

view



Branchemagazine, de wereld achter het reizen nr 1 - januari 2012



Visie op de reisbranche in 2025

**Overheidsaanbestedingen
buitenlandse dienstreizen**

**Motion Festival
met LEF!**

**Consumentenautoriteit:
reisindustrie speerpunt**

Vakantiebeurs 2012 met twee vakdagen voor reisprofessionals

Veel belangstelling voor Masterclass 'In Touch with the Future' en ANVR-programma 'Changes in Tourism'

*** Pim Kisjes

Nieuwe technologie en digitale mediaconcepten in de reisbranche. Wetenschappelijke verdieping en gerichte innovatie van duurzaamheid en daarmee samenhangende veranderingen in het toerisme. Aldus de onderwerpen van de twee vakdagen op de Vakantiebeurs 2012. Reisprofessionals kwamen er ogen en oren tekort. Zowel de Masterclass 'In Touch with the Future' van Reiswerk en NHTV internationaal hoger onderwijs Breda, als het ANVR-programma 'Changes in Tourism', gaf een fascinerende blik op een toekomst die nu al op de deur klopt.

Wat beide vakdagen, gehouden in het geheel vernieuwde Media-plaza van de Jaarbeurs Utrecht, gemeen hadden was de samenwerking met onderwijs en wetenschap. Naast Reiswerk, dat haar masterclass samen met NHTV internationaal hoger onderwijs Breda organiseerde, zorgden de aanwezigheid van de Zweedse keynote speaker professor Stefan Gössling PhD en CeLToR - Centre for Leisure and Tourism Research, een samenwerkingsverband tussen het voornoemde NHTV Breda, de Universiteit Tilburg en Wageningen University & Research Centre, tijdens het ANVR-programma voor een meer dan wetenschappelijk tintje. In zijn welkomtspeech, waarin hij de Vakantiebeurs bedankte voor haar medewerking en aanstipte dat Trees for Travel tekende voor het CO2-neutraal maken van de bijeenkomst, stond ANVR-directeur Frank Oostdam uitgebreid stil bij de innovatie en

verdere verdieping van duurzaam toerisme, zoals de ANVR die voor ogen staat.

Relevantie

"De titel 'Changes in Tourism' staat voor wat wij beogen als het om duurzaam toerisme gaat: verandering en innovatie", aldus Oostdam, die vervolgens refereerde aan zijn uitreiking van de 'Groene Veer' aan Sawadee Reizen een dag eerder op de Dutch Tourism Expo. Sawadee Reizen won de onderscheiding door haar opmerkelijke initiatief om haar klanten op reis een navulbare waterfles mee te geven wat veel afval aan plastic flessen scheelt. "Het toerisme gaat door met het verder werken aan duurzaamheid. Dat is geen kunstje, of iets wat je er even bijdoet, daar moet je voortdurend mee bezig zijn. Met onze constante duurzaamheidsaanpak onderscheiden wij ons als branche en zijn we smaakmaker, omdat we duurzaamheid



Prof. Stefan Gössling (l.) en Frank Oostdam (r.)

in onze bedrijfsvoering integreren. Dat zorgt voor onderscheidend vermogen, maar er is meer: relevantie. Heb je het alleen over je onderscheidend vermogen als bedrijf, dan kijk je naar de consument als groep. Maar vergeet daarbij je individuele klant niet. En vooral niet hoe die klant denkt over duurzaamheid. De kernvraag bij duurzaamheid is:

wat is voor mij als bedrijf daarbij relevant? En ook: hoe kan ik me met anderen verbinden voor meer relevantie? In onderlinge zakelijke verhoudingen en relaties zal duurzaamheid een steeds grotere rol spelen. Zo zal aan steeds meer bedrijven gevraagd worden wat zij aan duurzaamheid doen. Ofwel, deugt het bedrijf waarmee ik zaken ga of



Sylvia Kohlmann overhandigt het eerste exemplaar van 'Het Nieuwe Reizen' aan ANVR-directeur Frank Oostdam.

'Ontdek Het Nieuwe Reizen' is geschreven door Suzanne Heuts en Kees van Teeffelen. Eindredactie: Kees van Teeffelen. Illustraties: Rob Derks, Studio Noodweer, Nijmegen. Vormgeving: Mike van de Mortel. ISBN 978 94 6016 028 8.

Primeur: boekje 'Ontdek Het Nieuwe Reizen'

Na het verwelkomen van de inleiders van de parallelsessies - met nadruk professor Stefan Gössling PhD uit Zweden en Chris Thompson van Green Tiger Limited - overhandigde Sylvia Kohlmann van Informatie Verre Reizen het eerste exemplaar van het boekje 'Ontdek Het Nieuwe Reizen' aan Frank Oostdam. Onder Het Nieuwe Reizen wordt een manier van reizen verstaan waarbij je in een rustig tempo met aandacht

voor je omgeving, de natuur en de bevolking reist, in plaats van dat je van de ene hotspot naar de andere rent. Naast dat Het Nieuwe Reizen meer kans biedt op leuke contacten en bijzondere ervaringen, levert het niet alleen de toerist meer op, maar hebben ook de lokale bewoners en het milieu er baat bij. Een luchtig geschreven en humoristisch geïllustreerd boekje dat aanzet tot nadenken over je manier van reizen en inspiratie biedt om het net even anders te doen.

'In Touch with the Future'

Op dinsdagmorgen 10 januari vond de Masterclass 'In Touch with the Future' plaats, georganiseerd door Reiswerk en NHTV internationaal hoger onderwijs Breda. De uitnodiging voor dit evenement zorgde voor nieuwsgierigheid: *'Je loopt je hotelkamer binnen in New York. Lekker temperatuurtje hier, de airco staat op 20 graden, precies zoals je wilt. Ah! Je koffer is goed van de luchthaven gekomen. Terwijl je je koffer pakt schakelt het mediasysteem naar jouw itunes-account voor je favoriete muziek. Je ziet dat de wekker al op half 8 staat, want dan moet je er uit voor je ontbijt en excursie de volgende dag.'*

Hoe innovatieve digitale mediaconcepten de wereld van het reizen gaan veranderen en welke rol de reisondernehmung van nu daarin speelt; waren de centrale elementen tijdens deze masterclass. De presentatie was in handen van ANVR-directeur en voorzitter van het bestuur van Reiswerk, Frank Oostdam en Hans Bouwknegt, associate professor bij de Academy for Digital Entertainment aan de NHTV en afkomstig uit de media-industrie. Voor een gehoor van ruim 300 werkgevers en werknemers in de reisbranche en vertegenwoordigers van het toeristisch onderwijs ontrolde zich een boeiende toekomstvisie over de reisondernehmung van de toekomst, met ruime aandacht voor de zich razendsnel ontwikkelende technologie en digitalisering. Al in het stadium waarin reisondernehmungen nog maar net voorzichtig aan de introductie en het gebruik van social media beginnen te snuffelen, doen nieuwe technologieën alweer hun intrede. Niet meedoen betekent het risico de boot te missen en kansen te laten liggen. Om de aanwezigen te inspireren werd een bedrijfsmodel van een toekomstige reisondernehmung gepresenteerd.

'Toekomstvisie op Toerisme 2025'

Dat ook de ANVR zelf nadenkt over de toekomst van de branche, bleek uit het betoog van Frank Oostdam, die onder meer stilstond bij het onderzoeksrapport van NHTV, uitgevoerd in opdracht van

wil gaan doen? Wat doen zij aan duurzaamheid? Ook medewerkers zullen zich dat in de toekomst steeds meer gaan afvragen. Deugt het bedrijf waar ik werk of wil gaan werken qua reputatie in duurzaamheid en MVO? Duurzaamheid wordt daarom ook belangrijker op de arbeidsmarkt. Als ANVR en als reisbranche nemen wij onze verantwoordelijkheid met tal van activiteiten. Met het Travelife webbased registratiesysteem helpen we hotels om duurzaam te opereren. Met de introductie van het Travelife-

managementsysteem dit jaar bij reisagenten helpen wij hen om duurzaam toerisme in hun organisatie te integreren. En met het IDH werken we aan de training van incoming agents, als belangrijke schakel om op de locatie aan duurzaamheid te werken. Met de samenwerking met nieuwe partijen als CBI en MVO Nederland gaan we een nieuwe fase in. De ANVR zit kortom niet stil als het om duurzaam toerisme gaat. Ook in 2012 gaan we er weer druk mee aan de slag!"

Reiswerk, getiteld: 'Toekomstvisie op Toerisme 2025'. In dit rapport, met daarin de gezamenlijke reisbranchevisie van diverse CEO's van reisondernemingen, staan allerlei ontwikkelingen genoemd die de reisbranche zullen gaan beïnvloeden. Technologische, economische en politieke ontwikkelingen, samen met de klimaatverandering en zijn gevolgen. Frank Oostdam benadrukte dat de reisbranche het ondanks de crisis zeker niet slecht doet, maar dat het nodig is om te blijven vernieuwen en van transactie over te stappen naar interactie. Waar de innovatie binnen de reiswereld eerst vooral productgericht verliep, zal die nu vooral op interactie met de klant gericht moeten worden, aldus Oostdam. Het rapport 'Toerisme 2025' is binnenkort beschikbaar via Reiswerk.nl.

Reisprofessional van de toekomst

Hans Bouwknecht van NHTV nam zijn gehoor vervolgens mee op een reis door nieuwe en toekomstige technologische ontwikkelingen en nieuwe digitale mediaconcepten, samen met een uitleg over wat die betekenen voor de reisprofessional van de toekomst. Digital Media

Concepts, het lectoraat voor onderzoeksvraagstukken van Hans Bouwknecht bij NHTV, houdt zich bezig met vragen over de effecten van digitalisering op de samenleving. Over hoe internet, televisie, games, tijdschriften, radio en telefonie zinvol kunnen worden ingezet in creatieve concepten. En ook over hoe het medialandschap er over tien jaar uitziet. In zijn inleiding schetste Hans Bouwknecht een toekomstvisie op de snelle ontwikkelingen in de digitale media, waaronder 'ubiquitous media'; de digitale, zichtbare en onzichtbare media die overall om ons heen zijn. Met als belangrijke vraag en uitdaging hoe de juiste informatie op een intuïtieve manier bij de juiste persoon te krijgen. Volgens Bouwknecht kan dat door een duidelijk herkenbaar en tevens veelzijdig gebruiksportfolio (concept). Door technologie: welke chips en apparaten gaan ervoor zorgen dat de media altijd binnen bereik is? En door data: zonder informatie over een persoon kunnen ook geen media gemaakt worden die informatie op een intuïtieve manier ontsluit. Ook bij het steeds belangrijker aandachtspunt 'privacywetgeving' stond Hans Bouwknecht stil. Ook zijn presentatie is binnenkort beschikbaar op Reiswerk.nl

'The future is green!' – professor Stefan Gössling PhD

Keynote speech 'Changes in Tourism'

Terug naar het ANVR-programma 'Changes in Tourism', te beginnen met de keynote speech van professor Stefan Gössling PhD van de Business School of Economics, Linnaeus University in Zweden, getiteld: 'Economic profits in tourism through climate change. Exploring transports, food and water management'. Gössling houdt er een andere, positieve zienswijze op na als het gaat om werken aan klimaatverandering en wat ons dat oplevert. "Het toerisme is nu goed voor 5% van de klimaatverandering, maar dat aandeel groeit snel", aldus Gössling. "Gaat die groei verder door, dan kan de publieke opinie zich tegen het toerisme keren. Daarom is klimaatverandering de grootste uitdaging voor duurzaam toerisme in de 21e eeuw. Er zijn diverse redenen om anders te gaan denken; ethische, bijvoorbeeld, maar ook mogelijke aanvallen op het toerisme als veroorzaker van klimaatveran-

dering, klimaatbeleid, stijgende energiekosten, energieverspilling en consumentenverwachtingen. Wat deze ontwikkeling negatief beïnvloedt, is dat de kosten van klimaatgerelateerde rampen in 2010 en 2011 hoger liggen dan ooit tevoren. Hoe langer we wachten met maatregelen, des te noodzakelijker wordt het om straks heel erg veel CO2-uitstoot

in een veel kortere periode terug te dringen. Lukt dat niet, dan zal de gemiddelde temperatuur op aarde in 2100 met 4° gestegen zijn met alle gevolgen van dien. Dat zijn gegevens waarvan de consument zich meer en meer bewust is en die van grote invloed zullen zijn op zijn voorkeur, ondermeer bij de keuze voor vakantiebestemmingen."

The future is green!, Prof Stefan Gössling PhD



Hoe die consumentenvoorkeur zich ontwikkelt blijkt uit het volgende overzicht:

95% van de Europeanen vindt milieubescherming belangrijk; 83% vindt efficiënt gebruik van natuurlijke hulpbronnen goed voor de Europese economie; 77% denkt dat het milieu van invloed is op de persoonlijke levenskwaliteit; 87% gelooft dat burgers ook verantwoordelijk zijn voor (een deel van) de milieubescherming; 72% van de Europeanen is bereid om meer te betalen voor milieuvriendelijke producten.

(Bron: Eurobarometer Special Survey 2011).



V.l.n.r.: ANVR-directeur Frank Oostdam, Hans Bouwknegt (lector aan de Academie voor Digitale media van de NHTV internationaal hoger onderwijs Breda) en Wicher Meijer, Directeur Academie voor toerisme NHTV Internationaal hoger onderwijs Breda.

Gössling: "Het wordt tijd voor een andere visie, want het realiseren van klimaatverandering wordt snel duurder dan het terugdringen van emissies. Sterker, mitigatie (maatregelen die beogen emissies van broeikasgassen te verminderen) kan tot aanzienlijke kostenbesparingen leiden. Door CO2-management komen economische voordelen binnen ons bereik. We moeten gaan werken aan systematische veranderingen in het toerisme die zijn gericht op een lagere CO2-uitstoot. Door van kort naar langer verblijf om te schakelen, door vaker te kiezen voor dichterbij gelegen bestemmingen, door over te stappen van energieverblindend naar minder energie vragend transport, door in plaats van 'verkeerde' naar 'goede' uitgaven te streven en door in plaats van naar lage, naar hogere winsten te streven. Nu al zorgt het transport van passagiers voor 75 procent van de totale CO2-uitstoot van de gehele reisbranche. Daardoor loont het de moeite om bij de keuze voor een

bestemming ook na te denken over de wijze van transport. Er zijn alternatieve voorbeelden van hoe het beter kan, zoals het prijswinnende 'Alpine Pearls' voor klimaatneutrale vakanties in de Alpen. Of de 'Konus Gästekarte', waarmee toeristen kosteloos per bus en trein door het Schwarzwald kunnen reizen."

Snelle terugverdientijd

Over naar voedsel. Wist u dat in het toerisme wereldwijd circa 200 miljoen maaltijden per dag worden geserveerd? Ofwel ongeveer 73 miljard maaltijden per jaar? Gössling: "10 tot 12 procent van de wereldwijde broeikasgasemissies wordt veroorzaakt door landbouw en veeteelt. In een land als Noorwegen is 20 procent van de individuele emissies gerelateerd aan de consumptie van voedsel. Uit cijfermateriaal blijkt dat 50 tot 80 procent daarvan kan worden teruggedrongen door goed voedselmanagement. Bijvoorbeeld door in hotels en restaurants uitsluitend met

seizoensproducten te werken en in keukens zoveel mogelijk regionale producten te gebruiken. Ook watermanagement loont. Per accommodatie wordt per toerist 84 tot 2000 liter water per dag gebruikt. Voor sommige gebieden met waterschaarste moet daar nog het brandstofgebruik van tankwagens die het water aanvoeren bij op worden geteld. Gerichte technische maatregelen en investeringen om op water te besparen leveren een snelle terugverdientijd op, soms van minder dan één jaar. Wat ook geldt voor investeringen in energiezuiniger verwarming, airconditioning en verlichting."

Labelsysteem

De toekomst dan, welke trends signaleert Stefan Gössling? "Ik denk dat ranking als begrijpelijk en overall toepasbaar middel voor de consument het beste werkt, omdat het hem in staat stelt gerichte keuzes te maken. Neem de bekende energielabels voor auto's, elektrische apparaten en woningen. Groen is goed en

Professor Stefan Gössling PhD



rood is fout. Eenvoudiger kan het niet. De inzet van energielabels dringt inmiddels ook in het toerisme door. Zo geven Flybe en anderen in tabellen aan welke de zuinigste vliegtuigen zijn en welke airline de laagste CO2-uitstoot scoort. Iets dergelijks kan ook worden doorgevoerd bij autoverhuurbedrijven en hotels, zoals bij de hotels van Viabono in Duitsland. Er is zelfs een hamburgerketen in Zweden die per soort hamburger het CO2-cijfer vermeldt! Dergelijke energielabel- of CLR-systemen (Certification, Labelling, Ranking) verhogen het milieubewustzijn bij de consument, vergemakkelijken milieuvriendelijke keuzes door toeristen, maken het mogelijk om de performance van aanbieders met elkaar te vergelijken (benchmarking) en openen markten voor bedrijven waar ze de concurrentie met anderen succesvol aan kunnen gaan. Daarom ben ik ervoor dat het gebruik van deze energielabels wereldwijd wordt gestimuleerd. Wat mij betreft: The future is green!"

Drie workshops

Vervolgens gingen de drie parallelsessies van start met een wisselmogelijkheid voor de deelnemers in de vorm van een tweede ronde. Op het programma stonden: 'Kennis maakt winst, onderzoek naar duurzame ontwikkeling van toerisme' door CeLToR, 'Inspiratie voor innovatie' door IUCN Nederland en 'Integration of sustainability practices in daily tourism business' door Chris Thompson.

CeLToR

CeLToR, Centre for Leisure and Tourism Research, is een nieuw onderzoek consortium van NHTV internationaal hoger onderwijs Breda, de Universiteit Tilburg en Wageningen University & Research Centre, legde professor René van der Duim uit. "Als kenniscentra met een samenwerking rondom onderwijs (BSc Leisure and BSc Tourism) en wetenschappelijk vs. toepassingsgericht onderzoek, bundelt en ontsluit CeLToR bestaande kennis en onderzoekscapaciteit, creëren we nieuwe kennis en spelen we een

rol van betekenis voor de sector. Dat maakt van CeLToR een partner van het werkveld. Onze missie is het co-creëren en toepassen van kennis gericht op de duurzame en innovatieve ontwikkeling van toerisme en vrije tijd, teneinde bij te dragen aan een verbetering van de kwaliteit van leven. Onze aanpak bestaat uit intensieve samenwerking tussen onderzoekers, een innovatieve werkwijze ('academische' werkplaatsen), een open structuur (samenwerking met anderen), een leisure panel en het benutten van financieringsmogelijkheden". Tijdens de sessie werden twee voorbeelden behandeld. Paul Peeters (associate professor Centre for Sustainable Transport & Tourism/CSTT van de HNTV Breda) ging in op het onderzoek van NHTV in samenwerking met Sawadee Reizen, waarop ook Floris Fluitsma, Managing Director van Sawadee, een nadere toelichting gaf. En professor René van der Duim presenteerde het onderzoek naar 'conservation enterprises', dat in samenwerking met African Wildlife Foundation (AWF) in Kenia wordt verricht, getiteld: 'Natuur-



Chris Thompson (l.) en Gerben Hardeman van de ANVR

bescherming, armoedebestrijding en vakantieviere: De rol van ecolodges in Kenia'.

IUCN Nederland

De sessie 'Inspiratie voor Innovatie' van IUCN Nederland was interactief. Groepen van drie personen moesten in vijf minuten een populair toeristisch product verzinnen, daarbij de link met de natuur verzinnen en bedenken wat er van het product overblijft als die natuur weg is. Dat leverde drivers voor innovatie op. De markt die vraagt naar duurzaam toerisme en certificering, het product dat te lijden heeft onder verlies aan natuur (en de invloed daarvan op producten en financiering), de overheid die strengere eisen stelt aan de bouw van hotels en de reputatie. De groep werd ook naar persoonlijke drivers gevraagd. Eveneens interactief was het bedenken van een actieplan op hoofdthema's vanuit de eigen talenten (inclusief het mobiliseren van anderen): "hoe hebben natuur en lokale mensen profijt van toerisme?" De sessie werd afgesloten met een discussie.

'Integration of sustainability in daily business' – Chris Thompson

De derde sessie tenslotte, werd gehouden door Chris Thompson van Green Tiger Limited en was getiteld: 'Integration of sustainability in daily business'. De deels interactieve workshop had als basis de 6-stappenbenadering van Travelife. Na interne duurzaamheid in accommodaties en het werken met leveranciers, met als doel om samen een goed werkende duurzaamheidsketen op te zetten, werd aan de hand van twee voorbeelden, een Jeep Safari en een bezoek aan een waterpark, de positieve en negatieve impact van dergelijke excursies benoemd. "Sustainability sells!", aldus Thompson. En ook: "Sustainability starts with you!".

De sessies en daarmee het ANVR-programma 'Changes in Tourism', werden afgesloten met een informele netwerkluunch. Alle presentaties zijn terug te vinden op www.anvr.nl <<

Floris Fluitsma, Sawadee Reizen

