

Birgit Defoort, oprichter en zaakvoerder van Glenaki bvba

“Reizen is een blik-opener”

Christina Van Geel, Stem & Pen

Glenaki in Brugge is een Tourism Consultancy Bureau, een pr-bureau voor toerisme, enig in zijn soort in België. Glenaki verzorgt de promotie van bestemmingen en van toeristische klanten, zoals toeristische diensten en ministeries en cruise lines. Maar altijd achter de schermen, ze zijn zelf geen reisbureau. Ze zorgen er wel voor dat wij goesting krijgen om te reizen. Glenaki, dat is managing director en opper 'travel angel' Birgit Defoort en zes medewerkers. Hoe ondernemen ook kan beginnen met een droom-reis.

Birgit Defoort: Als kind hield ik al enorm van reizen. Met het gezin probeerden we zo vaak mogelijk op reis te gaan. Plus, ik had een oma die in Afrika woonde en die de reismicrobe ook aangewakkerd heeft. Dus droomde ik ervan om air hostess te worden. Mijn vriendinnen droomden van een wit trouwkleed, een gezin en een vaste job, maar dat zat er bij mij niet in. Daar was de wereld te groot voor.

Stewardess-droom aan diggelen

Op mijn 18de heb ik een jaar in Amerika gewoond als uitwisselingsstudente, en daarna ben ik nog een jaar *au pair* geweest in Parijs. Na die twee jaar was de tijd rijp om mijn stewardess-droom in actie te zetten. Helaas bleken mijn oren niet geschikt om intensief te vliegen. Ik mocht wel beginnen bij Sabena, maar enkel aan de balie, aan de check-in. Mensen zien vertrekken en zelf achterblijven, dat zag ik niet zitten.

Ik ben toen teruggekeerd naar de schoolbanken en ik ben toerisme gaan studeren. En na mijn stage bij **North Sea Ferries in Zeebrugge** ben ik daar gebleven. Tot ik een kleine tien jaar later een telefoontje kreeg van **VisitScotland**, de dienst van toerisme van Schotland, of ik bij hen wilde komen werken. Ik ben verhuisd naar Edinburgh, en ik heb er drie jaar gewerkt en gewoond.

Na die drie jaar, ik was toen 33, dacht ik: should I stay or should I go? Ik had een leuke job, werd goed betaald en ik kon rekenen op een mooi en groot budget om campagnes uit te werken. Dat was

een belangrijk professioneel kruispunt. Ik heb toen mijn buikgevoel gevolgd en ik ben teruggekeerd naar België met de afspraak dat ik op zelfstandige basis voor VisitScotland zou blijven werken. De naam van mijn bedrijf verwijst trouwens naar mijn tijd in Edinburgh. **Glenaki** is een kleine vallei in **Schotland**. Als je erdoor gaat kom je in een prachtige groene weide vol vruchtbare grond. Ik vond het een prachtig beeld dat vertelde wat ik wilde doen: mensen naar mooie plekken brengen waar ze openbloeien.

Een echt businessplan had ik niet, maar ik deed wat ik altijd al graag gedaan had: mensen enthousiasmeren om te reizen.

Hoe een hobby serious business werd

En bijna zonder dat ik het goed en wel doorhad, groeide en bloeide Glenaki bvba. Na VisitScotland kwam de dienst voor toerisme van Curaçao, Lissabon, Gambia en een hoop andere bestemmingen als nieuwe klanten. Eén vaste medewerker werden er al gauw twee en uiteindelijk zes. Ik heb nog altijd geen klassiek businessplan.

Maar die medewerkers hebben me wel doen beseffen dat ik een ondernemer ben, dat Glenaki serious business is, ook al voelt het nog altijd als een hobby. Die mensen hebben huizen af te betalen met het werk dat wij hier doen. Hun leningen hangen ervan af. Dat besef bracht een grote verantwoordelijkheid met zich mee. Misschien ben ik geen doorsnee

ondernemer - het papierwerk, personeelszaken en de hele wetgeving errond, daar gruwel ik van - maar ik zie wel opportuniteiten en ik kan ze te gelde maken. We opereren vanuit een statig en stemmig herenhuis in het hart van Brugge en ook dat is een bewuste keuze.

We hebben het geluk dat we intussen kunnen kiezen voor welke landen en bestemmingen we werken en voor welke niet. We moeten ook authentiek blijven in de bestemmingen die we vertegenwoordigen. We letten erop dat we geen concurrerende bestemmingen kiezen. De skigebieden van Innsbruck kunnen we niet promoten omdat Zuid-Tirol een klant is. En zolang we voor Gambia werken is Senegal geen optie. Onze klanten moeten erop kunnen vertrouwen dat we hén promoten en niet hun concurrent die op hetzelfde doelpubliek mikt. De wereld is gelukkig groot genoeg, er is keuze genoeg. Natuurlijk doet het soms pijn als je een klant moet weigeren, maar zo bouw je wel vertrouwen op bij je bestaande klanten.

Door te reizen de wereld wat beter begrijpen

Reizen is voor mij een 'blik-opener'. Mensen die reizen, en dan vooral buiten Europa, staan meer open voor andere culturen. Ik denk dat ze vaak ook andere, meer genuanceerde politieke keuzes maken. In Amerika bijvoorbeeld heeft amper 10% procent van de bevolking een internationale reispass. Hoe kan je dan openstaan en begrijp hebben voor wat

zich buiten je grenzen afspeelt? Als je in Gambia in die dorpen rondloopt, geen wonder dat mensen daar weg willen, ze hebben niets, ze hebben ook niets te verliezen. Daardoor ga je de hele vluchtelingenproblematiek ook anders bekijken. Je begrijpt beter wat hen drijft. Mensen daar denken dan weer dat wij hier allemaal heel rijk zijn en dat we allemaal in onze hangmat liggen. Alsof het zomaar in onze schoot valt. Ze hebben geen idee van de snelheid waarmee wij leven en werken, ze zouden zich daarop te pletter lopen hier.

Eenzijds besef je hoe complex de wereld in elkaar zit, anderzijds bevordert reizen het begrip voor elkaar. Het opent ook letterlijk je ogen voor problemen die voor ons heel abstract kunnen lijken.

De vervuiling van de zeeën door plastic bijvoorbeeld, wij merken er hier niet zo veel van. In de Noordzee kan je zelfs je eigen tenen niet zien, laat staan plastic korrels. Maar als je gaat snorkelen tussen de koraalriffen, zie je de troep die daar rondrijft en die de koralen kapotmaakt. Anderzijds vlieg ik wel de hele wereld rond, mijn ecologische voetafdruk is behoorlijk groot... tja. Ik probeer de balans te zien: het toerisme is een enorme economie en zorgt voor heel veel tewerkstelling.

Zonder het toerisme zou een stad als **Brugge** verschrompelen. Op onze manier dragen we met Glenaki bij aan de plaatselijke economie van onze bestemmingen. Dat is ook een goeie zaak. Vliegen duurder maken is ook een optie. Persoonlijk zou ik het niet erg vinden om

wat meer te betalen, maar reizen mag niet elitair worden. Het mag niet het voorrecht van de happy few worden om de wereld beter te begrijpen.

Je kan niet dromen van wat je niet kent

Wat ik nu doe, daarvan wist ik als beginneling eerlijk gezegd niet dat het bestond. Een reisbureau of een airhostess, dat kende ik. Maar dit is nog veel beter! (Lacht) Je kan ook niet dromen van wat je niet kent. Ik heb dit soort van werk hier in België een beetje uitgevonden. Niet met de ambitie om zo groot te worden, dat is me eerder overkomen. Mijn droom kreeg met de jaren zelf steeds meer vorm.

www.glenaki.be



“Zonder het toerisme zou een stad als Brugge verschrompelen.”

Birgit Defoort