

Verslag Heidedag VvKR
Zaterdag 6 oktober 2018 , 09:30 – 20:30 uur bij [Kameryck](#) te Kamerik

Aanwezig: zie deelnamelijst onderaan

Inleiding

Op zaterdag 6 oktober komen 21 leden van VvKR samen voor een Heisessie, oftewel om te praten over de toekomst van VvKR en waar we de komende jaren aandacht aan gaan besteden. Hiervoor behandelen we over de dag in drie sessie een enkele thema's. Per sessie wordt de groep in kleinere subgroepen verdeeld om te brainstormen. Aan het eind van elke sessie worden de conclusies besproken. Hieronder volgt het verslag/de uitkomst van deze sessies.

Sessie 1: Waar staat VvKR voor?

Groep 1: Waar staat VvKR voor, voor de leden?

Terugblik: 2011, zwarte lijst van ANVR, geen garantie, hiervoor moet een oplossing komen, vereniging opgericht voor kleinschalige reisorganisaties (ro's), werken aan oplossing voor garantieregeling zodat ook deze ro's voldoen aan wet. Resultaat is oprichting STO-reisgarantie en GGTO (die laatste niet vanuit VvKR, maar wel nauw betrokken). Doel van VvKR is dus behaald.

Heden: VvKR is sterk gegroeid, nu meer dan 350 leden. Dit betreft een grote diversiteit aan leden, de groep benoemd onder andere als "parttime professioneel, kleinschalig, grootschaliger. Zij hebben verschillende behoeftes. Er melden zich veel nieuwe organisaties aan, maar we moeten ook opletten welke er eventueel dreigen af te vallen.
VvKR zal moeten kiezen: gaan we voor kwaliteit of kwantiteit? Daarom is het belangrijk te formuleren waar VvKR voor staat.

Conclusie: VvKR is inmiddels een volwassen organisatie geworden. Tot nu toe hadden we nog de neiging ons te profileren als kleintje, maar wij zijn ontwikkeld tot een volwaardig platform voor een deel van de reisbranche. Als VvKR haar leden wil helpen zich te professionaliseren moeten we ons afvragen of dat kan in de huidige vorm.

Is het nodig om differentiering aan te brengen in ledengroepen? Wie horen er thuis bij VvKR?

We moeten blijven kijken waar we vandaan komen en waar we over 5 jaar willen staan.

Kritische opmerking uit groep: gaan wij nu ook buitensluiten?

Groep2: Waar staat VvKR voor, voor de consumenten?

Wanneer we willen dat VvKR zich als **keurmerk** gaat uitdragen, dan moet de consument er wel iets aan kunnen hangen. We moeten voorkomen dat de consument verzand gaat raken in informatie.

VvKR kan geen garantie geven over de kwaliteit van een reis, maar kan wel staan voor:

- kleinschalig & persoonlijk
- specialisme en kennis
- veiligheid (Garantieregeling & verzekering)
- (-duurzaamheid?)

Deze zaken hebben we al, maar het blijft lastig om dit aan de consument uit te leggen.

Groep stelt voor om definities goed vast te leggen, deze te benoemen vanuit de consument. Hoe willen wij dat de consument dit invult? Dit uiteraard in lijn met de criteria naar de leden.

Zijn we nog wel **specialist**? Met bijvoorbeeld 40 leden die India aanbieden. Leden kruisen alle landen maar aan, dan komen we natuurlijk niet meer als specialist over.

Op de website per lid de USP's zichtbaar maken

"Lekkere" communicatie naar de consument toe. Dus makkelijke communicatie.

- Ondersteuning van de **website**
 - Overzichtelijk
 - USP's moeten sneller te zien zijn.
 - Leden zou je beter moeten kunnen classificeren, nu zie je alleen logo's.
- **Beurzen**, goed & eenduidig verhaal, verhaal naar consument en verhaal naar reisbranche
- **Pers**, positief verhaal gaan vertellen

Kernwoorden:

- Keurmerk
- Eenduidig verhaal
- Overzichtelijk

Groep 3: Waar staat VvKR voor, voor de branche?

De groep is begonnen met te definiëren wie de branche precies is:

- Overheid
- Reismedia
- Touroperators
- Reisbureaus
- Overige

We willen dat iedereen in de reisbranche VvKR kent, dat is nu nog niet het geval.

Waar staan we voor?

Kwaliteit: Hoe waarborgen we de kwaliteit binnen de vereniging? Kwaliteit meetbaar maken?

- Kleinschalig
- Specialisme
- Verzekering en garantie

Kennisbron: VvKR moeten een **kennisbron** worden. Wij moeten ook worden gevraagd. Wij hebben bijna 400 leden, wij weten wat er speelt in de branche.

Belangenbehartiging: VvKR moet de belangen (blijven) behartigen en de vertegenwoordiging zijn van kleinschalige en specialistische reisorganisaties.

PR & Lobby: VvKR zou meer aan lobby moeten doen. VvKR zou meer aan PR moeten doen.

Conclusie Sessie 1:

VvKR is gegroeid, tijd voor een nieuw ijkpunt. We moeten nieuwe keuzes maken, dit kan invloed hebben op de leden. We willen dat VvKR verder zal professionaliseren, om leden te kunnen helpen te professionaliseren.

We moeten een eenduidig en duidelijke standpunt hebben en deze naar alle kanten duidelijk uitdragen. We moeten ergens voor durven staan en dat ook durven uit te dragen.

Antwoord formuleren op de vraag: Wie is VvKR en wat betekent dat?

Daarvoor moeten we keuzes durven maken en deze ook handhaven (hoe?)

Consumenten kopen vertrouwen

Kernwoorden:

- Professionaliseren
- Eenduidigheid
- Waarborgen
- Naamsbekendheid
- Kwaliteit
- Consumenten kopen vertrouwen

Sessie 2: Wat zijn de top 3 prioriteiten van VvKR voor de komende 5 jaar?

Groep 1

- Professionaliseren van VvKR (bestuur en verdere ondersteuning),
- Waarborgen kwaliteit
VvKR heeft grote groei doorgemaakt. Hoe waarborgen we de kwaliteit en waarvoor we staan?
- Algemene Reisvoorwaarden
Reisvoorwaarden verplicht stellen.
VvKR heeft eenzijdige reisvoorwaarden (ANVR heeft tweezijdig, met goedkeuring van Consumentenbond).
De Voorwaarden dusdanig opstellen dat een aangesloten organisatie kan zeggen dat deze volledig voldoet aan de EU-regelgeving.
Van leden eisen dat ze voldoen aan de EU-regelgeving.
De workshop rondom Reisrecht en Reisvoorwaarden waren goed, is het een idee een trainingsdag verplicht te stellen voor leden om te leren over reisrecht?
Algemene Reisvoorwaarden in Jip & Janneke-taal opstellen (meer klant vriendelijk dus)

- Naamsbekendheid
Opmerking uit groep: “90% van consumenten” hebben nooit van VvKR gehoord

Groep 2

- Duidelijkheid over lidmaatschap
Wie wel en wie niet lid kunnen worden van VvKR (K-Kwaliteit & S= Reisspecialisten)
- Merk VvKR gaan laden.
Wie doet wat en dat ook uitdragen.
Wat is het voordeel voor de consument dat jij als reisorganisatie bent aangesloten bij VvKR.
- Professionaliseren van kennisplatform, sturend op kwaliteit.

Groep 3

- Naamsbekendheid
Is lastig want hoe vorm te geven?
Kwaliteit = vertrouwen. PR zoeken om dit te krijgen.
Zorgdragen dat de naam VvKR ook blijft hangen na een reis.
- Inkoopcollectief.
Nu VvKR groter wordt zou het eigenlijk een “must” moeten zijn voor andere bedrijven en organisaties om zaken te doen met VvKR.
Identiteit creëren van VvKR als onderhandelingspartner.
- Autoriteit in de markt. Zijn wij voldoende up to date?

Groep 4

- Naamsbekendheid.
Waar staan we voor?
- Kwaliteit individuele leden.
Waarborg.
Professionalisering VvKR
- Herijken identiteit.
Waar staat VvKR voor?
Wat is kleinschalig? Moeten we dit herijken?
Waar staan de letters voor? Moet dit vanuit een bepaald specialisme?

Conclusie Sessie 2

Top 3 (in willekeurige volgorde)

- Herijken identiteit VvKR
- Naamsbekendheid (branche en consument)
- Kwaliteit & professionalisering

Opmerkingen over herijken kwaliteit:

- Discussie over omzetgrootte. Moeten we succesvolheid afstraffen? Nadeel van omzet oprekken is dat de verschillen tussen leden groter worden. Op deze manier creëer je verschillen.
- Wat vindt de consument kleinschalig?
- Wat is het bestaansrecht van VvKR?
- Vindt er natuurlijke selectie plaats?
- Wij zijn een branchevereniging, het is geen verplichting om lid te zijn. Wij kunnen ons beleid bepalen.

Sessie 3: Wat is de rol van de werkgroepen, vrijwilligers, bestuur en leden hierin?

Ofwel: Hoe moet VvKR organisatorisch worden neergezet om dit te bereiken?

Groep 3

Werkgroepen De werkgroepen zouden met meer regelmaat moeten werken en meer moeten delen waar ze mee bezig zijn.
Zorgdragen voor diversiteit in de werkgroepen, alle leden-typen moeten goed zijn vertegenwoordigd.
Het nadeel is dat de werkgroepen momenteel weinig actief zijn. Meestal door drukte van hun eigen organisatie. Zou het helpen als men een onkostenvergoeding krijgt?

Specialisten: “inhuren” (bij voorkeur gratis) om de werkgroepen te helpen. Liefst via ons eigen netwerk (er ligt veel potentie binnen VvKR).
Opmerking uit de groep: specialist & gratis is een contradictie.

Vrijwilligers: doen het met passie en betrokkenheid, maar zou een kleine vergoeding tegenover moeten staan.

Bestuur: is aanspreekpunt naar leden en naar branche, maar kost veel tijd.

Momenteel staat veel onder spanning. Om nieuwe doelen te behalen is er meer geld nodig.

Groep 1

De groep kwam al snel tot de conclusie dat zonder geld deze vraag lastig is om te beantwoorden. De vereniging heeft meer geld nodig om doelen te behalen.

VvKR zou niet meer bang moeten zijn om hierover na te denken. Welke mogelijkheden zijn er? Want professionalisering kost geld.

Nadenken over structuur. VvKR bestaat uit klein organisaties, middelgrote organisaties en grote organisaties. Is het een idee hen naar evenredigheid belasten en bedienen. Kunnen zij een aangepaste contributie betalen?

Enkele geopperde ideeën uit de groep om meer geld te creëren:

- Contributie verhogen
- Lid is alleen zichtbaar op website als ze betalen
- Bedrijven laten betalen om aanbod te doen
- Etc.

Groep 2

VvKR is een ledenorganisatie. Het bestuur is momenteel het hoogste orgaan. Er zou een stafbureau – bestaande uit betaalde krachten – opgezet kunnen worden. Op deze manier ben je niet meer alleen afhankelijk van vrijwilligers en kan je kwaliteit en continuïteit beter garanderen.

Voorstel is om een projectgroep op te zetten die in kaart brengt welke taken er zijn en hoeveel tijd die kosten. Wie doet wat? Wat kan betaald worden en wat kan door een vrijwilliger worden opgepakt. Marketing, administratie, coördinatie, website etc.

Coördinator vrijwilligers: Vrijwillig is niet vrijblijvend, een coördinator zou voor continuïteit en begeleiding van vrijwilligers kunnen zorgen.

Stagiaire of werkervaringsplek: taken laten uitvoeren door een stagiair of iemand die werkervaring zoekt. Nadeel daarbij dat VvKR geen eigen kantoor heeft en niet erkent is als werkervaringsplek. Deze mensen moeten begeleid worden.

Hoe gaan we dit betalen? Niets doen is geen optie. We moeten inkomstenbronnen vinden of verdienmodellen creëren. Geld is essentieel voor het voortbestaan.

Contributie verhogen we liever niet.

Ideeën:

- Website:
 - Affiliatie toepassen
 - Groepsreizen aanbieden via website, tegen betaling.
 - Thema's en landen. Ieder lid mag "gratis" enkele thema's en landen aanklikken. Voor meer thema's en landen moet betaald worden.
 - Starterskit: startende reisorganisaties kunnen een starterskit opvragen tegen vergoeding.
 - Huisvesting: liefst gratis. Een lid kan bijvoorbeeld kantooruimte ter beschikking stellen. Of leden kunnen samen een kantoor huren.
 - Inkoopvoordelen: terugspelen naar de vereniging.

Conclusie van de dag

Tijdens deze Heidedag is nagedacht over waar VvKR de komende jaren aandacht aan zal besteden. De conclusie waren de volgende drie prioriteiten:

- Herijken identiteit VvKR
- Kwaliteit & professionalisering
- Naamsbekendheid (branche en consument)

Herijken identiteit VvKR

Het is noodzakelijk dat VvKR moet herdefiniëren wat haar missie en visie is voor de komende jaren. De vereniging is sterk gegroeid en tussentijds is er veel veranderd in de reisbranche. Het doel is uiteraard om zoveel mogelijk leden binnenboord te houden, maar vasthouden aan missie en visie zijn van bovenliggend belang.

Kwaliteit & professionalisering

Vervolgens moet gewerkt worden aan verdere professionalisering van VvKR. Men was het erover eens dat verdere professionalisering in alle redelijkheid niet mogelijk is met wanneer de vereniging vrijwel alleen op vrijwilligers draait. Professionalisering heeft de komende periode topprioriteit, maar dit kost geld. Kwaliteit en professionalisering vraagt om controle en handhaving, waarbij doel is partijen binnenboord te houden en leden waar mogelijk te helpen om aan de standaarden te voldoen.

Inkomstenbronnen

Professionalisering kost geld. Het is daarom noodzakelijk om na te gaan denken over hoe we de inkomsten van VvKR kunnen verhogen. Wij streven ernaar om de kosten zo laag mogelijk te houden. Wat vraagt van onze leden actief na te denken over welke bijdrage zij (zoveel mogelijk vrijwillig) kunnen leveren aan de vereniging ten behoeve van:

- verder professionaliseren van de vereniging
- vergroten van de naamsbekendheid in de markt
- fondsen/inkomsten te creëren voor de vereniging los van de contributie overdracht van kennis en kunde, aanbieden van nuttige bijeenkomsten, kennisdagen

De algehele opinie van de deelnemers tijdens de Heidedag is dat het contributiegeld van de VvKR op een bijzonder laag niveau ligt en eventueel nog wel iets omhoog kan. Het bestuur streeft er uiteraard naar deze zo laag mogelijk te houden. Bij differentiering van de ledengroepen kan onderzocht worden of dit ook tot differentiering van de contributie moet leiden. Tevens zal gekeken worden naar andere inkomstenbronnen.

Een projectgroep zal zich over deze vraag gaan buigen. Deze projectgroep zal vanuit het bestuur gecoördineerd worden door Penningmeester Iduna te Schegget. Een ieder die hier over wil meedenken en hieraan wil bijdragen kunnen zich hiervoor melden bij het bestuur (info@vvkr.nl).

Deelnemers Heidedag 6 oktober 2018

Naam	Organisatie	Rol binnen VvKR
Jacco Hendrikx	Piter reizen	lid
André Ladenius	Singha reizen	lid
Allard van Lingen	Sneeuw wandelen.com	lid
Eduard Camping	Travellers	lid
Maike Linde	NativeTravel	lid
Rikus Hulscher	Agro Natura	lid
Mayke Schrijnemakers	Mayke Tours	lid
Leydy Lubbers	TAO Japan Specialist	lid
Aileen Weenen	Golden Travel	lid
Silvana van der Noll	VvKR	Vrijwilliger ledenadministratie
Marijnke Vincent	African Travels	Werkgroep Duurzaam
Jan Jaap Meendering	Mevo reizen	Werkgroep B2B
Ingeborg Oostlander	Mavi Travel	Werkgroep B2B
Jaap Putzes	P&S Visreizen	Werkgroep B2C
Carla Joustra	Fru Amundsen	Werkgroep B2C
Pepijn Grau	Go Local	Werkgroep K&O
Ton Brinkman	VvKR	Bestuur
Peter Guijt	Natuurlijk Reizen	Bestuur
Michel Lancee	Michel Verrast	Bestuur
Iduna ter Schegget	Vakantieduiker	Bestuur
Marleen Nijdam	Marlucia Travel	Bestuur