



Uniglobe kreeg na bijna veertig jaar een nieuwe huisstijl.

# UNIGLOBE TRAVEL: NIEUWE HUISSTIJL EN ONLINE BOEKINGSPLATFORM UBI

Het coronavirus heeft grote impact op zakenreizen. Repatriëring, het in kaart brengen van de actuele situatie per bestemming, beleidsaanpassingen doorvoeren: zakenreisprofessionals hebben het er druk mee. Reizen die toch moesten doorgaan, zijn veelal met creatieve oplossingen uitgevoerd. Langzaamaan lijkt er op het gebied van zakelijk reizen weer wat mogelijk. *Luchtvaartnieuws Magazine* spreekt elke maand met een Travel Management Company (TMC) of Travel Manager. Dit keer: Cees Klinkenberg, directeur Uniglobe.

TEKST: Jiska Kroon  
FOTO'S: Uniglobe

## Hoe zijn de afgelopen maanden voor jullie geweest?

"Onze focus lag volledig op de vraag hoe we als Uniglobe konden inspelen op COVID-19 en hoe we ons opnieuw in de markt konden zetten. Dat was natuurlijk een rollercoaster.

Ons businessmodel is onder de loep genomen en onze activiteiten zijn tegen het licht gehouden. Maar je wilt koesteren waar we goed in zijn en niet zomaar alles omgooien natuurlijk. Plannen zijn gemaakt met het oog op de periode na deze crisis. Zo hebben

## TRAVEL MANAGEMENT

### De zakenreisindustrie heeft een grote klap gekregen door het coronavirus, wat betekent dit voor Uniglobe?

"Na een dramatische terugval trekt de markt nu weer een klein beetje aan. Uniglobe gaat deze crisis overleven, maar we zijn wel kritisch op het

✓ Cees Klinkenberg: "We gaan afslanken, maar houden voldoende handen over".

### Kunt u daar wat meer over vertellen?

"Uniglobe is in 1981 opgericht, zodoende bestaan we volgend jaar veertig jaar. Al die tijd hebben we geopereerd met dezelfde logo en huisstijl. Ook onze missie, visie en strategische uitgangspunten zijn ongewijzigd gebleven. Om dit alles iets meer bij deze tijd te laten passen, zijn we vorig jaar gestart met een rebranding. We willen de klant in onze doelstellingen nog meer centraal stellen en de nummer één zakenreispartner zijn van het MKB. Met onze unieke persoonlijke dienstverlening willen we klanten succesvol laten zijn in wat ze doen."

### Wat betekent dit concreet voor de huisstijl?

"Onze huisstijl heeft een frissere, eigentijdse look gekregen. We houden dezelfde kleuren en naam, maar het ontwerp is strakker en moderner. Misschien zelfs wel chiquer. Ook hebben we een nieuw motto bedacht: *Travel Well*."

### Kunt u meer vertellen over UBI, jullie nieuwe online boekingsplatform?

"We hebben gekeken naar de online boekingsystemen die op dit moment aanwezig zijn in de markt. Veel van deze systemen vinden onze klanten te complex en niet gebruiksvriendelijk. Daarom hebben wij UBI (Uniglobe Booking Intelligence) ontwikkeld, een online boekingsplatform voor het zakelijk reizende MKB. UBI geeft toegang tot het wereldwijde aanbod van luchtvaartmaatschappijen, inclusief low-cost airlines en NDC-content. Verder bieden we miljoenen accommodaties aan, maar ook huurauto's, taxi's en internationale treinen. Ons nieuwe boekingsplatform is 24/7 beschikbaar op laptop, tablet of smartphone en, indien de klant dat wenst, met persoonlijke ondersteuning van Uniglobe Travel experts. Op deze manier combineren we online en offline met elkaar en maken we ons nieuwe motto *Travel Well* waar."





✓ Zakenreisbureaus zouden zich sterker mogen profileren, vindt Klinkenberg.



aantal fte. We gaan afslanken, maar houden voldoende handen over voor de periode na corona. Van hoeveel mensen Uniglobe afscheid neemt, kan ik nog niet zeggen. Ook technologische ontwikkelingen spelen mee. Klanten kunnen meer zelf doen met UBI. Anderzijds hebben klanten juist nu veel vragen, dat proberen we met persoonlijk contact op te lossen. Onze inzet is om dit jaar uit te komen op een derde van de omzet van 2019. In 2021 verwacht ik twee derde. Ik vermoed dat als de grenzen weer opengaan het herstel snel zal gaan. Dat is ook wat we horen van onze klanten. De onderliggende waarden zijn nog steeds goed. Daarnaast is het onze ambitie om sneller te herstellen en groeien dan de markt."

#### In welk opzicht trekt de markt weer aan?

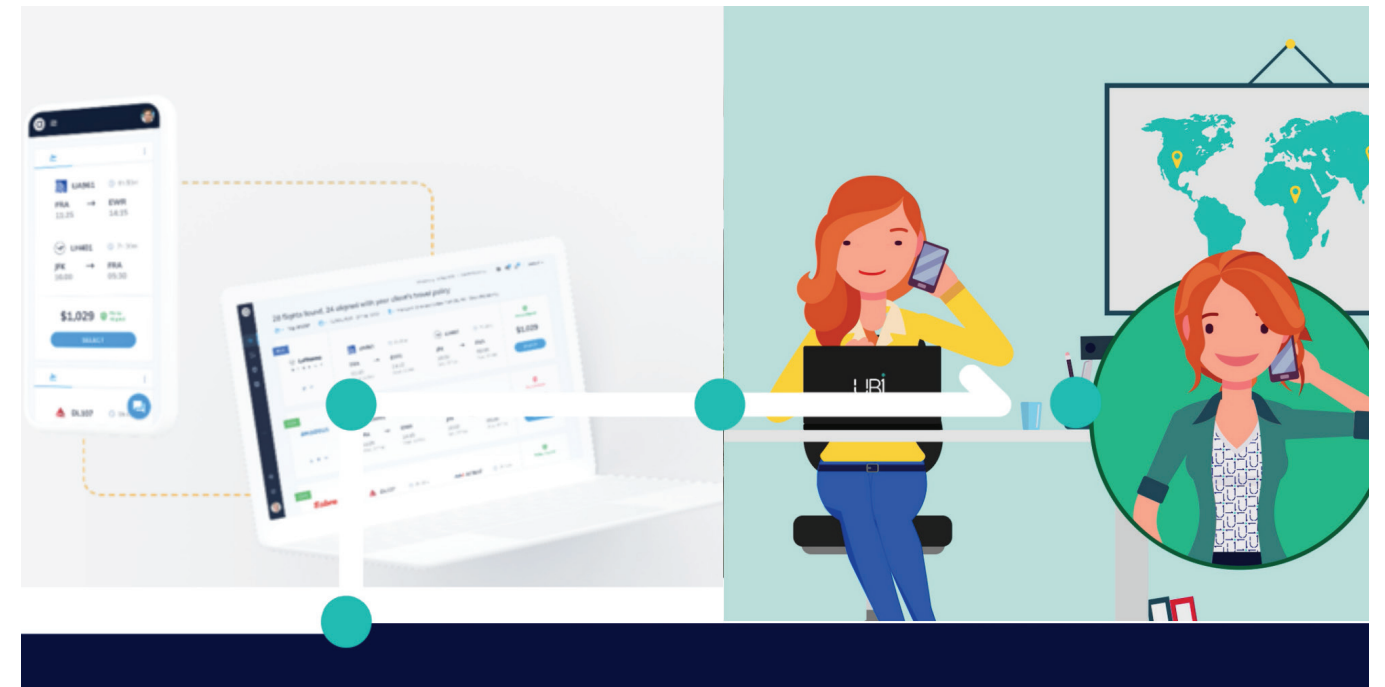
"Het aantrekken van de markt is afhankelijk van de aard van een organisatie. In bepaalde sectoren wordt er altijd gereisd, zoals marine & offshore, maar ook bijvoorbeeld in de kassenbouw en bedrijven die in het buitenland onderhoud plegen aan machines en installaties. Boeking voor vliegtickets blijven moeizaam maar hotels en huurauto's doen het relatief goed."

#### Blijven zaken als thuiswerken en beeldbellen een vast onderdeel van het zakendoen?

"Videobellen heeft inmiddels een vaste plek gekregen bij bedrijven. De vraag is alleen in welke mate dit blijvend is. Tijdens het doen van zaken wil je elkaar toch in de ogen kunnen kijken. Stel dat een kwart van de zakenreizen wordt vervangen door videoconferenties, dan wordt er voor het overgrote deel nog gereisd. Om het gat te vullen moeten we nieuwe klanten aantrekken, maar ook overnames sluiten we niet uit."

#### Wat zijn de 'lessons learned' voor Uniglobe de laatste maanden?

"Met hulp van de overheid komen



we deze crisis zeker te boven. Wel ben ik van mening dat de zakenreisbureaus zich sterker zouden mogen profileren. We zijn geen ticketfabrieken. Veel werk wordt achter de schermen gedaan en niet beloond. Een eerlijke vergoeding voor onze dienstverlening is op zijn plaats. Dat betekent ook beter vertellen wat we doen. Wat onze klanten enorm hebben gewaardeerd is dat onze reisexperts bereikbaar waren, de telefoon opnamen om te helpen en te adviseren. Want juist in een crisis word je als klant niet blij van een 'no reply mail' door een robot."

#### Wat vindt u van de wisselende reisadviezen en maatregelen?

"Wij hebben in Nederland geen binnenlandse markt, zoals in de Verenigde Staten, China of Australië. Wel hebben we de interne Europese markt, maar hier hebben we te maken met verschillende overheden, wisselende maatregelen en reisadviezen. Dat maakt ons werk momenteel lastig en onzeker. Er is een soort kopersstaking. Bedrijven vragen zich af of ze hun mensen nog wel veilig en verzekerd op reis kunnen sturen. Om risico's te

reduceren zien we de vraag naar non-stop vluchten toenemen."

#### Hoe vindt u dat vervoerders omgaan met hygiënemaatregelen?

"Uit onderzoek blijkt dat er nog geen besmettingen hebben plaatsgevonden in het vliegtuig. Het zou goed zijn als reizigers voor vertrek op iedere luchthaven worden getest. Gelukkig is er zicht op de komst van een sneltest. Als er begin volgend jaar ook een medicijn of vaccin beschikbaar komt, dan kunnen de grenzen open en kan er weer veilig worden gereisd."

#### Welke toegevoegde waarde ziet u vooral nu voor Uniglobe richting de markt?

"Onze MKB-klanten reizen kostenbewust, maar zijn ook servicegevoelig. We zijn daarom goed gepositioneerd met UBI als online tool in combinatie met persoonlijke ondersteuning door reisexperts. Onze ondernemers zetten de klant op de eerste plaats en zorgen ervoor dat die succesvol zaken kan doen. Dat noemen wij *Travel Well*." ■

▲ Het nieuwe boekingsplatform UBI is 24/7 beschikbaar op laptop, tablet of smartphone en indien gewenst met persoonlijke ondersteuning van travel experts.

“Beter vertellen wat we doen”