

Met vallen en opstaan: de invoering van PMZ bij Nederlandse touroperators

Ramona van Marwijk en René van der Duim
Wageningen Universiteit, Gen. Foulkesweg 13, 6703 BJ Wageningen
Rene.vanderDuim@wur.nl

De introductie door de Vereniging van ANVR Reisorganisatoren (VRO) van een product- en milieuzorgsysteem (PMZ) voor touroperators is niet zonder slag of stoot verlopen. Dit artikel analyseert de invoering van PMZ vanuit een actor-netwerk benadering. Uit het onderzoek blijkt dat er drie groepen touroperators zijn ('tegenstanders', 'sceptici' en 'koplopers'), die vooral 'zachte' maatregelen richting consument treffen. Bovendien beperken de maatregelen zich tot de milieudimensie van duurzaamheid. Voor het verder mobiliseren van touroperators zijn nieuwe acties onontbeerlijk.

1 | Inleiding

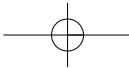
In de laatste decennia heeft een groot aantal eco-labels, certificeringschema's, milieuprogramma's en keurmerken het licht gezien in een poging toerisme milieuvriendelijker te maken (zie bijvoorbeeld Buckley 2002, Font en Buckley 2001, Honey 2002). Veel labels en programma's zijn bekritiseerd vanwege hun gebrek aan kwaliteit, technische inhoud, betrouwbaarheid, onpartijdigheid en effectiviteit (Buckley 2001). Volgens anderen assisteren deze programma's, ondanks hun problemen, toeristische ondernemers wel degelijk bij het identificeren van de milieuconsequenties van hun activiteiten en bij het implementeren van milieumaatregelen en milieuzorgsystemen. Wanneer ze ingebed zijn in een mix van andere vrijwillige en regulerende instrumenten kunnen ze wel degelijk bijdragen aan de versterking van duurzame ontwikkeling als maatschappelijk proces (Honey 2002, Spaargaren en Oosterveer 2004).

Dit artikel analyseert de introductie van een nieuw programma, het Product- en Milieuzorgsysteem (PMZ) voor Nederlandse touroperators die reizen naar het buitenland organiseren vanuit de actor-netwerk theorie. Eerst wordt de actor-netwerk theorie (ANT) zelf uiteengezet. Vervolgens wordt de invoering van PMZ beschreven in termen van de vier fasen die ANT-theoretici onderscheiden (problematiseren, interesseren, werven en mobiliseren), en de kwantitatieve en kwalitatieve veranderingen die daarmee gepaard gaan. Het artikel sluit af met de belangrijkste bevindingen en bediscussieert de toekomst van PMZ.

2 | Actor-netwerk theorie

De actor-netwerk theorie (ANT) is vooral bekend door studies van Callon, Latour en Law (zie Law en Hassard 1999). In de theorie ligt de nadruk op ordenings- en structureringsprocessen, in plaats van op orde en structuur. Volgens aanhangers van de actor-netwerk theorie verlopen deze ordeningsprocessen (in dit geval de introductie van PMZ) met 'vallen en opstaan'. De processen vragen continu om nieuwe inspanningen van de diverse betrokkenen. In het kader van de ANT wordt onderzocht hoe de werkelijkheid geconstrueerd wordt door deze processen van onderhandeling en samenwerking, en hoe die processen bepaalde actoren en praktijken versterken ten koste van andere.

Ordeningsprocessen bestaan uit vier fasen (zie bijvoorbeeld Van der Duim en van Marwijk 2004, Verschoor 1997). In de eerste fase, *problematiseren*, probeert de projectleiding een project als PMZ als belangrijk of zelfs onmisbaar te presenteren aan andere actoren – in dit



INVOERING VAN PMZ BIJ NEDERLANDSE TOUROPERATORS

geval touroperators – door de aard van het probleem te schetsen en vervolgens te suggereren hoe dit opgelost kan worden. In de fase van het *interesseren* probeert men andere actoren te overtuigen. De volgende fase (*werven*) wordt alleen bereikt indien de actoren ook daadwerkelijk geïnteresseerd zijn en mee gaan doen. Door werving trachten actoren (in dit geval de Vereniging van ANVR Reisororganisatoren VRO) het gedrag van anderen (touroperators) in de –door VRO – gewenste richting te sturen. Alleen wanneer het proces van werven succesvol verlopen is kan men spreken over *mobilisering*. Mobilisering is de succesvolle ordening van een netwerk van actoren. Het uiteindelijke doel van dit proces is het samenbrengen van complexe actoren (in dit geval touroperators) in een enkel object of idee (in dit geval PMZ), dat vervolgens kan worden aangewend en verspreid als een vanzelfsprekendheid. De vanzelfsprekendheid garandeert dat daarover niet iedere keer opnieuw onderhandeld hoeft te worden. Touroperators hebben in dat geval PMZ verinnerlijkt.

Om na te gaan in hoeverre het PMZ-project succesvol is doorlopen, zijn in de eerste plaats tien diepte-interviews gehouden met vertegenwoordigers van touroperators die verantwoordelijk zijn voor de invoering van PMZ, en vier interviews met betrokken experts. De tien touroperators werden geworven uit de lijst van ANVR-leden die op het moment van onderzoek (februari 2004) PMZ hadden ingevoerd (n=126). Respondenten zijn willekeurig gekozen, hoewel hun karakteristieken (grootte, aangeboden producten) overeenstemmen met de kenmerken van de steekproefgroep. Echter, de ‘echte’ tegenstanders (touroperators die vanwege PMZ besloten hebben het ANVR-lidmaatschap op te zeggen, n=10 volgens ANVR) zijn niet geïnterviewd. Daarnaast zijn informatieve teksten zoals nieuwsbrieven, PMZ- bulletins en notulen van PMZ vergaderingen geanalyseerd, evenals de maatregelen die de 126 touroperators in het kader van PMZ hebben genomen.

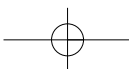
3 | Casestudy: PMZ

De Vereniging van Reisororganisatoren (VRO) van het Algemeen Nederlands Verbond voor Reisorondernemingen (ANVR) heeft in de periode 1999-2002 een systeem ontwikkeld voor productgerichte milieuzorg (PMZ) voor touroperators. Dit artikel laat de voortdurende inspanning van de VRO (en anderen) zien om touroperators betrokken te houden bij het project, c.q. hen te overtuigen van het belang van een volledige doorvoering van PMZ binnen de eigen organisatie. Hieronder worden de vier fasen in het proces geanalyseerd.

3.1 Problematiseren (vanaf 1995)

In 1994 verscheen het rapport ‘Gaan we te ver?’ van de Raad voor Natuurbeheer (1994). Dit verslag inspireerde de eerste debatten over duurzame ontwikkeling van toerisme in Nederland door de principiële vraag op te werpen *‘of we wel zo nodig alles moeten zien en doen wat ons zo aanlokkelijk en interessant toeschijnt en tot welke prijs daartoe ruimte en vrijheid moet worden geboden’*.

Het adviesrapport van de Raad heeft allerlei beleidsontwikkelingen in gang gezet en de noodzakelijke discussie tussen alle betrokken partijen opgestart (Eggink 2000). De ANVR richtte bijvoorbeeld in juni 1995 een interne Werkgroep Duurzaam Toerisme op. De Werkgroep publiceerde onder andere een brochure voor toeristen (‘de reiswereld en de zorg voor het milieu’). In 1995 ging de ANVR op verzoek van de ANWB ook het platform IDUT (Initiatiefgroep Duurzaam Uitgaand Toerisme) voorzitten. Door deze initiatieven kon de ANVR zelf *‘het tempo bepalen’* (Couvreur, persoonlijke communicatie) en die initiatieven nemen die enerzijds een antwoord vormden op de toegenomen maatschappelijke druk om ‘iets met mi-



lieu te doen' en anderzijds de commerciële belangen van reisorganisatoren niet in gevaar te brengen.

In 1998 nam de Nederlandse consultant CREM (Advies en Onderzoek voor Milieubeheer) contact op met de werkgroep over de mogelijkheid om een PMZ-systeem voor touroperators te ontwikkelen, dat voor een subsidie van het ministerie van VROM in aanmerking kwam. De werkgroep besloot na goedkeuring van het VRO-bestuur met CREM in zee te gaan en dus, met andere woorden, PMZ te zien als één van de instrumenten naar een duurzame toeristische ontwikkeling.

CREM ontwikkelde een actieprogramma gebaseerd op twee proefprojecten en verscheidene brainstormsessies. In januari 2001 legde CREM het actieprogramma voor: een boek van 80 pagina's. Aangezien de leden meenden dat het een *'moeilijk, onpraktisch en moeilijk leesbaar document'* was, werd het document herschreven.

In december 2000 keurden de leden en het VRO-bestuur een voorstel goed dat touroperators verplichtte vóór 1 april 2003 een PMZ certificaat te verwerven. Om dit 'PMZ- basiscertificaat' te ontvangen, dient een touroperator een milieubeleidsverklaring en een milieuprogramma op te stellen, een milieucoördinator die de PMZ cursus heeft gevolgd te benoemen, en toe te zeggen geen reisproducten aan te bieden die op de lijst van onverantwoorde reisproducten staan vermeld. De VRO richtte in januari 2001 een onafhankelijke Stichting Milieuzorg op om de programma's te beoordelen en om – naar analogie van de Milieubarometer - bronzen, zilveren of gouden keurmerken toe te wijzen.

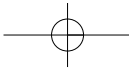
3.2 Interesseren (vanaf 2002)

De volgende stap van VRO was al haar leden te informeren en hen te overreden om het voorgestelde instrument in te voeren. Immers, *'wat reeds in de hoofden van de werkgroepleden zat, zat nog niet in de hoofden van de touroperators'* (Verstoep, persoonlijke communicatie). De kleine winstmarges (normaal 1-3%) voor touroperators, het constant waargenomen 'gebrek aan tijd', de sterke (internationale) concurrentie en de druk van reisbureaus en daarmee focus op prijs in plaats van kwaliteit, inclusief het gebrek aan kwaliteitsbewaking in delen van de reisindustrie zijn enkele verklaringen voor de weerstand van touroperators om PMZ te accepteren. Daarom moesten de touroperators eerst goed worden geïnformeerd.

Allereerst startte VRO met het verzenden van elektronische 'PMZ-bulletins' en het herschreven actieprogramma naar haar leden. Omdat dit programma nog steeds nauwelijks werd gelezen, werd later (april 2003) een samenvatting verstuurd. Een derde actiepunten waren de (eerst algemene en later specifieke per type touroperator) informatieve vergaderingen die VRO organiseerde voor alle PMZ-coördinatoren.

Tijdens deze vergaderingen trachtte VRO de onzekerheid en twijfels van haar leden te verminderen. *'Ongeveer 70-80% van de touroperators toonde weerstand, wij moesten hen werkelijk over de streep halen op de bijeenkomsten'* (Verstoep, persoonlijke communicatie). Gezien de twijfels, onzekerheden en weerstanden van touroperators, besloot VRO de deadline van 1 april te verschuiven naar 1 november 2003.

Vanwege deze onzekerheden en weerstanden werd niet alleen de introductie van keurmerken uitgesteld, maar ook het zogenaamde 'mobiliteitsproject' uit het PMZ pakket gehaald. Het doel van dit project was reizigers in de reisgidsen te informeren over de milieueffecten van verschillende vormen van transport (auto, bus, vliegtuigen, trein, fiets of boot). Echter, binnen de werkgroep bestond grote twijfel over de haalbaarheid van het instrument, vooral wegens het discutabele karakter van de berekeningsmethode en de onmogelijkheid om objectieve normen vast te stellen. Een andere concessie was dat alleen de PMZ-coördina-



INVOERING VAN PMZ BIJ NEDERLANDSE TOUROPERATORS

tot het examen moest afleggen, en niet ook de directeur van het bedrijf.

Samengevat probeerde VRO haar leden te interesseren voor PMZ door het versturen van het actieplan en de bulletins en door sectorvergaderingen te organiseren. Tijdens deze fase zijn enkele ingrijpende veranderingen noodzakelijk geweest om de weerstand van touroperators weg te nemen:

- De VRO introduceerde sectorvergaderingen naast de algemene informatieve vergaderingen;
- De introductie van bronzen, zilveren en gouden certificaten werd uitgesteld tot minstens 2004;
- Het mobiliteitsproject werd niet verder uitgewerkt in het kader van PMZ;
- Slechts de PMZ-coördinator moet het PMZ-examen afleggen (en niet tevens de directeur van het bedrijf);
- Het actieplan werd samengevat;
- De deadline werd uitgesteld (van 1 april 2003 naar 1 november 2003).

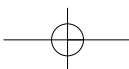
3.3 Werven (vanaf 2003)

Interesseren is alleen succesvol als touroperators PMZ ook daadwerkelijk invoeren. Wat zijn de feiten? Duidelijk is dat zonder verplichting de meeste touroperators PMZ niet zouden hebben ingevoerd. Door het verplichte karakter kon de voorzitter van de Stichting Milieuzorg in maart 2003 de eerste acht PMZ cursusdiploma's uitreiken. Begin oktober 2003 – vlak vóór de officiële uiterste termijn – ontving de 100ste PMZ-coördinator het cursusdiploma. Vanaf dit moment begon VRO herinneringen te verzenden naar de 80 touroperators die nog geen examen hadden gedaan. In februari 2004 voldeed de 126ste touroperator aan zijn verplichting en ontving deze het Basiscertificaat. Inmiddels hebben alle bij de ANVR aangesloten reisorganisatoren aan hun verplichting voldaan. Ongeveer vijf leden hebben hun lidmaatschap beëindigd direct als gevolg van PMZ.

De centrale vraag is nu: 'is PMZ geaccepteerd als nieuw concept?' Deze vraag kan niet simpelweg met 'ja' of 'nee' beantwoord worden. Uit de interviews met tien PMZ-coördinatoren zijn drie typen touroperators af te leiden, te weten 'tegenstanders' (naar schatting 10-15%), 'sceptici' (ongeveer 60-70%) en 'koplopers' (de overige 20-30%) (zie tabel 1, zie ook Tepelus 2001).

Tabel 1 | Identificatie van groepen gebaseerd op meningen en houdingen van PMZ coördinatoren m.b.t. PMZ

Groep	Omschrijvende karakteristieken
Tegenstanders	Accepteren PMZ niet, bieden weerstand, herkennen het probleem maar voelen zich niet verantwoordelijk of in staat om veranderingen door te voeren, nemen geen concrete actie om PMZ in te voeren
Sceptici	Herkennen het probleem, accepteren PMZ met gemengde gevoelens, concrete veranderingen zijn vooral gericht op informatieverstrekking, doorwerking is meer informeel
Koplopers	PMZ is geaccepteerd en werkt als een katalysator, er wordt een reeks van veranderingen gemaakt (informatie, werknemers, producten), doorwerking is meer formeel



Tegenstanders

De 'tegenstanders', een vrij kleine groep, accepteren het door VRO voorgestelde instrument niet. Aanvankelijk toonden deze touroperators zich onverschillig, maar met het dichterbij komen van de deadline, raakten ze steeds meer geïrriteerd vanwege het verplichte karakter van PMZ. Zij tonen geen interesse om de problemen die het toerisme veroorzaakt op te lossen, waarschijnlijk omdat ze de mogelijkheden om zelf iets te veranderen laag inschatten. De reisorganisator is immers mede afhankelijk van andere dienstverleners in de toeristische keten (vervoerders, hoteliers e.d.). Bij de tegenstanders beperken de concrete resultaten van PMZ zich tot benoeming van een PMZ-coördinator en de publicatie van de milieubeleidsverklaring op de website.

Box 1: Karakteristieke uitspraken tegenstanders

- 'We hebben wel wat beters te doen dan met het milieu bezig te houden, het gaat om vakanties verkopen'
- 'Ik vind het wel een beetje dubbel om te zeggen 'we kunnen er zelf niks aan doen', het is misschien meer van 'we willen er zelf niks aan doen''
- 'We vinden PMZ eerder lastig dan dat het een meerwaarde heeft'

Sceptici

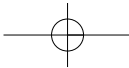
Een tweede groep touroperators, de 'sceptici', staat in dubio: deze touroperators onderstrepen de duurzaamheidsproblemen die het toerisme veroorzaakt en vinden het belangrijk om zich hiermee bezig te houden. Tegelijk storen ze zich aan het verplichte karakter van PMZ. Het verschil met de 'tegenstanders' is dat ze PMZ accepteren (hoewel met gemengde gevoelens) en inderdaad al actie ondernomen hebben, zoals het informeren van hun reizigers of het evalueren van de aangeboden producten vanuit een PMZ perspectief.

Box 2: Karakteristieke uitspraken sceptici

- 'Aan de ene kant vind ik het wel leuk, aan de andere kant denk ik van ja, het is opgelegd door de ANVR, en je hebt het toch al druk dus waarom komt het er ook nog eens bij'
- 'PMZ is echt iets van deze tijd en het is ook goed dat er aandacht aan wordt besteed, maar de ANVR is degene die het oplegt'
- 'PMZ is leuk, maar niet noodzakelijk, het is niet in het belang van de veiligheid van een ieder'
- 'Ik vraag me af in hoeverre het zal slagen'

Koplopers

Voor de 'koplopers' werkt PMZ als een katalysator die hun inspanningen structureert en naar duurzaamheid stuurt. Deze touroperators ondernamen al actie op het gebied van duurzaamheid voordat PMZ werd geïntroduceerd. Hier zijn verschillende redenen voor. Sommige acties zijn namelijk inherent aan de manier van reizen (zoals verplaatsen in kleine groepen, verblijven in lokale accommodatiefaciliteiten, eten in lokale restaurantjes en gebruik maken van lokaal vervoer). De achtergrond van het personeel dat bij de touroperator werkt blijkt eveneens



INVOERING VAN PMZ BIJ NEDERLANDSE TOUROPERATORS

een belangrijke factor te zijn. Personeel met een achtergrond in ontwikkelingsstudies of personeel dat zelf in het buitenland heeft gewoond, is vaak ontvankelijker voor het ontwikkelen van duurzaam toerisme. Een derde reden is de filosofie of de gewenste uitstraling van het bedrijf. Een touroperator die zich 'uit zichzelf' al aansluit bij duurzame initiatieven loopt al een stap voor. PMZ heeft bij deze groep geleid tot een meer structurele basis voor het ontwikkelen van duurzame producten. Dit betekent dat de PMZ-coördinatoren 'officieel' tijd hebben gekregen om PMZ in te voeren. Het meest efficiënt is om een PMZ-team van minstens twee personen installeren: *'Het is makkelijker als je ergens met z'n tweeën voor staat, dan heb je je aan je afspraken te houden. Dan heb je minder snel de neiging om het op de lange baan te schuiven.'*

Box 3: Karakteristieke uitspraken van de koplopers

- 'Er is nu een meer structurele basis voor het invoeren, er is nu een team dat eraan werkt'
- 'We willen een actieve rol spelen in de discussie omtrent duurzaam toerisme, dat betekent dat je geld en tijd wilt investeren'
- 'PMZ is onderdeel van de bedrijfsvoering geworden, zowel intern als extern. Wat de doorwerking betreft, daar moet je actief in zijn en dat ben ik'
- 'Ik heb er een artikel aan gewijd in een vakblad, ik ben er toch best trots op'

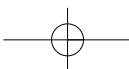
Maatregelen

De volgende vraag is: welke maatregelen nemen touroperators in het kader van PMZ? Touroperators zijn verplicht om minstens één maatregel op elk van de volgende vijf gebieden te treffen: vervoer, verblijf, vermaak, informatie en interne milieuzorg. De analyse toont aan dat de meeste touroperators veel meer dan één maatregel per onderdeel nemen (zie tabel 2), slechts twee van de 126 hebben de minimale vijf maatregelen genomen.

Tabel 2 | Aantal maatregelen genomen door touroperators

Item	Aantal maatregelen
Vervoer	2,6
Verblijf	2,4
Vermaak	2,4
Informatie	4,2
Intern	4,5

De meeste getroffen maatregelen zijn verwant aan interne milieuzorg. Deze maatregelen zijn vrij gemakkelijk uit te voeren en te controleren. Dit geldt ook voor maatregelen op het gebied van informatie, waar de touroperators er gemiddeld vier van nemen. Zij informeren hun cliënten bijvoorbeeld over de Blauwe Vlag of de ECPAT- campagne (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) of wijzen op het werk van Wereld Natuur Fonds of het Nederlands Comité voor IUCN (NC-IUCN). De andere drie gebieden (vervoer, verblijf en vermaak) krijgen min of meer evenveel aandacht met gemiddeld ruim twee maatregelen. Touroperators stellen gemiddeld 13,6 maatregelen voor, bijna drie keer zo veel dan het minimumvereiste. In totaal hebben de 126 touroperators 1710 maatregelen op-



gesteld, waarvan meer dan 87% betrekking heeft op de milieudimensie van duurzaamheid (zie tabel 3).

Tabel 3 | Aard van de maatregelen

	Zacht	Hard	Totaal
planet	75,1%	12,2%	87,3%
profit	4,4%	0,4%	4,8%
people	1,9%	0,2%	2,1%
combinatie	3,3%	2,5%	5,8%
Totaal (n=1710)	84,9%	15,1%	100,0%

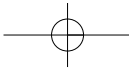
(zacht betekent 'informereren', 'onderzoeken' etc.; hard zijn specifieke en meetbare maatregelen)

Tabel 3 toont dat de getroffen maatregelen zich niet alleen vooral tot 'milieuproblemen' beperken maar ook 'zacht' zijn. Dit betekent dat ze niet specifiek en meetbaar zijn, bijvoorbeeld doordat niet wordt aangegeven *wanneer* de maatregel ingevoerd moet zijn of dat niet duidelijk is *hoe* de maatregel ingevoerd gaat worden. Vaak bevatten maatregelen termen als 'informereren', 'stimuleren', 'onderzoeken' in plaats van meetbare doelen.

Tabel 4 toont dat de meeste van de top-10 van opgestelde maatregelen intern gericht zijn. Bijna alle touroperators informeren hun cliënten over PMZ. Deze maatregel is relatief gemakkelijk uit te voeren, vooral omdat VRO haar leden een lijst met tips heeft gestuurd die doorgestuurd kan worden naar toeristen. De gebieden 'vermaak' en 'vervoer' krijgen relatief minder aandacht. De genoemde maatregel onder 'vermaak' (zie maatregel 8) is relatief vaak genoemd omdat touroperators verplicht zijn geen onverantwoorde producten en souvenirs aan te bieden. De eerste transportmaatregel staat op de gedeelde tiende plek, ondanks dat transport (gezien de impacts op natuur en milieu) de achilleshiel van het toerisme is (Peeters 2003, Gössling 2002).

Tabel 4 | Top-10 maatregelen genomen door touroperators (n=126)

Maatregel	Item	Percentage
1 Klanten vooraf informeren over het belang van PMZ en milieumaatregelen/tips	Informatie	93%
2 Scheiden van afval	Intern	71%
3 Vermindering papierverbruik	Intern	70%
4 Reductie stroom- en energieverbruik	Intern	66%
5 Accommodatieverschaffers en/of agenten informeren en stimuleren/adviseren omtrent PMZ en de gewenste milieuaspecten	Verblijf	60%
6 Voorkeur voor milieuvriendelijke hotels bij inkoop (evt. gebruik maken van een checklist bij inkoop)	Verblijf	59%
7 Vermindering verspreiding brochures	Informatie	57%
8 Onderzoeken van de milieueffecten van activiteiten en de minst belastende aanbieden	Vermaak	53%
9 Personeel informeren/trainen over PMZ	Informatie	49%
10 Stimuleren milieuvriendelijk vervoer naar Schiphol of plaats van vertrek	Vervoer	47%
11 Gebruik milieuvriendelijke kantoorartikelen	Intern	47%



INVOERING VAN PMZ BIJ NEDERLANDSE TOUROPERATORS

Eén van de doelstellingen van PMZ is het bewerkstelligen van intensiever contact over milieukwesties tussen de diverse actoren in de toeristische keten. Deze belofte moet echter nog worden waargemaakt. De meeste (informatieve) maatregelen zijn gericht op de toerist; slechts één van de in totaal 12 informatieve maatregelen is gericht op de lokale agent. Ook de interviews toonden aan dat de touroperators lokale agenten nauwelijks betrekken bij hun pogingen om toerisme te verduurzamen.

3.4 Mobiliseren

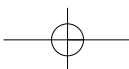
Als 'interesseren' succesvol is, kan men spreken over de mobilisering van het netwerk en de betrokken actoren. Duidelijk is dat mobilisering in deze casestudy nog verre van voltooid is, aangezien de meeste touroperators (nog) niet actief bezig zijn PMZ volledig in te voeren. PMZ wordt nog steeds veel betwist, bediscussieerd en is nog 'jong en groen'. In termen van actornetwerk theorie blijkt het ordeningsproces tot nu toe te zwak om tot verdere mobilisering te leiden. De meerderheid van touroperators zal PMZ niet zelf verder ontwikkelen en wacht nieuwe initiatieven van de VRO af.

4 | Complexiteit van het veranderingsproces

De analyse van de introductie en ontwikkeling van PMZ laat zien dat tijdens het proces de inhoud van PMZ meerdere malen en beduidend is veranderd. PMZ is het resultaat van de inspanningen van vele organisaties, mensen en dingen. Zonder de subsidie van VROM zou PMZ niet ontwikkeld zijn. Zonder Couvreur, directeur van de ANVR en later van de VRO (en oprichter van de Werkgroep Duurzaam Toerisme) zou PMZ nooit geïntroduceerd zijn. En zonder het bindende besluit zou PMZ niet door touroperators zijn ingevoerd. Maar PMZ heeft wel geleid tot belangrijke veranderingen. Deze kunnen aan de hand van vijf aandachtspunten worden geanalyseerd (zie o.a. Verschoor 1997).

Kwantitatieve veranderingen

In de eerste plaats heeft de invoering van PMZ geleid tot *kwantitatieve veranderingen*. Nieuwe elementen (mensen en organisaties, machines, keurmerken, procedures, wijzen van vervoer en ordening) werden toegevoegd en andere elementen verdwenen uit het werk van touroperators. Zo was PMZ een katalysator voor het vestigen van verbanden tussen bijvoorbeeld touroperators en niet-gouvernementele organisaties. Maar ook adviseurs, personeelsleden van de NHTV in Breda, PMZ-cursussen, examens, de bulletins en de certificaten kwamen in het spel. Toen het Wereld Natuur Fonds de ANVR bijvoorbeeld benaderde om samen te werken in het kader van de campagne 'Kijken, kijken, niet kopen', werden bepaalde souvenirs verboden. Het Nederlands Comité voor IUCN (NC-IUCN) startte in 2000 een project genaamd 'Toerisme voor Natuur, Natuur voor Toerisme' waarin de nadruk werd gelegd op de positieve mogelijkheden die toerisme kan bieden aan natuurbehoud in samenwerking met de lokale bevolking op bestemmingen. Nederlandse touroperators worden hiertoe in contact gebracht met lokale natuurbeschermingsorganisaties en/of -projecten in bestemmingslanden en de mogelijkheid geboden natuurbescherming en lokaal natuurbeheer te ondersteunen. EC-PAT-NL werkt nauw samen met ANVR die sinds 1996 een gedragscode tegen commerciële seksuele uitbuiting van kinderen heeft. Per 1 oktober 2001 dienen alle ANVR leden verplicht in hun brochures een informatieve tekst tegen kinderprostitutie op te nemen, en hun reispersoneel op risicobestemmingen voor te lichten over kinderprostitutie. ANVR had ook al contact met de NHTV, aangezien NHTV lid is van de ANVR Werkgroep Duurzaam Toerisme. Door deze



verhouding werd een nieuw product onderdeel van het netwerk van touroperators: de PMZ-cursus. Dit impliceerde ook een andere verandering: CREM maakte niet langer deel uit van het netwerk.

Kwalitatieve veranderingen

Vanzelfsprekend impliceren kwantitatieve veranderingen ook *kwalitatieve veranderingen*. PMZ heeft onmiskenbaar bijgedragen tot de bewustwording van negatieve gevolgen van toerisme. Dit proces is echter niet alleen pas gestart, maar zal steeds opnieuw om inspanningen vragen. Het maakt deel uit van ordeningsprocessen en het is onmogelijk om het proces van ordening voor eens en voor altijd te voltooien (Van der Duim 2004). Duurzame toeristische ontwikkeling is een ononderbroken proces van sociaal leren, ordenen, herordenen en weer bijeenbrengen van toerisme en haar gevolgen (zie Barry en Slater 2002).

Eigenschappen

Ten derde is de invoering van PMZ ook van invloed op de wijze waarop touroperators benaderd kunnen worden vanwege nieuwe *eigenschappen* waarmee ze zich toebedeeld vinden. Vanaf het moment dat een touroperator het PMZ-certificaat ontvangt, wordt de touroperator niet langer alleen geassocieerd met reisproducten, maar ook met milieukwesties. Dit verandert de (morele) aansprakelijkheid van de touroperator, hoewel velen (zoals touroperators, consumenten, maar ook media) zich de ingrijpende gevolgen van deze verandering niet realiseren.

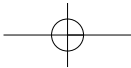
Verder is ook de ANVR veranderd. De brancheorganisatie is niet langer alleen een formele organisatie, maar ook een direct aanspreekpunt voor PMZ-coördinatoren. Zoals één van hen verklaarde: *'Het is gemakkelijker voor me om hulp te krijgen wanneer ik vragen heb, omdat ik contacten met ANVR via PMZ heb'*.

Vernieuwbare hulpbronnen

Aangezien touroperators op bepaalde punten hun doelstellingen moeten veranderen, verandert ook de wijze waarop deze doelstellingen worden geconcretiseerd (Verschoor 1997:208). Uiteindelijk moet PMZ ertoe leiden dat *vernieuwbare hulpbronnen de niet-vernieuwbare vervangen*. Het thuis kunnen uitprinten van reisbescheiden bespaart papier en transportkosten. Verder is informatie steeds vaker digitaal beschikbaar en verzenden touroperators dus minder brochures naar klanten. Er zijn op dit punt aanzienlijke besparingen gemeld (Klep, persoonlijke communicatie). Touroperators steunen ook initiatieven als 'Cool Flying' of 'Trees for Travel', die compensatie bieden voor de door luchtvervoer veroorzaakte emissie door bomen te planten.

Verinnerlijking

Een laatste verandering betreft de *mate waarin touroperators PMZ hebben verinnerlijkt*. Alle ANVR touroperators bezitten een certificaat. Dit bezit toont echter niet *hoe* touroperators PMZ precies hebben ingevoerd. Zelfs onze analyse van 126 milieuprogramma's en de gesprekken met tien touroperators onthullen slechts gedeeltelijk de complexe ordeningsprocessen binnen en tussen touroperators, ANVR en andere betrokken partijen. Duidelijk is dat milieumaatregelen continu worden afgewogen tegen 'commerciële belangen'. Mede daardoor zal PMZ steeds voorwerp van discussie blijven, en zullen nieuwe stappen van de ANVR/VRO niet zonder onderhandeling geaccepteerd worden.



INVOERING VAN PMZ BIJ NEDERLANDSE TOUROPERATORS

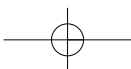
5 | Conclusie

De introductie van PMZ bij Nederlandse touroperators is een lang en gecompliceerd proces geweest. Als innovatie in duurzaam toerisme is PMZ in zoverre effectief dat nu alle ANVR touroperators een milieubeleidverklaring en een milieuprogramma hebben geformuleerd, een PMZ-coördinator hebben benoemd, en verklaard hebben geen onverantwoorde reisproducten aan te bieden. Het verplichte karakter van PMZ is daarbij doorslaggevend geweest. Behalve de 'koplopers' zijn de meeste touroperators nog 'sceptisch'. Opvallend is dat de mate van betrokkenheid van de touroperators niet samenhangt met het type product dat wordt aangeboden. De organisatiecultuur van het bedrijf is waarschijnlijk een belangrijkere factor. De grootte van het bedrijf speelt ook een rol: de grotere bedrijven zijn meer in staat tijd en middelen vrij te maken om PMZ te implementeren, terwijl zij aan de andere kant ook veel verschillende producten aanbieden en samenwerken met talloze belanghebbenden.

Niet alleen het verplichte karakter heeft meegewerkt aan een succesvolle invoering. De PMZ-drempel was en is nog zo laag dat bijna alle producenten het PMZ-Basiccertificaat konden verdienen. Er bestaat nog geen standaard of referentiepunt waaraan de wijze van invoering van PMZ kan worden afgemeten. Niettemin, PMZ is zinvol als keuzecriterium voor consumenten, zoals het ANVR-lidmaatschap in het algemeen is, maar het zal hoogst waarschijnlijk niet veel aankoopbesluiten door toeristen beïnvloeden (Font en Buckley 2001:22). De tamelijk algemene criteria en de lage drempel belemmeren ook een efficiënte monitoring en leiden niet tot een milieu- of duurzaamheidsrapportage. Het is dan ook nog onduidelijk hoe ANVR de invoering van de maatregelen gaat controleren. Samenwerking met andere internationale certificatieregelingen (als ISO-normen) zijn voorlopig in de ijskast gezet. Het effect van PMZ lijkt daarmee beperkt tot een verhoogd bewustzijn van aan toerisme gerelateerde milieukwesties, een betere interne milieucontrole, een intensivering van milieu-informatie naar toeristen, en meer contacten tussen touroperators en initiatieven die door organisaties als EC-PAT, NC-IUCN en WNF worden genomen. Maar ook initiatieven als Cool Flying en Trees for Travel profiteren van de introductie van PMZ, evenals hulporganisaties zoals Amnesty Internationaal, die steeds vaker genoemd worden in brochures van Nederlandse touroperators.

Nadere uitwerking om de daadkracht van PMZ te vergroten is noodzakelijk. Daarbij dienen de volgende drie wegen te worden gevolgd.

In de eerste plaats moet PMZ verfijnd en uitgebreid worden. Dit kan door het *verbreden* (meer 'people' en 'profit' in plaats van hoofdzakelijk 'planet') en *verdiepen* van PMZ (Visser, persoonlijke communicatie). Verbreden betekent dat PMZ meer opschuift in de richting van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Uitwisseling van ervaringen en kennis met organisaties in andere sectoren is daarvoor noodzakelijk. Verdiepen betekent dat maatregelen niet alleen gericht zijn op consumenten, maar ook op andere actoren in de keten (lokale agenten, transportbedrijven, accommodatiehouders, gidsen). Het aanbieden van kant en klare projecten door bijvoorbeeld natuurbeschermings- of lokale ontwikkelingsorganisaties, de verspreiding van 'good practices' en de ontwikkeling van technologieën die bij kunnen dragen aan het bereiken van tastbare resultaten zijn eerste vereisten om PMZ-coördinatoren gemotiveerd te houden. Belangrijk is dat deze handvatten specifiek voor elke productgroep zijn. Met andere woorden: er moeten 'hapklare brokken' worden aangeboden voor alle categorieën touroperators. Dit is belangrijk omdat verdieping anders niet plaats kan vinden. Bij verre reizen is qua 'people' en 'profit' nog veel te bereiken, terwijl bij vliegvakanties binnen Europa op het gebied van 'planet' aanzienlijk meer alternatieven zijn (met name vanwege andere mogelijke vervoerswijzen).

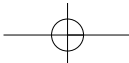


Ten tweede dienen nieuwe organisaties in het netwerk opgenomen te worden: (niet-gouvernementele) organisaties die touroperators kunnen assisteren bij de ontwikkeling van nieuwe producten en het implementeren van maatregelen; organisaties uit andere sectoren die de ANVR kunnen ondersteunen bij het verbeteren van het PMZ-systeem; verenigingen van touroperators in andere landen om de impact van PMZ te verhogen; vergelijkbare systemen die in andere contexten effectief blijken te zijn enz. Om de invoering te versnellen – hoewel dit een belangrijke beleidskeuze van het VRO bestuur is – zou de ANVR ervoor kunnen kiezen om eerst met de top-10 bedrijven en de koplopers samen te werken. Op deze manier heeft een verdiepte en verbrede PMZ invloed op 60-70% van de georganiseerde markt. De invoering van een duurzaamheidsrapportage voor deze categorie touroperators zou integraal onderdeel van de volgende stap moeten zijn. Voor kleinere bedrijven zou een minder strikte variant van PMZ kunnen worden toegepast. Kleine bedrijven, voornamelijk die met minder dan 15 werknemers, zijn vaak niet in staat een jaarlijks duurzaamheidsrapport samen te stellen. Die bedrijven kunnen jaarlijks in vergaderingen worden bijeengeroepen om de voortgang te bewaken.

Ten derde zou PMZ uiteindelijk moeten ijveren voor een – minstens Europees – label, een efficiënt controleproces, gedetailleerde en technische criteria voor verschillende soorten toeristische activiteiten, meerdere certificeringsniveaus, een hoge transparantie en een openbare toegankelijkheid van informatie (zie Buckley 2001). Het zal duidelijk zijn dat hiervoor nieuwe onderhandelingen tussen betrokken partijen noodzakelijk zijn. Dat vervolgstappen opnieuw tot samenwerking zal leiden en dat de mate van succes onvoorspelbaar is, staat buiten kijf.

Literatuur

- Barry, A. & D. Slater (2002) Introduction: The Technological Economy. *Economy and Society* 31 (2) (Special Issue), 175-193.
- Buckley, R.C. (2001) Major Issues in Tourism Ecolabelling. In X. Font & R.C. Buckley, *Tourism ecolabelling: certification and promotion of sustainable management* (pp. 19-26). Wallingford: CABI.
- Buckley, R.C. (2002) Tourism Ecolables. *Annals of Tourism Research* 29 (1), 183-208.
- CREM (ongedateerd) *Sustainable tourism, recreation and sports*. Op: <http://www.crem.nl/pagesen/recreatie.html> 12/2003.
- Duim, V.R., van der (2004) Rethinking sustainable tourism development: An Actor-network perspective. In H. Mommaas, K. Breedveld, & B. Bargeman, *De veranderende tijd: opstellen over tijd en vrijetijd*. Tilburg: Tilburg University.
- Duim, V.R., van der & R. van Marwijk (2004) *The implementation of PMZ in the Netherlands: an actor-network perspective*. ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education) Proceedings. Paper gepresenteerd op de jaarlijkse ATLAS conferentie te Napels, 3-6 April 2004.
- Font, X. & R.C. Buckley (2001) *Tourism ecolabelling: certification and promotion of sustainable management*. Wallingford: CABI.
- Eggink, H. (2000) Beleidsontwikkelingen op het vlak van uitgaand toerisme in relatie tot biodiversiteit. *Ecologie & Ontwikkeling, special Natuur & Toerisme*, Mei 2000, 10-13. Amsterdam: NC-IUCN.
- Gössling, S. (2002) Global environmental consequences of tourism. *Global environmental change part A*, 12 (4) 283-302.
- Honey, M. (2002) *Ecotourism and certification: setting standards in practice*. Washington, DC: Island Press.
- Law, J. (1994) *Organizing Modernities*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Law, J. & J. Hassard, (1999) *Actor Network Theory and After*. Oxford: Blackwell Publishers / The Sociological Review.



INVOERING VAN PMZ BIJ NEDERLANDSE TOUROPERATORS

- Peeters, P. (2003) De toerist, de reis en de aarde. Over de samenhang tussen toerisme, transport en ecologie. *Vrijtijdstudies* 12 (1), 17-28.
- Spaargaren, G. & Oosterveer, P. (2004) Alle begin is omstrede. Het EU ecolabel als startschot voor de ecologische modernisering van het vakantiedrag. *Vrijtijdstudies* 22 (2), 92-95.
- Tepelus, C.M. (2001) Aiming for Sustainability in the Tour Operating Business. In: *Proceedings of the 7th European Roundtable on Cleaner Production*, 2-4 May 2001, Lund, Sweden.
- Verschoor, G. (1997) *Tacos, Tiendas and Mezcal. An actor-network perspective on small-scale entrepreneurial projects in Western Mexico*. Proefschrift, Wageningen Universiteit.
- VRO (2002) *PMZ Bulletin 6*. Elektronisch bulletin voor VRO leden 09/08/02.
- VROM (2003) *De implementatie van PMZ in Nederland*. Op: <http://www.productmilieu.nl/downloads/milieu3163.pdf> 03/2004.

