

SPAANSE TOERISTISCHE DELEGATIE BEZOECT BRED A EN BRED A UNIVERSITY

Den Haag, 10 oktober 2024

Na een drukke TravDay en Roadshow in De Rijtuigenloods in Amersfoort brachten de 20 vertegenwoordigers van de Spaanse bestemmingen en DMC's woensdag een bezoek aan de stad Breda en de Breda University of Applied Sciences.

Per touringcar reisden ze samen met directeur Ignacio Valle en enkele medewerkers van het Spaans Verkeersbureau naar Breda. Daar werden ze in het Stedelijk Museum ontvangen door de directeur van het museum en vertegenwoordigers van Breda Marketing. Na een kort bezoek aan het museum en een wandeling door de stad om te leren over de belangrijke historische relatie van de stad Breda met Spanje, bezochten de vertegenwoordigers van de bestemmingen en DMC's de nieuwe Explore Breda Store van Breda Marketing. Hier woonden ze een presentatie bij over de opzet van deze brandstore die mede is gebaseerd op de bevindingen van het Pop-up Infopunt dat vorige zomer in de stad werd getest. Bij de verdere ontwikkeling van het concept en de uiteindelijke uitwerking ervan zijn de ervaringen en ideeën van de bezoekers meegenomen en is er overleg geweest met de lokale bevolking en de ondernemers uit de stad, wat bijdraagt aan een medeverantwoordelijk toerisme.

Na de lunch stond een bezoek aan de Breda University of Applied Sciences op het programma voor een rondetafel- en networkingontmoeting met de (internationale) studenten van de opleiding Master Tourism Destination Management. Het rondetafelpanel bestond uit 9 personen: Miriam Máscaros van Visit Valencia, Julen Lopategui van Basquetour, Jan Bert Wissink van de reisorganisatie Sunair Vakanties en zes studenten van verschillende nationaliteiten. In de zaal een dertigtal studenten, enkele Nederlandse media en de overige Spaanse vertegenwoordigers. Het gesprek tussen het panel en de zaal werd geleid door Jos van der Sterren, docent aan de BUAS. Rode draad waren een drietal onderwerpen waar ANVR-leden tegenaan lopen bij het organiseren van city trips in Spanje en andere landen:

- Een reactie door de bestemming op een aanvraag door een Nederlandse reisorganisatie duurt te lang, soms wel 2 weken. Dat is veel te lang. In sommige gevallen ontvangt de product manager helemaal geen reactie. Ondanks feedback is dit niet veranderd.
- De rol van DMC's in Spanje wordt vaak uitgespeeld omdat accommodaties alleen rechtstreeks willen werken (via Booking, Expedia). Zij kunnen vaak niet tippen aan de prijzen die de Nederlandse reisorganisaties ook rechtstreeks ontvangen, via channel managers van beddenbanken. Een ander probleem is dat prijzen bijna altijd statisch zijn en niet dynamisch.
- Hoe kunnen DMC's ervoor zorgen dat een bestemming, tour of locatie niet overvol zit met toeristen? Kunnen zij een rol spelen in dit goed/beter te verdelen?

Met reacties over en heen ontstond er een interessante discussie die voor alle aanwezigen zeker (nog) meer stof tot nadenken gaf.

In de networkingborrel na afloop werd hier zeker ook nog over nagepraat maar konden de studenten allerlei vragen stellen aan de Spaanse vertegenwoordigers en konden de aanwezige journalisten en media-vertegenwoordigers nuttige contacten leggen.

