voordeel van boeken via een touroperator.

<sup>44</sup> Zij bijlage 14: Bijlage reis Hotel Koener, bestelbon Avatours

## 5.2 Hotel Canyelles Platja – Rosas – Costa Brava – Spanje

### 5.2.1 Hotelkeuze

Mijn tweede hotel dat ik gekozen heb, ligt in Rosas aan de Costa Brava<sup>45</sup>. Het ligt in de baai van Canyelles. Het hotel staat in de brochure autovakanties Europa



### 5.2.2 Situatie

*Periode:* 8 dagen en 7 nachten  
*Aankomst:* zaterdag 22/07/2006  
*Vertrek:* zaterdag 29/07/2006

*Regime:* Half pension

*Personen:* 2 volwassenen

*Kamertype:* 2/4 persoonskamer met frontaal zeezicht

---

<sup>45</sup> Bron: <http://www.mappy.com/>

### 5.2.3 Prijsberekening Jetair<sup>46</sup>

	Prijs per persoon per nacht	Aantal nachten	Prijs per persoon
Basisprijs	€68,50	x 7	€479,50
Toeslagen: ---	---	---	---
TOTAAL			€ 479,50

### 5.2.4 Prijsberekening Thomas Cook<sup>47</sup>

	Prijs per persoon per nacht	Aantal nachten	Prijs per persoon
Basisprijs	€67,00	x 7	€469,00
Toeslagen: ---	---	---	---
TOTAAL			€ 469,00

### 5.2.5 Prijsberekening rechtstreeks via hoteleigenaar<sup>48</sup>

	Prijs per persoon per nacht	Aantal nachten	Prijs per persoon
Basisprijs	€50,00	x 7	€350,00
Toeslagen: Half Pension	€16,40	x 7	€114,80
TOTAAL			€ 464,80

<sup>46</sup> Zie bijlage 15: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja Jetair en Brochure Jetair Autovakanties Europa zomer 2006, blz. 28

<sup>47</sup> Zie bijlage 16: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja Thomas Cook en Brochure Thomas Cook Autovakanties Europa zomer 2006, blz. 315

<sup>48</sup> Zie bijlage 17: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja rechtstreeks



### 5.2.6 Prijsvergelijking

	<b>Jetair</b>	<b>Thomas Cook</b>	<b>Rechtstreeks</b>
<b>Prijs per persoon</b>	€479,50	€469,00	€464,80
<b>Kamertype</b>	Type 21: 2/4-persoonskamer, met zeezicht. De 4 <sup>de</sup> persoon dient jonger te zijn dan 11 jaar.	Type 200: 2/4-persoonskamer, met frontaal zeezicht vanaf 2 <sup>e</sup> verdieping.	Habitación frente al mar
<b>Aantal personen</b>	2 volwassenen	2 volwassenen	2 volwassenen
<b>Periode</b>	22/07/06 – 29/07/06	22/07/06 – 29/07/06	22/07/06 – 29/07/06
<b>Regime</b>	Half pension	Half pension	Half pension

### 5.2.7 Bespreking

De prijzen voor dit hotel liggen al dicht bij elkaar in vergelijking met het eerste voorbeeld. Wel ziet u dat rechtstreeks boeken opnieuw goedkoper is. Het Hotel Canyelles Platja is opnieuw een uitzondering op de regel<sup>49</sup>.

Boeken bij een touroperator brengt hier opnieuw enkele voordelen met zich mee.

#### Jetair

- In noodgevallen kunt u Jetair 7 dagen op 7, 24u/24 bereiken op het noodnummer dat bij uw reisdocumenten vermeld staat. Jetair Autovakanties beschikt ter plaatse niet over een host of hostess (tenzij anders vermeld!).
- Voor alle verblijven uit de brochure Jetair Autovakanties Europa Zomer 2006 is een verzekering tegen annulering en vakantieonderbreking inbegrepen<sup>50</sup>.
- Jetairs Quality Departement zet zich in om een zo snel mogelijke behandeling van vakantieklachten te garanderen. Indien een dergelijke klacht onderling kan geregeld worden, kunt u een beroep doen op de diensten van de vzw Geschillencommissie Reizen, waarvan Jetair de uitspraak integraal respecteert<sup>51</sup>.
- de BTW op basis van de gekende aanslagvoeten is ook in de prijs inbegrepen<sup>52</sup>.
- Bij uw reisdocumenten krijgt u een overzicht van de specifieke verkeersregels die gelden voor het land waar u heen reist zodat u ter plaatse niet voor verrassingen komt te staan.
- Als u vóór 01/02/2006 uw autovakantie boekt, dan krijg je € 10 tankvoordeel ter gelegenheid van 10 jaar Jetair autovakanties<sup>53</sup>.

<sup>49</sup> Zie Inleiding hoofdstuk 5 Prijsvergelijking

<sup>50</sup> Zie bijlage 11: Jetair Autovakanties verzekeringen

<sup>51</sup> [http://www.jetair.be/nl/reis\\_info.php?reis=2](http://www.jetair.be/nl/reis_info.php?reis=2)

<sup>52</sup> [http://www.jetair.be/nl/reis\\_info.php?reis=12](http://www.jetair.be/nl/reis_info.php?reis=12)

- Jetair Club Card Rosas: U kunt van talrijke voordelen genieten<sup>54</sup>;
  - 20% korting op tochtjes met de rondvaartboten naar o.a. Cadaqués, op een piratentocht met picknick en op een tocht met een zogenaamde “glasbodem”-boot
  - 10% korting op de toegangsprijs voor het waterpretpark Aquabrava
- U kunt een Jet Total Insurance nemen

### Thomas Cook

- Thomas Cook is 24 uur per dag bereikbaar via het *Thomas Cook servicenummer*. Daar zit altijd een professionele medewerker klaar om u te helpen. Het nummer staat in uw reisdocumenten.
- Er is geen verzekering inbegrepen.
- De voordelen die je krijgt met de Thomas Cook Club Card
- 10% korting op de toegang tot het waterpretpark Aquabrava. Geldig tussen 01/06 en 16/09/06.  
10% korting voor een rondrit met de “Roses Express”-trein.
- Als u het beoordelingsformulier invult, maakt u kans op een reischeque ter waarde van €125,00<sup>55</sup>
- U kunt ook de nodige verzekeringen afsluiten via Thomas Cook bij Elvia<sup>56</sup>.

Andere voordelen die hier niet van toepassing zijn:

- Kinderkortingen
- Promoties zoals 6+1 (1 nacht gratis als je 6 nachten boekt)
- Een touroperator biedt betrouwbare informatie aan zijn klant. De touroperator heeft van elk aangeboden hotel een kwaliteitscontrole gedaan. Ze zijn ter plaatse gaan controleren of het hotel wel aan de nodige eisen voldoet.

---

<sup>53</sup> Zie bijlage 18: Jetair Jubileumactie tankvoordeel

<sup>54</sup> Zie bijlage 19: Jetair Club Card

<sup>55</sup> Zie bijlage 20: Thomas Cook reischeque ter waarde van €125,00

<sup>56</sup> Zie bijlage 21: Thomas Cook Elvia reisverzekeringen

### 5.3 Algemeen besluit

De twee voorbeelden tonen aan dat rechtstreeks boeken goedkoper kan zijn in vergelijking met boeken via een reiskantoor of touroperator. Slechts 28% van de geboekte vakanties gebeurt via een reisbureau. Dat betekent dat 72% van de reizen rechtstreeks geboekt worden. Dat is vooral bij autovakanties het geval want hier is dikwijls maar één reservatie nodig. Bij een vliegvakantie moet het hotel en het vliegtuig gereserveerd worden, en dikwijls ook nog de transfers van en naar de luchthaven.

De hoteluitbaters weten ook dat de klanten meer rechtstreeks willen boeken, en spelen daar handig op in om potentiële klanten te lokken door hun rechtstreekse prijzen zo laag mogelijk te krijgen. Het biedt ook voordelen voor hen als ze klanten rechtstreeks kunnen lokken. Zo moeten ze geen commissie afstaan aan de touroperator en verdienen ze meer aan een klant die rechtstreeks geboekt heeft dan aan een klant die geboekt heeft via een touroperator.

Dat kan dan op zich weer resulteren in een betere behandeling die de klant kan krijgen. De hotelier is blij met klanten die rechtstreeks geboekt hebben en zal misschien sneller geneigd zijn om ze te helpen bij eventuele problemen.

In 28% van de gevallen gebeuren de boekingen via een reisbureau. Dat biedt heel wat voordelen en zekerheden voor de klant. Maar 28% blijft toch een klein aantal. De komst van internet heeft hier volgens mij een hele grote invloed. De mensen krijgen meer vertrouwen in het internet als boekingskanaal. De hoteliers spelen daar op in door lage prijzen op internet te zetten. Dat heeft nadelige gevolgen voor het aantal boekingen bij reiskantoren.

## **Hoofdstuk 6 Autovakanties in de media**

In mijn laatste hoofdstuk zal ik het belang van autovakanties in de media nagaan. Hierbij zal ik alleen de geschreven media onderzoeken. Daarbij heb ik een volledige jaargang van Travel Magazine<sup>57</sup> overlopen op zoek naar artikels in verband met autovakanties. Het gaat over de dertiende jaargang, meerbepaald over de nummers 199 tot en met 214.

Verder heb ik ook nog enkele andere artikels gevonden in verband met autovakanties.

### **6.1 Travel Magazine**

In de nummers 199 tot en met 214 besteden ze niet echt veel aandacht aan autovakanties in het algemeen. In geen enkel nummer wordt een dossier speciaal geschreven over autovakanties. Er is meer aandacht besteed aan vliegvakanties, cruises en dossiers over verre en populaire bestemmingen zoals Turkije, Griekenland, Egypte, Finland, Thailand,...

Soms bespreken ze bestemmingen dichtbij. Dan komen de autovakanties van Jetair en Thomas Cook uiteraard aan bod. In de bijlage vindt u een voorbeeld van een artikel<sup>58</sup> over de dichtbij bestemming Bouillon. Verder ben ik ook nog artikels tegengekomen over Noord-Brabant, de Franse Ardennen en de Moezelstreek. Het zijn hier vooral de dichtbij bestemmingen die de aandacht krijgen.

In Travel Magazine nummer 201<sup>59</sup> zit een special over Finland. Dat is het enige voorbeeld dat ik gevonden heb van een verre bestemming voor autovakanties. Zoals eerder vermeld is Finland een speciaal geval bij de aangeboden bestemmingen<sup>60</sup>. In deze focus op Finland staat een reclame voor Finland als autovakantiebestemming bij Jetair.

In 2006 bestaat Jetair autovakanties 10 jaar. In één van de eerste nummers<sup>61</sup> van Travel Magazine van 2006 staat een artikel hierover. Daarin staan onder andere de trends die we de komende jaren mogen verwachten bij de autovakanties. Een voorbeeld hiervan is dat het all inclusive fenomeen nu ook een opgang maakt in het autovakantiesegment.

---

<sup>57</sup> Travel Magazine is een driewekelijks vakblad voor de reisindustrie in België en Luxemburg

<sup>58</sup> Zie bijlage 22: Pure verwennerij in hartje Bouillon, Travel Magazine, dertiende jaargang, nr. 208, blz. 59

<sup>59</sup> Zie bijlage 23: Zomer in Finland, een fascinerend 'waterpark', Travel Magazine, dertiende jaargang, nr. 201, 4 maart 2005, Focus Finland blz. 11

<sup>60</sup> Zie 3.1.3 Noord Europa

<sup>61</sup> Zie bijlage 2: Autovakanties Jetair 10x10, Travel Magazine, dertiende jaargang, 10 februari 2006, nr. 216, blz. 32

## 6.2 Travel Awards

In Travel Magazine nummer 214 van 30 december 2005<sup>62</sup> zat een bijlage waarin de Travel Awards 2005 van Travel Magazine aan bod komen. Travel Magazine organiseerde al voor de achtste maal de Gala Awards avond voor de reisindustrie. Bij deze gelegenheid werden de laureaten in een aantal categorieën bekendgemaakt, waaronder ook de categorie “touroperator autovakanties van het jaar”.

Thomas Cook heeft in 2005 net zoals in de voorgaande jaren deze award gewonnen. Jetair komt op de derde plaats en ziet voor zich nog Transeurope staan. Thomas Cook scoort het best op het gebied van de prijs-kwaliteitverhouding. Jetair is de beste op gebied van juistheid, snelheid en gebruiksvriendelijkheid van hun boekingssysteem.

## 6.3 Andere magazines of dagbladen

Ik heb nog een artikel gevonden in Travel Express, het maandblad voor de reiswereld<sup>63</sup>.

In het nummer 229 van maart 2006 staat een artikel over het tienjarige bestaan van autovakanties bij Jetair. In het artikel schenken ze aandacht aan de trends binnen de autovakanties en aan de nieuwigheden die Jetair in 2006 op de markt brengt. Ook de Citytrips en Disneyland komen aan bod.

## 6.4 Besluit

Over het algemeen zijn er niet veel artikels te vinden over autovakanties. Als u ruimer gaat zoeken, dan kunt u wel artikels vinden over bestemmingen dichtbij die ideaal zijn voor een autovakantie of artikels over touroperators in het algemeen waarin autovakanties vermeld zijn.

Jetair is in het begin van 2006 in de belangstelling gekomen omwille van het tienjarige bestaan van hun autovakanties. Er zijn daarover minstens twee artikels verschenen in de gespecialiseerde pers.

---

<sup>62</sup> Zie bijlage 24: De krant van Morgen, bijlage bij Travel Magazine, dertiende jaargang, 30 december 2005, nr. 214 (+ 2 uittreksels uit brochure van Thomas Cook)

<sup>63</sup> Zie bijlage 25: 10 jaar autovakanties, Travel Express, 27<sup>ste</sup> jaargang, maart 2006, nr. 229, blz. 10

## Besluit

In het allerlaatste deel van mijn scriptie wil ik nog eens alles op een rijtje zetten.

De wagen is het meest gebruikte vervoersmiddel bij de vakanties van de Belgen. Bijna zes vakanties op tien zijn autovakanties. Daarmee blijven de autovakanties de belangrijkste markt binnen de reisindustrie. De meeste autovakanties hebben als buitenlandse bestemming Frankrijk. De touroperators moeten rekening houden met de opkomst van de all inclusive formule in het segment autovakanties.

De twee touroperators Jetair en Thomas Cook ontwikkelen hun autovakantieproduct op gelijkwaardige manier. Slechts op het niveau van de gebruikte data verwerkingsprogramma's zijn er verschillen waarneembaar. Elke touroperator heeft zijn eigen speciaal voor het bedrijf gemaakte programma's.

De bestemmingen die de touroperators aanbieden, hangen af van de vraag van de klanten en van het aanbod van de concurrenten op de markt. Het is vanzelfsprekend dat Jetair en Thomas Cook bij elkaar gaan kijken en zichzelf zullen onderwerpen aan een concurrentievergelijking. Ook een verschuiving in de toeristische sector, zoals u gezien heeft met Jetair en Seagull, kan zorgen voor een verandering in het aanbod van de verschillende bestemmingen.

Voor de bestemmingen de Costa Brava en de Spaanse Pyreneeën zijn er enkele trends bij Jetair en Thomas Cook. Jetair zet veel logies op weinig pagina's, terwijl Thomas Cook minder logies zet op veel brochurepagina's. Verder werkt Thomas Cook vanaf het zomerseizoen van 2004 niet meer met de halve sterren in hun classificatiesysteem van hotels. Algemeen zien we ook een verschuiving in het voordeel van het aanbod van de vier sterrenhotels. Thomas Cook heeft procentueel altijd meer hoger geclassificeerde hotels in de aanbieding in vergelijking met Jetair, wat dan ook weer resulteert in iets meer luxe.

Voor de Costa Brava hebben de hotels het grootste aandeel in het aanbod van de logiesvormen. Jetair biedt procentueel meer drie sterrenhotels aan terwijl Thomas Cook procentueel een groter aanbod heeft van vier sterrenhotels. Voor de logies in de Spaanse Pyreneeën moet u vooral de vier sterren en de vier en een halve sterren hotels in de toekomst volgen. In 2006 was er een verschuiving in het aanbod in het voordeel van Thomas Cook.

In 90% van de gevallen is het product van de touroperator goedkoper dan wanneer u het rechtstreeks zou boeken. Als u toch een hotel zou vinden dat u rechtstreeks goedkoper kunt boeken, dan verliest u veel voordelen en promoties die de touroperators aanbieden? Bovendien biedt boeken via een reiskantoor de nodige zekerheid omdat ze zich verplicht moeten aansluiten bij een verzekering tegen financieel onvermogen. Toch gebeurt slechts 28% van de geboekte autovakanties via een reiskantoor. De komst van het internet speelt hier een grote rol!

In de gespecialiseerde pers komen er weinig artikels voor in verband met autovakanties. Ze besteden meer aandacht aan de populaire vliegbestemmingen. Jetair is in het begin van 2006 wel in de belangstelling gekomen met hun tienjarig bestaan van autovakanties.

## Bijlagen

- Bijlage 1: Evolutie van het gebruikte transportmiddel bij de vakanties van de Belgische bevolking.
- Bijlage 2: Autovakanties Jetair: 10x10, Travel Magazine, dertiende jaargang, 10 februari 2006, nr. 216, blz.32
- Bijlage 3: Belangrijkste bestemmingen van autovakanties bij de Belgen
- Bijlage 4: Profiel van de vakantiegangen voor autovakanties
- Bijlage 5: Schema productieproces
- Bijlage 6: Overzichtstabel Productvergelijking
- Bijlage 7: De geschiedenis van de Belgische reisindustrie, Travel Magazine, twaalfde jaargang, 11 februari 2005, nr. 200, blz. 105-115 (blz. 113)
- Bijlage 8: Prijsberekening Hotel Koener Jetair
- Bijlage 9: Prijsberekening Hotel Koener Thomas Cook
- Bijlage 10: Prijsberekening Hotel Koener rechtstreeks
- Bijlage 11: Jetair autovakanties verzekeringen
- Bijlage 12: Thomas Cook Service Nummer
- Bijlage 13: Thomas Cook Club Card
- Bijlage 14: Bijlagen reis Hotel Koener
- Bijlage 15: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja Jetair.
- Bijlage 16: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja Thomas Cook.
- Bijlage 17: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja rechtstreeks
- Bijlage 18: Jetair Jubileumactie tankvoordeel
- Bijlage 19: Jetair Club Card Rosas
- Bijlage 20: Thomas Cook Elvia Reisverzekeringen
- Bijlage 21: Thomas Cook reischeque ter waarde van €125,00
- Bijlage 22: Pure verwennerij in hartje Bouillon, Travel Magazine, twaalfde jaargang, 12 augustus 2005, nr. 208, blz. 59
- Bijlage 23: Zomer in Finland, een fascinerend 'waterpark', Travel Magazine, dertiende jaargang, 4 maart 2005, nr. 201, Focus Finland, blz. 11)
- Bijlage 24: De krant van Morgen, bijlage bij Travel Magazine, dertiende jaargang, 30 december 2005, nr. 214 (+ 2 uitsneden uit brochure van Thomas Cook)
- Bijlage 25: 10 jaar autovakanties, Travel Express, 27<sup>ste</sup> jaargang, maart 2006, nr. 229, blz. 10

Bijlage 1: Evolutie van het gebruikte transportmiddel bij de vakanties van de Belgische bevolking.

<b>Transportmiddel</b>	<b>2000</b>	<b>2002</b>
<b>Wagen</b>	<b>56,1</b>	<b>58,3</b>
<b>Totaal vliegtuig</b>	<b>29,3</b>	<b>27,0</b>
Charter	19,4	18,9
Lijnvlucht	9,9	8,1
<b>Trein</b>	<b>4,6</b>	<b>4,9</b>
<b>Totaal touringcar</b>	<b>8,9</b>	<b>8,5</b>
Pendelreis	6,	6,5
Rondreis	2,3	2,0
<b>Overige</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>
<b>totaal</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



Bijlage 2: Autovakanties Jetair: 10x10, Travel Magazine, dertiende jaargang, 10 februari 2006, nr. 216, blz.32

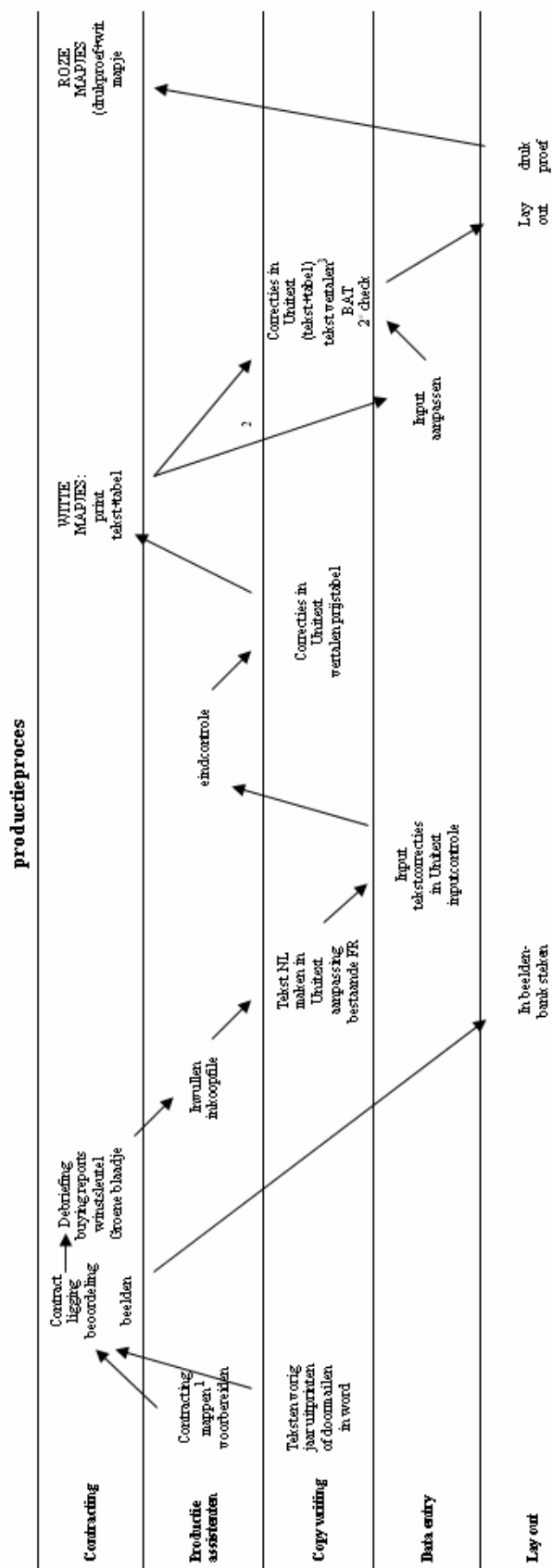
Bijlage 3: Belangrijkste bestemmingen van autovakanties bij de Belgen

<b>Vakantiebestemming</b>	<b>2002</b>
<b>België</b>	<b>33,5</b>
<i>Vlaamse Kust</i>	<i>19,9</i>
<i>Wallonië</i>	<i>9,2</i>
<i>Vlaamse regio's</i>	<i>4,2</i>
<i>Vlaamse kunststeden en</i>	<i>0,2</i>
<i>Brussel</i>	
Frankrijk	31,1
Italië	8,3
Spanje	7,6
Overige (Oostenrijk, Nederland, Duitsland, Zwitserland,...)	19,5
<b>totaal</b>	<b>100,0</b>

Bijlage 4: Profiel van de vakantiegangen voor autovakanties

<b>Profiel</b>		
<b>TAAL</b>	Nederlands	66,1
	Frans	33,9
<b>GEWEST</b>	Vlaanderen	61,7
	Brussel	9,3
	Wallonië	26,0
<b>LEEFTIJD</b>	Tot 5 jaar	8,6
	6-12	9,3
	13-17	9,9
	18-24	7,0
	25-34	13,0
	35-44	17,4
	45-54	14,5
	55-64	11,5
	65 en ouder	8,7
<b>GEZINSTYPE</b>	Alleenwonenden, gezin zonder kinderen, <45 jaar	7,2
	Gezin, jongste kind <6 jaar	22,7
	Gezin, jongste kind 6-12	20,5
	Gezin, jongste kind 13-17	13,0
	Gezin, jongste kind >= 18	15,6
	Alleenwonenden, gezin zonder kinderen, 45-64 jaar	12,6
	Alleenwonenden, gezin zonder kinderen, >=65 jaar	8,5
<b>BEROEP GEZINSHOOFD</b>	Arbeiders	19,8
	Bedienden	31,4
	Kaderpersoneel	7,4
	Onderwijzend personeel	6,0
	Zelfstandige handelaars en ambachtslui	10,4
	Ondernemers en vrije beroepen	3,5
	(Brug)gepensioneerden	15,4
	Andere	6,1
<b>TOTAAL</b>		<b>100,0</b>

## Bijlage 5: Schema productieproces



## Bijlage I Productieproces autovakanties Jetair

<sup>1</sup> Een contracting map bevat de documenten die van belang zijn om het contract met het hotel te sluiten, in het bijzonder het contract van vorig jaar (of van vorige jaren), de verkoopslijst, verschillende statistieken, promoties en een concurrentievergelijking. Eventueel kunnen daar ook nog beelden van het hotel bij zitten.

<sup>22</sup> Twee mogelijkheden: - tekstcorrecties: naar copy writing

- prijstabel/promo's/types: naar data entry

<sup>3</sup> Indien nieuw of grondig gewijzigd product

Bijlage 6: Overzichtstabel Productvergelijking

JET AIR AUTO VAKANTIES EUROPA														
	Costa Brava							Spaanse Pyreneeën						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
PAGINA'S	38	43	50	52	49	46	46	3	2	3	4	5	6	5
PLAATSEN	12	12	16	15	18	17	17	2	2	5	5	7	9	10
Hotels	38	54	61	63	56	51	53	5	4	5	8	8	9	9
*	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
*(?)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
**	2	3	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
**()	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	2	2	2
***	18	27	31	33	22	21	24	2	1	1	1	3	2	1
***()	8	15	20	17	15	12	12	1	0	0	1	0	2	1
****	9	8	6	11	16	14	15	1	1	2	2	1	2	2
****()	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	3	2	2
*****	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Apartdels	3	2	2	3	4	4	4	0	0	0	0	0	0	0
Residenties met appartementen	12	14	15	16	21	19	20	0	0	0	0	0	0	0
Vakantiedorpen	2	1	3	3	4	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Campings	3	2	2	3	3	3	4	0	0	0	0	0	1	1
Villa's, bungalos, huizen	2	2	3	2	4	3	2	0	0	0	0	0	0	0
TOTAAL LOGIES	60	75	86	90	92	81	84	5	4	5	8	8	10	10
Hotels	63,33%	72,00%	70,93%	70,00%	60,87%	62,96%	63,10%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,00%	90,00%
*	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
*(?)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
**	3,33%	4,00%	2,33%	1,11%	1,09%	1,23%	1,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
**()	1,67%	1,33%	2,33%	1,11%	1,09%	1,23%	0,00%	0,00%	25,00%	20,00%	12,50%	25,00%	20,00%	20,00%
***	30,00%	36,00%	36,09%	36,67%	23,91%	25,93%	28,57%	40,00%	25,00%	20,00%	37,50%	25,00%	10,00%	20,00%
***()	13,33%	20,00%	23,26%	18,89%	16,30%	14,81%	14,29%	20,00%	25,00%	40,00%	25,00%	12,50%	20,00%	20,00%
****	15,00%	10,67%	6,98%	12,22%	17,39%	17,28%	17,86%	20,00%	25,00%	20,00%	12,50%	37,50%	20,00%	20,00%
****()	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	1,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
*****	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Apartdels	5,00%	2,67%	2,33%	3,33%	4,35%	4,94%	4,76%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Residenties met appartementen	20,00%	18,67%	17,44%	17,78%	22,83%	23,46%	23,81%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Vakantiedorpen	3,33%	1,33%	3,49%	3,33%	4,35%	1,23%	1,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Campings	5,00%	2,67%	2,33%	3,33%	3,26%	3,70%	4,76%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%	10,00%
Villa's, bungalos, huizen	3,33%	2,67%	3,49%	2,22%	4,35%	3,70%	2,38%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

ALL SEASONS / THOMAS COOK AUTOVAKANTIES EUROPA														
Costa Brava								Spaanse Pyreneën						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
PAGINA'S	41	45	54	46	57	60	54	5	6	7	5	6	7	5
PLAATSEN	18	19	19	18	16	16	13	7	8	9	7	6	7	4
Hotels	42	49	61	53	60	54	51	8	9	9	9	7	5	6
*	0	0	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
*(*)	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0
**	1	2	2	2	5	5	5	0	0	0	0	1	2	1
**(*)	3	3	3	3	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0
***	25	28	34	26	37	29	27	4	4	5	4	2	4	2
***(*)	5	5	7	7	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
****	7	9	12	12	15	19	18	2	2	2	2	2	2	3
****(*)	1	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
*****	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0
Aparthotels	4	3	5	4	4	4	4	1	1	1	1	0	0	0
Residenties met appartementen	14	14	11	18	21	17	14	0	0	0	0	1	0	0
Vakantiedorpen	3	4	5	5	3	3	4	0	0	0	0	0	0	0
Campings	4	3	3	3	4	4	1	0	1	1	0	0	0	0
Villa's, bungalows, huizen	3	3	4	4	2	4	3	0	0	0	0	0	0	0
TOTAAL LOGIES	70	76	89	87	94	86	77	9	11	11	8	6	8	6
Hotels	60,00%	64,47%	68,54%	60,92%	63,83%	62,79%	66,23%	88,89%	81,82%	81,82%	87,50%	83,33%	100,00%	100,00%
*	0,00%	0,00%	2,29%	1,15%	1,06%	1,16%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
*(*)	0,00%	1,32%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,09%	9,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
**	1,43%	2,63%	2,29%	2,30%	5,32%	5,81%	6,49%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%	25,00%	16,67%
**(*)	4,29%	3,96%	3,37%	3,45%	0,00%	0,00%	0,00%	11,11%	9,09%	9,09%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%
***	35,71%	36,84%	38,20%	29,89%	39,36%	33,72%	35,06%	44,44%	36,36%	45,45%	50,00%	33,33%	50,00%	33,33%
***(*)	7,14%	6,58%	7,87%	8,05%	2,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
****	10,00%	11,84%	13,48%	13,79%	15,96%	22,09%	23,38%	22,22%	18,18%	18,18%	25,00%	33,33%	25,00%	50,00%
****(*)	1,43%	1,32%	1,12%	2,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
*****	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,11%	9,09%	9,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Aparthotels	5,71%	3,95%	5,62%	4,60%	4,26%	4,65%	5,19%	11,11%	9,09%	9,09%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%
Residenties met appartementen	20,00%	18,42%	12,36%	20,89%	22,34%	19,77%	18,18%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%	0,00%	0,00%
Vakantiedorpen	4,29%	5,26%	5,62%	5,75%	3,19%	3,49%	5,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Campings	5,71%	3,95%	3,37%	3,45%	4,26%	4,65%	1,30%	0,00%	9,09%	9,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Villa's, bungalows, huizen	4,29%	3,95%	4,49%	4,60%	2,13%	4,65%	3,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Bijlage 7: De geschiedenis van de Belgische reisindustrie, Travel Magazine, twaalfde jaargang, 11 februari 2005, nr. 200, blz. 105-115 (blz. 113)

## Bijlage 8: Prijsberekening Hotel Koener Jetair

### Kamertypes:

52 verzorgde kamers voorzien van alle comfort: haardroger, telefoon en kabel-tv met radio.

**Type 20:** 2/3-persoonskamer, bad of douche en toilet.

**Type 24:** 2/3-persoonskamer, met bubbelbad, douche en toilet.

**Type 23:** 2/3-persoonskamer, bad of douche en apart toilet.

**Type 25:** 4-persoonskamer, als type 23.

**Type 10:** 1-persoonskamer, bad of douche en toilet.

### ONTBIJT 78242-B / LUX

#### Prijs per persoon per nacht in €

Types :	20	24	23/25	10
28/10>06/11	42,80	54,80	59,80	55,40
07/11>22/12				
maandag- t.e.m. donderdagnacht	39,80	51,70	56,80	52,40
vrijdag- t.e.m. zondagnacht	42,70	54,60	59,70	52,40
23/12>30/12	42,80	54,80	59,80	55,40
31/12>31/12		zie Nieuwjaarsarrangement		
01/01>08/01	42,80	54,80	59,80	55,40
09/01>23/02				
maandag- t.e.m. donderdagnacht	39,80	51,70	56,80	52,40
vrijdag- t.e.m. zondagnacht	42,70	54,60	59,70	52,40
24/02>05/03	42,80	54,80	59,80	55,40
06/03>30/03				
maandag- t.e.m. donderdagnacht	39,80	51,70	56,80	52,40
vrijdag- t.e.m. zondagnacht	42,70	54,60	59,70	52,40

#### Toeslag per persoon per nacht:

Half pension: € 15,80.

#### Kortingen 3de en 4de bed:

van 0 t.e.m. 4 jaar: 100%, van 5 t.e.m. 10 jaar: 50%, vanaf 11 jaar: 25%.

\* 28/10-05/11, 26/12-30/12, 01/01-07/01, 24/02-04/03 aankomst en vertrek dagelijks met een minimumverblijf van 2 nachten.

Indien 31/12 deel uitmaakt van uw verblijf, dient u het Nieuwjaarsarrangement (3 nachten) te boeken.

\* 06/11-25/12, 08/01-23/02, 05/03-30/03 aankomst en vertrek dagelijks met een minimumverblijf van 1 nacht.

Facultatieve annuleringsverzekering: p. xxx



## Bijlage 9: Prijsberekening Hotel Koener Thomas Cook

### Kamertypes:

alle met telefoon, radio en tv. Huur badjas: EUR 8 per verblijf.

**Type 150:** 2/3-persoonskamer, bad of douche, toilet. 4e persoon: op aanvraag.

**Type 170:** 2/3-persoonskamer, bubbelbad, haardroger, apart toilet, zithoek.

**Type 250:** 2/3-persoonskamer, bad of douche, toilet, zithoek. 4e persoon: op aanvraag.

**Type 500:** 2/4-persoonskamer, zoals type 170 en met minisafe.

**Type 800:** 1-persoonskamer, bad of douche, toilet.

+ copie prijzen!!

Bijlage 10: Prijsberekening Hotel Koener rechtstreeks

***NOS PRIX S'ENTENDENT PAR PERSONNE ET PAR NUIT***

<i>Chambre Supérieur</i>	<i>Mid-week Jours Semaine</i>	<i>Week-end et Jours Fériés</i>
<i>Logement et Petit Déjeuner buffet Occupation double</i>	49,00	54,00
<i>Demi Pension (menu 4 services)</i>	66,00	71,00
<i>Pension Complète</i>	76,00	81,00
<i>Demi-pension Gastronomique ( 6 services)</i>	78,00	83,00

## Bijlage 11: Jetair autovakanties verzekeringen

### JETAIR AUTOVAKANTIES terug >>

#### INBEGREPEN ANNULERINGSVERZEKERING

Voor alle verblijven uit deze brochure is een verzekering tegen annulering en vakantieonderbreking inbegrepen. Deze verzekering waarborgt de terugbetaling van de annuleringskosten tot een maximum van 620 euro per persoon bij hotelverblijf of 620 euro per wooneenheid bij verhuring, maar met een vrijstelling van 15 euro per persoon, respectievelijk 45 euro per wooneenheid. De reeds (gedeeltelijk) betaalde reisom wordt teruggestort.

Voor het onderdeel vervoer per bus of trein kan een facultatieve verzekering worden onderschreven.

ANNULERING PLUS: mits een extra premie van 10 euro per persoon bij hotelverblijf of 25 euro per wooneenheid in geval van verhuring worden de volledige annuleringskosten terugbetaald (vrijstelling van 15 euro per persoon of 45 euro per wooneenheid).

#### VERZEKERINGSVOORWAARDEN

De verzekeraar: de EUROPESE GOEDEREN EN REISBAGAGE VERZEKERINGS MAATSCHAPPIJ N.V., Tweakerkenstaat 14 te 1000 Brussel, hierna <sup>3</sup>de Europese<sup>2</sup> genoemd, onderneming toegelaten onder het codenummer 0420. De verzekerde: elke persoon die een verblijf onderschrijft uit de brochure JetAir Autovakanties.

##### 1. DEFINITIES

- a) Reiscontract: ieder verblijf of afhuring van een vakantieverblijf afgesloten door de verzekerde in de hoedanigheid van reiziger en/of huurder met de reisorganisator.
- b) Vertrekdatum: de vertrekdatum vermeld in het reiscontract.
- c) Inschrijvingsdatum: de datum waarop de gereserveerde prestaties geboekt werden bij de professionele reisorganisator.
- d) Reisgezel: de persoon met wie de verzekerde tezamen ingeschreven is en besloot de geplande reis te ondernemen of het voorziene vakantieverblijf af te huren en wiens aanwezigheid noodzakelijk is voor het goede verloop ervan.
- e) Levensgezel: de persoon met wie de verzekerde een feitelijke of wettelijke levensgemeenschap vormt en die met hem duurzaam op dezelfde verblijfplaats samenleeft.
- f) Ziekte: aantasting van de gezondheid, vastgesteld door een erkend geneesheer en welke het afgesloten reiscontract medisch gezien onmogelijk maakt.
- g) Ongeval: aantasting van de lichamelijke gaafheid door een oorzaak buiten de verzekerde, vastgesteld door een erkend geneesheer en welke het afgesloten reiscontract medisch gezien onmogelijk maakt.
- h) Belangrijke stoffelijke schade aan onroerende goederen: uitzonderlijke en accidentele schade aan onroerende goederen van de verzekerde onafhankelijk van zijn wil tengevolge van een toevallige oorzaak en die de annulering vereist voor de vrijwaring van zijn belangen.

##### 2. VERZEKERD BEDRAG

De annuleringskosten met een maximum van 620 euro per persoon bij hotelverblijf of 620 euro per wooneenheid bij verhuring, evenwel met toepassing van een franchise van 15 euro per persoon voor hotelverblijf en 45 euro per wooneenheid voor verhuring.

##### 3. VERGOEDING

De Europese vergoedt:

- a) in geval van annulering door de verzekerde voor de uitvoering van het reiscontract: de verschuldigde annuleringskosten die aan de reisorganisator moeten betaald worden in toepassing van de reisvoorwaarden;
- b) in geval van annulering door de verzekerde tijdens de uitvoering van het reiscontract (vervroegde terugkeer): het niet te recupereren gedeelte van de reisom (met uitsluiting van het vervoer) naar rato van de niet genoten vakantiedagen. De tussenkomst van de Europese zal in geen geval het voorziene verzekerde bedrag overschrijden en zal altijd berekend worden op basis van de kosten verschuldigd volgens de annuleringsvoorwaarden van het reiscontract binnen de 48 uur nadat de verzekerde kennis nam van de gebeurtenis die de annulering veroorzaakte. Als dossierkosten wordt een bedrag van 10 euro per persoon afgehouden van de terugbetaling door de verzekeringsmaatschappij.

##### 4. WAARBORG

De kosten worden vergoed bij annulering omwille van een van de hierna volgende redenen:

- a) ziekte, ongeval of overlijden van:
  - de verzekerde,
  - de levensgezel van de verzekerde,
  - een reisgezel die gelijktijdig voor dezelfde reis inschreef,
  - een bloed- of aanverwant van de verzekerde tot in de tweede graad (dit zijn ouders, schoonouders, broers, zusters, schoon broers, schoonzusters, kinderen, kleinkinderen, grootouders);

- b) zwangerschapsproblemen van de verzekerde;
- c) opzegging van de arbeidsovereenkomst van onbepaalde duur van de verzekerde door de werkgever, met uitzondering van wegzending wegens grove tekortkoming;
- d) intrekking van eerder toegestaan verlof door de werkgever wegens onbeschikbaarheid ten gevolge van ziekte, ongeval of overlijden van een collega die de verzekerde dient te vervangen;
- e) zware materiële schade aan de onroerende goederen van de verzekerde die zijn aanwezigheid noodzakelijk maakt.

In geval van lichamelijk ongeval of ziekte kan de Europese overgaan tot een medische controle.

De verzekerde verbindt zich ertoe de Europese inzage te verlenen in zijn medisch dossier.

#### 5. DUUR VAN DE WAARBORG

De waarborg neemt een aanvang bij de inschrijving en loopt door tot het einde van de reis.

#### 6. UITSLUITINGEN

- a) ziekten die voortvloeien uit alcoholisme, toxicomanie of gebruik van verdovende middelen;
- b) tuberculeuze ziekten, geestesziekten, depressieve toestand;
- c) ziekten waarvoor de behandeling door een psycholoog of een psychiater vereist is;
- d) ziekten of ongevallen die niet controleerbaar zijn met een medisch onderzoek of die geen objectieve symptomen vertonen die de diagnose ervan onbetwistbaar maken;
- e) ziekten die bij de inschrijving al bekend waren of aanleiding gaven tot klachten.

#### 7. ALGEMENE UITSLUITINGEN

De Europese is niet gehouden tussen te komen in geval van:

- opzettelijke daden van de verzekerde;
- overmatig gebruik van alcohol, gebruik van geneesmiddelen of verdovende middelen niet door een geneesheer voorgeschreven;
- gevolgen van nucleaire of atomische aanvallen of stralingen;
- oorlog,staking en oproer alsook burgeroorlog of gewelddaden met collectieve drijfveer, tenzij de verzekerde bewijst dat er geen oorzakelijk verband is met de schadeverwekkende gebeurtenis.

#### 8. VERPLICHTINGEN VAN DE VERZEKERDE

Op straffe van verval zal de verzekerde volgende verplichtingen nakomen:

- aan de makelaar Westservice (zie verder) een schriftelijke aangifte sturen binnen de 7 dagen vanaf het ogenblik dat de verzekerde daartoe de mogelijkheid heeft;
- zich schikken naar de instructies van de Europese en/of Westservice en alle nuttige inlichtingen en/of documenten bezorgen die zij noodzakelijk of nuttig achten;
- alle noodzakelijke en nuttige maatregelen treffen om de annuleringskosten tot een minimum te beperken, d.w.z. dat vanaf het ogenblik dat de verzekerde kennis heeft van een gebeurtenis die de annulering van de reis kan veroorzaken, hij het reisagentschap of de reisorganisator hiervan onmiddellijk op de hoogte moet brengen;
- medisch attest van de behandelende geneesheer voorleggen.

#### 9. TOEPASSELIJK RECHT; VERJARING

Het verzekeringscontract wordt beheerst door de Belgische wetgeving.

Elke vordering voortvloeiend uit dit verzekeringscontract verjaart na drie jaar, te rekenen vanaf de dag van de gebeurtenis die ertoe aanleiding geeft.

Elke betwisting valt onder de bevoegdheid van de Belgische rechtbanken.

#### 10. SUBROGATIE

De Europese treedt automatisch in de rechten van de verzekerde ten aanzien van aansprakelijke derden tot het beloop van het bedrag van haar tussenkomst.

#### 11. WOONPLAATS

De woonplaats van de contractanten wordt van rechtswege gekozen:

- voor de Europese in haar maatschappelijke zetel;
- voor de verzekerde op het adres van zijn reisbemiddelaar (mandataris).

#### 12. CORRESPONDENTIE

Iedere mededeling aan de Europese dient om geldig te zijn gericht te worden aan haar maatschappelijke zetel of op het adres van Westservice N.V., Ezelstraat 43 te 8000 Brugge

#### HEEL BELANGRIJK

De terugbetaling van de annuleringskosten zal uitsluitend gebeuren op basis van de originele copie van de annuleringsfactuur van de reisorganisator, tezamen met de originele bewijsstukken en het aangifteformulier (te bekomen bij de reisbemiddelaar) op te sturen naar Westservice.

Deze verzekering moet samen met de reis gereserveerd worden.

Inlichtingen in België: Westservice NV, Ezelstraat 43, 8000 Brugge, tel. 050/33.52.49, fax. 050/33.12.17. Aanvragen tot terugbetaling moeten door de reiziger rechtstreeks bij Westservice ingediend worden.

Inschrijvingsnummer register verzekeringsmakelaars 14.606.

## Bijlage 12: Thomas Cook Service Nummer

## Bijlage 13: Thomas Cook Club Card









## Bijlage 14: Bijlagen reis Hotel Koener



## Bijlage 15: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja Jetair.

### Jetair Voordelen

#### Happy Kids

- Kinderen van 0 t.e.m. 1 jaar: **gratis** in half of vol pension.
- Geldig tussen 12/4-1/8 en 22/8-1/10: één kind van 2 t.e.m. 10 jaar: **gratis** in half of vol pension.
- Geldig tussen 1/7-8/7 en 1/8-22/8: 2de kind van 2 t.e.m. 10 jaar: **gratis** in half of vol pension.  
(Op de kamer van min. 2 volbetalende personen.)

#### Gratis zeezicht (A594)

Bij een verblijf van min. 10 nachten binnen 17/4-8/7 en 11/9-1/10 betaalt u geen toeslag voor het zeezicht (cumuleerbaar met de andere Jetair Voordelen).

**5 + 2**

Aankomst op 23/9 en 24/9.

**6 + 1 / 11 + 3**

Verblijf binnen 12/4-8/7 en 11/9-1/10.

**9 + 1**

Verblijf binnen 2/7-1/8 en 22/8-11/9.

#### HALF PENSION 65114-B / SBR

Prijs per persoon per nacht in €

Types:	20	21	10
A 12/04>16/04	59,30	68,50	77,40
A 17/04>30/06	50,40	59,70	68,50
B 01/07>07/07	50,40	59,70	68,50
A 08/07>31/07	59,30	68,50	82,40
C 01/08>21/08	69,90	81,40	99,90
A 22/08>10/09	54,90	64,30	78,20
A 11/09>30/09	50,40	59,70	68,50

#### Toeslag per persoon per nacht:

Vol pension: € 13,40.

#### Kortingen 3de en 4de bed:

van 0 t.e.m. 1 jaar: 100%, van 2 t.e.m. 10 jaar: 1ste kind: periode A en B: 100%, periode C: 50%, 2de kind: periode A: 50%, periode B en C: 100%, vanaf 11 jaar: 20%.

\* 12/04-07/07, 30/08-30/09 aankomst en vertrek dagelijks met een minimumverblijf van 3 nachten.

\* 08/07-31/07 aankomst en vertrek dagelijks met een minimumverblijf van 5 nachten.

\* 01/08-29/08 aankomst en vertrek dagelijks met een minimumverblijf van 7 nachten.

Annuleringsverzekering inbegrepen.

## Bijlage 16: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja Thomas Cook.

### Kamer types:

alle kamers zijn volledig gerenoveerd en beschikken over bad of douche (steeds douche in type 100), toilet, telefoon, satelliet-tv, minisafe, minibar, airconditioning en balkon. **Type 100:** 2/4-persoonskamer. De 3e en 4e persoon dienen jonger te zijn dan 11 jaar. **Type 200:** 2/4-persoonskamer, met frontaal zeezicht vanaf 2e verdieping. **Type 800:** 1-persoonskamer.

### Korting kinderen op de kamer

Geldig in half en vol pension op de kamer van minimum 2 volbetalende personen: \*/ 0 t.e.m. 1 jaar: kinderbedje en maaltijden ter plaatse te regelen. \*/ 2 t.e.m. 10 jaar: **1 kind: gratis** tussen 12/4-1/8 en 22/8-1/10, **50%** tussen 1/8-22/8. Overige kinderen: **gratis** tussen 1/8-22/8, **50%** tussen 12/4-1/8 en 22/8-1/10. \*/ Vanaf 11 jaar: **20%**.

### Gratis nachten\*

**5 + 2 gratis** Verblijf tussen 23/9-30/9. **6 + 1 gratis, 11 + 3 gratis** Verblijf tussen 12/4-8/7 en 11/9-1/10. **9 + 1 gratis** Verblijf tussen 2/7-1/8 en 22/8-14/9. \* *gratis nachten: geldig in half en vol pension.*

### Extra

- **10%** \*/ Op de toegang tot het waterpretpark "Aqua Brava". Geldig tussen 1/6-16/9. \*/ Op het ticket voor een rondrit met de "Roses Express"-trein.

Accommodatie :	Hotel Canyelles Playa
Vertrek :	22/07/2006
Aantal personen :	2
Duur (nachten) :	7
Maaltijdregime :	<b>Half pension</b>
Aantal kamers :	1
Prijs :	€ 938,00

De vermelde prijs is de totaal prijs van de door u geselecteerde vakantie. Eventuele kortingen en/of toeslagen zijn al in deze prijs verrekend.

Bijlage 17: Prijsberekening Hotel Canyelles Platja rechtstreeks

[http://www.hotelcanyelles.com/esp\\_tarifa.html](http://www.hotelcanyelles.com/esp_tarifa.html)

Precios por persona y día

	28/03 - 01/07 11/09 - 02/10	23/03 - 27/03 02/07 - 29/07	30/07 - 19/08	20/08 - 10/09
Habitación SIN vista mar	32.50€	41€	51.50€	37.50€
Habitación FRENTE al mar	41.50€	50€	62.50€	46.00€
Suplemento media pensión	16.40€	16.40€	16.40€	16.40€
Suplemento pensión completa	29.40€	29.40€	29.40€	29.40€
Descuento tercera persona				
Adulto	20 %	20 %	20 %	20 %
Niños de 2 a 10 años	50 %	50 %	50 %	50 %
Cunas	gratis			
Garage	10.00€	11,80€	13,80€	11,40€

## Bijlage 18: Jetair Jubileumactie tankvoordeel

## Bijlage 19: Jetair Club Card Rosas



## Bijlage 20: Thomas Cook Elvia Reisverzekeringen

Bijlage 21: Thomas Cook reischeque ter waarde van €125,00



Bijlage 22: Pure verwennerij in hartje Bouillon, Travel Magazine, twaalfde jaargang, 12 augustus 2005, nr. 208, blz. 59

Bijlage 23: Zomer in Finland, een fascinerend 'waterpark', Travel Magazine, dertiende jaargang, 4 maart 2005, nr. 201, Focus Finland, blz. 11)

Bijlage 24: De krant van Morgen, bijlage bij Travel Magazine, dertiende jaargang, 30 december 2005, nr. 214 (+ 2 uitsneden uit brochure van Thomas Cook)







## Bronvermelding

- Brochures
  - Jetair:
    - Alle zomerbrochures van 2000 tot en met 2006
    - Autovakanties Dichtbij
    - Autovakanties Europa
    - Autovakanties Frankrijk
  - Thomas Cook
    - Alle zomerbrochures van 2000 tot en met 2006
    - Autovakanties Dichtbij
    - Autovakanties Europa
    - Autovakanties Frankrijk
- Internet
  - [http://www.jetair.be/nl/reis\\_info.php?reis=2](http://www.jetair.be/nl/reis_info.php?reis=2)
  - [http://www.jetair.be/nl/reis\\_info.php?reis=12](http://www.jetair.be/nl/reis_info.php?reis=12)
  - <http://www.mappy.com/>
  - [http://admin.mum.lu/users/images/hotelkoener/Uebernachtungen-NewsUpdater/prix\\_chambres.pdf](http://admin.mum.lu/users/images/hotelkoener/Uebernachtungen-NewsUpdater/prix_chambres.pdf)
  - <http://www.hotelkoener.lu/fr/overnight/>
- Travel Magazine
  - Alle nummers 199 tot en met 214 (= volledige jaargang van 2005)
  - Travel Magazine, dertiende jaargang, 10 februari 2006, nr. 216
- Travel Express
  - Travel Express, 27<sup>ste</sup> jaargang, maart 2006, nr. 229
- De resultaten van de WES enquêtes van 2002 en 2004.