



USE-IT
TOURIST INFO FOR YOUNG PEOPLE

JONGERENTOERISME

STAKEHOLDER 1 - HOSTELS

Deze studie is een realisatie van USE-IT, in het kader van haar samenwerkingsakkoord met Toerisme Vlaanderen.

Auteur: dr. K.J. Dams

(c) USE-IT 2007.

De stakeholderanalyse is deel drie van een breed onderzoek door USE-IT naar jongerentoeurisme. Het eerste deel was Budgetreisgidsen over Vlaanderen (maart 2006); het tweede deel was Profiel Van De Jonge Reiziger, Robotfoto (2e, geupdate versie in april 2007).

De stakeholder-analyse bestaat uit 5 delen:

Hostels

Buitenlandse Overheden

Vervoersbedrijven

Belangenorganisaties

Niet-betalende logies

Het is een bijdrage tot het opstellen van een Actieplan Internationaal individueel jongerentoeurisme in de Vlaamse kunststeden en Brussel door Toerisme Vlaanderen, bedoeld om meer jonge reizigers aan te trekken.

INDEX

VOORAF	6
1 GESCHIEDENIS	10
1.1. INTERNATIONAAL	10
1.1.2. ONAFHANKELIJKEN	12
1.2. IN DE VLAAMSE KUNSTSTEDEN	14
1.2.1. HOSTELLING INTERNATIONAL	14
2. HOSTELS: KENMERKEN	18
2.1. INTERNATIONALE ONTWIKKELINGEN	18
2.2. HOSTELS IN VLAANDEREN	28
2.2.1. CLIËNTEEL	28
2.2.2. INFRASTRUCTUUR	30
2.2.3. DIENSTVERLENING	34
3 BOEKINGEN	36
3.1. ALGEMEEN	36
3.1.1. HOSTELWORLD (WEB RESERVATIONS INTERNATIONAL)	37
3.1.2. HOSTELBOOKERS	42
3.1.3. HIHOSTELS.COM	42
3.1.4. GOMIO.COM (EUROPEAN HOSTEL COOPERATION)	43
3.1.5. KLEINE SPELERS	47
3.2. IN DE VLAAMSE KUNSTSTEDEN	48
3.2.1. HOEVEEL PROCENT BOEKINGEN GEBEUREN VIA WELKE ENGINE?	48
3.2.2. APPRECIATIE	48
3.2.3. HET PROBLEEM GOMIO	49
3.2.4. WORDT YIELD MANAGEMENT GEBRUIKT?	50
4. SAMENWERKINGS- VERBANDEN	51
4.1. HOSTELLING INTERNATIONAL	51
4.1.1. GROOTTE EN STRUCTUUR VAN HET NETWERK	51
4.1.2. HOE PLAATST HOSTELLING INTERNATIONAL ZICH IN DE HEDENDAAGSE MARKT?	53
4.2. ANDERE SAMENWERKINGSVERBANDEN	56
4.2.1. NATIONAAL NIVEAU	56
4.2.2. IN BRUGGE	56
4.2.3. IN BRUSSEL	57
4.2.4. IN ANTWERPEN EN GENT	60
4.2.5. INTERNATIONAAL NIVEAU	60
4.3. SAMENWERKING MET DE OVERHEID	62
4.3.1. LOKAAL VLAK	62
4.3.2. NATIONAAL VLAK	63
CONCLUSIES	66
MET DANK AAN:	70

“It’s one of the hidden facts about the tourist industry. Hostels are a very profitable business.”

RAY NOLAN, oprichter & CEO Hostelworld

“It is a great business we work in, it could be magic, but... it is business. If you lose the magic, you’ve lost....But if you do not make money you’ve lost it too... or you will never get it... Solving this puzzle is critical!”

JIM ZIELINSKI, uitbater The Bulldog Hostel (Amsterdam)

VOORAF

AANPAK

In het kader van haar samenwerkingsakkoord met Toerisme Vlaanderen, voert Use-it in 2007 een stakeholderanalyse uit bij ieder die een rol speelt bij jongerentoeerisme in Vlaanderen: hostels, transportbedrijven, binnen- en buitenlandse overheden, belangengroepen...

Dit deel van de stakeholderanalyse gaat over hostels. Het is gebaseerd op gesprekken met verantwoordelijken van onafhankelijke hostels en jeugdherbergen in Brussel, Brugge en Antwerpen. De landelijke jeugdherbergen hebben we niet bevroegd, omdat deze werken voor een ander publiek dan waar het om gaat in de onderzoeksopdracht die Use-it uitvoert in opdracht van Toerisme Vlaanderen: onafhankelijke jonge reizigers – backpackers. De andere drie Vlaamse Kunststeden (Gent, Mechelen en Leuven) hebben we niet bevroegd, omdat daar geen hostelsector bestaat, alleen maar één officiële jeugdherberg. Een echte hostelscene bestaat alleen in de drie – qua aantal toeristen – belangrijkste steden van Vlaanderen. Die hostelscene is het meest ontwikkeld in Brugge; ook wel in Brussel; minder in Antwerpen.

Met uitbaters van de onafhankelijke hostels en officiële jeugdherbergen uit deze drie steden (en ook met verantwoordelijken van de jeugdherbergfederaties LAJ en VJH) hadden we, in mei en juni 2007, gesprekken gebaseerd op een set aandachtspunten, die per hostel konden verschillen. Er was geen geformaliseerd enquêteformulier, behalve een kleine gestandaardiseerde vragenlijst op het vlak van infrastructuur en service (zie bijlage), bedoeld om hostels als logiesbedrijf te kunnen situeren in het gehele aanbod in Vlaanderen, zoals in kaart gebracht in recente studies van het Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie van de KULeuven.

De gesprekken waren gebaseerd op een dossier, dat ook verwerkt zit in het huidige rapport. Wat waren de bronnen voor dit dossier? Sprokkelhout, bijeengezocht voornamelijk op het Internet: kranten- en tijdschriftartikels, websites van betrokken organisaties, blogs... Een andere aanpak bleek onmogelijk, gezien de afwezigheid van onderzoek naar de hostelsector, en dan met name de onafhankelijke, op nationaal of internationaal vlak. En dat is merkwaardig. Want hostels zijn geen marginaal verschijnsel: er zijn er wereldwijd meer dan 10.000 van; en er komen er

nog steeds bij, in steeds meer verschillende vormen, groottes, kleuren; het is de geliefkoosde logiesvorm van een groep reizigers, door studies aangewezen als de grootste groeiemarkt in het mondiale toerisme: onafhankelijke jonge reizigers.

Het is allemaal onvoldoende, zo blijkt, om de aandacht te wekken van het academisch-toeristisch onderzoek: wie 'hostel' opzoekt in de subject index van meer 30 jaar onderzoek (1973-2006) in het toonaangevende tijdschrift *Annals Of Tourism Research*, wordt doorverwezen naar welgeteld één passage, uit 1985.¹

Geen grote belangstelling, daar; hetzelfde geldt voor onderzoek uitgevoerd of besteld door de toeristische diensten van diverse buitenlandse overheden. Jongeren- en budget-toerisme staat nergens hoog op de agenda; we zullen zien of dat verandert nu er een samenwerkingsovereenkomst is gesloten tussen de mondiale belangengroep voor jongerentoeisme (WYSETC) en UNWTO (United Nations World Tourism Organisation), met als doel om nationale overheden te inspireren om voor jongerentoeisme een gericht beleid te ontwikkelen.

Gesprekken met stakeholders zijn dus de voornaamste bron in deze studie. Misschien maakt toeristisch onderzoek te weinig gebruik van de expertise van vakmensen in toerisme. Marc Boyer, pionier en doyen van het Franse toerisme-onderzoek, zegt dat kennis van toerisme vandaag te zeer opgesloten zit in twee verschillende domeinen. Enerzijds is er de aanpak van buitenuit: academici, onderzoeksbureaus en overheden benaderen het toerisme vanuit een aantal verschillende disciplines: traditioneel gezien ontleende men zijn aanpak aan de geografie en econometrie; in de jaren zestig en zeventig ontwikkelde men een sociologie van het toerisme; meer recent beroept men zich meer op de psychologie. Anderzijds is er de kennis die zit in het toeristische veld zelf: reisbureaus, hotels, transportbedrijven &co, zegt Boyer, weten waar het om gaat in het toerisme. Volgens Boyer moeten de twee domeinen in elkaar schuiven, wil toerismeonderzoek ooit een volwaardige tak van de gedrags- en maatschappijwetenschappen worden.²

Geen betere methode, in dat geval, dan alle betrokkenen interviewen, en al hun verschillende inzichten structureren en plaatsen in een context : cultureel, economisch, historisch...

1 Uit een artikel van Judith Adler, 'Youth on the road: a history of tramping', *Annals of Tourism Research* XII, 1985, 335-354. Een link naar de subject index vindt men hier (klikken op 'subject index': http://www.elsevier.com/wps/find/journaldescription.cws_home/689/description#description)

2 Marc Boyer, *Le Tourisme De l'an 2000*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1999, 10.

STRUCTUUR VAN DIT RAPPORT

Dit rapport is opgebouwd in vier delen:

1. **Geschiedenis**
2. **Kenmerken Van Hostels**
3. **Boeking**
4. **Samenwerkingsverbanden**

1. Geschiedenis: een zeer summier overzicht van hoe men kwam van 1 jeugdherberg in een kasteel in Altena (West- Falen) in 1912 tot meer dan 10.000 wereldwijd vandaag, met bijzondere aandacht voor de situatie in de grote Vlaamse kunststeden.

2. Kenmerken van hostels. Tot diep in de twintigste eeuw was het eenvoudig: zo goed als alle jeugdherbergen waren lid van de **International Youth Hostelling Federation (IYHF)** – die zich vandaag kortweg omschrijft als Hostelling International, en in dit rapport voorts zo zal genoemd worden. Deze organisatie bepaalde wat een jeugdherberg was. Vandaag is dat anders. Vooral het laatste decennium, na de introductie van online boeken voor hostels in 1999, neemt de internationale hostel- sector een hoge vlucht: er komen steeds meer hostels bij, ze zijn beter uitgerust, vormen ketens en andere samenwerkingsverbanden, terwijl intussen grote spelers in de markt – zoals Accor - geïnteresseerd geraken. Vraag is: wat is vandaag nog een hostel?

3. Boeking. Online boeken, mogelijk sinds de introductie van www.Hostelworld.com in 1999 – de vlagschip-website van het Ierse bedrijf **Web Reservations International (WRI)**, was voor de internationale hostel-sector een grote stap voorwaarts. Vandaag nog is WRI in de sector van hostelboekingen de onbetwiste marktleider; hiermee is niet iedereen even tevreden, vooral omdat WRI niet alleen een *booking fee* vraagt van de klant, maar van de hostels ook 10% commissie op het gehele bedrag. Dit stuk beschrijft de strijd om de suprematie in hostelboekingen: een nieuw bedrijf, Hostelbookers, lijkt voor het eerst een

ernstige bedreiging te beginnen vormen voor het quasi-monopolie van WRI; de hostelsector tracht zelf de controle over de boekingen in handen te nemen via www.gomio.com; en Hostelling International lanceerde in 2006 een nieuwe, wereldwijde booking-engine voor haar eigen jeugdherbergen (www.hihostels.com) die duidelijk is geïnspireerd door Hostelworld.

4. Dit deel beschrijft de **samenwerkingsverbanden** die bestaan tussen hostels. Hostelling International is onderverdeeld in landelijke federaties; in België zijn er dat twee: de **VZW Vlaamse Jeugdherberen** en **LAJ (Les Auberges de Jeunesse)** – eveneens een VZW. De onafhankelijke jeugdherbergen hebben in België, of Vlaanderen geen samenwerkingsverband. Wel zijn er in Brugge en Brussel vormen van samenwerking, die hier worden besproken. Tenslotte: een bespreking van de relatie van hostels met de overheid. Wie krijgt subsidies en waarvoor, wat verwachten hostels van de overheid, is een aparte aanpak voor hostels nodig (in vergelijking met budget-hotels)...?

1 GESCHIEDENIS

Jeugdherbergen bestaan sinds bijna een eeuw. Wereldwijd zijn er vandaag meer dan 10.000 logiesverstreckende bedrijven die zichzelf omschrijven als hostels. 4.000 daarvan behoren tot de *International Youth Hostelling Federation*, de in 1932 gestichte federatie die tot diep in de twintigste eeuw synoniem was met jeugdherbergen.

De jeugdherbergen behorend tot deze federatie vormen een duidelijk afgebakend concept: gestandaardiseerd, centraal geleid, voorzien van het bekende logo. De andere duizenden hostels, die er vooral de laatste 2, 3 decennia zijn bijgekomen, vormen een bont geheel. Wie via één van de grote boeking-websites (Hostelworld, Hostelbookers... – zie verder) een hostel boekt, kan terecht komen in: een oud appartementsgebouw in Barcelona; een kamer boven een folk-café in Antwerpen, op een boot in Zweden, in een speciaal ontworpen luxe-hostel in Nieuw-Zeeland met vleugels waar jongens niet toegelaten zijn; in een mega-hostel met nachtclub in Londen, in een geheel knalroze geschilderd “paleis” op Korfoe; in een voormalig internaat in Berlijn...

Independent Hostels zijn een stedelijk fenomeen, en meer nog een groot-stedelijk fenomeen: hostel-hoofdsteden in Europa zijn Berlijn, Barcelona, Londen, Amsterdam... **En dat terwijl jeugdherbergen ooit begonnen als middel om jongeren weg van de stad te krijgen...**

De geschiedenis van Hostelling International en de ontwikkeling van de onafhankelijke hostels, is ongetwijfeld fascinerend. Maar binnen het opzet van dit rapport is het niet mogelijk om meer te doen dan enkele data geven en de algemene contouren schetsen, als bakens.

1.1. INTERNATIONAAL

De oprichter van de eerste jeugdherberg (1909) en van de eerste jeugdherbergfederatie (in Duitsland, 1919), de Duitse lagere school- leraar Richard Schirrmann, wilde dat jonge mensen de mogelijkheid kregen om tijd door te brengen, weg van de stad:

“(...) God’s wonderen kunnen niet ten volle gewaardeerd worden vanuit een automobiel op volle snelheid. Dit werkelijk ondergaan, is alleen hem gegeven die vertrouwt op niets meer dan zijn benen of zijn fiets, die beschouwend en devoot reageert op de natuur met al zijn zintuigen en die weet wat het betekent om de hele dag te zijn doordrenkt van zonnenschijn en de adem van winden.”¹

Sinds 1907 had Schirrmann een soort voorloper van een jeugdherberg in zijn eigen school. In 1902 publiceerde hij een artikel in de *Kölnische Zeitung* over de noodzaak aan Volksschuelerherbergen, die logies bieden aan klassen op uitstap. Het artikel wekte veel reacties op, ook in de vorm van financiële steun, waarmee Schirrmann in 1912 daadwerkelijk de eerste jeugdherberg opende. Hijzelf was de uitbater. De eerste jeugdherberg had 2 slaapzalen met driedubbele houten bedden, een dagzaal, een keuken en gemeenschappelijke douches.

De beweging nam zeer snel een hoge vlucht: in 1913 waren er al 301 jeugdherbergen in Duitsland; in 1914 reeds 535. In 1920 begon de vereniging met een tijdschrift (*Jugendherberge*) en publicatie van het eerste adressenboek, met daarin de gegevens van 700 jeugdherbergen.

Vanwaar dat grote succes? Schirrmann was zoals gezegd een leraar, en een aanhanger van de invloedrijke pedagogische stroming van zijn tijd, de Reformpädagogik – die minder geloofde in formeel onderricht in klaslokalen, dan in exploraties in de vrije natuur. Maar aangezien de meeste van zijn collegae-schoolmeesters dezelfde overtuiging niet waren toegedaan, waren het niet de scholen die de belangrijkste gasten zouden worden van Schirrmann’s jeugdherbergen.

De belangrijkste bezoekers waren onafhankelijk reizende jongeren. Een netwerk van goedkope verblijfscentra in natuurgebieden, waar de gasten waren onderworpen aan een zekere tucht, waar ascese heerste: het paste uitstekend in de jongerentegencultuur van die tijd, de *Wandervögel* en de *Jugendbewegung*. Deze jongeren, opgegroeid in industriecentra als Berlijn en Hamburg, ontwikkelden een liefde voor de natuur en de overtuiging dat technologische vooruitgang een gevaar vormde voor de menselijke geest:

These two youth groups sought to reform all aspects of society—they typically rejected smoking, drinking, and the stiff and formal clothing of the time. The Wandervögel sought release from city-life by roaming countryside on foot to experience the restorative powers of nature and to regain a sense of love for the landscape of their homeland.³

In **1932** waren er in Duitsland al meer dan tweeduizend jeugdherbergen met daarin meer dan 4.5 miljoen overnachtingen. Rond deze tijd waren er ook in andere landen (Polen, Nederland, Frankrijk, België...) meer dan 600 jeugdherbergen. Nog in 1932, op 20 oktober, werd in Amsterdam de **International Youth Hostel Federation** gesticht, met als president Richard Schirrmann.

1933: de beweging breidt uit buiten Europa: in de Verenigde Staten werden in één jaar tijd 30 jeugdherbergen opgericht. Echter, onder het nazi-regime werd de Duitse jeugdherberg-federatie ontbonden en vervangen door een nieuwe organisatie, onder direct toezicht van de nazi's. Schirrmann is een tijdlang ere-voorzitter geweest van deze nieuwe organisatie, met alle gebruikelijke controverses tot gevolg. Na de oorlog werd de breuk gelijmd, en Hostelling International behield nog een drietal decennia lang het quasi-monopolie op het concept jeugdherberg.

1.1.2. ONAFHANKELIJKEN

De geschiedenis van onafhankelijke jeugdherbergen moet nog worden geschreven; voorlopig ontbreken de bronnen voor zelfs maar een algemeen overzicht. Sinds enkele decennia is er al een kleine traditie van onafhankelijke hostels in berggebieden⁴ (een bekend voorbeeld daarvan is *Balmer's* in Interlaken, Zwitserland, dat al meer dan 60 jaar bestaat) maar de kiem van de huidige onafhankelijke hostels ligt in de jaren '70. Tot eind jaren '90 bleef het een *cottage industry*.

Een rapport van de **European Travel Commission** (ETC) uit 1995, *Europe's Youth Travel Market*, wees op het gebrek aan boekingsmogelijkheden als belangrijke hindernis voor de groei van onafhankelijke hostels. Dat veranderde in 1999 met de komst van de online booking-engine **Hostelworld**.

De Ier **Ray Nolan** had een IT bedrijf, dat in het midden van de jaren '90 in opdracht van het Dubliner hostel **Avalon House** een computer-reservatiesysteem ontwikkelde. Vervolgens experimenteerde Nolan met dit systeem tussen Avalon House en andere hostels. Nolan en Avalon-eigenaar **Tom Kennedy** zagen in dat een reservatie-netwerk precies was wat de internationale hostel- sector op dat moment nodig had en richtten *Web Reservations International* op.

Voor de doorbraak van het Internet in het midden van de jaren '90 waren er

boekingsystemen, genaamd GDS – Global Distribution Systems – maar die waren voor de hostelsector te duur:

Online travel companies because of the low prices, low commission and margins and the high cost of traditional booking systems have neglected the BIYT sector. (= “Budget, Independent & Youth Travel”, NVDR) These traditional booking systems, called Global Distribution Systems (GDS), provide preInternet travel booking systems. However, the high cost of installing and using GDS systems makes them unsuitable for both BIYT: product providers and travel companies. In comparison, WRI’s online booking system provides a web only, low cost booking system, effectively becoming the GDS of the BIYT sector.⁵

Hostelworld en de andere booking-engines worden meer in detail besproken in deel 3 van dit rapport.

Wat is de reden van het succes van de onafhankelijke hostels? Een antwoord op deze vraag van Romain Viennois, *Chef de Project France* van de Britse hostelketen Saint Christophers:

‘Le succès croissant en Europe (à l’exception de la France) de ces petites entreprises tient d’abord à une meilleure adaptation aux caractéristiques de la demande des jeunes backpackers, qui exigent des prestations légèrement différentes de celles demandées par les autres jeunes. Les emplacements sont souvent plus centraux, les auberges un peu plus petites et donc plus conviviales, et les prix sont en général plus compétitifs. Les services complémentaires sont également plus nombreux: bar, restaurant, excursions, soirées, etc. L’absence de couvre-feu est également un avantage certain. Tenues en général par d’anciens backpackers, elles sont très proches de leur clientèle et très réactives. Par ailleurs, ces nouveaux acteurs se montrent plus innovants en termes de maîtrise des circuits de distribution et de publicité.⁶

1.2. IN DE VLAAMSE KUNSTSTEDEN

1.2.1. HOSTELLING INTERNATIONAL

De VZW Vlaamse Jeugdherbergcentrale werd gesticht in 1931. Sterk aanwezig was het ideaal van een terugkeer naar de natuur. Regelmatig contact van de jongere met de natuur “vanaf de lagere school” moest een oplossing bieden aan wat werden gezien als beschavingsziekten: drankzucht, tabaksverslaving, modedwang, tuberculose, spilzucht, lichtzinnige films, “verweekeling bij jongens en meisjes”, enzovoort.⁷

Vandaar dat de stedelijke jeugdherbergen aanvankelijk aan de rand van de stad gevestigd werden. JH **Opsinjoorke** in Antwerpen en JH **Europa** in Brugge openden beide de deuren in **1956**, in de groene rand rond de stad. In 2005 opende in Dudzele, op 7 kilometer van Brugge, het tot jeugdherberg omgebouwde sporthotel Herdersbrug de deuren. Momenteel wordt in Antwerpen een nieuwe jeugdherberg gebouwd, in overeenstemming met de nieuwe strategie van *Hostelling International* (zie verder) in het centrum van de stad, meer bepaald aan het Bogaerdeplein, vlak tegenover de politietoren van Oudaen. Opening is voorzien in 2009.

Voordien waren er jeugdherbergen aan de rand van Brussel (Schaarbeek, Molenbeek); de inplanting van jeugdherbergen in het **centrum van Brussel** (de pentagoon) begon in **1981** met de opening, in de Marollen, van JH **Bruegel**. De Franstalige jeugdherbergfederatie volgde met de opening van AJ **Jacques Brel** in **1987**, niet ver van de Kruidtuin, en van AJ **Génération Europe** in Molenbeek in **1992**.

Jeugdherberg **De Draecke** in Gent, in de Sint-Widostraat, niet ver van het Gravensteen, bestaat sinds **1993**.

Wanneer de nieuwe jeugdherberg in het centrum van Antwerpen zijn deuren zal openen, zal in nog slechts één centrum van de zes Vlaamse kunststeden de VZW Vlaamse Jeugdherbergen geen vestiging hebben, namelijk Brugge.

1.2.2. Onafhankelijken

In de **jaren zeventig** vormden enkele VZW's met diverse doeleinden zich geleidelijk om tot onafhankelijke jeugdherbergen. In Brugge ging het om het ondersteunen van linkse acties door een documentatiecentrum annex copytheek (VZW Snuffel); in Brussel ging het om de opvang van drugsverslaafden en het bijstaan van 'jongeren in nood' door priester **Gustave Stoop** (VZW Espace du Marais/ Sleepwell en CHAB/ Centre Vincent Van Gogh).

In de **jaren tachtig** volgden de eerste commerciële hostels.

a. BRUGGE

JAREN '70. Snuffel begon in **1975**, als jongereninformatiecentrum en copy centre met linkse overtuigingen. Ter financiering van de activiteiten werd besloten overnachtingen mogelijk te maken; deze dienstverlening verdrong vervolgens de informatieverstrekking en het fotokopiëren; deze taken werden toch overgenomen door het Jongeren Advies Centrum (JAC) en de commerciële fotokopieerzaken.

JAREN '80. 1984. Oprichting van **Bauhaus**.

JAREN '90. 1992: oprichting Bruno's Youth Hostel, dat in 1994 veranderde van eigenaar en van naam: **De Passage**. **1998:** de eigenaar van het café **Charlie Rockets**, kwam, toen de stad Brugge maatregelen oplegde tegen leegstand, op het idee om op de bovenverdiepingen een hostel te beginnen.

2000 EN LATER. Lybeer's Travellers Hostel, aanvankelijk een hotel (sinds de jaren 1920) legt zich sinds een aantal jaren toe op backpackers. Sinds de overname door de huidige eigenaars (1997) is die overgang geleidelijk gegaan; omstreeks **2003** was hij compleet. In **2005** werd Bauhaus overgenomen door de Britse groep Saint Christophers; het hostel heet nu Saint Christophers At The Bauhaus. In **2006** opende **Art Hostel** de deuren.

b. BRUSSEL

1975: oprichting **CHAB** (*Centre d'Hébergement de l'Agglomération de Bruxelles*); nadien herdoopt tot **Centre Vincent Van Gogh** (VZW). **1977:** oprichting **Sleep Well**, toen nog als opvangtehuis voor drugsverslaafden (VZW). **2005:** oprichting **2G04 Quality Hostel**, een commercieel gerund hostel.

c. ANTWERPEN

In Antwerpen zijn er twee onafhankelijke hostels, die in omvang vergelijkbaar zijn met de privé-hostels uit Brugge en Brussel :

- **New International Youth Hotel**, opgericht in 1980 als hotel, profileert zich vandaag – ondanks zijn naam – als een hostel.
- **Boomerang Hostel** bestaat uit twee grote slaapzalen (22 en 14 plaatsen), en een paar tweepersoons.

Daarnaast:

- is er **Scoutel**, sinds 1990: geen hostel – er zijn geen dorms - maar een ‘jeugdhotel’, gerund door de scoutsfederatie VVSK. Scoutel richt zich niet specifiek op backpackers, maar deze komen er toch terecht, doordat Scoutel als tip vermeld staat in publicaties als Guide du Routard.
- zijn er een aantal **kleinere initiatieven**: Den Heksenketel is een folk-café met twee dorms op de bovenverdieping (een 20-tal slaapplekken); Antwerp Backpackers Hostel is een soort van Bed & Breakfast (8 slaapplekken) speciaal gericht op jonge reizigers.

d. ALGEMEEN

Zoals wel vaker in toerisme, zijn **Bruggelingen pioniers in nieuwe ontwikkelingen**. De sector van onafhankelijke hostels is in Brugge het vroegst begonnen en op dit moment het meest ontwikkeld. Met name de uitbaters van Bauhaus hebben een voortrekkersrol gespeeld in de internationale hostelsector, onder meer (zie verder) door de oprichting van het samenwerkingsverband Europe’s Famous Hostels en door *Hostels Of Europe* - een boeking website voor een aantal honderd Europese hostels, die in 2004 werd overgenomen door Web Reservations International.

Brussel heeft in principe, gelet op de aantallen jonge bezoekers, meer ruimte dan Brugge voor hostels; maar er zijn er minder. Er zijn wel méér bedden, maar niet naar verhouding meer; de meeste ervan bevinden zich in officiële jeugdherbergen. In Brussel is er een potentieel voor jeugdherbergen nieuwe stijl die, qua voorzieningen en stijl, specifiek inspelen op backpackers. De eerste is 2GO4 Quality Hostel – niet toevallig een zaak in handen van Bruggelingen. Thans zoekt de Britse keten Saint Christophers uitbreiding in Brussel, een verhaal, opnieuw, met een Brugse connectie – via Bauhaus.

In **Antwerpen** is de **independent hostelsector minder ontwikkeld**. International Youth Hotel speelt in op de markt van jonge reizigers, maar heeft nog veel oudere klanten ook. Boomerang werkt niet via Hostelworld of Hostelbookers en is online zo goed als onzichtbaar. Antwerp Backpackers Hostel is eerder een soort Bed & Breakfast (8 slaappleatsen), en Den Heksenketel beperkt zich tot 2 kamers met een aantal stapelbedden boven een folk-café. (We spreken hiermee geen waarde-oordeel uit: de kleinschaligheid van Antwerp Backpackers Hostel en Den Heksenketel wordt door de gebruikers zeer gewaardeerd, wat leidt tot bijzonder hoge ratings op Hostelworld.)

- 1 Geciteerd door Elisabeth Dubin, *Preservation for the people. Seventy years of American Youth Hostels*. Thesis voor Master of Science in Historic Preservation, University of Pennsylvania, 2003, 2. Vertaling door de auteur.
- 2 **Bron voor deze kerndata:** <http://www.smart-travel-germany.com/youth-hostels.html> en de Dubin, *Preservation for the people...*
- 3 Dubin, *Preservation for the people*, 1
- 4 Zie <http://www.uktrail.com/hostelinfo/hosthist.php>
- 5 William Golden & James Cunningham, *Case Study: Hostelworld*. Paper gepresenteerd op de 18e BLED e-conference: e-integration in action, gehouden in Bled (Slovenië), 6-8 juni 2005.
- 6 Romain Viennois, "Les backpackers intéressent le secteur marchand. L'exemple des auberges Saint Christopher." In *Le tourisme des Jeunes* (Cahier Espaces 77, 2003), 102.
- 7 In Piet Kimzeke, *75 jaar jeugdherbergen in Vlaanderen, 1931-2006*.

2. HOSTELS: KENMERKEN

“Along the way, I discovered that there are many different types of hostels, each with a distinct personality. There are 24-hour party hostels, family hostels, student hostels, age-restricted hostels, dormitory-style hostels and hostels with private rooms, hostels where you sleep soundly at night and hostels where you need earmuffs.”

*(Reizigster en free-lance schrijfster **Karin Tanabe**, uit een verslag van een rondreis in 2006 langs Europese en Aziatische hostels.¹)*

2.1. INTERNATIONALE ONTWIKKELINGEN

Sinds een paar decennia kent de hostelsector op internationaal vlak een grote groei en voortdurende gedaanteverandering. Twee tendensen zijn – op internationaal vlak – onmiskenbaar:

- Het **concept** – wat is een hostel ? – wordt **uitgerokken**: de hostels zijn steeds beter uitgerust – lockers, Internet, WiFi; de slaapzalen worden kleiner; naast slaapzalen bieden hostels ook privé-faciliteiten; hostels ontvangen vandaag gasten van van alle leeftijden.
- Er is een **schaalvergroting** aan de gang: er komen steeds meer hostels; er verschijnen nieuwe mega-hostels en er ontstaan ketens.

2.1.1. Verbreden van het concept

Dit is de **OORSPRONKELIJKE VORM** van de jeugdherberg, in de eerste helft van de twintigste eeuw:

- er waren **gemeenschappelijke slaapzalen** met sanitair op de gang;
- er was een **lockout**: gasten konden overdag de jeugdherberg niet binnen, zodat het personeel de receptie niet moest waarnemen en zich kon concentreren op andere taken; bijvoorbeeld boodschappen doen om het avondeten te bereiden;
- er was een **curfew**: gasten moesten voor een bepaald uur binnen zijn;
- er waren **taken voor gasten**, zoals helpen met afruimen, afwassen,....;
- de jeugdherberg bevond zich in de **natuur**;
- de jeugdherbergen werden geleid door een bepaalde **levensfilosofie**, die de verdeeldheid wilde wegnemen *tussen* volkeren, maar ook *binnen* volkeren, tussen de verschillende klassen – in een jeugdherberg, was de idee, sliep de ‘hoogstudent’ naast de arbeider; de arme naast de rijke.²

Vandaag veranderen hostels echter van gedaante in hoog tempo:

- er zijn **niet alleen dorms**, maar ook privé-kamers voor één of twee personen, met of zonder sanitair op de kamer;
- de **dorms worden kleiner**; geen slaapzalen meer; dorms van 4 tot 6 personen worden de norm;
- er is **geen lockout of curfew** meer;
- hostels zijn **beter uitgerust** (internet – al dan niet met wifi op kamer; douches zijn bijna steeds op zijn minst aparte cabine, &c.);
- hostels willen volk lokken met de **personal touch** op vlak van inrichting.

Het gevolg: de hostels trekken een **breed publiek** aan **van budget-toeristen** van alle leeftijden – met niettemin een klemtoon op 18-30 jarigen. **Tom Kennedy**, ex-hosteluitbater (The Avalon House, Dublin) en mede-oprichter & voorzitter van Web Reservations International (zie verder), ziet de evolutie als volgt:

“A few years ago, a hostel would have been full of people cooking their pasta or lentils, and they would all arrive by bike. Now everyone arrives by taxi from the ferry or airport and they all head into town for dinner.”³

Die voorstelling van zaken is allicht overdreven, al blijkt een nieuw type

luxebudget-toerist in opmars: de **flashpacker**, die men herkent aan zijn Eastpak-laptopbackpack; met in een apart, speciaal daarop voorzien compartiment zijn 12” Mac Powerbook. In 2005 zou 21% van de gasten in een hostel reizen mét laptop.⁴

Hostelling International is mettertijd, samen met de rest van de samenleving, ook veel meer ontspannen geworden in haar **levensfilosofie** (of ideologie). Jeugdherberguitbaters heten al geruime tijd niet meer ‘jeugdherbergouders’; ze worden ook niet langer geacht te waken over gedrag en zeden van de jonge reizigers. De federatie zweert echter wel bij haar oorspronkelijke idealen wat betreft milieubescherming en het bouwen van bruggen tussen volkeren.

Overigens geven ook uitbaters van onafhankelijke hostels vaak te kennen dat voor hen winst maken minder belangrijk is dan de mogelijkheid scheppen voor mensen om elkaar te ontmoeten. Al moet er natuurlijk nog geld verdiend worden ook, want voor niks gaat de zon op. De twee met mekaar verzoenen, dat is de hele truuk, aldus Jim Zielinski, uitbater van het Bulldog hostel in Amsterdam:

“It is a great business we work in, it could be magic, but... it is business. If you lose the magic, you’ve lost....But if you do not make money you’ve lost it too...or you will never get it... Solving this puzzle is critical!”⁵

En een belangrijke vraag bij het oplossen van dit raadsel is: hoe ver kan men het concept ‘jeugdherberg’ uitrekken voordat het breekt? Op welk punt houdt een hostel op met hostel te zijn en wordt het een *hotel*? De vraag is van praktisch belang voor de overheid: wil zij, in haar steun aan jeugdherbergen en hostels, goedkoop logies subsidiëren of moet het meer zijn?

In elk geval is er een reactie van de puristen, noem ze *ideologische backpackers*, professionele drifters die het upmarket gaan van hostels beschouwen als strijdig met de leer. Deze ultra’s neigen thans naar **Rock Bottom Budget Travelling** (zie hierover het lemma op www.wikitravel.com).

2.1.2. Schaalvergroting

Naast de gedaanteverandering van hostels, was de belangrijkste trend van de laatste jaren, zoals gezegd, de **schaalvergroting** in de hostelsector. De afgelopen

10 jaar was er een *boom*. Independent hostels speelden in op een nieuwe vraag naar budget-accomodatie in steden, die vooral was ontstaan door de low-fare airlines.

De grote bloei van kleine onafhankelijken was mogelijk, omdat

- Hostelling International niet meteen wist in te spelen op het nieuwe doelpubliek;
- de budgethotelsector niet geïnteresseerd leek.

Dat is nu anders. Hostelling International speelt nu ook in op het nieuwe doelpubliek en **grote ketens raken geïnteresseerd in de hostelsector**. De nieuwe visie van Hostelling International wordt verderop besproken; hieronder bespreken we nieuwe ontwikkelingen in de budget-hotelsector.

Goedkope vluchten hebben de vraag doen toenemen naar goedkoop logies. Er zijn verschillende manieren waarop de budgethotel- industrie daarop inspeelt. Twee belangrijke zijn:

- Het ontwikkelen van nieuwe concepten;
- Het kopiëren, en als het ware industrialiseren, van het concept hostel.

Daarnaast zien we in de hostelsector ook ketenvorming van onderuit.

We bespreken deze drie tendensen.

a. EEN NIEUW CONCEPT ONTWIKKELEN: EASYHOTEL

easyHotel, opgericht door de easyGroup. Oprichter/CEO Stelios Haji-loannou vond dat het na easyJet, easyInternetCafe en easyCruise tijd was om zich te manifesteren in de hotelsector.

De werknaam van het project was oorspronkelijk easyDorm, maar een EasyHotel is zeker geen hostel. Men overwoog de naam slechts om zijn cachet van goedkoop maar schrapte hem uiteindelijk, om niet de indruk te wekken dat men gemeenschappelijke slaapzalen aanbood. EasyHotelkamers zijn 6 tot 9 vierkante meter breed, ingericht als een scheepscabine, en hebben op de oranje kamermuur de naam easyHotel geschilderd in ongeveer even grote letters als er Easyjet staat op de Airbus A319 van de groep. Een easyHotel-kamer bevat alles

wat strikt levensnoodzakelijk is (een flatscreen TV en *ensuite facilities*) en is ontdaan van overbodige luxe (ademruimte, een venster...) Inderdaad: **een kamer met venster kost extra**. (Prijzen in 2005, Londen: vanaf 20 pond).

Wat zeer interessant zou zijn: een bedrijfseconomische vergelijking tussen het model *easyHotel* (of andere superbudget-hotels) en het model *hostel*. Aanknopingspunten:

- een hostel zet gewoon een paar bedden in een kamer; easy- hotel rolt in dezelfde kamer een aantal *boxes* met slaapcabine en douchecabine. Wie de box krijgt aan de vensterkant van de oorspronkelijke kamer, betaalt meer. Dus qua investering is een easyHotel duurder.
- easyHotel bespaart door geen lobby te hebben waar drankjes worden geserveerd &c. Dat zal in sommige hotels inderdaad – op zich genomen – een verliespost zijn. Sommige hostels lossen dat simpel op, door een café aan het hostel te verbinden. Dat zorgt dan wel weer voor nachtlawaai, etcera.
- Een andere manier om geld te besparen: gasten zelfstandig elektronisch te laten inchecken. Een hostel kan dit oplossen door receptietaken geheel of gedeeltelijk te laten overnemen door het personeel van de bar.

b. HET CONCEPT KOPIËREN EN INDUSTRIALISEREN: BASE

“At Base we’ve thrown the rule book out the window and developed, what we feel, is **a revolution in backpacker accommodation**” (www.basebackpackers.com)

A revolution in backpacker accomodation: wat houdt dat in?

Base Backpackers is in 2003 in Nieuw Zeeland en Australië begonnen met upmarket hostels. Omstreeks 2005 was er sprake van uitbreiding naar Azië, het Verenigd Koninkrijk en continentaal Europa – met name Parijs. Dat is er op dit moment nog niet van gekomen.

Kenmerkend:

- **girls-only zones**, genaamd “Sanctuary” Bij het inchecken krijgen vrouwelijke gasten een gratis pakket met shampoo & conditioner; alle badkamers zijn voorzien van een haardroger, ontkrul-tang en full-lenght mirrors; het beddengoed is van Egyptisch katoenlinnen, de hoofdkussens

zijn vedgevuld, de donsdeken-overtrek is dezelfde als degene die Accor gebruikt in het Novotel;

- in het hostel is er bijstand van een **travel-consultant**;
- ook bijstand van een consultant die reizigers helpt **tijdelijk werk** te vinden.

Base Backpackers is een **onderdeel van Accor**, een van oorsprong Franse, thans wereldwijde groep met 4000 hotels in alle geledingen:

- budget (o.m. de Formule 1 hotels)
- economy (o.m. Ibis)
- midscale en upscale (Novotel)
- luxehotels (Sofitel)⁶

Logisch, dus, dat ze zich ook willen vestigen in het segment hostels.

Het eerste Base-hostel werd geopend in december 2003. De keten groeide snel tot 11, onder meer door de overname van een andere kleine keten, Beyond Backpacking. Nu zoeken ze uitbreiding naar Azië, de Verenigde Staten en ook Europa. Met name Parijs. De start in Nieuw Zeeland in 2003 was van in het begin bedoeld als *testing ground* van het concept voor de hele wereld:

“Accor Asia Pacific Managing Director, Michael Issenberg says Accor is the first hotel group to enter this segment, and he believes New Zealand is the perfect market to test the concept for the rest of the world. (...) Accor says it believes that in addition to the traditional youth backpacker market, base’s higher standards will also attract more families, seniors and retirees, sporting and educational groups. Typical services will include themed bars with chill-out areas, games lounges, regular entertainment, state-of-the-art security, modern shared cooking facilities, travel advice and assistance with visas, banking, employment and more.”⁷

Of zoals Base-backpacker deputy Peter Ivany het uitdrukte:

“We are attracting a broader age bracket of travellers who are looking for the backpacking experience but still like their luxuries (...)”⁸

Uit het Virgin in-flight magazine:

“It’s a market that was ripe for the picking: the Australian Tourism Commission says backpackers spent a total of \$2.2 billion in Australia last year, which is 20 per cent of

the total expenditure by international visitors. They also spent almost twice as much (\$4,825) in Australia per visitor than the average for all visitors; a large proportion of which is spent on accommodation. It's no surprise Peter Ivany, executive deputy chairman of base Backpackers, had the business nous to see a profitable gap in the market – the man is a legend in the business world. As chief executive of Hoyts Cinemas the organisation grew from 40 theatres in Australia to 2,000 theatres in 12 countries. The company's value also increased under his direction from \$40 million in 1982 to \$1.3 billion in 1999.⁹

De **verwachte overzeese expansie rond 2005** is er tot dusver dus nog niet gekomen. **Men mag verwachten dat uitstel geen afstel is.** Accor is pionier & marktleider in de Europese budgethotelsector; die markt willen ze bezetten – men mag dus ook verwachten dat ze een aanval zullen inzetten op de hostelmarkt, die de laatste 10 jaar zo explosief is gegroeid en die voornamelijk bestaat uit kleine onafhankelijken:

“Accor’s core European budget hotel business is lucrative and has plenty of room to grow, even though it has doubled in size over the past decade. Until recently, most budget accommodations in Europe were small independent hotels or bed-and-breakfasts. But Accor, starting with the Ibis chain in 1974, began changing all that. Growth has accelerated sharply with the rise of discount airlines such as Ryanair that have put a spur-of-the-moment trip to London or Paris within reach of Europeans who couldn’t have afforded it before. “Budget or limited-service hotels are just taking off in Europe, and no one except Accor is really catering to it,” says Anna Barnfather, a London-based hotels analyst at Bear Stearns & Co.¹⁰”

c. KETENVORMING VAN BINNENUIT

Er is een begin van ketenvorming vanuit de hostel-sector zelf, al heeft men daar wel reserves tegenover deze ontwikkeling: ketenvorming kan leiden tot een verlies aan couleur locale. Dat bleek uit een discussie hierover op het European Hostel Cooperation- congres in Krakau, 2006 door vertegenwoordigers van de Saint Christophers en Generator ketens:

“Basically, the discussion involved the debate between maintaining an existing concept or coming up with something new in every new location that you go to. That means that hostels can create a brand, so that the customers know what exactly to expect going to another hostel of the same chain no matter in which country that will be. On the other hand it might mean a loss of the opportunity to show the country’s or city’s uniqueness

which always could be attractive to customers."¹¹

Smart City Hostels

In elk geval krijgt het Base concept navolging in het Verenigd Koninkrijk. Smart City Hostels (voorlopig alleen in de UK) heeft ook Girls zones met “full-on” haardrogers, straightning irons, levensgrote spiegels...

Saint Christophers Inn

- **14 hostels** waarvan **10 in het Verenigd Koninkrijk**: 6 in Londen, 1 in Brighton, Bath, Edinburgh en Newquay;
- buiten de U.K.: **Amsterdam, Berlijn en Brugge**; in het najaar van 2007 opent Saint Christophers een vestiging in **Parijs**.
- Girls Only vleugel in Londen; in Brugge is er een female dorm.

Zoals bij Base Backpackers, zit de uitbreiding van Saint Cristophers niet op schema. Dit was het plan in 2003:

*(...) l'ambition de Saint-Christopher est de se de_velopper en Europe continentale, en commençant par la France (Paris, puis Nice, les Alpes), puis Amsterdam, Madrid et Rome d'ici a 2005.*¹²

Het is enigszins anders gelopen: Parijs opent, als eerste Franse vestiging, pas de deuren in het najaar van 2007; Amsterdam is er gekomen, de andere steden niet, maar wél Berlijn en Brugge.

Momenteel is de keten op zoek naar een geschikte locatie in **Brussel**.

Het blijkt vooral in Frankrijk niet eenvoudig om een hostel te openen. Romain Viennois, verantwoordelijke voor de expansie van Saint Christophers doorheen heel Frankrijk, wijt dit aan een aantal bepalingen in de Franse hotelwetgeving, zoals het verplicht aantal vierkante meter per bed.¹³

Men stelt in het algemeen vast dat vanuit verschillende hoek ambitieuze veroveringsplannen worden geformuleerd, die echter niet zo eenvoudig te verwezenlijken blijken. Is daar een dieperliggende reden voor? Leent de hostelsector zich op één of andere manier niet tot de traditionele aanpak uit de hotellerie – ketenvorming, standaardisering enzovoort?

Is er een reëel risico dat ketenvorming – of die nu begint vanuit het veld zelf of door de grote spelers in de internationale hotelwereld? – de kleintjes uit de markt drijft?

De hotelindustrie in het algemeen lijkt op het eerste gezicht kleinschalig; slechts 11,1% van de Vlaamse hotels (Brussel niet meegerekend) behoren tot een keten. Maar die 11,1% keten-hostels waren in 2005 wel goed voor 37,3% van de slaapplekken. En in de **steden afzonderlijk nemen ketens een nog veel grotere plaats in:**

- **Brugge: 43,4%**
- **Antwerpen: 69,8%**
- **Gent: 71,2%** 14

De laatste paar jaren is er een sterke vooruitgang van ketenvorming, die vooral opvalt in Brugge: van 33,1% slaapplekken in keten-hotels in 2002, naar 43,4% in 2005.¹⁵

Toch blijft hotellerie een sector waar kleine onafhankelijken kunnen bloeien; er is geen reden om aan te nemen dat dit voor hostels anders zou zijn, eenmaal de thans nog vage interesse van de grote spelers concreet wordt.

Wat denken de Vlaamse hosteluitbaters hier zelf van? De meesten nemen een afwachtende houding aan en menen dat het wel zo'n vaart niet zal lopen. Dat grote ketens als Accor zich lijken te gaan inlaten met hostels, beschouwen sommigen als een goed teken; als een teken dat de markt groeit.

In het algemeen hebben hostels geen schrik van initiatieven zoals easyHotel, waarvan de werktitel overigens easyDorm was - zonder dat het ooit als dorm was opgevat. EasyHotel beschouwen ze als een project van mensen die de markt niet begrijpen; dit zijn 'steriele slaapfabrieken'.

Wie kennismakt met het easyHotel-concept, zal begrijpen waarom Tom Kennedy, mede-oprichter van Hostelworld, de concurrentie van de nieuwe lichte budget-hotels niet vreest. Backpackers, zo verklaarde Kennedy tijdens een toespraak op de Hostelworld- conferentie van januari 2007, logeren toch liever in hostels:

"(...) as their decision (is) not based solely on cheap prices, but on factors such as atmosphere, fun and the camaraderie of meeting other backpackers".¹⁶

De hostelluitbaters in de Vlaamse kunststeden stemmen daar volledig mee in.

2.2. HOSTELS IN VLAANDEREN

2.2.1. CLIËNTEEL

Algemeen

Welk cliënteel treffen we aan in de hostels en jeugdherbergen in de Vlaamse kunststeden? Groepen of individuele reizigers? Koppels of eenzame reizigers? Groepen vrienden? Gezinnen? Hoe gaan de uitbaters ermee om? Willen ze een bepaald cliënteel aantrekken?

De situatie is overal verschillend. Het Brugse Lybeer, bijvoorbeeld, dat zich heeft omgevormd van hotel tot hostel, heeft deels zijn traditionele klanten behouden; de grote aantallen jonge rugzakreizigers schrikken oudere bezoekers niet af – integendeel: ze vinden dat de sfeer er op vooruit gegaan is.

De hostels zien ook de evoluties, hierboven beschreven: jongeren hebben meer te besteden en komen voorzien van hi-tech apparaten – zodat goede lockers belangrijk worden. Ook oudere reizigers worden niet meer afgeschrikt door de omschrijving hostel.

Over het algemeen, is men het er over eens dat het cliënteel meer veeleisend wordt – voor sommigen te veeleisend. Gasten willen niet in grote slaapzalen slapen; een kamer met vier tot zes bedden – dat gaat nog. Bij voorkeur hebben ze sanitair op de kamer.

Groepen vs. Individuen

Vlaamse hostels nemen geen bijzondere maatregelen om de samenstelling van hun cliënteel te regelen. Niemand heeft bijvoorbeeld een leeftijdsgrens; ook worden er geen maatregelen genomen om oudere gasten te beperken.

Hierop is één uitzondering: hostels nemen wel maatregelen op het vlak van al dan niet beperken – soms weigeren - van **groepen**. De algemene overtuiging is dat groepen en individuele reizigers een heel andere wereld vormen, en dat zowel het aantrekken als de ontvangst ervan een aparte aanpak vergt. **Officiële jeugdherbergen hebben het momenteel moeilijk, naar eigen zeggen, om zich te**

richten tot beide publieken. Ze zouden eventueel wel via verschillende kanalen beide publieken kunnen benaderen op aangepaste wijze; probleem is dat hun product hetzelfde blijft.

Groepen en individuele reizigers mixen zeer moeilijk, zeggen ook andere hosteluitbaters. Daarom dat sommige hostels groepen weigeren (2GO4, Snuffel) terwijl anderen het aandeel van groepen zo veel mogelijk proberen te beperken, door – zeker in het hoogseizoen – maxima in te stellen.

Een hostel – zo is het gevoel – is er in de eerste plaats voor individuele reizigers. Ook jeugdherberg Europa in Brugge – waar groepen, vooral scholen zeer dominant aanwezig zijn – probeert in het hoogseizoen zoveel mogelijk plaatsen open te houden voor individuele reizigers, want “we blijven uiteindelijk toch een jeugdherberg.”

Wat is de reden dat groepen niet overal welkom zijn? Dat heeft in de eerste plaats te maken met sfeer. Groepen en individuele reizigers mixen slecht; in een hostel waar veel groepen komen hangt een andere sfeer dan in hostels voor individuele backpackers: een groep houdt zich of alleen maar met zichzelf bezig, of is collectief afwezig uit het hostel. Dat terwijl de mogelijkheid van jonge reizigers om contact te leggen met andere reizigers zeer belangrijk is voor hostels, en ook doorweegt in de ratings en reviews op de verschillende booking-engines.

Ook om andere redenen zien hostels groepen minder graag komen dan individuele reizigers. Groepen zijn:

- **meer veeleisend:** maaltijden, vergadercapaciteiten, bagagedepots...;
- **betalen minder** (groepsvoordeel);
- **vormen,** volgens verschillende hosteluitbaters, **een gevaar voor de infrastructuur,** of anders gezegd: ze breken het kot af.

De officiële jeugdherbergen hebben in Vlaanderen de faciliteiten, de know how en de wil om groepen te ontvangen; bij de onafhankelijke hostels ontbreken die factoren meestal. Een uitzondering is het Brusselse Sleep Well, dat zich mede tot doel stelt het verenigingsleven te bevorderen, en daarvoor aangepaste faciliteiten heeft.

Kortom: een hostel dat veel groepen ontvangt, doet dat vaak eerder noodgedwongen, en probeert desondanks zo veel mogelijk plaatsen open te

houden voor individuele reizigers.

2.2.2. INFRASTRUCTUUR

Een dorm is misschien wel het voornaamste onderscheid tussen een hotel en een hostel: de mogelijkheid om een bed te boeken in plaats van een kamer. Dus is de vraag niet zonder belang: hoeveel dorms hebben de hostels, en hoeveel privates? Die vraag is niet zo eenvoudig te beantwoorden. Het aantal dorms is deels een kwestie van infrastructuur, deels een kwestie van allocaties toewijzen; deels hardware, deels software.

Singles en doubles zijn altijd private rooms; kamers van vijf of meer altijd dorms. Maar wat met quadruples? Die kan men proberen te verkopen als geheel tot de dorms volzitten, dan kan men de kamer van 4 als dorm toewijzen op Hostelworld en de andere boeking- websites.

Over gemengde en niet gemengde dorms: in de VJH- jeugdherbergen zijn de dorms nooit gemengd; dat wil zeggen: individuele reizigers kunnen nooit in een gemengde dorm terecht komen; een gemengde groep kan wel een hele dorm afhuren.

Onafhankelijke bieden gewoonlijk alleen gemengde dorms aan, al volgen Bauhaus en Art Hostel in Brugge wel een internationale trend door een *female only dorm* aan te bieden, terwijl Van Gogh de keuze laat tussen male dorms, female dorms en mixed dorms. Voorts houdt men meestal wel rekening met individuele verzoeken, indien mogelijk – het is bijvoorbeeld algemeen bekend dat Koreaanse meisjes onder geen beding in een gemengde dorm willen slapen.

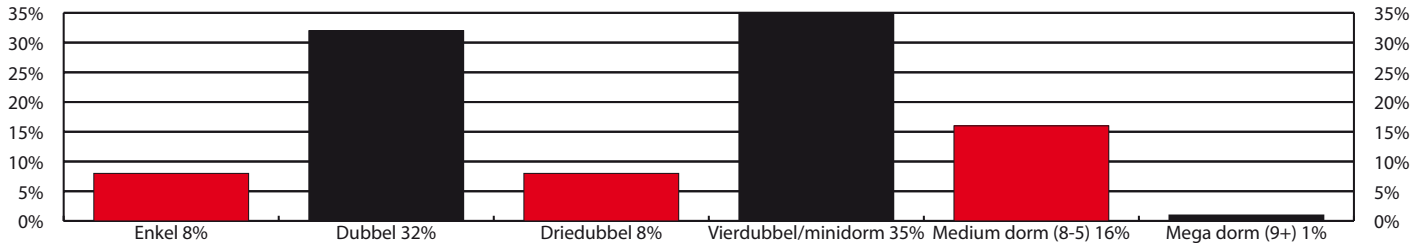
BRUSSEL

Brussel telde op 1 juli 2007 847 slaappleaatsen in hostels. Daarbij niet meegerekend, zijn de slaappleaatsen van 2G04 Quality Hostel¹⁷, en evenmin de 97 slaappleaatsen in het budgethotel dat hoort bij het Sleepwell hostel. Alles bij elkaar gaat het bij benadering om duizend slaappleaatsen.

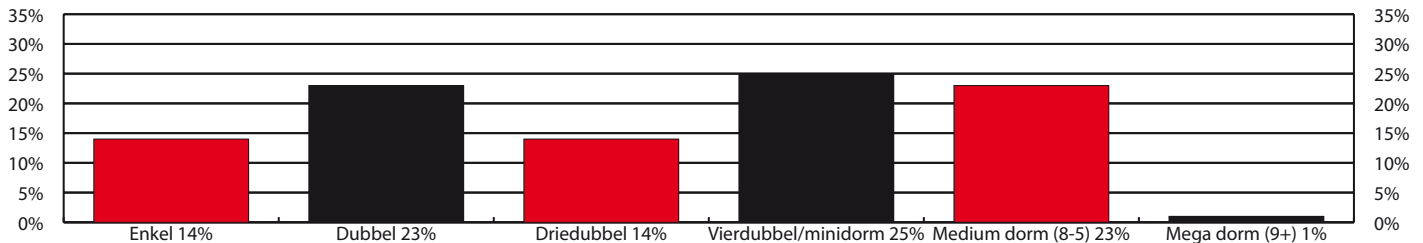
Hoe het aantal slaappleaatsen in dorms zich verhoudt tot het aantal slaappleaatsen

in budget-hotels kunnen we op dit moment niet zeggen: de hotelbarometer van het Leuvense steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie heeft geen betrekking op Brussel. Wel weten we dat op dit moment een strijd woedt tussen hostels en budget-hotels. Welke vormen die strijd precies aanneemt is voorts te bevragen. Wel wordt de strijd blijkbaar gevochten met ‘acharnement’.

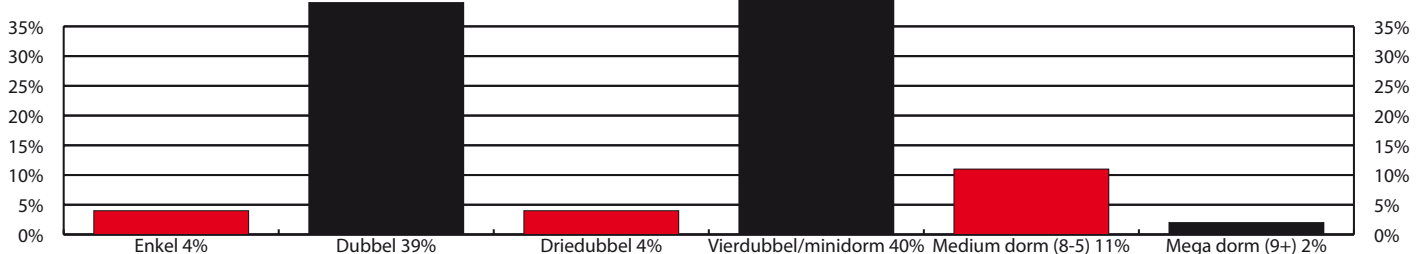
BRUSSEL - VERDELING VAN KAMERS IN HOSTELS - TOTAAL



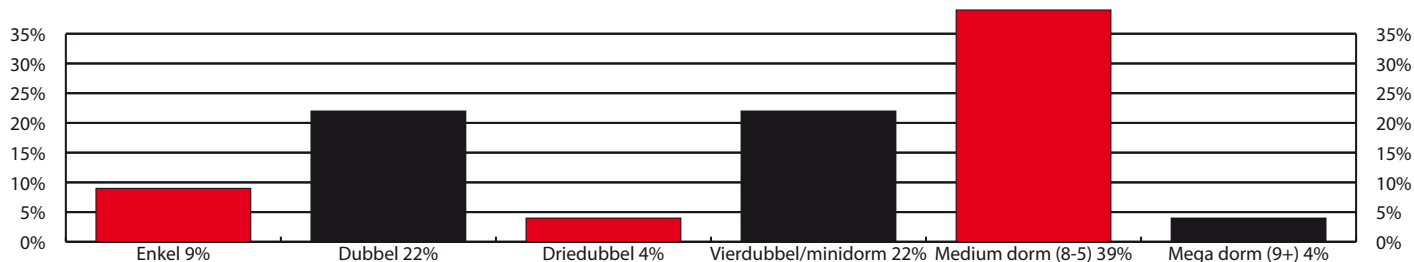
BRUSSEL - VERDELING VAN KAMERS IN INDEPENDENDENTS



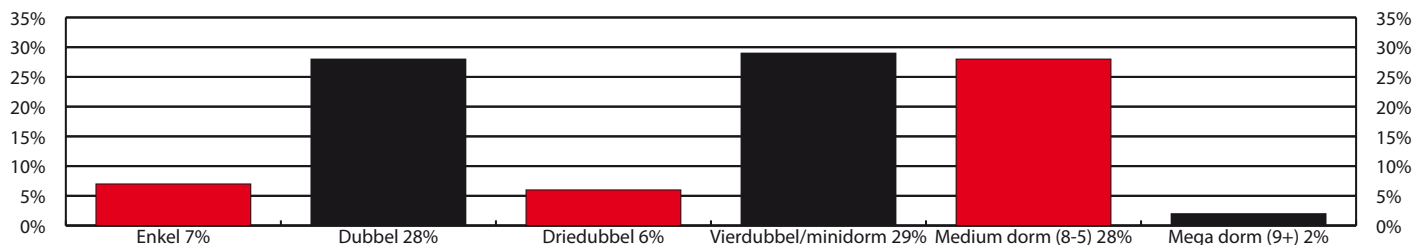
BRUSSEL - VERDELING VAN KAMERS IN OFFICIËLE JEUGDHERBERGEN



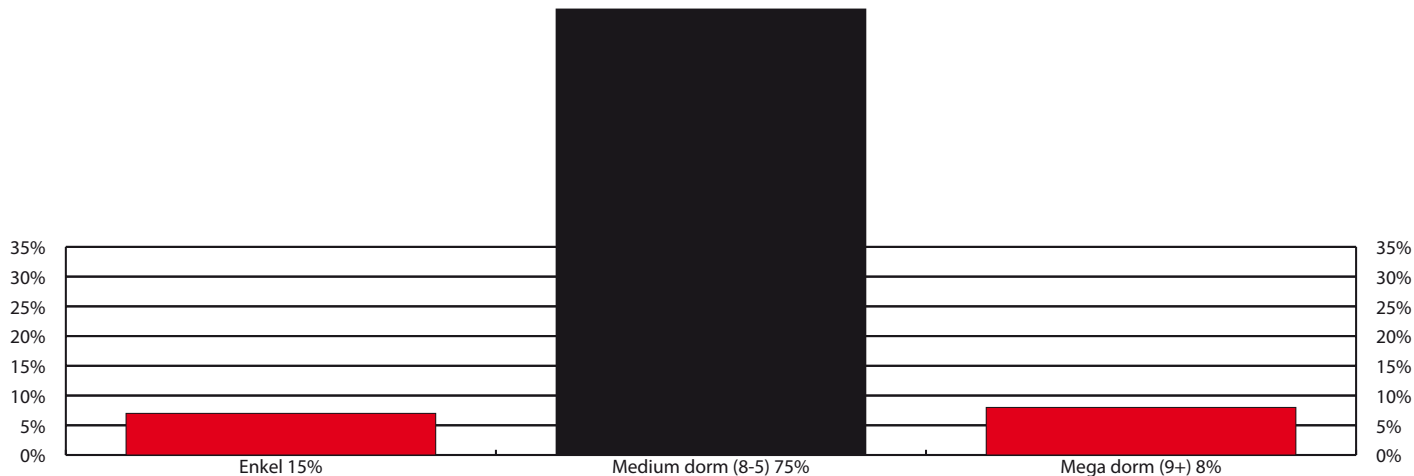
BRUGGE - VERDELING VAN KAMERS IN HOSTELS - TOTAAL



BRUGGE - VERDELING VAN KAMERS IN INDEPENDENTS



BRUGGE - VERDELING VAN KAMERS IN JH EUROPA HOSTELS



Brugge telde op 1 juli 2007 **593** slaappleaatsen in hostels. Daarvan waren er 212 in de officiële jeugdherberg Europa en 381 bij independent hostels, zijnde respectievelijk 36% (JH Europa) en 64% (onafhankelijken). (Niet meegerekend: het aantal slaappleaatsen in het Bauhaus-hotel (dat hoort bij het hostel) - nog eens 49 slaappleaatsen.)

De totale toeristische capaciteit van Brugge, in hotels, was in 2005 6888 slaappleaatsen; daarvan 77,6% in 3&4 sterren hotels en 20,5% in 0 tot 2 sterren hotels.

GENT & ANTWERPEN

De hostelscene in Antwerpen is minder sterk ontwikkeld dan die in Brugge of Brussel. Het gaat om zo'n 300 slaappleaatsen. Het totaal aantal bedden in hotels is 9079. Die zit vooral in de hogere regionen: non-budget hotels (3 tot 5 sterren) zijn goed voor 72,1% van de slaappleaatsen; budget-hotels (0 tot 2 sterren is 20%); de rest is niet vergund.¹⁸

Gent beschikt alleen over de 106 slaappleaatsen in JH De Draecke. De toeristische capaciteit in Gentse hotels is 3384. 30,9% van de slaappleaatsen zijn in 0 tot 2 sterren hotels, 58,2% in 3 & 4 sterren hotels.

ANALYSE

Brussel, Brugge, Antwerpen en Gent tellen samen ongeveer 2000 slaappleaatsen in hostels en jeugdherbergen. De verhouding slaappleaatsen in hostels, tegenover slaappleaatsen in hotels – en dat is ruw geschat, want er zijn overlappingsen – is in Brugge 1/10; terwijl het in Antwerpen en Gent telkens eerder 1/30 is.

Men ziet dat **slechts een beperkt aantal van de kamers de klassieke slaapzalen** zijn, die men zich voorstelt bij een jeugdherberg; in aantal slaappleaatsen neemt dat natuurlijk een grotere plaats in, maar zeker niet toonaangevend.

Over sanitair. Wat een hostel onderscheidt van een hotel, is dat een hostel niet noodzakelijk sanitair op de kamer heeft. Weliswaar is een badgelegenheid met toilet op de kamer in de hotels pas verplicht vanaf drie sterren, in de praktijk hebben de 0, 1 en 2 sterren hotels meestal ook sanitair op de kamer; slechts 6,9% van de Vlaamse hotelkamers had dat in 2005 niet.¹⁹

Dit onderscheid begint te vervagen. Als voorbeeld bespreken we de independent hostels van Brugge. Van de dubbele kamers heeft 56% sanitair op de gang, van de triple kamers 60%. Dat wil zeggen dat toch een aanzienlijk aantal is uitgerust met sanitair. Dit percentage dropt dramatisch bij de quadruple kamers/ mini dorms: daar heeft 92% sanitair op de gang.

2.2.3. DIENSTVERLENING

Internet

Alle bevroegde hostels bieden hun cliënten de mogelijkheid van toegang tot het internet.

In 75% van de hostels is internettoegang via een PC in de lobby te betalen. Wifi dringt goed door: 75% van de hostels biedt draadloos internet-toegang; 56% van de hostels heeft wifi in de kamers. Ook wanneer de internet-toegang via PC in de lobby te betalen is, is wifi soms gratis.

Keuken

Een minderheid van de hostels heeft een keuken: 37,5% al heeft AJ Jacques Brel er één in aanbouw.

Lockout – curfew

De curfew behoort volledig tot het verleden, ook HI-hostels passen hem niet meer toe. HI-hostels, bijvoorbeeld in Antwerpen en Brugge, hebben in principe nog een lock-out, maar passen die flexibel toe.

Laundry Service

53% van de hostels bood de mogelijkheid aan gasten om de was te doen; hetzij via een laundry service, hetzij via self service.

Bar

Een bar aanbieden in één of andere vorm, soms een heel café, is gebruikelijk voor Vlaamse hostels. Slechts 12% van de hostels had geen bar.

- 1 Gepubliceerd in de Washington Post, 6 augustus 2006. Hier haar travel blog: <http://web.mac.com/karintanabe/iWeb/Site/Travel%20Blog/Travel%20Blog.html>
- 2 Piet Kimzeke, *75 jaar jeugdherbergen in Vlaanderen*, 1931-2006.
- 3 Cunningham & Golden, *Case study: Hostelworld*, 4.
- 4 Zie <http://www.breakingtravelnews.com/article/20060324134038880>
- 5 Uit een toespraak op de European Hostel Cooperation Conference van 2005 in Praag, getiteld "The Art Of Hospitality": www.gomio.com/downloads/Jim'sspeech.doc
- 6 de categorisering van hotels is van Accor zelf: http://www.accor.com/gb/groupe/activites/hotellerie/activites_hotellerie.asp
- 7 bron: www.newzealand.com
- 8 www.asiatraveltips.com/travelnews04/77Sydney.shtml
- 9 'Home Base' in *Voyeur Magazine*, december 2004. Zie <http://www.virginblue.com.au/products/voyeur/dec04/index.php?section=Home%20Base>
- 10 'It's time for Accor to get some respect', *Business Weekly*, 22 september 2003.
- 11 <http://www.gomio.com/EHC/Hostel-Meeting-Krakow-06-Review.aspx>
- 12 Viennois, *Les backpackers intéressent le secteur marchand...*, 103
- 13 Viennois, *Les backpackers intéressent le secteur marchand*, 103
- 14 Jeroen Bryon & Lien Geysen, *Te gast in Vlaanderen. Logiesaanbod 2002-2005*. Leuven, Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie, 2005, 82
- 15 Zie Bryon & Geysen, *Te gast in Vlaanderen*, 81
- 16 <http://www.breakingtravelnews.com/article/20050127144946417>
- 17 Deze gegevens konden we niet achterhalen.
- 18 Bryon & Geysen, *Te gast in Vlaanderen...*, 79
- 19 Bryon & Geysen, *Te gast in Vlaanderen*, 19

3 BOEKINGEN

3.1. ALGEMEEN

Zoals eerder besproken was de mogelijkheid voor reizigers om online te boeken – sinds 1999 - voor de internationale hostel-sector dé grote sprong voorwaarts.

Dit is een niet te keren evolutie. Weliswaar bestaan ook vandaag nog steeds **hostels die vollopen zonder enige boekingen** – bijvoorbeeld Pension Fernando in Barcelona, gelegen in de Barri Gotic: “So convenient, it fills almost entirely by walk-ins.”¹ Daarnaast bieden hostels vandaag ook de mogelijkheid om te boeken via andere manieren dan de booking engines: het invullen van een web-formulier (zonder onmiddellijke bevestiging), bellen, e- mailen...

Het neemt niet weg dat online boeken via de grote booking engines, veruit de standaard manier is waarop vandaag boekingen verlopen in hostels.

De situatie in online boeken vandaag, in vijf vaststellingen:

1. **Hostelworld** is de pionier en de onbetwiste leider, die door overnamepolitiek ernaar streeft zijn quasi-monopolie te behouden. De oprichters van Hostelworld, Ray Nolan en Tom Kennedy, kunnen de omvang van hun succesverhaal zelf haast niet bevatten: “Never in our wildest dreams could we have expected this kind of growth, for two guys in Ireland to own a whole sector.”²

2. **Hostelbookers** is het grootste succesverhaal van de laatste twee jaar en vormt – daar lijkt het toch op – voor het eerst een serieuze *challenge* aan Hostelworld. Hostelbookers is naar eigen zeggen “hard op weg om de nr. 1 portalsite te worden voor hostelboekingen” – al zijn ze voor de Belgische hostels nog ver van die positie.

3. **GoMio** is een poging van de **hostel-industrie zelf** om het online-boeken in handen te nemen. Dat wil echter niet zo goed lukken.

4. Naast deze drie zijn er nog tal van **kleine booking websites**, vaak *portal-sites* voor backpackers (Bootsnall, Bug, Hostelz....) Deze spelen echter geen rol van enige betekenis.

5. De **IYHF heeft een eigen booking-engine**, die bereikbaar is via de websites van de aangesloten nationale federaties - in het geval van Vlaanderen en Brussel www.jeugdherbergen.be en www.laj.be.

6. De reiziger kan soms ook rechtstreeks boeken via een engine op de website van het hostel zelf – dus met onmiddellijke bevestiging – maar vaak gebeurt dit toch weer via de software van Hostelworld of Hostelbookers.

3.1.1. HOSTELWORLD (WEB RESERVATIONS INTERNATIONAL)

Hoe werkt Hostelworld?

- **Hostelworld** vraagt **van de hostels** 10% commissie op de door de gast betaalde prijs, **vraagt van die gebruiker** zelf een booking fee van 1,5€ en neemt in het contract met de hostels de bepaling op dat ze nergens hun slaappleatsen mogen aanbieden aan een lagere prijs.
- **Hostelworld is inflexibel in zijn eis op 10% commissie.** Een voorbeeld: de Belgische LAJ (Les Auberges de Jeunesse) heeft geprobeerd om als federatie een overeenkomst te sluiten met Hostelworld, maar daarvan kon geen sprake zijn. Bij LAJ aangesloten officiële jeugdherbergen die werken met Hostelworld – zoals *Jacques Brel* in Brussel – doen dat op individuele basis en betalen de gebruikelijke tienden.
- **Boeking** verlopen **via de software BACKPACK**, door Web Reservations International geleverd aan elk deelnemend hostel. Functies:

“It allows hostel owners to upload and download bookings, browse for availability, search for guests, review pending arrivals and set room accommodation allocations. Users can set room allocations for the accommodation. When a booking occurs the budget accommodation owner can view and print invoices, letters and vouchers and any field within the guest booking can be changed. The software generates several reports that assist in the management of the accommodation centre. These reports include end of shift payment analysis, bookings by booking source, income analysis, stock analysis and credit card pre-authorisation.”³⁹

Web Reservations International begeeft zich op de backpacker-markt met **verschillende aliassen**, waarvan *Hostelworld.com* veruit de meest bekende is. Ook nog bekend zijn de aliassen:

- *hostels.com*: voor de overname door Hostelworld in 2003 was dit een onafhankelijke Amerikaanse website met een zeer goede reputatie onder backpackers.
- *hostelseurope.com*: voor de overname in 2004 een onafhankelijk netwerk van 450 hostels, met boekingsmogelijkheid.

Andere deknamen van Web Reservations International zijn meer marginaal:

- Hostelplanet.com
- HostelsWeb.com
- EuropeanHostels.com
- hostelsEurope.com
- HostelsAmericas.com
- cheapest-hostels.com
- Travelpunk.com
- ...

In totaal ging het in 2005 om ongeveer **500 websites**. Waar is dat goed voor? James Cunningham & William Golden, twee economische analisten die het geval Hostelworld doorlichtten, geven antwoord:

“The purpose of having 500 individual sites is to ensure that anybody searching for a hostel will ultimately land on a WRI site. The success of this strategy can be seen in the fact that sites controlled by WRI dominate any Google search for hostel accommodation in any major town or city in the world. This Internet based marketing strategy is consistent with the emphasis of being a low cost operator. WRI uses search engine optimisation and they present the same information in different format depending on the website.⁴”

Die 500 websites zijn niet uitsluitend booking-sites meer:

“Another website is trav.com which offers budget accommodation, tours, activities, transport, travel insurance and ancillary products for the BYIT (Budget, Youth & Independent Travel) market. Things2do.com a recent addition to WRI provides online booking and information for adventure activities, sightseeing tours, events and

transport as well as accommodation including hostels, budget hotels and guesthouses. Linked to the BIYT market focus WRI runs www.insureandtravel.com that sells online insurance policies for backpackers and student travellers. WRI runs 500 websites targeted at BIYT market.⁵

Momenteel verwacht Web Reservations International veel van het pas gelanceerde www.boo.com: deze website, die een community- gevoel wil oproepen, moet de WRI-referentie site worden voor de mainstream reiziger.

Ratings

Alle booking engines hanteren rating systems; maar veruit de belangrijkste zijn die op Hostelworld. Hier is het principe:

- ze zijn gebaseerd op quoteringen **toegekend door gebruikers**;
- de getoonde ratings op Hostelworld zijn steeds een **gemiddelde van de afgelopen zes maanden**;
- ratings gaan over **verschillende aspecten** van het hostel.

Namelijk volgende aspecten (aanwijzingen van Hostelworld zelf):

Hostel Character

Is the building memorable? Would you recommend it to others for its originality or is it just another hostel? Is it evident that some degree of effort went into making the hostel look the way it does? Does the hostel have a story to tell? Does it have a nice atmosphere?

Hostel Security

Are there safety deposit boxes for valuables, are there lockers/storage areas for baggage, is there a keycard system in place, or are there secure storage facilities in the rooms? Did you feel safe in the hostel?

Hostel Location

Is the hostel centrally located? Or is the location a beautiful location? Are the main attractions within walking distance? Are there particular areas of interest in the vicinity?

Hostel Staff

Do staff do what they can to improve your stay? Are they helpful, attentive,

knowledgeable about the area in which you were staying, reliable or are they just plain useless?

Hostel Cleanliness

This pretty much speaks for itself. Is the room clean and tidy on arrival and cleaned daily thereafter? Are bathrooms and communal areas (including kitchens) kept clean at all times? If towels and linen are provided, do you regard them as safe to use - or would you rather use your own?

Fun!

The most important one of all. Did you enjoy your time in the hostel? Is there a bar, games room, restaurant or communal meeting areas? Is entertainment provided (games, videos, music etc.) or does the hostel organize any activities for its guests?"

Naast de ratings (in cijfers) zijn er geschreven reviews. Vroeger hadden de hosteluitbaters de kans om één review per maand te schrappen; vandaag kan zij of hij slechts een antwoord schrijven.

Hoe is Hostelworld groot geworden?

Door eigenhandig de hostel-sector online te hebben gezet, en zo meteen een **voorsprong** te hebben genomen, en door de voorsprong te consolideren door middel van een energieke **overnamepolitiek** is Hostelworld in de geest van vele jonge reizigers *incontournable* geworden. En wie toch op zoek gaat naar een andere boeking-website komt vaak, zonder het zelf te weten, terecht bij een alias van Hostelworld, of liever van Web Reservations International.

Hier in het kort de geschiedenis van de WRI-overnamepolitiek, zoals verteld door Cunningham & Golden:

"Nolan and Kennedy since the foundation of the business were keen to become a dominant player in the BYIT market through organic growth and acquisitions. ⁶"

In **2003** nam WRI de website www.hostels.com over:

“Hostels.com has been in operation since 1994 and had a well- established brand name in the market, listing over 6,000 hostels worldwide. Hostels.com received numerous industry awards (Yahoo Internet Life, CNET EZ Connect) and had over 10 million page requests per month for a variety of services including hostel accommodation, rail and airline tickets, car hire and travel guidebooks.

In a bold strategic move WRI acquired hostels.com in January 2003. It was a key player in the BIYT market and was a good fit with WRI in relation to market and product fit. Commenting on the acquisition Nolan (2003) stated “We put our money where our mouth was, because it was more cash than we had available to us. If anyone wanted to compete against us, the purchase of Hostels.com set them back years.” Kennedy co-founder of WRI stated “The purchase of Hostels.com is an important strategic move for us - it gives us more hostel booking, more hostel product and an unrivalled brand name that is synonymous with our business of hostel reservations. In a single deal we have doubled our property base from which we can grow revenue streams even faster than previously.” Industry analysts estimated that this acquisition had the potential to treble WRI’s turnover to €65 million and would see them out booking their combined competitors by a ratio of ten to one.”

In **2004** volgde de **overname van Hostels Of Europe**, het Brugs bedrijf gerund door Ludo Verstraete:

“Over a year later WRI acquired Hostels of Europe which provided marketing support and operated a website featuring 450 hostels throughout Europe. Ni Mhir (2004) commented that ‘The purchase of Hostels of Europe strengthens our position as the main distribution channel for hostel beds worldwide. Europe is our largest market for hostel booking and is a dynamic sector.”

Tenslotte: WRI werkt ook **niet meer uitsluitend voor de backpacker-markt**. Hostelworld biedt ook **budget-hotels** aan; Web Reservations International biedt **package-holidays** voor gezinnen aan; Web Reservations International heeft ook tal van **samenwerkingsakkoorden**, onder meer met de Hilton-keten, in wier Dublinse filiaal Hostelworld zijn jaarlijkse congres houdt.

3.1.2. HOSTELBOOKERS

www.hostelbookers.com

Hoe werkt Hostelbookers? In hun eigen woorden:

“HostelBookers are the only hostel booking site that doesn’t charge a booking fee – we take a 10% commission from the hostel on each booking, with the traveler paying the remaining 90% on arrival. While this means we make less money than our competitors, in the long run we hope this will result in HostelBookers becoming the hostel booking engine of choice.”

“(…) our stock is limited to hostels that opt-in to work with us (currently 8,000 and rising), but we do need this to ensure that all partner properties give customers the service they expect – at the most basic level this means ensuring bed availability and that prices on arrival are the same as those quoted online.”

Het is niet duidelijk hoe groot Hostelbookers op dit moment is. Wel is duidelijk dat ze in de Vlaamse hostels de nummer 2 zijn – met Hostelworld nog op een veilige voorsprong.

3.1.3. HIHOSTELS.COM

In 2006 introduceerde **Hostelling International**, in samenwerking met het software bedrijf ASSD uit Munchen, een nieuw boekingsstelsel, ter vervanging van het in 1993 gelanceerde IBN – International Booking Network. Internetboekingen waren mogelijk via de website www.hostelbooking.com, die intussen is opgeheven, of om meer precies te zijn: ze leidt nu om naar www.hihostels.com. Besloten werd de website www.hihostels.com te laten functioneren als volwaardige booking-engine, en de naamsbekendheid ervan te vergroten. Op de algemene website vindt de gebruiker het volledige aanbod van hihostels, wereldwijd. Via websites van de lokale federaties, in het geval van België www.jeugdherbergen.be en www.laj.be, vindt de gebruiker enkel de lokaal aangesloten jeugdherbergen.

Verschillen met de vorige versie: de gebruiker betaalt nu een lagere boeking fee, namelijk niet langer 2, maar 1,5 Britse pond (momenteel 2,22 euro). Vroeger betaalde de gebruiker het volledige bedrag op voorhand, dat in geval van annulering werd terugbetaald, mits betaling van een *cancellation fee*. Vandaag betaalt de gebruiker 5% van het bedrag op voorhand, dat in geval van annulering niet wordt terugbetaald. De 5% deposito blijft bij IYHF; de nationale federatie krijgt 95%.

Voeg daaraan toe dat de jeugdherbergen op www.hihostels.com ook ratings krijgen, gebaseerd op beoordelingen van gebruikers, die ook geschreven reviews leveren – en de website begint wel erg te lijken op Hostelworld – wat betreft de gebruikerskant. Terwijl intussen het geld binnen de eigen vereniging blijft. Enkel de booking fee is voor ASSD.

Daarnaast is het ook mogelijk te boeken via de **booking centres** van de IYHF. Dan zijn de voorwaarden anders: men betaalt 10% op voorhand, en geen booking fee. De Belgische booking centres zijn de jeugdherbergen van Brussel, Brugge, Luik, Antwerpen, Gent, Leuven, Mechelen, Mons en Oostduinkerke en het secretariaat van de Vlaamse en Franstalige jeugdherbergfederaties, respectievelijk in Antwerpen en Brussel.

3.1.4. GOMIO.COM (EUROPEAN HOSTEL COOPERATION)

Hostelworld en Hostelbookers vragen beiden van de hostels 10% commissie op elke boeking; dit is niet gering. Hostelworld vraagt daarenboven nog eens 1,5€ *booking fee* van de gebruiker. Hostelbookers vraagt van de gebruiker niets. Maar dat maakt voor de hostels geen verschil.

Dus: Hostelworld, en in stijgende mate ook Hostelbookers heffen 10% op bijna alle inkomsten van hostels, wereldwijd. Dat geldt investeren ze niet terug in de hostelsector: ze gebruiken het om hun machtspositie in de wereldwijde toeristische industrie uit te bouwen, bijvoorbeeld via de nieuwe site van Web Reservations International, www.boo.com.

Deze situatie veroorzaakt bij sommige hosteluitbaters ressentiment en nostalgie naar de dagen voor het online boeken, toen het leven eenvoudiger was, en

reizigers gewoon binnenwandelden of belden vanuit het station of er nog een kamer vrij was.

Het spreekt voor zich dat hostels willen proberen deze stroom van zilverlingen te dempen; dat wil zeggen de **macht over het boekingsproces heroveren**. De sector van onafhankelijke hostels is nieuw en kent een wildgroei; tot dusver heeft ze **geen belangenvereniging** die als federatie zou kunnen onderhandelen met booking engines of overheden – vooral dan de Europese – zou kunnen inspireren tot wetgeving terzake.

Het instrument waarmee de Europese hostelsector de controle over de boekingen weer wil overnemen, heet **GoMio**. GoMio is de portal- site van de European Hostel Cooperation, een vereniging van 20 hostel-groepen, die samen 50 hostels uitbaten in Europa. De booking engine staat echter open voor alle hostels, niet voor EHC-leden alleen.

Hoe werkt GoMIO?

Dit is het streven van GOMIO.COM, in hun eigen woorden:

“The main aim behind GOMIO.COM is to satisfy all the needs of an independent traveller, of course including booking hostels and low budget accommodation, but also:

- *A hostel list of all options in a given destination*
- *Reviews and Rankings of hostels from fellow travelers*
- *A forum for tips and chat with other travelers*
- *Information on destinations and other articles on travel in Europe”*

Wat GoMio onderscheidt van Hostelworld en Hostelbookers, is dat de engine geen commissie vraagt van de hostels. Niet van de hostels die zijn aangesloten bij EHC, niet van de anderen:

“This means GoMio charges online-bookers – guaranteed – the same or less than they would to someone who walked in off the street.”

De inkomsten van GoMio komen uitsluitend van de booking fee, betaald door de reiziger:

“The booking fee that you the pay covers the credit card process, the development of

the portal, and the salaries of the lovely people in Berlin who make all this happen.”

Voordelen van GoMio

GoMio claimt dat het voor **VOOR DE REIZIGERS twee voordelen** heeft:

1. **GoMio biedt**, naar eigen zeggen, **een goede prijs**. Dit zou wel eens kunnen tegenvallen: in tegenstelling tot de andere booking engines, vraagt GoMio een booking fee **per persoon**: wie boekt voor één persoon, betaalt €2; voor 2 personen 4€, voor 3 of meer personen €5. Aangezien de hostels die ook Hostelworld gebruiken hun bedden nergens goedkoper mogen aanbieden, betalen reizigers in die hostels (en dat zijn ze bijna allemaal) altijd meer.

2. **GoMio staat de reiziger toe om on-line hostels te boeken die via andere portals onbeschikbaar zijn**. Dit is vooral zo in het hoogseizoen, wanneer hostels minder allocaties toewijzen aan de booking-engines: waarom zouden ze 10% commissie betalen op bedden die ze ook zonder hulp van derden verkocht krijgen?

Het voordeel VOOR DE HOSTELS zelf is, vanzelfsprekend, dat geen 10 procent wordt gedraineerd naar de booking engines, maar in het hostel zelf blijft:

“This helps the hostel concentrate on what it wants to do anyway: win you the customer through hospitality, a trouble-free atmosphere, and great service.”

Wérkt GoMio eigenlijk wel?

Er zijn met GoMio problemen. In de Belgische hostels – of daarbuiten - komen via de engine **zeer weinig boekingen** binnen. **Mogelijke oorzaken** daarvan zijn:

- Het **psychologische nadeel** dat reizigers een (vrij hoge) booking fee moeten betalen.
- Het **gebrek aan middelen om promotie te maken** – deels door het gebrek aan succes, maar zelfs bij een gelijk aantal boekingen als op andere booking engines, krijgt GoMio minder middelen binnen.
- De **vreemde naamskeuze**, zonder ‘hostel’ in de titel. De onderhandelingen in 2004 om de naam Hostels Of Europe over te nemen van de gelijknamige firma, geleid door Ludo Verstraete van Bauhaus Hostel in Brugge, sprongen op het laatste moment af – en het was Hostelworld die met de naam aan de haal ging.

Wat nu?

De GoMio boeking-website lijkt geen succes te worden. Wat nu? Hostels kunnen inspiratie putten uit bepaalde precedentes. Particuliere bedrijven uit de horeca die zich verzetten, met succes, tegen naar hun mening te hoge commissies, gevraagd door derden voor geleverde diensten: het is al voorgedaan, met de zogenaamde *Boston Fee Party* uit 1991.

In het begin van de jaren 1990 vroeg de Amerikaanse credit-kaart maatschappij American Express een hogere commissie dan haar concurrenten, namelijk gemiddeld zo'n 4%, tegenover 1,2% voor Visa/Mastercard. Om dat mogelijk te maken, stelden ze aan de restaurants exclusiviteitsvoorwaarden.

Die situatie leidde in 1991 tot een regelrechte opstand, die begon in Boston en zich spreidde over andere Amerikaanse steden: restaurant-uitbaters weigerden nog langer American Express kaarten te aanvaarden en knipten hun eigen exemplaren voor het oog van de camera's doormidden. De revolte staat bekend als de *Boston Fee Party*, naar analogie met de *Boston Tea Party* uit 1773: een volksoptocht tegen de koloniale belastingen van Groot Brittannië, die wordt gezien als het startschot voor de Amerikaanse onafhankelijkheidsstrijd. Zoals de Boston Tea Party was de Boston Fee Party uiteindelijk succesvol:

“Initially, American Express refused to lower its merchant discount rate claiming that its clients were more affluent high-spending ones. However, in the end, American Express began to offer more competitive pricing and reduced fees. By 1992, its worldwide average discount rate was lowered to 3.1 percent; by 1998, it had dropped to 2.74. Thus, merchant pressure was effective in changing pricing policy.”⁸

Een Boston Fee Party voor de hostelsector veronderstelt:

- de aanwezigheid van een ernstige concurrent voor Hostelworld, en die is er nu, met Hostelbookers;
- een akkoord over dergelijke actie tussen een voldoende groot aantal hostels; de European Hostel Cooperation lijkt een goed begin.

3.1.5. KLEINE SPELERS

Er zijn er vrij veel. Maar zeker in de hostels in de Vlaamse kunststeden (zie verder) hebben ze eigenlijk niets te betekenen.

- **www.Hostelz.com:** zou de meest volledige zijn en ook de minst geredigeerde – Hostelz.com censureert geen negatieve commentaren. Ten bewijze: volgende ontevreden klant over het befaamde Generator Hostel in Londen:

*“f*cking bullshit -- the clientele is made up of the most shallow f*cks that this world has to offer. Absolutly no brains! This place has no character -- seems like a corporate piece of shit aimed at every cock smocking backpacker straight out of the big brother household!”*

- **HostelsClub.com** (in één Vlaams hostel goed voor zo’n 3% van de onlineboekingen);
- **HostelTraveler.com**
- **HostelTimes.com**
- **HostelMania.com**
- ...

3.2. IN DE VLAAMSE KUNSTSTEDEN

3.2.1. HOEVEEL PROCENT BOEKINGEN GEBEUREN VIA WELKE ENGINE?

Hostelworld is in de hostels van de Vlaamse kunststeden de onbetwiste leider, met een aanzienlijke voorsprong. Het aandeel van Hostelworld binnen de Vlaamse hostels, schommelt **tussen 60 en 90% van alle online-boeking**en.

Hostelbookers bezet op enige afstand de tweede plaats. Hun marge: van een paar procent tot één derde van alle online boekingen per afzonderlijk hostel.

De andere booking-engines zijn eigenlijk verwaarloosbaar; ook GoMio, die niettemin de grote is onder de kleintjes. In één hostel is GoMio goed voor 10% van de online boekingen; dit is een record. Andere hostels spreken over ‘één procent’, ‘enkele boekingen per jaar’ of gebruiken GoMio niet.

3.2.2. APPRECIATIE

De dominante positie van de booking engines wekt bij sommige hosteluitbaters ressentiment op, die soms ironisch werd uitgedrukt (er was sprake van “de liefdadigheidsinstelling Hostelworld”) en soms meer krachtig (één hosteluitbater omschreef de booking- engines als “de maffia”). Sommigen menen dat veel geld wordt verdiend op rug van de hostels, en dat er bijna geen return was.

Er waren een paar klachten over Hostelworld, aangaande:

- een **gebrek aan service** (één voorbeeld: het doorgeven van een niet-bestaand email-adres van een cliënt, geen antwoord geven op vragen daaromtrent).
- een **gebrek aan controle op wat geschreven wordt**; iedereen kan eender wat schrijven, is het gevoel.
- het misleidend karakter van het **deposit**: klanten menen dat de 10% voorschot die ze betalen – naast hun booking fee – naar het hostel gaat, en vragen het soms daar terug. In werkelijkheid gaat het gehele op voorhand per kredietkaart betaalde bedrag naar de booking-engine.

Dit zijn misschien gewoon de klachten die men kan verwachten bij een firma

die elk jaar verdubbelt in omvang. Wat betreft de tweede klacht: Hostelworld zelf beweert dat hun reviews ‘sérieusement modérés’ zijn⁹; ook sturen ze inspecteurs op pad, om bepaalde klachten na te kijken. Meer dan 10.000 hostels wereldwijd zijn echter moeilijk te checken, ook al kondigde WRI eind 2005 aan dat Hostelworld in 2006 zijn aantal werknemers zou verdubbelen tot 160.¹⁰

Een zeer belangrijke rol, in de hostelsector, spelen de ratings van Hostelworld.

Romain Viennois van de Britse hostelketen Saint Christophers, vindt het een heel goed systeem:

“Je confirme que c’est un très bon système, qui est absolument sans pitié”¹¹

Ook in Vlaanderen kunnen de ratings en reviews een rol spelen op vlak van kwaliteitsbewaking- en verbetering: dat blijkt uit de manier waarop de hostels ermee omgaan.

Over het algemeen **volgen hostels de ratings van zeer nabij**: dagelijks of wekelijks. Het personeel wordt erop aangesproken - bijvoorbeeld als ‘vriendelijkheid’ een duik naar beneden neemt. Een aantal **indicaties van hoe wordt omgegaan met ratings**:

- een Brugs hostel merkte op dat toen het hoofd *cleaning* een aantal weken weg was, dit meteen merkbaar was in de ratings.
- Hetzelfde Brugs hostel analyseert ook de geschreven reviews, op de teamvergadering.
- Een ander hostel neemt in het contract van de schoonmaakploeg op, dat ze op Hostelworld een bepaalde rating moeten halen.
- Weer een ander hostel gaf te kennen zich van de ratings niks aan te trekken; de cijfers zouden toch zijn gemanipuleerd.

3.2.3. HET PROBLEEM GOMIO

Dat GoMio niet goed werkt, wordt algemeen vastgesteld, maar de organisatie erachter, *European Hostel Cooperation*, blijft wel geapprecieerd als netwerk tussen hostels. Het hostel waar GoMio tien% boekingen haalde, wees erop dat het bijzonder kleine aantal boekingen via GoMio in andere hostels deels ook een self-fulfilling prophecy is – rond GoMio hangt intussen een defaitistische sfeer

– dus kennen uitbaters de engine ook weinig allocaties toe.

3.2.4. WORDT YIELD MANAGEMENT GEBRUIKT?

Slechts één hostel heeft aangegeven *yield management* te gebruiken, en voegde daaraan toe: ‘maar niet op het schandalige af’. De meeste hostels gebruiken niet eens seizoensprijzen. Bij Sleep Well is de idee: we hebben maar één echt slechte maand, en dat is januari: daarvoor seizoensprijzen invoeren, is “trop de tracasserie.”

- 1 *Let's Go Western Europe 2006*, p. 909
- 2 Cunningham & Golden, *Case Study: Hostelworld*, 2.
- 3 Cunningham & Golden, *Hostelworld*,
- 4 Cunningham & Golden, *Hostelworld...*, 5
- 5 Cunningham & Golden, *Hostelworld...*, 5
- 6 Cunningham & Golden, *Case-study: Hostelword*, 6-7.
- 7 Dit citaat, en al de hiernavolgende over Gomio, komen van de website van Gomio zelf.
- 8 Sujit Chakravorti & Alpa Shah, *A Study of the Interrelated Bilateral Transactions in Credit Card Networks*. Policy Studies - Emerging Payments Occasional Paper Series, 2001, 17.
- 9 Volgens Chadia Ammad, verantwoordelijke van Hostelworld voor Frankrijk, op een studiedag van ODIT-France, 7 juni 2007 in Charbonnières-les-bains: *Tourisme et Marketing des jeunes: comprendre, séduire, connaître, ajuster l'offre et fidéliser les 18-25 ans français, allemands et britanniques*
- 10 zie <http://www.webresint.com/coverage.php> bij oktober 2005: “Hostelworld.com to hire 80 employees in Dublin”
- 11 Op een studiedag van ODIT-France, zie voetnoot 9.

4. SAMENWERKINGS- VERBANDEN

Types:

- **Hostelling International** – het originele voorbeeld.
- **Andere vormen van samenwerking**
- **Samenwerking met de overheid**

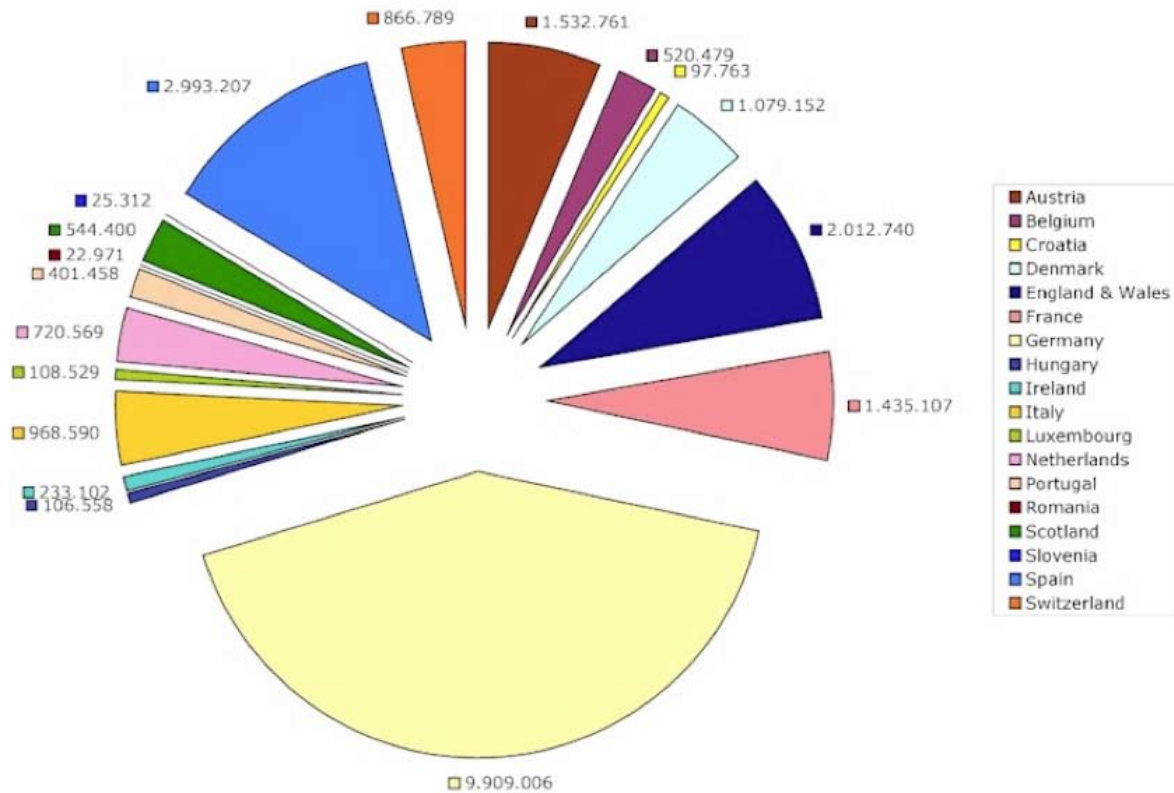
4.1. HOSTELLING INTERNATIONAL

4.1.1. GROOTTE EN STRUCTUUR VAN HET NETWERK

“The International Youth Hostel Federation, or Hostelling International (HI), runs about 4,000 hostels -- defined as a “good quality budget accommodation that offers a comfortable night’s sleep in friendly surroundings at an affordable price” -- in more than 80 countries, accounting for more than 35 million overnight stays a year”¹

EUROPA. De Europese federatie van Hi-Hostels, EUFED – die onafhankelijk is van Hostelling International, al is er natuurlijk wel overleg en samenwerking – heeft 2 miljoen leden, die goed zijn voor meer dan 20 miljoen overnachtingen per jaar. Als volgt verdeeld:

IYHF werkt internationaal binnen verschillende nationale regimes: van geen enkele steun van de overheid (Nederland) tot verregaande samenwerking (Duitsland, Frankrijk, en ook België).



De **VZW Vlaamse Jeugdherbergen** is als volgt samengesteld:

- Jeugdherbergen die in het bezit zijn van de VJH: Gent, Brugge en Zoersel.
- Jeugdherbergen die in het bezit zijn van Toerisme Vlaanderen, en die de VJH in erfpacht heeft: Brussel, Mechelen, Voeren, Oostende.
- Jeugdherbergen die in het bezit zijn van de gemeente op wier grondgebied ze zich bevinden, en die de VJH in vruchtgebruik heeft.
- Leden die slechts aangesloten zijn, en die worden beheerd, niet rechtstreeks door de VJH, maar door telkens een eigen VZW: het gaat om 7 in totaal.

4.1.2. HOE PLAATST HOSTELLING INTERNATIONAL ZICH IN DE HEDENDAAGSE MARKT?

VREDE EN NATUUR: DE TWEE PILAREN VAN HOSTELLING INTERNATIONAL

“We see our position as being the leading sustainable tourism operator in Europe.”

(Uit “European Commission Consultation Document – Basic Orientations For The Sustainability Of Tourism-2003”).

Dit betekent het aanmoedigen van respect, zowel voor de natuur als voor culturele waarden; Hostelling International richt zich voortaan duidelijk op natuur én stadstoerisme. IYHF heeft een **Environmental Charter**, met daarin Good Practice Objectives op vlak van Consumptie, Energiebesparing, Recycling, Vervuiling, Transport, Natuur. De globale federatie formuleert doelstellingen, die de hostels moeten halen.

Om haar doelen te bereiken werkt IYHF samen met enkele partners:

- IYHF werkt samen met Unesco en het International Institute for Peace Through Education, in het programma: “Youth Hostels For Peace And International Understanding”. (www.hihostels.com/pdf/YouthHostelling4Peace.pdf)
- EUFED (Europese onder-afdeling van IYHF) onderschrijft de White Paper on Youth Mobility (Uit ‘Eufed Contribution to the European Commission’s White Paper’):

“(...) mobility is something to be learned. We share the view, expressed during the conference presenting the White Paper (Ghent, 26-28 november 2001) that a more focused mobility education of young people is needed in order to overcome the current limitations.”

Een aantal concrete initiatieven van Hostelling International om haar claim op leiderschap in sustainable tourism waar te maken:

- Op vlak van *milieu*. Bijvoorbeeld: in het Zuid-Franse havenstadje **Cassis**, in het hart van het natuurpark Massif des Calanques, is de Auberge de Jeunesse een “sustainable living centre”: er zijn geen water- of electriciteitsleidingen dus de jeugdherberg draait volledig op zonne- en

windenergie en werkt met een hemelwaterput. Er wordt zuinig omgegaan met energie; douchen is niet mogelijk. In andere landen zijn vergelijkbare initiatieven.

- Op vlak van *vrede*. Bijvoorbeeld het uitnodigen van Amerikaanse kinderen die zijn getraumatiseerd door 9/11 in **Karinthië**, Oostenrijk.

EEN NIEUWE STRATEGIE?

Respect bijbrengen voor de natuur en werken aan de vrede zijn de twee zaken waar het Hostelling International oorspronkelijk om te doen was. Nieuw is dat ze nu ook meer en meer zich beginnen richten op stedelijke backpackers. De strategie bestaat uit:

- het inplanten van ‘vlagschip’ moderne hostels in het centrum van grote steden, zonder curfew of lock-out;
- sinds 2006: het omvormen van www.hihostels.com tot een boeking-website, die in gebruik weinig verschilt van marktleiders www.Hostelworld.com (cfr. supra.)

Dit is voor *independent hostels* te duchten concurrentie, want HI- Hostels:

- kunnen, door de grootte van hun organisatie, vele **voordelen afdwingen voor hun leden**: ze treden op als reisbureau, nu ook voor citytrips: package-formules met tal van kortingen;
- ze kunnen beroep doen op **subsidies**, bijvoorbeeld voor de opleiding van hun personeel, via het Leonardo da Vinci II programma;
- **ze zijn nog steeds een huis van vertrouwen**, ook bij jonge onafhankelijke reizigers, zo bleek o.m. uit de Lonely Planet Travellers Pulse Survey.²

De nieuwe strategie ziet men goed in **Nederland**, waar de nationale afdeling van Hostelling International zich de laatste jaren vrij drastisch heeft omgevormd, om beter in te spelen op de nieuwe ontwikkelingen. De maatregelen:

- de **term jeugdherbergen is geschrapt** en vervangen door **StayOkay-hostels**;
- op 10 jaar tijd is het **aantal jeugdherbergen teruggebracht** van 50 naar 31;
- er is een **interne reorganisatie** doorgevoerd, zodat er een aparte aanpak is voor StayOkay-hostels aan zee, op het platteland en in de steden.

De VZW Vlaamse Jeugdherbergen kiest voor een meer behoudende aanpak: slechts die huizen zullen worden gesloten, die qua infrastructuur niet meer te redden zijn; zo moesten Diest en Nijlen toe; binnenkort volgt mogelijk Huizingen, terwijl Voeren wordt omgebouwd. Van een interne reorganisatie, waarbij het mogelijk zou zijn een ander beleid te voeren voor plattelands- en stedelijke jeugdwerken is geen sprake.

Wel is de beweging richting centrum van de steden (vroeger vestigden jeugdherbergen zich of op het platteland, of in het centrum van de stad) bijna voltooid zijn in 2009, als de nieuwe Antwerpse jeugdherberg opent, vertegenwoordigd zijn in het centrum van de zes Vlaamse kunststeden, op één na: Brugge, waar het centrum is ingenomen door independents. Daarnaast zijn er, sedert een paar jaren, plannen vanuit de hogere regionen van IYHF om in Brussel een mastodont-jeugdherberg in te planten met 4 à 500 bedden. Dit is nog niet concreet.

Binnen het kader van de nieuwe strategie, willen sommigen binnen Hostel International overgaan tot het afschaffen van het verplicht lidmaatschap. Dat blijkt echter niet zo eenvoudig; in sommige federaties hangt lidmaatschap samen met subsidies, belastingsvoordelen en zo meer. Lidmaatschap heeft voorts bepaalde voordelen, op het vlak van communicatie, dat wil zeggen klantenbinding. Momenteel is het behouden van lidmaatschap voor de nationale federaties optioneel.

4.2. ANDERE SAMENWERKINGSVERBANDEN

4.2.1. NATIONAAL NIVEAU

In een aantal landen hebben hostels zich verenigd in een coöperatie. Dat is het geval in Ierland, Wales, in Duitsland en in Zwitserland. Wat ze daarmee willen bereiken:

- gezamenlijke promotie;
- optreden tegen *sex offenders*;
- bedoeling van Zwitsers specifiek: reizigers langer in Zwitserland houden, door te wijzen op *diversiteit*: van landschappen, taal, etc.

In Ierland zijn er twee coöperaties van hostels: één vrije (*Independent Hostel Owners of Ireland*) en één waarbij de overheid toeziet op lidmaatschap (*Independent Holiday Hostels Of Ireland*).

In België bestaat dergelijke coöperatie niet. Wel bestaan er samenwerkingsverbanden op het niveau van de steden.

4.2.2. IN BRUGGE

De Brugse hostels ontmoeten elkaar nu en dan, zonder dat ze deze ontmoetingen de vorm willen geven van een formele vereniging; daarvoor is elk hostel te zeer gesteld op zijn onafhankelijkheid. Wel zijn reeds enkele concrete initiatieven ontwikkeld:

- In 2006 werd de website www.brugeshostels.be gelanceerd;
- In het voorjaar van 2007 werd de **Bruges Card** gelanceerd (zie www.brugescard.be); een reductiekaart voor de gebruikelijke toeristische attracties, met daaraan toegevoegd kortingen op evenementen specifiek voor jongeren, zoals het Cactus-festival. Elke bezoeker van op één na alle onafhankelijke hostels - Passage was betrokken bij de ontwikkeling van de reductiekaart, maar heeft zich uiteindelijk teruggetrokken - krijgt de kaart gratis overhandigd.

4.2.3. IN BRUSSEL

DE VZW “LOGER JEUNE”

Ook in Brussel werken de hostels samen. In vergelijking met Brussel zijn er drie verschillen:

- de samenwerking heeft wél een **formele vorm**, namelijk de **VZW Loger Jeune**, die wordt gesubsidieerd door de Franstalige Gemeenschapscommissie in Brussel (*Commission Communautaire Française* - CoCoF);
- het is een **samenwerking van onafhankelijke hostels én officiële jeugdherbergen**;
- de samenwerking is **van buitenaf opgelegd**.

De samenwerking kwam er op initiatief van CoCoF zelf, die geen zin had om elk van de deelnemers apart subsidies te geven voor promotie en aandring op samenwerking. *Loger Jeune* bestaat sinds 2005. Maken er geen deel van uit: **2G04 Quality Hostel** en **Jeugdherberg Bruegel** (al staat deze laatste wel nog op de website www.logerjeune.be).

Echt van harte klinkt het niet: “On est obligé de se voir.” De vzw Loger Jeune heeft één betaald personeelslid en die beheert een volgens een bestuurslid bescheiden budget – “goed voor het onderhouden van een website en het bezoeken van twee, drie beurzen”.

De kaart annex budgetpas *Manneken Pas* (zie www.mannekenpass.eu) kwam tot stand via extra subsidies van de CoCoF.

HOSTELS IN BRUSSEL TUSSEN JEUGDPATRONAAT & BUSINESS

De jeugdherbergen die deel uitmaken van VZW Loger Jeune zijn dus twee officiële en twee onafhankelijke, waarbij te noteren is dat **de twee onafhankelijken** (Sleep Well en CHAB/Centre Vincent Van Gogh) **geen commerciële ondernemingen zijn, maar wel VZW's**, die subsidies ontvangen voor allerlei zaken: verbouwingen, activiteiten, personeel... (Beide hostels stellen elk ongeveer 20 mensen te werk). Sleep Well presenteert zichzelf overigens als “officiële jeugdherberg van de stad Brussel.” Te noteren: de hostels zetelen in elkaars Raad Van Bestuur (van de organiserende VZW).

Kortom, er is in Brussel slechts één hostel dat wordt gerund op commerciële basis, namelijk de nieuwkomer – sinds 2005 – 2G04 Quality Hostel.

Niet alleen zijn de hostels geen commerciële verenigingen: ze behoren tot het katholieke verenigingsleven, en ze hebben een missie, die jongerentoeerisme overstijgt. **De VZW Sleep Well/ Espace du Marais waakt erover dat hij haar oorspronkelijke doel trouw blijft, namelijk bijstand bieden aan jongeren in nood.** Het uitbaten van een hostel is geen doel op zich. De VZW:

“(…) a d’autres ambitions que le tourisme des jeunes. Ses activités touristiques ne sont que le moyen de s’engager dans le domaine du mécénat social et de la promotion culturelle.”³

Inkomsten uit het hostel worden gebruikt om sociale en culturele acties mogelijk te maken:

“En logeant au Sleep Well, chacun et chacune a contribué et contribuent aux projets suivants :

- *la création de SOS jeunes*
- *la restauration de l’Abbaye de Brogne (Entreprise de Formation par le Travail)*
- *des activités culturelles au profit d’artistes bruxellois: concerts, expositions, rencontres ou débats.*
- *des activités touristiques spécialement conçue pour les jeunes : guide touristique «Brusswell», Rallye/découverte «Bruxelles sur le Pouce» / «A Hop round Brussels», tours guidés et animations thématiques (le Cœur de Bruxelles, l’Europe de A à Z, Bruxelles Express).*

(En vele andere initiatieven; voor een volledig overzicht, zie <http://www.fondationgustavestoop.be/sleepwell.html>)

Priester **Gustave Stoop**, oprichter van Sleep Well, en daarnaast voorzitter van Caritas Catholica, is ook vandaag nog lid van de Raad van Bestuur van VZW Sleep Well/Espace du Marais. Hij was ook de oorspronkelijke penningmeester van de VZW Loger Jeune. In 2006 was de VZW Sleep Well/Espace du Marais initiatiefnemer, samen met de Brusselse **Rotary Club**, van de *Fondation Gustave Stoop*, een vereniging die hulp biedt aan kansarme jongeren.

Van de 20 personeelsleden van Sleep Well is ongeveer één derde gesubsidieerd door de overheid. Het gaat om laaggeschoolden aan de slag met banenplannen. Daarnaast zet Sleep Well alternatief gestraften in, bijvoorbeeld bij de bereiding van het ontbijt.

DE TOEKOMST VAN LOGER JEUNE

De toekomst van *Loger Jeune* is onzeker. Op dit moment werkt de Franstalige Gemeenschapscommissie in Brussel (CoCoF) aan een “platform” om hostels en 1 en 2 sterren hotels samen te brengen. Dit platform wordt uitgebouwd door Didier Fierens, tot voor kort délégué van Loger Jeune. Omwille van zijn betrokkenheid bij de totstandkoming van dit ‘platform’ is hij echter onlangs (mei 2007) uit zijn functie gezet bij Loger Jeune.

De hostels die lid zijn van *Loger Jeune* zijn fel gekant tegen de pogingen van de CoCoF om budget-hotels en hostels samen te brengen onder één noemer. Wie hun invalshoek ziet, begrijpt wat ze bedoelen wanneer ze zeggen: “l’Accueil des jeunes est spécifique.”

Hun standpunt is dat de ontvangst van jongeren een specifieke bedrijvigheid is, ergens halfweg tussen *hotellerie* en opvoeding.

Wat concreet de bedoeling is van het Brusselse ‘platform’, zal moeten blijken wanneer we in het kader van huidig stakeholder- onderzoek zullen spreken met de Brusselse overheden.

De Brusselse hostels, één van hen uitgezonderd, leggen sterk het belang op samenwerking. Zowel Sleepwell als Vincent Van Gogh menen dat de Brusselse hostel-sector te klein is om elkaar onderling te bekampen; er is meer te winnen, zo is de overtuiging, met samenwerking dan met wedijver. Er is in Brussel nog plaats voor meer hostels; daarom verwijzen de hostels probleemloos naar elkaar door. (Behalve naar Génération Europe, waarvan iedereen meent dat het ligt in een probleemwijk in Molenbeek, waar men ’s avonds zeker geen dame alleen naartoe kan sturen.)

De Brusselse hostels zouden ook graag meer samenwerken met hostels uit andere steden. Breed perspectief: als ze iemand naar Brugge sturen, dan maakt dat zijn bezoek aan België beter; dit verhoogt de kans dat hij later terugkomt; en dus ook weer passeert langs Brussel. De idee is: “we’re all in this together”.)

4.2.4. IN ANTWERPEN EN GENT

Hierover kunnen we kort zijn: in **Gent** is er slechts jeugdherberg De Draecke; in **Antwerpen** is er tussen de hostels geen samenwerkingsverband; niet formeel en niet informeel. Het enige wat gebeurt, is dat sommige – niet alle – hostels naar elkaar doorverwijzen als ze volgeboekt zijn.

4.2.5. INTERNATIONAAL NIVEAU

EUROPE'S FAMOUS HOSTELS

Dit platform van Europese hostels heette eerst *Famous 5 Hostels*, vervolgens *Famous 10 Hostels*; sinds er 11 leden zijn is de naam veranderd in **Europe's Famous Hostels**; vandaag zijn er 15 leden.

Het netwerk is begonnen vanuit het Brugse Bauhaus hostel; contacten binnen de keten tussen Bauhaus en Saint Christophers leidden overigens tot de overname van eerstgenoemde door laatstgenoemde. Vandaag bevindt de zetel van de organisatie zich in Salzburg, Oostenrijk.

Wat doet Europe's Famous Hostels **concreet**?

- EFH wil een *quality label* zijn;
- biedt voordelen voor de gasten; momenteel is dit beperkt tot : a. gratis bellen vanuit één hostel naar een ander hostel van EFH; b. Alle details van al de 'beste' hostels in Europa kunnen raadplegen op één website of één flyer.

EFH wil voorts duidelijk maken dat het geen *hostelketen* is (kwestie van de spirit of backpacking te bewaren):

*"(...) going from one EFH hostel to another, you will find out that each hostel has his own identity and character, so there is no way you will feel like visiting a chain of hostels."*⁴

EUROPEAN HOSTEL COOPERATION

De *European Hostel Cooperation* (EHC), een van oorsprong Ierse vereniging, opgericht in 1994 en thans met hoofdkwartier in Berlijn, is een samenwerkingsverband tussen twintig Europese hostel- bedrijven, die samen meer dan vijftig hostels runnen, waaronder:

- Bulldog (Amsterdam)
- Ashlee House (London)
- Sea Point (Barcelona)
- Circus Hostel (Berlijn)
- Sir Toby's (Praag)
- Alessandro Hostels (Rome)
- ...

De EHC runt de booking-engine GoMio (cfr. Infra.) Daarnaast functioneert EHC als een platform voor hostels om te netwerken. Doelen zijn:

- Representation of hostels and hostelling to the outside world;
- Support hostels with software and other technical tools;
- Share information between hostels and offer advice, shared marketing etc.;
- Run an annual European Hostel Meeting to allow hostels to 'network'.

De eerste twee edities van de European Hostel Conference gingen door in de Brugse stadshallen, in 2002 en 2003. De organisatie werd pas in 2004 overgenomen door EHC met de derde European Hostel Conference in Rome; daarna volgden Praag (2005), Krakau (2006) en Interlaken (2007). In 2008 vindt de conferentie plaats in Barcelona.

I-HOSTELS

I-hostels, een vrije keten, zonder toelatingsvoorwaarden, waarvan het Brugse Lybeer lid is, heeft een bescheiden werking op vlak van B2C (een folder met informatie over alle deelnemende hostels) en op vlak van B2B (een message-board voor informatie- uitwisseling, zoals goede of slechte ervaringen met bepaalde bedrijven, subsidies...)

4.3. SAMENWERKING MET DE OVERHEID

Op internationaal vlak lijkt de relatie van onafhankelijke hostels met de overheid eerder problematisch te zijn; dit kan men toch afleiden uit verschillende workshops op de European Hostel Conference, waar tips werden gegeven: hoe om te gaan met de overheid.

Dit is hoe Sion Llewelyn, eigenaar van een aantal Welshe hotels en adviseur jongerentoeerisme bij Visit Britain, de houding van de overheid ten aanzien van hostels samenvat, tijdens een lezing genaamd “Working with your local and national tourism authorities”, in Praag in 2005:

- **lack of respect, no understanding of the sector;**
- **regulators not facilitators.**⁵

Hoe zit dat in Vlaanderen? We bespreken dit op lokaal vlak, en op nationaal vlak.

4.3.1. LOKAAL VLAK

Eerste vaststelling: er is **nergens een permanente overlegstructuur tussen hostels en stadsbestuur**.

In **Brugge** is een aantal jaar geleden één keer contact geweest tussen gemeentelijke overheid en de hostels. In **Brussel**, hetzelfde verhaal: er is met het stadsbestuur geen vaste overlegstructuur en daarnaast “très peu de contact”. De meeste hostels beschouwen de complexe en niet altijd even logische structuur van Brussel (stadsbestuur, hoofdstedelijk gewest, Vlaamse en Franstalige gemeenschapscommissie...) als problematisch. Dit kluwen, meent men, vermindert de slagkracht van Brussel inzake promotie in het buitenland. “Le problème de la Belgique, ce n’est pas le problème des jeunes voyageurs.” In **Antwerpen** is er geen overleg met de lokale overheden, en bovendien ook niet onderling tussen de hostels.

Zo'n overlegstructuur zou praktische problemen uit de weg kunnen werken, i.v.m zaken die behoren tot de gemeentelijke bevoegdheden, zoals:

- **bewegwijzering** (daarover waren klachten in Brussel, Brugge én Antwerpen);
- **hoteltaks;**
- eventuele **info-stands** bij evenementen;
- **promotie** van gratis en jongerenspecifieke initiatieven;
- **doorverwijzen** naar hostels van jonge reizigers op zoek naar een slaappleaks;
- ...

Het zou aan de andere kant ook niet onverstandig zijn, **mochten hostels zich verenigen tot lokale en nationale associaties/ belangengroepen**; dit is uiteindelijk de enige manier om door de overheid te worden gehoord. Een economische sector die geen gemeenschappelijke standpunten en verlangens naar voren kan schuiven, staat nergens. Hiervan is op dit moment eigenlijk geen sprake: de samenwerking van Brugse hostels is informeel – ze zijn tezeer gesteld op hun onafhankelijkheid – en de samenwerking in Brussel, via Loger Jeune, is afgedwongen door CoCoF.

Misschien verdient de aanpak van CoCoF overigens wel navolging, en kan de overheid via een subsidiebeleid samenwerking tussen hostels op lokaal en/of nationaal niveau inspireren.

Onafhankelijk is mooi, samenwerking is beter: mochten, bijvoorbeeld, op Europees niveau de hostels beter samenwerken, of minstens een sterke belangengroep stichten, dan zouden ze veel betere voorwaarden kunnen afdwingen van Hostelworld en de anderen, of de zaak zelf in handen nemen. De aanzet daartoe is er met GoMio, maar het is nog niet sterk genoeg.

4.3.2. NATIONAAL VLAK

Ook op nationaal vlak is er geen overlegstructuur. Wel voert de overheid een beleid van subsidies voor jeugdherbergen (via de VZW Vlaamse Jeugdherbergen). Er worden ook enkele onafhankelijke hostels gesubsidieerd.

- de HI-hostels werken met subsidies;
- twee grote Brusselse hostels (Sleep Well en Centre Vincent Van Gogh) zijn

- VZW's die werken met subsidies;
- Snuffel in Brugge is een VZW, gesubsidieerd door Toerisme Vlaanderen;
- Lybeer (Brugge) werkt met subsidies via de VZW Inside Out – die subsidies krijgt van overheden van verschillende niveaus (lokaal tot Europees; dit laatste mogelijk gemaakt door het samenwerkingsverband I-Hostels)
- Bauhaus (Brugge) werkt op dit moment niet met subsidies, maar heeft wel een aanvraag in voorbereiding, voor verbouwingswerken.

Kortom, het **werken met subsidies is ook voor independent hostels in de Vlaamse kunststeden geen uitzonderlijke zaak.**

Hoe kijken de niet-gesubsidieerde hostels daar tegen aan? Bij sommigen ligt dat gevoelig, anderen bekijken dat ontspannen en stellen dat ieder op zijn manier zijn best doet. Klachten over concurrentievervalsing wijzen de gesubsidieerde hostels van de hand: iedereen kan via verschillende kanalen subsidie-aanvragen doen- of een hostel nu een VZW is of een BVBA. Niet-gesubsidieerde hostels wijzen er echter op dat werken via een VZW nog andere voordelen heeft, zoals lagere personeelskosten en minder belastingen.

Een andere manier waarop hostels - onrechtstreeks - werken met subsidies, is via het verspreiden van de gratis Use-it kaart. Dit verlicht de taak van de receptie-verantwoordelijke (functie in sommige gevallen nog waargenomen door eigenaars), doordat hij of zij niet steeds op een niet voor de doelgroep ongeschikte kaart zelf de goedkope of anderszins interessante adressen moet omcirkelen en toelichting geven - een bezigheid die bij elk inchecken gemakkelijk een paar minuten in beslag neemt.

Overigens hecht bijvoorbeeld Jean-Yves Hulet (directeur Centre Vincent Van Gogh en voorzitter van de VZW Loger Jeune) er groot belang aan dat de hostels toeristische informatie gratis ter beschikking stellen van hun klanten; mede vandaar zijn onvrede met de Manneken Pas kaart, die te betalen is.

Is een apart beleid voor hostels noodzakelijk?

Loger Jeune, de vereniging van Franstalige Brusselse hostels, is een duidelijk voorstander van een apart beleid voor hostels: ze zijn tegenstander van het gezamenlijk “platform” voor hostels en budget-hotels dat CoCoF wil vormen. Niet iedereen ziet het zo. Eén Brugs hostel meende dat budget-hotels en hostels operen in dezelfde sector, en geen aparte aanpak behoeven.

En waaruit moet zo'n apart beleid blijken? Niet in de eerste plaats in het ontwikkelen van een apart sterrenclassificatiesysteem. Slechts een aantal hostels zag graten in een sterrenkwalificatie voor hostels. Geopperd werd, dat dit eventueel van belang was voor de samenwerking met reisbureaus en toeristische organisaties. In elk geval zou het moeten gaan om zaken die belangrijk zijn voor jonge budgetreizigers, niet, zoals in de classificatie van hotels, om zulke zaken als het zeepje op de kamer of het schoenpoetsdoekje, c.q. schoenpoetsmachine.

- 1 Washington Post, augustus 2006
- 2 Lonely Planet Traveller's Pulse Survey 2005, 47
- 3 <http://www.fondationgustavestoop.be/sleepwell.html>
- 4 http://www.flyingpig.nl/ezine/amsterdam_travelers_news_11/efh.php
- 5 www.gomio.com/downloads/TourismAuthorities.pdf

CONCLUSIES

WAT IS EEN HOSTEL?

STAND VAN ZAKEN

Hostels in Vlaanderen, zoals hostels wereldwijd, hebben zeer diverse origines:

- Hostelling international was in de vroege twintigste eeuw een initiatief om jongeren uit Duitse industriesteden te laten herbronnen in de natuur; ook in Vlaanderen bepaalde de terug-naar-de-natuur gedachte voor lange tijd de jeugdherbergen.
- Onafhankelijke hostels in de Vlaamse kunststeden begonnen in de jaren '70 als VZW's met diverse doeleinden: een jongereninformatiecentrum in Brugge, een opvangtehuis voor drugsverslaafden in Brussel.
- In de jaren '80 begon het eerste hostel dat een commercieel bedrijf was.
- Ontsprongen uit zeer diverse bronnen, worden de hostels nu in een soort van uniform gedwongen, door de verwachtingen van jonge reiziger. Die verwachtingen worden mee bepaald door boekingsengines en hun ratings. Maar men ziet, doorheen de vele veranderingen, nog steeds het originele sjabloon van de hi-hostels.

WAT KAN DE OVERHEID DOEN?

De overheid kan:

- De **criteria** bepalen: wat is een hostel?
- **Eenvormigheid** brengen in de criteria van subsidiëring.
- Het openen **van nieuwe hostels bevorderen**, bijvoorbeeld door 0-sterren hotels te stimuleren om zich om te vormen tot hostels.

De **criteria** bepalen zou moeten in samenspraak met betrokkenen. Het **gaat om infrastructuur**:

- aantal bedden in dorms;
- internet-toegang;
- gemeenschappelijke ruimte;
- laundry service.
- ...

Maar het **gaat vooral ook om iets meer**. Bij het bepalen van de criteria moet men er zich over beraden waar precies de **meerwaarde** ligt van hostels: is goedkoop logies aanbieden voldoende, of moeten hostels meer doen? Mag men aannemen dat bijvoorbeeld de lange-afstandstrip op zich een vorm is van zelf- regulerend informeel leren, of moeten hostels verdere acties ondernemen op sociaal-cultureel vlak, willen ze worden gesubsidieerd?

Eenvormigheid. Momenteel worden sommige hostels gesubsidieerd op verschillende manieren; andere niet. Sommige historisch gegroeide situaties lijken vandaag eerder op privileges. Men moet streven naar eenvormigheid en transparantie.

Stimuleren van hostels. De overheid kan bekijken of het interessant is om een stimuleringsbeleid te voeren om bijvoorbeeld 0-sterren hotels om te vormen tot hostels; en zo ja **hoe** en **waar**.

Hoe: men kan de omvorming van 0-sterrenhotels tot hostels stimuleren door **subsidies**, maar ook bijvoorbeeld door **informatie alleen**: hoteluitbaters ervan bewust maken dat jonge reizigers een interessante markt vormen, en informeren hoe die markt eruit ziet. **Waar:** in Brugge is de hostel-sector sterk ontwikkeld. Misschien zijn er mogelijkheden op dit vlak in Brussel. Maar de interessantste plek voor dergelijk initiatief lijkt op dit moment Antwerpen.

BOEKINGEN

STAND VAN ZAKEN

Inzake booking-engines, is de situatie eenvoudig: Hostelworld heerst sinds jaren; pas nu presenteert zich een ernstige uitdager, Hostelbookers. Een poging vanuit de hostelsector zelf om de controle over boekingen te heroveren, GoMio, lijkt te mislukken.

WAT KAN DE OVERHEID DOEN?

De overheid staat hier voor een probleem: ze subsidieert hostels als inrichtingen voor sociaal toerisme, terwijl intussen de onafhankelijke hostels, door hun gebrek aan onderlinge samenwerking, dat wil zeggen door hun onderlinge verdeeldheid, niet in staat zijn om gunstige voorwaarden te bedingen bij leveranciers van diensten.

Op het Vlaamse niveau kan niet veel worden gedaan. Wat wel kan: de zaak ter sprake brengen bij de Europese Unie, waar momenteel een werkgroep wordt samengesteld – met daarin Bits, Eufed, Wysetc... – om op Europees vlak een beleid te ontwikkelen inzake jongerentoeerisme. Dit is nog in een beginfase. Toerisme Vlaanderen kan op dit niveau de situatie op vlak van hostels ter sprake brengen, en laten onderzoeken welke mogelijkheden er zijn.

SAMENWERKINGSVERBANDEN

STAND VAN ZAKEN

De hostels geven blijk van lotsverbondenheid; hostels menen over het algemeen dat de hostelsector vandaag te klein is om elkaar onderling te beschouwen als concurrenten. Vandaar:

- dat ze elkaar bellen als ze vol zitten;
- dat hostels in Brugge en in Brussel een gemeenschappelijke website runnen, met informatie over de stad, de hostels en een link naar de reservatiemogelijkheid op de eigen website van het hostel.

WAT KAN DE OVERHEID DOEN?

De overheid kan op diverse manieren **samenwerking stimuleren**. Eén manier is de hostels inspireren om een vereniging te stichten voor gemeenschappelijke promotie (en onderlinge discussie); dit is wat CoCoF doet in Brussel, voor de Franstalige hostels. In Ierland steunt de overheid een vereniging van hostels op nationaal vlak. Dit initiatief zal verder worden onderzocht in het kader van deze stakeholder-analyse.

De overheid kan voorts de hostelsector, of de jongerentoeerisme- sector in het algemeen **samenbrengen en informeren over ontwikkelingen** in de markt. Dit is wat Visit Britain doet in een jaarlijks B2B-event, wat zal worden besproken in het gedeelte “Buitenlandse Overheden” van het stakeholder-onderzoek.

GEÏNTERVIEWDEN

De stakeholder-analyse is gebaseerd op gesprekken met (waarvoor dank, overigens):

Voor het gedeelte Hostels

Jeannine **De Backer**, New International Youth Hotel, Antwerpen

Koen **Demeulemeester** (Lybeer Traveller's Hostel, Brugge)

Katrien **Hermans** (Scoutel, Antwerpen)

Karel **Hessels** (Charlie Rockets, Brugge)

Jean-Yves **Hulet** (CHAB/Centre Vincent Van Gogh, Brussel)

Fabienne **Matton** (Auberge de Jeunesse Jacques Brel, Brussel)

Martha **Mertens** (Opsinjoorke, Antwerpen)

Marc **Olivier** (Art Hostel, Brugge)

Christian **Suminwa** (VZW Espace du Marais/ hostel Sleep Well, Brussel)

Lena **Vandeweghe** (Jeugdherberg Europa, Brugge)

Katrien **Vanhandenhoven** (Scoutel, Antwerpen)

Roger **Van Kelst** (VZW Vlaamse Jeugdherbergen)

Isabel **Van Stappen** (Les Auberges de Jeunesse, Brussel)

Ludo **Verstraete** (Saint Christophers at the Bauhaus, Brugge)

Ruud **Vervaeren** (Jeugdherberg Bruegel, Brussel)

Frederik **Vlieghe** (Snuffel, Brugge)

MET DANK AAN:

Diederik **De Bruycker**, Toerisme Vlaanderen, dienst Toerisme Voor Allen

Tobias **De Pessemier**, Use-it

Benedikte **De Vos**, Toerisme Vlaanderen, dienst Toerisme Voor Allen

Steven **Valcke**, Toerisme Vlaanderen, dienst Planning & Onderzoek