Niet mals

Marije Breuker

Ik krijg vaak te horen hoe gaaf men het vindt dat ik van mijn hobby mijn werk heb gemaakt. Ja, dat is heel cool en hoe gaaf is het om ondernemen te combineren met het organiseren van mooie incentivereizen. En ja, ik maak ongelooflijk mooie dingen mee waarvoor ik enorm dankbaar ben. Maar aan dit mooie verhaal zitten ook vaak risico's verbonden, en die zijn niet mals, om het maar kort door de bocht te zeggen.

Het organiseren van incentivereizen is nu eenmaal anders juridisch omhelst dan het organiseren van een event in Nederland. Op het eerste oog lijkt het op elkaar, en toch zit er een gigantisch groot verschil tussen wat niet altijd even zichtbaar is, maar waarbij de gevolgen voor de eindklant het bureau groot kunnen zijn.

Met zulke leuke organisatie-activiteiten is het verleidelijk om voor jezelf te beginnen. Een bureau is zo opgetuigd en je kan beginnen. De drempel voor ambitieuze organisatoren is eigenlijk heel laag. En de eventbureaus hebben ook wel eens de vraag van een klant om een event in het buitenland te organiseren. En eerlijk gezegd, daar zeg je als ondernemer, loyale leverancier van je klant, geen 'nee' tegen. De digitale wereld biedt veel inzicht en transparantie en een reis lijkt snel in elkaar gezet. Maar dan...

Veel uitvoerders van georganiseerde incentivereizen (of het nu een personeelsreis, jubileumreis of iets dergelijks is) onderschatten de aanwezige juridische risico's. Het risicodragend vermogen is namelijk enorm als je de reizen onder je eigen label verkoopt. Bureaus kunnen overigens verschillende rollen op zich nemen. Let daar als opdrachtgever heel goed op bij de selectie van een bureau. Een bureau is of bemiddelaar, of een touroperator. Indien je te maken hebt met een bemiddelaar dan liggen alle reisrisico's bij de opdrachtgever. Heb je te maken met een bureau dat onder haar eigen label de reis aanbiedt, dan doe je zaken met een touroperator. En voor een touroperator gelden in dit land nu eenmaal vreselijk strenge regels in het Nederlandse reisrecht, wat ook weer veel zekerheden biedt aan de opdrachtgever. De touroperator is volledig aansprakelijk voor de uitvoer van de reis, ook namens derden. Het is professioneel en een must (vind ik) dat een touroperator hiervoor een touroperator-aansprakelijkheidsverzekering heeft. Een zeer kostbare polis en helaas hebben lang niet alle (event)bureaus of organisatoren een dergelijke polis. En nee, dit is geen evenementenverzekering. Het risico wordt soms willens en wetens genomen. Gezien de hoge premie loont het ook niet om deze polis af te sluiten als je slechts een paar reisjes per jaar organiseert.

Vervolgens moet een touroperator volgens de wet een financiële garantie afgeven over de reissom. In de B2B markt een SGRZ (SGR-zakelijk) logo. Ook dit brengt vele (extra) kosten met zich mee. En dan hebben we ook nog de risico's voor een touroperator bij een recent incident als de staking van de Transavia-piloten en bijvoorbeeld de aswolk. Reisvoorwaarden en wettelijke voorwaarden schrijven voor dat de touroperator de schade moet vergoeden indien de reis niet verloopt conform de verwachtingen die de klant op grond van de reisovereenkomst redelijkerwijs mocht hebben, tenzij sprake is van overmacht. Stel je voor, je had op die dag net die zestig passagiers geboekt staan voor een incentivereis. Je wilt de gevolgen niet voor je rekening krijgen, en toch moet je wel, conform de regelwetgeving. Soms word ik er wel eens stil van hoeveel (financieel) risico een goed incentive bureau heeft in verhouding tot de marge. Hoe gaaf blijft het avontuur, vraag ik me wel eens af. Pure passie voor het vak overheerst gelukkig nog!