

Een goed bestek voor **ticketing** in **cultuur** schrijven

1 Waarom een goed bestek zo belangrijk is

Een ticketingsysteem is veel meer dan een verkoopinstrument. Het is de digitale ruggengraat van je publiekswerking, marketing, rapportering en service. Toch worden aanbestedingen voor ticketingsystemen vaak te algemeen, te technisch of met verkeerde aannames opgesteld. Dat leidt tot frustraties na oplevering, beperkingen in de werking en gemiste kansen.

Een goed bestek zorgt ervoor dat je:

- de juiste oplossingen vergelijkt, niet enkel prijzen of buzzwords
- je eigen behoeften scherp krijgt
- een systeem kiest dat past bij je visie en werking

Deze gids helpt je om een onderbouwd, doelgericht en toekomstgericht bestek op te stellen.

2 De 10 bouwstenen van een sterk ticketingbestek

1. Functionele vereisten

Zorg voor een helder overzicht van de basisfunctionaliteiten die je nodig hebt, bijvoorbeeld:

- verkoop per evenementtype, per plaats, per segment
- lidmaatschappen, abonnementen, vouchers
- wachtlijsten, prijsdifferentiatie, promoties
- export van bezoekerslijsten

Vermijd te technisch te formuleren. Omschrijf liever wat je nodig hebt dan hoe het technisch moet werken.

2. Support & samenwerking

Vraag expliciet hoe ondersteuning wordt georganiseerd:

- reactietijd bij vragen
- bereikbaarheid tijdens piekmomenten
- communicatie bij updates

Belangrijk:

- In functie van snelheid en kennis is het ook belangrijk dat de support geleverd wordt door de ontwikkelaar van de software zelf, en dus niet via een tussenpartij.
- Een goed ticketingsysteem gaat ook over mensen. Vraag hoe het team werkt, en hoe kennisoverdracht verloopt.



3. Mobiele toepassingen & app

De toekomst van ticketing is mobiel. Meer en meer bezoekers gebruiken hun smartphone voor tickets. Vraag naar:

- beschikbaarheid en gebruiksgemak van een mobiele app waarin tickets automatisch terechtkomen
- selfservice voor klanten (gegevens beheren, tickets overdragen)
- gerichte communicatie met gebruikers
- mogelijkheid voor secure ticketing om zwarthandel tegen te gaan

4. Marketing & publieksdata

Een modern ticketingsysteem ondersteunt gerichte publiekswerking. Vraag naar:

- gebruiksvriendelijke publieksdatabase
- configureerbare publieksgegevens, toegankelijk voor externe tools
- segmentatie van bezoekers op basis van gedrag
- geïntegreerde e-mailmarketingtool
- geautomatiseerde campagnes of triggers

5. Rapportering & inzichten

Zorg dat je niet blind vaart. Vraag naar:

- realtime dashboards
- toegankelijke rapportering voor niet-technische gebruikers
- mogelijkheid tot eigen rapporten maken

6. API & integraties

Een goed systeem leeft niet op een eiland. Vraag expliciet naar:

- een solide aanpak voor duurzame datakoppelingen
- bestaande integraties met CMS, CRM, e-mailmarketing, betaalplatformen,...
- mogelijkheden tot synchronisatie met andere toepassingen (bv. zaalbeheer, horeca,...)



7. POS-integratie & terugbetalingen

Vraag hoe het systeem werkt voor:

- verkoop aan de balie of telefoon
- snelle terugbetaling en herboeking bij annulaties
- cash-, kaart- en bonverwerking

8. Stabiliteit bij piekbelasting

Voorverkoopmomenten zijn cruciaal. Vraag naar:

- schaalbaarheid van de infrastructuur
- ingebouwde beveiliging tegen pieken
- het maken van backups
- voorbeelden of referenties van vergelijkbare pieken

9. Gebruiksvriendelijkheid voor eindgebruikers

Gebruikservaring bepaalt conversie. Vraag:

- hoe bestelprocessen verlopen op desktop en mobiel
- welke aanpassingen mogelijk zijn qua flow of look & feel
- of A/B-testing of gebruiksstatistieken beschikbaar zijn

10. Autonomie & aanpasbaarheid

Vermijd afhankelijkheid van developers voor elke kleine wijziging. Vraag:

- welke elementen je zelf kunt aanpassen (teksten, flows, prijstabellen);
- of templates of editor beschikbaar zijn;
- hoe branding geïntegreerd wordt.

👉 TIP: check [voorbeelden](#) van vereisten om te gebruiken bij het opstellen van de aanbesteding.



3 Te vermijden valkuilen

- **Te brede scope**

Vermijd "alles-in-één" bestekken voor zeer uiteenlopende noden (bijvoorbeeld sportkampen, zaalverhuur of inschrijvingen voor speelpleinen of opleidingen). Enkel ticketing voor podiumkunsten kwalitatief realiseren is al een grote uitdaging en daarom zijn de succesvolle leveranciers gespecialiseerd in specifieke soorten ticketing.

- **Eén systeem voor meerdere organisaties**

Samenwerkingen zijn belangrijk, maar het is cruciaal dat elke partij beschikt over een kwalitatieve, op maat gemaakte oplossing met rapportering, branding en publieksgegevens, omdat ervaring leert dat werken vanuit eigen systemen beter werkt dan één gedeeld systeem met beperkingen, problemen en juridische privacyrisico's.

- **Te veel technisch detail**

Vermijd het opnemen van technische voorschriften zoals databasevelden of serverconfiguraties; focus liever op de functionele noden en gewenste resultaten, zodat leveranciers met innovatieve oplossingen kunnen komen.

- **Geen ruimte voor differentiatie**

Forceer leveranciers niet in een uniforme mal; geef ruimte voor creatieve invulling, zodat zij hun sterktes, expertise en unieke aanpak kunnen tonen en de markt niet onnodig beperkt wordt.

- **Onrealistische timing**

Plan een realistisch tijdsplan voor implementatie, inclusief voldoende marge voor analyse, technische integratie, opleidingen en testfases; een te krappe planning leidt vaak tot fouten en hogere kosten.



4 Praktische tips

- Bekijk **voorbeeldbestekken** van collega-organisaties.
 - Enkele geschikte voorbeelden van collega's:
 - Stad Antwerpen - Raamovereenkomst voor online ticketsystemen voor 4 schouwburgen
 - CC Palethe - Leveren en implementeren van een ticketingprogramma voor CC Palethe
- Gebruik een **evenwichtige scorematrix**: voorzie duidelijke gewichten per onderdeel, en geef niet alleen prijs een hoge waarde. Besteed ook voldoende aandacht aan gebruiksvriendelijkheid, ondersteuning, integratiemogelijkheden, referenties of andere kwaliteitsaspecten die belangrijk zijn voor jouw werking (bv. 40% functionaliteit, 20% ondersteuning, 30% prijs, 10% gebruiksvriendelijkheid).
- Voeg een bijlage toe waarin je je **publiekswerking** kort uitlegt: context helpt leveranciers beter te antwoorden.



5 Slot: hoe weet je dat je goed zit?

Een goed bestek is niet alleen technisch scherp, maar vooral strategisch doordacht. Kies voor een leverancier die:

- je werking begrijpt
- vlot en duidelijk communiceert
- referenties kan voorleggen binnen de cultuursector
- toekomstgericht meedenkt

Vraag een demo. Bel een referentieklant. En stel jezelf bij elke offerte de vraag: "Stel dat we morgen iets nieuws willen doen — kunnen we dan met dit systeem verder?" Zo bouw je aan een duurzame oplossing. En vermijd je dat een bestek een hindernis wordt in plaats van een hefboom.

Succes!

