toerisme
vlaanderen

Handleiding integratie duurzaamheid

Een praktische gids voor de publieke toeristische sector bij de implementatie van een duurzaam beleid

Toerisme Vlaanderen

Colofon

Toerisme Vlaanderen - dienst Planning en Onderzoek
in samenwerking met BECO Groep

Verantwoordelijke uitgever: Toerisme Vlaanderen
Jos Vercruysse, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

Contact:
Griet Geudens, Grasmarkt 61, 1000 Brussel
griet.geudens@toerismevlaanderen.be
www.toerismevlaanderen.be/duurzaam

Foto's: www.sxc.hu

Wettelijk depot: D/2009/5635/17

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijke bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.

Handleiding integratie duurzaamheid

Een praktische gids voor de publieke toeristische sector bij de implementatie van een duurzaam beleid

Toerisme Vlaanderen

inhoud

1 Inleiding 7

2 Duurzaam toerisme in cijfers: wist je dat? 8

2.1 In- en uitgaand toerisme 8
2.2 Klimaatverandering 9
2.3 Verplaatsingen binnenlands toerisme 9
2.4 Verplaatsingen buitenlands toerisme 10
2.5 Natuurbehoud 11
2.6 Afval 12
2.7 Water 13
2.8 Milieuvriendelijke toeristische bedrijven 14
2.9 Toegankelijkheid 16
2.10 Wandelen en fietsen 17
2.11 Toerisme voor Allen 18

3 Duurzaam toerisme en een duurzaam toeristisch beleid 19

3.1 Wat is duurzaam toerisme? (definitie van Toerisme Vlaanderen) 19
3.2 Wat is een duurzaam toeristisch beleid? 19

4 Methodologie 20

4.1 Duurzaam toeristisch management 20
4.2 Beleid en ontwikkeling 24
4.3 Marketing 25
4.4 Communicatie 28
4.5 Centrale diensten 30
4.5.1 Personeel/HRM 30
4.5.2 Logistiek - Facilitaire zaken 30
4.5.3 Logistiek - Inkoop en aanbestedingen 31
4.5.4 Financiën 32

5 Bijsluiter: voorbeelden en weergave acties 33

Voorwoord

De toekomst van het toerisme in en naar Vlaanderen ter harte nemen is een taak van velen. Doorgedreven professionalisering tot in elke vezel van het toeristische weefsel is nodig om de bestemming Vlaanderen verder uit te bouwen tot een kwalitatief product.

Kwalitatief toerisme impliceert duurzaam toerisme.

Toerisme Vlaanderen wil op dit vlak graag een voortrekker zijn. Werken aan duurzaamheid verhoogt de kwaliteit van ons toeristisch product. Alle betrokken partijen halen daar nu én in de toekomst voordelen uit. Ons agentschap streeft een kwalitatief, duurzaam toeristisch beleid na waardoor Vlaanderen zich kan profileren als een duurzame toeristische bestemming. Hierbij zoeken we naar de juiste balans tussen economische, ecologische en socio-culturele aspecten.

Toerisme Vlaanderen informeert en ondersteunt. Als locomotief voor duurzaam toerisme zoekt het agentschap in elk station naar zoveel mogelijk wagons. Wanneer we ons allen achter één vaandel scharen en de taken verdelen, kunnen we ons constructief inzetten voor duurzaam toerisme in en naar Vlaanderen. Pas dan kunnen we training in resultaten omzetten.

Maar om de sector te kunnen stimuleren, moet duurzaamheid een geïntegreerd deel zijn van onze eigen werking. Daarom voerden we in 2004 een duurzaamheidscan uit om inzicht te verwerven in de duurzaamheidsprestaties van de verschillende diensten bij Toerisme Vlaanderen. Welke zakelijke, sociale en milieu-inspanningen levert de organisatie? En wat denken de betrokkenen hierover? Op basis van die resultaten werden actieplannen opgesteld. In 2008 hebben we de scan herhaald om de evolutie in de prestaties op te volgen en de actieplannen bij te sturen.

De praktische handleiding die nu voor u ligt, kan u helpen bij de integratie van duurzaamheid in uw toeristisch beleid. Raadpleeg hem als een gids om uw eigen prestaties op het gebied van duurzaamheid op te sporen en te verbeteren. Of gebruik hem als een inspiratiebron vol voorbeelden van provincies, regio's en steden die duurzaamheid alvast hebben opgenomen in hun toeristisch beleid.

Jos Vercruysse
Wnd. administrateur-generaal

1 Inleiding

Duurzame ontwikkeling is meer dan een modewoord. Het is een dringende noodzaak. In de toeristische sector is dat inmiddels ook bekend en aanvaard. De publieke sector vervult op het vlak van duurzame ontwikkeling een belangrijke voorbeeldrol.

Het induceren van duurzaam toerisme vanuit de toeristische overheden is pas mogelijk wanneer duurzaamheid geïntegreerd is binnen alle afdelingen en diensten én wanneer de toeristische overheden zelf duurzaam ondernemen. Duurzaam ondernemen veronderstelt meer verantwoorde bedrijfsactiviteiten en investeringen in de samenleving, buiten de gangbare bedrijfsactiviteiten om. Het is bovendien een balansoefening tussen een gezonde financiële situatie, een rechtvaardig sociaal beleid en zorg voor het milieu. Door te zoeken naar dat evenwicht, draagt duurzaam ondernemen bij aan het zekerstellen van een leefbare wereld voor de huidige en volgende generaties.

Deze 'handleiding integratie duurzaamheid' bevat praktische weetjes, actuele praktijkvoorbeelden en een handig overzicht van acties die u ongetwijfeld inspireren bij de uitoefening van uw werkzaamheden bij een toeristische overheid.

In een eerste hoofdstuk brengen we met cijfers de toeristische industrie, haar impact en duurzame initiatieven in kaart. Deze cijfers geven ons een idee van de enorme impact van toerisme, maar tonen ook de vele duurzame initiatieven die Vlaanderen reeds telt.

Hoofdstuk 2 bevat de definitie van duurzaam toerisme en een duurzaam toerismebeleid.

Een voorbeeld van een methodologie om duurzaamheid te integreren binnen de publieke toeristische sector vindt u in hoofdstuk 3. De praktijkvoorbeelden van acties en initiatieven maken de brug van de theorie naar de praktijk.

Tot slot ontdekt u in de bijsluiter een beknopt overzicht van mogelijke acties die kunnen inspireren bij het voeren van uw duurzaam beleid.

2 Duurzaam toerisme in cijfers - wist je dat?

2.1 In- en uitgaand toerisme

De World Tourism Organisation telde in 2008 wereldwijd 924 miljoen toeristen. Europa nam daarvan meer dan de helft voor haar rekening. Vooral West- en Zuid-Europa oefenen een grote aantrekkingskracht uit (www.unwto.org).
België lokte in 2007 12 miljoen toeristen, het Vlaams Gewest 6,8 miljoen (FOD Economie - Algemene Directie Statistiek, Statistiek van Toerisme en Hotelwezen). Met ruim 3,1 miljoen overnachtingen zijn de Nederlanders goed voor één derde van het aantal buitenlandse overnachtingen in het Vlaamse Gewest. Ook de Duitsers (1,3 miljoen overnachtingen), de Britten (1,4 miljoen overnachtingen) en de Fransen (0,9 miljoen overnachtingen) vinden vlot de weg naar toeristisch Vlaanderen (Toerisme Vlaanderen).
In 2006 boekten de Belgen 4,9 miljoen korte (1 tot 3 nachten) vakanties en ruim 10,3 miljoen lange (meer dan 4 nachten) vakanties. Respectievelijk 2,6 miljoen korte en 2,4 miljoen lange vakanties hiervan werden geboekt in eigen land (WES, Onderzoek en Advies).

Opleiding en werkervaring voor langdurig werklozen in 't Roodhof

't Roodhof is een landelijk verblijfscentrum in Oostkamp dat de combinatie vormt tussen enerzijds opleiding en werkervaring voor langdurig werklozen en anderzijds een volwaardige horeca-dienstverlening. Deze horeca-dienstverlening bestaat uit verblijfsaccommodatie (13 kamers, 39 bedden), een restaurant, 3 polyvalente zalen en een cateringservice. In al deze facetten van haar bedrijfsvoering biedt 't Roodhof werkervaring en opleiding aan. Met een aanpak gestoeld op het aanleren van vaktechnische kennis en op een doorgedreven aandacht voor arbeidsattitude wil 't Roodhof kansen geven aan mensen die hun weg naar de reguliere arbeidsmarkt maar moeizaam vinden. De medewerkers van 't Roodhof worden hoofdzakelijk doorverwezen door de VDAB omdat werkervaring een geschikte tussenstap is naar tewerkstelling op de reguliere arbeidsmarkt.
Deze scholing en werkervaring verloopt in 't Roodhof in een levensechte bedrijfscontext waarbij de klemtoon vooral ligt op de functies van zaal- en keukenmedewerker en onderhouds- en onthaalbediende. Het personeelskader van 't Roodhof bestaat uit 25 medewerkers en is voortdurend in beweging door de instroom aan nieuwe medewerkers vanwege de VDAB en de uitstroom naar de reguliere arbeidsmarkt.
't Roodhof is een rustig gelegen hoeve wat bijdraagt tot de profilering als een landelijk verblijfscentrum ideaal voor recreatief toerisme, voor feestelijkheden en voor residentiële seminaries en vergaderingen. Tevens heeft 't Roodhof aandacht voor duurzaamheid wat zich o.a uit in waterzuivering door een rietveld. Op verzoek kan 't Roodhof ook voorzien in bio-maaltijden.

→ Meer info: www.roodhof.be

2.2 Klimaatverandering

Toeristische activiteit impliceert energieverbruik, of het nu gaat om de verplaatsing naar de toeristische bestemming of om het gebruik van de toeristische accommodatie en infrastructuur. Volgens de World Tourism Organisation is de toerismesector verantwoordelijk voor 4,95% van de totale CO_2-uitstoot.

2.3 Verplaatsingen binnenlands toerisme

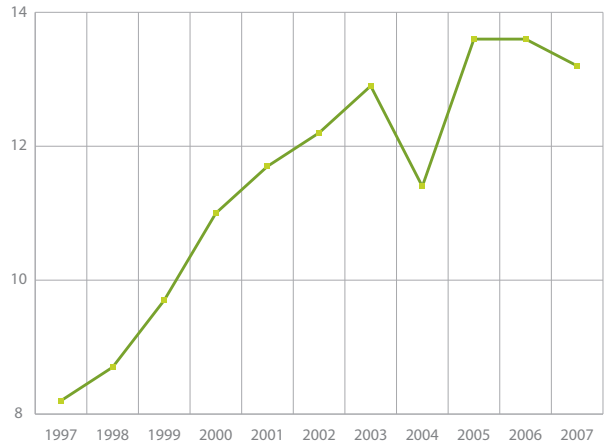
80% van de milieubelasting van het toerisme wordt veroorzaakt door het transport naar de vakantiebestemming. In het kader van trips naar en binnen Vlaanderen reizen jaarlijks 2,7 miljoen Belgische toeristen met hun wagen. Deze 2,7 miljoen mensen leggen in totaal 279 miljoen km af, hetgeen zorgt voor 55,34 kton CO_2 uitstoot aan de uitlaat, en 10,15 kton CO_2 emissie bij de productie van de brandstof. Samen is dat 65,49 kton (WES, 2004).

Duurzame mobiliteit: "De leukste weg kies je zelf!"

Onder het motto "De leukste weg kies je zelf!" riepen Toerisme Vlaanderen, Traject en 16 Vlaamse toeristische attracties tijdens de zomer van 2008 attractiebezoekers op om te kiezen voor duurzame mobiliteit: de fiets, bus, tram of trein als milieuvriendelijk alternatief voor de wagen.
Een daguitstap met de wagen mag dan wel vaak de meest voor de hand liggende keuze zijn, voor bezoekjes aan toeristische attracties en recreatiedomeinen zijn er meestal leukere, meer duurzame en vaak goedkopere alternatieven. Zo kan je met de trein en de boot naar het dierenpark Planckendael, met de "billentaxi" naar het Provinciaal Natuurpark Zwin of met een B-dagtrip voordelig naar het Boudewijn Seapark.
De campagnewebsite www.deleuksteweg.be bevat voor elk van de 16 deelnemende attracties fietsroutes via de fietsknooppuntennetwerken, informatie over de dichtstbijzijnde haltes en dienstregelingen van het openbaar vervoer, leuke ideetjes voor een daguitstap, enz.

Het project blijft niet beperkt tot een eenmalige bewustmakingscampagne. De deelnemende attracties werden doorgelicht en ontvingen voorstellen op maat om te zorgen voor een betere bereikbaarheid voor wie met het openbaar vervoer, te voet of met de fiets komt. De eerste resultaten zijn reeds merkbaar op het terrein. Zo hebben heel wat attracties multimodale bereikbaarheidsinformatie op hun website.
Een aantal attracties gaat nog een stapje verder en investeert ook in infrastructuuraanpassingen. Zo zorgt het Africamuseum in Tervuren voor een rechtstreekse verbinding met het fietsknooppuntennetwerk van de provincie Vlaams-Brabant. Er wordt een fietsenstalling geïnstalleerd bij het dichtstbijzijnde knooppunt. Fietsers die het museum willen bezoeken, kunnen daar hun fiets achterlaten en te voet door het park naar het museum wandelen.
Wie inspiratie zoekt voor een geslaagde uitstap wordt op zijn wenken bediend met de B-Dagtrips. De formule van de B-Dagtrips combineert altijd een zeer voordelige treinreis heen-en-terug met de toegang tot een attractie, activiteit of bezienswaardigheid op de bestemming.

Grafiek: Aandeel van het dagtoerisme met de trein in het totale dagtoerisme naar de Kust, 2009



De grootste concentraties van vakantieverkeer in Vlaanderen situeren zich voornamelijk aan de kust, in de kunststeden en in de buurt van attracties in de groene regio's.

Slechts 13% van de verblijfstoeristen aan de Kust komt met de trein. Ondanks het feit dat deze regio goed bereikbaar is met de trein, kiest het gros (79%) van de toeristen vanwege autocomfort, overvolle treinen en lage overstapfrequenties toch voor de wagen (Vlaanderen Vakantieganger, anno 2005). Tussen 1997 en 2007 steeg het aandeel van het treinverkeer in het totale dagtoeristische verkeer van en naar de kust wel met 5 procentpunten. Gunstige treintarieven hebben een positieve invloed op het aantal dagtoeristen dat de trein neemt naar de kust.

Producten zoals bv. de B-Dagtrips, de B-Evenementen, het Weekendbiljet, een Dag aan Zee of in de Ardennen worden nochtans steeds meer gewaardeerd. Waar het aantal dagjesmensen dat uitstappen maakt ongeveer constant blijft tussen 1996 en 2005 (55 - 60%), stijgt de verkoop van de B-Dagtrips van 2004 naar 2005 met 9%. Het aantal reizigers met een Weekendbiljet nam toe met 6%, de Go Pass steeg met zowat 13%, Rail Pass met bijna 40% en de biljetten Dag aan Zee met meer dan 50% en Dag in de Ardennen met 66% (NMBS).
95% van de pretparkbezoekers komt met de auto. De best verkochte B-Dagtrip is die naar de Antwerpse Zoo, gevolgd door het pretpark Walibi in Waver. Ook Plopsaland in De Panne doet het verre van slecht. (Marc Descheemaecker, www.denkforummobiliteit.be/thema2_standpunten.htm)

Brugse hoteliers werken pakket uit met openbaar vervoer

Wie een hotelkamer boekt in Brugge, kan sinds november 2008 meteen zijn trein- en busticket bestellen dat hem tot aan het hotel brengt. 'De Package Deal Brugse Hotelsector is uniek in België', zegt de Brugse schepen van Toerisme.
Met de Package Deal bestel je samen met je hotelreservatie een trein- en/of busticket bij de Brugse hoteliers. Toerisme Brugge werkte daarvoor samen met de NMBS een nieuw elektronisch systeem uit. Op termijn wil men het ook in andere steden aanbieden. De hoteliers bieden deze service als speciaal arrangement aan. Wanneer een klant een kamer reserveert, bestelt de hotelier dan online het treinticket vanuit eender welk station in België naar Brugge. Dat ticket wordt per e-mail verstuurd naar de klant, die het dan uitprint en zo de trein kan opstappen. Met hetzelfde blad zal hij ook de bus kunnen nemen tot aan de bushalte die het dichtst bij het hotel ligt. En ook het ticket voor de terugreis zit in de prijs verwerkt.

Per jaar komen in Brugge 700.000 verblijfstoeristen aan, en die zijn goed voor 1,4 miljoen overnachtingen. Een vijfde van die toeristen komt met de trein naar Brugge. Om die nog vlotter in Brugge te krijgen, heeft de NMBS ondertussen ook op aandringen van het stadsbestuur de elektronische borden aangepast in de grote stations voor de treinen op de lijn naar Oostende. 'Daar stond tot voor kort Gent Sint-Pieters - Oostende op. Voor toeristen was het dan vaak niet duidelijk dat die trein hen ook naar Brugge brengt', zegt Bogaert. 'Daarom staat er nu Gent-Brugge-Oostende op de borden.'

Slim weg

Je kan terecht bij Slimweg om een duurzame reisroute van A naar B uit te stippelen. Slimweg biedt op één plaats alle nodige informatie aan. Je kan voor gratis persoonlijk reisadvies terecht op de website, per telefoon en zelfs via een gesprek aan de balie van een Slimwegwinkel. De partners in Slimweg zijn: De Lijn, NMBS, Cambio, Taxistop, de Voetgangersbeweging, Fietsersbond, Autopia, FBAA (Federatie van de Belgische autobus- en autocarondernemers en van reisorganisatoren), Taxifederatie, VSV en de Vlaams provincies.
Slimweg staat dan ook voor 'Van A naar B met minder CO_2'.
→ Meer info: www.slimweg.be

2.4 Verplaatsingen buitenlands toerisme

Jaarlijks wordt voor ongeveer 30% van de lange vakanties en 7% van de korte vakanties van de Belgen (van de 80% die vakantie nemen) het vliegtuig genomen. Het vliegtuig is echter het meest energievretende transportmiddel. Zeker wat betreft de korte afstandsvluchten, die de laatste jaren enorm toenemen. Om eenzelfde traject af te leggen heeft de trein, het energievriendelijkste transportmiddel, ongeveer 8 maal minder energie nodig voor een korte afstand (minder dan 200 km), 5 maal minder voor 500 km en nog 2 maal minder voor een afstand van 2.000 km.

Het luchtverkeer is eveneens verantwoordelijk voor een groot deel van de vervuiling van de atmosfeer. Het verhoogt het broeikaseffect en de vernietiging van de ozonlaag door de uitstoot van gassen zoals CO_2 en stikstofoxide, en van roetdeeltjes. Men schat dat het vliegverkeer verantwoordelijk is voor minimum 1 tot 2% van de luchtvervuiling. In de toekomst zou dat zelfs kunnen oplopen tot 6% en meer.

2.5 Natuurbehoud

In de 20ste eeuw kwamen in Vlaanderen nog 40.000 soorten wilde planten en dieren voor. Vandaag is 7% daarvan verdwenen en staat 28% op de rode lijsten van bedreigde soorten.

Ecologisch groenbeheer als versterkende factor voor een duurzaam toerismebeleid

Het beperken van het gebruik van pesticiden en andere chemische bestrijdingsmiddelen wordt steeds belangrijker. Ecologisch groenbeheer wint veld. Bij ecologisch groenbeheer wordt de samenstelling van soorten planten bepaald door de plaatselijke milieufactoren en de onderlinge concurrentie. Kortom: de juiste plant op de juiste plaats.

Sinds 2001 moeten alle openbare besturen en diensten aan een reductiebeleid werken, om uiteindelijk tot een nulgebruik van chemische bestrijdingsmiddelen te komen. De aanleg van onderhoudsvriendelijke aanplantingen is uiteraard een belangrijke stap in dit proces. Een grote verscheidenheid aan planten, ecologisch beheerd, geeft een grote verscheidenheid aan dieren. Ideale biotopen voor insecten, vogels, bijen, vlinders, enz. Zo ontstaat een ecologisch milieu waarin het groen op natuurlijke wijze gedijt.

Jaarlijks worden meer dan 25 nieuwe uitheemse planten en dieren in de natuur in Vlaanderen aangetroffen. Sommige uitheemse planten en dieren breiden zich zo sterk uit dat ze een gevaar vormen voor de inheemse soorten.

Eind 2006 telde Vlaanderen ongeveer 37.000 ha natuurgebied, of 2,7% van zijn grondgebied. De oppervlakte natuurgebied neemt geleidelijk aan toe. Dit is te danken aan de inspanningen van natuurverenigingen en de overheid. Een belangrijke tendens is het openstellen van de natuurgebieden voor het grote publiek. Wandelen in de natuur is rustgevend en een bezoek aan een natuurgebied maakt de mensen milieubewuster. Kwetsbare leefgebieden worden met de nodige omzichtigheid opengesteld. Heel wat vogels verdragen immers weinig verstoring en planten lijden vooral onder de betreding buiten de paden.

2.6 Afval

De toeristen zorgen voor bergen afval. Gemiddeld voor alle kustgemeenten wordt er in een toeristische maand 54% meer restafval ingezameld. Dit zorgt ervoor dat de afvalproductie per inwoner in de kustgemeenten ver boven het West-Vlaamse en Vlaamse gemiddelde ligt, met respectievelijk 163 en 155 kg per inwoner. Er is echter een dalende trend te bespeuren: in 1994 produceerden de kustgemeenten gemiddeld 462 kg restafval/inwoner tegenover 224 kg in 2006 (OVAM).

Afvalpreventie bij de kusttoerist

Sinds 1999 werkt de provincie West-Vlaanderen intensief rond de afvalproblematiek aan de kust. Hiervoor werd een kustwerkgroep Afval (De provincie, de milieuambtenaren van de 10 kustgemeenten, de intercommunales IVOO, IVBO en IVVO, OVAM en Fostplus) opgestart. Vanuit deze werkgroep werd in eerste instantie een kustwerkmap opgemaakt: een inventaris van alle (mogelijke) acties die een kustgemeente onderneemt of kan ondernemen inzake de aanpak van de afvalproblematiek.
Daaropvolgend lanceerde de provincie West-Vlaanderen in 2001 de communicatiecampagne 'Hou je afval in het oog. Ook aan onze kust'. Doelstelling was om een mentaliteitsverandering teweeg te brengen bij de kusttoerist en de samenwerking tussen de gemeenten inzake de afvalproblematiek aan de kust te verbeteren en te stimuleren.

Vanaf 2004 wilde de provincie West-Vlaanderen nog een stap verder gaan door i.s.m. met OVAM, Fostplus, Doelstelling II-secretariaat en de kustwerkgroep Afval het 'innovatief project kustafval' op te starten. Dit pilootproject had tot doel om gedurende de periode 2004-2006 bepaalde inzamelscenario's in de praktijk te testen op hun rendement inzake de preventie en/of het beheer van verpakkingsafval. De projectpartners willen m.a.w. nagaan of inderdaad meer verpakkingsafval selectief kan worden ingezameld én gerecycleerd, zodat er minder restafval overblijft.

Het pilootproject voorziet een 8-tal gebiedsgerichte maatregelen:
- → wekelijkse huis-aan-huis inzameling van PMD in toeristische wijken en aan campings, vakantiedorpen, ... (van april t.e.m. september);
- → idem voor de fractie papier en karton;
- → kleine PMD-zakken van 30 liter voor korte verblijfsduur en grote 120-literzakken voor toeristische collectiviteiten (campings, vakantiedorpen, appartementen met verzamelfaciliteiten, ...)
- → plaatsing hogere dichtheid glasbollen dan in standaardscenario (>1/1000 inw.);
- → ondergrondse verzamelcontainers voor de verpakkingsfracties, waar ook de restfractie ondergronds wordt ingezameld op de dijk of in toeristische zones;
- → ter beschikking stellen van verzamelcontainers (120 liter containers) voor campings, vakantiedorpen en appartementen met verzamelfaciliteiten voor de ophaling van PMD/papier+karton;
- → realiseren en plaatsen van communicatieve afvaleilanden (in het oog springende recipiënten voor inzameling van afval waarop ook duidelijk vermeld wordt wat er wel en niet wordt ingezameld) voor de selectieve inzameling van PMD/rest op het openbaar domein, strand, aanlandingspunten (zoals stations, grote randparkings, ...) en evenementen. Naast de verbeterde gescheiden inzameling hiermee ook mikken op sensibiliserende effect.
- → realiseren van een welkomstpakket voor verblijfstoeristen: de reglementaire afvalzakken en een meertalige afvalgids (en bedeling via immokantoren, diensten voor toerisme, gemeentehuizen, ...).

Eind 2007 werd het project geëvalueerd. Bepaalde acties behaalden niet het nodige effect (bv. kleine PMD-zakken). Andere acties worden wel degelijk voortgezet, zoals de afvalgids, de wekelijkse inzameling PMD, de selectieve inzameling op het strand. Daarnaast kwamen er dankzij het project ook nieuwe noden aan het licht zoals bv. de stukverkoop van afval- en PMD-zakken. Ook die nieuwe noden zullen in de kustwerkgroep Afval bekeken worden.
Om na te gaan wat het gedrag, de houding, de mening, de kennis en de ervaring van de kusttoeristen en de toeristische sector zijn betreffende de hierboven aangehaalde maatregelen en het afvalbeleid aan de kust in het algemeen, werd in 2005 een bevraging uitgevoerd bij de kusttoeristen (zowel ééndagstoeristen als verblijfstoeristen), de toeristische sector (campings, vakantiedorpen, immobiliënsector,...) en de beleidsmakers

(schepenen van leefmilieu van de 10 kustgemeenten). Zowel de betrokken sectoren als de toeristen zelf zeggen overtuigd bereid te zijn om mee te werken aan een actief afvalbeleid. Maar vooral de toeristische sector wijst op een tekort aan infrastructuur die aangepast is aan de specifieke toeristensituatie en de daarbij horende noden. Volgens de immosector is het ophaalsysteem niet aangepast aan het huidige toerisme. De toerist wil en kan meestal geen afval bijhouden, hij verblijft meestal zeer kort en begint dus niet aan verschillende afvalstapels, de ophaaldagen passen hem meestal niet, op het moment van vertrek is er geen mogelijkheid om zijn afval correct aan te bieden, … Er is m.a.w. een gebrek aan inzamelmogelijkheden die het de toerist in staat stellen om afval aan te bieden op het moment dat hem past (bij zijn vertrek, tijdens zijn verblijf). Het lijkt dan ook aangewezen om de toerist een zo makkelijk en laagdrempelig mogelijk instrument aan te bieden dat hem toelaat correct en makkelijk aan te bieden en te sorteren. Mogelijke oplossingen schuilen hierbij in centrale brengplaatsen, die de verschillende fracties verenigen, die voldoende in aantal zijn en vlakbij, die sympathiek aangekleed zijn en netjes, waar er voldoende (sociale) controle is.

→ Bron: Milieubarometer West-Vlaanderen 2007, Fiche 'Terminaal te verwijderen huishoudelijk afval in kg/inwoner/jaar in de kustgemeenten'

Zwerfvuilpreventie

Zwerfvuil is ergernis nr. 1 van de toerist. Daarom nemen heel wat gemeenten al initiatieven in het kader van de zwerfvuilproblematiek. Om deze inspanningen van de gemeenten elkaar te laten versterken, hebben het Vlaamse Gewest en Fost Plus namens het bedrijfsleven het project indevuilbak.be gelanceerd. Het is echter niet enkel de bedoeling om de initiatieven in kaart te brengen en te stroomlijnen, maar tevens om hun aantal en innovativiteit te laten stijgen. Lokale overheden kunnen dan ook op steun van allerlei aard rekenen:

→ logistieke ondersteuning: voor lokale opruimacties kan men vuilniszakken, handschoenen en fluovestjes aanvragen;
→ financiële ondersteuning: voor lokale initiatieven die verder reiken dan het louter opruimen van zwerfvuil kan men een financiële ondersteuning aanvragen;
→ subsidiëring: voor de aankoop van infrastructuur in het kader van de strijd tegen het zwerfvuil kan men bij de Vlaamse overheid een subsidie aanvragen.
→ Meer info: www.indevuilbak.be

2.7 Water

De sector toerisme & recreatie verbruikt 3% van de totale hoeveelheid water in Vlaanderen. Naast de hotels en restaurants omvat deze sector ook zwembaden en pretparken.

Waterbesparing in hotels: passage uit het artikel 'Na mij de zondvloed'

De Amerikaanse psycholoog Robert Cialdini onderzocht welke boodschappen mensen onbewust kunnen aansporen iets te doen of te laten. Verwijzingen naar het milieu richten vaak weinig uit, zo ontdekte hij. Verwijzingen naar het gedrag van anderen hebben veel meer effect.

Cialdini onderzocht op welke manier hij hotelgasten het beste kon overhalen hun handdoeken opnieuw te gebruiken. De gebruikelijke oproep om het milieu te sparen haalde weinig uit. Toen hij de mededeling ophing dat de meeste hotelgasten hun handdoeken hergebruikten, nam de bereidheid met 10 procent toe. Maar wat pas echt goed werkte, was de vermelding dat alle gasten die in dezelfde kamer verbleven, hun handdoeken opnieuw gebruikten. Deze tekst bleek te appelleren aan het groepsgevoel: nu nam de bereidheid met 53 procent toe. In het desbetreffende hotel kwam dat neer op een besparing van 300.000 liter water per jaar.

→ Bron: Passage uit het artikel "Na mij de zondvloed", verschenen in Psychologie Magazine - juni 2008)

Blauwe Vlag

De Blauwe Vlag is een internationaal kwaliteitskeurmerk dat in Vlaanderen wordt uitgereikt door de Bond Beter Leefmilieu (BBL) en de Foundation for Enviromental Education (FFE) en staat garant voor kwaliteitsvol duurzaam toerisme aan de kust en binnenwateren. Jachthavens en zwemvijvers kunnen zich hiermee onderscheiden op het vlak van waterkwaliteit, interne milieuzorg, milieueducatie en veiligheid. Kiezen voor de Blauwe Vlag vraagt een blijvende inspanning van de uitbaters, het kwaliteitslabel dient immers elk jaar hernieuwd te worden.
In 2008 mochten 2.585 stranden en 614 jachthavens uit 31 landen uit het noordelijk halfrond de Blauwe Vlag in ontvangst nemen. In Vlaanderen mogen vier zwemvijvers en zeven jachthavens opnieuw de 'Blauwe Vlag' hijsen.
→ Meer info: www.bondbeterleefmilieu.be/blauwevlag

2.8 Milieuvriendelijke toeristische bedrijven

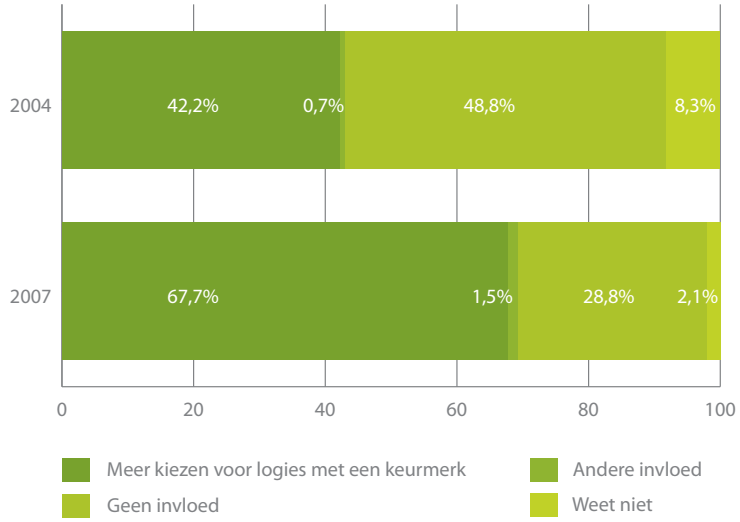
Groene Sleutel

De Groene Sleutel is een internationaal keurmerk voor milieuvriendelijke toeristische accommodaties (een initiatief van Toerisme Vlaanderen en Bond Beter Leefmilieu). Onder meer campings, jeugdlogies, attracties, hotels en gastenkamers kunnen een 'Groene Sleutel'-label aanvragen. Daartoe moeten ze een ambitieus milieubeleid voeren, duidelijke actieplannen opstellen en het milieu zo weinig mogelijk belasten.
Via de Groene Sleutel worden de uitbaters van toeristische accommodatie beloond voor hun inspanningen voor het leefmilieu en begeleid in de uitvoering ervan. Vakantiegangers hebben het voordeel dat ze gemakkelijk kunnen kiezen voor een vakantie met een hart voor het milieu en dat ze er zeker van zijn van kwalitatieve, mooie en groene accommodaties.

De Groene Sleutel wordt voor één jaar uitgereikt. Uitbaters van toeristische accommodatie dienen dus elk jaar opnieuw te bewijzen dat ze zich inspannen voor het milieu. Een onafhankelijke jury beslist over de toekenning. In 2008 ontvingen 11 jeugdlogies en 9 campings de Groene Sleutel.
→ Meer info: www.groenesleutel.be

Er bestaat een ruim en groeiend draagvlak bij de Belgische vakantiegangers naar de invoering van een milieuvriendelijk keurmerk (WES, 2007). 67,6% van de Belgische vakantiegangers zou voor een logies met een milieuvriendelijk keurmerk kiezen. Voor 1,5% zou een milieuvriendelijk keurmerk doorslaggevend zijn, op voorwaarde dat dit de prijs van het logies niet doet stijgen. Bij 28,8% van de respondenten zou de invoering van een keurmerk geen invloed uitoefenen en 2,1% weet het niet. Vlamingen geven relatief vaker dan Walen aan dat een milieuvriendelijk keurmerk geen invloed op de keuze van het logies zou hebben. In vergelijking met een gelijkaardige vraagstelling in 2004, kiezen in 2007 meer mensen voor een logies met een milieuvriendelijk keurmerk (67,7% in 2007 tegenover 42.2% in 2004).

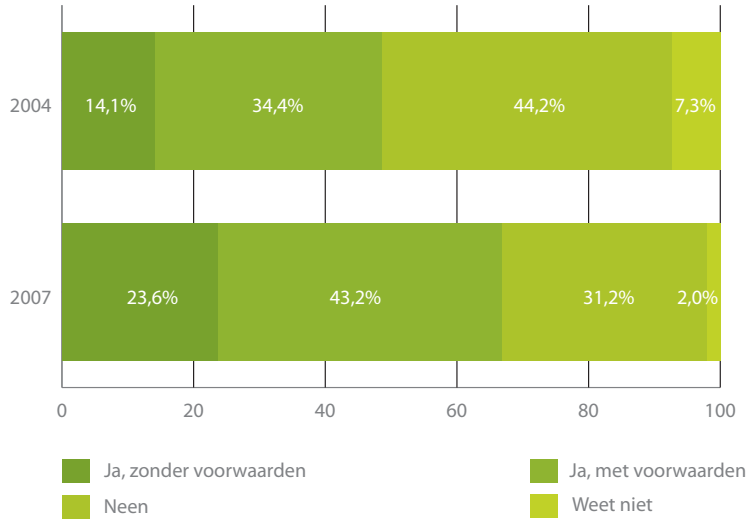
Grafiek: Zou de invoering van een keurmerk dat garanties biedt voor het milieuvriendelijk karakter van hotels, vakantiewoningen, campings, enz. uw keuze van het logies beïnvloeden?



Bron: WES

Al willen opvallend minder mensen daarvoor in de buidel tasten (WES, 2007). 23,6% is bereid om in beperkte mate financieel bij te dragen voor het behoud van natuur en/of cultuur op de vakantiebestemming, voor meer dan 40% van de doelgroep hangen hieraan voorwaarden vast. 31,2% is niet bereid financieel bij te dragen en 2% weet het niet. Wie meerdere keren per jaar op vakantie gaat, is het meest bereid om zonder meer een financiële bijdrage te leveren voor het behoud van natuur en/of cultuur op de vakantiebestemming. In vergelijking met 2004 zijn in 2007 meer potentiële vakantiegangers bereid om, al of niet met voorwaarden, bovenop het vakantiebudget een financiële bijdrage te leveren met het oog op het behoud van de natuur en/of cultuur op de vakantiebestemming (66,8% in 2007 tegenover 48.5% in 2004).

Grafiek: Bent u bereid om bovenop uw vakantiebudget in beperkte mate financieel bij te dragen voor het behoud van natuur en/of cultuur op uw vakantiebestemming?



Bron: WES

2.9 Toegankelijkheid

Europa telt 50 miljoen inwoners met een handicap. Daarvan zijn naar schatting 36 miljoen mensen effectief in staat om te reizen. Toch vinden we deze categorie van reizigers nauwelijks terug in onze toeristische cijfers.

Reizen met een handicap: het toegankelijkheidslabel

Mensen met beperkingen en ouderen (door de vergrijzing een steeds belangrijkere groep) vormen een belangrijke doelgroep voor de toeristische sector. Toegankelijkheid is echter een belangrijke basisvoorwaarde voor deze groep. Het toegankelijkheidslabel, ontwikkeld door Toerisme Vlaanderen eind 2007, meet en beloont toegankelijk toerisme in Vlaanderen. Het label bestaat in drie niveaus:

→ Het I 'Informatie beschikbaar' label betekent dat de accommodatie werd doorgelicht op toegankelijkheid en dat daarover informatie te vinden is op www.toevla.be.

→ Het A basislabel geeft aan dat de accommodatie basistoegankelijk is. Voor sommige onderdelen kan wat assistentie nodig zijn.

→ Het A+ comfortlabel betekent dat de accommodatie zelfstandig en comfortabel toegankelijk is.

Het toegankelijkheidslabel wordt toegekend aan hotels, vakantiecentra, campings,... die aan een aantal objectieve criteria voldoen. Bijvoorbeeld is er een aangepast toilet, is het gebouw te bereiken met het openbaar vervoer, ...
Vergunningsplichtige toeristische accommodaties (hotels, Toerisme voor Allen verblijven, campings) kunnen een gratis doorlichting aanvragen bij Toerisme Vlaanderen. Een toegankelijkheidsbureau onderzoekt de toegankelijkheid van elk onderdeel van het gebouw. Alle gegevens komen terecht in de vrij te raadplegen databank www.toevla.be. Toerisme Vlaanderen toetst de resultaten van de doorlichting aan de criteria voor het label en de concrete context. Nadat de uitbater/eigenaar de resultaten op papier heeft gekregen, wordt hij aangespoord om tekortkomingen te verhelpen. Toerisme Vlaanderen volgt dan op of die aanpassingen ook daadwerkelijk plaatsvinden. Een commissie beslist uiteindelijk welk labelniveau toegekend wordt. De lokale en provinciale diensten voor toerisme worden aangespoord om het nieuwe label op te nemen in hun brochures.

De brochure "All In - Toegankelijke vakantieverblijven in Vlaanderen en Brussel" bevat een overzicht van de vakantieverblijven die zo'n label kregen. Ze is gratis opvraagbaar bij het Infopunt Toegankelijk Reizen (tel.: 070/23.30.50, www.toegankelijkreizen.be).

Het Infopunt Toegankelijk Reizen, een dienst van Toerisme Vlaanderen die gegroeid is uit een samenwerking met verschillende organisaties en diensten van en voor mensen met een handicap, wil ontbrekende informatie over reizen met een handicap aanvullen. De reiziger met een handicap of beperking vindt er informatie over de toegankelijkheid van diverse vakantiebestemmingen. De toeristische sector in Vlaanderen kan er terecht voor achtergrondinformatie over toegankelijkheid, premiemogelijkheden en richtlijnen voor toegankelijkheidsaanpassingen.

In januari 2009 telt Toerisme Vlaanderen 326 toeristische accommodaties met een toegankelijkheidslabel: 224 hotels, 61 jeugdverblijven, 26 vakantiecentra en 15 campings. Daarvan hebben 70 accommodaties het 'A-label'. 25 verkregen dit basislabel 'onder opschortende voorwaarde' (pas na uitvoering van de voorwaarde wordt het label uitgereikt). 230 accommodaties zijn doorgelicht, maar behaalden een onvoldoende score voor het A of A+ label.

Type	Totaal gelabeld	A+	A+ (OV)	A	A (OV)	I
Hotel	224	1	-	30	13	180
Jeugdverblijf (TVA)	61	-	-	27	8	26
Vakantiecentrum (TVA)	26	-	-	9	1	16
Camping	15	-	-	4	3	8
	326	**1**	**-**	**70**	**25**	**230**

A+ Comfortabel toegankelijk A Basistoegankelijk
OV Toekenning van het labelniveau 'onder opschortende voorwaarde'.
Pas na uitvoering van de voorwaarde wordt het overeenkomstige labelniveau uitgereikt.
I Doorgelicht, onvoldoende score voor behalen van A of A+ label.
Uitgebreide toegankelijksinfo beschikbaar via www.toevla.be

2.10 Wandelen en fietsen

Tot op heden telt Vlaanderen 11 groene-haltewandelingen (1 in Oost-Vlaanderen, West-Vlaanderen en Limburg, 2 in Vlaams-Brabant en 6 in Antwerpen). Het concept startte in 2004, op initiatief van de Bond van Trein-, Tram- en Busgebruikers.

Groene-haltewandeling

Dankzij de groene-haltewandelingen stap je uit de bus recht in het groen.
Het idee is eenvoudig: de wandelaar reist met het openbaar vervoer naar groene halte A, waar een wandeling "in rechte lijn" vertrekt. Op het eindpunt van de wandeling stapt de wandelaar aan groene halte B terug op het openbaar vervoer. De wandelingen wijken dus af van de typische luswandelingen waarbij de auto vaak als voor- en natransportmiddel wordt gebruikt. Het Groene-halte-project wil dan ook de rol van het openbaar vervoer in de recreatieve verplaatsingen stimuleren.

In Limburg is negen jaar geleden het unieke fietsknooppuntensysteem uitgevonden dat nu in alle omliggende regio's en ver daarbuiten wordt gekopieerd. Het fietsroutenetwerk bestaat er nu uit meer dan 1.800 km fietsroutes, die via knooppunten (kruispunten van fietspaden) met elkaar verbonden zijn. Naast de vele fietsroutes telt Vlaanderen meer dan 280 officieel erkende 'fietsvriendelijke logies'.

Label fietsvriendelijk logies

Vlaanderen is een prima bestemming voor fietsvakanties. Je tweewieler 'parkeren' aan het hotel of de camping, of gewoon nog maar een lekke band herstellen, is echter niet overal evident. Waar dat wel zo is, kan je herkennen aan het label fietsvriendelijk logies.
Het label staat garant voor kwaliteit en is afgestemd op de noden van de fietstoerist. Een verblijf mag maximum 5 kilometer van een recreatieve fietsroute, een fietsnetwerk of een 'landelijke fietsroute' gelegen zijn. Daarnaast moet er voldoende ruimte zijn om de fietsen te stallen en moet er een fietsreparatieset, een EHBO-kit en uitgebreide fietsinformatie beschikbaar zijn.
→ Meer info: www.toerismevlaanderen.be

2.12 Toerisme voor Allen

Een kwart van de Belgen kan zich geen week vakantie permitteren. Mensen die in armoede leven, geven gemiddeld 75% minder uit aan toeristische reizen dan de gemiddelde Belg. Via een rechtstreekse erkenning voorziet het decreet 'Toerisme voor Allen' ondersteuning van een niet-commerciële vorm van toerisme en recreatie die zich richt op toegankelijkheid voor specifieke doelgroepen.

Eind oktober 2008 beschikten 382 jeugdverblijven in Vlaanderen over een definitieve erkenning als jeugdverblijfscentrum 'Toerisme voor Allen'. Nog eens 76 jeugdverblijven behaalden een principiële erkenning. Van de vakantiecentra voor volwassenen hebben 39 verblijven een definitieve en 3 een principiële erkenning als 'Toerisme voor Allen-verblijf'. In 2008 zijn 13 sociaal-toeristische verenigingen of 'opstaporganisaties' erkend en gesubsidieerd in het kader van 'Toerisme voor Allen'. In 2007 konden bijna drieduizend mensen genieten van een binnen- of buitenlandse vakantie via de werking van deze organisaties.

3 Duurzaam toerisme en een duurzaam toeristisch beleid

3.1 Wat is duurzaam toerisme? (definitie van Toerisme Vlaanderen)

Een duurzame ontwikkeling van toerisme in een land, regio of een toeristische bestemming streeft naar een evenwicht in de relatie tussen economische, ecologische en socio-culturele aspecten. Het is een participatieproces dat leidt tot kwaliteitsverbetering waar alle betrokken partijen nu en in de toekomst baat bij hebben.
Duurzaam toerisme is iets waar we naar streven. Het is niet iets wat ooit bereikt zal zijn. Er zullen altijd ongewenste effecten blijven en kansen die vragen om benut te worden. Daarom spreekt men beter van duurzame toeristische ontwikkeling.

3.2 Wat is een duurzaam toeristisch beleid?

Duurzame ontwikkeling binnen een publieke toeristische organisatie heeft te maken met het goed bestuur en de efficiënte werking van een overheidsorganisatie.
Eén van de kritische succesfactoren is een visie ontwikkelen inzake duurzaam toerisme en dit concept vervolgens in de praktijk brengen. De beleidsvisie van Toerisme Vlaanderen is: 'het in de diepte maximaliseren van het toeristisch rendement, door Vlaanderen als kwaliteitsbestemming op de kaart te zetten. Het toerismebeleid loopt in directe samenwerking met alle betrokken actoren en met volgehouden ruimte voor efficiënt en duurzaam toeristisch ondernemen'. Concrete aandachtspunten hierbij zijn:

- → het uitwerken van een gedragen strategie rond 'duurzaam toerisme', m.b.t.:
  - o integratie van duurzaamheid binnen de eigen toeristische organisatie;
  - o ontwikkeling van een duurzaam toeristisch product;
- → de doorstroming en implementatie van deze strategie;
- → monitoring en bijsturing.

European Green Capital Award

De Europese Commissie lanceerde in mei 2008 de prijs 'European Green Capital Award'. Daarmee wordt elk jaar een ecologische hoofdstad van Europa gekozen, die de toon zet qua milieubeleid en duurzaamheid. Stockholm mag zich 'European Green Capital 2010' noemen.
Elke Europese stad met meer dan 200.000 inwoners (in Vlaanderen zijn dat Antwerpen en Gent) kan meedingen naar de prijs, die bedoeld is om de steden te helpen om aantrekkelijker en gezonder te worden. Om de prijs te winnen, moeten de steden bewijzen dat ze de wil en de capaciteit hebben om milieuproblemen op te lossen, dat ze het leven van de inwoners verbeteren en dat ze hun bijdrage aan wereldwijde milieuproblemen, zoals de klimaatverandering, verminderen. De winnende stad moet een rolmodel worden voor andere steden en een inspiratie voor heel Europa zijn op het vlak van duurzame ontwikkeling.
Het initiatief is opgezet door verschillende milieubewuste Europese steden en de Europese milieucommissaris Stavros Dimas. "Ik hoop dat deze prijs een krachtige stimulans vormt voor lokale regeringen en overheden om de leefomstandigheden voor de Europese stedelingen te verbeteren", zei Dimas in een persbericht. "Verschillende steden hebben zich al geëngageerd om het milieu beter te beschermen, en ik ben er zeker van dat deze prijs veel andere steden zal aanmoedigen om dat voorbeeld te volgen."

Om een idee te geven van de criteria die een stad tot 'duurzame stad' maken en – meer nog – een 'European Green Capital', sommen we hier de selectiecriteria van de award op:

- → bijdrage tot globale klimaatverandering,
- → beschikbaarheid van publiek toegankelijke groene zones,
- → lawaaihinder,
- → waterconsumptie,
- → milieumanagement van het lokale bestuur,
- → lokaal transport,
- → kwaliteit van lokale omgevingslucht,
- → afvalproductie en –management,
- → behandeling van afvalwater,
- → duurzaam oppervlaktegebruik.

→ Meer info en brochure: http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/index_en.htm

4 Methodologie

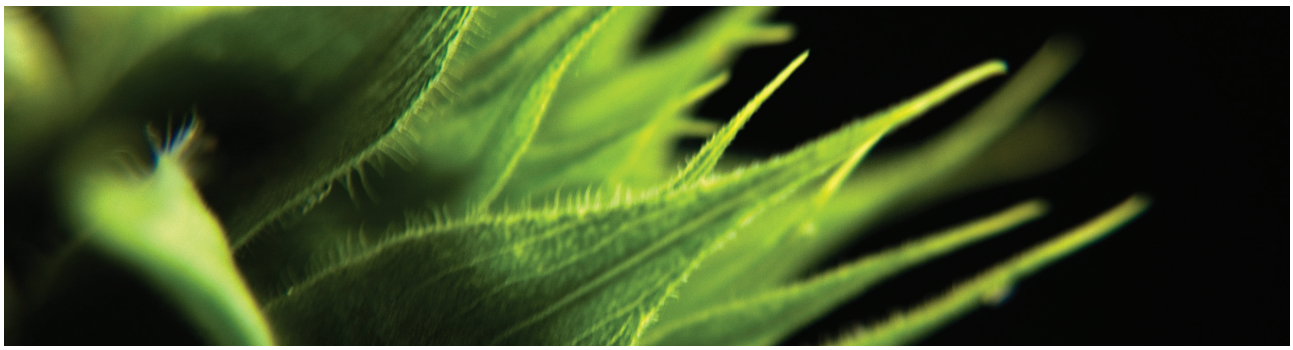
Er zijn verschillende methodes/instrumenten om duurzaamheid te integreren binnen een publieke toeristische organisatie. Toerisme Vlaanderen maakte gebruik van de Duurzaamheid Strategie Scan (DSS), ontwikkeld door adviesbureau BECO België. Deze scan werd voor de eerste keer toegepast in 2004. Op basis van de resultaten van de scan werden actieplannen opgesteld. In 2008 werd de uitvoering van de scan herhaald om een evolutie in de prestaties en een bijsturing van de actieplannen te garanderen.

De DSS is een scan waarmee individuele organisaties inzicht krijgen in hun eigen prestatie op, in principe, alle voor hen relevante duurzaamheidsaspecten. Het doel van de scan is tweeledig. Enerzijds verschaft de scan inzicht in de inspanningen die de organisatie levert ten aanzien van de drie dimensies van duurzame ontwikkeling (zakelijke, sociale en milieu-inspanningen). Anderzijds verschaft de scan inzicht in hoe de meest relevante stakeholders (intern en extern) over deze inspanningen oordelen. De resultaten van de scan vormen de input voor het stellen van prioriteiten en de discussie over risico's en kansen in relatie tot duurzame toeristische ontwikkeling. De uitkomsten van de discussie bepalen de strategische duurzaamheidsagenda, die het kader vormt waarbinnen huidige en toekomstige acties verder uitgewerkt kunnen worden.

Hieronder wordt de methodiek toegelicht. We vertrekken hierbij vanuit de organisatie zelf (afdelingen/diensten binnen een typische publieke toeristische organisatie) en benoemen de relevante duurzaamheidsaspecten. Deze aspecten worden vervolgens toegelicht aan de hand van subvragen en/of voorbeelden/cases van de praktische invulling van deze aspecten, ofwel bij Toerisme Vlaanderen zelf, ofwel bij provincies, regio's en steden die duurzaamheid opnemen in hun toeristisch beleid.

4.1 Duurzaam toeristisch management

Om duurzame ontwikkeling deel uit te laten maken van het DNA van de organisatie, dient de zorg voor financieel-economische resultaten, bescherming van het milieu en de bijdrage aan maatschappelijke vooruitgang te worden geïntegreerd in een scala aan afdelingen. Centraal hierbij staat het integreren van duurzaamheidsaspecten in de normale activiteiten. Duurzaamheid is geen apart 'project', maar moet geïntegreerd worden in de reguliere werkwijzen en besluitvormingsprocessen. Voldoen aan de heersende wet- en regelgeving vormt hierbij het minimum. Effectief duurzaam management omvat altijd doelstellingen die verder gaan dan wat de wet voorschrijft.



Strategische inbedding duurzaam toerisme binnen Toerisme Vlaanderen

Missie

Duurzaam toerisme moet als een rode draad doorheen alle beleidsmaatregelen lopen en integraal deel uit maken van alle beleidslijnen. Integratie is het sleutelwoord: duurzaamheid integreren binnen beleid en sector.

→ De filosofie van duurzaam toerisme structureel integreren in de werking van Toerisme Vlaanderen;
→ Duurzaamheid als onderdeel van kwaliteit behandelen bij bestaande en nieuwe toeristische producten;
→ De sector aanzetten tot en ondersteunen bij de ontwikkeling van duurzame toeristische producten.

Visie

Toerisme Vlaanderen wil een kwalitatief, duurzaam toeristisch beleid waardoor Vlaanderen zich kan profileren als een duurzame toeristische bestemming. Dat is de hoofddoelstelling op lange termijn. Toerisme Vlaanderen wil het denkproces van duurzaam toerisme omzetten in concrete maatregelen voor de toeristische sector met als doel:

→ de vakantiebeleving van de toerist verbeteren;
→ de levenskwaliteit in de bestemmingsregio's verhogen;
→ het behoud van natuurlijke en culturele bronnen door de negatieve impact te reduceren;
→ de toekomst van de toeristische sector garanderen.

Kwaliteit staat voor duurzaamheid. Kwalitatief toerisme impliceert dan ook duurzaam toerisme.

Beleid duurzaam toerisme Meetjesland

Meetjesland ontwikkelde een beleid rond duurzaam toerisme op basis van de 'Doelstelling 2020' die door het Streekplatform+ Meetjesland heeft geformuleerd. Het beleid rond duurzaam toerisme houdt volgende acties in:

1. Individuele en collectieve begeleiding van ondernemers voor het hanteren van duurzame criteria.
   a. De kwaliteit van de toeristische producten op een zodanige manier verbeteren, dat alle betrokken partijen er baat bij hebben, op een economisch rendabele manier en met respect voor mens, milieu en de lokale cultuur.
   b. Managementbegeleiding van de sector.
   c. Opzetten en promoten van de "groene sleutel" bij toerismebedrijven in het Meetjesland.

2. Duurzaamheid en kwaliteit bevorderen bij de ondernemers en promoten naar het brede publiek.

Een publieke toeristische organisatie bepaalt niet in isolement welke kant zij opgaat bij het zoeken naar optimale duurzaamheidsoplossingen. Dialoog met de stakeholders (medewerkers, klanten/toeristen, toeristische sector, andere overheden, NGO's, enz.) helpt mee de prioriteiten te bepalen. Vraag uw stakeholders naar hun visie ten aanzien van de voor hen relevante onderwerpen. Welke issues vindt de stakeholder belangrijk en hoe vindt hij dat de organisatie hierop presteert? Welke maatschappelijke ontwikkelingen worden in de toekomst belangrijk en waarmee moet de organisatie dus rekening houden?

Dergelijke dialoog vereist dat de publieke toeristische organisatie de belangen van de diverse stakeholders begrijpt en erkent en een evenwicht zoekt tussen die belangen en haar eigen belang.

Dialoog en samenwerking met stakeholders in het Interreg IVb-project 'Collabor8'

Toerisme Meetjesland heeft ervaren dat samenwerking op het terrein en een grondige kennis van de sector kunnen zorgen voor stevige economische kansen in de regio. In het Meetjesland werken de aanbieders van kleinschalig logies intensief samen. De grote evenementenorganisatoren van de streek overleggen. Ook Horeca Meetjesland werkt intenser samen met Toerisme Meetjesland. Nu volgen ook de musea die onder Erfgoedcel Meetjesland een collega-groep vormen en waar ook toerisme wenst op in te spelen. De (nieuwe grote) hotels zijn ook vragende partij voor een lonend samenwerkingsmodel.

Het Europese Collabor8 project richt zich op de uitbouw en ondersteuning van bestaande en nieuwe samenwerkingsverbanden binnen de toeristische sector. Het project wil aspecten van duurzaam toerisme in de streek verankeren en de streek samen met de ondernemers ruimer bekend maken. Deze duurzame toekomst in het Meetjesland sluit aan bij de Doelstelling 2020 die het Streekplatform+ Meetjesland heeft geformuleerd.

Collabor8 schrijft dit verhaal van ervaringsuitwisseling samen met Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Meetjesland, de regionale partners, Universiteit Gent en de nieuwe Europese partners in Vlaanderen, Ierland, Wales, Nederland en Engeland.

Mondiaal ethische code voor toerisme

1. Toerisme draagt bij tot wederzijds begrip en respect tussen volkeren en maatschappijen
   De UNWTO gaat ervan uit dat verantwoordelijk toerisme gebaseerd is op universele ethische waarden en een tolerante, respectvolle houding tegenover de diversiteit van religieuze, filosofische en morele waarden.
2. Toerisme zorgt voor individuele en collectieve voldoening
   Toerisme is een activiteit die meestal geassocieerd wordt met rust en ontspanning, sport en toegang tot cultuur en natuur. Deze activiteit moet voorbereid en uitgevoerd worden opdat men er individuele en collectieve voldoening aan ontleent. Wanneer dit onbevooroordeeld gedaan wordt, is toerisme een unieke manier om zich te ontplooien en te komen tot wederzijdse tolerantie. Bovendien biedt toerisme de mogelijkheid om de verschillen tussen volkeren en culturen te leren kennen.
   Toeristische activiteiten dienen de gelijkheid van vrouwen en mannen te respecteren, zij dienen de mensenrechten te bevorderen en vooral de individuele rechten van de kwetsbaarste groepen, zoals kinderen, ouderen, gehandicapten, etnische minderheden en inheemse bevolking. De uitbuiting van mensen, in welke vorm ook, is in strijd met de fundamentele doelstellingen van toerisme.
3. Toerisme, een factor van duurzame ontwikkeling
   Alle actoren die te maken hebben met de ontwikkeling van toerisme moeten zorg dragen voor het behoud van het milieu om te komen tot een gezonde, voortdurende en duurzame economische groei. Op deze manier wordt niet alleen voldaan aan de wensen en behoeften van huidige, maar ook van toekomstige generaties.
4. Toerisme gebruikt en versterkt het cultureel erfgoed van de mensheid
   Toeristische bezienswaardigheden behoren tot het gemeenschappelijke erfgoed van de mensheid. De gemeenschappen waarin deze bezienswaardigheden zich bevinden, hebben speciale rechten op deze bezienswaardigheden, maar ook een zorgplicht.
5. Toerisme is nuttig voor gastlanden en -gemeenschappen
   De inheemse bevolking moet betrokken worden bij toeristische activiteiten en op eerlijke wijze delen in de economische, sociale en culturele opbrengsten die hieruit voortvloeien. Zij hebben vooral ook recht op banen die een direct of indirect gevolg zijn van die activiteiten. Bij gelijke capaciteiten verdienen lokale arbeidskrachten de voorkeur.
6. Verplichtingen van belanghebbenden bij toeristische ontwikkeling
   Toeristische professionals hebben de plicht toeristen objectief en eerlijk te informeren over de plaatsen van bestemming en de reis, accommodatie en het verblijf. Zij moeten samen met de lokale autoriteiten zorgen voor zekerheid, veiligheid, voorkomen van ongevallen, beschermen van de gezondheid en veilig voedsel voor hun klanten…
7. Recht op toerisme
   Iedere bewoner op aarde heeft evenveel recht om rechtstreeks en persoonlijk de rijkdommen op aarde te ontdekken en ervan te genieten.
8. Vrijheid van toeristische bewegingen
   In overeenstemming met nationale en internationale wetgeving moeten toeristen en bezoekers vrijelijk kunnen bewegen in hun eigen land en van het ene land naar het andere.
9. Rechten van werknemers en ondernemers in de toeristische industrie
   De fundamentele rechten van gesalarieerde werknemers en zelfstandigen in de toeristenindustrie en verwante sectoren moeten gewaarborgd worden onder de supervisie van de nationale en lokale overheden. Dit geldt zowel voor de landen van herkomst als voor de gastlanden.
10. Implementatie van de beginselen van de Mondiale Ethische Code voor Toerisme
    De publieke en private belanghebbenden in de ontwikkeling van toerisme moeten samenwerken bij de implementatie van deze principes en de effectieve toepassing daarvan controleren.
    Voor het implementeren, toepassen en evalueren van de Global Code of Ethics for tourism is een commissie in het leven geroepen met de naam World Committee on Tourism Ethics. Deze commissie vervult de rol van mondiale 'waakhond' voor problemen bij de implementatie van de ethische code en de voorgestelde oplossingen.

→ Meer info: www.unwto.org/code_ethics/eng/global.htm

4.2 Beleid en ontwikkeling

Een proactieve beleidsmaker gaat vanuit een toeristische invalshoek de dialoog aan met elk ander beleidsdomein, om te komen tot een breed gedragen visie op de toeristische ontwikkeling van de stad of streek. Indien u kiest voor een proactief beleid, is toeristische strategische planning een werkmethode om u te helpen een visie op toerisme te ontwikkelen die rekening houdt met uw complexe werkomgeving.
Een strategisch plan toerisme heeft tot doel de toeristische marktpositie van de stad of de regio te verbeteren. Die betere marktpositie geldt extern, door een betere positionering van de regio ten opzichte van haar belangrijkste toeristische markten. Ze geldt echter ook intern, door een visie op toerisme aan te reiken in relatie tot milieu, natuurbehoud, ruimtelijke ordening en tewerkstelling.

Een strategisch plan biedt volgende voordelen:
- → het verbreedt het draagvlak voor de toeristische ontwikkeling in het algemeen en voor concrete initiatieven in het bijzonder;
- → het concentreert de middelen zodat versnippering wordt vermeden;
- → het verhoogt de efficiëntie bij de realisatie van de plannen;
- → het vertolkt een toeristische visie in relatie tot andere beleidsdomeinen.

Om alle partners in de toeristische sector mee achter eenzelfde visie en een actieplan te krijgen, kan men best volgens zo'n strategisch denkkader te werk gaan. Dit denkkader positioneert de regio ten opzichte van de concurrerende regio's, situeert de sterke en zwakke punten van de regio en komt uiteindelijk op basis van deze objectieve kenmerken tot een aantal beleidsconcepten.

Strategische plannen

Toerisme Vlaanderen geeft enerzijds financiële ondersteuning voor de opmaak van strategische projecten en anderzijds een inhoudelijke en methodologische ondersteuning van het lokale en regionale planningsproces.
→ Een methodologie is downloadbaar van http://www.toerismevlaanderen.be/showpage.asp?iPageID=239

Draagkracht in stedelijke en niet-stedelijke gebieden

Toerisme Vlaanderen liet in 2007 reeds een methode ontwikkelen om de invloed van toerisme op de draagkracht in toeristische steden te begroten. In 2009 werd deze aangevuld met een methodiek die ook de impact van toerisme op de leefbaarheid in niet-stedelijke gebieden in al zijn aspecten in kaart brengt. Deze laatste methodiek is tot stand gekomen in samenwerking met 4 gemeenten (Heuvelland, Kluisbergen, Scherpenheuvel-Zichem en Voeren) die hun medewerking hebben verleend in twee fasen van de opdracht:
(1) bij het selecteren van die aspecten van leefbaarheid die relevant zijn in relatie met de toeristische ontwikkelingen in gemeenten en
(2) bij het uittesten van de vragenlijsten en van de methode voor interpretatie van de gegevens.
De 4 gemeenten werden geselecteerd omwille van de ruimtelijke spreiding in Vlaanderen, het belang van de toeristische sector in de gemeenten en de diversiteit van toeristische activiteiten.

Een belangrijke voorwaarde voor leefbaarheid is dat de draagkracht van het gebied en de gemeenschap niet overschreden worden door de activiteiten die er plaatsvinden. Draagkracht wordt gewoonlijk geïnterpreteerd als een bovengrens, een maximale belasting die nog getolereerd kan worden, maar het kan ook om een ondergrens gaan (denk bv. aan het minimale aantal bezoekers opdat een hotel economisch rendabel is). Vaak is er een soort 'evenwichtsgebied' waarbinnen de toestand leefbaar is; aan beide kanten van dit evenwicht (te veel/te weinig) komt de leefbaarheid in het gedrang. De ontwikkelde meetmethode is bedoeld om na te gaan of de toeristische activiteiten tot leefbaarheidsproblemen leiden en kan zo bijdragen tot meer effectieve beleidsinitiatieven gericht op een betere afstemming tussen toerisme en ontvangende omgeving.

→ Meer info: Recreatieve draagkracht: een kwestie van evenwicht. Identificeren van de draagkracht in toeristisch-recreatieve verstedelijkte gebieden, Toerisme Vlaanderen (2007).
Invloed van toerisme op leefbaarheid van niet-stedelijke gebieden. Handleiding methode, Toerisme Vlaanderen (2009)

Toerisme Vlaanderen helpt daarnaast graag mee om waardevolle toeristisch-recreatieve projecten op te starten die het toeristisch en/of recreatieve aanbod bevorderen. Dit betekent inhoudelijke en financiele ondersteuning bij nieuwe toeristisch-recreatieve initiatieven. Toerisme Vlaanderen beschikt immers over een subsidiebudget, waarmee het kan investeren in het primair aanbod. Met primair aanbod bedoelen we de toeristische infrastructuur, met uitzondering van logies.

Toegankelijkheid en duurzaamheid van toeristisch-recreatieve projecten

Toerisme Vlaanderen wenst te streven naar een zelfstandige toegankelijkheid van alle toeristisch-recreatieve projecten en toetst de projecten aan volgende duurzame criteria:

- → Is het voorstel milieuvriendelijk, economisch efficiënt en sociaal rechtvaardig?
- → Is het project ingebed in een langetermijnvisie?
- → Past het project binnen een ruimer beleidskader?
- → Veroorzaakt het project of de voorgestelde infrastructuur geen geluids- en/of lichthinder?
- → Leidt de voorgestelde infrastructuur niet tot een visuele verstoring in het landschap, m.a.w. is het geïntegreerd in het landschap?
- → Worden bewoners uit de omgeving betrokken bij de totstandkoming van het project en geïnformeerd over de verdere ontwikkelingen, m.a.w. wordt het project gedragen door de lokale bewoners?

4.3 Marketing

Welke duurzame toeristische producten kunnen worden ontwikkeld en gepromoot? De laatste jaren hebben zich hierrond diverse initiatieven gevormd. Denk maar aan: de Groene Sleutel voor milieuvriendelijke campings, jeugdlogies, attracties, hotels en gastenkamers; het label fietsvriendelijke logies; het toegankelijkheidslabel, enz.

Het duurzaam organiseren van evenementen

Bij een duurzame ontwikkeling zoekt men een evenwicht tussen sociale, ecologische en economische belangen. Organiseer je een evenement waarbij je dat evenwicht bereikt dan is er sprake van een 'duurzaam evenement'. Een duurzaam evenement resulteert in een win-win situatie voor alle betrokken partijen en de omgeving waar het evenement plaatsvindt.

Bezoekers zijn zich meer en meer bewust van hun gedrag en staan open voor de consequenties hiervan. Ze hechten belang aan de kwaliteit van het product of dienst, de wijze waarop het is gerealiseerd en de wijze waarop ze het kunnen verbruiken. Ook sponsors staan positief tegenover evenementen die op duurzame wijze worden ontwikkeld. Een sponsor verbindt graag zijn naam aan dergelijke initiatieven.

Zonder volledigheid te willen nastreven, staan hieronder enkele tips en maatregelen die je helpen effectief en duurzaam om te gaan met sociale, economische en ecologische uitdagingen die evenementen met zich meebrengen. Tegelijkertijd verhogen deze maatregelen de kwaliteit van het evenement voor zowel bezoekers als omwonenden.

Duurzame mobiliteit
Onderstaande acties promoten het gebruik van het openbaar vervoer en alternatieve transportmiddelen zoals de fiets:

→ het in kaart brengen van bus of treinroutes langs het evenement;
→ het inleggen van bijkomende pendeldiensten naar een dichtbijgelegen bus- of treinstation, extra bus- en/of treinverbindingen en/of bijkomende haltes;
→ bewegwijzering vanaf het dichtstbijgelegen bus- of treinstation naar de site;
→ bewegwijzering van fietsroutes naar het evenement;
→ het inrichten van beveiligde fietsenstallingen;
→ gebruik maken van bestaande parkings in de omgeving om het verkeer te bannen uit gevoelige zones, in combinatie met een pendeldienst;
→ het organiseren / faciliteren van carpooldiensten;
→ gecombineerd ticket (toegang tot het evenement en vervoersticket in één).

→ TIP
Om een goed resultaat te bekomen is een intensieve communicatiecampagne over de initiatieven op het vlak van duurzame mobiliteit noodzakelijk.

Afvalmanagement
Onderstaande maatregelen reduceren het afvalvolume en dus ook de opruimkosten.

→ Reduceer de afvalberg door geen wegwerpverpakkingen te gebruiken.
→ Gebruik grote verpakkingen voor de aanlevering van dranken en herbruikbare bekers, bestek, borden en glazen.
→ Gebruik eetbare of afbreekbare borden.
→ Bied eten aan dat zonder bestek kan geconsumeerd worden.
→ Richt afvalverzamelpunten op.
→ Stimuleer recyclage.

→ TIP
Voor overblijvende voorwerpen zoals bekers en flessen kan men een statiegeldsysteem invoeren. Hierdoor worden extra vervuiling en kosten van afvalverwijdering en -selectie vermeden.

Natuur-, bodem- en energiebeheer
Het water- en energieverbruik op evenementen is vaak heel hoog. Verspillend energie- en waterverbruik heeft een negatieve impact op het klimaat. Om die reden is het noodzakelijk om rationeel om te gaan met water- en energieverbruik. Op openluchtevenementen bestaat er meestal geen infrastructuur voor afvalwater wat kan leiden tot bodemverontreiniging.

→ Overweeg de productie van groene energie op het evenement (bv. door zonnepanelen). Men kan sponsoring aanvragen bij de bedrijven die groene energie promoten of het nodige materiaal hiervoor verkopen.
→ Implementeer energiebesparende maatregelen zoals het gebruik van efficiënt keukenmateriaal, spaarlampen, energiebesparende pompen voor afvalwater,...
→ Communiceer het belang van energiebesparing naar de caterers en standhouders. Maak afspraken met hen over het gebruik van energiebesparend keukenmateriaal (bij voorkeur met het A-label) en spaarlampen.
→ Plaats waterbesparende kranen. De implementatie van waterbesparende maatregelen reduceert de hoeveelheid afvalwater.
→ Huur watervrije toiletten of waterbesparende toiletten.
→ Indien er riolen liggen naast de evenementenzone kan een aansluiting worden voorzien.
→ Sluit plaatsen met risico op wildplassen af en plaats voldoende urinoirs en toiletten op goed bereikbare plaatsen.

Lokale economie & eerlijke handel

Evenementen kunnen een bron van inkomsten zijn voor lokale ondernemers. Het betrekken van lokale ondernemers zal een groter draagvlak voor het evenement creëren. Naast lokale producten kun je eveneens fair-tradeproducten aanbieden. Eerlijke handel of fair trade bevordert het volgen van sociale en ecologische regels bij internationale handel.

→ TIP
Communiceer over het aanbod en de meerwaarde van regionale en/of fair-tradeproducten. Bezoekers van evenementen zullen hierdoor beter aanvaarden dat de prijs van regionale kwaliteitsproducten en/of fair-tradeproducten iets hoger ligt.

Award 'Duurzaam Kustproject'

Deze award is:
→ een erkenning dat de projectorganisatoren goed bezig zijn en het project op een unieke manier bijdraagt aan een beter kustbeheer;
→ een uithangbord. Wie een award krijgt mag gezien worden. Bij een Award hoort een voorstelling van het project in een speciale brochure en op de website;
→ een kennismaking voor geïnteresseerde bezoekers en toevallige passanten. Zo kan elk bekroond project bijdragen tot een grotere bewustwording in verband met duurzaam kustbeheer en inspiratie leveren voor nieuwe projecten;
→ een kans om bij te leren. De winnaars kunnen gratis een beroep doen op het Coördinatiepunt. Hoe dat aanbod er uitziet hangt mede af van de projectindieners. Een excursie naar andere duurzame projecten, een informatiesessie, een opleiding, ...
→ Meer info: www.dekustkijktverder.be

Duurzaamheidsstempel Stad Gent

De Stad Gent heeft een duurzaamheidsstempel ontworpen. De Stad zal deze stempel aanbrengen op activiteiten en producten die bijdragen tot een duurzame ontwikkeling. Eerste voorbeelden zijn herbruikbare bekers en milieuvriendelijke (vracht)wagens. Met het aanbrengen van de duurzaamheidsstempel wil de Stad Gent laten zien dat bij het uitwerken van de activiteit of bij de keuze van het product rekening werd gehouden met duurzaamheid. Ook streeft men zo herkenbaarheid na van deze activiteiten en producten. Deze duurzaamheidsstempel bestaat in verschillende kleurvarianten zodat uiteenlopende toepassingen makkelijk haalbaar zijn. De nadruk bij het toekennen van deze stempel ligt momenteel op de ecologische pijler van duurzaamheid. Binnen deze pijler gaat het om thema's als preventie en selectieve inzameling van afval, rationeel energiegebruik, duurzame mobiliteit, duurzaam bouwen, reductie van het pesticidengebruik,... In de toekomst kan de toepassing ook uitgebreid worden naar activiteiten en producten die de economische en de sociale aspecten van duurzaamheid in de verf zetten.

Gids Solidair Brussel

De 'Gids Solidair Brussel' laat je het nuttige aan het solidaire koppelen. Met de gids ontdek je eerlijke winkels (kleding, decoratie, cadeaus, kruideniers), restaurants en cafés. De gids bundelt hiervoor een 100-tal adressen en merken om solidair van het leven te genieten.
→ Meer info: www.gidssolidairebrussel.be

Sensibiliseringscampagnes voor de toerist

Tussen 2001 en 2004 werden 3 sensibiliseringscampagnes gevoerd door Toerisme Vlaanderen. De campagnes hadden als doel toeristen bewust te maken van hun impact op de vakantiebestemming en hen tips te bezorgen om duurzaam op vakantie te gaan. In 2001 werden prentbriefkaarten voorzien van een cartoon met een boodschap van milieuvriendelijk gedrag verspreid aan de Vlaamse kust.

In 2002 konden bezoekers van vakantiebeurzen een test afleggen over duurzaam toerisme. In 2003 werd de campagne 'Hannibalisme' gelanceerd. Wintersporters werden aangespoord anders om te springen met het milieu in de Alpen dan Hannibal destijds deed. Voor 2009 is een nieuwe sensibiliseringscampagne via de radio gepland.

4.4 Communicatie

Communicatie en duurzame ontwikkeling kunnen op twee manieren samengaan: men kan immers 'over duurzame ontwikkeling communiceren' en 'duurzaam communiceren'.

Communiceren over duurzame ontwikkeling betekent de burgers en ambtenaren informeren over duurzame toeristische ontwikkeling, zodat ze zich bewust worden van de rol die ze op dat vlak moeten vervullen.

Voorwoord van het duurzaamheidsverslag van de gemeente Amsterdam

In het tweede Duurzaamheidsverslag van de gemeente Amsterdam kunt u lezen hoe de centrale stad, de stadsdelen en gemeentelijke diensten en bedrijven proberen de balans te behouden tussen economische belangen, milieubelangen en belangen van mensen. Was het eerste verslag over 2005 nog een soort staalkaart van duurzaamheid, dit tweede verslag over 2007 richt zich op de kwaliteit van het leven in de stad. Het schetst de volle breedte van de gemeentelijke taken, mogelijkheden en initiatieven om bijdragen van velerlei aard te leveren aan die kwaliteit van leven; kwantitatief waar het kan, en anders kwalitatief. Daarmee krijgt duurzaamheid het brede perspectief dat bij het thema hoort.

Met de tijd veranderen opvattingen over wat goed is voor de stad. Anno 2007 kijkt de Amsterdammer onder invloed van zaken als globalisering en klimaatverandering verder dan de kwaliteit van leven van de eigen generatie en die van zijn kinderen. Het besef dringt steeds meer door dat kwaliteit van leven hier en nu alleen mogelijk is als we ook oog hebben voor de levenskwaliteit elders en later. Ontwikkelingen in de wereld om ons heen, maar ook dicht bij huis, maken dat de urgentie van een mentaliteitsverandering – en van onze levensstijl – breder wordt ervaren. Zulke ontwikkelingen gaan langzaam; Amsterdam staat nog maar aan het begin van deze duurzame ontwikkeling.

Het Amsterdamse gemeentebestuur is ervan overtuigd dat op verschillende terreinen ingrijpende maatregelen nodig zijn en investeert daarom op allerlei vlakken in duurzaamheid. Om daden bij de woorden te voegen, heeft Amsterdam acht milieuthema's centraal gesteld: lucht, geluid, klimaat, duurzaam consumeren en produceren, bodem, groen, water. Daarnaast maakt Amsterdam gebruik van milieuprofielen voor wonen, werken, verkeer, openbare ruimte en groen.

Er wordt in de gemeente hard gewerkt aan het bereiken van deze doelen, samen met de Amsterdammers en het Amsterdamse bedrijfsleven. Intussen gebeurt er veel duurzaams in Amsterdam. De hoofdstad van Nederland wil zich duurzaam ontwikkelen, en daarmee anderen inspireren. De gemeente ziet duurzaamheid als een pijler onder en als een ijkpunt voor haar beleid. Dit verslag is een goed hulpmiddel om dat te ontdekken.

Job Cohen (burgemeester)

Milieuzorgboekje Provincie West-Vlaanderen

Voor hoteluitbaters en al wie gastenkamers of een vakantiewoning verhuurt, bundelde de Provincie West-Vlaanderen in het 'Milieuzorgboekje voor logiesuitbaters' per thema (vergunningen, water, afval, energiebesparing en groene aankopen) de wettelijke milieuverplichtingen, praktische groene tips en nuttige adressen. De bijhorende website vult dit aan met de rubrieken vervoer, hinder en één met de omgeving.
→ Meer info: www.west-vlaanderen.be/milieuzorgboekje

Duurzaam communiceren is duurzame ontwikkeling in communicatie-acties integreren. Niet alleen in de keuze van communicatiemiddelen (digitale media die tevens toegankelijk zijn voor gebruikers met motorische en auditieve beperkingen, papier uit duurzaam beheerde bossen of uit gerecycleerde grondstoffen, milieuvriendelijke inkten, enz.), maar ook in de boodschap zelf (transparantie).

Duurzame communicatie: wat is dat?

Enkele algemene principes:
1. Toegankelijkheid en leesbaarheid van informatie
2. Diversiteit, bv.
   - voor een seminarie een zaal reserveren die toegankelijk is voor gehandicapten,
   - het label AnySurfer (voor o.a. slechtzienden) voor een website behalen,
   - diversiteit integreren in het beeldmateriaal op de website of in brochures: foto's van mannen en vrouwen, foto's van mensen met verschillende huidskleuren en van alle leeftijden, foto's van personen met een handicap, enz.
3. Duurzame huisstijl (een kleur kiezen die goed zichtbaar is voor slechtzienden en die aan alle communicatiekanalen kan worden aangepast, een document moet ook leesbaar zijn als het op een zwart-witprinter wordt geprint, ook als het in kleur werd ontworpen, ...)

→ Meer info:
Brochure: Duurzaam communiceren. Gids voor de federale communicatoren (COMM Collection - Nr 14)

AnySurfer

AnySurfer is een Belgisch kwaliteitslabel voor toegankelijke websites. Websites met het label zijn voor iedereen bruikbaar — ook voor slechtzienden, blinden, kleurenblinden, ouderen, en wie een auditieve of motorische handicap heeft. Daarnaast zijn toegankelijke websites over het algemeen beter geschikt voor kleine beeldschermen, zoals dat van een GSM of zakcomputer, en zijn ze bruikbaar in iedere webbrowser. Ten slotte scoren ze beter in de resultaten van zoekmachines zoals Google.

Door de vele parallellen met andere principes van modern webdesign, zoals aandacht voor de algemene gebruiksvriendelijkheid en internationale webstandaarden, heeft het respecteren van de AnySurfer toegankelijkheidsrichtlijnen voordelen voor alle internetgebruikers.
Alle websites komen in aanmerking voor het AnySurfer kwaliteitslabel als ze voldoen aan de AnySurfer-richtlijnen. Site-eigenaars kunnen bij www.anysurfer.be terecht voor een audit, technische ondersteuning en opleidingen.

4.5 Centrale diensten

4.5.1 Personeel/HRM

Hoe goed zorgt de organisatie voor de eigen medewerkers? Is er een formeel personeelsbeleid vastgelegd, zijn meetbare doelen (prestatie-indicatoren) gesteld en worden de resultaten gemonitord? Voorziet de organisatie in vorming en opleiding, wordt de persoonlijke en professionele ontwikkeling van de medewerkers (competentiemanagement) gestimuleerd en geëvalueerd? Biedt de organisatie gelijke kansen voor mannen en vrouwen of medewerkers van allochtone afkomst? Op welke manier wordt de arbeidsveiligheid en gezondheid (ergonomie) gegarandeerd en de balans werk-privé gerespecteerd? Hoe betrokken zijn de medewerkers bij het gevoerde beleid?

Integratie duurzaam toerisme in onderwijs en vorming

Van september 2007 tot mei 2008 liep een pilootproject in de opleiding Toerisme en Recreatiemanagement van de Katholieke Hogeschool Mechelen. Het resultaat is een handleiding voor lectoren met (1) informatie over duurzame ontwikkeling die relevant is voor hun vak en (2) competenties over duurzaamheid gekoppeld aan het curriculum van de 3 programmajaren. Vanaf het academiejaar 08-09 wordt de handleiding verspreid onder alle hogescholen Toerisme. Zie: www.duurzaamtoerismeonderwijs.be/DTOModel.htm

Niet alleen in de bacheloropleidingen Toerisme en Recreatie wordt duurzaamheid geïntegreerd in het curriculum, ook in het vernieuwde opleidingstraject voor gidsen en reisleiders is duurzaam toerisme een integraal onderdeel.

4.5.2 Logistiek - Facilitaire zaken

Hoe energiezuinig zijn de gebouwen? Worden materialen toegepast met lage energie-inhoud en milieuschade? Welke mogelijkheden zijn er voor duurzame energietoepassingen (aankoop groene stroom, toepassing zonne-energie, ...)? Worden reststromen zoveel mogelijk voorkomen, goed gesorteerd en vrijkomende afvalstoffen op een zo hoogwaardig mogelijke manier weer nuttig toegepast?

Digitalisering bij vzw Toerisme Kortrijk

Er werden 41 laptops voorzien voor de gemeenteraadsleden van de Stad Kortrijk. Voordien werden alle dossiers + alle bijlagen (per maand gemiddeld 35 punten) 41 keer afgedrukt en opgestuurd per post. Nu winnen we tijd door het postverkeer te vervangen door digitale ontsluiting en kan er papier gespaard worden. Ook de elektronische opvolging van de vragen verloopt veel vlotter en gestructureerder. Voor vzw Toerisme Kortrijk is dit zeker ook een schaalvoordeel, want het jaaractieplan en het jaarverslag en verschillende toerismedossiers worden op die manier vlotter ter beschikking van de gemeenteraad gesteld en ook het terugvinden van oudere dossiers verloopt vlotter door een nieuw systeem e-descion genaamd.

Case Leeds – duurzaam bouwen jeugdinfrastructuur

Toerisme Vlaanderen wil ijveren voor een gebouwenbestand dat energiezuinig is, goed bereikbaar en zorgzaam omspringt met onze schaarser wordende energiebronnen. Om dit doel te bereiken werden Service Level Agreements (SLA) uitgewerkt en vastgelegd in een checklist of leidraad. Deze SLA's worden deels opgelegd of zijn deels vrij na te streven. Voor elk project wordt een score van minstens 7/10 opgelegd. Pas dan behaalt het project het gevraagde kwalitatieve niveau inzake duurzaamheid. In ieder geval worden duurzaamheid en duurzaam bouwen hier duidelijk benoemd en niet aan het toeval overgelaten. De beschreven SLA's voor de projecten van Toerisme Vlaanderen dienen te resulteren in voorbeeldgebouwen die vooruit kijken naar de toekomst en komaf maken met het verleden. Duurzaamheid wordt dan onderdeel van kwaliteit.

→ Meer info in het document:
Service Label Agreements voor PPS-projecten. Inhaalbeweging jeugdverblijfsinfrastructuur via alternatieve financiering (verkrijgbaar via Toerisme Vlaanderen)

Tips voor papierbesparing

- → Papier heeft twee kanten: indien mogelijk, print en kopieer dan ook dubbelzijdig.
- → Print zoveel mogelijk verkleind. Twee pagina's op één vel papier zijn nog erg goed leesbaar en u bespaart de helft aan papier. Ga naar 'Bestand' – 'Afdrukken…' en kies dan in het afdrukscherm voor '2 pagina's per vel'.
- → Gebruik ook de achterkant van papier, bijvoorbeeld voor het uitprinten van een proeftekst. U kunt eenzijdig beprint of beschreven papier natuurlijk ook als gewoon kladpapier gebruiken.
- → Zorg voor een papierzuinige lay-out: hou rekening met de lettergrootte, de interlinie en de kantlijnen. De bladschikking kan je controleren bij het afdrukvoorbeeld. Zo vermijdt u dat er nog een tweede pagina volgt met 1 regel tekst, terwijl alles ook op 1 bladzijde zou kunnen.
- → Print zo weinig mogelijk documenten af die u ook op de pc hebt staan.
- → Vooraleer u print of kopieert, bedenk eerst goed hoeveel exemplaren u werkelijk nodig hebt.
- → Controleer uw tekst met de spellingcontrole voordat u print.
- → Voor u gaat kopiëren, controleer alle instellingen op het kopieertoestel: aantal kopies, afdrukkwaliteit, verkleinen/vergroten,…

4.5.3 Logistiek - Inkoop en aanbestedingen

Op welke manier kan een organisatie de aankoop 'verduurzamen'? Worden milieu- en sociale/ethische aspecten (naast de meer traditionele criteria als prijs, kwaliteit en levertijd) in het aankoopproces meegenomen?

Berekeningsmodel milieuverantwoorde consumptie en productgebruik

Het berekeningsmodel milieuverantwoorde consumptie en productgebruik is een softwaretoepassing waarmee uw organisatie berekent hoe goed zij presteert op het vlak van milieuverantwoorde consumptie en productgebruik. Het model stelt u een aantal vragen over het product dat u wenst te beoordelen. Hebt u die beantwoord dan toont het een grafiek die de milieuprestaties van de beoordeelde producten weergeeft. Deze score maakt een vergelijking tussen verschillende producten of producttypes mogelijk. Meteen hebt u ook een gebruiksvriendelijk houvast bij nieuwe bestellingen. Vandaag bevat het berekeningsmodel twee productgroepen: kantoormaterialen en schoonmaakmiddelen.
→ Meer info: www.ovam.be/producttest

Milieukoopwijzer

De Milieukoopwijzer, een initiatief van de Bond Beter Leefmilieu vzw, geeft concrete en praktische milieuinformatie over meer dan 50 verschillende producten, opgedeeld in zeven productcategorieën: drank & dranktoestellen, papier & papierwaren, kantoormateriaal, maaltijden & tussendoortjes, schoonmaak, watergebruik en verlichting.

Voor elk product geeft de Milieukoopwijzer een rangorde op basis van de belangrijkste milieucriteria. Via de lijsten met merken en leveranciers kan een aankoper opzoeken waar welk milieusparend product te vinden is. Veelgestelde vragenpagina's per product of productgroep geven meer achtergrondinformatie over milieucriteria en technische aspecten. Goede voorbeelden over milieusparend aankopen in de praktijk zijn in de online database verzameld. Ook wie meer informatie zoekt over groene overheidsaankopen, is op de Milieukoopwijzer aan het juiste adres. De Milieukoopwijzer verwijst door naar andere websites, organisaties en publicaties. Wie op de hoogte wil blijven van relevante wetgeving of interessante initiatieven kan zich inschrijven op de nieuwsberichten.
→ Meer info: www.milieukoopwijzer.be

En worden milieuoverwegingen (uitstoot, techniek en brandstofkeuze) meegenomen in de uitbouw van het wagenpark? Hebben de bestuurders een defensief en anticiperend rijgedrag? Wordt het gebruik van alternatieve vervoerswijzen gestimuleerd (openbaar vervoer, fiets)?

Milieuvriendelijke wagens bij vzw Toerisme Kortrijk
Er werden Toyota Prius (hybride) wagens aangekocht die ter beschikking staan van de personeelsleden van de Stad Kortrijk. Voorheen moesten de personeelsleden van vzw Toerisme Kortrijk altijd met hun eigen wagen dienstverplaatsingen doen. Dit leidde tot erg hoge parkeerkosten, hoge brandstofkosten en heel wat papierwerk om alle personeelsleden terug te betalen. Ook bij schade aan de persoonlijke voertuigen was er vaak discussie rond de verzekeringen. Nu kan gewoon een wagen uit de pool gereserveerd worden en betaalt vzw Toerisme Kortrijk een veel lagere brandstofprijs aan de Stad Kortrijk en vallen ook de parkeerkosten weg, aangezien de wagens in de ondergrondse stadsgarage geparkeerd zijn.

4.5.4 Financiën

Worden niet-financiële, ethische criteria toegepast op investeringsbeslissingen? Worden effecten en aandelen uit beleggingsportefeuilles geweerd uit ethische, sociale of milieuoverwegingen?

Bijsluiter

5 Bijsluiter: voorbeelden en weergave acties

Zoals we in hoofdstuk 4 aanhaalden, vormen de resultaten van een duurzaamheidscan de input voor het stellen van prioriteiten en voor de discussie over risico's en kansen in relatie tot duurzame toeristische ontwikkeling. Lokale toeristische overheden bepalen zelf op welke terreinen hun prioritaire duurzame acties liggen. Deze acties kunnen in een apart actieplan of in een ruimer beleidsplan opgenomen worden.

Hier geven we een overzicht van:

→ enkele kernvragen die in een duurzaamheidscan aan bod komen,
→ mogelijke acties per werkterrein die hierop een antwoord kunnen geven,
→ een indicatie van de status van de geformuleerde doelstellingen.

Eén manier om de status van de doelstellingen aan te geven is met behulp van vijf verschillende symbolen: hoe groener de bol, hoe meer er reeds verwezenlijkt is van de betreffende doelstelling. De status die hier werd aangegeven is louter fictief.

Duurzaam toeristisch management

Kernvragen

Is er aandacht voor sociale en milieuaspecten in de visie en missie?
Is er een langetermijnstrategie en visie?
Worden aspecten van leefbaarheid en/of recreatieve draagkracht opgenomen?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Integreren duurzaamheid in visie en missie	→ Brainstorm intern over invulling missie en visie → brainstorm met stakeholders over invulling missie en visie		→ Communicatie missie en visie extern en intern	→ Duurzaamheid op agenda van overleg met sector, andere organisaties, ...
Opstellen langetermijnstrategie (+ duurzaamheid) met SMART doelstellingen (afgestemd op plannen Ministerie), verantwoordelijken en monitoring	→ Doelstellingen formuleren voor management en per dienst → Vertalen langetermijnstrategie naar jaarlijkse plannen		→ Regelmatige rapportage implementatie duurzaamheid (in afdelingsoverleg, op managementoverleg, ...)	
Aspecten van leefbaarheid en draagkracht integreren in beleidsplannen	→ Inwerken in de materie → Vastleggen doelstellingen → Doelstellingen koppelen aan indicatoren		→ Monitoring resultaten	

Beleid en ontwikkeling

Kernvragen

Worden stakeholders voldoende betrokken bij de strategie en beleidsvorming?
Is er voldoende aandacht voor het duurzaam beheer van natuurlijk en cultureel erfgoed?
Zijn er duurzaamheidscriteria opgenomen in de subsidiebesluiten?
Wordt er kennis over duurzame ontwikkeling ontwikkeld en verankerd?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Betrokkenheid stakeholders	→ Structurele samenwerkingsverbanden vastleggen → Stakeholders betrekken bij adhocwerkgroepen → Communicatiemiddelen voor stakeholders evalueren, bijsturen		→ Communicatiemiddelen ontwikkelen voor doorstroming informatie over beleidsafspraken, goede praktijkvoorbeelden, nieuwsberichten..	→ Gezamelijke duurzame initiatieven opzetten met stakeholders
Promoten zachte recreatie	→ Aanbod zachte recreatie kwalitatief verbeteren → Aanbod zachte recreatie vrijwaren en creëren binnen ruimtelijke plannen		→ Richtlijnen opstellen voor gemotoriseerde recreatie → Promoten duurzame vakantie met aandacht voor duurzaam vervoer, milieuvriendelijke verblijven en zachte recreatie	
Seizoenspreiding	→ Aanbod off season creëren → Promoten vakanties in off season		→ All weather facilities vergroten → Nieuwe producten ontwikkelen → Prijspolitiek off season bepalen	

Marketing

Kernvragen

Zijn er duurzaamheidscriteria voor de organisatie van evenementen en congressen?
Is er aandacht voor duurzame vormen van toerisme en recreatie?
Wordt er eerlijk gecommuniceerd en geadverteerd?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Duurzaamheidscriteria hanteren bij het samenstellen van arrangementen	→ Meest milieuvriendelijke vervoermiddel promoten, bereikbaarheidsinfo duurzaam vervoer aanbieden. → Aanbod arrangementen + duurzame mobiliteit		→ Packages onderhandelen met carriers openbaar vervoer. → Uitbouwen netwerk logies met ecolabel Groene Sleutel	→ Promoten duurzame toeristische producten in Vlaanderen.
Duurzame evenementen, studiedagen, congressen	→ Duurzaamheidscriteria hanteren bij ondersteuning van evenementen en congressen. → Criteria hanteren voor organisatie evenementen		→ Informatie over duurzame evenementen verspreiden onder stakeholders	
Green marketing	→ Duurzame logies/toeristische producten meer visibiliteit en/of een lagere instapdrempel geven in acties/publicaties.		→ Voorkeur geven aan joint promotions met milieuvriendelijke vervoersmaatschappijen	

Communicatie

Kernvragen

Wordt de kennis over duurzame aspecten intern verspreid?
Wordt de kennis over duurzame aspecten extern verspreid?
Wordt er rekening gehouden met duurzaamheid bij brochures en drukwerk?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Effectiviteit van communicatie en voorlichting	→ Efficiëntie informatiedoorstroming optimaliseren intern en extern: evalueren inhoud en middelen		→ Aanpassen communicatieaanbod en -middelen	→ Promoten duurzame toeristische producten in Vlaanderen.
Communicatie over mogelijke duurzame initiatieven bij klanten en partnerorganisaties	→ Duurzaamheid als vaste rubriek opnemen in bestaande communicatiemiddelen (digitaal, gedrukt, studiedagen)		→ Organiseren van infosessies over duurzame initiatieven	
Duurzame communicatiemiddelen	→ Milieuvriendelijke criteria toevoegen aan bestekken drukwerken → Digitaal vervangt drukwerk waar mogelijk			→ Paperless communicatie

Centrale diensten - Personeel/HRM

Kernvragen

Wordt de medewerkerstevredenheid gemeten?
Worden er mogelijkheden aangeboden voor opleiding en professionalisering?
Is er aandacht voor duurzame mobiliteit voor woon-werkverkeer en dienstreizen?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Organiseren van medewerkers tevredenheidsenquêtes	→ Ontwikkelen enquêtes → Uitvoeren		→ Resultaten enquêtes opnemen in actieplan ter verbetering	
Plan opstellen voor opleiding en professionele ontwikkeling	→ Inventaris opleidingsbehoeften → Planvorming opleiding + budget		→ Organisatieontwikkeling (lange termijn planvorming en competentieontwikkeling → Afstemmen nieuwe beheersovereenkomsten	
Duurzaam vervoersmanagement	→ Terugbetaling openbaar vervoer woon-werkverkeer → Maatregelen dienstreizen: voorkeur meest duurzame opties		→ Regeling voor telewerken → Compensatie vliegreizen voor dienstreizen	

Centrale diensten - Logistiek - Facilitaire zaken

Kernvragen

Wordt er zuinig omgesprongen met energie en water?
Zijn er maatregelen om het papierverbruik te verminderen?
Is er een afvalbeleid?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Invoeren milieuzorgsysteem	→ Registreren cijfers verbruik energie en water. Doelstellingen formuleren over verminderen verbruik → Uitvoeren kleine maatregelen om verbruik te verminderen → Sensibiliseren personeel, sluimerverlies, lichten uitdoen, gebruik liften…		→ Resultaten enquêtes opnemen in actieplan ter verbetering	
Papierverbruik verminderen	→ Sensibiliseren personeel verminderen papierverbruik → Instellen PC en printers voor printen recto verso en/of verkleind		→ Aankoop nieuwe printers	→ Paperless office
Afvalbeleid vastleggen	→ Maatregelen ter voorkomen van afval → Scheiding afval		→ Aankoopbeleid afstemmen op doelstelling afval verminderen	

Centrale diensten - Logistiek - Inkoop en aanbestedingen

Kernvragen

Zijn er duurzaamheidscriteria opgenomen in de overheidsopdrachten?
Wordt er gebruik gemaakt van milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen?
Zijn er duurzame criteria voor catering?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Duurzaamheidscriteria integeren in overheidsopdrachten	→ Opstellen procedures en criteria om overheidsopdrachten te checken op duurzaamheid			
Duurzame schoonmaak	→ Criteria opstellen + beoordelingssysteem → Zoeken leveranciers			→ Enkel gebruik duurzame schoonmiddelen
Duurzame catering	→ Criteria opstellen + beoordelingssysteem → Zoeken leveranciers		→ Fair trade producten voor lunch, drank en versnaperingen. → Automaten met gezonde voeding → Afspraken met tehuizen daklozen… voor overname overschotten	→ Enkel gebruik maken van duurzame catering

Centrale diensten - Financiën

Kernvragen

Is er een planning en controlecyclus voorzien voor de begroting en de premie of subsidieregeling?
Is er voldoende financiële armslag voor de geplande initiatieven?
Is er ruimte voor sponsoring/donatie aan milieu of sociale doelen?

Voorbeelden van acties

Voorbeelden acties	Korte termijn (realiseerbaar 2009)	Status 2009	Middellange termijn (realiseerbaar 2010)	Lange termijn (realiseerbaar voor 2015)
Sponsoring/donatie aan milieu of sociale doelen	→ Personeel betrekken bij keuze initiatieven. Verwerken in sensibiliseringscampagne			→ Jaarlijks percentage van begroting voorbehouden aan sponsoring duurzame initiatieven
Opstellen van beleid en doelstellingen ten aanzien van financiële kentallen	→ Rapporteringscijfers optimaliseren		→ Benchmarken met gelijkaardige instantie (toeristische regio) → Analyseren van in- en output	
E-fakturatie, e-bestelbons, e-accounting	→ Mogelijkheden voor digitalisering bekijken. Juridische aspecten nagaan. Kopie van documenten vermijden			→ Algemeen digitalisering processen: alle processen in hele organisatie digitaal/elektronisch maken

De praktische handleiding die nu voor u ligt, kan u helpen bij de integratie van duurzaamheid in uw toeristisch beleid. Raadpleeg hem als een gids om uw eigen prestaties op het gebied van duurzaamheid op te sporen en te verbeteren. Of gebruik hem als een inspiratiebron vol voorbeelden van provincies, regio's en steden die duurzaamheid alvast hebben opgenomen in hun toeristisch beleid.

toerisme
vlaanderen

Toerisme Vlaanderen
Grasmarkt 61
1000 Brussel
tel. 02 504 03 00

www.toerismevlaanderen.be/duurzaam