Voorbeeld-ondernemingsplan

Sector: **reisbemiddeling, reisorganisatie, toeristische informatie en reserveringsbureaus** (SBI 79) · Gegenereerd op 12 november 2026

Ondernemingen binnen de reis- en toerismesector houden zich bezig met het organiseren en aanbieden van reisdiensten, zoals reisbemiddeling, het opstellen van reisprogramma's en het verstrekken van toeristische informatie. Deze bedrijven dienen als tussenpersoon tussen de reiziger en verschillende dienstverleners, waaronder luchtvaartmaatschappijen, hotels en lokale gidsen. Het doel is om reizigers een zorgeloze en goed georganiseerde ervaring te bieden.

De doelgroep voor deze sector is divers en omvat zowel individuele reizigers als groepen, variërend van vakantiegangers tot zakenreizigers. De markt is dynamisch en afhankelijk van factoren zoals seizoensgebonden vraag, economische omstandigheden en veranderende reisvoorkeuren van consumenten. Digitale technologie speelt een steeds grotere rol, met online boekingen en digitale marketingstrategieën die essentieel zijn voor succes.

De concurrentie in deze sector is aanzienlijk, met spelers variërend van grote reisorganisaties tot kleine gespecialiseerde bureaus. Het vermogen om zich aan te passen aan veranderende marktomstandigheden en klantbehoeften is cruciaal voor het behoud van een concurrentievoordeel. Innovatie in reisaanbod en een hoge mate van klantenservice zijn belangrijke factoren die bijdragen aan het onderscheidend vermogen van een onderneming in deze branche.

Branche-gemiddelde brutomarge in deze sector: **41.0%** (CBS-data, Firmfocus brancheinformatie).

Inhoud

1. De onderneming

2. De ondernemer
3. De markt
4. De organisatie
5. Risico's en kwaliteit
6. Strategie
7. Financieel plan

1. De onderneming

Bedrijfsidee

Het bedrijf biedt op maat gemaakte reisarrangementen aan voor individuele reizigers en kleine groepen, gericht op unieke en authentieke ervaringen in opkomende bestemmingen wereldwijd. Door gebruik te maken van een netwerk van lokale gidsen en accommodaties, stelt het bedrijf gepersonaliseerde reisroutes samen die culturele onderdompeling bevorderen. Het assortiment omvat culturele rondreizen, avontuurlijke excursies en culinaire tours, waarbij duurzaamheid en verantwoord toerisme centraal staan. De primaire doelgroep bestaat uit millennials en jonge professionals die op zoek zijn naar unieke, niet-commerciële reiservaringen. Via een gebruiksvriendelijk online platform kunnen klanten eenvoudig hun voorkeuren aangeven en reserveringen maken. Het bedrijf biedt tevens 24/7 klantenservice en reisadvies, waardoor klanten zorgeloos van hun reis kunnen genieten.

Missie

Onze missie is om reizigers te voorzien van uitgebreide, betrouwbare en gepersonaliseerde reisoplossingen die hun verwachtingen overtreffen. We zetten ons in voor het bieden van hoogwaardige service en deskundig advies, met een focus op duurzaamheid en culturele integratie. Door innovatieve technologieën te omarmen en samen te werken met lokale gemeenschappen, streven we ernaar om unieke reiservaringen te creëren die zowel de reiziger verrijken als een positieve impact hebben op de bestemmingen die we bedienen.

Visie

Onze onderneming voorziet een toekomst waarin gepersonaliseerde reiservaringen centraal staan, gedreven door technologische innovaties en duurzaamheid. We willen een leidende rol spelen door gebruik te maken van geavanceerde data-analyse en AI om op maat gemaakte reisaanbevelingen te doen die nauw aansluiten bij de individuele wensen en behoeften van reizigers. We streven ernaar om milieuvriendelijke reisopties te bevorderen en samen te werken met partners die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan. Door een naadloze integratie van online platforms en persoonlijke service willen we een betrouwbare en innovatieve partner zijn voor reizigers die op zoek zijn naar unieke en verantwoorde reiservaringen.

2. De ondernemer

Sterktes

De ondernemer beschikt over ruime ervaring in de reisbranche, wat zich vertaalt in diepgaande kennis van toeristische bestemmingen en reispatronen. Met uitstekende organisatorische vaardigheden kan hij complexe reisroutes samenstellen en efficiënte logistieke oplossingen bieden. Zijn sterke communicatieve vaardigheden zorgen voor effectieve onderhandelingen met zowel klanten als leveranciers, wat resulteert in gunstige voorwaarden en tevreden klanten. Hij heeft een scherp oog voor detail, wat cruciaal is voor het beheren van boekingen en het oplossen van problemen die zich kunnen voordoen tijdens het reisproces. Daarnaast is de ondernemer bedreven in het gebruik van moderne technologieën en digitale platforms, wat helpt bij het stroomlijnen van reserveringsprocessen en het verbeteren van de klantbeleving. Zijn aanpassingsvermogen stelt hem in staat snel in te spelen op veranderende markttrends en klantbehoeften.

Aandachtspunten

Een zwakte van de ondernemer in de reisbemiddelingsbranche kan zijn het gebrek aan ervaring met digitale marketingstrategieën en online klantacquisitie. In een sector waar steeds meer klanten hun reizen online boeken, kan een beperkte kennis van SEO, social media marketing en data-analyse leiden tot gemiste kansen in het aantrekken van een breder klantenbestand. Daarnaast kan een beperkte flexibiliteit in het aanpassen aan snel veranderende marktomstandigheden, zoals nieuwe technologieën en veranderende

klantvoorkeuren, de concurrentiepositie van de onderneming verzwakken. Het is cruciaal om voortdurend bij te leren en te investeren in digitale vaardigheden en tools om relevant en concurrerend te blijven.

Branche-ervaring

Met meer dan tien jaar ervaring in de reisbranche, ben ik gespecialiseerd in reisbemiddeling en toeristische informatie. Na het afronden van een Bachelor in Toerisme Management aan de Hogeschool Inholland, heb ik gewerkt bij toonaangevende reisorganisaties zoals TUI en ANWB Reizen. Mijn rol als reisadviseur omvatte het samenstellen van op maat gemaakte reisarrangementen en het bieden van deskundige toeristische adviezen. Bovendien heb ik een breed netwerk opgebouwd met internationale hoteliers, luchtvaartmaatschappijen en lokale gidsen, wat cruciaal is voor het verkrijgen van exclusieve deals en unieke reiservaringen voor klanten. Ik heb tevens deelgenomen aan diverse branchecongressen zoals de Vakantiebeurs en ITB Berlin, wat mijn inzicht in de nieuwste trends en technologieën in de reisindustrie heeft verdiept.

3. De markt

Marktbeschrijving

De markt voor reisbemiddeling, reisorganisatie, toeristische informatie en reserveringsbureaus (SBI 79) is dynamisch en competitief, met een wereldwijde omvang die in 2023 wordt geschat op enkele honderden miljarden euro's. De groei wordt gedreven door toenemende internationalisering, digitalisering en de opkomst van persoonlijke reiservaringen. Belangrijke trends zijn de verschuiving naar online boekingen, de vraag naar duurzame reisopties en de integratie van technologieën zoals AI en VR voor gepersonaliseerde reisaanbevelingen. Grote spelers zoals Booking.com, Expedia en TUI domineren de markt, maar er is ruimte voor gespecialiseerde nichebedrijven die unieke, op maat gemaakte diensten aanbieden. De concurrentie is hevig, maar bedrijven die zich weten te onderscheiden met innovatieve diensten en een uitstekende klantbeleving, kunnen succesvol zijn. Bovendien is er een groeiende vraag naar lokale en authentieke ervaringen, wat kansen biedt voor kleinere spelers om samen te werken met lokale aanbieders.

Marktsegmentatie

De marktsegmentatie binnen de reisbemiddelings- en reisorganisatiebranche kan worden onderverdeeld in vier hoofdsegmenten: zakenreizigers, gezinnen, jongeren en senioren. Zakenreizigers zoeken efficiëntie, betrouwbaarheid en maatwerkopties voor hun reisschema's, met een voorkeur voor snelle boekingsprocessen en flexibele annuleringsvoorwaarden. Gezinnen hebben behoefte aan gezinsvriendelijke bestemmingen en activiteiten, veiligheid en betaalbare gezinsarrangementen. Jongeren, waaronder studenten en backpackers, zijn gericht op budgetvriendelijke opties, unieke ervaringen en avontuurlijke bestemmingen. Senioren zoeken comfort, veiligheid en gemakkelijke toegang tot medische voorzieningen, met een voorkeur voor georganiseerde reizen en culturele excursies. Elk segment vraagt om specifieke marketingstrategieën en dienstenaanbod om aan hun unieke behoeften te voldoen. Het is essentieel om deze segmenten nauwkeurig te identificeren en te bedienen om het marktaandeel te vergroten en klanttevredenheid te waarborgen.

Locatie en distributie

De ideale locatie voor een onderneming in de reisbemiddelings- en toeristische informatiebranche bevindt zich in een goed bereikbare, centrale stedelijke omgeving met een hoge voetgangers- en verkeersdichtheid. Een plek nabij transportknooppunten zoals treinstations, busstations of luchthavens is cruciaal om de zichtbaarheid en toegankelijkheid voor reizigers te maximaliseren. De aanwezigheid van nabijgelegen hotels, toeristische attracties en zakenwijken kan het klantverkeer bevorderen. Het pand dient voldoende ruimte te bieden voor een uitnodigende ontvangstruimte en moderne technologieën die nodig zijn voor reserveringssystemen. Daarnaast is een locatie met een goede internet- en communicatiestructuur essentieel voor efficiënte klantinteractie. Tot slot is nabijheid van eetgelegenheden en winkels een pluspunt, waardoor klanten en medewerkers van gemakken worden voorzien.

Distributie- en verkoopkanalen

In de reisbemiddelings- en reisorganisatiebranche zijn diverse distributie- en verkoopkanalen essentieel voor een effectieve marktbewerking. Online verkoopplatforms en eigen websites zijn cruciaal voor directe boekingen en bieden klanten gemak en

snelheid. Daarnaast zijn mobiele applicaties een groeiend kanaal, gezien de toenemende voorkeur voor mobiel boeken. Traditionele reisbureaus blijven relevant, vooral voor klanten die persoonlijk advies waarderen. Samenwerkingen met luchtvaartmaatschappijen, hotels en autoverhuurbedrijven via API-koppelingen zorgen voor een geïntegreerd aanbod en verhogen de efficiëntie. Sociale media en online marketingcampagnes spelen een belangrijke rol in het aantrekken van nieuwe klanten en het vergroten van de naamsbekendheid. Tot slot, partnerships met zakelijke reisorganisaties en incentivespecialisten bieden toegang tot de lucratieve zakelijke markt.

4. De organisatie

Organisatiestructuur

Een onderneming in de reisbemiddelingsbranche kan het beste georganiseerd zijn als een besloten vennootschap (BV), gezien de beperkte aansprakelijkheid en het professionele imago. De organisatiestructuur bestaat uit een directie, meestal gevormd door de oprichter(s) of aangestelde directeur(en), die verantwoordelijk zijn voor de strategische beslissingen en het algemene beleid van de onderneming.

Onder de directie bevindt zich het managementteam, dat verschillende afdelingen aanstuurt. De belangrijkste afdelingen zijn:

1. **Verkoop en Klantenservice**: Deze afdeling is verantwoordelijk voor het contact met klanten, het verkopen van reisproducten en het bieden van ondersteuning en advies.

2. **Productontwikkeling**: Dit team ontwikkelt nieuwe reisproducten en diensten, en werkt nauw samen met leveranciers zoals luchtvaartmaatschappijen, hotels en lokale touroperators.

3. **Marketing en Communicatie**: Deze afdeling houdt zich bezig met promotieactiviteiten, branding en het onderhouden van relaties met media en partners.

4. **Financiën en Administratie**: Verantwoordelijk voor boekhouding, budgettering en financiële rapportages.

5. **IT en Reserveringssystemen**: Beheert de technologische infrastructuur en zorgt voor de integratie van reserveringssystemen.

Deze structuur zorgt voor efficiëntie, duidelijke verantwoordelijkheden en een klantgerichte benadering.

Bedrijfsprocessen

Het bedrijfsproces binnen de reisbemiddelings- en organisatiebranche start met de inkoop van reisproducten en -diensten. Dit omvat onderhandelingen met hotels, luchtvaartmaatschappijen, en lokale aanbieders van excursies en transport. Het doel is het verkrijgen van concurrerende tarieven en exclusieve aanbiedingen voor klanten.

Bij de productie/dienstverlening worden deze ingekochte producten samengesteld tot aantrekkelijke reisarrangementen. Dit proces vereist een grondige kennis van de bestemmingen en een scherp oog voor detail om de verwachtingen van de klant te overtreffen. De dienstverleningsfase omvat ook het verstrekken van toeristische informatie en het faciliteren van reserveringen, waarbij nauwkeurigheid en tijdigheid cruciaal zijn.

Het verkoopproces richt zich op het bereiken van potentiële klanten via verschillende kanalen, zoals online platforms, sociale media en samenwerkingen met reisagenten. Persoonlijk advies en een klantgerichte benadering zijn essentieel om vertrouwen op te bouwen en boekingen te stimuleren.

De administratie omvat het beheer van boekhoudkundige taken, klantenservice, en het monitoren van klanttevredenheid. Het is belangrijk om een robuust systeem te hebben voor het bijhouden van betalingen, het afhandelen van klachten en het analyseren van feedback om continue verbetering van de dienstverlening te waarborgen.

Inkoop en leveranciers

In de reisbemiddelings- en reisorganisatiebranche is het essentieel om sterke relaties op te bouwen met diverse leveranciers, zoals luchtvaartmaatschappijen, hotels, autoverhuurbedrijven en lokale touroperators. Het inkooppatroon richt zich op het onderhandelen van gunstige tarieven en voorwaarden, zoals kortingen voor groepsboekingen of exclusieve pakketten. Er wordt vaak gebruikgemaakt van Global Distribution Systems (GDS) voor het efficiënte beheer van reserveringen en om toegang te krijgen tot een breed scala aan reisopties. Samenwerkingen met technologieproviders zijn cruciaal voor de ontwikkeling van online boekingssystemen en klantportalen. Regelmatige

evaluatie van leveranciersprestaties en klanttevredenheid helpt bij het optimaliseren van de aanbodketen. Flexibiliteit en het vermogen om snel in te spelen op veranderingen in de markt zijn van groot belang om concurrerend te blijven.

Vergunningen en registraties

Voor een onderneming in de reisbemiddelings- en reisorganisatiebranche (SBI 79) is registratie bij de Kamer van Koophandel (KvK) verplicht. Daarnaast is een registratie bij de Stichting Garantiefonds Reisgelden (SGR) noodzakelijk om klanten financiële zekerheid te bieden. Het lidmaatschap van de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) kan bijdragen aan de geloofwaardigheid van de onderneming. Indien de onderneming ook vliegtickets verkoopt, is een IATA-licentie vereist. Daarnaast moet voldaan worden aan de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) voor de verwerking van persoonsgegevens. Het is ook belangrijk om de reisvoorwaarden en aansprakelijkheidsverzekering goed te regelen.

5. Risico's en kwaliteit

Risico's

Een belangrijk operationeel risico binnen de reisbemiddelingsbranche is de afhankelijkheid van betrouwbare IT-systemen en -infrastructuren. Technische storingen of cyberaanvallen kunnen leiden tot onderbrekingen in boekingssystemen, wat resulteert in klantontevredenheid en verlies van inkomsten. Op de markt zijn er risico's door de sterke concurrentie en veranderende consumententrends. Klanten kunnen steeds vaker zelf online reizen boeken, wat de vraag naar traditionele bemiddelingsdiensten vermindert. Bovendien kunnen externe factoren zoals politieke instabiliteit, natuurrampen of pandemieën de vraag naar reizen sterk beïnvloeden, wat leidt tot een volatiele markt. Financieel gezien bestaat er het risico van fluctuerende valutakoersen, wat de kosten voor internationale transacties kan verhogen. Daarnaast kunnen onverwachte stijgingen in operationele kosten, zoals brandstofprijzen of luchthavenbelastingen, de winstmarges onder druk zetten. Het is cruciaal voor ondernemingen in deze branche om deze risico's proactief te beheren en te mitigeren door middel van strategische planning en diversificatie van hun dienstenaanbod.

Kwaliteitsborging

In de reisbemiddelings- en toeristische sector wordt kwaliteit geborgd door het behalen van relevante keurmerken zoals ANVR en SGR, die strenge eisen stellen aan de dienstverlening en financiële stabiliteit. Daarnaast kan ISO 9001-certificering worden toegepast om een systematische aanpak voor kwaliteitsmanagement te waarborgen. Interne controles spelen een cruciale rol, waarbij regelmatig audits en klanttevredenheidsonderzoeken worden uitgevoerd om de service voortdurend te verbeteren. Medewerkers worden getraind in klantgerichtheid en probleemoplossing, terwijl feedbackmechanismen zorgen voor continue verbetering. Samenwerking met betrouwbare partners en leveranciers wordt zorgvuldig gemonitord om consistentie in de kwaliteit van de aangeboden diensten te garanderen. Deze maatregelen helpen de klanttevredenheid te maximaliseren en de reputatie van de onderneming te beschermen.

Aansprakelijkheden en verzekeringen

In de reisbemiddelings- en reisorganisatiebranche is het cruciaal om aansprakelijkheidsrisico's goed af te dekken. De belangrijkste aansprakelijkheden omvatten beroepsaansprakelijkheid, waarbij fouten in boekingen of reisarrangementen kunnen leiden tot claims van klanten. Daarnaast is er de bedrijfsaansprakelijkheid voor schade aan derden of eigendommen tijdens de dienstverlening. Het is raadzaam om een uitgebreide beroepsaansprakelijkheidsverzekering en een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering af te sluiten. Verder zijn er specifieke risico's zoals annuleringen, natuurrampen of politieke onrust die de reisplannen van klanten kunnen beïnvloeden. Hiervoor kan een reisverzekering met dekking voor annuleringen en calamiteiten nuttig zijn. Tot slot kunnen cyberrisico's door datalekken of hacking ook een bedreiging vormen, waardoor een cyberverzekering aan te raden is.

6. Strategie

SWOT-analyse

Breng intern (sterktes en zwaktes) en extern (kansen en bedreigingen) in kaart. Houd de lijsten kort en concreet: drie tot vijf punten per kwadrant geeft genoeg context zonder de uitwerking onhandelbaar te maken.

- Sterktes: wat doet u beter dan vergelijkbare ondernemingen in deze sector.
- Zwaktes: wat moet anders of beter, eerlijk benoemd.
- Kansen: branche-trends en marktbewegingen die in uw voordeel werken.
- Bedreigingen: ontwikkelingen waar u zich tegen moet wapenen.

Confrontatiematrix en strategische keuzes

Leg de SWOT-punten naast elkaar en bepaal welke combinaties tot keuzes leiden: een sterkte die een kans uitbuit, een zwakte die een bedreiging vergroot. De strategische keuzes vormen daarmee de rode draad waarmee marketing, organisatie en financieel plan elkaar versterken.

> **Verder uitwerken in Firmfocus Business Planner**
> In Firmfocus Business Planner doorloopt u SWOT, confrontatiematrix en strategische keuzes als afzonderlijke stappen. Branche-cijfers en AI-suggesties helpen u de items concreet te maken in plaats van algemeen.
> **Begin met Firmfocus Business Planner → firmfocus.biz/business-planner-start**

7. Financieel plan

Investerings- en financieringsplan

Wat heeft u nodig om de onderneming op te starten en hoe wordt dat gefinancierd? Splits investeringen in vaste activa (inrichting, apparatuur, voertuigen) en aanloopkosten (eerste voorraad, marketing, vergunningen). Aan de financieringskant: eigen inbreng, lening, krediet of subsidie.

- Investeringen: wat koopt u en wat schrijft u in welk tempo af.
- Werkkapitaal: voorraad, debiteuren en vooruitbetaalde kosten in de eerste maanden.
- Financiering: eigen geld, bank, microkrediet, familie of partners.

Exploitatiebegroting en cashflow

Een meerjarige winst-en-verliesprognose laat zien wanneer de onderneming break-even draait. De cashflow-prognose laat zien of u in de tussentijd voldoende geld op de rekening

houdt: winst maken kan, terwijl u toch maanden in een liquiditeitstekort zit.

- Omzetprognose op basis van realistische aannames (klanten × besteding × frequentie).
- Variabele en vaste kosten, met aandacht voor sectortypische posten.
- Resultaat per jaar plus cashflow per maand voor het eerste jaar.

> **Verder uitwerken in Firmfocus Business Planner**
> In Firmfocus Business Planner rekent u investering, financiering, omzet, kosten en cashflow door met behulp van branchecijfers van uw sector. U ziet meteen wanneer de onderneming break-even draait en hoeveel financiering u realistisch nodig heeft.
> **Begin met Firmfocus Business Planner → firmfocus.biz/business-planner-start**

> **Dit is een sectorvoorbeeld, geen op u toegesneden plan.**
> Wilt u uw eigen plan in dezelfde structuur uitwerken, met sectorcijfers en AI-suggesties die op uw eigen tekst inhaken en met export naar Word en PDF? Start dan vandaag in de Firmfocus Business Planner:
> **firmfocus.biz/business-planner-start**

Deze voorbeeldtekst is sectorgenerisch geformuleerd op basis van publieke branche-informatie en bevat geen persoonsgegevens of specifieke bedrijfsnamen. Bedragen, percentages en regelgeving wisselen per situatie; controleer feiten altijd zelf voordat u ze in uw eigen plan opneemt.

Voorbeeld-ondernemingsplan voor **reisbemiddeling, reisorganisatie, toeristische informatie en reserveringsbureaus** (SBI 79), gegenereerd door firmfocus.biz.