

Travelboutique: Reizen met waarde



Reizen op maat: veel tour operators pronken met dit concept. Het ligt voor de hand de reiziger zelf te laten bepalen wat hij of zij wil zien en ervaren, hoe en in welk tempo. Klant is koning, meer dan ooit.

AUTEUR: PAUL RÖMER FOTOGRAAF: SUBIR BASAK/ GETTY IMAGES

Ook het bescheiden [Travelboutique](#) richt zich op maatwerkreizen, vooral naar India, Indonesië en Myanmar. Maar eigenaar Debby Schipper-Snelders, die na een aantal reizen door haar favoriete landen haar ervaringen wilde delen met anderen en in 2012 haar reisorganisatie startte, voegt nog iets persoonlijks toe. 'Travelboutique is gebaseerd op de reizen die ik maak en heb gemaakt,' vertelt ze. 'Ik ben er geweest en ken elk plekje. Ik heb de locatie met eigen ogen gezien, de mensen gesproken, de trip in een riksja gemaakt, de vulkaan beklommen. Ik ken de chauffeur, de lokale gebruiken – en heb geen folder nodig om aan mijn informatie te komen.'

Voordeel is dat ze zo van een bestemming de mogelijkheden kent, maar ook de beperkingen. 'En dat sluit teleurstellingen uit,' voegt ze toe. Tips voor deze periode? 'In Myanmar zijn er de jaarlijkse boottraces ter ere van Boeddha, in India viert men Divali, een feest waarbij lichtjes geplaatst worden bij de huizen en de Ganges als overwinning van het licht over de duisternis, en op Bali heeft Galungan plaats, een ritueel feest dat de voorouders vereert. Reizen naar deze gebieden is nu dus gunstig, niet alleen vanwege het weer maar vooral omdat er iets te doen is wat een reis meer waarde geeft.' 