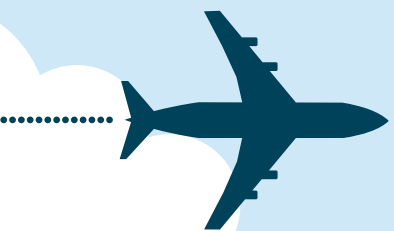


**TUI**  
Nederland

Het laatste woord is  
aan de kinderen

*Duurzaam toerisme  
jaarverslag 2013*

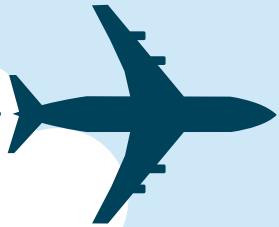




## Inhoudsopgave

Inleiding.....	3-12	CO <sub>2</sub> -voetafdruk - airline .....	30-34
Abstract.....	3	CO <sub>2</sub> -uitstoot.....	30
Statusoverzicht en kerngegevens.....	5	ETS en biobrandstof.....	30
Over dit jaarverslag .....	6	Belangrijkste ontwikkelingen in 2013 .....	31
Welkom .....	7	Jaardoelen: CO <sub>2</sub> -voetafdruk - airline.....	33
De toerisme-industrie.....	8	<b>CO<sub>2</sub>-voetafdruk - kantoren.....</b>	<b>35-39</b>
Over TUI Travel.....	8	CO <sub>2</sub> -voetafdruk .....	35
Over TUI Nederland.....	10	Inkoop.....	35
Duurzaam toerisme reis.....	11	Belangrijkste ontwikkelingen in 2013 .....	36
Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015.....	12	Jaardoelen: CO <sub>2</sub> -voetafdruk - kantoren.....	38
<b>Verankering.....</b>	<b>13-18</b>	<b>Klanten .....</b>	<b>40-42</b>
Organisatiestructuur.....	13	Duurzame klantinformatie .....	40
Beleid en strategie.....	13	Reisbureaus.....	40
Evaluatie .....	14	Belangrijkste ontwikkelingen in 2013 .....	41
Transparantie .....	14	Jaardoelen: Klanten .....	42
Belangrijkste ontwikkelingen in 2013 .....	15	<b>Collega's .....</b>	<b>43-49</b>
Project: Raad van Kinderen.....	16	Respectvolle werkomgeving.....	44
Jaardoelen: Verankering.....	18	Veilige en gezonde werkomgeving .....	45
<b>Bestemmingen - keten.....</b>	<b>19-24</b>	Stimulerende en uitdagende werkomgeving .....	45
Ketenverantwoordelijkheid.....	19	Belangrijkste ontwikkelingen in 2013 .....	46
Accommodaties .....	20	Jaardoelen: Collega's .....	48
Bestemmingen.....	20	<b>Begrippenlijst en afkortingen.....</b>	<b>50</b>
Inkomende agenten en vermaak.....	20		
Vervoer.....	21		
Belangrijkste ontwikkelingen in 2013 .....	21		
Project: RIU gaat voor goud.....	23		
Jaardoelen: Bestemmingen - keten .....	24		
<b>Bestemmingen - projecten .....</b>	<b>26-29</b>		
Samenwerkingsverbanden.....	26		
Stuurgroepen.....	27		
Maatschappelijk betrokken ondernemen.....	27		
Belangrijkste ontwikkelingen in 2013 .....	28		
Jaardoelen: Bestemmingen - projecten.....	29		





## Abstract

This is the 2013 Sustainable Tourism Annual Report for TUI Nederland Holding N.V., where the organisation reports data and targets in the area of sustainable tourism and corporate social responsibility relating to the financial year 2012/13, which runs from 1 October 2012 to 30 September 2013.

### TUI Travel PLC

TUI Travel PLC is one of the world's leading leisure travel companies and plays an important role in the global tourism industry. The organisation acknowledges that the group can make an important contribution to the sustainable development of holiday destinations. The group's sustainable development strategy is based on the key issues affecting the company.

In 2012 TUI Travel launched a new three year strategy 'Sustainable Holidays Plan 2012-2014'. The strategy sets out four ambitious goals underpinned by twenty commitments in four strategic areas Destinations, Carbon, Colleagues and Customers. The strategic priorities create the framework within which TUI Nederland created its own Sustainable Tourism Plan 2012-2015. The TUI Nederland strategy consists of the pillars: Embedding, Destinations, Carbon, Customers and Colleagues.

### Embedding

TUI Nederland mission statement is to be the frontrunner in sustainable tourism in the Dutch travel industry. In order to embed sustainable tourism the company has formulated a strategy, a policy and targets, which are run by the Sustainable Tourism department, several (project) teams and champions. Sustainability is a recurring subject on the agenda of the Leadership team. Annually TUI Nederland evaluates the sustainable tourism performance and communicates the results to employees and other stakeholders. In 2015 TUI Nederland will be independently certified in the area of sustainable tourism and corporate social responsibility.

### Main developments in 2013

- TUI Nederland installed a Board of Children, which is part of the NGO Missing Chapter Foundation. The children give advice on sustainability matters.
- TUI Nederland launched a three year sustainability strategy Sustainable Tourism Plan 2012-2015 which is aligned with the TUI Travel Sustainable Holidays Plan 2012-2014.
- TUI Nederland received as the first large tour operator worldwide the GSTC-Recognised standard Travelife Certified for Tour operators and Travel agents.
- TUI ranked 44th place in the Transparency benchmark 2013 of the Dutch Ministry of Economic Affairs. The benchmark ranks the top 500 largest Dutch companies on transparency in relation to corporate social responsibility.
- TUI Nederland launched a sustainable tourism newsletter for incoming agents.

### Destinations - supply chain

TUI Nederland aims at improving the holiday product for holidaymakers and focuses on the sustainability performances of its main suppliers, namely accommodation providers, local agents, tour providers and airlines. Therefore the company integrates sustainability in procurement processes and procedures. In 2015 TUI Nederland will have the largest sustainable holiday supply with over 1,000 accommodations certified with a sustainability label.

### Main developments in 2013

- TUI Travel launched a Supplier Code of Conduct, which sets minimum standards on human rights and labour laws, support for local communities, environmental impacts, and bribery and corruption.
- The number of certified accommodations increased by 41,0 percent to 598 accommodations in comparison to 2012. TUI Nederland developed unique hotel chains and formulas. 43.2 percent of these differentiated accommodations have a sustainability label or certified environmental management system.
- The number of sustainable and environmentally friendly excursions offered to customers is 136. 37.3 percent of all holiday countries has such an excursion.
- TUI Travel launched the Group Animal Welfare Policy for the protection of animals in captivity and in the wild in holiday destinations.
- TUI Nederland organised together with blueContec and Travelife five sustainable business conferences for all accommodations in Kos, Costa del Sol, Costa de la Luz, Algarve and Madeira to promote Travelife.

### Destinations - projects

TUI Nederland works together with various national and international organisations in the area of corporate social responsibility and sustainable tourism. In 2015 TUI Nederland will invest over € 500,000 in the sustainable development of holiday destinations.

### Main developments in 2013

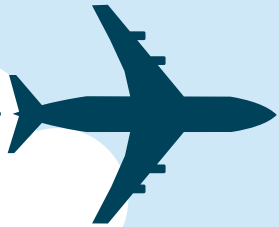
- The corporate partnership with the child focused organisations Plan Netherlands and ECPAT for the vocational training for Brazilian girls is extended until the end of 2014. Within this framework a yearly campaign against child sex tourism was launched together with the Dutch Ministry of Security and Justice, the Dutch border police and police force and the Dutch tourism association ANVR.
- TUI Nederland is part of a partnership to develop a carbon management tool to create a CO<sub>2</sub>-label for holidays.
- Since 2011 € 414,293 was donated to charities focussing on the sustainable development of holiday destinations. In 2013 € 97,552 was donated. Projects which received support were for example Plan Netherlands and TUI Care Foundation.
- In 2011 TUI Nederland launched the TUI Care Foundation. This independent foundation is not launched yet towards TUI-customers and TUI-employees.



In 2012 TUI Nederland launched a three year strategy Sustainable Tourism Plan 2012-2015.

For more information:  
[www.tui.nl/sustainabletourism](http://www.tui.nl/sustainabletourism)





### Carbon - airline

The airline Arkefly undertakes all kinds of measures in the area of fleet renewal, weight reductions and adjustments in flight procedures to reduce fuel consumption and thereby to reduce costs and their environmental impact. In 2015 the airline Arkefly will have the lowest carbon emissions per revenue passenger kilometre in the Netherlands and one of the lowest worldwide.

#### Main developments in 2013

- Average CO<sub>2</sub> emissions per kilometre per passenger has reduced by 11.6 percent since 2008 to 73.6 grams.
- Arkefly was the first Dutch airline to use A-glaze, a surface sealant, on the planes which helps aerodynamics and reduces kerosene use.
- Arkefly investigated a partnership with AlgaePARC, part of Wageningen UR, to facilitate research for the development and commercialization of sustainable biofuel.
- Arkefly sells mineral water bottles Earth Water on board which contribute to water projects worldwide and the greening of desertified areas. Arkefly donates of each sold bottle € 0.25 to Naga foundation.
- Arkefly does not have waste separation and recycling on board. A first project plan has been developed.

### Carbon - offices

TUI Nederland strives to set the good example with the head offices, TUI Curaçao and the retail shops. The company's internal environmental policy focuses on the themes of procurement, energy, water, waste, paper, mobility and construction. In 2015 TUI Nederland will become carbon neutral for its business operations and compensate approximately 7,000 tonnes of CO<sub>2</sub>.

#### Main developments in 2013

- The carbon footprint of TUI Nederland is 6.822 tonnes of CO<sub>2</sub>. This is a decrease of 4.1 percent compared to 2012 and a 21.3 percent drop since 2011. The largest CO<sub>2</sub> emissions are accounted for by business travel and commuting and the paper production of brochures, price booklets, magazines and the personnel magazine. TUI Curacao has been added to the footprint calculations.
- The total paper weight of the brochures decreased by 14.0 percent caused by the increased internet sales and improved procurement.
- The catering products in the company restaurants in Rijswijk en Enschede consists of 46.5 percent of responsible products. These products are for example biological, fair trade or MSC-certified.

### Customers

TUI Nederland informs holidaymakers of responsible holiday choices and responsible behaviour at the destination throughout the holiday process, from holiday orientation to the return back home. In 2015 over 30 percent of the TUI Nederland customers will stay in accommodations certified with a sustainability label.

#### Main developments in 2013

- In 2013 9.5 percent of customers stayed in an accommodation with a sustainability label. That is over 120,000 persons.
- TUI Nederland started improving its sustainable tourism communications towards holiday type or destination. Texts in destination booklets have been updated.
- Sustainable tourism messages are posted on a more regular basis on Facebook pages of Arke and Arkefly. Internal research showed these messages are well perceived.
- The travel agency group set itself the goal to achieve a minimum of three Green Palms ('sufficient sustainable business') according to an internally developed scoring system. In 2013 55 percent of the shops obtained this minimum level.

### Colleagues

TUI Nederland wants to be the 'employer of choice' in the Netherlands. The company is involved with employees and society and strives for a respectful, safe, healthy and stimulating working environment for the employees. In 2015 TUI Nederland will be the most attractive employer in the Dutch travel industry.

#### Main developments in 2013

- The share of women within TUI Nederland is approximately seventy percent; ten percent lower than the national travel industry average. The number of women in (senior) management positions has increased by 27.5 percent in two years' time.
- The first international employee satisfaction questionnaire in the TUI group has been held. TUI Nederland employees rated the question 'The company is environmentally responsible' as one of the top 5 most positive aspects. 79.7 percent of the employees rates the working environment as respectful, safe, healthy and stimulating.
- Arkefly continued its successful cooperation 'Partnership for Talent' and 'Arkefly Academy' with six schools, where students can do internships as cabin crew on board the aircraft. Each year more than hundred students start the trainings.
- TUI Nederland still does not have an infrastructure for employee volunteer work.



TUI Nederland installed a Board of Children. The children give advice on sustainability matters.



# Statusoverzicht en kerngegevens ambities 2015

## Verankering

**In 2015 is TUI Nederland onafhankelijk gecertificeerd op het gebied van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen.**

Aantal duurzaamheidslabels

Positie in ranglijsten

Transparantiebenchmark

Rank a Brand

Atmosfair Airline Index

## Bestemmingen

**In 2015 heeft TUI Nederland het grootste duurzame vakantieaanbod met meer dan 1.000 gecertificeerde accommodaties met een duurzaamheidslabel.**

Aantal accommodaties met duurzaamheidslabel (van laatste twee afgesloten seizoenen)

Aandeel gedifferentieerde accommodaties met een duurzaamheidslabel

Aantal milieuvriendelijke of bijzondere excursies

Aandeel vakantielanden met milieuvriendelijke of bijzondere excursies

**In 2015 investeert TUI Nederland meer dan € 500.000 in de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.**

Donaties in verslagjaar

Donaties o.b.v. peiljaar 2011

## CO<sub>2</sub>-voetafdruk

**In 2015 heeft airline Arkefly de laagste CO<sub>2</sub>-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer van Nederland en een van de laagste wereldwijd.**

Gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot per kilometer per passagier (in gram CO<sub>2</sub>/RPK)

Reductie CO<sub>2</sub>-uitstoot per kilometer per passagier t.o.v. afgelopen verslagjaar

Reductie CO<sub>2</sub>-uitstoot per kilometer per passagier o.b.v. peiljaar 2008

**In 2015 werkt TUI Nederland klimaatneutraal en compenseert daardoor ongeveer 7.000 ton CO<sub>2</sub>.**

CO<sub>2</sub>-voetafdruk (in ton CO<sub>2</sub>)

Reductie CO<sub>2</sub>-voetafdruk t.o.v. afgelopen verslagjaar

Reductie CO<sub>2</sub>-voetafdruk t.o.v. peiljaar 2011

## Klanten

**In 2015 verblijft meer dan 30 procent van de klanten in een accommodatie met een duurzaamheidslabel.**

Aantal klanten in accommodaties met duurzaamheidslabel

Aandeel klanten in accommodaties met duurzaamheidslabel

## Collega's

**In 2015 is TUI Nederland de meest aantrekkelijke werkgever in de Nederlandse reisbranche.**

Aandeel medewerkers dat de werkomgeving positief beoordeelt als respectvol, veilig, stimulerend en uitdagend

	2011	2012	2013
<b>Verankering</b>			
Aantal duurzaamheidslabels	1	2	3
Positie in ranglijsten			
Transparantiebenchmark	76	49	44
Rank a Brand	-	2	2
Atmosfair Airline Index	-	-	-
<b>Bestemmingen</b>			
Aantal accommodaties met duurzaamheidslabel (van laatste twee afgesloten seizoenen)	425	424	598
Aandeel gedifferentieerde accommodaties met een duurzaamheidslabel	-	-	43,2%
Aantal milieuvriendelijke of bijzondere excursies	68	106	136
Aandeel vakantielanden met milieuvriendelijke of bijzondere excursies	-	-	37,3%
<b>In 2015 investeert TUI Nederland meer dan € 500.000 in de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.</b>			
Donaties in verslagjaar	€ 235.820	€ 80.921	€ 97.552
Donaties o.b.v. peiljaar 2011	€ 235.820	€ 316.741	€ 414.293
<b>CO<sub>2</sub>-voetafdruk</b>			
<b>In 2015 heeft airline Arkefly de laagste CO<sub>2</sub>-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer van Nederland en een van de laagste wereldwijd.</b>			
Gemiddelde CO <sub>2</sub> -uitstoot per kilometer per passagier (in gram CO <sub>2</sub> /RPK)	77,0	75,5	73,6
Reductie CO <sub>2</sub> -uitstoot per kilometer per passagier t.o.v. afgelopen verslagjaar	-3,8%	-1,9%	-2,6%
Reductie CO <sub>2</sub> -uitstoot per kilometer per passagier o.b.v. peiljaar 2008	-7,5%	-9,2%	-11,6%
<b>In 2015 werkt TUI Nederland klimaatneutraal en compenseert daardoor ongeveer 7.000 ton CO<sub>2</sub>.</b>			
CO <sub>2</sub> -voetafdruk (in ton CO <sub>2</sub> )	8.673	7.115	6.822
Reductie CO <sub>2</sub> -voetafdruk t.o.v. afgelopen verslagjaar	11,2%	-18,0%	-4,1%
Reductie CO <sub>2</sub> -voetafdruk t.o.v. peiljaar 2011	-	-18,0%	-21,3%
<b>Klanten</b>			
<b>In 2015 verblijft meer dan 30 procent van de klanten in een accommodatie met een duurzaamheidslabel.</b>			
Aantal klanten in accommodaties met duurzaamheidslabel	86.712	92.222	120.894
Aandeel klanten in accommodaties met duurzaamheidslabel	8,6%	8,7%	9,5%
<b>Collega's</b>			
<b>In 2015 is TUI Nederland de meest aantrekkelijke werkgever in de Nederlandse reisbranche.</b>			
Aandeel medewerkers dat de werkomgeving positief beoordeelt als respectvol, veilig, stimulerend en uitdagend	-	-	79,7%

## Visuele samenvatting

De hoogtepunten uit dit duurzaam toerisme jaarverslag 2013 zijn verwerkt in het volgende filmpje:



Een Raad van Kinderen heeft TUI Nederland geadviseerd over duurzaamheidsvraagstukken.





## Over dit jaarverslag

Het Duurzaam toerisme jaarverslag 2013 van reisorganisatie TUI Nederland Holding N.V. (TUI Nederland) toont de voortgang en de behaalde resultaten met betrekking tot de ambities uit het Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015 tijdens het financiële jaar 2013, dat loopt van 1 oktober 2012 tot en met 30 september 2013. De financiële jaarrekening 2013 is beschikbaar bij de Kamer van Koophandel.

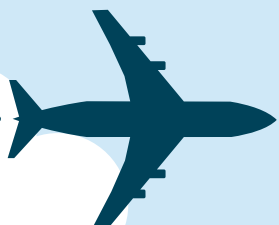
Dit verslag rapporteert over de hoofdactiviteiten van TUI Nederland: TUI Nederland N.V. en TUI Airlines Nederland B.V. De nadruk in het rapport ligt bij de activiteiten die worden ondernomen door de grootste touroperatormerken Arke en Holland International en luchtvaartmaatschappij Arkefly. De CO<sub>2</sub>-voetafdruk en de kwantitatieve gegevens met betrekking tot de bedrijfsactiviteiten zijn berekend voor de vier grootste kantoren van TUI Nederland, de eigen winkels van Arke en TUI Curaçao; kleinere kantoren zijn niet meegenomen. De berekeningen zijn gedaan op basis van bestaande cijfers. Daar waar geen getallen voorhanden waren, zijn standaarden en schattingen gebruikt.

Het doel van dit rapport is om op het niveau van de hoofdactiviteiten de vooruitgang op het gebied van duurzaam ondernemen te communiceren naar investeerders, opleidingsinstituten, scholieren en studenten, non-gouvernementele organisaties, TUI-management en andere geïnteresseerde partijen. Het rapport volgt hiervoor de pijlers van de duurzaam toerismestrategie. Bij de selectie van de onderwerpen per pijler is gekeken naar de relevantie voor het concern en de reisindustrie. Het rapport geeft inzicht in de stand van zaken met betrekking tot de keten van de onderneming; het geeft een algemeen beeld van het niveau van duurzaam ondernemen bij de toeleveranciers van vervoer, verblijf en vermaak. Daarnaast worden de activiteiten van diverse toeleveranciers van de kantoren uitgelicht. Gegevens zijn afkomstig uit boekingsystemen en interne dataverzameling en van leveranciers.

Als definities en meetmethodes afwijkend zijn van voorgaande rapporten, wordt dat aangegeven in de tekst of in de voetnoten. Tevens wordt duidelijk gemaakt als de cijfers schattingen zijn of beperkingen hebben. Voor de opzet van dit jaarverslag is gekeken naar de rapportagecriteria van de Transparantiebenchmark; niet naar de richtlijnen van Global Reporting Initiative (GRI). Het rapport is niet door een externe partij gecontroleerd. Voor vervolgrapporten worden GRI en de externe controle opnieuw overwogen.

Uitgebreide informatie over het beleid, de strategie en de gerealiseerde doelen van moederbedrijf TUI Travel PLC (TUI Travel) en grootmoederbedrijf TUI AG is te vinden in de meest recente financiële jaarverslagen en duurzaamheidsrapporten. De informatie in deze verslagen is ook van toepassing voor TUI Nederland. De extern geverifieerde rapporten van TUI Travel zijn te downloaden op [www.tuitravelpc.com/investors-media/reports-results-presentations](http://www.tuitravelpc.com/investors-media/reports-results-presentations), [www.tuitravelpc.com/sustainability](http://www.tuitravelpc.com/sustainability) en [www.tuitravelpc.com/sustainability/reporting](http://www.tuitravelpc.com/sustainability/reporting); die van TUI AG op [www.tui-group.com/en/sustainability](http://www.tui-group.com/en/sustainability). Gedurende het lopende boekjaar 2014 worden de belangrijkste ontwikkelingen en activiteiten op [www.tui.nl/duurzaamtoerisme](http://www.tui.nl/duurzaamtoerisme) geplaatst.





## Welkom

Wederom is het een jaar van grote veranderingen geweest in de Nederlandse reisbranche. De crisis laat zijn sporen na en de reisbranche herpositioneert zich. Ook binnen TUI Nederland zijn er in 2013 grote veranderingen geweest. Moederconcern TUI Travel en TUI Nederland hebben een nieuwe strategie ontwikkeld voor een financieel sterke en duurzame toekomst.

De nieuwe strategie heeft ook geleid tot een nieuwe organisatie-structuur met een Leadership team van negen personen. Om dit team op het gebied van duurzaam ondernemen scherp te houden, wordt het bijgestaan door een Raad van Kinderen. Als reisaanbieder van familie-vakanties is het een logische stap om de dialoog aan te gaan met kinderen over de toekomst van vakanties.

Eind 2012 heeft ons bedrijf de driejaren strategie Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015 met 25 ambitieuze doelen gelanceerd; ons toekomstplan voor duurzaam ondernemen. Hieronder staat een aantal van onze ambities met de voortgang in dit eerste jaar:

- Het verduurzamen van het accommodatieaanbod is een uitdaging. In 2015 streven we naar het grootste duurzame vakantieaanbod met meer dan duizend accommodaties met een duurzaamheidslabel. Dit jaar staat de teller op bijna 600 hotels.
- Toerisme is verantwoordelijk voor ongeveer vijf procent van de wereldwijde CO<sub>2</sub>-emissies. We reduceren de CO<sub>2</sub>-uitstoot per passagierskilometer van onze airline met twaalf procent tussen 2008 en 2015. Momenteel is het percentage 11,6 procent. Bovendien streven we in 2015 naar een twintig procent CO<sub>2</sub>-reductie van onze bedrijfsactiviteiten en werken we klimaatneutraal.
- Ketenverantwoordelijkheid vanuit het bedrijfsleven is veelal niet voldoende voor de toekomst van een bestemming. We hebben de ambitie om daarom meer dan € 500.000 te investeren in de duurzame ontwikkeling van onze vakantiebestemmingen. In 2013 bouwde TUI verder aan duurzame partnerschappen, zoals met Plan Nederland voor beroepsopleidingen voor Braziliaanse jongeren en ook met de TUI Care Foundation.

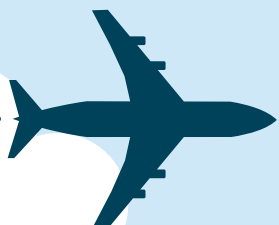
TUI heeft duurzaamheid hoog op de agenda staan. Dit blijkt uit wel uit de resultaten in het eerste jaar van het Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015, ondanks het turbulente jaar. We kijken als TUI Nederland met een vernieuwde strategie en organisatiestructuur positief naar de toekomst en we geven het laatste woord aan de kinderen.

**Steven van der Heijden**  
Algemeen Directeur



**Steven van der Heijden**  
Algemeen Directeur TUI Nederland





## De toerisme-industrie

Als grootste Europese reisconcern speelt TUI Travel, waar TUI Nederland een onderdeel van is, een belangrijke rol in de wereldwijde toerisme-industrie. De reisconcerns zijn zich ervan bewust dat zij een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen. De ontwikkelingen in de industrie en in de keten hebben hun weerslag op het duurzaam ondernemen beleid van de ondernemingen.

De toerismesector is een bedrijfstak met een enorme omvang en impact. In 2012 werd voor de eerste keer de mijlpaal van één miljard internationale aankomsten bereikt. Het aantal aankomsten van toeristen groeide met vier procent tot 1.035 miljoen. In 2012 genereerde deze snelgroeiende en een van de grootste economische industrieën negen procent van het totale wereldinkomen en vertegenwoordigt 1 op de 11 banen wereldwijd (UNWTO, 2013).

In veel landen in Europa en ver daarbuiten speelt toerisme een belangrijke rol in de economie; in een groot aantal ontwikkelingslanden is het de belangrijkste exportsector (UNEP, 2011). Naast de economische voordelen van werkgelegenheid en inkomen voor de lokale bevolking draagt toerisme ook bij aan het behoud van cultureel erfgoed.

Een industrie van deze omvang heeft ook nadelen. Ongeveer vijf procent van de wereldwijde CO<sub>2</sub>-uitstoot is toe te schrijven aan de toerismesector (UNWTO, 2007). Zonder veranderingen in de branche zal de uitstoot in 2035 nog eens 130 procent hoger zijn dan in 2005. Naast klimaatverandering zijn er ook nadelen voor de natuur, het milieu en de bevolking in vakantiebestemmingen. Vervelende consequenties van ongecontroleerd (massa)toerisme zijn luchtvervuiling, watertekort, biodiversiteitsverlies en de uitbuiting van kinderen en dieren.

Op internationaal niveau worden allerlei duurzaam toerisme initiatieven opgezet om de impact van de industrie te optimaliseren. Een van de meest vooraanstaande initiatieven in afgelopen jaren is het Global Sustainable Tourism Council (GSTC) dat wereldwijd geaccepteerde criteria voor duurzaam toerisme heeft opgezet en duurzaam toerisme promoot. TUI Travel is vertegenwoordigd in het bestuur van GSTC en als concern lid van deze organisatie. TUI Travel was een van de eerste reisorganisaties die openlijk aangaf producten en diensten die aan de GSTC-criteria voldoen te promoten.

## Over TUI Travel

TUI Travel is een van de grootste reisorganisaties wereldwijd. Het reisconcern is met het hoofdkantoor gevestigd in het Verenigd Koninkrijk en is beursgenoteerd aan de London Stock Exchange. TUI Travel is op 3 september 2007 ontstaan uit een fusie tussen het Engelse First Choice Holidays PLC en de toerismedivisie van het Duitse TUI AG.

TUI Travel wordt georganiseerd en gemanaged vanuit een organisatiestructuur met vier sectoren: Mainstream, Accommodation & Destinations, Specialist & Activity en Emerging Markets. TUI Nederland valt onder de grootste sector Mainstream. Deze sector wordt aangestuurd door de TUI Travel Mainstream Board, waarin ook de Algemeen Directeur van TUI Nederland zitting heeft.

### Strategie voor duurzame ontwikkeling

Als grootste Europese reisconcern speelt TUI Travel een belangrijke rol in de wereldwijde toerisme-industrie. De organisatie is zich ervan bewust dat het een belangrijke bijdrage kan leveren aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.

Het reisconcern hanteert daarom een strategie voor duurzame ontwikkeling die enerzijds aansluit bij de kernonderwerpen die invloed hebben op de onderneming en bij de algehele strategie van TUI Travel en anderzijds internationale verdragen en standaarden onderschrijft. Voorbeelden hiervan zijn de beginselen van de Global Compact, het Verdrag inzake de Rechten van het Kind van de Verenigde Naties en de Child Protection Code om kinderen te beschermen tegen seksuele uitbuiting in de toerisme-industrie. TUI Travel is vertegenwoordigd in het bestuur van Global Sustainable Tourism Council en als groep lid geworden van deze organisatie.

Het doel van het reisconcern met betrekking tot duurzame ontwikkeling is om de milieu-impact tot een minimum te beperken, de cultuur en de mensen op de vakantiebestemmingen te respecteren en een reële economische bijdrage te leveren aan lokale gemeenschappen. In 2012 heeft TUI Travel een driejarenstrategie gelanceerd, genaamd Sustainable Holidays Plan 2012-2014. Het bestaat uit vier ambitieuze hoofdoelen met twintig onderliggende doelen binnen vier strategische thema's voor duurzame ontwikkeling.

**30+ miljoen**

meer dan 30 miljoen klanten uit 31 landen

**180 landen**

actief in meer dan 180 landen wereldwijd

**55.000 medewerkers**

55.000 medewerkers zijn werkzaam in zes continenten

**£15,1 miljard**

de omzet van het bedrijf bedraagt £ 15,1 miljard met een operationeel resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening van £ 473 miljoen

**138 vliegtuigen**

6 airlines met 138 vliegtuigen

**200+ producten**

Meer dan 200 producten en merken

Meer informatie:

[www.tuitravelpc.com](http://www.tuitravelpc.com) en

[www.tuitravelpc.com/sustainability](http://www.tuitravelpc.com/sustainability)





Home



### Sustainable Holidays Plan 2012-2014

#### CO<sub>2</sub>-voetafdruk

Doel 2015: TUI Travel heeft de zuinigste vliegtuigen van Europa en reduceert meer dan 20.000 ton CO<sub>2</sub> (ten opzichte van 2011) door maatregelen binnen kantoren, winkels, hotels en busvloot.

#### Bestemmingen

Doel 2015: TUI Travel verzorgt 10 miljoen 'groene en eerlijke' vakanties voor klanten.

#### Collega's

Doel 2015: Collega's beoordelen TUI Travel als leider in duurzaamheid.

#### Klanten

Doel 2015: Klanten zien TUI Travel als leider in het aanbieden van meer duurzame vakanties.

Voor de details over de strategie en de twintig doelen:

[www.tuitravelplc.com/sustainability](http://www.tuitravelplc.com/sustainability)

De strategische thema's voor duurzame ontwikkeling van TUI Travel scheppen het kader waarbinnen alle TUI Travel ondernemingen hun eigen strategie, beleidsplannen en doelen ontwikkelen. Bovenstaande strategie en de resultaten die daaruit voortvloeien zijn hierdoor ook van toepassing op TUI Nederland.

De duurzaamheidsstrategie van TUI Travel werpt vruchten af. TUI Travel staat als enige Travel & Leisure bedrijf in de Climate Disclosure Leadership Index (CDLI) en staat weergegeven in de Carbon Clear FTSE 100 lijst voor de CO<sub>2</sub>-verslaglegging. Daarnaast staat TUI Travel wederom in de FTSE4Good index voor haar transparantie en duurzaamheidsstandaarden en in SAM Sustainability Year Book, dat bestaat uit de top 15 procent grootste organisaties die data aanleveren aan de Dow Jones Sustainability Index.

### Organisatiestructuur voor duurzame ontwikkeling

Betrokkenheid op het hoogste managementniveau is van groot belang om de ambitie waar te kunnen maken om de toerisme-industrie richting duurzame ontwikkeling te leiden. Johan Lundgren, Deputy Chief Executive Officer, heeft de verantwoordelijkheid voor het onderwerp binnen de TUI Travel Board. Jacky Simmonds, Group HR Director, is verantwoordelijk voor de rapportage over duurzame ontwikkeling aan de Group Management Board (GMB). Jane Ashton is de Director of Group Sustainable Development en de GMB fungeert als de stuurgroep en bepaalt de strategische richting en de lange termijn doelstellingen voor duurzame ontwikkeling voor het concern.

De rol van de Group Sustainable Development is om veranderingen teweeg te brengen op het gebied van duurzame bedrijfsvoering en leiderschap in de reissector te creëren. Het team werkt nauw samen met andere afdelingen van de Group en met een netwerk van Sustainable Development Coördinatoren op sectorniveau. De coördinatoren zijn verantwoordelijk voor het ontwikkelen en uitrollen van een strategie richting de Sustainable Development Champions, die werkzaam zijn op bedrijfsniveau.

### Risicomanagement

De toenemende wettelijke en maatschappelijke eisen die aan TUI Travel als Group worden gesteld, vereist dat TUI Travel verantwoord handelt en risico's identificeert, beheert en accepteert tot de mate dat zij invloed kan uitoefenen. Het beleid en de aanpassing met betrekking tot de risico's worden gefaciliteerd door Group risk management en verschillende duurzaam toerisme afdelingen, waarbij de verantwoordelijk voor het beheer van deze risico's ook gedeeld wordt door de bedrijven, waaronder TUI Nederland.

### De volgende belangrijke risicogebieden zijn geïdentificeerd:

- Wettelijke en maatschappelijke vraag naar de grootte en het management van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van TUI Travel
- De activiteiten van collega's bepalen de handhaving van het TUI Travel duurzame ontwikkelingsbeleid
- De activiteiten van leveranciers bepalen de handhaving van de TUI Travel milieu- en sociale standaarden voor leveranciers.
- Het beter begrijpen van de sociaal-economische gevolgen van het toerisme
- De bezorgdheid over de schade aan en de kwaliteit van bestemmingen als gevolg van aantasting van het ecosysteem en klimaatverandering
- De groeiende verwachtingen bij klanten met betrekking tot duurzaamheid



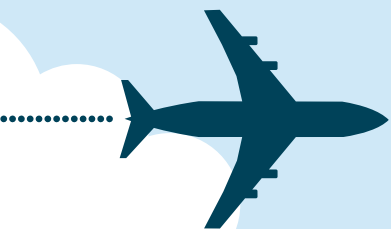
GLOBAL SUSTAINABLE  
TOURISM COUNCIL

MEMBER

Does not indicate GSTC accreditation

TUI Travel is als concern lid van Global Sustainable Tourism Council en is vertegenwoordigd in het bestuur.





## Over TUI Nederland

TUI Nederland Holding N.V. (TUI Nederland) is marktleider in de Nederlandse reiswereld.

De reisorganisatie voert de reismerken Arke, Holland International, KRAS.NL, SUNPLUGGED, KIDS WORLD CLUB, ROBINSON, Wedding Unlimited, Extravaganza, Goed Idee Reizen en Lastminute.nl. De reisbureaugroep van TUI Nederland bestaat uit eigen Arke reisbureaus, de franchisereisbureaus van Holland International Reisbureau en de zelfstandige reisagenten Holland International Reisbureau at Home. Daarnaast heeft TUI Nederland haar eigen luchtvaartmaatschappij Arkefly.

De hoofdkantoren van TUI Nederland bevinden zich in Rijswijk en Enschede; KRAS.NL heeft kantoren in Ammerzoden en Alkmaar, de airline Arkefly heeft een kantoor op Schiphol-Rijk en TUI Curaçao heeft kantoren in Curaçao en Aruba.

Met ingang van 1 juni 2013 beschikt TUI Nederland over een nieuwe directie. Dit leadership team bestaat uit:

- CEO/Algemeen Directeur, Steven van der Heijden
- CFO/Financieel Directeur (ad interim), Wim Van Besien
- CIO/Chief Information Officer, Paul Waasdorp
- Directeur Distributie & Online, Steven van Nieuwenhuijzen
- Directeur Product (vacant), taken waargenomen door Frits Stouten
- Manfred Lahey en Nicolette van Mourik
- Managing Director Arkefly, Hans van de Velde
- Directeur External Affairs & Development Arkefly, Casper Maasdam
- Directeur Marketing, Monique Gerner
- Directeur HRM, Chrisjan Gelderman
- Senior Manager Commerciële Planning, Frits Stouten

TUI Nederland beschikte voorheen over een Raad van Bestuur bestaande uit:

- Chief Executive Officer, Steven van der Heijden
- Chief Operating Officer, Gerrit Slot
- Chief Financial Officer, Reinhard Will

De holding heeft een Raad van Commissarissen, bestaande uit:

- Peter Long
- William Waggott
- Johan Lundgren

1,5 miljoen  
1,5 miljoen klanten

100+ landen  
vakanties in meer dan 75 landen

2.000+ medewerkers  
600 touroperating, 700 retail, 650  
airline en 250 support medewerkers

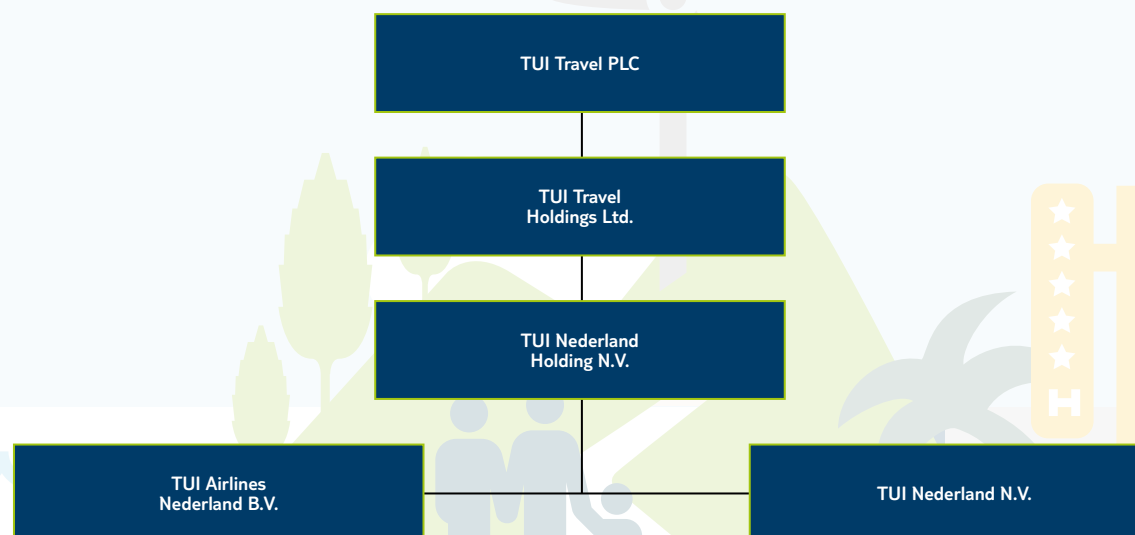
€ 1.044 miljoen  
de omzet van het bedrijf bedraagt  
€ 1.044 miljoen

10 vliegtuigen  
eigen vloot van 10 vliegtuigen

223 reisbureaus  
117 eigen Arke winkels, 41 Holland  
International Reisbureau franchise  
winkels en 65 zelfstandige Holland  
International Reisbureau at Home  
reisagenten

Meer informatie: [www.tui.nl](http://www.tui.nl)

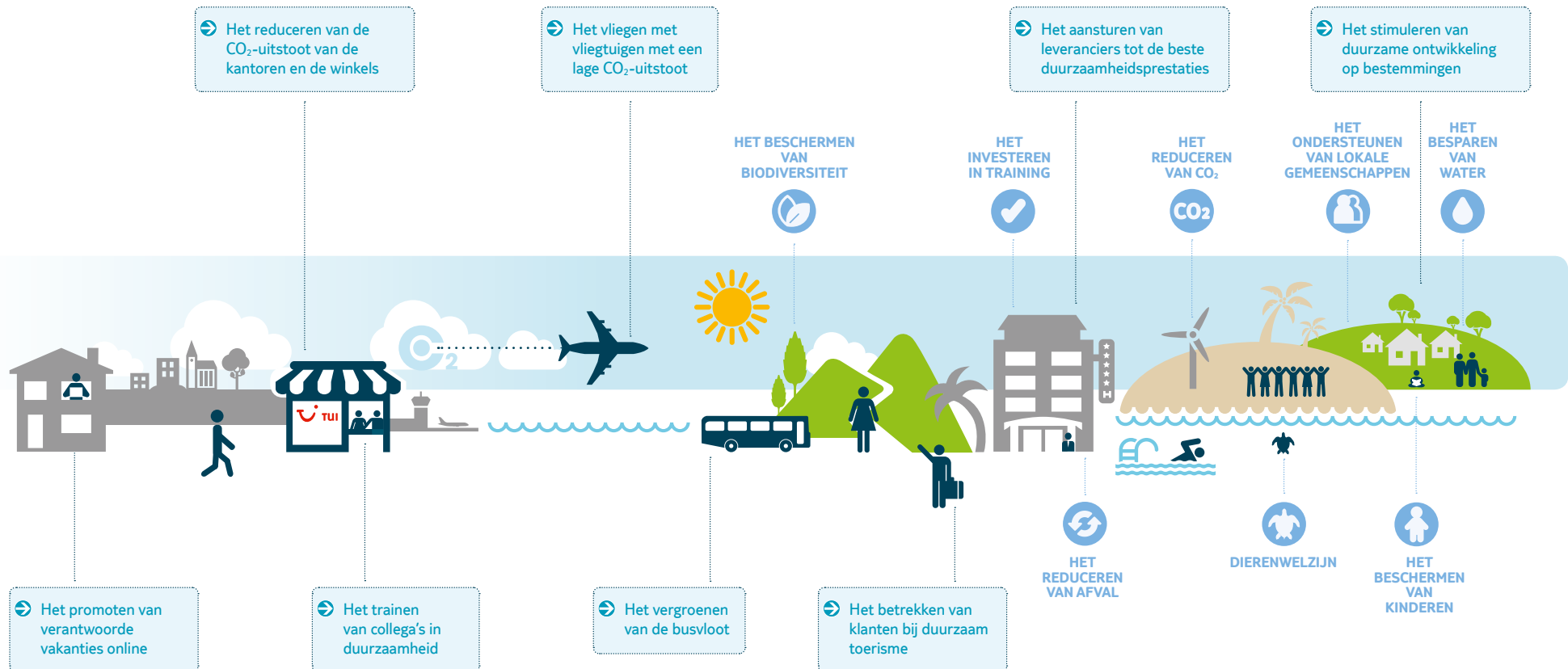
In onderstaande organisatiestructuur zijn alleen de hoofdvennootschappen weergegeven.

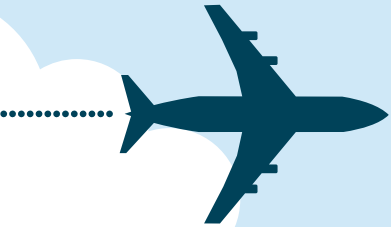




# De duurzaam toerisme reis van TUI Nederland

TUI Nederland verankert duurzaamheid in de hele vakantie reis, van de kantoren en winkels tot op de vakantiebestemming.





# Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015

TUI Nederland is no. 1 in duurzaam toerisme.

TUI Nederland draagt de wereld een warm hart toe en voelt zich medeverantwoordelijk voor de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen. Het concern richt zich op vakanties met respect voor mens, dier en natuur.



## Verankering

Het integreren van duurzaam ondernemen in de hele organisatie.

- In 2015 is TUI Nederland onafhankelijk gecertificeerd op het gebied van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen.



## Bestemmingen

Het investeren in de duurzame ontwikkeling van het vakantieaanbod en de vakantiebestemmingen.

- In 2015 heeft TUI Nederland het grootste duurzame vakantieaanbod met meer dan 1.000 gecertificeerde accommodaties met een duurzaamheidslabel.
- In 2015 investeert TUI Nederland meer dan € 500.000 in de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.



## Klanten

Het toegankelijk maken van duurzame vakanties door relevante en makkelijk vindbare informatie te bieden.

- In 2015 verblijft meer dan 30 procent van de klanten in een accommodatie met een duurzaamheidslabel.



## Collega's

Het betrokken zijn bij (toekomstige) collega's en de maatschappij.

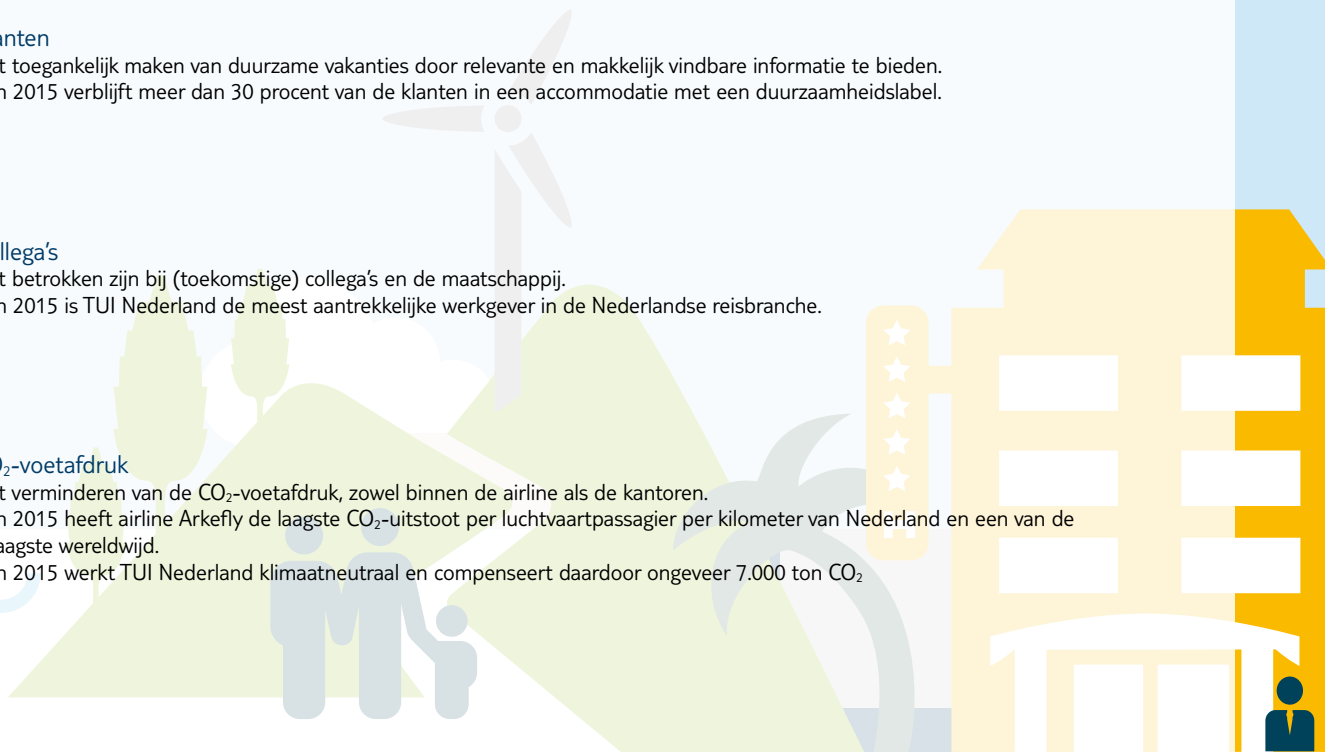
- In 2015 is TUI Nederland de meest aantrekkelijke werkgever in de Nederlandse reisbranche.

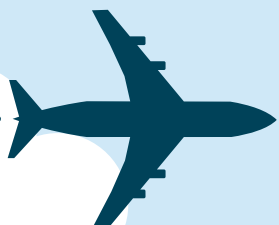


## CO<sub>2</sub>-voetafdruk

Het verminderen van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk, zowel binnen de airline als de kantoren.

- In 2015 heeft airline Arkefly de laagste CO<sub>2</sub>-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer van Nederland en een van de laagste wereldwijd.
- In 2015 werkt TUI Nederland klimaatneutraal en compenseert daardoor ongeveer 7.000 ton CO<sub>2</sub>.





## Verankering

Het verankeren van duurzaam ondernemen in de organisatie

De maatschappelijke missie van TUI Nederland is duidelijk: nummer 1 zijn en blijven op het gebied van duurzaam toerisme. De organisatie draagt de wereld een warm hart toe en voelt zich medeverantwoordelijk voor de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen. TUI Nederland richt zich op vakanties met respect voor mens, dier en natuur.

Om dit te bereiken verankert TUI Nederland duurzaam ondernemen in de hele organisatie. De organisatie beschikt over een duurzaam toerisme organisatie, een beleid en strategie met jaardoelen, die structureel worden geëvalueerd, gecontroleerd en gecommuniceerd.

### Organisatiestructuur

TUI Nederland heeft sinds 1998 een organisatiestructuur voor duurzaam toerisme. Duurzaam toerisme valt onder de verantwoordelijkheid van de Algemeen Directeur van TUI Nederland. De eindverantwoordelijkheid over het duurzaamheidsbeleid, de strategie en de doelen ligt bij het Leadership team. De Raad van Commissarissen heeft inspraak via de toezichthoudende rol op het leadership team.

De afdeling Duurzaam Toerisme fungeert als kenniscentrum, biedt ondersteuning en is verantwoordelijk voor het ontwikkelen, opstellen en (laten) uitvoeren van het duurzaam toerisme beleid. Het team bestaat uit 2,8 fte, exclusief stagiairs. Het Leadership team heeft het onderwerp duurzaam toerisme structureel op de agenda staan. De afdeling Duurzaam Toerisme verzorgt dit agendapunt.

De reisbureaugroep heeft een eigen Stuurgroep Duurzaam Toerisme, airline Arkefly beschikt over een Fly Green Team en Product heeft Duurzaam Toerisme Champions aangesteld. De teams rapporteren de activiteiten aan het Leadership team en/of afdeling Duurzaam Toerisme. Daarnaast heeft TUI Nederland een Raad van Kinderen.

Duurzaam toerisme is geen afzonderlijk benoemd onderdeel van de vastgestelde taken van de managers en medewerkers in de organisatie. Dit wordt dan ook niet meegenomen in hun beoordeling en beloning. Alleen het team van de afdeling Duurzaam Toerisme heeft vastgestelde duurzaamheidstaken gedefinieerd in de functieomschrijvingen. De duurzaam toerisme resultaten vormen geen onderdeel van de beloning van de bestuurders, managers en medewerkers.

### Beleid en strategie

TUI Nederland heeft haar eigen strategie, beleid en doelen op het gebied van duurzaam toerisme ontwikkeld, welke enerzijds passen binnen de strategische kaders voor duurzame ontwikkeling van het moederconcern TUI Travel en anderzijds aansluiten bij de bedrijfsstrategie en de hoofdactiviteiten van TUI Nederland en bij de kernonderwerpen die invloed hebben op de onderneming.

TUI Nederland heeft een driejarenstrategie Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015. De strategie bestaat uit de pijlers Verankering, Bestemmingen, CO<sub>2</sub>-voetafdruk, Klanten en Collega's. De strategie is goedgekeurd door het bestuur en is gedurende het boekjaar uitgevoerd door het Duurzaam Toerisme Team, waarbij elk teamlid eigen jaardoelen had.



Steven van der Heijden, CEO van TUI Nederland, ontvangt uit handen van Secretaris-generaal Taleb Rifai van UNWTO, de toerismetak van de VN, als eerste grote touroperator ter wereld het Travelife Certified duurzaamheidscertificaat op de Vakantiebeurs in Utrecht.



## Ambitie 2015

**TUI Nederland is onafhankelijk gecertificeerd op het gebied van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen.**

Dit wordt verantwoord door het noemen van de duurzaamheidscertificaten die het concern heeft ontvangen na een audit door een derde partij.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland beschikt over de duurzaamheidslabels Travelife Certified, Fair Trade Toerisme en ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen voor de touroperators.



Home



### Evaluatie

TUI Nederland maakt gebruik van diverse managementsystemen om te rapporteren over de duurzaam toerisme prestaties en om deze verder aan te scherpen. De organisatie heeft een intern ontwikkeld evaluatiesysteem om jaarlijks de voortgang van de ambities in de duurzaam toerisme strategie te monitoren. Het systeem analyseert de prestaties per pijler op het gebied van milieu en sociale key performance indicators. De resultaten dienen als input voor de verdere verbetering van het beleid en de opzet van nieuwe jaardoelen. Daarnaast heeft de reisbureau-groep een duurzaamheidsscan om de prestaties op reisbureau- en retailgroepsniveau te toetsen.

TUI Nederland maakt verder gebruik van het online meetinstrument Milieubarometer ([www.milieubarometer.nl](http://www.milieubarometer.nl)) om de milieuscore en CO<sub>2</sub>-voetafdruk van de Arke winkels, de kantoren in Rijswijk, Enschede, Schiphol-Rijk, Ammerzoden en TUI Curaçao te berekenen. Het systeem analyseert de gegevens van energie, water, afval, transport en papierverbruik op jaarbasis. Voor de evaluatie van personeelsgegevens wordt gebruik gemaakt van het personeelsinformatiesysteem DBS dat inzicht geeft in de samenstelling van het personeelsbestand en de aantallen medewerkers in de diverse divisies. De resultaten van de diverse meetinstrumenten zijn in dit jaarverslag verwerkt.

De organisatie rapporteert jaarlijks op groepsniveau in het kader van de duurzaamheidsstrategie van TUI Travel. De gegevens worden onder andere gebruikt voor jaarverslagen, verschillende ratings en benchmarks.

### Transparantie

TUI Nederland is open en transparant over de activiteiten op het gebied van duurzaam ondernemen richting medewerkers en andere belanghebbenden.

Alle medewerkers worden op de hoogte gehouden van de duurzaam toerisme ontwikkelingen van de organisatie. De belangrijkste media die worden ingezet zijn het personeelsblad, personeelsbijeenkomsten, mailings, intranet en de Duurzaam Toerisme Update, een mini-jaarverslag voor alle medewerkers.

Daarnaast richt de onderneming zich op specifieke interne doelgroepen zoals reisagenten, inkomende agenten, bestemmingsvertegenwoordigers en productmedewerkers.

Externe belanghebbenden en geïnteresseerden worden geïnformeerd via dit Duurzaam toerisme jaarverslag, de bedrijfswebsite [www.tui.nl/duurzaamtoerisme](http://www.tui.nl/duurzaamtoerisme), persberichten, social media en de diverse rapportages van TUI Nederland, TUI Travel en ANVR-DTO. Daarnaast zijn er de onafhankelijke ratings en benchmarks, zoals de Transparantiebenchmark ([www.transparantiebenchmark.nl](http://www.transparantiebenchmark.nl)) en Rank a Brand ([www.rankabrand.nl](http://www.rankabrand.nl)), waar TUI Nederland of/en haar merken vermeld staan.

### Duurzaamheidslabels

Sinds 2013 beschikt TUI Nederland over het duurzaamheidslabel Travelife Certified ([www.travelife.info](http://www.travelife.info)). Het is het eerste internationaal erkende duurzaamheidscertificaat voor touroperators en voldoet aan de GSTC-Recognised criteria. Daarnaast heeft het concern sinds 2012 het Fair Trade Toerisme certificaat ([www.fairtradetourism.org.za](http://www.fairtradetourism.org.za)). TUI Nederland is de eerste grote reisorganisatie in Nederland die Fair Trade Toerisme reizen mag verkopen. In 2003 is het bedrijfs-certificaat ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO) voor de touroperators behaald.

Alle bij de reisbranche ANVR aangesloten touroperators en reisagenten zijn verplicht om praktische maatregelen voor duurzaam toerisme te nemen. In 2003 heeft de ANVR DTO op touroperatorniveau ingevoerd; sinds 2011 zijn er voor de retail verplichtingen op hoofdkantoor- en/of hoofdvestigingsniveau. De ANVR-DTO-verplichting houdt in dat de reisonderneming een DTO-coördinator aanstelt die succesvol een duurzaam toerismetraining doorloopt, een beleidsverklaring en actieplan opstelt en rapporteert over de activiteiten met betrekking tot duurzaam ondernemen.

## Ambitie # 1

TUI Nederland is open en transparant over de activiteiten op het gebied van duurzaam ondernemen richting collega's en andere belanghebbenden.

### Prestatie jaar 1

TUI Nederland staat op de Transparantiebenchmark op plaats 44 en in Rank a Brand met de merken Arke, Holland International en KRAS.NL op plaats 2.

## Ambitie # 2

TUI Nederland beschikt over de duurzaamheidslabels Travelife Certified, de Zelfverklaring ISO 26000, Fair Trade Toerisme, ISO 14001 voor de airline en ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen voor de touroperators en reisbureaus.

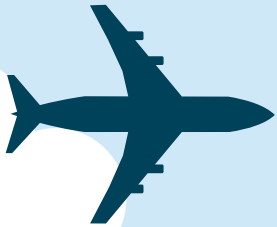
### Prestatie jaar 1

TUI Nederland beschikt over de duurzaamheidslabels Travelife Certified, Fair Trade Toerisme en ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen voor de touroperators.



Alle medewerkers ontvangen jaarlijks de Duurzaam Toerisme Update met de hoogtepunten.

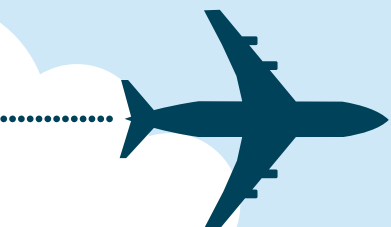




### Belangrijkste ontwikkelingen in 2013

- De duurzaam toerisme organisatie binnen TUI Nederland is aangepast aan de nieuwe management-structuur. Na vijf jaar is het Duurzaam Toerisme Team ontbonden en is duurzaam toerisme een structureel agendapunt bij het Leadership team geworden. Het netwerk van Duurzaam Toerisme Champions is verder uitgebreid met vertegenwoordiging voor Tour Support en TUI Specials.
- In februari 2013 is de duurzaam toerisme organisatie uitgebreid met een Raad van Kinderen, onderdeel van Missing Chapter Foundation. Er heeft een kick-off plaatsgevonden op de Montessorischool Leidscheven uit Den Haag en er heeft een werkbezoek aan de Turkse all-inclusive accommodatie Aqua Fantasy plaatsgevonden. Meer informatie over dit initiatief staat aan het einde van het hoofdstuk.
- TUI Nederland heeft de driejarenstrategie Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015 gelanceerd in navolging van de TUI Travel strategie Sustainable Holidays Plan 2012-2014. De strategie is opgezet in overleg met het Duurzaam Toerisme Team, relevante afdelingen, managers en medewerkers via brainstormsessies en presentaties.
- TUI Nederland heeft een duurzaam toerisme nieuwsbrief voor inkomende agenten geïntroduceerd, die zes keer per jaar verschijnt.
- In 2013 heeft TUI Nederland de standard Travelife Certified for Tour operators and Travel agents ontvangen. TUI Nederland voldoet aan ruim 150 Travelife criteria en is de eerste grote touroperator ter wereld met dit duurzaamheidscertificaat.
- Arkefly heeft als streven in 2014 het certificaat ISO 14001 te ontvangen. De infrastructuur, de organisatie en een milieubeleid zijn opgezet en goedgekeurd. Het Fly green team wordt ingezet voor de doorvoering van de criteria voor ISO 14001.
- De ANVR-DTO verplichting voor reisbureaus op hoofdkantoor- en hoofdvestigingniveau om het bedrijfs-certificaat te halen is gelanceerd in februari 2013. Op 1 augustus 2013 heeft de ANVR besloten de verplichting voor de hoofdvestigingen voor onbepaalde tijd op te schorten. TUI Nederland heeft voor Arke, Holland International Reisbureau en Holland International Reisbureau at Home geen certificaat behaald. Daarentegen heeft wel 100 procent van Arke management (125 personen, inclusief regiomanagers en senior management) de training succesvol afgerond.
- TUI Nederland is in drie jaar tijd van de negentigste plaats gestegen naar nummer 44 van de Transparantie-benchmark ranglijst met 173 punten (van de 200 punten). TUI Nederland laat hiermee de andere reisbedrijven ver achter zich. De Transparantiebenchmark is een activiteit van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie en maakt de wijze waarop de vijfhonderd grootste Nederlandse bedrijven verslag doen over hun activiteiten op gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen inzichtelijk.
- TUI Nederland was wederom genomineerd voor de reisvakprijs Groene Veer, die toegekend wordt aan een reisorganisatie die zich op bijzondere wijze inzet voor duurzaam toerisme. TUI Nederland is shortlisted voor de World Responsible Tourism Awards 2013 in de categorie Best in Child Protection.





## Project: Raad van Kinderen

Het toerisme is een bedrijfstak met een enorme omvang en impact. TUI Nederland is zich ervan bewust dat de positieve effecten van de vakanties verder moeten worden versterkt en de negatieve gevolgen verder dienen worden afgezwakt om vakantiebestemmingen voor toekomstige generaties te behouden. Het reisconcern werkt daarvoor samen met maatschappelijke organisaties om te horen hoe zij de invulling van vakanties zien. Met ingang van 2013 is de dialoog uitgebreid naar een nieuwe, belangrijke groep belanghebbenden: kinderen.

In 2013 heeft TUI Nederland als eerste Nederlandse reisorganisatie een Raad van Kinderen geïnstalleerd. De raad bestaat uit een groep van 15 leerlingen van 10, 11 en 12 jaar oud van de Montessorischool Leidschenveen. In samenwerking met de Missing Chapter Foundation, een initiatief van Prinses Laurentien van Oranje, gaat het concern met de kinderen in gesprek over de toekomst van vakanties om de strategie en het beleid op het gebied van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen scherp te houden en te laten aansluiten bij de ideeën van jongere generaties.

**Francis Beelaerts en Marloes van der Have uit het team van de Missing Chapter Foundation, Maarten Stuifbergen, bovenbouwcoördinator aan de Montessorischool en Beaudille van der Houwen, een van de kinderen uit de Raad van Kinderen, vertellen er meer over.**

Waarom is het belangrijk dat grote organisaties als TUI Nederland naar de ideeën en gedachten van kinderen luisteren? Wat is daar bijzonder aan?

**Francis / Marloes:** 'Kinderen kunnen ons met hun denkkracht, scherpe blik en logische vragen helpen om de toekomst tastbaar te maken. Door de dwarsverbanden en oplossingen die zij zien, kunnen ze bij uitstek een change agent zijn voor meer duurzame reisbranche. Het is daarom waardevol en slim om hun manier van kijken een plek te geven in de organisatie.'

**Maarten:** 'Kinderen zijn scherpe observators en kunnen vanuit die hoedanigheid een constructieve wending geven aan het mooier en beter maken van de wereld. De zintuigen van kinderen zijn gericht op harmonie, creativiteit en vooruitgang. Een waardevolle partner in het levend houden van de dialoog over duurzaamheid. Ook zeker in een dynamische wereld als de reisbranche.'

**Beaudille:** 'Het is belangrijk om naar kinderen te luisteren, omdat kinderen beter out of the box kunnen denken dan volwassenen, omdat volwassenen direct nadenken of dingen haalbaar zijn bijv. qua geld.'

Hoe hebben jullie de samenwerking met TUI Nederland ervaren. Wat ging er goed en wat ging er minder goed? Wat heeft de samenwerking jullie gebracht?

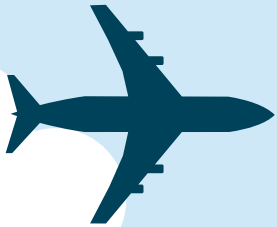
**Francis / Marloes:** 'De samenwerking met TUI Nederland bood een geweldige kans om het gedrag van mensen te bestuderen op een vakantie en samen met de kinderen na te gaan hoe je dit gedrag positief richting duurzaam gedrag kunt beïnvloeden. Het was geweldig hoe TUI Nederland open stond voor de ideeën van de kinderen en hoe ze het onderzoeksproces van de kinderen gefaciliteerd en georganiseerd hebben. Niets was te gek.'

**Maarten:** 'De samenwerking met TUI Nederland gaf de school een letterlijke inblik in de reiswereld. TUI Nederland is vanaf de aftrap en de presentatie van het dilemma een belangrijke partij geweest in de totstandkoming van de uitkomsten van de kinderen, die vanuit dezelfde overtuigingen en met gelijke doelen deze reis gestalte heeft gegeven.'

**Beaudille:** 'Ik heb de samenwerking met TUI Nederland als heel bijzonder ervaren. Het is bijzonder om met een grote organisatie met een probleem mee te mogen denken over oplossingen. Wat ik goed vond gaan, is dat de volwassenen goed naar ons hebben geluisterd en met ons meegedacht. Ze stonden ook heel erg open voor onze antwoorden. Niet goed? Hier kan niets bedenken!' 'De samenwerking heeft mij gebracht dat ik anders over zaken heb leren nadenken. Bijvoorbeeld over een zwembad en hoe de waterzuivering gedaan wordt, of dat je een handdoek beter over het balkon kan laten drogen in plaats van elke dag in de was te doen.'







Mocht het volgend jaar weer tot een samenwerking komen tussen de school en TUI Nederland, welk onderwerp zou je willen onderzoeken?

**Francis / Marloes:** 'Het zou interessant zijn om met de kinderen verder in gesprek gaan over hoe je je nu echt betrokken voelt bij de plek waar je naar toe gaat. Communicatie speelt hierin een grote rol. Zo hadden de kinderen het idee dat TUI Nederland filmpjes kan maken over de plek waar je naar toe gaat, over de mensen die er wonen, over hun gewoontes en over hoe er wordt omgegaan met energie, water en afval. Wat uit dit idee blijkt, is dat de kinderen op zoek zijn naar meer verbinding met de vakantieplek. Door het persoonlijker te maken is hun idee dat je ook beter voor die omgeving gaat zorgen.'

**Maarten:** Er ontstond tijdens de reis en het onderzoek een geweldige urgentie om 'de duurzame reis door de ogen van het kind' verder te verkennen. Kinderen zijn gevoelig voor communicatie - 'worden we serieus genomen?' of 'in hoeverre houdt een bedrijf rekening met mij'. Kinderen hebben een voorzichtige aanzet gedaan tot een alternatief voor kinderanimatie, hier is nog veel ruimte voor innovatie. Het zou fantastisch zijn om hier een diepere laag in aan te brengen.'

**Beaudille:** 'Marketing. Ik zou willen onderzoeken hoe je mensen dingen duidelijk maakt via verschillende wegen, zoals social media en boekjes.'

Welk advies willen jullie aan andere grote organisaties meegeven?

**Francis / Marloes:** 'De denkracht van kinderen leidt tot verrassende, positieve inzichten die besluitvormers en managers aan het denken zetten en helpen om richting te geven aan toekomstbestendige besluitvorming.'

**Maarten:** 'Kinderen nemen volwassenen mee in een denkwereld die van betekenis is binnen bedrijven en organisaties. Ze denken pragmatisch en geven eerlijke en concrete antwoorden op lastige vragen. Kinderen hebben in dit soort processen maar één doel en dat is vooruitgang bewerkstelligen en rechtvaardigheid combineren met creativiteit. Mijn advies is om samenwerkingen met kinderen te continueren en de inspiratie van de ideeën van kinderen op een bepaalde manier in te zetten in de besluitvorming van bedrijven.'

**Beaudille:** 'Ik adviseer grote bedrijven om te gaan samenwerken met de Missing Chapter Foundation, omdat veel problemen opgelost kunnen worden door kinderen en hier kan de Missing Chapter Foundation bij helpen.'

Wat vond je het meest verrassende, bijzondere, onverwachte idee?

**Francis / Marloes:** 'De meest opvallende en bijzondere gedachtegang van de kinderen was hoe zij nadachten over 'belonen'. Belonen is voor hen erg belangrijk in het beïnvloeden van gedrag. Zo hadden ze bijvoorbeeld een stempelkaart ontwikkeld als deurhanger. Met deze stempelkaart kun je bijvoorbeeld het handdoeken gebruik bijhouden. Voor elke nieuwe handdoek krijg je één stempel. Hoe minder stempels je verzamelt, hoe meer je beloond wordt. Beloning kan op verschillende vormen: korting, een gratis diner in het restaurant of een excursie naar een lokaal dorpje.'

**Maarten:** 'Wat ik heel verrassend vond, was de manier waarop kinderen de bezoekers uit hun comfortzone (die bij vakantie hoort) proberen te krijgen. Van meters in huis waarmee milieu impact berekend kan worden, tot stempelkaarten die een korting berekenen. Het impliceert dat kinderen gevoelig zijn voor prikkels die leiden tot een extrinsieke motivatie om gedrag aan te passen. Kinderen zeggen hierover dat het dan vanzelf automatisme zal worden. Het is niet voor iedereen een vanzelfsprekendheid om goed voor de aarde te zorgen, sommige mensen hebben een duwtje in de rug nodig.'

**Beaudille:** 'Het meest verrassend idee vond ik de stempelkaart, het meest bijzondere het boerenhotel en het meest onverwachte de reisgids en website 'La Ecologica'.'

Welk idee/ideeën denk je dat de directie van TUI Nederland daadwerkelijk doorvoert?

**Francis / Marloes:** 'De Plek check. De kinderen dachten na over de plek waar een hotel gebouwd wordt. Wie kiest er eigenlijk voor die plek? En wie zorgt ervoor dat die plek ook nog mooi is over 50 jaar? De plek check is als het ware een checklist voor TUI Nederland voor de plek van het hotel van de toekomst. Zo is één punt op de checklist bijvoorbeeld 'Kies een leuke plek, zodat je die mooier maakt'. Hiermee bedoelen de kinderen dat je beter een mooi hotel op een leuke plek kunt bouwen. Want je kunt immers beter een leuke plek mooi maken dan een mooie plek leuker maken.'

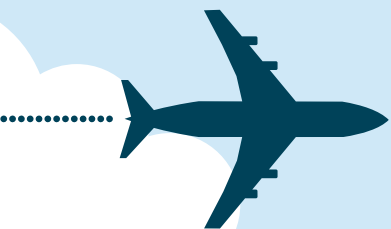
**Maarten:** 'Ik ben ervan overtuigd dat de Plek check (op een bepaalde manier) een plaats zal hebben in de besluitvorming. Het raakt aan sociale duurzaamheid en ook duurzaam bouwen is een aspect van dit idee. Het is een idee waar beleidsmakers direct mee aan de slag kunnen en het zijn aspecten waar onmiddellijk rekening mee kan worden gehouden bij het creëren van een nieuwe accommodatie.'

**Beaudille:** 'De Plek check!'



# Jaardoelen: Verankering

Beleidsregel	Jaardoelen 2013	Resultaten	Jaardoelen 2014
<b>Duurzaam toerisme organisatie</b> De duurzaam toerisme organisatie bestaat uit een afdeling Duurzaam Toerisme, werkgroepen en champions.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2013 geformuleerd.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het voortzetten van de samenwerking met de Raad van Kinderen, in samenwerking met de Missing Chapter Foundation.</li> </ul>
<b>Beleid en jaardoelen</b> Het duurzaam toerisme beleid wordt geïntegreerd in de bedrijfsprocessen en procedures.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het lanceren van de driejarenstrategie Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015, dat loopt van 1 oktober 2012 t/m 30 september 2015.</li> </ul>	<b>Behaald:</b> De driejarenstrategie Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015 en het Duurzaam toerisme jaarverslag 2012 zijn gelanceerd eind november 2012.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2014 geformuleerd.</li> </ul>
<b>Evaluatie</b> TUI Nederland evalueert en verbetert continu de duurzaam toerisme prestaties.	Geen jaardoel 2013 geformuleerd.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2014 geformuleerd.</li> </ul>
<b>Transparantie</b> TUI Nederland geeft inzicht in de duurzaam toerisme prestaties.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het behalen van het duurzaamheidslabel Travelife Certified opgezet door reisbrancheorganisatie ANVR en ECEAT.</li> <li>• Het behalen van de bedrijfscertificaat ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen voor de hoofdvestigingen van de winkels van Arke, Holland International Reisbureau en Holland International Reisbureau at Home.</li> <li>• Het onderzoeken en opstarten van ISO 14001 certificatie.</li> </ul>	<b>Behaald:</b> In januari 2013 heeft TUI Nederland als eerste grote touroperator wereldwijd het Travelife Certified voor touroperators behaald.  <b>Niet behaald:</b> De ANVR-DTO verplichting voor reisbureaus op hoofdkantoor- en hoofdvestigingsniveau is gelanceerd in februari 2013. Op 1 augustus 2013 heeft de ANVR besloten de verplichting voor de hoofdvestigingen voor onbepaalde tijd op te schorten. TUI Nederland heeft geen retailcertificaat behaald. Daarentegen heeft wel 100 procent van Arke management (125 personen, inclusief regio-managers en senior management) de training succesvol afgerond.  <b>Behaald:</b> Airline Arkefly heeft de organisatie en infrastructuur opgezet voor doorvoering van ISO 14001. Er is een milieubeleid en een projectplan opgesteld, welke zijn goedgekeurd door de directie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het voortzetten van het jaardoel 2013.</li> <li>• Het behalen van het ISO 14001 certificaat voor airline Arkefly.</li> <li>• Het prolongeren van het bedrijfscertificaat ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO) voor de touroperators van TUI Nederland.</li> <li>• Het prolongeren van het duurzaamheidslabel Fair Trade Tourism voor TUI Nederland.</li> <li>• Het behouden van een top 50 positie voor TUI Nederland in de Transparantiebenchmark 2014 ranglijst o.b.v. het Duurzaam toerisme jaarverslag 2013.</li> </ul>



## Bestemmingen - Keten

Het investeren in de duurzame ontwikkeling van het vakantieaanbod

Om de kwaliteit en het bijzondere karakter van de vakantiebestemming te behouden, selecteert TUI Nederland haar vakantieproducten met zorg. De pijler Bestemmingen - Keten richt zich daarom op het verduurzamen van de inkoop van vervoer, verblijf en vermaak, met als doel bij te dragen aan de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen.

### Ketenverantwoordelijkheid

De toerisme-industrie heeft positieve en negatieve effecten op de lokale gemeenschappen, de natuur en het milieu op de vakantiebestemmingen. Voorbeelden zijn werkgelegenheid, inkomsten voor de lokale economie, luchtvervuiling, watertekort, biodiversiteitsverlies en de uitbuiting van kinderen en dieren. De impact van deze effecten is mede afhankelijk van de mate waarin deze door de reisorganisaties worden gemanaged in de keten van leveranciers.

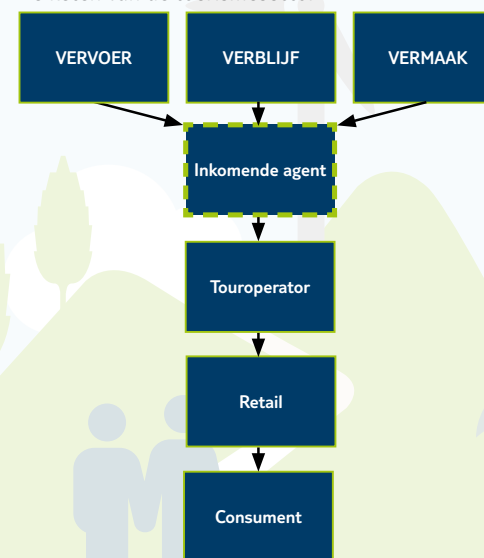
De toerismesector bestaat uit een complexe en uitgebreide keten. Dit geldt ook voor TUI Nederland, waarbij verschillende touroperators en retailkanalen vakanties samenstellen en verkopen. Hierbij wordt samengewerkt met honderden verkooppunten en duizenden toeleveranciers van vervoer, verblijf en vermaak in meer dan honderd landen.

De belangrijkste toeleveranciers voor vakanties van TUI Nederland zijn de aanbieders van accommodaties, de lokale agenten die onder andere de transfers verzorgen, de excursieaanbieders en de luchtvaartmaatschappijen. De onderneming richt zich met de ketenverantwoordelijkheid tot de eerste en veelal ook de tweede lijn leveranciers als het een dienst betreft die via een partner als TUI Group purchasing, de lokale agent of een andere derde partij zijn ingekocht in opdracht van TUI Nederland.

TUI Nederland hanteert duurzaamheidsrichtlijnen in de contracten met de toeleveranciers en afnemers. Deze verplichten de hoteliers een duurzaamheidsprogramma op te stellen, de effecten van hun handelen op het milieu, hun medewerkers en de lokale gemeenschap te managen, een Travelife award te behalen of te behouden en/of te voldoen aan richtlijnen op het gebied

van water- en energieverbruik. De contracten van inkomende agenten en excursieaanbieders hebben een ethische en duurzaam toerisme clausule en addendum. Hierin worden eisen gesteld aan de leverancier en de partijen waarmee hij zaken doet, gesteld op het gebied van onder andere omkoping, milieumanagement, mensenrechten, arbeidsvoorwaarden, kinderarbeid en dierenwelzijn. Leveranciers die door het structureel niet naleven van de eisen schade kunnen leveren aan de onderneming kunnen per direct een halt toegevoerd worden door de verkoop van de dienst te staken. Contractbreuk is hierdoor veelal niet nodig. TUI Nederland hanteert nog geen duurzaamheidsclausules voor derden luchtvaartmaatschappijen. Met ingang van 2013 hanteert TUI Travel een nieuwe Supplier Code of Conduct voor alle leveranciers. De Code stelt minimum standaarden die verwacht worden van leveranciers en hun werknemers, aannemers, agenten en dochterondernemingen. De code heeft betrekking op mensenrechten en arbeidsrecht, ondersteuning aan lokale gemeenschappen, milieueffecten en omkoping en corruptie.

### De keten van de toerismesector



De producten van TUI Nederland worden door de touroperator direct ingekocht of via een agent.

## Ambitie 2015

TUI Nederland heeft het grootste duurzame vakantieaanbod met meer dan 1.000 gecertificeerde accommodaties met een duurzaamheidslabel. Dit wordt verantwoord door het berekenen van het aantal accommodaties met een erkend duurzaamheidslabel, gemeten aan het einde van het zomerseizoen met sluiting op 31 oktober. Goedgekeurde duurzaamheidslabels zijn erkend door Global Sustainable Tourism Council (bijvoorbeeld Travelife), zijn internationale milieumanagement standaarden (bijvoorbeeld ISO 14001 en EMAS) of hebben grote internationale erkenning (bijvoorbeeld EU-Ecolabel en Green Key).

## Prestatie jaar 1

Het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel is 598. Dit is het aanbod van de seizoenen winter 2012-2013 en zomer 2013 opgeteld, zonder dubbelingen.

## Ambitie # 3

De gedifferentieerde hotelketens en -formules van TUI Nederland beschikken over een duurzaamheidslabel en een erkend milieumanagementsysteem.

## Prestatie jaar 1

In 2013 heeft 43,2 procent van de gedifferentieerde accommodaties een duurzaamheidslabel en/of een milieumanagementsysteem. Dit zijn 96 van de 222 hotels. Hiervan beschikt slechts 3,2 procent over een duurzaamheidslabel én over een milieumanagementsysteem. De gedifferentieerde hotelketens en -formules zijn hotels met KidsClubs en van COUPLES (o.a. Sensimar), MAGIC LIFE, PURAVIDA RESORTS, RIU, ROBINSON, SENSATORI, SPLASHWORLD en SUNPLUGGED.

100+ vakantielanden  
250+ inkomende agenten  
50+ luchtvaartmaatschappijen  
7000+ accommodaties  
1500+ excursieaanbieders





### Accommodaties

De hotelindustrie speelt een belangrijke rol op een vakantiebestemming. Door verantwoord management van water, energie en afval wordt de kwaliteit van de omgeving behouden. De inkoop van lokale producten en diensten en het creëren van werkgelegenheid dragen bij aan de lokale economie en stemt de lokale bevolking positief. Dit draagt bij aan een positieve vakantiebeleving van de vakantieganger. TUI Nederland streeft daarom naar het verduurzamen van het accommodatieaanbod en vergroten van het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel. TUI Nederland maakt hierbij onderscheid in het soort accommodatie en de plaats van een accommodatie in de ranglijst op basis van passagiersaantallen.

In 2013 is besloten dat TUI Nederland de internationale 'Modern Mainstream' doelstellingen van de TUI groep gaat volgen. Dit houdt onder andere in dat het reisconcern zich gaat onderscheiden door vakanties met een duidelijke meerwaarde aan te bieden. Dit komt bijvoorbeeld tot uiting door eigen accommodatieformules te ontwikkelen en door het aanbod van internationale TUI accommodatieconcepten aan te bieden. De strategie richt zich erop om zo minder doorsnee 'commodity' producten aan te bieden, maar meer unieke en gedifferentieerde vakanties.

In 2013 zijn de gedifferentieerde hotelketens en -formules hotels met KidsClubs en van COUPLES (o.a. Sensimar), MAGIC LIFE, PURAVIDA, RIU, ROBINSON, SENSORI, SPLASHWORLD en SUNPLUGGED. Deze accommodaties worden verplicht een duurzaamheidslabel en milieumanagement standaard te behalen en te voldoen aan de gestelde maximale water- en energieverbruik doelstellingen. Commodity producten worden verplicht een duurzaamheidslabel te verkrijgen. Hierbij richt de naleving en ondersteuning zich voornamelijk op de commodity producten die zich in de top 200 van bestverkopende accommodaties bevinden, die ongeveer 30 procent van onze passagiersaantallen vertegenwoordigen.

Voor zowel gedifferentieerde als commodity producten worden diverse maatregelen genomen. Duurzaam toerisme doelstellingen voor accommodaties zijn opgenomen in de product- en inkoopplannen. Het accommodatieaanbod waar negentig procent van de TUI-gasten verblijft, is opgevoerd in het management

systeem van het duurzaamheidslabel Travelife. Hoteliers worden zo uitgenodigd om de Travelife zelfcheck te voltooien of een Travelife audit te ondergaan. Travelife en andere GSTC-erkende duurzaamheidslabels worden ook gepromoot door middel van conferenties, mailings, folders en andere activiteiten. Een aantal gedifferentieerde ketens, zoals RIU, ROBINSON en MAGIC LIFE, hanteren zelf al duurzaam toerisme strategieën.

### Bestemmingen

De lokale overheid speelt een belangrijke rol op een vakantiebestemming. De lokale infrastructuur bepaalt in grote mate de mogelijkheden voor verantwoord management van water, energie en afval. Het selecteren van duurzame bestemmingen wordt bemoeilijkt door het beperkte aantal bestemmingskeurmerken en gecertificeerde bestemmingen wereldwijd. Op internationaal niveau wordt er gewerkt aan wereldwijd geaccepteerde criteria voor bestemmingen door GSTC. In Nederland initieert Vereniging Kust & Zee de opzet van een nieuw bestemmingskeurmerk.

TUI Nederland streeft naar het vergroten van het aanbod duurzame bestemmingen. TUI Nederland neemt de keurmerken QualityCoast Award voor kustplaatsen en eilanden ([www.qualitycoast.info](http://www.qualitycoast.info)) en Blauwe Vlag stranden ([www.blueflag.org](http://www.blueflag.org)) mee in de selectie van vakantiebestemmingen. Daarnaast wordt bij de inkoop van wintersportbestemmingen gekeken naar autovrije dorpen en milieuvriendelijke bestemmingen op basis van het intern ontwikkelde 'sneeuwsterlabel'.

### Inkomende agenten en vermaak

TUI Nederland werkt in nagenoeg al haar vakantiebestemmingen met de lokale agenten die onder andere de transfers en excursies verzorgen. De laatste jaren vergroot TUI Nederland haar aandacht voor de inkomende agenten als het om duurzaam toerisme gaat. TUI Nederland biedt honderden excursies aan haar gasten aan. Aangezien in veel bestemmingen al jaren dezelfde excursies worden aangeboden, probeert TUI Nederland daar verandering in te brengen door het aanbod duurzaam vermaak te vergroten. Dit wordt gedaan door meer milieuvriendelijke en bijzondere excursies, die een zichtbare positieve bijdrage leveren aan mens, dier en/of natuur ter plaatse, op te nemen. Hierbij worden de lokale agenten gestimuleerd nieuwe producten te selecteren of te ontwikkelen. Daarnaast worden bepaalde excursies niet meer aangeboden

## Ambitie # 4

TUI Nederland vergroot het aanbod milieuvriendelijk vervoer door bus en/of trein altijd aan te bieden binnen Benelux, West-Duitsland en Noord-Frankrijk. TUI Nederland breidt bus- en treinvervoer uit voor het wintersportaanbod en rondreizen.

## Prestatie jaar 1

Bus en/of trein worden altijd aangeboden voor reizen naar de Benelux, West-Duitsland en Noord-Frankrijk. Het aandeel milieuvriendelijk vervoer is gestegen met 19,0% tot 38,1% van het totale vervoersaanbod naar wintersportbestemmingen (exclusief KRAS.NL). Alleen KRAS.NL biedt busvakanties vanuit Nederland aan. KRAS.NL heeft 106 busvakanties gepubliceerd in brochures.

## Ambitie # 5

TUI Nederland heeft op alle vakantiebestemmingen minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse. Daarnaast voldoen alle excursies en activiteiten aan duurzaamheidsrichtlijnen.

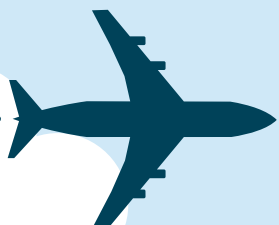
## Prestatie jaar 1

Van alle vakantiebestemmingen heeft 37,3 procent minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse. Er zijn 136 duurzame excursies in 38 van de totaal 102 bestemmingslanden..



TUI Nederland keurt meer dan 25 duurzaamheidslabels en managementstandaarden goed voor de duurzame accommodatiestrategie. Het concern geeft de voorkeur aan het Travelife ([www.travelife.org](http://www.travelife.org)) als duurzaamheidslabel voor accommodaties. Travelife is een onafhankelijk Europees evaluatiesysteem, waarin accommodaties kunnen worden geëvalueerd op basis van sociale en milieuaspecten, zoals arbeidsomstandigheden, omgang met de lokale bevolking en energiemangement. Het label is GSTC-erkend.





en richtlijnen gehanteerd, zoals de Global Welfare Guidance for Animals in Tourism. Voorbeelden van duurzaam vermaak zijn olifantvriendelijke excursies, verantwoord walvissen spotten en fietstochten door wereldsteden.

#### Vervoer

Bus- en treinreizen zijn minder schadelijk voor het milieu dan vlieg- en autovakanties. Hoewel de vraag vanuit de klant gering is, streeft TUI Nederland ernaar de gasten keuze te bieden uit verschillende middelen van vervoer. Het streven is bus en/of trein altijd aan te bieden binnen Benelux, West-Duitsland en Noord-Frankrijk. In Nederland zijn alle touringcar-bedrijven en bussen die TUI Nederland gebruikt in het bezit van het Keurmerk Touringcarbedrijf.

De merken van TUI Nederland informeren de gasten op verschillende momenten en manieren over de mogelijkheid om de uitstoot van de vlieg- of autoreis vrijwillig te compenseren via GreenSeat. De bijdrage voor de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de gereden en gevlogen kilometers naar de ROBINSON Clubs zit geïntegreerd in de pakketprijs en wordt gecompenseerd door deelname in duurzame energieprojecten van GreenSeat ([www.greenseat.nl](http://www.greenseat.nl)).



TUI Nederland heeft vijf duurzaam ondernemen conferenties georganiseerd voor accommodaties in Kos, Costa del Sol, Costa de la Luz, Algarve en Madeira. Hoteliers nemen een kijkje achter de schermen bij een accommodatie met een duurzaamheidslabel.

#### Belangrijkste ontwikkelingen in 2013

- Alle accommodatiecontracten hebben een Sustainable Development addendum, met uitzondering van de long-term contracten. In de contracten voor de gedifferentieerde producten staan duurzaam toerisme specificaties opgenomen.
- In 2013 lanceerde TUI Travel een nieuwe Supplier Code of Conduct voor alle leveranciers, inclusief de accommodaties. De Code stelt minimum standaarden die verwacht worden van leveranciers en hun werknemers, aannemers, agenten en dochterondernemingen. De code heeft betrekking op mensenrechten en arbeidsrecht, ondersteuning aan lokale gemeenschappen, milieueffecten en omkoping en corruptie.
- Het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel is gestegen met 41,0 procent tot 598 accommodaties in het aanbod Winter 2012/13 en Zomer 2013 ten opzichte van vorig jaar, zonder dubbelingen. 8,1 procent van het totale aantal gecontracteerde accommodaties is een accommodatie met een duurzaamheidslabel.
- In 2012 verbleven 120.894 vakantiegangers in een gecertificeerde accommodatie; dat is een stijging van 8,7 naar 9,5 procent<sup>1</sup> ten opzichte van 2012. Het aandeel vakantiegangers in een duurzame accommodatie is 10,3 procent exclusief KRAS.NL.
- TUI Nederland heeft in samenwerking met blueContec en Travelife vijf duurzaam ondernemen conferenties georganiseerd voor alle accommodaties in de bestemmingen Kos, Costa del Sol, Costa de la Luz, Algarve en Madeira. In totaal zijn 183 deelnemers aanwezig geweest. Accommodaties die direct lid werden van Travelife hebben een korting op het lidmaatschap en de audit gekregen van Travelife en TUI Nederland. Daarnaast zijn soortgelijke evenementen georganiseerd door ANVR, ECEAT-Projects en Travelife in Italië, Mallorca en Turkije. Naar aanleiding van de TUI-conferenties op Aruba, Bonaire en Curaçao in 2012 en op initiatief van de product manager van Suriname worden diverse accommodaties in deze bestemmingen gaudit door Travelife.
- Gedurende het jaar hebben diverse Travelife trainingen gericht op inkomende agenten plaatsgevonden in Brazilië, Italië, Kenia, Nepal, Oostenrijk, Thailand en Zuid-Afrika. Dit werd georganiseerd door ECEAT-Projects en ANVR. TUI Nederland heeft gecontracteerde agenten uitgenodigd deel te nemen.
- TUI Nederland heeft een periodieke agentennieuwsbrief ontwikkeld. De nieuwsbrief met als doelgroep inkomende agenten verschijnt minimaal 6 keer per jaar en bevat de laatste nieuwsitems op het gebied van duurzaam toerisme.
- TUI Travel lanceert de TUI Travel Animal Welfare Policy, waarin staat aangegeven wat het beleid en de strategie van de Groep is om dieren in het wild en in gevangenschap op de vakantiebestemmingen te beschermen. Daaruit voortkomend heeft TUI Nederland de Global Welfare Guidance for Animals in Tourism geadopteerd om het vakantieaanbod te verbeteren.
- Het totale aanbod duurzame wintersportbestemmingen is gedaald met 22,6 procent tot 82 bestemmingen. Het aandeel milieuvriendelijk vervoer is gestegen met 19,0% tot 38,1% van het totale vervoersaanbod naar wintersportbestemmingen. De wintersportcijfers zijn exclusief KRAS.NL en Goed Idee Reizen.

<sup>1</sup> Berekening o.b.v. het aantal geboekte duurzame accommodaties op 31/10/2013 t.o.v. het totale aantal geboekte accommodaties, inclusief KRAS.NL



Home



- In 2013 heeft ANVR diverse vergaderingen geïnitieerd met ANWB, Stichting Natuur en Milieu, MVO Nederland, Royal Haskoning/DHV en touroperators om te praten over de mogelijkheden om het reizen per trein als alternatief voor vluchten te promoten. De ANVR brengt de knelpunten van de Nederlandse reisbranche in bij de nieuw geformeerde Europese projectgroep 'Industry initiative for the improvement of rail distribution'. Dit dient o.a. een makkelijke en eenvoudig boekings- en reserveringssysteem van internationale treinreizen tot stand te brengen. TUI Nederland heeft aan diverse bijeenkomsten deelgenomen. Met ingang van zomer 2014 biedt KRAS.NL de NS-Combikaart niet meer aan in de belangrijkste brochures, omdat er geen digitale oplossing komt en KRAS.NL stopt met handmatig voucherwerk.
- Touroperator KRAS.NL maakt veel gebruik van de busvloot van KRAS Touringcars van de gebroeders Kras. In 2013 werd de vloot uitgebreid met vijf nieuwe touringcars, waardoor de gemiddelde leeftijd van het wagenpark van dertig touringcars op 2,5 jaar komt. De nieuwe touringcars beschikken over een energiezuinige EURO 5 motor.
- Na een succesvolle pilot op Gran Canaria is TUI Nederland ook gestart met gezamenlijke transfers voor passagiers van alle aankomende vluchten in Europa (Spanje, Portugal, Tunesië, Turkije, Egypte, Griekenland, Cyprus).
- Van alle vakantiebestemmingen heeft 37,3 procent minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse. Er zijn 136 duurzame excursies voor winter 2012/13 en zomer 2013 in 38 van de totaal 102 bestemmingslanden. Het aantal duurzame excursies is toegenomen met 28,3 procent ten opzichte van 2012.
- Voor de derde keer is de Groene Product Award uitgereikt aan de product medewerker met het beste product op het gebied van duurzaam toerisme. De prijs is gewonnen door Jan Mensink van Product Overland voor zijn product 'Fietsend Europa ontdekken'. Dit product werd door de medewerkers van TUI Nederland verkozen tot beste product op het gebied van duurzaam toerisme. Erika Ordeman ontving met haar Fair Trade Tourism rondreis in Zuid-Afrika een eervolle vermelding.

Accommodaties met duurzaamheidslabel	2011	2012	2013
Aantal duurzame accommodaties van laatste twee afgesloten seizoenen bij sluiting zomerseizoen	425	424	598
Gemiddelde per jaar aandeel klanten in duurzame accommodatie (in percentage) <sup>1</sup>	8,6%	8,7%	9,5%
<sup>1</sup> In 2011 en 2012 is het percentage klanten berekend voor alle TUI-merken exclusief KRAS.NL en Goed Idee Reizen.			
Duurzame wintersportbestemmingen	2011	2012	2013
	Winter 11/12	Winter 12/13	Winter 13/14
Sneeuwster bestemmingen	63	62	50
Autovrije dorpen	47	44	32
<b>Totaal</b>	<b>110</b>	<b>106</b>	<b>82</b>
Duurzaam vermaak	2011	2012	2013
Milieuvriendelijke en bijzondere excursies (in aantallen)	68	106	136





## Project: RIU gaat voor goud



De hotelindustrie speelt een belangrijke rol op vakantiebestemmingen voor het behoud van de kwaliteit van deze bestemmingen. Verantwoord milieumanagement van water, energie en afval zorgt voor het behoud van de biodiversiteit, en sociaal management zorgt voor tevreden medewerkers, die dit uitstralen naar de vakantiegangers. TUI Nederland streeft daarom naar het verduurzamen van het accommodatieaanbod en het vergroten van het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel tot duizend in 2015.

TUI Nederland is niet de enige die het belang van een duurzaamheidslabel inziet, de hotelketen RIU Hotels & Resorts heeft enkele jaren geleden besloten dat alle RIU hotels aan het eind van 2014 over het duurzaamheidslabel Travelife Gold moeten beschikken. RIU Hotels & Resorts heeft meer dan 100 hotels in 16 landen en 25.000 werknemers, die jaarlijks meer dan 3,3 miljoen gasten ontvangen.

### **Catalina Alemany Sorell, Manager Corporate Social Responsibility van RIU Hotels & Resorts vertelt meer over de ambitieuze doelstelling.**

RIU streeft naar een gouden Travelife award voor al haar hotels. Wat is de status op dit moment?

'Onze doelstelling in 2014 is om 100 procent van onze eigen hotels gecertificeerd te krijgen. Momenteel staat de teller op 71 Travelife awards en één ISO 14001 certificaat. In Spanje, Mexico, Dominicaanse Republiek, Marokko, Kaapverdië, Portugal, Bulgarije en Cuba zijn onze hotels al gecertificeerd. De komende maanden staan Jamaica, Costa Rica, Miami, Bahamas, Aruba en Panama op het programma.'

Het is geen eenvoudige taak alle RIU hotels op Travelife Gold niveau te krijgen. Hoe heb je dit aangepakt?

'We implementeren een nieuwe bedrijfscultuur gericht op duurzaamheid. Deze omslag behelst ook technologische innovaties, specifieke doelstellingen en metingen op het gebied van waterbesparing, hernieuwbare energie, afvalproductie, gelijke rechten, samenwerking met maatschappelijke organisaties... Alle aspecten die nodig zijn voor het behalen van de Travelife Gold status.'

Waar ben je het meeste trots op? Waar kun je nog verbeteringen aanbrengen?

'We zijn trots op de mogelijkheid om het hele bedrijf te betrekken bij dit project. Ambitieuze doelstellingen op papier hebben geen waarde als ze niet gedragen worden door alle medewerkers van de hotels en ondersteund worden door procedures.'

Met ingang van 2014 introduceert Travelife verbeterde, maar strengere criteria. Wat gaat dat voor impact hebben op jullie doelstelling?

'De nieuwe criteria bieden ons de mogelijkheid om onze hotels nog verder te verbeteren. Het wordt geen eenvoudige taak om de hotels aan te passen aan de nieuwe criteria. Desondanks zijn we ervan overtuigd dat we wederom goede resultaten zullen behalen.'

Welke duurzaamheidsprojecten ga je ondernemen in 2014?

'We hebben een aantal grote projecten gepland staan in 2014: de lancering van een systeem om indicatoren te meten, een trainingsprogramma voor het personeel, de implementatie van nieuwe bedrijfsprocedures, de uitrol van communicatiemiddelen om informatie te delen met onze klanten en partners. We hebben ook een heel speciaal project in Costa Rica, maar daar mag ik nog niets over verklappen....'

Wat vind je ervan dat steeds meer touroperators van hoteliers eisen om over een duurzaamheidslabel te beschikken?

'Dit wijst erop dat touroperators willen bijdragen aan duurzaam toerisme. Het is van groot belang dat alle toeleveranciers in de toerismeketen een duurzame bijdrage leveren. Dit vormt namelijk de basis van de toekomst van de toerismesector.'

Komt er een dag dat hoteliers een duurzaamheidslabel van touroperators gaan eisen?

'Zaker! Klanten zijn steeds veeleisender met betrekking tot duurzaamheid. De maatschappij accepteert geen onverantwoorde praktijken meer. De hotelindustrie moet goed de touroperators kiezen die de negatieve effecten van het toerisme verminderen.'



Catalina Alemany Sorell  
Manager Corporate Social Responsibility  
van RIU Hotels & Resorts



# Jaardoelen: Bestemmingen - Keten

## Beleidsregel

### Ketenverantwoordelijkheid

Gecontracteerde aanbieders voldoen aan basiskwaliteitsrichtlijnen voor duurzaam toerisme.

## Jaardoelen 2013

- TUI Nederland organiseert vier duurzaam ondernemen conferenties in de belangrijkste bestemmingen van Arke, Holland International en KRAS.NL.

## Resultaten

**Behaald:** TUI Nederland heeft vijf duurzaam ondernemen conferenties georganiseerd in de bestemmingen Kos, Costa del Sol, Costa de la Luz Algarve en Madeira. In totaal zijn 183 deelnemers aanwezig geweest.

## Jaardoelen 2014

- Het integreren van duurzaam toerisme in de nieuwe, eigen accommodatieformule van TUI Nederland.
- Het integreren van duurzaam toerisme in de kidsclubs van TUI Nederland.
- Het onderzoeken en eventueel uitrollen van een managementsysteem voor inkomende agenten op het gebied van duurzaam toerisme.

### Vervoer

TUI Nederland biedt de gasten keuze uit verschillende middelen van vervoer. Het aanbod van duurzaam vervoer naar en van de bestemming wordt vergroot. Het vergroten van het aanbod bus- en treinrondreizen.

- Het vergroten van het aanbod bus- en treinrondreizen.

**Behaald/niet behaald:** dit wordt nog onderzocht.

- Het voortzetten van het jaardoel 2013.

### Verblijf

TUI Nederland vergroot het aanbod van duurzame bestemmingen en accommodaties.

- Het vergroten van het aantal groene accommodaties voor zomer 2013 en winter 2013/14 tot 650 groene accommodaties met als focus de bestverkopende 250 accommodaties.
- Meer dan 75 procent van de hotels van ROBINSON, MAGIC LIFE, SENSATORI, SPLASHWORLD, COUPLES (o.a. Sensimar) beschikt over een duurzaamheidslabel en/of een erkend milieumanagementsysteem.

**Niet behaald:** Het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel is op 31/10/2013 voor het Winter 2012/2013 seizoen en Zomer 2013 seizoen 596 accommodaties.

**Niet behaald:** Ruim 43 procent van de hotels met KidsClubs en van COUPLES (o.a. Sensimar), MAGIC LIFE, PURAVIDA, RIU, ROBINSON, SENSATORI, SPLASHWORLD en SUNPLUGGED beschikt over een duurzaamheidslabel en/of een erkend milieumanagementsysteem.

- Het behouden van het aandeel milieuvriendelijk vervoer voor het wintersportaanbod 2014/15.
- Het vergroten van het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel voor winter 2013/14 en zomer 2014 tot 750 accommodaties met als focus de bestverkopende 250 accommodaties.
- Het voortzetten van het jaardoel 2013.
- Het behouden van het aantal sneeuwsterbestemmingen op 50 en autovrije bestemmingen op 32 in het wintersport 2014/15 aanbod.



# Jaardoelen: Bestemmingen - Keten

## Beleidsregel

### Vermaak

TUI Nederland vergroot het aanbod van duurzame activiteiten.

## Jaardoelen 2013

- 75 procent van alle vakantiebestemmingen heeft minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse.

## Resultaten

**Niet behaald:** Ruim 37 procent van alle vakantiebestemmingen heeft minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse. Er zijn 136 duurzame excursies in 38 van de totaal 102 bestemmingslanden.

## Jaardoelen 2014

- Meer dan 65 procent van alle bestemmingslanden heeft minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse.
- Het opstellen en uitrollen van een plan van aanpak voor het TUI Travel dierenwelzijnsbeleid voor TUI Nederland.

### Klimaatcompensatie

TUI Nederland integreert klimaatcompensatie in de vakantieproducten.

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.

- TUI Nederland evalueert en verbetert de standaard integratie van CO<sub>2</sub>-compensatie in de pakketprijs van de ROBINSON Clubs.



## Bestemmingen - projecten

Het investeren in de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen

De pijler Bestemmingen - Projecten richt zich op de samenwerking die TUI Nederland heeft met diverse nationale en internationale organisaties op het gebied van de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen, met als doel de positieve effecten van de organisatie in vakantiebestemmingen te versterken en de negatieve gevolgen af te vlakken.

### Samenwerkingsverbanden

Om de kwaliteit van vakanties te borgen, is het van belang dat de reisindustrie zich ook buigt over wereldwijde problemen zoals klimaatverandering, waterschaarste, armoede, vervuiling, biodiversiteitsverlies en de exploitatie van kinderen en dieren die een impact op de vakantiebestemmingen en de lokale gemeenschappen hebben. TUI Nederland heeft samenwerkingsverbanden met tal van grote en kleine organisaties op het gebied van dierenwelzijn, natuurbescherming, mensenrechten en armoedebestrijding. De dialoog en de samenwerking verschillen per organisatie. De samenwerking kan bestaan uit formele of informele meerjarenprojecten en kennisuitwisseling, maar ook uit ad hoc samenwerking op vakantiebestemmingen. De belangrijkste samenwerkingspartners en -verbanden worden hieronder aangegeven.

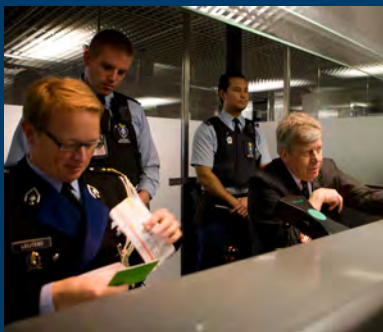
### Kindersekstoerisme

In 2010 is TUI Nederland een langdurige samenwerking aangegaan met kindgerichte organisaties Plan ([www.plannederland.nl](http://www.plannederland.nl)) en ECPAT om opkomend kindersekstoerisme in Noordoost Brazilië tegen te gaan door het opzetten van scholingstrajecten met baangarantie, weerbaarheidstrainingen en het stimuleren van Braziliaanse horeca en Nederlandse reisorganisaties om de Child Protection Code te ondertekenen. Daarnaast is de samenwerking met de Koninklijke Marechaussee, het Ministerie van Veiligheid en Justitie en ANVR ontstaan voor een jaarlijkse campagne tegen kindersekstoerisme op drie Nederlandse luchthavens, waarbij Nederlandse reizigers worden aangespoord het signaleren en verdenken van kindersekstoerisme te melden.

In 2002 ondertekende TUI Nederland als eerste Nederlandse reisorganisatie de Child Protection Code ([www.thecode.org](http://www.thecode.org)) in samenwerking met kinderrechtenorganisatie ECPAT ([www.ecpat.nl](http://www.ecpat.nl)). TUI Nederland verklaarde hiermee zich in te zetten voor de bescherming van kinderen tegen seksuele exploitatie op vakantiebestemmingen. TUI Nederland onderneemt jaarlijks activiteiten om de Code verder door te voeren door bijvoorbeeld het ontwikkelen van trainingen, het verbeteren van de klantcommunicatie en het betrekken van leveranciers in risicobestemmingen bij de problematiek. TUI Nederland volgt de TUI Travel Child Protection Policy, waarin staat aangegeven wat het beleid en de strategie van de Groep is om kinderen op vakantiebestemmingen te beschermen. Het beleid is in dialoog met relevante belanghebbenden opgesteld.

### Dierenwelzijn

Veel vakantiegangers bezoeken tijdens de vakantie attracties waar dieren onderdeel zijn van het vermaak of zij komen op een andere manier in aanraking met dieren(producten). Dierenwelzijn is voor TUI Nederland en voor klanten van groot belang. TUI Nederland volgt de TUI Travel Animal Welfare Policy, waarin staat aangegeven wat het beleid en de strategie van de Groep is om dieren in het wild en in gevangenschap op de vakantiebestemmingen te beschermen. Daaruit voortkomend heeft TUI Nederland de Global Welfare Guidance for Animals in Tourism geadopteerd en blijft daartoe leveranciers informeren en controleren op dierenwelzijnsstandaarden. Het beleid is in dialoog met relevante belanghebbenden opgesteld.



Eind 2012 gaf de Minister van Veiligheid en Justitie het startsignaal voor de campagne tegen kindersekstoerisme op Schiphol.



## Ambitie 2015

**TUI Nederland investeert meer dan € 500.000 in de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.**

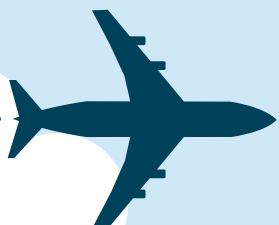
Dit wordt verantwoord door de jaarlijkse donaties (in cash en natura) aan goede doelen op te tellen met ingang van 2011.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland heeft sinds 2011 € 414.293 gedoneerd aan projecten gericht op de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.



Home



### Toerisme keten

Sinds 2012 is TUI Nederland deelnemer in het duurzaam toerisme programma 'The Accelerating Sustainable Tourism Initiative' met ANVR, Initiatief Duurzame Handel (IDH), Travelife, CBI en MVO Nederland. Binnen dit verband bundelen de partijen hun krachten om de duurzaamheid binnen de reisbranche te mainstreamen. Dit programma is deels een vervolg op het toerismeketenprogramma van IDH ([www.idhsustainabletrade.com](http://www.idhsustainabletrade.com)) met ANVR en tien touroperators om accommodaties en bestemmingen te verduurzamen in zes landen. TUI Nederland heeft zitting in het kernteam en betreft inkomende agenten en accommodaties bij het programma.

### Stuurgroepen

De uitwisseling van kennis en ervaring op het gebied van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen vindt plaats binnen fora, werkgroepen en onderwijsinstellingen. TUI Nederland gebruikt de uitwisseling voor het verder vormgeven van de strategie en beleid. De onderneming heeft zitting in overleggen van onder andere IDUT ([www.idut.nl](http://www.idut.nl)), koplopersgroep ANVR-DTO, Travelife Sustainability System en diverse werkgroepen voortvloeiend uit 'The Accelerating Sustainable Tourism Initiative'.

Sinds 2008 levert TUI Nederland de voorzitter voor de Commissie ANVR-DTO in de persoon van de Manager Duurzaam Toerisme. Deze commissie adviseert de brancheorganisatie over het verder ontwikkelen van het DTO beleid voor de Nederlandse reisbranche.

### Maatschappelijk betrokken ondernemen

TUI Nederland is betrokken bij de maatschappij door het geven van sponsoring en donaties aan diverse goede doelen. De sponsoring en donaties zijn in natura via bijvoorbeeld (advertentie)ruimte in magazines en reisbrochures, of via vrachtruimte, vliegtickets en Lost & Found spullen van Arkefly. Daarnaast wordt er ook financieel bijgedragen aan projecten op vakantiebestemmingen.

TUI Nederland heeft in 2011 de TUI Care Foundation statutair opgericht. Deze stichting heeft als doel klanten en medewerkers een bijdrage te laten leveren aan de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen. De stichting is nog niet gelanceerd richting TUI-klanten. De bestemmingsprojecten uit het reisagentenspaarprogramma Groene Smiles4U en het Arke goede-doelen-spaarprogramma ontvangen via de stichting de donaties.

#### Donaties aan charitatieve instellingen

	2011	2012	2013
Plan Nederland voor de educatie van meiden	€ 21.820	€ 21.820	€ 21.820
Stichting AAP voor adoptieaap Freddy	€ 4.000	€ 4.000	-
Abang Foundation voor Zuid-Afrikaans jeugdvoetbalteam	€ 1.500	€ 1.500	-
TUI Care Foundation	€ 200.000	€ 53.601	€ 75.732
DEKAMER Foundation voor de bescherming van zeeschildpadden	€ 8.500	-	-
<b>Totaal</b>	<b>€ 235.820</b>	<b>€ 80.921</b>	<b>€ 97.552</b>



TUI Care Foundation heeft als doel bij te dragen aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.

Meer informatie:  
[www.tuicarefoundation.nl](http://www.tuicarefoundation.nl)

## Ambitie # 6

TUI Nederland heeft een leidende rol binnen de Nederlandse reisbranche voor de verdere verduurzaming van de branche en voor de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland werkt nauw samen met de reisbrancheorganisatie ANVR op het gebied van duurzaam toerisme. Daarnaast is zij actief lid van het IDUT, Travelife Steering Committee en werkgroepen rondom het tegengaan van kinderseksuisme. Het concern werkt verder samen met organisaties op het gebied van dierenwelzijn, natuurbescherming, mensenrechten en armoedebestrijding.

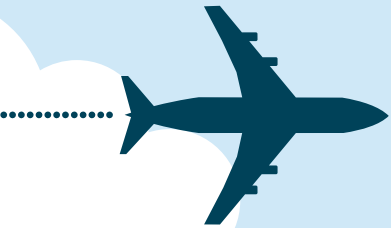
## Ambitie # 7

TUI Nederland lanceert de TUI Care Foundation met als doel klanten en collega's een bijdrage te laten leveren aan de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland heeft in 2011 TUI Care Foundation opgericht. De stichting is nog niet gelanceerd richting TUI-klanten en medewerkers.





### Belangrijkste ontwikkelingen in 2013

- TUI Travel heeft de TUI Travel Animal Welfare Policy gelanceerd, waarin staat aangegeven wat het beleid en de strategie van de Groep is om dieren in het wild en in gevangenschap op de vakantiebestemmingen te beschermen. Onderdeel van de strategie is de adoptie van de Global Welfare Guidance for Animals in Tourism, waarin tientallen dierenwelzijnsorganisaties, waaronder Born Free, en reisorganisaties, waaronder TUI Travel en TUI Nederland, de standaarden hebben ontwikkeld. TUI Nederland heeft daartoe haar beleid en aanbod aangepast. In TUI Travel groepsverband worden de belangrijkste dierenattracties onderworpen aan een keuring op basis van de dierenwelzijnsrichtlijnen.
- TUI Nederland werkt samen met dierenwelzijnsorganisatie WSPA ([www.wspa.nl](http://www.wspa.nl)) om olifantenleed in toerisme-industrie tegen te gaan. In 2010 is gezamenlijk een campagne opgestart ([www.olifant.nu](http://www.olifant.nu)) en heeft TUI Nederland haar beleid aangepast door olifantenritjes en olifantenshows uit het aanbod te halen. In 2013 heeft wederom een campagne plaatsgevonden met als resultaat dat ook meer dan vijftien touroperators geen olifantenvriendelijke excursies meer aanbieden, waaronder TUI Nederland.
- Eind 2012 hebben de projectpartners ANVR, NHTV, Climate Neutral Group, reisorganisaties en andere partners een subsidie gekregen om CO<sub>2</sub>-management tool te ontwikkelen om tot CO<sub>2</sub>-labelling van vakanties te komen. Deze subsidie is alleen bestemd voor het midden- en kleinbedrijven. In 2013 heeft een tweede consortium, waaronder TUI Nederland, een vooronderzoek genaamd IMPACT, bestemd voor grote ondernemingen, gehonoreerd gekregen vanuit het Climate-Kic programma. De projecten sluiten bij elkaar aan.
- Het samenwerkingsverband 'The Accelerating Sustainable Tourism Initiative' richt zich op diverse thema's en heeft verschillende activiteiten georganiseerd, waaronder duurzaamheidstrainingen voor product managers, marketing-communicatie medewerkers en inkomende agenten. Daarnaast zijn er bijeenkomsten over dierenwelzijn, mensenrechten en treinvervoer georganiseerd en is een werkgroep internationaal treinvervoer geformeerd. TUI Nederland heeft in alle activiteiten deelgenomen.
- De driejarige samenwerking tussen Plan Nederland en ECPAT in Brazilië om jongeren een opleiding te bieden is verlengd tot eind 2014.
- De Koninklijke Marechaussee, het Ministerie van Veiligheid en Justitie, ANVR, Plan Nederland, ECPAT en TUI Nederland zijn een samenwerking aangegaan voor een jaarlijkse campagne tegen kinderseksstoerisme. Van 24 oktober 2012 tot 15 maart 2013 heeft een campagne tegen kinderseksstoerisme gelopen op de luchthavens Schiphol, Rotterdam-The Hague en Eindhoven om een beroep op Nederlandse reizigers te doen. Zij worden aangespoord het signaleren en verdenken van kinderseksstoerisme te melden. De campagne is gelanceerd door de Minister van Justitie en Veiligheid Opstelten. TUI Nederland heeft informeert medewerkers, leveranciers en klanten via nieuwsbrieven, advertenties, folders en andere communicatiemiddelen.
- TUI Care Foundation heeft haar strategie 2013-2015, beleidsplan en jaarverslag 2012 gepubliceerd op [www.tuicarefoundation.nl](http://www.tuicarefoundation.nl). Het streven is stichting in 2014 te lanceren naar TUI-klanten.
- In 2013 is € 97.552 gedoneerd aan goede doelen. Projecten die ondersteuning hebben gekregen zijn onder andere het project met Plan Nederland met de educatie van jongeren in Brazilië en TUI Care Foundation. De foundation heeft onder andere projecten gefinancierd van Brooke Hospital for Animals in Egypte, Stichting AAP in Nederland, HEPCA in Egypte, Health Promotors (voorheen MKI) in Zuid Afrika. De cheque aan AAP werd aangeboden door reisagenten: winnaars van de Groene Palm Award en finalisten van Arke's got Travel Talent.
- Arkefly heeft bijgedragen aan de redding van chimpansee Macario door de aap van Tenerife naar Amsterdam te vervoeren voor Stichting AAP. Bovendien kreeg AAP een cheque ter waarde van € 2.280 aangeboden van TUI-medewerkers die hun eindejaarsgeschenk hebben gedoneerd.



# Jaardoelen: Bestemmingen - Projecten

## Beleidsregel

### Samenwerken

TUI Nederland heeft samenwerkingsverbanden voor de kennisuitwisseling van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

### Samenwerken op bestemmingen

TUI Nederland neemt deel aan bestemmingsprojecten die een positieve bijdrage leveren aan het welzijn van mens, dier en natuur of aan de economische ontwikkeling van vakantiebestemmingen.

### Maatschappelijk betrokken ondernemen

TUI Nederland is betrokken bij de maatschappij door vrijwilligerswerk, sponsoring en donaties die een bijdrage leveren aan de kernactiviteiten.

## Jaardoelen 2013

- Het actief deelnemen in het samenwerkingsverband 'The Accelerating Sustainable Tourism Initiative'.
- Het meehelpen opzetten van een plan voor de CO<sub>2</sub>-labelling van vakanties in samenwerking met ANVR, NHTV, Climate Neutral Group, reisorganisaties en andere partners.
- Het voortzetten van het driejarige project om Braziliaanse meiden een beroepsopleiding te geven in samenwerking met Plan Nederland.
- We investeren minimaal € 75.000 in projecten die de lokale gemeenschappen in de vakantiebestemmingen ondersteunen en de negatieve effecten op de natuur en het milieu reduceren.
- Het opzetten en lanceren van de TUI Care Foundation.

## Resultaten

**Behaald:** Het samenwerkingsverband 'The Accelerating Sustainable Tourism Initiative' richt zich op diverse thema's en heeft verschillende activiteiten georganiseerd, waaronder duurzaamheidsstrainingen voor product managers, marketing-communicatie medewerkers en inkomende agenten. Daarnaast zijn er bijeenkomsten over dierenwelzijn, mensenrechten en treinvervoer georganiseerd en is een werkgroep internationaal treinvervoer geformeerd. TUI Nederland heeft in alle activiteiten deelgenomen.

**Behaald:** Eind 2012 heeft het project om te komen tot de CO<sub>2</sub>-labelling voor vakanties een subsidie gekregen. Deze subsidie is alleen bestemd voor het midden- en kleinbedrijven. In 2013 heeft een tweede consortium, waaronder TUI Nederland, een vooronderzoek genaamd IMPACT, bestemd voor grote ondernemingen, gehonoreerd gekregen vanuit het Climate-Kic programma.

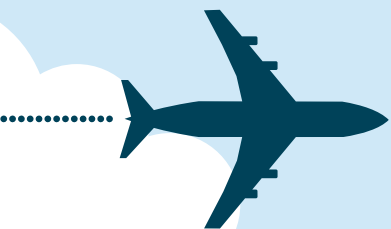
**Behaald:** In 2013 is het driejarencontract met Plan Nederland verlengd tot eind 2014, waardoor krachten gebundeld kunnen worden rondom de activiteiten met betrekking tot het WK voetbal in Brazilië in 2014.

**Behaald:** In 2013 is € 97.552 (in natura en cash) gedoneerd aan goede doelen voor projecten die bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.

**Behaald:** Het TUI Care Foundation bestuur heeft de TUI Care Foundation strategie 2013-2015, beleidsplan en jaarverslag 2012 goedgekeurd. Deze zijn op de homepage [www.tuicarefoundation.nl](http://www.tuicarefoundation.nl) gepubliceerd.

## Jaardoelen 2014

- Het voortzetten van het jaardoel 2013.
- Het voortzetten van het jaardoel 2013.
- Het meehelpen ontwikkelen van een internationaal breed gedragen bestemmingsstandaard voor duurzaam toerisme in samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken, ECNC Land & Sea Group en andere partners.
- Het voortzetten van het jaardoel 2013.
- Het investeren van minimaal € 100.000 (in natura en cash) in projecten die bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.
- Het verder ondersteunen van de opzet en professionalisering van de TUI Care Foundation.



## CO<sub>2</sub>-voetafdruk - airline

Het verminderen van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van de airline

De pijler CO<sub>2</sub>-voetafdruk - airline richt zich op het verduurzamen van Arkefly, de luchtvaartmaatschappij van TUI Nederland. Arkefly besteedt bij de samenstelling van de vloot als ook tijdens de voorbereiding, het vertrek, de vlucht en de aankomst van haar vliegtuigen veel aandacht aan het verlagen van brandstofverbruik en daarmee van haar kosten. Arkefly neemt daarnaast ten aanzien van alle vluchtgerelateerde producten en diensten nog diverse andere maatregelen op het gebied van duurzaam ondernemen.

### CO<sub>2</sub>-uitstoot

De uitstoot van vliegen draagt bij aan klimaatverandering. Daarnaast stijgt de prijs van ruwe olie en daarmee ook de kerosineprijs. TUI Travel heeft daarom als doel gesteld de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de passagiers van de TUI luchtvaartmaatschappijen te reduceren met zes procent voor boekjaar 2014 ten opzichte van het peiljaar 2008, op zowel absolute als relatieve basis. Door het al behalen van deze doelstelling in 2012 is het percentage verhoogd tot negen procent in 2015.

In 2013 bedroegen de absolute CO<sub>2</sub>-emissies voor Arkefly 533.451 ton CO<sub>2</sub>. In 2013 is de gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot per passagierskilometer 73,6 gram. Tussen 2008 en 2013 is de uitstoot gereduceerd met 11,6 procent. In 2014 verwacht Arkefly twee van de drie bestelde vliegtuigen Boeing 787-8 Dreamliner in de vloot op te nemen, die ongeveer twintig procent zuiniger zijn dan de Boeing 767's die dan worden vervangen. Arkefly is de eerste Nederlandse airline die met de Dreamliner gaat vliegen.

### ETS en biobrandstof

De Europese Unie heeft een moratorium aangekondigd voor het European Union Emissions Trading Scheme (EU-ETS), dat de luchtvaartsector verplicht deel te nemen aan emissiehandel. De opschorting is niet van toepassing voor vluchten binnen de EU en van en naar de Antillen voor Europese luchtvaartmaatschappijen. Met ingang van 2012 is Arkefly verplicht te betalen voor de CO<sub>2</sub>-uitstoot van deze vluchten. Om de kosten te beperken, richt Arkefly zich op het reduceren van de uitstoot van haar vloot en wordt een lange termijn strategie verkend voor duurzame biobrandstof in samenwerking met TUI Travel airlines, AlgaePARC, onderzoeksfaciliteit van Wageningen UR (University & Research Centre) ([www.algaeparc.nl](http://www.algaeparc.nl)) en andere partners. TUI Travel is lid van Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG, [www.safug.org](http://www.safug.org)).

Biobrandstoffen zijn al vaak in opspraak gekomen door de concurrentie met land- en drinkwatergebruik. Arkefly kiest daarom voor een samenwerking met AlgaePARC, een faciliteit waar men specifiek onderzoek doet naar de productie van chemicaliën en brandstoffen uit microalgen. Algen kunnen namelijk worden gekweekt op locaties die ongeschikt zijn voor landbouw en in zeewater zodat er geen concurrentie is met de voedselproductie.

### CO<sub>2</sub>-uitstoot Arkefly

Gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot per kilometer per passagier (in gram CO<sub>2</sub>/RPK/per boekjaar)

2011

2012

2013

77,0

75,5

73,6

## Ambitie 2015

**Airline Arkefly heeft de laagste CO<sub>2</sub>-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer van Nederland en een van de laagste wereldwijd.**

Dit wordt verantwoord door Arkefly's CO<sub>2</sub>-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer te vergelijken met andere luchtvaartmaatschappijen in Nederland en daarbuiten.

## Prestatie jaar 1

De CO<sub>2</sub>-uitstoot van Arkefly is 73,6 gram per passagierskilometer. Dit is lager dan lijndienst en lowcost luchtvaartmaatschappijen. Het is nog onduidelijk wat de uitstoot van andere Nederlandse maatschappijen is.

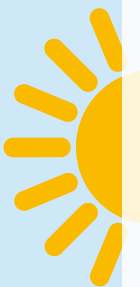
## Ambitie # 8

Arkefly reduceert de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de airline met 12 procent per luchtvaartpassagier per kilometer tussen 2008 en 2015 door vlootvernieuwing, gewichtsbeparing en verbetering van de vliegprocedures.

## Prestatie jaar 1

De CO<sub>2</sub>-uitstoot van Arkefly is met 11,6 procent gereduceerd tot 73,6 gram per passagierskilometer tussen 2008 en 2013.





### Belangrijkste ontwikkelingen in 2013

- De gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot per kilometer per passagier is met 2,6 procent gedaald tot 73,6 gram CO<sub>2</sub>. Tussen 2008 en 2013 is de uitstoot gereduceerd met 11,6 procent. De uitstoot ligt hoger dan het gemiddelde van alle internationale TUI airlines, dat in 2013 op 70,7 gram ligt. Dit wordt veroorzaakt door de jongere vloot van de andere maatschappijen, een lagere bezettingsgraad bij Arkefly en het vliegen in driehoeken, waarbij Arkefly twee bestemmingen aandoet tijdens één vlucht.
- In 2012 was Arkefly in gesprek met Platform Duurzame Luchtvaart (PDL) voor een samenwerking op het gebied van de ontwikkeling van duurzame biobrandstof voor de luchtvaart. In 2013 is PDL verder gegaan als Platform Nederlandse Luchtvaart met een andere focus en zijn de gesprekken gestopt. Arkefly is daarna direct in overleg met AlgaePARC, onderdeel van Wageningen UR, getreden om onderzoek te faciliteren naar de ontwikkeling en vercommercialisering van duurzame biobrandstof. Arkefly heeft de intentie uitgesproken drie jaar lang de onderzoeksfaciliteit financieel te steunen voor wetenschappelijk onderzoek.
- Alle toestellen met uitzondering van de classic Boeing 767's zijn voorzien van electronic flight bag class II. Hierdoor is alleen nog het vliegplan op papier en zijn alle route- en navigatiekaarten digitaal. In de toekomst wordt het systeem verder uitgebreid en meer opties toegevoegd.
- TUI airlines heeft als groep een software applicatie aangeschaft om meer inzicht te krijgen in brandstof ge- en verbruik. Hiermee kunnen brandstofbesparende maatregelen worden opgespoord. Arkefly heeft de applicatie ingevoerd in haar systemen en uitgerold door datachecks te doen met als doel dat vliegers minder overbodige extra reserve-brandstof tanken.
- De laatste Boeing 737 van Arkefly dat nog stalenremmen had, heeft lichtgewicht koolstofremmen gekregen. Hierdoor is de hele vloot met koolstofremmen uitgevoerd. Daarnaast is in een andere Boeing 737 lichtgewicht tapijt geplaatst.
- De Groep heeft een contract voor vijf jaar getekend met CHEP voor de vervanging van de bagagecontainers en cargopallets in de Boeing 787-toestellen door lichtgewicht alternatieven. Het vervangingsproject start in 2014. Alle Boeing 787's zijn van lichtgewicht pallets en containers voorzien. Dit is niet goedgekeurd voor de Boeings 767's.
- Arke is de eerste Nederlandse luchtvaartmaatschappij die twee van haar vliegtuigen Boeings 737 heeft voorzien van A-Glaze, een gladde transparante laag (polymeer) die het brandstofverbruik vermindert. Door de buitenzijde van het toestel in te smeren met deze bescherm laag biedt het in de lucht minder weerstand, waardoor minder brandstof nodig is.
- De brandstofbesparende maatregel 'no alternate' is doorgevoerd, waarbij voor vluchten naar Amsterdam zonder uitwijkhaven wordt gepland, waardoor minder extra reserve-brandstof wordt meegenomen.



Aan het einde van boekjaar 2013 bestond de vloot van Arkefly uit vijf Boeing 767-300 ER's en vijf Boeing 737-800's.



## Ambitie # 9

Arkefly verkent een lange termijn strategie voor duurzame biobrandstof voor de airline in samenwerking met TUI Travel airlines en partners.

## Prestatie jaar 1

Arkefly werkt samen met AlgaePARC, onderzoeksfaciliteit van Wageningen UR, voor de ontwikkeling en vercommercialisering van duurzame biobrandstof uit algen. TUI Travel is lid van Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG).

## Ambitie # 10

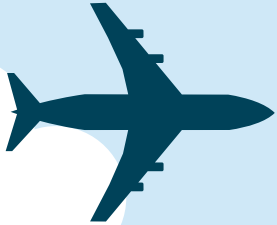
Arkefly verbetert de catering aan boord van de vliegtuigen met verantwoorde producten, het gebruik van milieuvriendelijkere verpakkingen en het streven naar de maximalisatie van scheiding en recycling van afval.

## Prestatie jaar 1

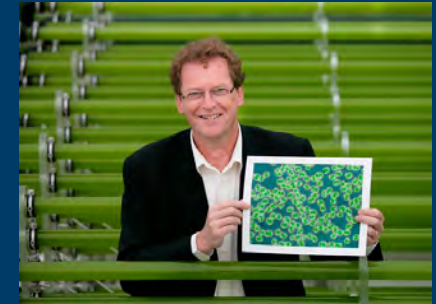
Arkefly schenkt fair trade thee en verantwoorde koffie op alle vluchten. De sandwichverpakkingen, wegwerpbekers voor de warme dranken en de flesjes mineraalwater zijn van biologisch afbreekbaar of deels gerecycled materiaal gemaakt. De maaltijden worden geserveerd in lichtgewicht wegwerpverpakkingen in plaats van zwaardere herbruikbare items. Uit onderzoek blijkt dat dit beter voor het milieu is dan herbruikbare items. Arkefly heeft nog geen scheiding en recycling van het afval aan boord.



Home



- Met ingang van april 2013 verkoopt Arkefly 0,5 liter mineraalwater flesjes Earth Water aan boord, gemaakt van biologisch afbreekbaar materiaal. De verkoop van Earth Water draagt bij aan waterprojecten wereldwijd en aan het weer groen maken van verwoestijnde gebieden. Arkefly doneert per verkocht Earth Water flesje € 0,25 aan Naga Foundation.
- Met ingang van april 2013 verkoopt Arkefly aan boord langhoudbare maaltijden en snacks. Elk seizoen wordt dit assortiment uitgebreid. Door de houdbaarheid zijn de artikelen meervoudig inzetbaar en leiden niet tot meer afval. Bovendien zijn zij vanwege het speciale bereidingsproces minder schadelijk dan andere producten (toevoegingen van E's).
- Alle overgebleven cateringproducten die vanwege kwaliteitsregelgeving niet herbeladen mogen worden, worden aan de Voedselbank gedoneerd.
- Overgebleven niet-persoonlijke artikelen van lost & found zijn aan het Leger des Heils en andere goede doelen overgedragen.
- Arkefly heeft nog geen scheiding en recycling van het afval aan boord. In 2013 is er gewerkt aan een eerste plan van aanpak om afval aan boord te scheiden en te recyclen. Er heeft een onderzoek plaatsgevonden bij zustermaatschappij TUI Nordic.



Arkefly werkt samen met AlgaePARC, onderdeel van Wageningen UR, voor de ontwikkeling en vercommercialisering van duurzame biobrandstof.





# Jaardoelen: CO<sub>2</sub>-voetafdruk - airline

## Beleidsregel

**Vloot en vluchtgerelateerde producten en diensten**  
Arkefly richt zich bij de samenstelling van de vloot op modernere, stillere en milieuvriendelijkere vliegtuigen. Daarnaast selecteert Arkefly producten, diensten en leveranciers mede op basis van duurzaamheid.

## Voor de vlucht

Arkefly houdt bij de voorbereiding van de vlucht, bij de vluchtplanning en het vliegtuigonderhoud rekening met de geluids- en milieubelasting.

## Jaardoelen 2013

- Het reduceren van de gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot per kilometer per passagier met 0,5 procent tot 75,2 gram CO<sub>2</sub>.
- Het verder uitbouwen van de samenwerking met Platform Duurzame Luchtvaart op het gebied van de ontwikkeling en vercommercialisering van duurzame biobrandstof. Hierbij is het streven in 2013 een concreet project of onderzoek te ondersteunen.

- Het verder digitaliseren van de cockpit.
- De aanschaf en invoer van een software applicatie door TUI airlines om meer inzicht te krijgen in brandstof ge- en verbruik. Hiermee kunnen brandstofbesparende maatregelen worden opgespoord.
- Het onderzoeken en mogelijk doorvoeren van minimaal twee gewichtsbesparende maatregelen op het gebied van interieuronderdelen, zwemvesten, tapijt, zuurstofflessen, servies/bestek en personeelskoffers.

## Resultaten

**Behaald:** De CO<sub>2</sub>-uitstoot van airline Arkefly is met 2,6 procent gereduceerd tot 73,6 gram per passagierskilometer.

**Niet behaald:** Platform Duurzame Luchtvaart is overgegaan in Platform Nederlandse Luchtvaart. De samenwerking met deze partij voor biobrandstof is hierdoor gestopt. Arkefly is in overleg met Algae-PARC, onderdeel van Wageningen UR rondom een samenwerking voor duurzame biobrandstof.

**Behaald:** Alle toestellen met uitzondering van de classic Boeing 767's zijn voorzien van electronic flight bag class II. Hierdoor is alleen nog het vliegplan op papier en zijn alle route- en navigatiekaarten digitaal.

**Behaald:** TUI airlines heeft als groep een software applicatie aangeschaft om meer inzicht te krijgen in brandstof ge- en verbruik. Hiermee kunnen brandstofbesparende maatregelen worden opgespoord. Arkefly heeft de applicatie ingevoerd in haar systemen en uitgerold door datachecks te doen met als doel dat vliegers minder brandstof mee te laten nemen.

**Behaald:** Het laatste vliegtuig van Arkefly dat nog stalenremmen had, heeft lichtgewicht koolstofremmen gekregen. Hierdoor is de hele vloot met koolstofremmen uitgevoerd. Daarnaast is in een van de vliegtuigen lichtgewicht tapijt geplaatst.

## Jaardoelen 2014

- Het reduceren van de gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot per kilometer per passagier met 1,0 procent tot 72,8 gram CO<sub>2</sub>.
- Het aangaan van een formele samenwerking met AlgaePARC, onderdeel van Wageningen UR, voor onderzoek naar duurzame biobrandstof uit algen.
- Het ontvangen van de eerste van drie Boeing 787 Dreamliner voor de airline.
- Het uitrusten van de vliegtuigen Boeing 737's met Split Scimitar Winglets.

- Het introduceren en testen van een webbased applicatie voor de mobile devices van de piloten om het bewustzijn te verhogen met betrekking tot het ge- en verbruik van brandstof tijdens de vlucht.
- Het onderzoeken en mogelijk doorvoeren van minimaal twee brandstofbesparende maatregelen.

# Jaardoelen: CO<sub>2</sub>-voetafdruk - airline

## Beleidsregel

**Bij vertrek van en aankomst op de bestemming**  
Arkefly houdt bij de grondafhandeling tijdens vertrek van en aankomst op de bestemming rekening met de milieubelasting.

## Tijdens de vlucht

Arkefly heeft tijdens de vlucht een verantwoord vlucht- en inflightservices management.

## Jaardoelen 2013

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.
- Het verder verbeteren van de catering aan boord van de vliegtuigen door het aanbieden van verantwoorde producten en door het gebruik van milieuvriendelijkere verpakkingen.
- Het onderzoeken van scheiding en recycling van afval dat aan boord in de cabine wordt gemaakt.

## Resultaten

**Behaald:** Met ingang van april 2013 verkoopt Arkefly 0,5 liter mineraalwater flesjes Earth Water aan boord, gemaakt van biologisch afbreekbaar materiaal . Daarnaast is Arkefly gestart met de verkoop van langhoudbare maaltijden en snacks aan boord. Door de houdbaarheid zijn de artikelen meervoudig inzetbaar en leiden niet tot meer afval.

**Deels behaald:** In 2013 is er gewerkt aan een eerste plan van aanpak om afval aan boord te scheiden en te recyclen.

## Jaardoelen 2014

- Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.
- Het voortzetten van de verkoop van 0,5 liter mineraalwater flesjes Earth Water aan boord, waarbij de verkoop bijdraagt aan waterprojecten wereldwijd en aan het weer groen maken van verwoestijnde gebieden. Arkefly doneert per verkocht Earth Water flesje een bedrag aan Naga Foundation.
- Het voorzetten van het jaardoel 2013.



## CO<sub>2</sub>-voetafdruk - kantoren

Het verminderen van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van de kantoren

TUI Nederland wil met haar hoofdkantoren en winkels het goede voorbeeld geven. De pijler CO<sub>2</sub>-voetafdruk – kantoren richt zich op het verduurzamen van de interne bedrijfsvoering in alle bedrijfspanden van TUI Nederland met als doel het verminderen van de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de bedrijfsactiviteiten. De organisatie richt zich op de thema's inkoop, energie, water, afval, papier, mobiliteit en bouw.

### CO<sub>2</sub>-voetafdruk

TUI Nederland maakt de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de bedrijfsactiviteiten van de hoofdkantoren, TUI Curaçao en de Arke winkels inzichtelijk via de CO<sub>2</sub>-voetafdruk. Dit is een inventarisatie van de uitstoot als gevolg van het elektriciteitsgebruik, het verwarmen van de kantoren en winkels, het gebruik van (afval)water, de woon-werk en zakelijke kilometers, het gebruik van papier voor kantoorwerkzaamheden, bestemmingsboekjes en de productie van de reisbrochures en magazines. Het jaar 2011 fungeert als basisjaar.

De CO<sub>2</sub>-voetafdruk van de bedrijfsactiviteiten bedraagt in 2013 1,3 procent van de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de gevlogen passagierskilometers van Arkefly.

Dit percentage zal naar verwachting de komende jaren verder dalen door de afname van de voetafdruk van de kantoren en winkels en de toename van het aantal kilometers voor de airline. Dit is in tegenstelling tot de relatieve CO<sub>2</sub>-uitstoot per passagierskilometer van Arkefly, die nog jaarlijks afneemt.

### Inkoop

TUI Nederland streeft naar het integreren van duurzaamheid bij de inkoop en aanbesteding van niet-reisgerelateerde producten en diensten. Door de decentrale inkooporganisatie en de TUI Travel groepscontracten is duurzaamheid niet opgenomen in alle inkoopdocumenten en offerteaanvragen. Het concern maakt gebruik van algemene voorwaarden met clausules over duurzaam ondernemen.

Veel producten en diensten zijn verduurzaamd in de afgelopen jaren. Alle kantoren en winkels schenken fair trade koffie en thee, de leverancier van de groenvoorziening maakt gebruik van milieuvriendelijke producten, het aanbod kantoorartikelen omvat 74,0 procent milieuvriendelijke producten en het kantine cateringassortiment in Enschede en Rijswijk bestaat voor gemiddeld 46,5 procent uit verantwoorde producten, die gemaakt zijn met extra zorg voor mens, dier en natuur.

CO <sub>2</sub> -voetafdruk TUI Nederland (in ton CO <sub>2</sub> )	2011	2012	2013
Electriciteit	1455	545	455
Brandstoffen	984	378	80
Water en afvalwater	22	20	18
Bedrijfsafval en gevaarlijk afval <sup>1</sup>	n.a.	n.a.	n.a.
Woon-werkverkeer	1862	1654	1865
Zakelijk verkeer	2427	2517	2714
Brochures en magazines	1782	1896	1589
Huisdrukwerk en kopieerpapier <sup>2</sup>	141	106	101
<b>Totaal CO<sub>2</sub>-voetafdruk</b>	<b>8.673</b>	<b>7.115</b>	<b>6.822</b>

<sup>1</sup> Het meetinstrument Milieubarometer geeft geen inzicht in de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van afval en gevaarlijk afval door de complexiteit. Het berekenen van de CO<sub>2</sub>-balans wordt namelijk bepaald door de grondstof en de verwerking van die grondstof als afval.

<sup>2</sup> Het huisdrukwerk is exclusief actiematig promotiemateriaal.

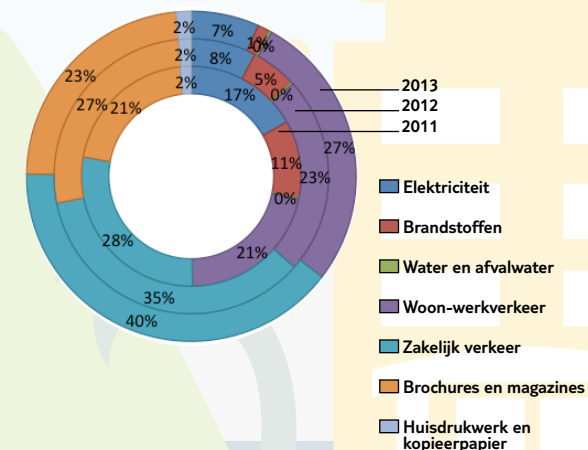
## Ambitie 2015

TUI Nederland werkt klimaatneutraal en compenseert daardoor ongeveer 7.000 ton CO<sub>2</sub>. Dit wordt verantwoord door de berekening en de compensatie van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van de bedrijfsactiviteiten van de hoofdkantoren, de Arke winkels en de kantoren van TUI Curaçao. De voetafdruk is berekend voor energie, water, woon-werk en zakelijk verkeer en papier. In 2015 wordt de berekende CO<sub>2</sub>-uitstoot gecompenseerd.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland werkt nog niet klimaatneutraal. In 2013 bedraagt de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van TUI Nederland 6.822 ton CO<sub>2</sub>. De voetafdruk is niet gecompenseerd.

CO<sub>2</sub>-voetafdruk TUI Nederland 2013 t.o.v. 2012 en basisjaar 2011





### Belangrijkste ontwikkelingen in 2013

- De CO<sub>2</sub>-voetafdruk van de hoofdkantoren, winkels en TUI Curaçao bedraagt 6.822 ton CO<sub>2</sub>. De voetafdruk is gedaald met 4,1 procent ten opzichte van 2012 en met 21,3 procent sinds 2011. Hierbij komt ruim 90 procent van de CO<sub>2</sub>-uitstoot voor rekening van de mobiliteit en de productie van brochures, prijsbijlages, magazines en het personeelsblad. In 2013 is TUI Curaçao met haar bedrijfspanden in Curaçao en Aruba toegevoegd aan de berekening van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk.
- Het Facility Management Informatie Systeem Topdesk is aangeschaft. Met ingang van 1 januari 2013 worden de Arke reisbureaus gevraagd hun energie- en waterverbruik maandelijks op te voeren in het systeem. Helaas wordt het verbruik nog veelal niet door de winkels zelf opgevoerd, maar door de afdeling Facilitaire Zaken zelf.
- Er is een eerste opzet voor een beleidsplan gemaakt voor het verduurzamen van de interne bedrijfsvoering in de bedrijfspanden van TUI Curaçao en TUI Aruba. Er heeft een nulmeting plaatsgevonden op het gebied van energie, water, afval, papier en mobiliteit. Dit is verwerkt in de CO<sub>2</sub>-voetafdruk 2013 van TUI Nederland. Er is videoconferencing apparatuur geïnstalleerd in het kantoor van TUI Curaçao.
- TUI Nederland maakt voor 85,6 procent gebruik van groene stroom (zonder milieukeurmerk) en koopt sinds 2012 groen gas in. Het pand in Schiphol-Rijk maakt geen gebruik van groene stroom. Er is een verzoek ingediend bij de beheerder. De panden in Curaçao en Aruba hebben ook geen groene stroom. Dit wordt daar niet aangeboden. In 2013 is het elektraverbruik gestegen met 14,7 procent ten opzichte van 2012; het gasverbruik is gereduceerd met 20,4 procent. Dit is mede te danken aan de sluiting van een aantal reisbureaus en de verkeerde schatting van het gasverbruik in Schiphol-Rijk in de afgelopen jaren. Er is LED-verlichting geïnstalleerd in alle winkels die gerenoveerd zijn.
- Het waterverbruik is gedaald met 13,9 procent ten opzichte van 2012. Het is niet duidelijk waar de reductie door veroorzaakt is.
- De hoeveelheid afval van papier, karton en ongesorteerd bedrijfs- en bouwafval is de afgelopen jaren nagenoeg gelijk gebleven. Uitschieters worden veroorzaakt door verhuizingen en renovaties. Het afval van papier, karton, ICT-apparatuur, plastic bekens, batterijen, mobiele telefoons, hout-pallets, grofvuil en restafval wordt gescheiden en voor recycling en hergebruik aangeboden.
- Het totale gewicht van de TUI-brochures is gedaald met 14,0 procent door de toename van de verkoop via internet en scherpere inkoop. De gewichtsddaling van 32,0 procent voor de magazines komt, doordat Arke Magazine is gestopt en het KRAS magazine Beleef! voor onbepaalde tijd niet is uitgebracht. De magazines zijn gedrukt op FSC-Mixed Sources.
- Steeds meer papieren processen en procedures worden verbeterd, gedigitaliseerd of zelfs opgeheven. Met ingang van 2013 worden alle declaraties digitaal ingediend en worden de reisbureaus digitaal gefactureerd via MyANVR. In 2013 is het huisdrukkerwerk en kopieerpapier met 4,5 procent gedaald. Briefpapier, enveloppen en kopieerpapier hebben het FSC-keurmerk, EU-Ecolabel of het Nordic Ecolabel.
- Diverse vergaderzalen zijn gemoderniseerd. In de hoofdkantoren in Enschede, Rijswijk, Ammerzoden, Schiphol-Rijk en de Arkefly boardroom is WiFi geïnstalleerd. Daarnaast zijn nog meer tafels in de belangrijke zalen en flexplekken uitgebreid met stroom- en netwerkverbindingen. In drie zalen zijn multiplug-ins met schermovername voor presentaties geïnstalleerd. Daarnaast is de oude videoconferencing apparatuur vervangen door nieuwe, energiezuinigere apparatuur met een beter beeldkwaliteit, grotere schermen en LED-techniek.

## Ambitie # 11

TUI Nederland reduceert de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van de hoofdkantoren en winkels met 20 procent tussen 2011 en 2015. Dit staat gelijk aan ongeveer 1.700 ton CO<sub>2</sub>.

## Prestatie jaar 1

In 2013 bedraagt de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van TUI Nederland 6.822 ton CO<sub>2</sub>. De voetafdruk is gedaald met 21,3 procent sinds 2011.

## Ambitie # 12

TUI Nederland heeft in alle bedrijfskantines een cateringassortiment van minimaal 50 procent verantwoorde producten, die gemaakt zijn met extra zorg voor mens, dier en natuur.

## Prestatie jaar 1

In de bedrijfskantines in de hoofdkantoren in Rijswijk en Enschede bestaat gemiddeld 46,5 procent van het cateringassortiment uit verantwoorde producten. Er heeft geen meting plaatsgevonden in Ammerzoden en Schiphol-Rijk. Verantwoorde producten zijn biologische producten, producten met het 'Ik kies bewust-logo' (IKB), fairtrade-logo en visproducten met het Marine Stewardship Council-keurmerk (MSC).





- In 2013 is het aantal woon-werkkilometers met 3,1 procent gedaald ten opzichte van 2012. Het aantal OV-kilometers is toegenomen door het toepassen van een nieuwe berekening. De daling van het aantal gereden kilometers met privé auto's is hoogstwaarschijnlijk te wijten aan de economische crisis. De zakelijk gereden kilometers door leaserijders is gestegen met 1,7 procent. Het aantal gevlogen kilometers is met 4,18 procent toegenomen door toename van het aantal medewerkers. Om het treingebruik te stimuleren, zijn op het treinstation van Enschede oranje dienstfietsen geplaatst.
- Duurzaam ondernemen is opgenomen in de tender voor de autoleasemaatschappijen. Het contract met maatschappij Arval is verlengd met als aanpassingen dat het wagenpark is uitgebreid met hybride en plug-in auto's. Daarnaast zijn laadpalen geplaatst in Rijswijk, Enschede en Schiphol-Rijk.
- De liften in Enschede en Rijswijk beschikken over een frame waarin standaard duurzaam toerisme posters in geplaatst worden om tips op het gebied van intern milieumanagement te geven aan medewerkers en bezoekers.

Brochures en magazines (in kg)	2011	2012	2013
Brochures	1.610.813	1.634.403	1.405.828
Magazines	143.008	232.121	157.943
<b>Totaal</b>	<b>1.753.821</b>	<b>1.866.524</b>	<b>1.563.771</b>
Huisdrukwerk en kopieerpapier (in kg)	2011	2012	2013
Briefpapier en enveloppen	44.013	21.770	23.133
Overig huisdrukwerk (alleen bestemmingsboekjes)	38.765	27.505	20.976
Kopieerpapier	33.909	38.079	39.328
<b>Totaal</b>	<b>116.687</b>	<b>87.354</b>	<b>83.437</b>
Woon-werkverkeer (in mln. kms)	2011	2012	2013
Openbaar vervoer	1,9	1,5	2,5
Fiets en lopen	1,5	1,2	1,0
Personenwagen	8,6	8,0	6,8
<b>Totaal woon-werkverkeer</b>	<b>12,0</b>	<b>10,6</b>	<b>10,3</b>
<b>Aandeel OV, fiets en lopen in woon-werkverkeer</b>	<b>28%</b>	<b>25%</b>	<b>34%</b>
Zakelijk verkeer	2011	2012	2013
Leaseauto's en bestelwagens (in aantallen)	198	203	202
Gereden kilometers (in mln. kms) <sup>1</sup>	1,4	1,8	1,8
Gevlogen kilometers (in mln. kms) <sup>2</sup>	12,6	13,0	13,5

<sup>1</sup> De berekeningen van de leasekilometers zijn gebaseerd op standaard percentages met betrekking tot het totale aantal gereden leasekilometers: zakelijk gereden kilometers vormen 35 procent van het gehele aantal kilometers, woon-werkkilometers veertig procent en privé-kilometers 25 procent. Milieubarometer (2013).

<sup>2</sup> In 2011 t/m 2013 zijn de gevlogen kilometers bepaald op basis van het gemiddelde aantal gevlogen kilometers per persoon, waarbij 2010 als basisjaar fungeert met daadwerkelijk gevlogen kilometers per persoon.



Wil jij meer energie door energie te besparen?

Neem dan vaker de trap. Je leeft gezonder en je spaart het milieu door geregeld de trap te gebruiken. Als je regelmatig de trap pakt, krijg je meer energie. Je zit lekker in je vel en je kunt tegen een stoelje, waardoor je werkprestaties verbeteren. Bovendien bespaar je met jouw energie hoge energiekosten voor het liftgebruik per jaar. Als je gezondheid het toelaat, neem dan bij één of twee verdiepingen de trap.

Be green, be dank!

Duurzaam Toerisme



Een mobiel z'n tweede leven, is snel gegeven

Levef je oude mobiel! Deze mobiele telefoon wordt gebruikt en met verschillende andere gebouwen over een tweede leven. De afbrenging van de verkoop komt ten goede aan TUI Care Foundation. De afbrenging wordt een bijdrage aan de duurzame ontwikkeling van onze vakantiebestemmingen door projecten te steunen of op te zetten die zich richten op mens, dier en natuur.

Tafelruimte worden verzameld achter de receptie in Rijswijk. Per interne post kan je de telefoon sturen naar de afdeling Duurzaam Toerisme in Rijswijk.

Spreading smiles

tui.nl/duurzaamtoerisme



# Jaardoelen: CO<sub>2</sub>-voetafdruk - kantoren

## Beleidsregel

### CO<sub>2</sub>-voetafdruk

TUI Nederland heeft inzicht in de CO<sub>2</sub>-voetafdruk en reduceert de CO<sub>2</sub>-voetafdruk van haar bedrijfsactiviteiten.

## Jaardoelen 2013

- Het reduceren van de totale CO<sub>2</sub>-voetafdruk van hoofdkantoren en winkels met 3,0 procent ten opzichte van 2012.
- Het opzetten van een plan voor het verduurzamen van de interne bedrijfsvoering op het gebied van inkoop, energie, water, afval, papier, mobiliteit en bouw in de bedrijfspanden van TUI Curaçao en TUI Aruba. Het doorvoeren van drie maatregelen op basis van het plan.

## Resultaten

**Behaald:** De CO<sub>2</sub>-voetafdruk voor de hoofdkantoren, winkels en TUI Curaçao bedraagt 6.822 ton CO<sub>2</sub>. de voetafdruk is gedaald met 4,1 procent ten opzichte van 2012.

**Deels behaald:** Er is een eerste opzet voor een beleidsplan opgezet voor het verduurzamen van de interne bedrijfsvoering in de bedrijfspanden van TUI Curaçao en TUI Aruba. Er heeft een nulmeting plaatsgevonden op het gebied van energie, water, afval, papier en mobiliteit. Dit is verwerkt in de CO<sub>2</sub>-voetafdruk 2013 van TUI Nederland.

## Jaardoelen 2014

- Het reduceren van de totale CO<sub>2</sub>-voetafdruk van hoofdkantoren en winkels met 3,0 procent ten opzichte van 2013.
- Het voorzetten van het jaardoel 2013.

### Inkoop

TUI Nederland selecteert producten, diensten en leveranciers mede op basis van duurzaamheid.

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.

- Het behouden van het aanbod verantwoorde producten in alle bedrijfskantines op minimaal 40 procent.
- Het evalueren en integreren van duurzaam ondernemen in de tender voor de schoonmaakdiensten.

### Energie

De milieubelasting van het energieverbruik (gas en electriciteit) in de bedrijfspanden en op de werkplekken wordt teruggedrongen.

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.

- Het evalueren en het duurzaam verbeteren van de energiecontracten voor de hoofdkantoren en winkels.

### Water

Het waterverbruik in de bedrijfspanden wordt teruggedrongen.

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.

- Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.

### Afval

De productie van afval wordt tegengegaan, gescheiden en gerecycled.

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.

- Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.

### Papier

De milieubelasting van het papierverbruik in de bedrijfspanden en op de werkplekken wordt teruggedrongen.

- Het reduceren van het totale gewicht van de brochures en prijsbijlages met 3,0 procent.
- Het voltooien van de mogelijkheid om ticketless te vliegen bij ArkeFly.

**Behaald:** Het totale gewicht van de brochures is gedaald met 14,0 procent.

**Niet behaald:** Dit onderwerp is niet opgepakt en wordt voorlopig niet doorgevoerd.

- Het reduceren van het totale gewicht van de brochures en prijsbijlages met 7,5 procent.

# Jaardoelen: CO<sub>2</sub>-voetafdruk - kantoren

## Beleidsregel

### Mobiliteit

De milieubelasting van woon-werkverkeer en zakelijke reizen wordt teruggedrongen.

## Jaardoelen 2013

- Het moderniseren en verder uitbreiden van de video conferencing mogelijkheden in de kantoorpanden in Rijswijk en Enschede. Verder worden laptops voorzien van video conferencing software om 'beeld' vergaderen van laptop naar laptop mogelijk te maken.

## Resultaten

**Deels behaald:** De oude videoconferencing apparatuur is vervangen door nieuwe, energiezuinigere apparatuur met een beter beeldkwaliteit, grotere schermen en LED-techniek. Tevens is het mogelijk via een splitscreen een presentatie te tonen. Het aantal videoconferencingzalen is uitgebreid tot tien zalen op zeven locaties, waaronder Curacao, Aruba en de boardroom bij Schiphol. Er is onderzoek gedaan naar de inzet van laptops met camera's voor video conferencing en onderlinge communicatie. Er zijn geen concrete acties uit voortgevloeid.

## Jaardoelen 2014

- Het uitbreiden van het leasewagenpark met hybride plug-in leaseauto's en minimaal drie 100 procent elektrische auto's met extra laadpalen in parkeergarages.

### Bouw

Duurzaamheidsaspecten worden bij de inrichting en de bouw meegenomen.

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.

- Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.



## Klanten

Het toegankelijk maken van duurzame vakanties

De pijler Klanten focust op het toegankelijk maken van duurzame vakanties voor de klanten. TUI Nederland informeert potentiële klanten over een verantwoorde vakantiekeuze en adviseert klanten over verantwoord gedrag op de bestemming, met als doel om de verkoop van duurzame vakantieproducten te stimuleren. De klant ontvangt op elk moment van het vakantieproces duurzaam toerisme informatie: tijdens het oriënteren, zoeken, boeken, de vakantie en bij terugkomst.

### Duurzame klantinformatie

De behoeftes en wensen van de klanten van TUI Nederland veranderen. Onderzoek onder 4.000 vakantiegangers in acht belangrijke TUI Travel bronlanden in 2010 geeft aan dat vakantiegangers een duidelijke interesse hebben voor duurzamere vakanties. Een op de twee klanten is bereid een duurzame vakantie te boeken als die beschikbaar is en twee op de drie klanten zou zijn gedrag op vakantie aanpassen om het milieu te helpen. In 2012 kwamen nagenoeg dezelfde resultaten uit een vervolgonderzoek.

TUI Nederland informeert klanten tijdens het gehele vakantieproces over duurzaam toerisme. De informatie is niet afgestemd op de duurzaam toerisme interesse van verschillende klantgroepen. Duurzaam vervoer, verblijf en vermaak komen aan bod in de brochures, op de boekbare websites en bij advies in de reisbureaus en het contact center. Bij de reisbescheiden ontvangt de klant duurzaam toerisme tips en bij aankomst op de bestemming het bestemmingsboekje inclusief duurzaam toerisme informatie.

Arke.nl publiceert reisbeoordelingen van haar klanten bij alle accommodaties op de website. 'Respect voor mens en natuur' is één van de beoordelingscriteria. Daarnaast worden klanten gestimuleerd vragen of opmerkingen over duurzaam toerisme onderwerpen aan te geven bij de reisleiding en na de vakantie te melden bij de Klantenservice, het reisbureau of de afdeling Duurzaam Toerisme.

Klachten op gebied van duurzaam toerisme worden opgenomen en afgehandeld met de betrokken partijen, zoals excursieaanbieders, accommodaties en non-gouvernementele organisaties.

Reisbureaus en andere partners ontvangen ook actuele duurzaam toerisme informatie in verschillende communicatiemiddelen. Om alle gepubliceerde afbeeldingen en teksten in lijn met het duurzaam toerisme beleid te laten lopen en geen gevoelige onderwerpen weer te geven, werkt TUI Nederland met een communicatieprotocol duurzaam toerisme.

### Reisbureaus

TUI Nederland hanteert sinds 2008 een duurzaam toerisme beleid voor de reisbureaus. Het beleid richt zich onder andere op het trainen van het personeel, het actief informeren van klanten over duurzame vakantiemogelijkheden en het geven van het goede voorbeeld door zelf milieuvriendelijk te werken. Het beleid geldt als voorschrift voor de eigen Arke winkels en als advies voor franchisenemers Holland International Reisbureau en de zelfstandige reisagenten van Holland International Reisbureau at Home. Jaarlijks wordt de voortgang getoetst via een intern ontwikkelde duurzaamheidsscan en krijgen de reisagenten een beoordeling van nul tot maximaal vijf Groene Palmen. De reisagenten met de meeste duurzaam toerisme activiteiten ontvangen de Groene Palm Award.

Reisbureaus die niet in eigendom van TUI Nederland zijn of franchisenemer zijn en producten van TUI Nederland aanbieden, worden ook geïnformeerd over duurzaam toerisme en gestuurd naar de verkoop van duurzame vakantieproducten door bijvoorbeeld het programma Groene Smiles4U. In dit programma sparen reisagenten voor goede doelen door het boeken van accommodaties met een duurzaamheidslabel. De Arke winkels hebben een soortgelijk programma, genaamd Arke goede-doelen-spaarprogramma.

## Ambitie 2015

**Meer dan 30 procent van de klanten van TUI Nederland verblijft in een accommodatie met een duurzaamheidslabel.** Dit wordt verantwoord door het berekenen van het percentage klanten dat in een accommodatie met een erkend duurzaamheidslabel verbleef, gemeten per maand over het winter- en zomerseizoen met sluiting op 31 oktober. Goedgekeurde duurzaamheidslabels zijn erkend door Global Sustainable Tourism Council (bijvoorbeeld Travelife), zijn internationale milieumanagementstandaarden (bijvoorbeeld ISO 14001 en EMAS) of hebben grote internationale erkenning (bijvoorbeeld EU-Ecolabel en Green Key).

## Prestatie jaar 1

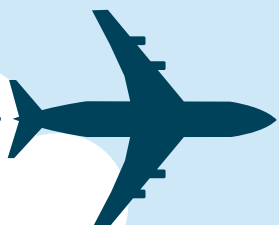
9,5 procent van de klanten van TUI Nederland verblijft in een accommodatie met een duurzaamheidslabel.



Accommodaties met een duurzaamheidslabel worden in de gidsen aangeduid met het groene boompje pictogram.







### Belangrijkste ontwikkelingen in 2013

- Het aandeel klanten dat in Winter 2012-2013 en Zomer 2013 in een accommodatie met duurzaamheidslabel verbleef is toegenomen van 8,7 procent naar 9,5 procent. Dit zijn ruim 120.000 vakantiegangers.
- Arke heeft een website voor smartphones gelanceerd. Op de smartphone kunnen klanten via het zoekmenu filteren op 'Duurzame accommodatie'. Bovendien staat meer informatie over duurzaamheid vermeld bij de accommodaties met een duurzaamheidslabel. Verder is de website van Arkefly opnieuw gelanceerd met vernieuwde verantwoord reizen pagina's.
- Duurzaam toerisme berichten worden met grotere regelmaat op de Facebook pagina van Arke en Arkefly geplaatst. Uit intern onderzoek blijkt dat deze berichten goed worden gewaardeerd.
- Naast reisagenten en reisleiding zijn 40.000 klanten in onder andere Egypte, Gambia, Dominicaanse Republiek, Mexico, Cuba en Kaapverdië geïnformeerd over kinderseksstoerisme door middel van flyers rondom de campagne met het Ministerie van Veiligheid en Justitie, Koninklijke Marechaussee, ANVR, ECPAT en Plan Nederland. De flyer heeft tot doel kwalitatief betere informatie rondom vermeende Nederlandse kinderseksstoeristen op te leveren.
- De duurzaam toerisme informatie is nog onvoldoende bestemmingsspecifiek of afgestemd op het type vakantie dat klanten hebben geboekt. De duurzaam toerisme teksten in de reisleidingboekjes die klanten op de bestemming ontvangen zijn geupdate en er is een specifieke tekst voor wintersportvakanties geïntroduceerd.
- Duurzaam toerisme is onderdeel van de mystery shop bezoeken aan de Arke kantoren. In juni oordeelde 7,6 procent van de mystery shoppers dat de reisagent informatie gaf over duurzaam toerisme, in augustus steeg dat naar 15 procent.
- TUI Nederland streeft met de reisbureaugroep naar de minimale score van drie Groene Palmen, dat staat voor 'voldoende duurzaam ondernemen'. Binnen de groep heeft 55 procent minimaal deze score bereikt. Van de Arke winkels haalt 97 procent de doelstelling, voor Holland International Reisbureau is dat 17 procent en bij Holland International Reisbureau at Home is dat 8 procent. Door de opname van de verkoop van duurzame accommodaties en het grotere aanbod duurzame accommodaties, hebben veel winkels een hogere score behaald dan vorig jaar. Het grotere aantal duurzame accommodaties in het TUI-aanbod en de daarmee samenhangende stijging van de verkoop van deze accommodaties zorgt ervoor dat veel winkels een hogere score hebben behaald dan vorig jaar.
- De Groene Palm Award 2013 voor het groenste Arke reisbureau is uitgereikt aan Arke Middelharnis. De award voor de duurzaamste franchisenemer ging naar Holland International Reisbureau Valkenswaard. Zelfstandig reisadviseur Joris de Bont van Holland International Reisbureau at Home ontving een aanmoedigingsprijs.



Arke Middelharnis, Holland International Reisbureau Valkenswaard en Holland International Reisbureau at Home Joris de Bont hebben de Groene Palm Award 2013 in ontvangst genomen.

Groene Palm score reisagenten	2012		2013	
	Reisagenten	Aandeel	Reisagenten	Aandeel
5 - Zeer goed duurzaam ondernemen	0	0%	5	2%
4 - Goed duurzaam ondernemen	2	1%	52	23%
3 - Voldoende duurzaam ondernemen	93	44%	68	30%
2 - Onvoldoende duurzaam ondernemen	65	31%	29	13%
1 - Zeer onvoldoende duurzaam ondernemen	1	1%	0	0%
0 - Onbekend duurzaam ondernemen	51	24%	69	31%
<b>Totaal</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>	<b>223</b>	<b>100%</b>

## Ambitie # 13

TUI Nederland herkent de consumenten met een interesse voor verantwoord reizen, zodat zij op de juiste wijze kwalitatieve informatie over duurzame vakanties gepresenteerd krijgen en zij gemakkelijk een passende vakantie vinden.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland herkent een klant met interesse voor verantwoord reizen als de klant één of meerdere keren een accommodatie met een duurzaamheidslabel heeft geboekt. De bestaande klantcommunicatie over duurzaam toerisme is nog niet aangepast aan de duurzaam toerisme interesse van de verschillende klantgroepen.

## Ambitie # 14

TUI Nederland betreft de klanten bij verantwoord reizen door hen te informeren en te adviseren over (bestemmingsspecifieke) duurzaam toerisme onderwerpen.

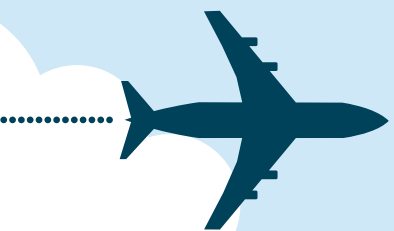
## Prestatie jaar 1

Alle klanten, ongeacht de interesse voor verantwoord reizen, ontvangt op elk moment van het vakantieproces duurzaam toerisme informatie: tijdens het oriënteren, zoeken, boeken, de vakantie en bij terugkomst. Er is een start gemaakt met het beter afstemmen van de informatie op het vakantietype.



# Jaardoelen: Klanten

Beleidsregel	Jaardoelen 2013	Resultaten	Jaardoelen 2014
<b>Marktcommunicatie</b> TUI Nederland profileert zich naar de markt als een verantwoord merk, waarbij elk merk een eigen duurzame branding heeft.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.</li> </ul>
<b>Tijdens oriënteren, zoeken en boeken</b> De (potentiële) gasten ontvangen tijdens het oriënteren, het zoeken en het boeken advies over duurzaam toerisme. Duurzame vakantieproducten worden duidelijk getoond.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het verbeteren van de duurzaam toerisme informatie met betrekking tot groene accommodaties op de website van KRAS.</li> <li>• Het vergroten van het aandeel klanten dat in een groene accommodatie verblijft tot minimaal 12,5 procent.</li> <li>• Het in kaart brengen en doorvoeren van mogelijkheden om bestemmingsspecifieke duurzaam toerisme informatie te verbeteren.</li> </ul>	<p><b>Niet behaald:</b> Er zijn geen verbeteringen aangebracht op de websites van KRAS en Goed Idee Reizen met betrekking tot accommodaties met duurzaamheidslabel.</p> <p><b>Niet behaald:</b> Het aandeel klanten dat in Winter 2012-2013 en Zomer 2013 in een accommodatie met duurzaamheidslabel verbleef is toegenomen van 8,7 procent naar 9,5 procent. Dit zijn ruim 120.000 vakantiegangers.</p> <p><b>Deels behaald:</b> De duurzaam toerisme teksten in de reisleidingboekjes die klanten op de bestemming ontvangen zijn geupdate en er is een specifieke tekst voor wintersportvakanties geïntroduceerd.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het vergroten van het aandeel klanten dat in een accommodatie met duurzaamheidslabel verblijft tot minimaal 15 procent.</li> <li>• Het vergroten van het percentage Arke winkels met een score 3, 4 of 5 Groene Palmen van 97 procent naar 100 procent; Holland International van 17 procent naar 35 procent en Holland International Reisbureau at Home van 8 procent naar 20 procent.</li> </ul>
<b>Tussen boeken en aankomst</b> De gasten ontvangen tussen boeken en aankomst advies over duurzaam toerisme op de bestemming.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het beter laten aansluiten van de algemene duurzaam toerisme tips bij het geboekte vakantietype, bijvoorbeeld stedenreizen, wintersport, all-inclusive of jongerenvakantie.</li> </ul>
<b>Op de bestemming</b> De gasten ontvangen advies over duurzaam toerisme op de bestemming.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.</li> </ul>
<b>Vakantieherinnering</b> De gasten kunnen misstanden of verzoeken over duurzaam toerisme tijdens of na de vakantie melden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.</li> </ul>



## Collega's

Het betrokken zijn bij (toekomstige) collega's en de maatschappij

TUI Nederland wil de meest aantrekkelijke werkgever in de Nederlandse reisbranche zijn voor het aantrekken en behouden van talent. De pijler Collega's geeft aan dat TUI Nederland betrokken is bij haar huidige en toekomstige medewerkers en de maatschappij, waarbij het concern een respectvolle, veilige, gezonde, stimulerende en uitdagende werkomgeving voor haar medewerkers nastreeft.

Kerngegevens personeel <sup>1</sup>	2011 <sup>2</sup>	2012	2013
Medewerkers (in aantallen)	2043	2071	2200
Medewerkers (in FTE)	1687	1735	1827
Medewerkers met fulltime arbeidsovereenkomst	57%	60%	57%
Medewerkers met parttime arbeidsovereenkomst	43%	40%	43%
Gemiddelde duur arbeidsrelatie (in jaren)	9,5	7,3	6,7
Gemiddelde leeftijd (in jaren)	38	36	36,2
Verzuim (inclusief zwangerschapsverlof) <sup>3</sup>	5,0%	4,6%	4,2%
Verzuim (exclusief zwangerschapsverlof)	n.a.	3,4%	2,8%
Gemiddelde ziekte dagen (exclusief zwangerschapsverlof) <sup>4</sup>	n.a.	17,0	15,1
Stagiaires (in aantallen)	153	234	274
<b>Leeftijdsopbouw medewerkers</b>			
<25	7%	10%	9%
25-35	38%	42%	38%
35-45	26%	24%	27%
45-55	18%	16%	17%
55<	10%	8%	9%
<b>Diversiteit naar geslacht (in percentage)</b>			
Aandeel mannelijke medewerkers	31%	32%	32%
Aandeel vrouwelijke medewerkers	69%	68%	68%
Instroom medewerkers (in aantallen)	591	485	382
Uitstroom medewerkers (in aantallen)	462	438	356
Gemiddeld verloop (in percentage)	23%	21%	16%

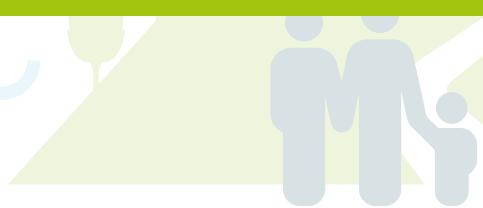
<sup>1</sup> Alle medewerkers van TUI Nederland, inclusief oproepkrachten en exclusief stagiaires, tourleaders KRAS.NL en tijdelijke medewerkers.

De cijfers zijn gegeneerd op basis van einde boekjaar op 30 september.

<sup>2</sup> TUI Curaçao is sinds het boekjaar 2011 toegevoegd aan de cijfers van TUI Nederland.

<sup>3</sup> TUI Curaçao is sinds het boekjaar 2012 toegevoegd aan de cijfers van TUI Nederland.

<sup>4</sup> Het gemiddelde aantal ziekte dagen in 2012 en 2013 is berekend exclusief TUI Curaçao.





### Respectvolle werkomgeving

TUI Nederland stimuleert gelijke behandeling van (potentiële) medewerkers en bevordert het respectvol omgaan tussen de medewerkers. Het bedrijf hanteert richtlijnen om discriminatie tegen te gaan, privacy te waarborgen en werkplekken veilig en verantwoord in te richten. Het concern heeft een gedragscodex waarin thema's zoals respect, eerlijkheid, ethiek, veiligheid, gezondheid, omkoping, corruptie en databescherming staan vermeld.

Met ingang van 2013 is het voor TUI Nederland verplicht te voldoen aan de zogenaamde 'The Bribery Act 2010'. Dit is strenge wetgeving over omkoping- en corruptiepraktijken uit het Verenigd Koninkrijk. Volgens deze wet moet elke medewerker aantoonbaar op de hoogte zijn van deze wetgeving. Elke nieuwe medewerker is verplicht een e-learning module te volgen met betrekking tot deze onderwerpen. Zowel TUI Travel als TUI Nederland hanteren een zero tolerance beleid ten opzichte van fraude, omkoping en corruptie.

De Nederlandse reisbranche is traditioneel een sector waarin relatief veel vrouwen en jonge mensen werkzaam zijn. Het percentage vrouwelijke medewerkers in de branche schommelt al jaren rond tachtig procent, waar het landelijk gemiddeld 44 procent is (Arbeidsmarktmonitor Reisbranche 2009). Het personeelsbeleid richt zich op het selecteren van (nieuwe) medewerkers met talent en kwaliteit voor de juiste functie. Bovendien is er aandacht voor de instroom en doorstroom van vrouwen in (senior) management binnen de kaders van non-discriminatie.

TUI Nederland stimuleert medewerkers om hun mening te geven, luistert naar de medewerkers en onderneemt actie. In 2012 heeft het eerste internationale medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO) Your Voice plaatsgevonden onder alle TUI Travel bedrijven. Het MTO behandelt drie duurzaam ondernemen vragen: 'Dit bedrijf is een sociaal verantwoordelijke organisatie (de gemeenschappen waarin het bedrijf opereert hebben baat bij het bedrijf)', 'Het bedrijf gaat op verantwoorde wijze om met milieuzaken' en 'Het bedrijf doet ethisch zaken'. Een van de uitkomsten is dat in de top 5 zaken waar TUI Nederland medewerkers het meest positief over zijn 'het verantwoord omgaan met het milieu' wordt aangegeven. Door de overgang naar een ander MTO-systeem is het niet mogelijk aan te geven of de score voor de duurzaamheidsvragen is toegenomen. Het onderzoek levert geen algemene tevredenheidsscore.

## Ambitie 2015

**TUI Nederland is de meest aantrekkelijke werkgever in de Nederlandse reisbranche.** Dit wordt verantwoord door de waardering van diverse criteria op het gebied van een respectvolle, gezonde, stimulerende en uitdagende werkomgeving door de medewerkers in het medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO). Daarnaast wordt het gemiddelde verloop van medewerkers vergeleken met het gemiddelde percentage in de Nederlandse reisbranche.

## Prestatie jaar 1

Uit het 2012 MTO komt naar voren dat 79,7 procent van de medewerkers positief oordeelt over de vragen met betrekking tot een respectvolle, veilige, stimulerende en uitdagende werkomgeving. Het verloop percentage van 16,2 is bij TUI Nederland hoger dan het reisbranche gemiddelde van 14,5 procent. In 2012 is TUI Nederland samen met KLM en Schiphol uitgeroepen tot aantrekkelijkste werkgever in de Nederlandse reisbranche (Randstad Award 2012).

Diversiteit management naar geslacht	2011 <sup>5</sup>		2012		2013	
	man	vrouw	man	vrouw	man	vrouw
Seniormanagement	83%	17%	84%	16%	81%	19%
Management	55%	45%	52%	48%	43%	57%
Basis	29%	71%	30%	70%	28%	72%

<sup>5</sup> TUI Curaçao is sinds het boekjaar 2011 toegevoegd aan de cijfers van TUI Nederland.





### Veilige en gezonde werkomgeving

De gezondheid van de medewerkers is belangrijk. Fit en gezond personeel zorgt namelijk voor minder verzuim en ongevallen, betere arbeidsprestaties, een betere werksfeer en minder ziektekosten. TUI Nederland bevordert daarom de veiligheid en stimuleert een gezonde levensstijl van haar medewerkers op de werkvloer en daarbuiten. Er zijn bijvoorbeeld verbeterde werkplekken qua meubilair, betere airco installaties, bedrijfsfitness en een gevarieerd aanbod van gezonde producten in de bedrijfskantines en in de frisdrank- en snoepautomaten.

Het ziekteverzuim percentage in Nederland is gemiddeld 3,8 procent (365/ArboNed) en het aantal ziektedagen in Nederland is gemiddeld 20 dagen per jaar (gemiddeldgezien.nl). Het verzuimpercentage is bij TUI Nederland bij Arkefly met 2,8 procent (exclusief zwangerschapsverlof) en 15,1 ziektedagen.

### Stimulerende en uitdagende werkomgeving

TUI Nederland creëert een moderne en stimulerende werkomgeving waar medewerkers flexibel zijn in hun werk, vrije tijd en loopbaanontwikkeling. TUI Nederland biedt een pakket arbeidsvoorwaarden dat tot de beste in de reisbranche behoort. Daarnaast zijn er aantrekkelijke secundaire arbeidsvoorwaarden, waaronder een cafetariasysteem, waarbij werknemers binnen vastgestelde grenzen zelf wijzigingen in het arbeidsvoorwaardenpakket kunnen aanbrengen, zoals het kopen en verkopen van vakantiedagen. De salarissen zijn marktconform. Daarnaast richt de organisatie zich op Het Nieuwe Werken. Hier is bij de inrichting van het kantoor in Enschede rekening mee gehouden. Bovendien wordt geïnvesteerd in moderne technologie en in de begeleiding van de medewerkers.

De uitstroom in procenten van het aantal medewerkers in Nederland is 6,1 procent. In de Nederlandse reisbranche ligt het verloop een stuk hoger op 14,5 procent (Dashboard data Reiswerk, 2013). De uitstroom bij TUI Nederland daalt de laatste jaren en is in 2013 16,2 procent.



In april 2013 mocht de eerste lichting studenten van de Arkefly Academy hun diploma in ontvangst nemen. De Arkefly Academy is een samenwerking tussen Arkefly en MBO College Airport in Hoofddorp, onderdeel van het ROC in Amsterdam.  
[www.arkefly.nl/academy](http://www.arkefly.nl/academy)

### Training en educatie

TUI Nederland wil haar medewerkers de mogelijkheid bieden zich te ontwikkelen en door te groeien binnen het bedrijf. Hiervoor zijn binnen de organisatie verschillende opleidings- en trainingsfaciliteiten ontwikkeld. Ook verzorgt de afdeling Opleidingen een breed scala aan incompany-trainingen. Jaarlijks worden ongeveer 2.500 trainingen gevolgd. Dit aantal is exclusief de wettelijk verplichte trainingen voor Arkefly medewerkers.

In 2011 is Arkefly de samenwerking Partnership for Talent en de verkorte opleiding Arkefly Academy aangegaan met een diverse scholen, waarbij studenten luchtvaartdienstverlening stage lopen als Cabin Attendant of Service Attendant met kans op een baan. Tachtig procent van de studenten gaat als steward of stewardess bij Arkefly aan de slag. De samenwerking is met de volgende scholen: TIO, Deltion College, MBO College Airport (RoC van Amsterdam), ROC Tilburg, Regio College Zaandam en Friesland College. Jaarlijks starten ongeveer honderd MBO studenten luchtvaartdienstverlening aan de opleidingen.

TUI Nederland constateert dat veel starters en stagiairs geen kennis hebben over duurzaam ondernemen, omdat duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen niet of nauwelijks zijn geïntegreerd in de opleidingen van MBO en HBO-instellingen. TUI Nederland werkt daarom samen met toeristische opleidingsinstanties en overkoepelende organen om het onderwijsprogramma te optimaliseren en duurzaam toerisme kennis te verbeteren. TUI Nederland doet dit voornamelijk via gastcolleges, stages, scripties, projecten en onderzoeken.

### Vrijwilligerswerk

TUI Nederland heeft nog geen infrastructuur voor vrijwilligerswerk voor de medewerkers. Een aantal medewerkers ondersteunt op eigen initiatief kleinschalige lokale projecten op vakantiebestemmingen. Jaarlijks organiseert TUI Nederland voor de medewerkers een sponsorloop voor het Plan Nederland project om kindersekstoerisme tegen te gaan.

## Ambitie # 15

De collega's vinden dat TUI Nederland een respectvolle, veilige, gezonde, stimulerende en uitdagende werkomgeving heeft.

## Prestatie jaar 1

Uit het 2012 MTO komt naar voren dat 79,7 procent van de medewerkers positief oordeelt over vragen met betrekking tot een respectvolle, veilige, stimulerende en uitdagende werkomgeving. TUI Nederland heeft een gezonde werkomgeving. Het ziekteverzuim percentage van 2,8 (exclusief zwangerschapsverlof) is bij TUI Nederland lager dan het landelijk gemiddelde van 3,8 procent. Het aantal ziektedagen van 15,1 is lager dan het landelijk gemiddelde van 20 dagen per jaar.

## Ambitie # 16

TUI Nederland geeft duurzaam toerisme trainingen aan de collega's op de bestemmingen, bij de luchtvaartmaatschappij en in de winkels en kantoren.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland maakt gebruik van e-learning. Er zijn zeven duurzaam toerisme modules: Duurzaam toerisme, Wijs op wintersport, Stop kinderarbeid, Kijk niet weg voor kindersekstoerisme, Groene accommodatie, Het groenste reisbureau is oranje en Green Smile (at Home). De modules zijn beschikbaar voor de medewerkers op de bestemmingen, bij de luchtvaartmaatschappij en in de winkels en kantoren. Daarnaast hebben alle product medewerkers en Arkefly winkelmanagers de ANVR-DTO training gevolgd.



### Belangrijkste ontwikkelingen in 2013

- Het percentage vrouwelijke medewerkers bij TUI Nederland schommelt al jaren rond de zeventig procent. Het percentage is in 2013 licht gestegen met 1,1 procent tot 68,3 procent ten opzichte van 2012. In 2013 omvatte de totale instroom van medewerkers 382 personen; hiervan was 76,2 procent vrouw. De uitstroom bedroeg 356 personen met een meerderheid van 79,5 procent vrouwen.
- In 2013 is het aandeel vrouwen in seniormanagement gestegen met 18,2 procent tot 18,9 procent, in management is er een stijging van 20,6 procent tot 57,4 procent en in de kern van het bedrijf is 71,7 procent vrouwen werkzaam. In twee jaar tijd is het aantal vrouwen in (senior)management toegenomen met 27,5 procent. Dit komt voornamelijk door een herdefiniëring van de managementfunctie.
- Het eerste internationale MTO Your Voice heeft de volgende drie duurzaam ondernemen vragen behandeld met bijbehorende resultaten. Op de vraag 'Dit bedrijf is een sociaal verantwoordelijke organisatie (de gemeenschappen waarin het bedrijf opereert hebben baat bij het bedrijf)' geeft 71 procent van de medewerkers aan positief te zijn. 78 procent beantwoordt de vraag 'Het bedrijf doet ethisch zaken' positief en de vraag 'Het bedrijf gaat op verantwoorde wijze om met milieuzaken' krijgt van 88 procent een positief oordeel. Deze laatste vraag staat in de top 5 zaken waar TUI Nederland medewerkers het meest positief over zijn.
- Het ziekteverzuim percentage van 2,8 (exclusief zwangerschapsverlof) is bij TUI Nederland lager dan het landelijk gemiddelde van 3,8 procent. Het aantal ziekte dagen van 15,1 is lager dan het landelijk gemiddelde van 20 dagen per jaar. Het percentage en het aantal dagen neemt de laatste jaren binnen TUI Nederland af. Het is onduidelijk wat de cijfers zijn in de Nederlandse reisbranche.
- Met ingang van 2013 is elke medewerker verplicht op de hoogte te zijn van Engelse wetgeving rondom omkoping- en corruptiepraktijken. TUI Travel en TUI Nederland hebben daartoe twee verplichte e-learning modules Anti-Bribery Wet ontwikkeld. Alle medewerkers hebben in 2013 deze training over fraude, omkoping en corruptie gevolgd.
- TUI Nederland heeft een contract afgesloten met Intenz Gezondheidsplan; medewerkers kunnen via bedrijfsfitness met korting sporten bij erkende fitnesscentra door het hele land. In 2013 maken 77 medewerkers hiervan gebruik.
- In 2013 is een nieuw opleidingspakket, genaamd Capp11, aangeschaft. Binnen dit pakket zijn alle cursussen voor de medewerkers zichtbaar en kunnen cursussen aangevraagd worden. De bestaande duurzaam toerisme e-learningmodules kunnen via dit systeem opgeroepen worden. Tevens is het systeem Lectora aangeschaft om nieuwe e-learningmodules te ontwikkelen.
- Het interne aanbod duurzaam toerisme trainingen, waaronder de e-learning modules, is met één module uitgebreid. De e-learning duurzaam toerisme retailbeleid voor Holland International Reisbureau at Home, genaamd Green Smile at Home, is ontwikkeld en gelanceerd in het nieuwe e-learningstelsel. Twee geplande e-learningen zijn niet uitgerold. Daarnaast heeft Travelife een systeemtraining verzorgd voor product medewerkers.

## Ambitie # 17

TUI Nederland werkt actief samen met toeristische opleidingsinstanties en overkoepelende organen om het onderwijsprogramma te optimaliseren en duurzaam toerisme kennis te verbeteren.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland deelt kennis en ervaring via gastcolleges, stages, scripties, projecten en onderzoeken. In 2013 heeft afdeling Duurzaam Toerisme enkele gastcolleges verzorgd op mbo, hbo en wo-niveau. Diverse studenten en scholieren zijn geholpen met praktijkopdrachten, afstudeeronderzoeken en scripties. Binnen TUI Nederland hebben 274 stagiairs praktijkervaring opgedaan. Daarnaast hebben 88 MBO-studenten het stagetraject binnen Partnership for Talent en Arkefly Academy succesvol doorlopen.

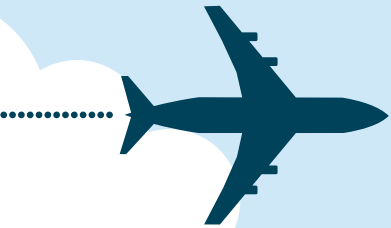
## Ambitie # 18

TUI Nederland faciliteert en stimuleert vrijwilligerswerk bij de collega's binnen de kaders van de TUI Care Foundation.

## Prestatie jaar 1

TUI Nederland heeft nog geen infrastructuur voor vrijwilligerswerk voor de medewerkers. Een aantal medewerkers ondersteunt op eigen initiatief kleinschalige lokale projecten op vakantiebestemmingen. Daarnaast hebben TUI-medewerkers € 1.927,75 gedoneerd aan goede doelen via fooien uit dienstreizen en een door TUI Nederland georganiseerde sponsorloop.





- Sinds 2013 is het vanuit ANVR verplicht voor elk hoofdkantoor van een reisbureau een duurzaam toerisme coördinator aan te stellen. Deze coördinator dient de DTO-training te volgen en ontvangt een persoonlijk certificaat als het examen succesvol is afgerond. TUI Nederland heeft besloten dat niet alleen senior-management van de Arke winkels de cursus en het examen succesvol moet doorlopen, maar ook regio-managers en reisbureaumanagers. Honderd procent van Arke management (125 personen, inclusief regio-managers en senior management) hebben de training succesvol afgerond. De training is niet verplicht voor de andere medewerkers van TUI Nederland, de franchisenemers van Holland International Reisbureau en de zelfstandige reisagenten van Holland International Reisbureau at Home. Zeven medewerkers van TUI Nederland en tien franchisers hebben de training vrijwillig en succesvol afgerond.
- In 2013 zijn in totaal 103 studenten gestart aan een stagetraject binnen het Partnership for Talent en Arkefly Academy. Uiteindelijk hebben 88 studenten hun stage afgerond. De eerste lichting studenten van de Arkefly Academy I heeft hun diploma in ontvangst genomen. Vanuit Arkefly Academy II zijn inmiddels 14 studenten begonnen met de eindstage. Het Partnership for Talent is uitgebreid met Regio College Zaandam en Friesland College uit Leeuwarden. Scholen willen graag deelnemen aan het stageproject en Arkefly kan hierdoor makkelijker het benodigde aantal studenten aantrekken.
- In juli 2013 is de website [www.werkenbijtui.nl](http://www.werkenbijtui.nl) gelanceerd. Dit is een nieuw wervingskanaal van TUI Nederland, Arkefly, KRAS.NL en Tec4Jets om getalenteerde werknemers aan te trekken. Duurzaam toerisme is opgenomen onder een van de vakgebieden waarin de organisatie is opgedeeld.
- In 2013 heeft afdeling Duurzaam Toerisme drie gastcolleges verzorgd op mbo, hbo en wo-niveau. Daarnaast hebben NHTV-studenten een praktijkopdracht gepresenteerd bij TUI Nederland in Rijswijk. Diverse studenten en scholieren zijn geholpen met praktijkopdrachten, afstudeeronderzoeken en scripties.
- TUI Nederland was hoofdsponsor van het Reiswerk Studenten Congres 2013, waar drie TUI collega's aanwezig waren als spreker en teamcoach.
- In 2013 heeft Atelier on Tourism Development in samenwerking met TUI Nederland een subsidievoorstel ingediend om de innovatieve wedstrijd #Whatyoudontseeinthebrochure uit 2012 uit te kunnen voeren voor HBO-studenten. Dit voorstel is afgewezen.
- Bijna alle afdelingen binnen TUI Nederland bieden stageplaatsen aan studenten aan. In 2013 is het aantal studenten met een stageplaats gestegen met 17,1 procent tot 274. De grootste groepen worden geplaatst binnen de operationele afdelingen, Arkefly en de reisbureaus.
- Twintig TUI-collega's maakten van de Marikenloop een sponsorloop en haalden gezamenlijk een bedrag op van € 1.617,75 voor het Plan Nederland project in Brazilië om opkomend kindersekstoerisme tegen te gaan. Fooien van drie studiereizen zijn gedoneerd aan goede doelen: € 50,- eveneens aan het project van Plan Nederland, € 135,- werd overgemaakt naar Stichting AAP ter ondersteuning van de berberapencampagne en € 125,- werd gedoneerd aan Anima Mundi in Macedonië. De donatie betrof een totaal van € 1927,75.



## Bedrijfsfitness van start!



Meld je nu aan via: [Intranet](#) / [Just for me](#) / [Bedrijfsfitness](#)



Een samenwerking tussen:  
 



# Jaardoelen: Collega's

## Beleidsregel

### Respect

TUI Nederland stimuleert gelijke behandeling van de (potentiële) medewerkers en bevordert het respectvol omgaan tussen de medewerkers. TUI Nederland bevordert vrouwelijke participatie in management.

### Veiligheid en gezondheid

TUI Nederland bevordert de veiligheid en stimuleert een gezonde levensstijl van haar medewerkers op de werkvloer en daarbuiten.

### Stimulerende werkomgeving

TUI Nederland creëert een moderne en stimulerende werkomgeving waar medewerkers flexibel zijn in hun werk, vrijetijd en loopbaanontwikkeling.

## Jaardoelen 2013

- Het verhogen van de score op de twee vragen over duurzaam ondernemen in het medewerkertevredenheidsonderzoek met 0,3 punt.

- Geen jaardoel 2013 gedefinieerd.

- Het voortzetten van het integreren van duurzaam toerisme boodschappen in de wervingsuitingen.
- Het trainen van minimaal honderd studenten luchtvaartdienstverlening binnen de samenwerking 'Partnership for Talent' in 2013.
- Het aanschaffen van een nieuw en verbeterd opleidingspakket met e-learning mogelijkheden.

## Resultaten

**Behaald:** In 2012 heeft het eerste internationale medewerkertevredenheidsonderzoek (MTO) Your Voice plaatsgevonden. In 2013 zijn de resultaten bekend gemaakt. Een van de uitkomsten is dat in de top 5 zaken waar TUI Nederland medewerkers het meest positief over zijn 'het verantwoord omgaan met het milieu' wordt aangegeven. Door de overgang naar een ander MTO-systeem is het niet mogelijk aan te geven of de score voor de duurzaamheidsvragen is toegenomen.

**Behaald:** In juli 2013 is de website [www.werkenbijtui.nl](http://www.werkenbijtui.nl) gelanceerd. Dit is een nieuw wervingskanaal van TUI, Arkefly, KRAS.NL en Tec4Jets om getalenteerde werknemers aan te trekken. Duurzaam toerisme is opgenomen onder een van de vakgebieden waarin de organisatie is opgedeeld.

**Deels behaald:** In 2013 zijn er in totaal 103 studenten gestart aan een stagetraject binnen het Partnership for Talent en Arkefly Academy. In totaal hebben 88 studenten hun stage ook daadwerkelijk afgerond.

**Behaald:** In 2013 is een nieuw opleidingspakket, genaamd Capp11, aangeschaft. Binnen dit pakket zijn alle cursussen voor de medewerkers zichtbaar en kunnen cursussen aangevraagd worden. De bestaande duurzaam toerisme e-learningmodules kunnen via dit systeem opgeroepen worden. Tevens is het systeem Lectora aangeschaft om nieuwe e-learningmodules te ontwikkelen.

## Jaardoelen 2014

- Het uitvoeren van het tweede internationale medewerkertevredenheidsonderzoek (MTO) Your Voice, waar duurzaamheidsvragen in opgenomen zijn. De resultaten volgen in boekjaar 2014.

- Geen jaardoel 2014 gedefinieerd.

- Het trainen van minimaal honderd studenten luchtvaartdienstverlening binnen de samenwerking Partnership for Talent en Arkefly Academy in 2014.



# Jaardoelen: Collega's

## Beleidsregel

## Jaardoelen 2013

- Het onderzoeken van de mogelijkheid om het cafetariasysteem uit te breiden met een pensioenmogelijkheid.
- Het actief blijven samenwerken met toeristische opleidingsinstanties en overkoepelende organen om het onderwijsprogramma te optimaliseren en duurzaam toerisme kennis te verbeteren.
- Het onderzoeken en uitrollen van vrijwilligerswerk onder de medewerkers binnen de kaders van de TUI Care Foundation.

## Resultaten

- Niet behaald:** Vanwege nieuwe pensioenwetgeving en de onduidelijkheid die daarover op dit moment over is, wordt er momenteel geen onderzoek gedaan naar uitbreidingsmogelijkheden van het cafetaria-systeem met betrekking tot het pensioen.
- Behaald:** In 2013 heeft afdeling Duurzaam Toerisme gastcolleges verzorgd op mbo, hbo en wo-niveau. Daarnaast heeft zij NHTV-studenten de mogelijkheid geboden een praktijkopdracht te presenteren bij TUI in Rijswijk. Ook heeft de afdeling diverse studenten bijgestaan via interviews voor afstudeeronderzoeken en scripties.
- Niet behaald:** In 2013 is een eerste pilotvoorstel opgesteld en ingediend om vrijwilligerswerk onder een groep medewerkers te testen binnen de kaders van de TUI Care Foundation. Dit is in 2013 nog niet goedgekeurd.

## Jaardoelen 2014

- Het voortzetten van het jaardoel 2013.
- Het voortzetten van het jaardoel 2013. Het plan is een pilot te draaien voor Arke reisagenten in samenwerking met de Dierenbescherming.



## Begrippenlijst en afkortingen

### ANVR

Algemene Nederlandse Vereniging van Reisonder- neringen (ANVR) is de branche-organisatie die de belangen behartigt van ondernemingen in de reis- branche, waaronder touroperators en reisagenten.

### Boekjaar

TUI Nederland werkt met een gebroken boekjaar. Het financiële jaar loopt van 1 oktober t/m 30 september.

### CO<sub>2</sub>-voetafdruk

CO<sub>2</sub> (koolstofdioxide, kooldioxide of koolzuurgas genoemd) is het meest bekende broeikasgas. De CO<sub>2</sub>-voetafdruk (ook wel carbon footprint of CO<sub>2</sub>-emissie-inventaris genoemd) is een inven- tarisatie van de CO<sub>2</sub>-uitstoot als gevolg van de bedrijfsactiviteiten.

### DTO

De reisbrancheorganisatie ANVR richt zich op maat- schappelijk verantwoord ondernemen onder de noemer Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO).

### Duurzame accommodatie of accommodatie met duurzaamheidslabel

Duurzame accommodaties of accommodaties met een duurzaamheidslabel zijn duurzame en milieuvriendelijke hotels, appartementen, vakantieparken en campings die gecertificeerd zijn door een Global Sustainable Tourism Council erkend keurmerk (bij- voorbeeld Travelife), in bezit zijn van een internatio- nale milieumanagement standaarden (bijvoorbeeld ISO 14001 en EMAS) en/of gecertificeerd zijn door een standaard met grote internationale erkenning (bijvoorbeeld EU-Ecolabel en Green Key). Deze accommodaties nemen bijvoorbeeld vergaande maatregelen voor water, energie en afval, behan- delen medewerkers eerlijk, gebruiken regionale producten en zijn actief betrokken bij de lokale bevolking.

### Fte

Fte staat voor fulltime-equivalent. Het is een reken- eenheid waarmee de omvang van een functie of de personeelssterkte kan worden uitgedrukt. Eén fte is een volledige werkweek.

### Gedifferentieerde accommodaties

Gedifferentieerde accommodaties zijn unieke hotel- ketens of -formules die een duidelijke meerwaarde bieden aan de vakantieganger. Dit is in tegenstelling tot doorsnee 'commodity' accommodaties.

### GSTC

Het Global Sustainable Tourism Council (GSTC) is een internationaal orgaan voor de bevordering van kennis en begrip over duurzaam toerisme, voor het bevorderen en vaststellen van wereldwijd geaccep- teerde criteria voor duurzaam toerisme en voor het creëren van vraag naar duurzaam reizen. TUI Travel is vertegenwoordigd in het bestuur van GSTC en als concern lid van deze organisatie.

### IDH

Initiatief Duurzame Handel (IDH) richt zich op het verduurzamen van internationale handelsketens, waaronder de toerimesector, soja, hout, cacao en katoen. IDH wordt gefinancierd door het Ministerie van Buitenlandse Zaken.

### Travelife

Travelife Sustainability System is een onafhankelijk Europees evaluatiesysteem waarin accommodaties kunnen worden geëvalueerd op basis van sociale en milieuaspecten, zoals arbeidsomstandigheden, omgang met de lokale bevolking en energiema- nagement.

### Winterseizoen

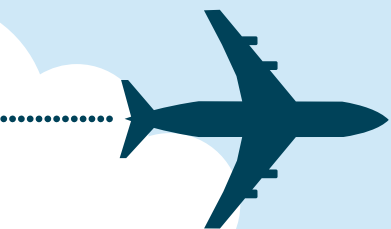
Het winterseizoen loopt van 1 november t/m 31 maart. Het zomerseizoen loopt van 1 april t/m 31 oktober.

### Zomerseizoen

Het zomerseizoen loopt van 1 april t/m 31 oktober. Het winterseizoen loopt van 1 november t/m 31 maart.



Home



## TUI Nederland Holding N.V. Duurzaam Toerisme

### Adres

Volmerlaan 3  
2288 GC Rijswijk

### Reacties

TUI Nederland nodigt u uit een reactie te geven op dit jaarverslag.  
U kunt uw vragen stellen of uw mening geven via  
[duurzaamtoerisme@tui.nl](mailto:duurzaamtoerisme@tui.nl)

Ook kunt u bellen met de afdeling Duurzaam Toerisme via  
070 3266801.

### Redactie

Afdeling Duurzaam Toerisme, TUI Nederland

### Vormgeving

Afdeling Content & Drukwerk, TUI Nederland

### Website

[www.tui.nl/duurzaamtoerisme](http://www.tui.nl/duurzaamtoerisme)

Het jaarverslag is alleen online beschikbaar.

December 2013

