



Talent heeft de toekomst

*Duurzaam Toerisme
Jaarverslag 2015*

Inhoudsopgave

Inleiding	3-13	CO ₂ -voetafdruk - airline	35-39
Abstract.....	3	CO ₂ -uitstoot.....	35
Statusoverzicht en kerngegevens.....	5	ETS en biobrandstof.....	35
Over dit jaarverslag	6	Belangrijkste ontwikkelingen in 2015	36
Welkom	7	Jaardoelen: CO₂-voetafdruk - airline	38-39
De toerisme-industrie.....	8	CO ₂ -voetafdruk - kantoren.....	40-44
Over TUI Group	8	CO ₂ -voetafdruk	40
Over TUI Nederland.....	10	Inkoop.....	40
Project: De impact van toerisme op bestemming.....	11	Belangrijkste ontwikkelingen in 2015	41
Duurzaam toerisme reis.....	12	Jaardoelen: CO₂-voetafdruk - kantoren.....	43-44
Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015.....	13	Klanten.....	45-49
Verankering.....	14-18	Klantinformatie	45
Organisatiestructuur.....	14	Reisbureaus.....	45
Beleid en strategie.....	14	Belangrijkste ontwikkelingen in 2015	46
Evaluatie	14	Jaardoelen: Klanten	48-49
Transparantie	15	Collega's	50-55
Duurzaamheidslabels.....	15	Respectvolle werkomgeving.....	51
Erkenningen	15	Veilige en gezonde werkomgeving	51
Belangrijkste ontwikkelingen in 2015	16	Stimulerende en uitdagende werkomgeving	52
Jaardoelen: Verankering.....	17-18	Belangrijkste ontwikkelingen in 2015	53
Bestemmingen - keten.....	19-25	Project: Hospitality starts with us!	54
Ketenverantwoordelijkheid.....	19	Jaardoelen: Collega's	55
Accommodaties	20	Begrippenlijst en afkortingen.....	56
Bestemmingen.....	21		
Inkomende agenten en vermaak.....	21		
Vervoer.....	21		
Belangrijkste ontwikkelingen in 2015	22		
Jaardoelen: Bestemmingen - keten	24-25		
Bestemmingen - projecten	26-34		
Samenwerkingsverbanden.....	26		
Stuurgroepen en lidmaatschappen	27		
Maatschappelijk betrokken ondernemen.....	28		
Belangrijkste ontwikkelingen in 2015	29		
Project: Don't Look Away	31		
Jaardoelen: Bestemmingen - projecten	33-34		

Abstract

This is the 2015 Sustainable Tourism Annual Report for TUI Netherlands Holding N.V., part of TUI Benelux, where the organisation reports data and targets in the area of sustainable tourism and corporate social responsibility relating to the financial year 2014/15, which runs from 1 October 2014 to 30 September 2015.

TUI Group

TUI Group is the world's leading leisure travel company 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 Netherlands launched its Sustainable Tourism Plan 2012-2015, based on the three year strategy Sustainable Holidays Plan 2012-2014 of TUI Group. In 2014 TUI Group strategy ended, and in September 2015 TUI Group launched the Better Holidays Better World 2015-2020 sustainability strategy.

The TUI Netherlands Sustainable Tourism Plan 2012-2015 consists of the pillars: Embedding, Destinations, Carbon, Customers and Colleagues.

Embedding

The mission statement of TUI Netherlands 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 clusterboard. Annually TUI Netherlands evaluates the sustainable tourism performance and communicates the results to employees and other stakeholders.

Main developments in 2015

- TUI Netherlands obtains recertification for Travelife Certified, an international sustainability label for tour operators.
- TUI Netherlands has a Board of Children, which is part of the NGO Missing Chapter Foundation. The children gave advice about 'what can tourism mean for Curacao?'
- Airline TUIfly reobtains ISO 14001 certification for its environmental management.
- Airline TUIfly is the winner of the Schiphol Aviation Sustainability Award.
- TUI Netherlands ranked 72th place in the Transparency benchmark 2015 of the Dutch Ministry of Economic Affairs. The benchmark ranks the top 500 largest Dutch companies on transparency in relation to corporate social responsibility.

Destinations - supply chain

TUI Netherlands 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.

Main developments in 2015

- The number of certified accommodations slightly decreased from 715 to 712 accommodations in comparison to 2014. TUI Netherlands focuses on unique hotel chains and formulas. 56.4 percent of these differentiated accommodations have a sustainability label.
- TUI Netherlands developed a new accommodation concept, named TIME TO SMILE. In 2015 three out of nine accommodations have been awarded with a Travelife certification.
- The number of sustainable and environmentally friendly excursions offered to customers is 122. 37 percent of all holiday countries has such an excursion. Furthermore, TUI Netherlands offers seventy Collection excursions in 24 holiday countries. Sustainability is incorporated in these Collection excursions.
- Kras Touringcars has expanded their fleet with three busses equipped with an Euro 6 engine.

Destinations - projects

TUI Netherlands works together with various national and international organisations in the area of corporate social responsibility and sustainable tourism.

Main developments in 2015

- The corporate partnership with the child focused organisations Plan Netherlands and ECPAT for the vocational training for Brazilian girls ended at the end of 2014. Together with the Dutch Ministry of Security and Justice, four child center organisations, the Dutch border police and police force and the Dutch tourism association ANVR a new campaign against child sex tourism was launched. The campaign is in line with the European Don't Look Away campaign.
- Since 2011 € 735,304 was donated to charities focussing on the sustainable development of holiday destinations. In 2015 € 147,809 was donated. Projects which received support were for example Plan Netherlands and TUI Care Foundation.
- In 2011 TUI Netherlands launched the TUI Care Foundation. This independent foundation funded already thirty projects in holiday destinations. The foundation has not been launched yet towards TUI-customers and TUI-employees.
- The project partners ANVR, NHTV, Climate Neutral Group, travel organisations including TUI Benelux, and other partners launched a CO₂-management tool for holidays.



The three year strategy Sustainable Tourism Plan 2012-2015 has come to an end. The results are reported in this document.

For more information:
www.tui.nl/sustainabletourism

Carbon - airline

The airline TUIfly 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.

Main developments in 2015

- Average CO₂ emissions per kilometre per passenger has reduced by 21.0 percent since 2008 to 65.7 grams, including a year-on-year reduction of 7.5 percent in 2015.
- TUIfly received its second and third Boeing 787-8 Dreamliner, which are around twenty percent more fuel efficient than the replaced Boeing 767's.
- TUIfly continued their collaboration with AlgaePARC, part of Wageningen UR, to facilitate research for the development and commercialization of sustainable biofuel.
- TUIfly introduced a new waste policy on board, meaning that recyclables and non-recyclables are being collected separately.
- TUIfly, in collaboration with Amsterdam Airport Schiphol and waste management company Suez, has set up a recycling unit at Amsterdam Airport Schiphol for the treatment of on-board waste.
- The share of responsible on-board catering products is 32 percent.

Customers

TUI Netherlands informs holidaymakers of responsible holiday choices and responsible behaviour at the destination throughout the holiday process, from holiday orientation to the return back home.

Main developments in 2015

- In 2015 19.5 percent of customers stayed in an accommodation with a sustainability label. That is over 280,000 holidaymakers.
- TUI Netherlands further improved its sustainable tourism communications towards holiday type or destination. Texts in digital travel vouchers have been updated.
- 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 2014 60 percent of the shops obtained this minimum level.
- TUIfly introduced TUI Cloud, a new form of inflight entertainment on board of the airplanes. This WiFi network is available on all flights and the uploaded information includes sustainable tourism messages.

Carbon - offices

TUI Netherlands 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.

Main developments in 2015

- The carbon footprint of TUI Netherlands is 6,536 tonnes of CO₂. This is an increase of 6.7 percent compared to 2014 and a 24.6 percent drop since 2011. The largest CO₂ emissions are accounted for by business travel and commuting and the paper production of brochures, price booklets, magazines and the personnel magazine.
- The total paper weight of the brochures decreased by 35 percent since 2011 caused by the increased internet sales and improved procurement.
- The catering products in the company restaurants in Rijswijk, Enschede and Schiphol-Rijk consists of forty-five percent of responsible products. These products are for example biological, fair trade or MSC-certified.

Colleagues

TUI Netherlands 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.

Main developments in 2015

- The share of women within TUI Netherlands is approximately seventy percent; three percent lower than the national travel industry average. The number of women in (senior) management positions has increased by 42.3 percent to 53.2 percent in three years' time.
- 58 students started the TUI Hospitality Academy. The academy was named 'Best tourism education of the Netherlands' in its level of education.
- TUIfly continued its successful cooperation 'Partnership for Talent' and 'TUIfly Cabin Crew Academy' with six schools, where students can do internships as cabin crew on board the aircraft. Each year hundred students start the trainings.
- TUI Netherlands has started the negotiations for piloting volunteer work for flight crew in The Gambia together with the Dutch NGO ActLocal.



In 2015 a new campaign against child sex tourism was presented at Amsterdam Airport Schiphol.

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

	2011	2012	2013	2014	2015
Aantal duurzaamheidslabels	1	2	3	5	5
Positie in ranglijsten					
Transparantiebenchmark	76	49	44	65	72
Rank a Brand	-	2	2	2	2
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

	2011	2012	2013	2014	2015
Aantal accommodaties met duurzaamheidslabel (van laatste twee afgesloten seizoenen)	425	424	598	715	712
Aandeel gedifferentieerde accommodaties met een duurzaamheidslabel	-	-	43,2%	33,2%	56,4%
Aantal milieuvriendelijke of bijzondere excursies	68	106	136	135	122
Aandeel vakantielanden met milieuvriendelijke of bijzondere excursies	-	-	37,3%	42,0%	37,0%

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

Donaties in verslagjaar
 Donaties o.b.v. peiljaar 2011

	2011	2012	2013	2014	2015
Donaties in verslagjaar	€ 235.820	€ 80.921	€ 97.552	€ 173.202	€ 147.809
Donaties o.b.v. peiljaar 2011	€ 235.820	€ 316.741	€ 414.293	€ 587.495	€ 735.304

CO₂-voetafdruk

In 2015 heeft airline TUIfly de laagste CO₂-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer van Nederland en een van de laagste wereldwijd.

Gemiddelde CO₂-uitstoot per kilometer per passagier (in gram CO₂/RPK)
 Reductie CO₂-uitstoot per kilometer per passagier t.o.v. afgelopen verslagjaar
 Reductie CO₂-uitstoot per kilometer per passagier o.b.v. peiljaar 2008

	2011	2012	2013	2014	2015
Gemiddelde CO ₂ -uitstoot per kilometer per passagier (in gram CO ₂ /RPK)	77,0	75,5	73,6	71,0	65,7
Reductie CO ₂ -uitstoot per kilometer per passagier t.o.v. afgelopen verslagjaar	-3,8%	-1,9%	-2,6%	-3,5%	-7,46%
Reductie CO ₂ -uitstoot per kilometer per passagier o.b.v. peiljaar 2008	-7,5%	-9,2%	-11,6%	-14,7%	-21,0%

In 2015 werkt TUI Nederland klimaatneutraal en compenseert daardoor ongeveer 7.000 ton CO₂.

CO₂-voetafdruk (in ton CO₂)
 Reductie CO₂-voetafdruk t.o.v. afgelopen verslagjaar
 Reductie CO₂-voetafdruk t.o.v. peiljaar 2011

	2011	2012	2013	2014	2015
CO ₂ -voetafdruk (in ton CO ₂)	8.673	7.115	6.822	6.126	6.536
Reductie CO ₂ -voetafdruk t.o.v. afgelopen verslagjaar	11,2%	-18,0%	-4,1%	-10,2%	-6,7%
Reductie CO ₂ -voetafdruk t.o.v. peiljaar 2011	-	-18,0%	-21,3%	-29,4%	-24,6%

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

	2011	2012	2013	2014	2015
Aantal klanten in accommodaties met duurzaamheidslabel	86.712	92.222	120.894	264.362	280.389
Aandeel klanten in accommodaties met duurzaamheidslabel	8,6%	8,7%	9,5%	19,7%	19,5%

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	2014	2015
Aandeel medewerkers dat de werkomgeving positief beoordeelt als respectvol, veilig, stimulerend en uitdagend	-	-	79,7%	79,7%	79,7%

Over dit jaarverslag

Het Duurzaam toerisme jaarverslag 2015 van reisorganisatie TUI Nederland Holding N.V. (TUI Nederland), onderdeel van TUI Benelux, toont de voortgang en de behaalde resultaten met betrekking tot de ambities uit het Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015 tijdens het financiële jaar 2015, dat loopt van 1 oktober 2014 tot en met 30 september 2015. De financiële jaarrekening 2015 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 TUI (voorheen Arke) en Holland International en luchtvaartmaatschappij TUIfly (voorheen Arkefly). Als er gedurende het boekjaar relevante acquisities of desinvesteringen zijn gedaan, dan wordt dat aangegeven in de tekst.

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.

Dit rapport verschijnt jaarlijks binnen drie maanden na sluiting boekjaar. De dataverzameling start direct na sluiting boekjaar. Afdeling Duurzaam Toerisme schrijft het rapport en vraagt alle relevante data op bij de verantwoordelijke afdelingen. De gegevens zijn afkomstig uit boekingsystemen, interne dataverzameling en van leveranciers. De milieugegevens worden ingevoerd in de Milieubarometer voor de statistieken en de berekening van de CO₂-voetafdruk. Data aanlevering/invoer en datacontrole worden door minimaal twee personen van twee verschillende afdelingen gedaan. Daarnaast wordt het jaarverslag gecontroleerd door afdeling Verslaglegging, alvorens het wordt gepubliceerd.

De CO₂-voetafdruk en de kwantitatieve gegevens met betrekking tot de bedrijfsactiviteiten zijn berekend voor de vier grootste kantoren van TUI Nederland, de eigen TUI winkels, TUI Curaçao en de kleinere kantoren en magazijnen van TUIfly; de andere kleinere kantoren in Nederland zijn niet meegenomen. De berekeningen zijn gedaan op basis van bestaande cijfers. Daar waar geen getallen voorhanden waren, zijn standaarden en schattingen gebruikt.

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 Group 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 Group zijn te downloaden op www.tuigroup.com/en-en/investors/reports-and-presentations, <http://www.tuigroup.com/en-en/sustainability/reporting-downloads> en www.tui.nl/duurzaamtoerisme. Gedurende het lopende boekjaar 2016 worden de belangrijkste ontwikkelingen en activiteiten op www.tui.nl/duurzaamtoerisme geplaatst.



Welkom

Wederom hebben we een enerverend en succesvol jaar achter de rug. De clustering van TUI Nederland en TUI Belgium tot één gezamenlijk TUI Benelux is een feit, eveneens de fusie tussen TUI Travel PLC en TUI AG tot TUI Group. We hebben enkele dieptepunten gekend zoals de terroristische aanslag in Tunesië op een van onze hotels, maar ook hoogtepunten zoals de ontvangst van twee Boeings 787-8 Dreamliner en de succesvolle overgang van het merk Arke naar TUI op 1 oktober 2015.

De naamsverandering is een belangrijke strategische zet, en belooft onze klanten ook op het gebied van duurzaam toerisme veel te gaan brengen. Uit onderzoek komt naar voren dat onze klanten duurzaamheid belangrijk vinden en dat dit een van de drie grootste impacts heeft op onze TUI merkbelofte.

Als General Manager van TUI Nederland ben ik dan ook verheugd de resultaten van het Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015 met u te delen. In dit rapport maken we namelijk de balans op van de ambitieuze duurzaam toerisme doelen die we ons als reisorganisatie hebben gesteld drie jaar geleden.

Hieronder enkele resultaten van onze ambities aan het einde van de strategieperiode:

- *Het ambitieuze doel van 1.000 accommodaties met een duurzaamheidslabel is niet behaald. Desondanks hebben we 700 duurzame accommodaties in ons aanbod. Het verduurzamen van het aanbod accommodaties blijft namelijk een uitdaging. Onze aandacht gaat daarbij vooral uit naar onze exclusieve gedifferentieerde accommodaties. Zo hebben de eerste drie TIME TO SMILE accommodaties het label Travelife Gold behaald en helpen we de andere accommodaties ook een voorbeeld te zijn op gebied van duurzaamheid.*
- *Sinds 2011 hebben we ruim € 700.000 gedoneerd aan goede doelen om te investeren in de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen. Hiermee hebben we ruimschoots de ambitie van € 500.000 gerealiseerd. Onze vierjarige samenwerking met Plan Nederland rondom kinderseksstoerisme in Noordoost Brazilië werd eind 2013 beloond met de prestigieuze World Responsible Tourism Award. Daarnaast werken we actief samen met TUI Care Foundation voor het realiseren van mooie projecten op vakantiebestemmingen wereldwijd.*
- *Een belangrijk hoogtepunt is, zoals reeds gezegd, de komst van drie Boeings 787-8 Dreamliner in twee jaar tijd. Hiermee heeft TUIfly de jongste vloot van Nederland. Dit heeft geresulteerd in een relatieve CO₂-reductie van 21,0 procent. Hiermee is de ambitie om de CO₂-uitstoot van onze airline met twaalf procent per passagiers-kilometer te verlagen tussen 2008 en 2015 ruim behaald. Daarnaast is TUIfly als een van de weinige Nederlandse airlines volledig ISO 14001 gecertificeerd.*
- *Ook wil ik nog kort onze academies belichten. Het ontwikkelen van talent is belangrijk, niet alleen hier in Nederland maar ook in vakantiebestemmingen, waar niet elke jongere de kans heeft een beroepsopleiding te volgen. Sinds 2013 bieden we in Nederland mbo-studenten in samenwerking met het Koning Willem I College in 's-Hertogenbosch de mogelijkheid een opleiding te volgen aan TUI Hospitality Academy. Hierbij wordt de kloof tussen onderwijs en praktijk gedicht. De opleiding is voor de tweede keer uitgeroepen tot beste toeristische mbo-opleiding van Nederland. Eenzelfde soort samenwerking loopt ook al enkele jaren met diverse onderwijsinstellingen voor de TUI Cabin Crew Academy. In samenwerking met TUI Care Foundation hebben we ook, veelal kansarme, jongeren aan beroepsopleidingen en stages geholpen in onder andere Zanzibar, Gambia en Tunesië.*

Begin 2016 maken we onze nieuwe ambitieuze doelen voor 2020 voor TUI Benelux bekend. TUI Group heeft namelijk in september 2015 de duurzaamheidsstrategie Better Holidays, Better World voor de komende vijf jaar gelanceerd. Binnen de Group zetten we ons in op de verdere reductie van de CO₂-uitstoot met tien procent binnen ons reisconcern, het verder uitbouwen van het aantal groenere en eerlijke vakanties naar tien miljoen per jaar en het versterken van de positieve impact van toerisme door tien miljoen euro per jaar te investeren.

Ik kijk uit naar de nieuwe duurzaamheidsstrategie voor TUI Benelux, een strategie waarbinnen we talent willen blijven ontwikkelen en daardoor ook blijven aantrekken. Niet alleen hier in Nederland, maar ook op onze vakantiebestemmingen via de TUI Care Foundation. Hierdoor kunnen we een grotere positieve impact op de bestemmingen creëren. Talent heeft immers de toekomst.

Arjan Kers
General Manager TUI Nederland



Arjan Kers
General Manager TUI Nederland

30+ miljoen

meer dan 30 miljoen klanten uit 31 landen die reizen naar 180 vakantie landen

76.000 medewerkers

76.000 medewerkers zijn werkzaam in 130 landen

€ 20,0 miljard

de omzet van het bedrijf bedraagt € 20,0 miljard met een resultaat voor belastingen van € 535,4 miljoen¹.

140+ vliegtuigen

5 touroperator airlines met meer dan 140 vliegtuigen

300+ accommodaties

meer dan 300 hotels met 210.000 bedden

13 cruiseschepen

1.800 reisbureaus

1.800 reisbureaus in Europa

1. Op basis van de bedrijfsresultaten zoals gepubliceerd op 10 december 2015.

Meer informatie: www.tuigroup.com en www.tui-sustainability.com

De toerisme-industrie

Als grootste Europese reisconcern speelt TUI Group, 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 groeide in 2014 met 4,3 procent tot 1.133 miljoen. In 2014 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, 2015).

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 CO₂-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, water-tekort, biodiversiteitsverlies, dierenleed en de schending van mensenrechten, waaronder de uitbuiting van kinderen.

Op internationaal en nationaal niveau worden allerlei duurzaam toerisme initiatieven opgezet om de impact van de industrie te optimaliseren. De meest recente ontwikkeling is de vermelding van toerisme voor duurzame ontwikkeling binnen drie van de 17 Sustainable Development Goals (<https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>) in september 2015. Deze doelen voor 2030 bouwen voort op de Millennium Development Goals, die in 2015 eindigden. Toerisme werd hierbinnen niet expliciet genoemd. Een ander vooraanstaand initiatief van de afgelopen jaren is het Global Sustainable Tourism Council (GSTC) dat wereldwijd geaccepteerde criteria voor duurzaam toerisme heeft opgezet en duurzaam toerisme promoot. De focus was de eerste jaren op de opzet en implementatie van duurzaamheidscriteria voor de accommodatiesector, nu verschuift die focus naar de opzet en implementatie van criteria voor bestemmingen. TUI Group is vertegenwoordigd in het bestuur van GSTC en als concern lid van deze organisatie. In Nederland vinden binnen reisbranche-verband ook interessante ontwikkelingen plaats op het gebied van dierenwelzijn en mensenrechten in de toerisme-industrie en de ontwikkeling van een CO₂-management tool voor de CO₂-labelling van vakanties.

Over TUI Group

TUI Group is de grootste reisorganisatie wereldwijd. Het reisconcern is met het hoofdkantoor gevestigd in Duitsland en is beursgenoteerd aan de London Stock Exchange en de beurs van Frankfurt. TUI Group is in december 2014 ontstaan uit een fusie tussen het Engelse TUI Travel PLC Holidays PLC en het Duitse TUI AG. In juni 2014 was de fusie tussen TUI Travel PLC en TUI AG reeds aangekondigd.

TUI Group wordt georganiseerd en gemanaged vanuit een organisatiestructuur met twee sectoren: Tourism Business en Specialist Travel. Binnen Tourism Business zijn verschillende regio's, divisies en platforms aangesteld. TUI Nederland valt onder Western Region samen met België en Frankrijk. Deze sector wordt aangestuurd door de Group Executive Committee, waarin ook de CEO van Western Region en TUI Benelux zitting heeft. Sinds 1 januari 2014 zijn TUI Nederland en TUI Belgium geclusterd tot TUI Benelux.

Strategie voor duurzame ontwikkeling

Als grootste Europese reisconcern speelt TUI Group 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 Group 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 Group is vertegenwoordigd in het bestuur van Global Sustainable Tourism Council en als groep lid 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 september 2015 heeft TUI Group de nieuwe vijfjarenstrategie voor duurzaam toerisme gelanceerd, genaamd Better Holidays, Better World 2015-2020. Deze strategie is opgebouwd rond drie pijlers, die de toekomst van duurzaam toerisme vormgeven: Step lightly, Make a difference en Lead the way. TUI Group neemt zich voor om in 2020 de CO₂-uitstoot van haar luchtvaartmaatschappijen, cruises en grondoperaties met tien procent te verminderen. Daarnaast streeft de reisorganisatie er naar tien miljoen groenere en eerlijkere vakanties per jaar aan te bieden en tien miljoen euro per jaar te investeren om de positieve impact van toerisme te versterken.

De ambities binnen de duurzaamheidsstrategie zijn mede bepaald door de resultaten die voortvloeien uit het onderzoek dat TUI Group heeft gedaan in 2015 naar de totale impact van toerisme op een vakantiebestemming. Meer over dit baanbrekende onderzoek staat aan het einde van de inleidende hoofdstukken op p.11.

Better Holidays, Better World 2015-2020

Step lightly

In 2020 wil TUI Group Europa's meest CO₂-efficiënte luchtvaartmaatschappijen hebben waarbij de uitstoot van haar operaties met tien procent is verminderd.

Make a difference

TUI Group wil in 2020 tien miljoen groenere en eerlijkere vakanties per jaar aanbieden, en zo meer lokale mensen op de reisbestemmingen laten meedelen in de voordelen van het toerisme.

Lead the way

TUI Group investeert tegen 2020 tien miljoen euro per jaar om de positieve impact van toerisme te versterken. Hiervoor wordt de TUI Care Foundation opgericht.

Voor de details over de strategie: www.tui-sustainability.com

De strategische thema's voor duurzame ontwikkeling van TUI Group schep- pen het kader waarbinnen alle TUI Group ondernemingen hun eigen strategie, beleidsplannen en doelen ontwikkelen. In 2016 lanceert TUI Benelux haar duurzaamheidsstrategie 2020. Bovenstaande strategie en de resultaten die daaruit voortvloeien zijn hierdoor ook van toepassing op TUI Nederland.

De duurzaamheidsstrategie van TUI Group werpt vruchten af. TUI Group heeft een perfecte score van 100 behaald in de CDP (Carbon Disclosure Project) voor CO₂-verslaggeving in 2015. Tevens heeft TUI Group een positie ontvangen in the UK's FTSE350 en DACH's Climate Disclosure Leadership Indices Daarnaast staat TUI Group wederom in de FTSE4Good index voor haar transparantie en duurzaamheidsstandaarden. TUI Group staat ook als enige reisconcern vermeld in de Dow Jones Sustainability Index Europe.

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. Thomas Ellerbeck, Group Director Corporate & External Affairs, heeft de verantwoordelijkheid voor het onderwerp binnen de Group Executive Committee. Jane Ashton is de Director of Group Sustainable Development en de Group Executive Committee fungeert als 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 regio- en divisieniveau. 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 Group worden gesteld, vereist dat TUI Group 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 verantwoordelijkheid 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 CO₂-voetafdruk van TUI Group
- De activiteiten van collega's bepalen de handhaving van het TUI Group duurzame ontwikkelingsbeleid
- De activiteiten van leveranciers bepalen de handhaving van de TUI Group milieu- en sociale standaarden voor leveranciers
- Het beter begrijpen van de sociaal-economische gevolgen van het toerisme
- 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



TUI Group heeft de nieuwe duurzaamheidsstrategie Better Holidays, Better World 2015-2020 gelanceerd.

Over TUI Nederland

Per 1 januari 2014 zijn TUI Nederland en TUI Belgium samengevoegd tot TUI Benelux. Dit rapport rapporteert over TUI Nederland. TUI Nederland Holding N.V. (TUI Nederland) is marktleider in de Nederlandse reiswereld. De reisorganisatie voert onder andere de reismerken TUI, Holland International, Kras, ROBINSON, Goed Idee Reizen en Lastminute.nl. De reisbureaugroep van TUI Nederland bestaat uit eigen TUI reisbureaus, de franchisereisbureaus van Holland International Reisbureau en de zelfstandige reisagenten Holland International Reisbureau at Home. Daarnaast heeft TUI Nederland haar eigen luchtvaartmaatschappij TUIfly.

Met ingang van 1 oktober 2015 is een naamsverandering doorgevoerd. Het reismerk Arke heet voortaan TUI en de airline Arkefly heet TUIfly.

De hoofdkantoren van TUI Nederland bevinden zich in Rijswijk en Enschede; Kras heeft kantoren in Ammerzoden en Alkmaar, de airline TUIfly heeft kantoren en magazijnen op Schiphol-Rijk en Schiphol, en TUI Curaçao heeft kantoren in Curaçao en Aruba.

Op 30 september 2015 bestaat de clusterboard van TUI Benelux uit:

- | | |
|---|---------------------|
| • Chief Executive Officer | Elie Bruyninckx |
| • Chief Financial Officer, Deputy CEO België | Wim van Besien |
| • Business Analytics Director | Frits Stouten |
| • Chief Information Officer | Filip Michiels |
| • Chief Operations Officer België | Dirk van Holsbeke |
| • Managing Director TUIfly | Hans van de Velde |
| • Managing Director Jetairfly | Gunther Hofman |
| • Chief Communication Officer België | Hans Vanhaelemeesch |
| • Human Resources Management Director België | Dirk Knegtel |
| • Human Resources Management Nederland & Legal Affairs Director | Casper Maasdam |
| • General Manager TUI Nederland | Arjan Kers |
| • Chief Marketing Officer | Frans Leenaars |

De holding heeft een Raad van Commissarissen:

De holding heeft een Raad van Commissarissen, bestaande uit Peter Long en William Waggott. Het beloningsbeleid van de onderneming staat beschreven in het Remuneration Report in TUI Group Annual Report 2014/15.

1,6 miljoen
1,6 miljoen klanten

100 landen
400.000 vakanties in 100 landen

2.200+ medewerkers
600 touroperating, 700 retail, 600 airline en 250 support medewerkers, waarvan 55 op Curaçao, 7 op Aruba en 1 op Bonaire

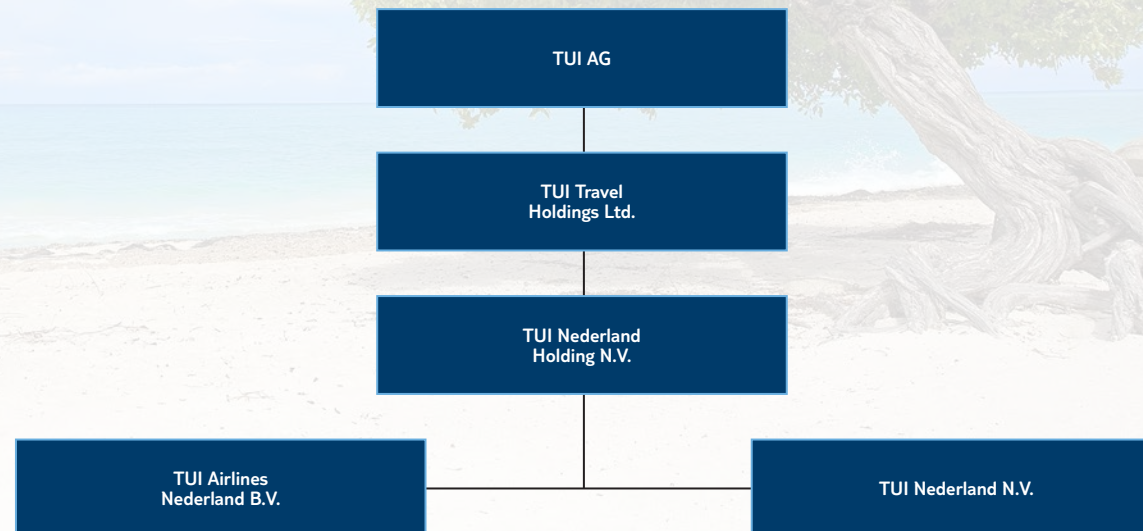
€ 1.124 miljoen
de omzet van het bedrijf bedraagt totaal € 1.124 miljoen verdeeld naar touroperating (€ 1.071 miljoen), reisbureaus (€ 11 miljoen), airline (€ 41 miljoen) en reisgerelateerde diensten (€ 265 duizend)

9 vliegtuigen
eigen vloot van 9 vliegtuigen

229 reisbureaus
130 eigen TUI winkels, 4 Holland International Reisbureau franchise winkels (gestopt per 31 oktober 2015) en 95 zelfstandige Holland International Reisbureau at Home reisagenten

Meer informatie: www.tui.nl/corporate

In onderstaande organisatiestructuur zijn alleen de hoofdenootschappen weergegeven.



Project: De impact van toerisme op bestemming; een case study in Cyprus

De toerismesector is een bedrijfstak met een enorme omvang en impact. Een industrie van deze omvang heeft voordelen voor vakantiebestemmingen in de vorm van werkgelegenheid, economische ontwikkeling en belastinginkomsten, maar kan ook nadelen veroorzaken zoals schade aan lokale gemeenschappen en het milieu. Er is veel onderzoek gedaan naar de verschillende soorten impacts van toerisme, maar veel minder naar of deze impacts gemeten, gewaardeerd of vergeleken kunnen worden.

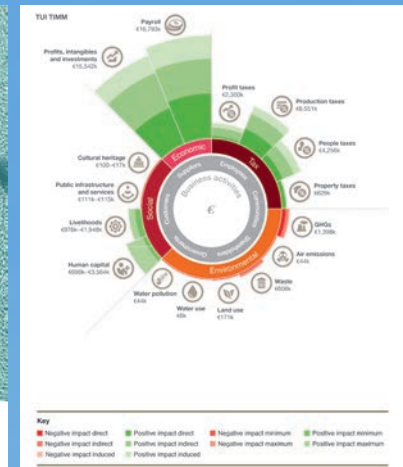
Als grootste reisconcern wereldwijd speelt TUI Group een belangrijke rol in de toerisme-industrie. Het handelen van TUI Group heeft een impact op de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen. Meer inzicht geeft het reisconcern de mogelijkheid betere keuzes te maken. TUI Group heeft daarom in 2015 onderzoek laten doen naar de totale impact van toerisme op een vakantiebestemming.

In samenwerking met PwC en Travel Foundation heeft TUI Group de impact gemeten van 60.000 TUI klanten in acht TUI hotels op Cyprus. Het onderzoek toont aan hoe belangrijk is het om de impact van toerisme op bestemmingen te meten.

De studie is gebaseerd op PwC's 'Total Impact Measurement and Management' (TIMM) methodologie. Deze methode meet en kwantificeert de impact van toerisme rondom economie, belastingen en milieu- en sociale effecten. Daarbij wordt niet alleen gekeken naar hotels, maar ook naar de effecten op en van leveranciers, klanten en medewerkers. In het onderzoek is ervoor gekozen om alle resultaten om te rekenen naar een economische impact.

De resultaten uit het onderzoek laten zien dat TUI een zeer positieve invloed heeft op economisch en fiscaal vlak. Economisch is de positieve impact € 84,- per toerist per nacht. Zo kosten de negatieve impact op het milieu € 4,- en de sociale effecten € 0,20 per toerist per dag. Tegelijkertijd moeten de effecten op het milieu door toerisme op een verantwoorde manier gemanaged worden, zodat bestemmingen ook op lange termijn aantrekkelijk blijven. Verder heeft de Cypriotische regering aangegeven vooral te blijven investeren in lokale medewerkers, lokale producten in te kopen en (potentiële) medewerkers te steunen met training en educatie. Een van de uitkomsten is bijvoorbeeld dat het goed is te investeren in educatie.

Jane Ashton, Directeur Duurzaamheid van TUI Group, geeft het volgende aan over het onderzoek: 'This is a ground-breaking investigation by PwC and The Travel Foundation which reveals the extent to which our holidays bring positive benefits to a destination. It gives us brand new insights into how to further improve the positive and minimise the negative impacts of tourism.'



Our business and our customers' satisfaction is dependent upon thriving communities and well-managed environments, so as well as taking action ourselves, we are sharing the learnings from this project with the wider industry and with destination governments, so collectively we can make a difference.'

Salli Felton, CEO van The Travel Foundation, geeft in een interview gepubliceerd op de website van PwC¹ aan waarom The Travel Foundation deel heeft genomen aan het project en wat de stichting er van heeft geleerd: 'We wanted to be part of this project because we wanted to test a new approach and we wanted to actually see if you can measure the impacts of tourism more holistically. And, as a charity, it's really important for us that the money that we spend goes on things that are really worthwhile. So if we could understand the actual impacts of tourism, we could actually make sure that it informs our decision making when developing new projects and new programmes, and we can put our focus where it needs to be.'

'We've learnt a lot. We've learnt primarily that impact assessment can provide a really powerful tool to inform decision making and also to inform tourism planning more widely. But, really importantly, we've learnt that there's a lot more work that needs to be done. We've also learnt that all tourism stakeholders have a part to play in measuring and monitoring impacts and that being the case, a collaborative approach is the only way to go.'

Bekijk een [video](#) over het project en lees het [volledige rapport](#).

¹ <http://www.pwc.co.uk/services/sustainability-climate-change/total-impact/the-travel-foundation-assessing-total-impact.html>



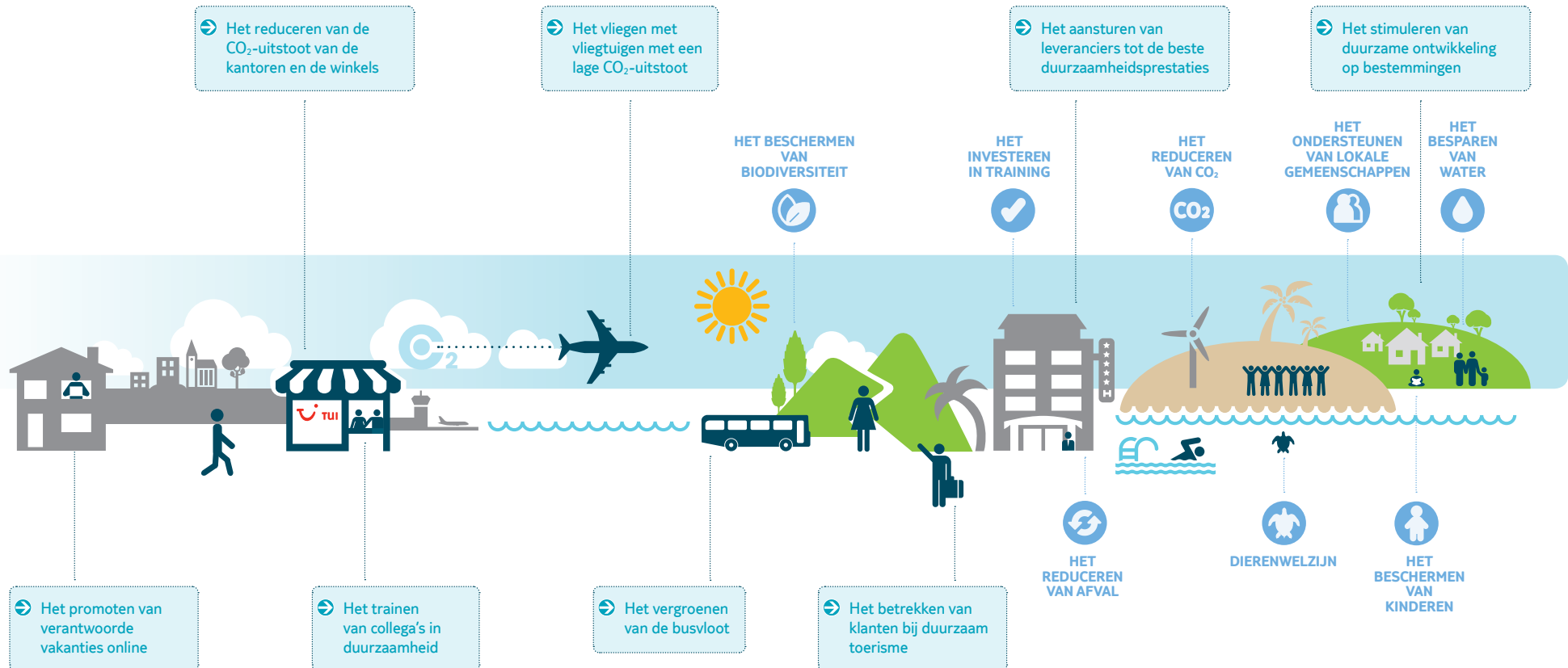
Jane Ashton
Directeur Duurzaamheid TUI Group



Salli Felton
CEO The Travel Foundation

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.



CO₂-voetafdruk

Het verminderen van de CO₂-voetafdruk, zowel binnen de airline als de kantoren.

- In 2015 heeft airline TUIfly de laagste CO₂-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 CO₂



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.

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 CEO van TUI Benelux, waar TUI Nederland en TUI Belgium onder vallen. De General Managers van beide organisaties hebben duurzaam toerisme operationeel in hun portefeuille. De eindverantwoordelijkheid voor het duurzaamheidsbeleid, de strategie en de doelen ligt bij de Clusterboard van TUI Benelux. De Raad van Commissarissen heeft inspraak via de toezichthoudende rol op de Clusterboard.

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 3,0 fte, exclusief stagiairs. Clusterboard leden en/of de afdeling Duurzaam Toerisme kunnen indien gewenst het onderwerp duurzaam toerisme agenderen tijdens Clusterboard vergaderingen.

De reisbureaugroep heeft een eigen Stuurgroep Duurzaam Toerisme, airline TUIfly beschikt over een Fly Green Team, dat zich bezighoudt met de milieucertificatie ISO 14001, en Product heeft Duurzaam Toerisme Champions aangesteld. De teams rapporteren de activiteiten aan Clusterboardleden, seniormanagement en/of afdeling Duurzaam Toerisme. Daarnaast heeft TUI Nederland een Raad van Kinderen in Caribisch Nederland aan laten stellen.

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 Group 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, CO₂-voetafdruk, Klanten en Collega's. De strategie is goedgekeurd door het bestuur en is gedurende het boekjaar uitgevoerd door management en medewerkers van de verantwoordelijke afdelingen. TUI Nederland rapporteert jaarlijks over de progressie binnen de gestelde ambities van de strategie in het duurzaam toerisme jaarverslag.

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 reisbureaugroep een duurzaamheidsscan om de prestaties op reisbureau- en retailgroepsniveau te toetsen. De airline TUIfly werkt met het milieumanagementsysteem ISO 14001.

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 onafhankelijke partij en het vermelden van eventuele ontvangen duurzaamheidsprijzen.

Prestatie jaar 3

TUI Nederland beschikt over de duurzaamheidslabels Travelife Certified, Fair Trade Tourism, ISO 14001 voor de airline en ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen voor de touroperators en voor de TUI reisbureaus. In 2015 ontving TUIfly de Schiphol Aviation Award 2014 - Sustainability Award. In 2013 ontving TUI Nederland de World Responsible Tourism Award en de titel Blue & Green Tomorrow's 2013 sustainable tour operator of the year.



Raad van Kinderen in beeld
Een Raad van Kinderen in Curaçao heeft TUI Nederland geadviseerd over lokale duurzaamheidsvraagstukken. De kinderen hebben hierover filmpjes gemaakt.

TUI Nederland maakt verder gebruik van het online meetinstrument Milieubarometer (www.milieubarometer.nl) om de milieuscore en CO₂-voetafdruk van de TUI winkels, de kantoren in Rijswijk, Enschede, Schiphol-Rijk, Ammerzoden, TUI Curaçao en de kleine kantoren en magazijnen van TUIfly 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 jaarlijkse op groepsniveau in het kader van de duurzaamheidsstrategie van TUI Group. 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/duurzaam-toerisme, persberichten, social media en de diverse rapportages van TUI Nederland, TUI Group en ANVR-DTO. Daarnaast zijn er de onafhankelijke ratings en benchmarks, zoals de Transparantiebenchmark (www.transparantiebenchmark.nl) en Rank a Brand (www.rankabrand.nl), waar TUI Nederland of/ en haar merken vermeld staan.

Duurzaamheidslabels

Sinds 2013 beschikt TUI Nederland als een van de eerste touroperators wereldwijd over het duurzaamheidslabel Travelife Certified (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 Tourism certificaat (www.fairtrade.travel). TUI Nederland is de eerste en nog steeds enige grote reisorganisatie in Nederland die Fair Trade Tourism reizen mag verkopen. In 2003 is het bedrijfs-certificaat ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO) (destijds Product Milieuzorg genaamd) voor de touroperators behaald en in 2014 voor de TUI reisbureaus, genaamd Travelife Partner. Daarnaast heeft airline TUIfly sinds 2014 het ISO 14001 certificaat en is daarmee als een van de weinige Nederlandse luchtvaartmaatschappijen volledig gecertificeerd.

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 2008 is DTO verplicht voor de touroperator. Sinds 2013 zijn er voor de retail verplichtingen op hoofdkantoor niveau. 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. In 2016 verandert DTO van naam naar Better Holidays.

Erkenningen

In 2014 ontving TUIfly de Schiphol Aviation Award 2014 - Sustainability Award. In 2013 ontving TUI Nederland twee World Responsible Tourism Awards - Best for Child Protection en Overall Winner. Daarnaast kreeg TUI de titel Blue & Green Tomorrow's 2013 sustainable tour operator of the year.

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 3

TUI Nederland staat op de Transparantiebenchmark op plaats 72 en in Rank a Brand behalen de merken TUI, Holland International en Kras een B-label.

Ambitie # 2

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

Prestatie jaar 3

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



Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015
Feeselrijke resultaten en hoogtepunten

Nederland

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

Belangrijkste ontwikkelingen in 2015

- De duurzaam toerisme organisatie binnen TUI Nederland en TUI Belgium is aangepast aan de nieuwe managementstructuur, waarbinnen de aangestelde General Managers Arjan Kers voor TUI Nederland en Dirk Van Holsbeke voor TUI Belgium een hoofdfunctie vervullen. De afdeling Duurzaam Toerisme rapporteert functioneel aan de General Managers in beide landen.
- In navolging van de Raad van Kinderen die TUI Nederland in 2013 adviseerde over de vakantieaccommodatie van de toekomst, is dit jaar een Raad van Kinderen op Curaçao geïnstalleerd. Deze Curaçaose Raad van Kinderen heeft advies gegeven aan een afvaardiging van de Curaçaose toerismesector, en niet enkel aan de General Manager en andere directeurs van TUI Nederland. In samenwerking met de Missing Chapter Foundation – opgericht door prinses Laurentien – en UNICEF Nederland gaat TUI Nederland met kinderen in gesprek om haar strategie en beleid op het gebied van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen scherp te houden en te laten aansluiten bij de ideeën van jongere generaties. De kinderen uit groep 8 van het Sint Pauluscollege behandelden het vraagstuk: Wat kan toerisme betekenen voor Curaçao? Hiervoor kozen zij zelf de thema's milieu, veiligheid, infrastructuur, service en attracties en behandelden de kinderen in groepjes één van de onderwerpen. Bezoeken aan Tourism Management Curaçao (TMC), HATO airport, Insel Air, Selikor en de politie gaven meer inzicht voor nieuwe ideeën. Het onderzoek bracht veel aan het licht bij de kinderen, wat op beeld is vastgelegd door de kinderen die de mediagroep vertegenwoordigden. Hiernaast staat een beeldimpressie van de dialoogsessie.
- TUI Group heeft haar nieuwe duurzaamheidsstrategie voor 2020 gelanceerd, genaamd Better Holidays Better World. TUI Benelux zal binnen de kaders van de duurzaam toerisme strategie van TUI Group een eigen nieuwe strategie en doelstellingen ontwikkelen. Dit wordt naar verwachting begin 2016 gelanceerd. Het TUI Nederland Duurzaam Toerisme Plan 2012-2015 is afgelopen. Als pilot hebben de medewerkers van Kras een enquête ontvangen met betrekking tot de nieuwe TUI Group strategie, om mee te denken over de invulling van de duurzaamheidsactiviteiten van Kras binnen de bredere TUI Benelux strategie. De resultaten zijn dusdanig bruikbaar dat eind 2015 een TUI Benelux brede interne campagne voor ideeën voor de TUI Benelux duurzaamheidsstrategie is uitgerold.
- In 2014 is een nieuwe corporate website ontwikkeld. Duurzaam toerisme heeft een vaste plaats hierbinnen. De corporate website is in 2015 gelanceerd. De retailnieuwsbrieven zijn vernieuwd; voor de TUI winkels heet de nieuwsbrief 'TUI traint talent' en voor de winkels van Holland International Reisbureau 'Holland International boekt groen'.
- TUI Nederland is van plaats nummer 65 naar 72 gedaald op de Transparantiebenchmark ranglijst met 140 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 en maakt de wijze waarop de vijfhonderd grootste Nederlandse bedrijven verslag doen over hun activiteiten op gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen inzichtelijk.
- In navolging van 2013 behaalt TUI Nederland wederom de standaard Travelife Certified for Tour operators and Travel agents. TUI Nederland voldoet aan ruim 150 Travelife criteria en was de eerste grote touroperator ter wereld met dit duurzaamheidscertificaat. Tevens is het Fair Trade Tourism certificaat verlengd.
- TUIfly heeft wederom het ISO 14001 certificaat behaald en is daarmee als een van de weinige Nederlandse luchtvaartmaatschappijen volledig gecertificeerd. Dit certificaat houdt in dat TUIfly zo milieubewust mogelijk werkt en milieuprestaties continu verbetert. De thema's waar TUIfly zich op richt zijn: afval, biobrandstof, CO₂-uitstoot en duurzame producten aan boord. De internationale TUI groep, waar TUIfly onderdeel van uitmaakt, heeft het vooruitstrevende doel gesteld dat alle TUI airlines uiterlijk in 2015 ISO 14001 gecertificeerd zijn.
- Er heeft geen onderzoek meer plaatsgevonden naar de aanpassingen die nodig zijn voor het behalen van ISO 26000. De grootste omissie is een mensenrechtenbeleid. Dit beleid is in ontwikkeling bij TUI Group.
- TUIfly ontving de Schiphol Aviation Award 2014 - Sustainability Award. De airline kreeg de award omdat zij als een van de eerste Nederlandse luchtvaartmaatschappijen ISO 14001 gecertificeerd is en als eerste Nederlandse airline de Boeing 787-8 Dreamliner aan haar vloot heeft toegevoegd. Eind 2014 is TUI Nederland genomineerd voor de People's Choice Award vanuit World Responsible Tourism Awards 2014 en wederom genomineerd voor de reisvakprijs Groene Veer, die toegekend wordt aan een reisorganisatie die zich op bijzondere wijze inzet voor duurzaam toerisme.



Hans van de Velde en Tom Sutherland nemen de Schiphol Aviation Sustainability Award in ontvangst.



Jaardoelen: Verankering

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
Duurzaam toerisme organisatie De duurzaam toerisme organisatie bestaat uit een afdeling Duurzaam Toerisme, werkgroepen en champions.	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van de samenwerking met de Raad van Kinderen, in samenwerking met de Missing Chapter Foundation. 	Behaald: In navolging van de Raad van Kinderen in Nederland in 2013 heeft TUI Nederland een Raad van Kinderen in Curaçao geïnstalleerd in samenwerking met Missing Chapter Foundation. In 2016 en 2017 worden nog meer raden geïnstalleerd op andere eilanden van het koninkrijk.	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van het jaardoel 2015.
Beleid en jaardoelen Het duurzaam toerisme beleid wordt geïntegreerd in de bedrijfsprocessen en procedures.	<ul style="list-style-type: none"> Het lanceren van de vijfjarenstrategie TUI Benelux Duurzaam Toerisme Plan 2015-2020, dat loopt van 1 oktober 2015 t/m 30 september 2020. Het adopteren en uitrollen van het TUI Group mensenrechtenbeleid i.s.m. TUI Group. 	Niet behaald: TUI Group heeft de vijfjaren duurzaam toerisme strategie Better Holidays, Better World in september 2015 gelanceerd. Begin 2016 zal de TUI Benelux haar strategie bekend maken. Niet behaald: TUI Group heeft nog geen mensenrechtenbeleid uitgerold. Er wordt nog steeds aan gewerkt.	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van het jaardoel 2015. Het voortzetten van het jaardoel 2015.
Evaluatie TUI Nederland evalueert en verbetert continu de duurzaam toerisme prestaties.	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2015 geformuleerd. 		<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2016 geformuleerd.

Jaardoelen: Verankering

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
Transparantie TUI Nederland geeft inzicht in de duurzaam toerisme prestaties.	<ul style="list-style-type: none"> • Het prolongeren van het duurzaamheidslabel Travelife Certified. • Het behalen van de Zelfverklaring MVO-richtlijn ISO 26000. • Het behouden van het ISO 14001 certificaat voor airline TUIfly. • Het prolongeren van het bedrijfscertificaat ANVR-Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO) voor de touroperators van TUI Nederland. • Het prolongeren van het duurzaamheidslabel Fair Trade Tourism voor TUI Nederland. • Het integreren van duurzaam toerisme in de nieuwe corporate website van TUI Nederland. 	<p>Behaald: TUI Nederland heeft wederom het Travelife Certified certificaat ontvangen.</p> <p>Niet behaald: TUI Nederland heeft geen Zelfverklaring ISO 26000 ingediend. Daarvoor is het noodzakelijk dat een mensenrechtenbeleid wordt opgesteld. Dit ligt nog bij TUI Group ter ontwikkeling.</p> <p>Behaald: TUIfly heeft wederom het ISO 14001 certificaat ontvangen.</p> <p>Door veranderingen bij de ANVR is het ANVR-DTO bedrijfscertificaat voor de touroperators voor onbepaalde tijd verlengd. TUI Nederland beschikt ook over het certificaat Travelife Certified.</p> <p>Behaald: TUI Nederland heeft wederom het Fair Trade Tourism certificaat behaald.</p> <p>Behaald: In 2015 is de nieuwe corporate website www.tui.nl/corporate gelanceerd. Duurzaam toerisme heeft daar wederom een vaste plaats in gekregen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Het behalen van het duurzaamheidslabel Travelife Certified voor TUI Benelux. • Het voortzetten van het jaardoel 2015. • Het voortzetten van het jaardoel 2015. • Het voortzetten van het jaardoel 2015. • Het ontwikkelen van een TUI Benelux duurzaam toerisme jaarverslag, in plaats van een TUI Nederland en een TUI Belgium verslag. • Het deelnemen aan de Sustainable Travel Award 2016.

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, dierenleed, mensenrechtenschending, waaronder de uitbuiting van kinderen. De impact van deze effecten is mede afhankelijk van de mate waarin deze door de reisorganisaties worden gemanaged in de keten van leveranciers.

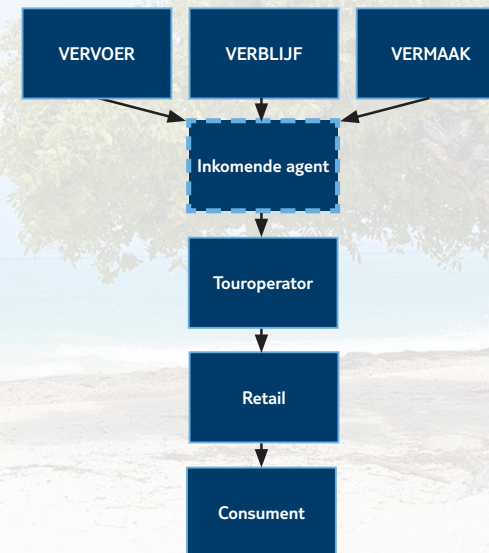
De toerismesector bestaat uit een complexe en uitgebreide keten. Dit geldt ook voor TUI Nederland, waarbij verschillende touroperators en retailkanalen vakanties samenstellen en verkopen. Hierbij wordt samengewerkt met honderden verkooppunten en duizenden toeleveranciers van vervoer, verblijf en vermaak in 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. TUI Nederland heeft hierbij enkele voordelen ten opzichte van andere reisbedrijven. TUI is een grootschalige reisorganisatie en kan daardoor meer zeggenschap uitoefenen in bepaalde bestemmingen.

Daarnaast is TUI onderdeel van TUI Group, waardoor schaalvoordelen behaald worden door gezamenlijke inkoop, en beleid en afspraken met betrekking tot duurzaamheid gezamenlijk afgestemd worden. Een zwakte is dat TUI Nederland veelal verplicht wordt diensten af te nemen bij een andere TUI-onderneming en de snelheid van het doorvoeren van duurzaamheid afhankelijk is van de gehele TUI groep.

TUI Nederland 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.

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 milieumanagementstandaarden (bijvoorbeeld ISO 14001 en EU-Ecolabel) of hebben grote internationale erkenning (bijvoorbeeld Green Key).

Prestatie jaar 3

Het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel is 712. Dit is het aanbod van de seizoenen winter 2014-2015 en zomer 2015 opgeteld, zonder dubbelingen.

100 vakantielanden
 200+ inkomende agenten
 55+ luchtvaartmaatschappijen
 6500+ accommodaties
 1500+ excursieaanbieders

TUI Nederland hanteert duurzaamheidsrichtlijnen in de contracten met de toeleveranciers en afnemers. De accommodatiecontracten hebben een 'Sustainable Development' addendum. In de contracten voor de gedifferentieerde producten staan duurzaam toerisme specificaties opgenomen, met onder andere de verplichting om Travelife of ander GSTC-erkend label 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 clause en een addendum. Hierin worden eisen gesteld aan de leverancier en de partijen waarmee hij zaken doet, 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 Group een 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, milieufacten en omkoping en corruptie.

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. Bovendien komt uit onderzoek binnen de TUI groep naar voren dat accommodaties met een duurzaamheidslabel een hogere klantwaardering hebben dan de bedrijven zonder keurmerk. 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.

De reisbranche is een competitieve markt, waarbij de economie zijn weerslag heeft op de industrie. De branche is zich sinds enkele jaren aan het herpositioneren, waardoor reisbedrijven niet allemaal dezelfde producten meer aan de vakantiegangers aanbieden. Ook binnen TUI Nederland hebben grote strategische veranderingen plaatsgevonden. In 2013 is besloten dat TUI Nederland de internationale 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 de ontwikkeling van een eigen accommodatieformule TIME TO SMILE 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.

De gedifferentieerde accommodaties worden door TUI Nederland exclusief aangeboden op de Nederlandse markt. Dit waren in 2015 de volgende hotelketens en -formules: BARKIE KIDS CLUB, COUPLES/SENSIMAR, KIDS WORLD CLUB, MAGIC LIFE, PURAVIDA, RIU, ROBINSON, SENSATORI, SPLASHWORLD, SUNECLUB, TIME TO SMILE en accommodaties met labels, zoals Design en Fit & Wellness. Met ingang van Winter 2014/2015 is de nieuwe en exclusieve accommodatieformule TIME TO SMILE toegevoegd. Deze accommodaties worden verplicht het duurzaamheidslabel Travelife Gold of een ander GSTC-erkend label te behalen en te voldoen aan de gestelde maximale water- en energieverbruik doelstellingen. Commodity producten worden gestimuleerd 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. Een deel van het accommodatieaanbod is opgevoerd in het managementsysteem van het duurzaamheidslabel Travelife. Hoteliers worden zo uitgenodigd lid te worden van Travelife, een zelfcheck te voltooien en een Travelife audit te ondergaan. Travelife en andere GSTC-erkende duurzaamheidslabels worden ook gepromoot door middel van conferenties, mailings, folders en andere

Ambitie # 3

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

Prestatie jaar 3

In 2015 heeft 56,4 procent van alle gedifferentieerde accommodaties een duurzaamheidslabel en/of een milieumanagementsysteem. Dit zijn 149 van de 264 hotels. Hiervan beschikt minder dan één procent over een duurzaamheidslabel én over een milieumanagementsysteem. TUI Group heeft namelijk besloten milieumanagementsystemen uit te faseren, vanwege het gebrek van sociale criteria. De gedifferentieerde accommodaties zijn: BARKIE KIDS CLUB, COUPLES/SENSIMAR, KIDS WORLD CLUB, MAGIC LIFE, PURAVIDA, RIU, ROBINSON, SENSATORI, SPLASHWORLD, SUNECLUB, TIME TO SMILE en de accommodaties met de labels, zoals Design en Fit & Wellness.

activiteiten. Een aantal gedifferentieerde TUI-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 nieuwe bestemmingscriteria en -keurmerken.

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) en Blauwe Vlag stranden (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 (TUI en non-TUI) lokale agenten die onder andere de transfers en excursies verzorgen. Inkomende agenten spelen een belangrijke rol als het om de duurzaamheid van de excursies gaat. Zij bepalen grotendeels het aanbod; TUI maakt de selectie uit dat aanbod. TUI biedt honderden excursies aan haar gasten aan. Aangezien in veel bestemmingen al jaren dezelfde excursies worden aangeboden, probeert TUI 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. Met ingang van zomer 2015 heeft TUI Destination Services de 'Collection' excursies in een aantal bestemmingen geïntroduceerd. Collection excursies worden exclusief aan TUI-klanten aangeboden en voldoen aan duurzaamheidsrichtlijnen. Daarnaast worden bepaalde excursies niet meer aangeboden 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 touringcarbedrijven en bussen die TUI gebruikt in het bezit van het Keurmerk Touringcarbedrijf.

Touroperator Kras maakt veel gebruik van de busvloot van Kras Touringcars van de gebroeders Kras. Ruim 90 procent van de touringcars van Kras heeft een Euro 5 of Euro 6 motor. Deze motoren produceren minder broeikasgas en fijn stof dan oudere motoren. Bovendien beschikken de Kras bussen over een ISO 9001 certificering en het Nederlandse kwaliteitslabel Keurmerk Touringcarbedrijf, dat erop gericht is de veiligheid en kwaliteit van het busvervoer te verhogen. De Kras bussen worden ingezet voor diverse reizen binnen Europa.

Sinds 2002 heeft touroperator ROBINSON een CO₂-compensatiebijdrage voor de gereden en gevlogen kilometers naar de ROBINSON Clubs geïntegreerd in de pakketprijzen. Met ingang van Zomer 2014 is dit aangepast naar een klimaatbijdrage, waarbij de helft van de reis wordt gecompenseerd door deelname in duurzame energieprojecten van GreenSeat (www.greenseat.nl) en de andere helft van de bijdrage gedoneerd wordt aan AlgaePARC (www.algaeparc.com), onderdeel van Wageningen UR, voor onderzoek naar duurzame bio-brandstof voor vliegtuigen uit algen. De andere 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.

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 3

Bus en/of trein worden altijd aangeboden voor reizen naar de Benelux, West-Duitsland en Noord-Frankrijk. Het aandeel milieuvriendelijk vervoer is gestegen met 11 procent tot 44,7 procent van het totale vervoersaanbod naar wintersportbestemmingen (exclusief Kras). Alleen Kras biedt busvakanties vanuit Nederland aan. Kras heeft in 2015 172 busvakanties gepubliceerd (inclusief GOED IDEE reizen). Dit is een afname van 28,1 procent.

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 3

Van alle vakantiebestemmingen heeft 37 procent minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse. Er zijn 122 duurzame excursies in 37 van de totaal 100 bestemmingslanden. Daarnaast zijn er 70 Collection excursies in 24 vakantiebestemmingen.



Arjan Kers, Directeur van Kras, doopt een van de drie nieuwe touringcars die touringcarbedrijf Kras heeft toegevoegd aan de vloot.

Belangrijkste ontwikkelingen in 2015

- Het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel is gedaald met 0,4 procent tot 712 accommodaties in het aanbod winter 2014-2015 en zomer 2015 ten opzichte van vorig jaar, zonder dubbelingen. 10,9¹ procent van het totale aantal gecontracteerde accommodaties is een accommodatie met een duurzaamheidslabel.
- In 2015 hebben 83 van de 159 hard gedifferentieerde accommodaties en 66 van de 105 soft gedifferentieerde accommodaties een duurzaamheidslabel en/of een milieumanagementsysteem. Dit is respectievelijk 52,2 procent en 62,9 procent. In totaal is 56,4 procent van de gedifferentieerde accommodaties in het bezit van een duurzaamheidslabel en/of een milieumanagementsysteem. Dit zijn 149 van de 264 accommodaties.
- In 2015 verbleven 280.389 vakantiegangers in een gecertificeerde accommodatie; dat is een stijging van 6,1 procent ten opzichte van 2014. Het aandeel vakantiegangers in een duurzame accommodatie is licht gedaald van 19,7² procent tot 19,5 procent door de toename van het totale aantal vakantiegangers. Het aantal vakantiegangers in een duurzame accommodatie zonder de Kras vakantiegangers is 22,7 procent.
- TUI Nederland heeft haar eigen exclusieve concept voor appartementen en hotels ontwikkeld, genaamd TIME TO SMILE. De nieuw gecontracteerde accommodaties ontvangen begeleiding voor het behalen van de verplichte duurzaamheidsspecificaties. De accommodaties in Alanya en op Kreta, Lesbos en Samos hebben in samenwerking met het adviesbureau Green Tiger Limited een pre-audit ontvangen op basis van de duurzaamheidsspecificaties van TUI Nederland en Travelife Gold certificering. TIME TO SMILE Chogogo (Curaçao), TIME TO SMILE Aliathon Village (Cyprus) en TIME TO SMILE Artemis (Kos) (Gran Canaria) hebben de Travelife Gold certificaat behaald.
- Elf hotels van de keten Lopesan op Gran Canaria en Fuerteventura behalen allen in één keer Travelife Gold. Dit is geïnitieerd vanuit TUI Nederland.
- Diverse duurzame hotels uit het TUI aanbod werden geïnformeerd over deelname aan de Green Hotelier Awards 2015; Boutiquehotel Stadthalle uit Wenen wint de eerste prijs als duurzaam stadshotel.
- Twee Travelife seminars voor hotels en accommodaties hebben plaatsgevonden op Mallorca. Vijf hotels uit het TUI Nederland aanbod namen deel.
- TUI Group heeft een beleidswijziging doorgevoerd met ingang van winter 2015-2016 en zomer 2016. Alleen GSTC erkende duurzaamheidslabels worden nog goed gekeurd voor accommodaties; ISO 14001 komt hier mee als duurzaamheidslabel te vervallen. Dit heeft tot gevolg dat het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel zal dalen.
- TUI en Holland International bieden 100 vakantielanden aan, daarvan hebben 34 landen QualityCoast en/of Blauwe Vlag bestemmingen. Het aandeel vakantielanden met een duurzaamheidslabel is 34 procent.
- Het totale aanbod duurzame wintersportbestemmingen is gedaald met 3,6 procent tot 83 bestemmingen. Het aandeel milieuvriendelijk vervoer is gestegen met 11 procent tot 44 procent van het totale vervoersaanbod naar wintersportbestemmingen. De wintersportcijfers zijn exclusief Kras en Goed Idee Reizen.
- TUI Nederland wil meer grip op de duurzaamheidsactiviteiten van de inkomende agenten ontwikkelen. De TUI-sector Destinations Services onderzoekt in 2015 de de mogelijke systemen voor de TUI-inkomende agenten.
- Gedurende het jaar hebben diverse Travelife trainingen gericht op inkomende agenten plaatsgevonden in Nepal, Bhutan, Vietnam, Sri Lanka, Suriname en Thailand. Dit werd georganiseerd door ECEAT-Projects en ANVR. TUI Nederland heeft gecontracteerde agenten uitgenodigd deel te nemen.
- TUI Group heeft een Animal Welfare Policy, waarin staat aangegeven wat het beleid en de strategie is om dieren in het wild en in gevangenschap op de vakantiebestemmingen te beschermen. Jaarlijks worden controles uitgevoerd door de onafhankelijke organisatie Argent. In 2015 zijn diverse activiteiten met betrekking tot olifanten in diverse Aziatische landen gecontroleerd. Op basis van deze en andere controles wordt een beleidswijziging doorgevoerd; olifantenpark Pinnawala wordt per zomer 2016 geweerd uit het aanbod.
- Van alle vakantiebestemmingen heeft 37 procent minstens één milieuvriendelijke activiteit of bijzondere excursie die een zichtbare positieve bijdrage levert aan mens, dier en/of natuur ter plaatse. Er zijn 122 duurzame excursies voor winter 2014-2015 en zomer 2015 in 37 van de totaal 100 bestemmingslanden. Het aantal duurzame excursies is afgenomen met 9,5 procent ten opzichte van 2014.
- Met ingang van zomer 2015 heeft TUI Destination Services de 'Collection' excursies in een aantal bestemmingen geïntroduceerd. Collection excursies worden exclusief aan TUI-klanten aangeboden en voldoen aan duurzaamheidsrichtlijnen. Ook de Nederlandse vakantiegangers konden gedurende het zomerseizoen kiezen uit 70 Collection excursies in ruim 20 bestemmingen.
- Touroperator Kras maakt veel gebruik van de busvloot van Kras Touringcars. In 2015 beschikt ruim 90 procent van de touringcars van Kras een Euro 5 of Euro 6 motor. In 2015 zijn drie bussen met Euro 6 motor en een Fleet Management systeem, waarmee op afstand onder andere het brandstofgebruik in de gaten wordt gehouden, toegevoegd aan de vloot. De lokale transfer partner Ultramar Transport behaalt ISO 9001 certificering en voor Mallorca en Costa del Sol tevens ISO 14001 certificering. In 2015 zijn bij Kras 172 busreizen gepubliceerd, dit is inclusief het aanbod van GOED IDEE reizen.



Accommodaties die het nieuwe concept TIME TO SMILE adopteren, zoals Terrazamar op Gran Canaria, ontvangen bij aanvang van de samenwerking een pre-audit op basis van de duurzaamheidsspecificaties van TUI Nederland en Travelife Gold certificering.

¹ Berekening o.b.v. het geschatte totaal aantal gecontracteerde accommodaties; de lijst bevat namelijk dubbelingen. Totaal aantal accommodaties is 6832. Het percentage is berekend o.b.v. het geschatte aantal van 6500 accommodaties.

² Berekening o.b.v. het aantal geboekte duurzame accommodaties op 31/10/2015 t.o.v. het totale aantal geboekte accommodaties, inclusief Kras. De berekeningswijze is aangepast ten opzichte van 2013. In de oude berekening werd gemeten per maand en nu wordt de berekening gedaan per einde winter- en zomerseizoen met sluiting op 31 oktober.

- Het aandeel milieuvriendelijk vervoer naar wintersportbestemmingen is gestegen met 11 procent tot 44 procent van het totale vervoersaanbod naar de wintersportbestemmingen.
- Voor de vijfde keer is de Groene Product Award uitgereikt aan de product medewerker met het beste product op het gebied van duurzaam toerisme. Er is dit jaar voor gekozen om twee awards voor de Benelux uit te reiken, één in België en één in Nederland. De Belgische award is gewonnen door Kevin Geubbelmans met 'Thai Garden Resort Pattaya, Thailand'. De Nederlandse award is gewonnen door Rick Dekkers met 'Eilandhoppen op de Ionische eilanden'. Deze producten werden door de medewerkers van TUI Nederland en België verkozen tot beste product op het gebied van duurzaam toerisme.



Rick Dekkers wint de Nederlandse Groene Product Award met 'Eilandhoppen op de Ionische eilanden' & Kevin Geubbelmans wint de Belgische Groene Product Award met 'Thai Garden Resort Pattaya, Thailand'

Accommodaties met duurzaamheidslabel	2013	2014	2015
Aantal duurzame accommodaties van laatste twee afgesloten seizoenen bij sluiting zomerseizoen	598	715	712
Gemiddelde per jaar aandeel klanten in duurzame accommodatie (in percentage)	9,5%	19,7%	19,5%
Gedifferentieerde accommodaties met duurzaamheidslabel	2013	2014	2015
Aantal duurzame gedifferentieerde accommodaties	222	159	149
% van totale aantal gedifferentieerde accommodaties	43,2%	33,2%	56,4%
Duurzame wintersportbestemmingen	2013	2014	2015
	Winter 13/14	Winter 14/15	Winter 15/16
Sneeuwster bestemmingen	50	50	53
Autovrije dorpen	32	36	30
Totaal	82	86	83
Duurzaam vermaak	2013	2014	2015
Milieuvriendelijke en bijzondere excursies (in aantallen)	136	135	122
Collection (in aantallen)	-	-	70 ³

³ Collection is in zomer 2015 geïntroduceerd.

Jaardoelen: Bestemmingen - Keten

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
Ketenverantwoordelijkheid Gecontracteerde aanbieders voldoen aan basis-kwaliteitsrichtlijnen voor duurzaam toerisme.	<ul style="list-style-type: none"> Het onderzoeken en eventueel uitrollen van een managementsysteem voor inkomende TUI en non-TUI agenten op het gebied van duurzaam toerisme. Het integreren van duurzaam toerisme in de nieuwe, eigen accommodatieformule van TUI Nederland. 	<p>Deels behaald: De TUI divisie Destination Services is in overleg met Travelife voor Touroperators & Travel agents over een managementsysteem voor de TUI agenten.</p> <p>Behaald: De accommodatieformule TIME TO SMILE heeft diverse duurzaamheidseisen als verplichting, waaronder het behalen van het Travelife Gold certificaat. Nog niet alle TIME TO SMILE accommodaties zijn in het bezit van Travelife Gold.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van het jaardoel 2015. Het lanceren van een vernieuwd duurzaam wintersportbeleid met ingang van het aanbod voor winter 2016/17.
Vervoer TUI Nederland biedt de gasten keuze uit verschillende middelen van vervoer. Het aanbod van duurzaam vervoer naar en van de bestemming wordt vergroot.	<ul style="list-style-type: none"> Het vergroten van het aantal busvakanties van Kras. Het behouden van het aandeel milieuvriendelijk vervoer voor het wintersportaanbod 2015/16. 	<p>Behaald: Het aantal busvakanties dat in 2015 bij Kras in de verkoop heeft gestaan is 172. Dit is een stijging van 17,8% ten opzichte van afgelopen jaar.</p> <p>Behaald: Het aandeel milieuvriendelijk vervoer is gestegen met 11% tot 44% van het totale vervoersaanbod naar de wintersportbestemmingen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van het jaardoel 2015. Het behouden van het aandeel milieuvriendelijk vervoer voor het wintersportaanbod 2016/17.
Verblijf TUI Nederland vergroot het aanbod van duurzame bestemmingen en accommodaties.	<ul style="list-style-type: none"> Het vergroten van het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel voor winter 2014/15 en zomer 2015 tot 1.000 accommodaties met als focus de bestverkopende 200 accommodaties. Alle exclusieve gedifferentieerde accommodaties beschikken over een duurzaamheidslabel en/of een erkend milieumanagement systeem. Het vergroten van het aantal Kras accommodaties met een duurzaamheidslabel voor winter 2014/15 en zomer 2015 tot 120 accommodaties. Het behalen van Travelife Gold voor de gecontracteerde TIME TO SMILE accommodaties, die in Winter 14/15 en Zomer 15 de deuren openen. Het behouden van 50 sneeuwsterbestemmingen en 36 autovrije bestemmingen in het wintersportaanbod 2015/16. 	<p>Niet behaald: Het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel op 31/10/2015 voor het winter 2014/15 en zomer 2015 seizoen is 712 accommodaties.</p> <p>Niet behaald: Ruim 56% van alle (exclusieve) gedifferentieerde accommodaties beschikken over een duurzaamheidslabel en/of een erkend milieumanagement systeem.</p> <p>Behaald: Kras heeft in winter 2014/15 en zomer 2015 aanbod 134 accommodaties met een duurzaamheidslabel in het aanbod.</p> <p>Deels behaald: Drie van de tien TIME TO SMILE accommodaties hebben Travelife Gold behaald.</p> <p>Deels behaald: Het aantal sneeuwsterbestemmingen voor winter 2015/16 is gestegen naar 53. Het aantal autovrije bestemmingen is met 16,5% gedaald van 36 naar 30.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het vergroten van het aantal accommodaties met een duurzaamheidslabel voor winter 2015/16 en zomer 2016 tot 750 accommodaties met als focus de bestverkopende 200 accommodaties. Ten minste 75% van alle (exclusieve) gedifferentieerde accommodaties beschikken over erkend GSTC duurzaamheidslabel. Het vergroten van het aantal Kras accommodaties met een erkend GSTC duurzaamheidslabel voor winter 2015/16 en zomer 2016 tot 75 accommodaties. Het behalen van Travelife Gold voor de gecontracteerde TIME TO SMILE accommodaties, die in Zomer 15 en Winter 15/16 de deuren openen. Het behouden van 50 sneeuwsterbestemmingen en het verhogen van het aantal autovrije bestemmingen naar 35 in het wintersportaanbod 2016/17. Het onderzoeken en zo mogelijk opzetten van een TUI Benelux award voor het beste duurzame hotel.

Jaardoelen: Bestemmingen - Keten

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>Vermaak TUI Nederland vergroot het aanbod van duurzame activiteiten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 uitwerken en implementeren van een plan voor de aanpak van het TUI Group dierenwelzijnsbeleid voor TUI Nederland. 	<p>Niet behaald: 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 122 duurzame excursies in 37 van de totaal 100 bestemmingslanden.</p> <p>Deels behaald: Gedurende 2015 hebben de ANVR, dierenwelzijnsorganisaties, TUI Nederland en enkele andere touroperators nauw samengewerkt aan de opzet van lijst van onacceptabele dierenexcursies voor de Nederlandse reisbranche. Het ANVR dierenbeleid wordt begin 2016 gelanceerd. TUI Benelux scherpt op basis hiervan haar dierenbeleid verder aan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van het jaardoel 2014 met de toevoeging van 'Collection' in het excursieaanbod. Het voortzetten van het jaardoel 2015.
<p>Klimaatcompensatie TUI Nederland integreert klimaatcompensatie in de vakantieproducten.</p>			<ul style="list-style-type: none"> Het opzetten van een plan van aanpak voor het CO₂-managementsysteem Carmacal door o.a. het opzetten en implementeren van een pilot.

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, dierenleed en mensenrechten, waaronder de exploitatie van kinderen 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 selectie van deze organisaties vindt plaats mede op basis van kennis en expertise van de organisatie, openheid en onderling vertrouwen. 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) 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. Dit project is eind 2014 geëindigd. In 2015 is gestart met het onderzoeken van nieuwe mogelijkheden voor samenwerking met Plan; ditmaal in de Dominicaanse Republiek. Daarnaast werkt TUI Nederland al enkele jaren samen met diverse organisaties voor de ontwikkeling van nationale publiekscampagnes op drie Nederlandse luchthavens tegen kindersekstoerisme, waarbij Nederlandse reizigers worden aangespoord het signaleren en verdenken van kindersekstoerisme te melden.

In 2015 is besloten aan te sluiten bij de Europese campagne Don't Look Away, zodat internationaal en grenzeloos kan worden opgetreden. De samenwerkende partners zijn het Ministerie van Veiligheid en Justitie, de Koninklijke Marechaussee, de politie, het Meldpunt Kinderporno, de ANVR, ECPAT, Terre des Hommes, Plan Nederland, Free a Girl en TUI Benelux. In 2013 kreeg TUI Nederland kreeg voor haar inspanningen voor bovenstaande projecten twee World Responsible Tourism Awards: Best in Child Protection en de Overall award.

In 2002 ondertekende TUI Nederland als eerste Nederlandse reisorganisatie de Child Protection Code (www.thecode.org) in samenwerking met kinderrechtorganisatie ECPAT (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 Group 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 opgezet.

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 3

TUI Nederland heeft sinds 2011 € 735.304 gedoneerd aan projecten gericht op de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.



In 2015 presenteerde Minister Van der Steur van Veiligheid en Justitie samen met generaal-majoor Van den Brink van de Koninklijke Marechaussee op luchthaven Schiphol een nieuwe campagne tegen kindersekstoerisme.

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 en voor klanten van groot belang. TUI Nederland volgt de TUI Group 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, alsmede ook actief de dialoog aangaan over dierenleed. Het groepsbeleid is in dialoog met relevante belanghebbenden opgezet.

Gedurende 2015 hebben de ANVR, dierenwelzijnsorganisaties, TUI Nederland en enkele andere touroperators nauw samengewerkt aan de opzet van lijst van onacceptabele dierenexcursies voor de Nederlandse reisbranche. Het ANVR dierenbeleid wordt begin 2016 gelanceerd. TUI Benelux scherpt op basis hiervan haar dierenbeleid verder aan.

Toerisme keten

Sinds 2012 is TUI Nederland deelnemer in het duurzaam toerisme programma 'The Accelerating Sustainable Tourism Initiative' met de ANVR en haar leden, Travelife, CBI en de Engelse brancheorganisatie ABTA. Binnen dit verband bundelen de partijen hun krachten om de duurzaamheid binnen de reisbranche te mainstreamen. TUI Nederland betreft inkomende agenten en accommodaties bij het programma.

Eind 2014 is de Green Deal Duurzaam Toerisme ondertekend tussen het Ministerie van Economische Zaken, ECNC Land & Sea Group, TUI Benelux en andere partners. De Green Deal richt zich op de ontwikkeling van een internationaal breed gedragen bestemmingsstandaard voor duurzaam toerisme.

CO₂-management

Sinds 2012 werken de projectpartners ANVR, NHTV, Climate Neutral Group, reisorganisaties, waaronder TUI Benelux, en andere partners samen aan de ontwikkeling van een CO₂-management tool voor vakanties om tot de berekening van de CO₂-uitstoot en labelling van vakanties te komen. De calculator is in 2015 gepresenteerd en wordt verder ontwikkeld. Daarnaast staat de lancering van een carbon label in 2016 op de planning bij diverse reisorganisaties.

Stuurgroepen en lidmaatschappen

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. TUI Nederland neemt deel aan het MVO Netwerk Toerisme (www.mvonederland.nl/mvo-netwerk-toerisme), koplopersgroep ANVR-Better Holidays, Travelife Sustainability System en diverse werkgroepen voortvloeiend uit de ANVR en het MVO Netwerk Toerisme. Daarnaast heeft TUI zich aangesloten bij de Nederlandse Klimaatcoalitie (www.klimaatcoalitie.nl).

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

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 3

TUI Nederland werkt nauw samen met de reisbrancheorganisatie ANVR op het gebied van duurzaam toerisme. Daarnaast is TUI lid van het MVO Netwerk Toerisme, Travelife Steering Committee en werkgroepen rondom CO₂-management en labelling van vakanties het tegengaan van kinderekstoerisme, het verbeteren van dierenwelzijn en de training van gidsen en hosts. Het concern werkt verder samen met TUI Care Foundation en andere organisaties op het gebied van dierenwelzijn, natuurbescherming, mensenrechten en armoedebestrijding.



TUI Nederland is lid van het MVO Netwerk Toerisme.

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 in natura zijn bijvoorbeeld (advertentie) ruimte in magazines en reisbrochures, of vrachtruimte, vliegtickets en Lost & Found spullen van TUIfly. 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 samen met klanten en medewerkers een bijdrage te leveren aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen. De stichting is nog niet gelanceerd richting TUI-klanten. De bestemmingsprojecten uit de TUI en Holland International reisagentspaarprogramma's ontvangen via de stichting de donaties.

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 3

TUI Nederland heeft in 2011 TUI Care Foundation opgericht. De stichting heeft al dertig projecten gericht op de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen ondersteund. TUI Nederland financiert de infrastructuur van de stichting. In 2015 heeft TUI Care Foundation ruim € 114.000 euro voor projecten ontvangen van TUI. Deze bijdrage staat los van de in natura bijdrage voor de infrastructuur van de stichting. De stichting is nog niet gelanceerd richting TUI-klanten en slechts minimaal richting TUI-medewerkers.

Donaties aan charitatieve instellingen	2013	2014	2015
Plan Nederland voor de educatie van meiden ¹	€ 21.820	€ 23.832	€ 7.516
TUI Care Foundation	€ 75.732	€ 111.634	€ 114.481
Naga Foundation	-	€ 34.556	-
Sefapane Fund (eindejaarsgeschenk opbrengst)	-	€ 3.180	€ 4.515
AlgaePARC voor de ontwikkeling van duurzame biobrandstof ²	-	-	€ 6.297
Support Rural Nepal	-	-	€ 15.000
Totaal	€ 97.552	€ 173.202	€ 147.809

¹ Meer over de samenwerking met Plan Nederland staat op pagina 26 onder het kopje Kinderseksstoerisme.

² Meer over de samenwerking met AlgaePARC staat op pagina 35 en 36 onder de kopjes ETS en biobrandstof en Belangrijkste ontwikkelingen in 2015.

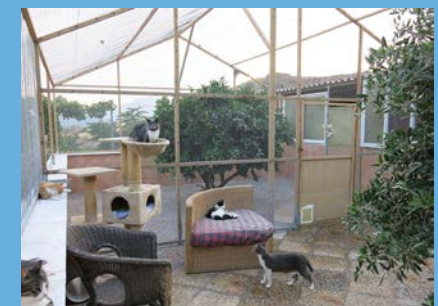
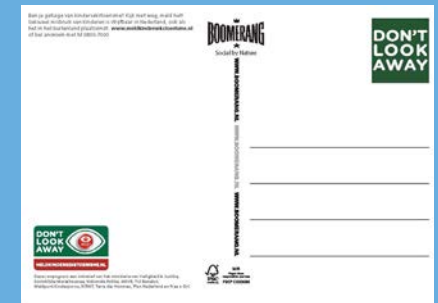


TUI Care Foundation heeft als doel bij te dragen aan de duurzame ontwikkeling van de vakantiebestemmingen.

Meer informatie:
www.tuicarefoundation.nl

Belangrijkste ontwikkelingen in 2015

- Gedurende 2015 hebben de ANVR, dierenwelzijnsorganisaties, TUI Nederland en enkele andere touroperators nauw samengewerkt aan de opzet van lijst van onacceptabele dierenexcursies voor de Nederlandse reisbranche. Het ANVR dierenbeleid wordt begin 2016 gelanceerd. TUI Benelux scherpt op basis hiervan haar dierenbeleid verder aan. TUI Group heeft een nieuw marketinghandboek gelanceerd rondom de Global Animal Welfare Guidelines. Het marketing- en communicatiebeleid is hierop aangepast.
- TUI Nederland werkt samen met dierenwelzijnsorganisatie World Animal Protection (www.worldanimalprotection.nl), om olifantenleed in toerisme-industrie tegen te gaan. In 2010 is de eerste gezamenlijk een campagne opgestart en heeft TUI Nederland haar beleid aangepast door olifantenritjes en olifantenshows uit het aanbod te halen. De afgelopen drie jaar hebben meerdere campagnes in Nederland en wereldwijd plaatsgevonden met als resultaat dat tientallen touroperators geen olifantvriendelijke excursies meer aanbieden, waaronder TUI Tourism Business.
- Sinds 2012 werken de projectpartners ANVR, NHTV, Climate Neutral Group, reisorganisaties, waaronder TUI Benelux, en andere partners samen aan de ontwikkeling van een CO₂-management tool voor vakanties om tot de berekening van de CO₂-uitstoot van vakanties te komen. De calculator is in 2015 gepresenteerd en wordt verder ontwikkeld. Tevens wordt een carbon label ontwikkeld voor de communicatie naar de klant. De lancering staat in 2016 op de planning bij diverse reisorganisaties.
- Eind 2014 heeft TUI Benelux zich aangemeld als deelnemer binnen de Nederlandse Klimaatcoalitie, een initiatief van MVO Nederland, Klimaatverbond Nederland en de Stichting Natuur & Milieu, met steun van het ministerie van Infrastructuur en Milieu. Hiermee geeft TUI Benelux aan zo snel mogelijk, edoch uiterlijk in 2050 de eigen bedrijfsvoering klimaatneutraal te maken.
- Eind 2014 is de Green Deal Duurzaam Toerisme ondertekend tussen het Ministerie van Economische Zaken, ECNC Land & Sea Group, TUI Benelux en andere partners. Namens TUI Nederland ondertekende voormalig Deputy CEO TUI Nederland, Steven van Nieuwenhuijzen. De Green Deal richt zich op de ontwikkeling van een internationaal breed gedragen bestemmingsstandaard voor duurzaam toerisme.
- De vierehalfjarige samenwerking met Plan Nederland en ECPAT in Brazilië om jongeren een opleiding te bieden is eind 2014 geëindigd. Echter willen beide partijen de corporate partnership voortzetten. Eind 2014 ondertekende TUI Benelux daartoe al de ARENA Declaration met Plan Nederland voor Youth Economic Empowerment: de komende drie jaar wordt met Plan ingezet om de toegang tot 'decent work' voor meisjes en jonge vrouwen (16-24 jaar) in ontwikkelingslanden te verhogen. In 2015 is daarom gestart met het onderzoeken van een nieuw educatieproject voor jongeren in de Dominicaanse Republiek.
- De activiteiten rondom het beschermen van kinderen en jongeren gaan door. In 2015 zijn er succesvolle activiteiten ontplooid, zoals de opzet en uitrol van een digitale training rondom kindbescherming voor de TIME TO SMILE accommodaties in samenwerking met ECPAT en de aansluiting met de Europese campagne 'Don't Look Away' met een nieuwe campagne tegen de seksuele exploitatie van kinderen. Binnen deze campagne zijn ook 100.000 Boomerang kaarten 'Kijk uit je doppen' verspreid in cafés, restaurants, theaters in de steden Rotterdam, Amsterdam, Utrecht en Den Haag. Meer over deze campagne staat aan het einde van het hoofdstuk.



- In 2015 is € 147.809 (in natura en cash) gedoneerd aan goede doelen voor projecten die bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen. Het overgrote deel betreft een donatie aan TUI Care Foundation. De foundation heeft onder andere projecten gefinancierd voor de educatie van jongeren tot gids in Zanzibar, het behoud van traditionele wijnbouw in Lanzarote en voor zwerfdieren via de Dierenbescherming.
- TUIfly heeft bijgedragen aan de redding van meerdere dieren, door onder andere degoes, wasberen en een aap te vervoeren voor Stichting AAP.
- Jaarlijks laten vakantiegangers honderden items achter aan boord van de TUIfly vliegtuigen of op de kofferband. Al deze Lost & Found items die uiteindelijk niet meer worden opgehaald door de eigenaar worden weggegeven aan goede doelen. Hiervoor is een handboek met richtlijnen voor het personeel ontwikkeld.
- TUI Nederland nam in 2015 actief deel aan diverse bijeenkomsten over kinderseksjoerisme en andere onderwerpen. Elise Allart, Manager Duurzaam Toerisme, was panellid bij een debat over kinderseksjoerisme tijdens World Travel Market 2014 in Londen en verzorgde een presentatie tijdens het lustrumfeest van Milieubarometer.
- Medewerkers van TUI Benelux hebben eind 2014 de mogelijkheid gekregen hun eindejaarsgeschenk te doneren aan een geselecteerd project. Het project 'Ambassadors for life' van Sefapane Fund werd gesteund door 121 medewerkers.



Project: 'Don't Look Away'

Een half miljoen tot drie miljoen kinderen worden seksueel uitgebuit. Overal ter wereld zijn kinderen de dupe van seksuele uitbuiting. In een aantal populaire vakantiebestemmingen waar sekstoerisme voorkomt, zoals in Thailand, Gambia, Brazilië en de Dominicaanse Republiek, kunnen vakantiegangers geconfronteerd worden met kinderseksstoerisme. Daarnaast kunnen kinderseksstoeristen gebruik maken van de faciliteiten van de toerismesector om minderjarige seksueel te misbruiken.

TUI Nederland is daarom actief om kinderseksstoerisme tegen te gaan. Als eerste Nederlandse reisorganisatie ondertekende TUI Nederland in 2002 samen met ECPAT de Tourism Child Protection Code (www.thecode.org). Deze gedragscode beschermt kinderen en jongeren tegen seksuele uitbuiting op vakantiebestemmingen door onder andere zakenpartners en personeel bewust te maken en te trainen in het herkennen van kinderseksstoerisme. Een belangrijk onderdeel van de code richt zich op het creëren van bewustwording bij de vakantiegangers. Theo Noten, Programmamanager bij ECPAT (www.ecpat.nl), vertelt meer over de publiekscampagne Don't Look Away die ook TUI onder de aandacht brengt van haar klanten.

Sinds 2002 werken TUI en ECPAT samen om kinderen te beschermen tegen seksuele uitbuiting in toerisme. Kun je meer vertellen over ECPAT? *'ECPAT staat voor End Child Prostitution, Child Pornography and the Trafficking of Children for Sexual Purposes. De organisatie heeft leden in 83 landen over de hele wereld, met het internationale secretariaat in Bangkok. ECPAT werd 25 jaar geleden opgericht in Thailand als campagne tegen kinderseksstoerisme naar Azië. In Nederland is ECPAT actief sinds 1996. ECPAT nam in 1998 het initiatief tot de oprichting van de Tourism Child Protection Code en ECPAT Nederland vertegenwoordigt de Code in Nederland.'*

In Europa is de 'Don't Look Away' publiekscampagne actief sinds 2010. In 2014 hebben Nederlandse organisaties besloten bij deze Europese campagne aan te sluiten. Wie werken in Nederland samen? *'Don't Look Away is in Nederland een initiatief van het ministerie van Veiligheid en Justitie, de Koninklijke Marechaussee, de politie, het Meldpunt Kinderporno, ANVR en TUI Benelux. En daarnaast de kinderrechtenorganisaties ECPAT, Plan Nederland, Free a girl en Terre des Hommes. De campagne sluit aan op de internationale campagne Don't Look Away die loopt in zestien Europese landen en in een aantal vakantiebestemmingen waar ECPAT partners, overheid en de toerismesector samenwerken.'*

En wat is het doel van de campagne?

'Het doel van de campagne Don't Look Away is reisprofessionals en reizigers te informeren over seksuele uitbuiting van kinderen in toerisme en wat zij daar tegen kunnen doen. De campagne moet leiden tot meer meldingen en tot verbetering van de kwaliteit van de meldingen, zodat meer kindermisbruikers gepakt en vervolgd worden. Als mensen op reis een vermoeden van seksuele uitbuiting van kinderen hebben dan kunnen ze terecht bij www.meldkinderseksstoerisme.nl. Op deze website kunnen ze laten weten, wat ze waar gezien hebben, wie het slachtoffer was en wie de vermoedelijke dader, en kunnen ze een foto uploaden.'

Waarom is het belangrijk dat reisorganisaties als TUI deze campagne ondersteunen?

'Samenwerking met en ondersteuning door een reisorganisatie als TUI is essentieel. Via alle communicatiekanalen van TUI worden zeer veel reizigers en mensen werkzaam in de reissector geïnformeerd en gevraagd om te melden als ze een vermoeden hebben van seksuele uitbuiting van kinderen. Bovendien is TUI een voorbeeld voor de hele sector in Nederland, maar ook binnen het internationale TUI netwerk. Daarnaast kan TUI zijn invloed laten gelden in de eigen distributieketen.'



Theo Noten
Programmamanager ECPAT



Waar zou je samen met TUI de komende jaren aan willen werken? Wat doet TUI al goed en waar kan TUI nog verbeterlagen maken?

'TUI doet het heel goed in de communicatie, zowel naar de eigen klanten, als naar collega's in de sector in Nederland en daarbuiten. Daarnaast is TUI ook een aanjager voor de overheid in Nederland, onder het motto als wij iets doen dan moeten jullie ook een tandje bijzetten. We hopen dit de komende jaren voort te zetten. Waar we met TUI nog wel wat kunnen verbeteren is in de aanpak van seksuele uitbuiting van kinderen in de hele distributieketen. Het begin, het informeren van reizigers en mensen werkzaam in de sector in Nederland is prima. Maar op bestemming, in hotels en resorts en in uitgaansgebieden daar kan nog wel wat aan de kennis over en de aanpak van het probleem verbeterd worden. Daar kunnen TUI en haar partners meer invloed op de lokale overheid en de lokale samenleving uitoefenen om de bescherming van kinderen te verbeteren en hun seksuele uitbuiting te voorkomen. Ook kan TUI en haar lokale partners de lokale overheid ertoe aanzetten om ouders van seksuele uitbuiting van kinderen aan te pakken, en dit naar buiten kenbaar te maken en zo de reputatie van de bestemming beschermen.'

In 2016 en 2017 coördineert het Ministerie van Veiligheid en Justitie de Europese Don't Look Away campagne. Wat hoop je dat bereikt is na deze twee jaar? En welke rol zie je hier weggelegd voor ECPAT en TUI?

'We hopen dat over twee jaar de Europese Don't Look Away campagne de hele EU beslaat en dat 500 miljoen EU burgers ervan op de hoogte zijn en dat de Europese Commissie zich de campagne heeft toegeëigend. De Don't Look Away campagne met de EU vlag als banier met als doel ervoor te zorgen dat EU burgers zich gedragen op vakantie en het melden als anderen zich misdragen. De Nederlandse overheid zal als aanjager fungeren, met het Europese ECPAT netwerk en andere in Europa actieve maatschappelijk organisaties als Plan en Terre des Hommes en natuurlijk de reissector, zoals TUI en collega deelnemers in de Tourism Child Protection Code.'



Jaardoelen: Bestemmingen - Projecten

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>Samenwerken TUI Nederland heeft samenwerkingsverbanden voor de kennisuitwisseling van duurzaam toerisme en maatschappelijk verantwoord ondernemen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het actief blijven deelnemen in de Kopgroep Duurzaam Toeristisch Ondernemen van de ANVR en in de werkgroepen dierenwelzijn en mensenrechten. Het meehelpen opzetten van een plan voor de CO₂-labelling van vakanties in samenwerking met ANVR, NHTV, Climate Neutral Group, reisorganisaties en andere partners. 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. 	<p>Behaald: TUI Nederland heeft actief deelgenomen in de ANVR Duurzaam Toeristisch Ondernemen commissie en de DTO kopgroep. Verder heeft TUI Nederland een belangrijke rol gespeeld in de werkgroep dierenwelzijn en mensenrechten.</p> <p>Behaald: In juni 2015 is de CO₂ calculatiemodule, genaamd Carmacal, gelanceerd. Tevens wordt gewerkt aan de ontwikkeling van een carbon label voor de communicatie naar de klant. De lancering staat in 2016 op de planning bij diverse reisorganisaties.</p> <p>Behaald: Eind 2014 is de Green Deal Duurzaam Toerisme ondertekend tussen het Ministerie van Economische Zaken, ECNC Land & Sea Group, TUI Benelux en andere partners. De Green Deal richt zich op de ontwikkeling van een internationaal breed gedragen bestemmingsstandaard voor duurzaam toerisme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het actief blijven deelnemen in de ANVR Duurzaam Toeristisch Ondernemen commissie en de diverse werkgroepen van de ANVR voor duurzaam toerisme. Het voortzetten van het jaardoel 2015. Het voortzetten van het jaardoel 2015.

Jaardoelen: Bestemmingen - Projecten

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het afronden van de samenwerking met Plan in Brazilië, en het onderzoeken van een nieuwe samenwerking in de Dominicaanse Republiek. Het investeren van minimaal € 100.000 (in natura en cash) in projecten die bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen. 	<p>Behaald: De succesvolle vierenhaljarige samenwerking met Plan Nederland en ECPAT in Brazilië om jongeren een opleiding te bieden is afgelopen. In 2015 is gestart met het onderzoeken van een nieuwe samenwerking voor het bieden van beroepsopleidingen aan kansarmere jongeren in de Dominicaanse Republiek.</p> <p>Behaald: In 2015 is € 147.809 (in natura en cash) gedoneerd aan goede doelen voor projecten die bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het onderzoeken van een nieuwe samenwerking met Plan Nederland in de Dominicaanse Republiek. Het investeren van minimaal € 100.000 (in natura en cash) in projecten die bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen. Het opzetten van een plan rondom afvalmanagement voor een schoon Curaçao, in samenwerking met TUI Care Foundation. Het opzetten van een plan voor het tegengaan van zwerfdieren in vakantiebestemmingen op een diervriendelijke manier, in samenwerking met TUI Care Foundation.
<p>Maatschappelijk betrokken ondernemen TUI Nederland is betrokken bij de maatschappij door vrijwilligerswerk, sponsoring en donaties die een bijdrage leveren aan de kernactiviteiten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het verder ondersteunen van de opzet en professionalisering van de TUI Care Foundation. 	<p>Behaald: TUI Care Foundation heeft mede met dank aan de inspanningen van TUI Nederland al dertig projecten gericht op de duurzame ontwikkeling van vakantiebestemmingen ondersteund. TUI financieert de infrastructuur van de stichting.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van het jaardoel 2015.

CO₂-voetafdruk - airline

Het verminderen van de CO₂-voetafdruk van de airline

De pijler CO₂-voetafdruk - airline richt zich op het verduurzamen van TUIfly, de luchtvaartmaatschappij van TUI Nederland. TUIfly besteedt zowel bij de samenstelling van de vloot alsook 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. TUIfly neemt daarnaast ten aanzien van alle vluchtgerelateerde producten en diensten nog diverse andere maatregelen op het gebied van duurzaam ondernemen.

CO₂-uitstoot

De uitstoot van vliegen draagt bij aan klimaatverandering. TUI Group heeft daarom als doel gesteld de CO₂-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 het boekjaar 2015 bedroegen de absolute CO₂-emissies voor TUIfly 419.972 ton CO₂. In 2015 is de gemiddelde CO₂-uitstoot per passagierskilometer op basis van de Engelse DEFRA rekenmethode 65,7¹ gram; op basis van de Europese rekenmethode EN16258 63,8 gram. Dit laatste cijfer is geverifieerd door PwC. Tussen 2008 en 2014 is de uitstoot gereduceerd met 21,0 procent. De vloot van TUIfly bestaat uit 9 vliegtuigen. Deze is de laatste twee jaar met drie vliegtuigen van het type Boeing 787-8 Dreamliner uitgebreid. Deze vliegtuigen zijn ongeveer twintig procent zuiniger dan de Boeing 767's die daarmee zijn vervangen. TUIfly is de eerste Nederlandse airline die met de Dreamliner is gaan vliegen.

ETS en biobrandstof

De Europese Unie is nog in onderhandeling over het European Union Emissions Trading Scheme (EU-ETS), dat de luchtvaartsector verplicht deel te nemen aan emissiehandel. De verordening is meerdere keren gewijzigd en behelst dat alleen intra EU vluchten, exclusief vluchten van en naar de Canarische eilanden onderhevig zijn aan het Europese emissierechtensysteem. Met ingang van 2012 is TUIfly verplicht te betalen voor de CO₂-uitstoot van deze vluchten. In 2016 komt de International Civil Aviation Organisation (ICAO) met een voorstel voor de airline industrie voor 2020. Om de kosten te beperken, richt TUIfly zich op het reduceren van de uitstoot van haar vloot en wordt een lange termijn strategie verkend voor duurzame biobrandstof in samenwerking met TUI Group airlines, AlgaePARC, onderzoeksfaciliteit van Wageningen UR (University & Research Centre) (www.algaeparc.nl) en andere partners. TUI Group is lid van Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG, www.safug.org) en heeft zitting in de Council for Sustainable Aviation (www.sustainableaviation.co.uk).

Biobrandstoffen zijn al vaak in opspraak gekomen door de concurrentie met land- en drinkwater-gebruik. TUIfly 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.

¹ Sinds 2008 is gebruikt gemaakt van de Engelse rekenmethode DEFRA. In 2015 is TUI Group overgegaan naar de Europese rekenmethode EN16258, waarmee de TUIfly cijfers voor 2015 uitkomen op 63,8 gram CO₂/RPK. Om de CO₂-reductie te kunnen tonen sinds 2008, worden de cijfers nog gepubliceerd volgens de oude rekenmethode. In 2015/2016 wordt in het jaarverslag overgegaan naar de EN16258 rekenmethode. Dit heeft tot gevolg dat de waarden lager zullen uitvallen dan tussen 2008 en 2015 met de berekende DEFRA methode.

CO₂-uitstoot TUIfly

Gemiddelde CO₂-uitstoot per kilometer per passagier (in gram CO₂/RPK/per boekjaar)¹

basisjaar 2008

2013

2014

2015

83,2

73,58

71

65,7

Ambitie 2015

Airline TUIfly heeft de laagste CO₂-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer van Nederland en een van de laagste wereldwijd.

Dit wordt verantwoord door TUIfly's CO₂-uitstoot per luchtvaartpassagier per kilometer te vergelijken met andere luchtvaartmaatschappijen in Nederland en daarbuiten.

Prestatie jaar 3

De CO₂-uitstoot van TUIfly is 65,7¹ gram per passagierskilometer. Dit is substantieel lager dan Europese lijndienst en lowcost luchtvaartmaatschappijen. Het is onduidelijk wat de uitstoot is van andere Nederlandse maatschappijen. In 2015 heeft TUIfly de jongste vloot van Nederland.

Ambitie # 8

TUIfly reduceert de CO₂-uitstoot van de airline met 12 procent per luchtvaartpassagier per kilometer tussen 2008 en 2015 door vlootvernieuwing, gewichtsbesparing en verbetering van de vliegprocedures.

Prestatie jaar 3

De CO₂-uitstoot van TUIfly is met 21,0 procent gereduceerd tot 65,7¹ gram per passagierskilometer tussen 2008 en 2015.



Het afval aan boord van de TUIfly vliegtuigen wordt gescheiden en op Schiphol gerecycled.

Belangrijkste ontwikkelingen in 2015

- Sinds 2014 beschikt TUIfly over het ISO 14001 milieumanagement certificaat; in 2015 is dat geïntegreerd. De airline is daarmee als een van de weinige Nederlandse luchtvaartmaatschappijen volledig gecertificeerd.
- De gemiddelde CO₂-uitstoot per kilometer per passagier is met 7,5 procent gedaald tot 65,7 gram CO₂ in 2015 ten opzichte van 2014. Tussen 2008 en 2015 is de uitstoot gereduceerd met 21,0 procent. De uitstoot ligt dit jaar voor de eerste keer lager dan het gemiddelde van alle internationale TUI airlines. Dit wordt voornamelijk veroorzaakt door de toevoeging van drie Boeings 787-8 Dreamliner aan de vloot.
- TUIfly heeft een contract ondertekend voor de samenwerking met AlgaePARC, onderzoekfaciliteit van Wageningen UR, rondom duurzame biobrandstof voor vliegtuigen. Een eerste onderzoek heeft plaatsgevonden naar de ontwikkeling van een roadmap voor de vercommercialisering van duurzame biobrandstof uit algen. In 2015 is een tweede samenwerking ondertekend. Dit onderzoek zal zich richten op de ontwikkeling van een zelfstandige onderzoeksfaciliteit voor algen op Bonaire, welke gebruikt maakt van zeewater, CO₂ en voedingsstoffen die beschikbaar zijn op het eiland om zo voedsel, visvoer, chemicaliën en biokerosine te produceren. TUI Nederland doneert via de boekingen in de accommodaties van ROBINSON op structurele wijze een bijdrage aan AlgaePARC.
- In december 2014 en maart 2015 zijn de tweede en derde Boeing 787 Dreamliner opgenomen in de vloot.
- Het aanbod producten aan boord van de TUIfly vliegtuigen bestaat voor 32 procent uit verantwoorde producten.
- TUIfly heeft na een pilotfase scheiding en recycling van het afval aan boord geïntroduceerd sinds 2015. De afvalscheiding geldt voor alle vluchten.
- TUIfly en Amsterdam Airport Schiphol hebben samen met afvalverwerker Suez afvalscheidingsfaciliteiten gecreëerd. Deze faciliteiten zijn speciaal ontwikkeld voor afval dat van boord komt. De recyclebare items gaan op Schiphol in een aparte zak van boord en worden vervolgens verder gescheiden en verwerkt door Suez. TUIfly is de eerste airline die van deze faciliteiten gebruikmaakt.
- Het bestaande kindertasje, dat uitgedeeld wordt aan kinderen tussen de twee en twaalf jaar, aan boord van de vliegtuigen is verduurzaamd. Bij de ontwikkeling van het nieuwe tasje is gekeken naar o.a. materiaal, productkilometers, levensduur, arbeidsomstandigheden in fabrieken en gewicht. Daarnaast heeft de TUI Raad van Kinderen ook advies gegeven over de vormgeving en de inhoud van de tas. De inhoud van de rugzak bestaat uit een educatief Mr Finney lees- en doeboekje in een speciaal lettertype voor dyslectische kinderen, kleurpotloden, een opblaasbare bal en een SOS-kinderarmbandje. Zo bestaat het materiaal van de tas uit gerecyclede plasticflessen, zijn de producten gemaakt in Chinese fabrieken met hoge duurzaamheidsstandaarden, is het gewicht van het tasje met inhoud gereduceerd met 27,5 procent en zijn de producten ingepakt door de AM groep, een sociale werkplaats nabij Schiphol. Het tasje is ontwikkeld in samenwerking met uitgeverij Mercis. Mr Finney is het haai-mensje, dat duurzaamheidsvragen stelt, uit de kinderboeken van Prinses Laurentien van Oranje. De tassen zijn van april tot oktober 2015 aan boord van de vliegtuigen uitgereikt. De tassen zijn in oktober van boord gehaald in verband met de naamsverandering van Arke naar TUI. Het restant wordt verdeeld over basisschoolkinderen in het Caribisch deel van het Nederlands Koninkrijk.



In 2015 is een duurzaam kindertasje aan boord van de vliegtuigen uitgereikt aan kinderen. De rugzakjes zijn gemaakt van gerecyclede plasticflessen.

Ambitie # 9

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

Prestatie jaar 3

TUIfly werkt samen met AlgaePARC, onderzoekfaciliteit van Wageningen UR, voor de ontwikkeling en vercommercialisering van duurzame biobrandstof uit algen. Na een eerste onderzoek in 2014, ondersteunt TUI Benelux een tweede onderzoek in Bonaire. TUI Group is lid van Sustainable Aviation Fuel Users Group (SAFUG) en heeft zitting in de Council for Sustainable Aviation.

- Overgebleven niet-persoonlijke artikelen van lost & found zijn aan goede doelen overgedragen in de omgeving van Schiphol.
- TUI Group werkt samen met Boeing met betrekking tot hun ecoDemonstrator Programme. Dit programma heeft tot doel het ontwikkelen en het testen van technologie te versnellen om zo de milieuprestatie en duurzaamheid van commerciële vliegtuigen te verbeteren. In 2015 hebben de testvluchten plaatsgevonden met 'TUI' ecoDemonstrator 757 vliegtuig.

Ambitie # 10

TUIfly 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 3

Het aanbod producten aan boord van de TUIfly vliegtuigen bestaat voor 32 procent uit verantwoorde producten. TUIfly schenkt fair trade thee en verantwoorde koffie op alle vluchten. De sandwich- en broodverpakkingen, wegwerpbekers voor de warme dranken en de kleine flesjes wijn en flesjes mineraalwater zijn van biologisch afbreekbaar of deels gerecycled materiaal gemaakt. De prosecco is biologisch en de kartonnen maaltijdverpakkingen zijn van FSC-papier. De maaltijden worden geserveerd in lichtgewicht wegwerpvpakkingen in plaats van zwaardere herbruikbare items. Uit onderzoek blijkt dat dit beter voor het milieu is dan herbruikbare items. Het afval aan boord van de TUIfly vliegtuigen wordt gescheiden en op Schiphol gerecycled.



TUI Group werkt samen met Boeing met betrekking tot hun ecoDemonstrator Programme. TUIfly heeft ook ideeën voor dit testvliegtuig aangedragen.

Jaardoelen: CO₂-voetafdruk - airline

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>Vloot en vluchtgerelateerde producten en diensten TUIfly richt zich bij de samenstelling van de vloot op modernere, stillere en milieuvriendelijkere vliegtuigen. Daarnaast selecteert TUIfly producten, diensten en leveranciers mede op basis van duurzaamheid.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het reduceren van de gemiddelde CO₂-uitstoot per kilometer per passagier met 3,0 procent tot 68,9 gram CO₂. Het voorzetten van de samenwerking met AlgaePARC met betrekking tot onderzoek naar duurzame biobrandstof voor vliegtuigen uit algen. Het ontvangen van een tweede en derde Boeing 787 Dreamliner. 	<p>Behaald: De gemiddelde CO₂-uitstoot per kilometer per passagier is met 7,5 procent gedaald tot 65,7 gram CO₂ in 2015 ten opzichte van 2014, op basis van de DEFRA rekenmethode.</p> <p>Behaald: TUIfly werkt samen met AlgaePARC, onderzoekfaciliteit van Wageningen UR, voor de ontwikkeling en vercommercialisering van duurzame biobrandstof uit algen. Na een eerste onderzoek in 2014, ondersteunt TUI Benelux een tweede onderzoek in Bonaire.</p> <p>Behaald: De tweede Boeing 787-8 Dreamliner is in november 2014 gearriveerd. Het derde vliegtuig is in april 2015 opgenomen in de vloot.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het reduceren van de gemiddelde CO₂-uitstoot per kilometer per passagier met 3,0 procent tot 61,9 gram CO₂, op basis van de EN16258 rekenmethode. Het voortzetten van jaardoel 2015.
<p>Voor de vlucht TUIfly houdt bij de voorbereiding van de vlucht, bij de vluchtplanning en het vliegtuigonderhoud rekening met de geluids- en milieubelasting.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<p>Deels behaald: De webbased applicatie (app) voor brandstof ge- en verbruik is live sinds januari 2015. Het is nu van belang dat de flight crew deze nu ook goed gaat gebruiken.</p> <p>Behaald: De bagage van de crew wordt voortaan gewogen om gewicht te besparen. Verder wordt geen papier voor navigatiedoelinden meer gebruikt door de paperless flight deck.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van jaardoel 2015. Het onderzoeken en mogelijk doorvoeren van minimaal twee brandstofbesparende maatregelen.
<p>Bij vertrek van en aankomst op de bestemming TUIfly houdt bij de grondafhandeling tijdens vertrek van en aankomst op de bestemming rekening met de milieubelasting.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2015 geformuleerd. 		<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2016 geformuleerd.

Jaardoelen: CO₂-voetafdruk - airline

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>Tijdens de vlucht TUIfly heeft tijdens de vlucht een verantwoord vlucht- en inflightservices management.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het vergroten van het verantwoord catering assortiment aan boord van de vliegtuigen met minimaal één procent tot 30 procent. Het onderzoeken en mogelijk implementeren van het naar de startbaan rijden op één motor. Het onderzoeken van scheiding en recycling van afval dat aan boord in de cabine wordt gemaakt. 	<p>Behaald: Het aanbod producten aan boord van de TUIfly vliegtuigen bestaat voor 32 procent uit verantwoorde producten.</p> <p>Behaald: Het rijden op één motor naar de startbaan wordt niet doorgevoerd doordat het een risicovolle operatie betreft.</p> <p>Behaald: Het afval aan boord van de TUIfly vliegtuigen wordt gescheiden en op Schiphol gerecycled. De afvalscheiding geldt voor alle vluchten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het vergroten van het verantwoord catering assortiment aan boord van de vliegtuigen met minimaal één procent tot 33 procent. Het onderzoeken en implementeren van afvalscheidingsstations voor het afval dat van boord komt op de regionale luchthavens in Eindhoven, Rotterdam en Groningen.

CO₂-voetafdruk - kantoren

Het verminderen van de CO₂-voetafdruk van de kantoren

TUI Nederland wil met haar hoofdkantoren en winkels het goede voorbeeld geven. De pijler CO₂-voetafdruk - kantoren richt zich op het verduurzamen van de interne bedrijfsvoering in alle bedrijfspanden van TUI Nederland met als doel het verminderen van de CO₂-uitstoot van de bedrijfsactiviteiten. De organisatie richt zich op de thema's inkoop, energie, water, afval, papier, mobiliteit en bouw.

CO₂-voetafdruk

TUI Nederland maakt de CO₂-uitstoot van de bedrijfsactiviteiten van de hoofdkantoren, TUI Curaçao en de TUI winkels inzichtelijk via de CO₂-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 CO₂-voetafdruk van de bedrijfsactiviteiten bedraagt in 2015 1,6 procent van de CO₂-uitstoot van de gevlogen passagierskilometers van TUIfly. 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 CO₂-uitstoot per passagierskilometer van TUIfly, 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 Group groepscontracten is duurzaamheid nog 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 71 procent milieuvriendelijke producten en het kantine cateringassortiment in Enschede, Rijswijk en Schiphol-Rijk bestaat voor gemiddeld 45 procent uit verantwoorde producten, die gemaakt zijn met extra zorg voor mens, dier en natuur.

CO ₂ -voetafdruk TUI Nederland (in ton CO ₂)	2011	2012	2013 ³	2014 ⁴	2015
Electriciteit	1455	545	455	176	380 ⁶
Brandstoffen	984	378	80	82	81
Water en afvalwater	22	20	18	21	15
Bedrijfsafval en gevaarlijk afval ¹	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Woon-werkverkeer	1862	1654	1865	1895	1853
Zakelijk verkeer	2427	2517	2714	2681	3043
Brochures en magazines	1782	1896	1589	1179	1087
Huisdrukwerk en kopieerpapier ²	141	106	98 ⁵	92	79
Totaal CO₂-voetafdruk	8.673	7.115	6.822	6.126	6.536

¹ Het meetinstrument Milieubarometer geeft geen inzicht in de CO₂-voetafdruk van afval en gevaarlijk afval door de complexiteit.

Het berekenen van de CO₂-balans wordt namelijk bepaald door de grondstof en de verwerking van die grondstof als afval.

² Het huisdrukwerk is exclusief actiematig promotiemateriaal.

³ Met ingang van 2013 is de voetafdruk uitgebreid met de bedrijfspanden van TUI Curaçao in Curaçao en Aruba.

⁴ Met ingang van 2014 is de voetafdruk uitgebreid met de kleinere kantoren en magazijnen van TUIfly.

⁵ In 2014 is de voetafdruk voor het huisdrukwerk naar beneden bijgesteld vanwege foutieve gegevens.

⁶ Met ingang van 2015 heeft Milieubarometer de CO₂-emissiefactoren aangescherpt. Een van de aanscherpingen is dat ongespecificeerde groene stroom wordt berekend als grijze stroom. Dit heeft tot gevolg dat de groene stroom van 1/10/2014 t/m 31/12/2014 als grijze stroom is gerekend, en de CO₂ uitstoot gestegen is. TUI Nederland heeft niet met terugwerkende kracht de data van 2011 t/m 2014 aangepast.

Ambitie 2015

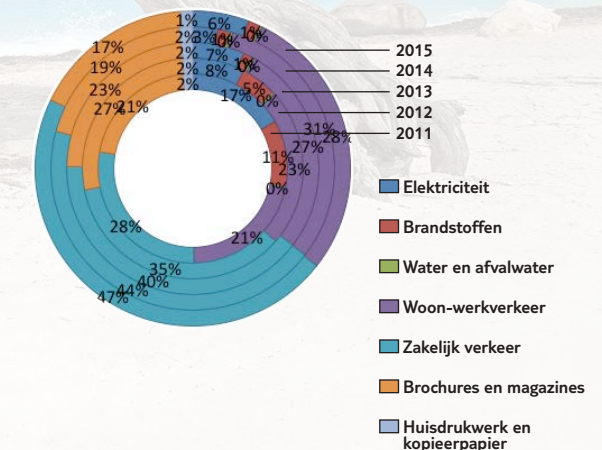
TUI Nederland werkt klimaatneutraal en compenseert daardoor ongeveer 7.000 ton CO₂.

Dit wordt verantwoord door de berekening en de compensatie van de CO₂-voetafdruk van de bedrijfsactiviteiten van de hoofdkantoren, de TUI winkels en de kantoren van TUI Curaçao en TUIfly. De voetafdruk is berekend voor energie, water, woon-werk en zakelijk verkeer en papier. In 2015 is de intentie de resterende CO₂-uitstoot te compenseren.

Prestatie jaar 3

In 2015 bedraagt de CO₂-voetafdruk van TUI Nederland 6.536 ton CO₂. De voetafdruk is niet gecompenseerd. TUI Nederland werkt dus niet klimaatneutraal.

CO₂-voetafdruk TUI Nederland 2015 t.o.v. basisjaar 2011



Belangrijkste ontwikkelingen in 2015

- De CO₂-voetafdruk van de hoofdkantoren, winkels en kantoren van TUI Curaçao en TUIfly bedraagt 6.536 ton CO₂. De voetafdruk is dit jaar gestegen met 6,7 procent ten opzichte van 2014; echter gedaald met 24,6 procent sinds 2011. De daling ten opzichte van 2011 wordt veroorzaakt door de vergroening van elektriciteit en gas en een daling van de brochureproductie en de reductie van huisdrukkerwerk en kopieerpapier. De voetafdruk bestaat voor 93 procent van de CO₂-uitstoot uit de mobiliteit en de productie van brochures, prijsbijlages, magazines en het personeelsblad. Met ingang van 2015 heeft Milieubarometer de CO₂-emissiefactoren aangescherpt. Dit heeft grote invloed op de stijging van de CO₂-voetafdruk van ongespecificeerde groene stroom, doordat dit nu als grijze stroom wordt berekend.
- TUI Nederland had als ambitie in 2012 gesteld om in 2015 klimaatneutraal te werken door de resterende CO₂-uitstoot te compenseren. Er is echter besloten de CO₂-uitstoot van 6.536 ton niet te vergroenen. Het is financieel niet haalbaar met ingang van 2015 de CO₂-uitstoot jaarlijks te compenseren. Daarnaast is in de overweging meegenomen de clustering tussen TUI Nederland en TUI Belgium, waardoor de gecalculeerde uitstoot voor TUI Benelux hoogstwaarschijnlijk meer dan verdubbeld.
- De CO₂-voetafdruk voor het TUIfly hoofdkantoor en de kleinere TUIfly kantoren wordt ook jaarlijks berekend in verband met de doelstellingen met betrekking tot het ISO 14001 milieu management systeem. Deze voetafdruk is net als de TUI Nederland voetafdruk exclusief afval. De TUIfly voetafdruk in 2015 is gestegen met 6,8 procent ten opzichte van 2014.
- Het onderzoek naar de mogelijkheden voor de reductie van plastic draagtassen in de TUI winkels stagneert door onduidelijkheden in de interpretatie van de EU wet voor draagtassen in Nederland. De plastic draagtassen zijn gemaakt van 80 procent gerecycled LDPE. TUI deelt op jaarbasis 160.000 tassen gratis uit.
- Op basis van de Europese richtlijn energie-efficiëntie dient TUI Nederland als grote onderneming uiterlijk op 5 december 2015 een energie-audit uit te voeren en vervolgens tenminste iedere vier jaar te herhalen. In juli 2015 is deze richtlijn in werking getreden en is TUI Nederland gestart met het verzamelen van de gewenste input.
- TUI Nederland maakt voor 88 procent gebruik van groene of vergroende stroom, ongespecificeerde stroom wordt niet meegenomen als groen in dit percentage. TUI Nederland volgt hiermee de aangescherpte criteria van Milieubarometer. Met ingang van 1 januari 2015 levert Nuon grijze stroom voor de komende twee jaar voor alle panden, exclusief de kantoren en magazijnen Beechavenue, WTC en B28/B31. Beechavenue en B28/31 hebben groene stroom via de verhuurder. De uitstoot wordt gecompenseerd door de aankoop van VCS-credits in samenwerking met Climate Neutral Group. In 2015 is het elektraverbruik minimaal gestegen met 2,1 procent ten opzichte van 2014. Vanaf 1 januari 2015 zijn slimme meters in de TUI winkels en de magazijnen van TUIfly geplaatst.
- Met ingang van 1 januari 2015 heeft TUI Nederland een nieuw gascontract. TUI Nederland koopt voor diverse panden gas in en compenseert de uitstoot door de aankoop van VCS-credits in samenwerking met Climate Neutral Group. Het percentage gecompenseerd gas ten opzichte van het totale verbruik is 89,5 procent. Het gasverbruik is minimaal gestegen met 0,4 procent.
- Het waterverbruik is gedaald met 10,4 procent ten opzichte van 2014.
- In 2015 is het afval van papier en karton gestegen met 31,6 procent en het ongesorteerd bedrijfsafval met 6,0 procent gedaald ten opzichte van 2014. Door de naamsverandering van Arke naar TUI is er veel oud archief vernietigd. Alle bruikbare verouderde materialen van onder andere Arke zijn weggegeven aan het goede doel, waaronder Centraal Orgaan opvang asielzoekers (COA). Het kantoorafval van papier, karton, ICT-apparatuur, plastic bekertjes, batterijen, mobiele telefoons, hout-pallets, grofvuil en restafval wordt gescheiden en voor recycling en hergebruik aangeboden. Ditzelfde geldt voor de afvalstromen in de magazijnen van TUIfly en het gevaarlijk afval dat daar ontstaat.
- Afvalscheiding in plastic afval en restafval is geïntroduceerd in de bedrijfskantines van Rijswijk en Enschede. Er is besloten deze afvalscheiding voor de TUIfly bedrijfskantine niet door te voeren, omdat het plastic afval niet met de bestaande afvalverwerker meegenomen kan worden en de financiële consequenties die daar aan verbonden zijn. Bovendien heeft TUIfly geen wettelijke verplichting om plastic afval te scheiden.
- In 2014 is in Rijswijk een nieuwe leverancier voor de schoonmaakdiensten gecontracteerd. Met de leverancier was een pilot gestart met losse velletjes in plaats van wc-rollen. Dit heeft geresulteerd in een besparing van ongeveer 50 procent. Het toilet papier heeft EU Ecolabel.
- Het totale gewicht van de TUI-brochures is gedaald met 6,4 procent in 2015 ten opzichte van 2014 door de toename van de verkoop via internet en scherpere inkoop. Sinds 2011 is een daling van 35,0 procent gerealiseerd. De gewichtsdaling van 44,5 procent voor de magazines komt, doordat het magazine Werelds is gestopt. De magazines zijn gedrukt op FSC-Mixed Sources.

Ambitie # 11

TUI Nederland reduceert de CO₂-voetafdruk van de hoofdkantoren en winkels met 20 procent tussen 2011 en 2015. Dit staat gelijk aan ongeveer 1.700 ton CO₂.

Prestatie jaar 3

In 2015 bedraagt de CO₂-voetafdruk van TUI Nederland 6.536 ton CO₂. De voetafdruk is gedaald met 24,6 procent sinds 2011. Dit betreft een daling van de voetafdruk met 2.547 ton CO₂.

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 3

In de bedrijfskantines in de hoofdkantoren in Rijswijk, Enschede en Schiphol-Rijk bestaat gemiddeld 45 procent van het cateringassortiment uit verantwoorde producten. Er heeft geen meting plaatsgevonden in Ammerzoden. Verantwoorde producten zijn biologische producten, producten met het 'Ik kies bewust-logo' (IKB), fairtrade-logo en visproducten met het Marine Stewardship Council-keurmerk (MSC).

- Steeds meer papieren processen en procedures worden verbeterd, gedigitaliseerd of zelfs opgeheven. In 2015 is het huisdrukkwerk en kopieerpapier met 14,4 procent gedaald. Briefpapier, enveloppen en kopieerpapier hebben het FSC-keurmerk, EU-Ecolabel of het Nordic Ecolabel.
- In 2015 is het aantal woon-werkkilometers met 5,5 procent gedaald ten opzichte van 2014. Het aantal gereden kilometers voor woon-werkverkeer is gedaald met 4,9 procent. De OV-kilometers zijn eveneens gedaald, met 11,0 procent. De zakelijk gereden kilometers door leaserijders is gestegen met 2,9 procent. Het aantal gevlogen kilometers is gestegen door toename van het aantal medewerkers. Ondanks de fiscale bepalingen blijft het Fietsenplan bestaan voor medewerkers van TUI. De eventuele meerkosten zijn voor rekening van TUI Nederland. Er is een Car Free Day in de panden Rijswijk, Enschede, Schiphol-Rijk, Ammerzoden en Alkmaar georganiseerd om fietsen en lopen te promoten, waaraan 120 medewerkers deelnamen. Fietsers en wandelaars kregen een appel aangeboden.
- Het aantal leaseauto's is met 1,8 procent toegenomen. Het wagenpark heeft daarentegen wel steeds meer hybride plug-in leaseauto's en drie 100 procent elektrische auto's.
- In 2015 is gestart met de selectie van een nieuw hoofdkantoor ter vervanging van het huidige kantoor in Rijswijk. Hierbij wordt ook gekeken naar de mogelijkheid om het huidige pand te renoveren in samenspraak met de eigenaar. Duurzaamheid wordt meegenomen in dit selectieproces. Het TUIfly pand in Schiphol-Rijk heeft het energielabel A ontvangen op basis van de metingen van meet- en adviesbureau Klima Check.

Brochures en magazines (in kg)	2013	2014	2015
Brochures	1.405.828	1.118.418	1.046.566
Magazines	157.943	42.312	23.474
Totaal	1.563.771	1.160.730	1.070.040
Huisdrukkwerk en kopieerpapier (in kg)	2013	2014	2015
Briefpapier en enveloppen	20.808	19.798	12.178
Overig huisdrukkwerk (alleen bestemmingsboekjes)	20.976	19.967	21.257
Kopieerpapier	39.328	36.419	31.780
Totaal	81.112	76.184	65.215
Woon-werkverkeer (in mln. kms)	2013	2014	2015
Openbaar vervoer	2,5	2,2	2,0
Fiets en lopen	1,0	1,3	1,3
Personenwagen	6,8	9,0	8,6
Totaal woon-werkverkeer	10,3	12,5	11,9
Aandeel OV, fiets en lopen in woon-werkverkeer	34%	28%	28%
Zakelijk verkeer	2013	2014	2015
Leaseauto's en bestelwagens (in aantallen)	202	219	223
Gereden kilometers (in mln. kms) ¹	1,9	2,1	2,1
Gevlogen kilometers (in mln. kms) ²	13,5	13,4	14,3

¹ 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 (2015).

² In 2011 t/m 2015 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.



Er is een Car Free Day in de panden Rijswijk, Enschede, Schiphol-Rijk en Ammerzoden en Alkmaar georganiseerd, waaraan 120 medewerkers deelnamen. Fietsers en wandelaars kregen een appel aangeboden.

Jaardoelen: CO₂-voetafdruk - kantoren

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>CO₂-voetafdruk TUI Nederland heeft inzicht in de CO₂-voetafdruk en reduceert de CO₂-voetafdruk van haar bedrijfsactiviteiten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het reduceren van de totale CO₂-voetafdruk van (hoofd)kantoren en winkels met 4,0 procent ten opzichte van 2014. Het reduceren van CO₂-voetafdruk (exclusief afval) voor het Arkefly hoofdkantoor en de kleinere Arkefly kantoren en magazijnen met 2,0 procent ten opzichte van 2014. Het voorzetten van het jaardoel 2014. (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. 	<p>Behaald: De CO₂-voetafdruk voor de hoofdkantoren, winkels en de kantoren van TUI Curaçao en Arkefly bedraagt 6.536 ton CO₂. De voetafdruk is gedaald met 6,7 procent ten opzichte van 2014.</p> <p>Niet behaald: De CO₂-voetafdruk voor het TUIfly hoofdkantoor en de kleinere TUIfly kantoren en magazijnen bedraagt 1.905 ton CO₂. De voetafdruk is gestegen met 6,8 procent ten opzichte van 2014.</p> <p>Niet behaald: Er is geen beleidsplan opgezet voor het verduurzamen van de interne bedrijfsvoering in de bedrijfspanden van TUI Curaçao en TUI Aruba. Er zijn wel maatregelen genomen, waaronder het vergroenen van de grijze energie, de installatie van energie-efficiëntere airco's, het scheiden van papier en restafval en het gebruik van oplaadbare batterijen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het reduceren van de totale CO₂-voetafdruk van (hoofd)kantoren en winkels met 4,0 procent ten opzichte van 2015. Het reduceren van CO₂-voetafdruk (exclusief afval) voor het TUIfly hoofdkantoor en de kleinere TUIfly kantoren en magazijnen met 2,0 procent ten opzichte van 2015. Het reduceren van CO₂-voetafdruk (exclusief afval) voor het TUIfly hoofdkantoor en de kleinere TUIfly kantoren en magazijnen met 2,0 procent ten opzichte van 2015.
<p>Inkoop TUI Nederland selecteert producten, diensten en leveranciers mede op basis van duurzaamheid.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het behouden van het aanbod verantwoorde producten in alle bedrijfskantines op minimaal 50 procent. Het onderzoeken van de mogelijkheid om de uitgifte van plastic tassen in de TUI winkels te reduceren. Geen jaardoel 2015 gedefinieerd. 	<p>Niet behaald: Het aanbod verantwoorde producten in de bedrijfskantines bedraagt gemiddeld 45 procent in Rijswijk, Enschede en Schiphol-Rijk.</p> <p>Deels behaald: Het onderzoek naar de mogelijkheden voor de reductie van plastic draagtassen in de TUI winkels stagneert door onduidelijkheden in de interpretatie van de EU wet voor draagtassen in Nederland.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het behouden van het aanbod verantwoorde producten in alle bedrijfskantines op minimaal 45 procent Het voorzetten van het jaardoel 2015. Het integreren van duurzaamheid in de nieuwe contracten voor de multifunctional printers.
<p>Energie De milieubelasting van het energieverbruik (gas en electriciteit) in de bedrijfspanden en op de werkplekken wordt teruggedrongen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2015 gedefinieerd. 		<ul style="list-style-type: none"> Het integreren van duurzaamheid in de nieuwe energiecontracten voor de hoofdkantoren, kleine kantoren, magazijnen en winkels.
<p>Water Het waterverbruik in de bedrijfspanden wordt teruggedrongen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2015 gedefinieerd. 		<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2016 gedefinieerd.

Jaardoelen: CO₂-voetafdruk - kantoren

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>Afval De productie van afval wordt tegengegaan, gescheiden en gerecycled.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het testen en eventueel implementeren van afscheiding in de bedrijfskantines van Rijswijk en Enschede. De oude uniformen van het vliegend personeel van TUIfly wordt op een verantwoorde manier hergebruikt of verwerkt. 	<p>Behaald: Afvalscheiding in plastic afval en restafval is geïntroduceerd in de bedrijfskantines van Rijswijk en Enschede. Er is besloten deze afvalscheiding voor de TUIfly bedrijfskantine niet door te voeren.</p> <p>Deels behaald: Er zijn twee goede doelen geselecteerd voor hergebruik van de oude uniformen: Sympany en Dress for Success. Sympany verkoopt de kleding aan Afrikaanse partners die de kleding verkopen in winkels waarvan de opbrengst gaat naar lokale projecten. Dress for Success helpt werkzoekenden met een laag inkomen aan kleding voor hun sollicitatiegesprek. In november 2015 werd de kleding gedoneerd.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het verder verbeteren van de afvalscheiding en -recycling bij TUI Curaçao. Alle Arke en KidsWorldClub branded items en andere verouderde spullen worden op een verantwoorde manier hergebruikt of verwerkt.
<p>Papier De milieubelasting van het papierverbruik in de bedrijfsruimten en op de werkplekken wordt teruggedrongen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het reduceren van het totale gewicht van de brochures en prijsbijlages met 10 procent. 	<p>Niet behaald: Het totale gewicht van de brochures is gedaald met 6,4 procent.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het reduceren van het totale gewicht van de brochures en prijsbijlages met 5 procent.
<p>Mobiliteit De milieubelasting van woon-werkverkeer en zakelijke reizen wordt teruggedrongen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Alle leasewagenrijders krijgen een cursus eco-driving. Het organiseren van een jaarlijkse Car Free Day. Het verder uitbreiden van het leasewagenpark met hybride plug-in leaseauto's en 100 procent elektrische auto's. 	<p>Niet behaald: Het was financieel niet haalbaar om de leasewagenrijders een cursus eco-driving te laten volgen.</p> <p>Behaald: Er is een Car Free Day in de panden Rijswijk, Enschede, Schiphol-Rijk, Ammerzoden en Alkmaar georganiseerd op 17 september, waaraan 120 medewerkers deelnamen. Fietsers en wandelaars kregen een appel aangeboden.</p> <p>Behaald: Het leasewagenpark is verder uitgebreid met hybride plug-in wagens. Er zijn geen nieuwe 100 procent elektrische auto's bijgekomen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van het jaardoel 2015.
<p>Bouw Duurzaamheidsaspecten worden bij de inrichting en de bouw meegenomen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2014 gedefinieerd. 		<ul style="list-style-type: none"> Duurzaamheid wordt meegenomen in de selectie van een nieuw hoofdkantoor of verbouwing van het huidige kantoor in Rijswijk.

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.

Klantinformatie

De behoeftes en wensen van de klanten van TUI Nederland veranderen. Onderzoek onder 4.000 vakantiegangers in acht belangrijke TUI Group bronlanden in 2010 geeft aan dat vakantiegangers een duidelijke interesse hebben voor duurzame 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. In 2015 heeft TUI Group merkonderzoek gedaan onder de klanten, waarbij 'The responsible way to have a relaxing holiday' op plek drie staat van de onderwerpen die de grootste impact hebben op de merkbelofte.

TUI Nederland informeert klanten tijdens het gehele vakantieproces over duurzaam toerisme. De informatie is nog 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 (op smartphone, tablet en computer), social media en bij advies in de reisbureaus en het contact center. Bij de reisbescheiden ontvangt de klant duurzaam toerisme tips, afgestemd op reistype. Bij aankomst op de bestemming ontvangt de klant het bestemmingsboekje inclusief duurzaam toerisme informatie.

TUI 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. Ook de door TUI Group Marketing beheerde TUI-beeldbank volgt duurzaamheidsrichtlijnen.

Reisbureaus

TUI Nederland hanteert sinds 2008 een duurzaam toerisme beleid voor de reisbureaus. In 2012 is dit beleid aangescherpt. 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 TUI 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 Holland International goede-doelen-spaarprogramma. In dit programma sparen reisagenten voor goede doelen door het boeken van accommodaties met een duurzaamheidslabel. De TUI winkels hebben een soortgelijk programma, genaamd TUI goede-doelen-spaarprogramma. Reisbureaus worden regelmatig geïnformeerd over de voortgang van de projecten via een nieuwsbrief.

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 einde 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 EU-Ecolabel) of hebben grote internationale erkenning (bijvoorbeeld Green Key).

Prestatie jaar 3

19,5 procent van de klanten van TUI in 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 2015

- Het aandeel klanten dat in Winter 2014-2015 en Zomer 2015 in een accommodatie met duurzaamheidslabel verbleef is afgenomen van 19,7 procent naar 19,5 procent. Het absolute aantal vakantiegangers is toegenomen van ruim 260.000 naar ruim 280.000. De berekening wordt gedaan per einde winter- en zomerseizoen met sluiting op 31 oktober.
- De Verantwoord Reizen pagina op de website van TUI is vernieuwd. De pagina is in de nieuwe lay-out opgezet en de informatie op de pagina's is uitgebreid.
- In de TUI-brochure zijn de Duurzaam Toerisme pagina's aangepast naar een nieuwe lay-out en is meer kwalitatieve informatie opgenomen voor de consument.
- Duurzaam toerisme berichten worden met grotere regelmaat op de Facebook pagina van TUI geplaatst. Uit intern onderzoek blijkt dat deze berichten goed worden gewaardeerd. Voor de communicatie over specifieke onderwerpen als olifantenrijtes of kindersekstoerisme wordt de hulp ingeschakeld van experts van onder andere World Animal Protection en ECPAT.
- Naast reisagenten en reisleiding zijn klanten in onder andere Egypte, Gambia, Dominicaanse Republiek, Mexico, Cuba en Kaapverdië geïnformeerd over kindersekstoerisme door middel van een advertentie in de bestemmingsboekjes rondom de Europese 'Don't Look Away' campagne met het Ministerie van Veiligheid en Justitie, Koninklijke Marechaussee, ANVR, ECPAT en Plan Nederland. De advertentie heeft tot doel kwalitatief betere informatie rondom vermeende Nederlandse kindersekstoeristen op te leveren.
- Klanten naar Thailand, Indonesië, Maleisië, Sri Lanka, India, Vietnam, Myanmar, Kenia, Tanzania, Gambia en Senegal ontvangen bij de reisbescheiden een extra digitale folder over olifantenritten- en shows, het leed daarachter en welke olifantvriendelijke alternatieven mogelijk zijn. De folder is opgezet door World Animal Protection.
- De duurzaam toerisme informatie is afgestemd op het type vakantie dat klanten hebben geboekt. De duurzaam toerisme tips in de digitale reisbescheiden zijn geüpdatet. Deze tips zijn toegespitst op vier typen reizen, te weten: cruises, stedenreizen, wintersport en strandvakanties.
- De duurzaamheidsinformatie aan boord van TUIfly is uitgebreid met filmpjes over projecten van TUI Care Foundation in het inflight entertainmentsysteem.
- TUIfly introduceert een nieuwe vorm van inflight entertainment, namelijk de "TUI Cloud". Dit WiFi-netwerk is beschikbaar op alle TUIfly vluchten en vanaf het najaar ook op enkele buitenlandse luchthavens. Middels de zogenaamde "Airfi-box" wordt een interactief platform beschikbaar gesteld aan boord met geselecteerde content. Duurzaam toerisme is in tekst en video opgenomen in dit entertainmentsysteem.
- Uit klanttevredenheidsonderzoek van TUIfly blijkt dat passagiers zich bewust zijn van de inspanningen van TUIfly voor duurzaamheid. Passagiers van de Boeing 787-8 Dreamliner beoordelen in 95,7 procent van de gevallen het handelen op gebied van natuur en milieu met 'uitstekend of 'goed', tegenover 94,4 procent van de passagiers in de Boeing 737.
- TUI Nederland streeft met de reisbureaugroep naar de minimale score van drie Groene Palmen, dat staat voor 'voldoende duurzaam ondernemen'. Binnen de groep heeft 60 procent minimaal deze score bereikt. Van de eigen reisbureaus haalt 100 procent de doelstelling, voor Holland International Reisbureau is dat 12 procent en bij Holland International Reisbureau at Home is dat 20 procent.
- In 2014 is een Duurzaamheidsscan uitgevoerd onder de (destijds Arke) TUI reisbureaus, de franchisenemers van Holland International Reisbureau en de zelfstandige reisagenten van Holland International Reisbureau at Home. De reisagenten met de hoogste score waren TUI Bussum (destijds Arke Bussum), Holland International Reisbureau Valkenswaard en Holland International Reisbureau at Home Suzanne Clappers. Zij namen eind 2014 de Groene Palm Award 2014 in ontvangst.

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 3

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 niet aangepast aan de duurzaam toerisme interesse van de verschillende klantgroepen.

Vakanties met een lach
Duurzame wintersport tips

Stel je voor, heerlijke bergtoppen en knusse restaurants, vakantie is de mooiste tijd van het jaar met genoeg tijd om te genieten en te ontspannen. Met deze adviezen helpt u mee aan het behalen van wintersportbestemmingen, zodat u ook in de toekomst kunt genieten van vakanties met een lach.

Reageer op lokale situaties Bekijk op een vooraf vastgestelde manier hoe u kunt reageren op lokale situaties die u niet kent. Het is belangrijk om te weten hoe u kunt reageren op lokale situaties die u niet kent. Het is belangrijk om te weten hoe u kunt reageren op lokale situaties die u niet kent.	Kies voor verantwoord eten Kies voor verantwoord eten. Kies voor verantwoord eten. Kies voor verantwoord eten. Kies voor verantwoord eten. Kies voor verantwoord eten.
Koop geen hout Koop geen hout. Koop geen hout. Koop geen hout. Koop geen hout. Koop geen hout.	Waardevol zijn lokale producten Waardevol zijn lokale producten. Waardevol zijn lokale producten. Waardevol zijn lokale producten. Waardevol zijn lokale producten. Waardevol zijn lokale producten.
Profiteer van de seizoen Profiteer van de seizoen. Profiteer van de seizoen. Profiteer van de seizoen. Profiteer van de seizoen. Profiteer van de seizoen.	Geef de post een dagje rust Geef de post een dagje rust. Geef de post een dagje rust. Geef de post een dagje rust. Geef de post een dagje rust. Geef de post een dagje rust.
Houd de omgeving en de prijs scherp Houd de omgeving en de prijs scherp. Houd de omgeving en de prijs scherp. Houd de omgeving en de prijs scherp. Houd de omgeving en de prijs scherp. Houd de omgeving en de prijs scherp.	Wissel met water en energie Wissel met water en energie. Wissel met water en energie. Wissel met water en energie. Wissel met water en energie. Wissel met water en energie.
Mak afspraken met een Tuiflyer Mak afspraken met een Tuiflyer. Mak afspraken met een Tuiflyer. Mak afspraken met een Tuiflyer. Mak afspraken met een Tuiflyer. Mak afspraken met een Tuiflyer.	Ontspan met een Tuiflyer Ontspan met een Tuiflyer. Ontspan met een Tuiflyer. Ontspan met een Tuiflyer. Ontspan met een Tuiflyer. Ontspan met een Tuiflyer.

Vragen, opmerkingen of suggesties? [Duurzaamheidsraad - klantduurzaamtoerisme](#)

Overname van activiteiten bij TUI is het behouden van een betere relaties met onze klanten, die nu in Nederland.

Klanten ontvangen duurzaam toerisme tips bij de digitale reisbescheiden, toegespitst op het vakantietype.

- In 2015 is een Duurzaamheidsscan uitgevoerd onder de TUI reisbureaus en Holland International Reisbureau at Home. Eind 2015 wordt deze scan afgerond en wordt de Groene Palm Award 2015 toegekend. De scan is niet meer uitgevoerd onder de franchisenemers Holland International Reisbureau, aangezien de franchiseformule gaat stoppen.
- Voor de TIME TO SMILE accommodaties is duurzaamheidscommunicatie ontwikkeld rondom het gebruik van de airconditioning, het scheiden en recyclen van afval en het reduceren van waterverbruik, handdoeken en bedlinnen.

Winnaars Groene Palm Award 2014



TUI Bussum



Holland International Reisbureau Valkenswaard



Holland International Reisbureau at Home Suzanne Clappers

Ambitie # 14

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

Prestatie jaar 3

Alle klanten, ongeacht de interesse voor verantwoord reizen, ontvangen op elk moment van het vakantieproces duurzaam toerisme informatie: tijdens het oriënteren, zoeken, boeken, de vakantie en bij terugkomst. De teksten zijn afgestemd op het vakantietype en sluiten daardoor meer aan bij de vakantie van de klant.

Groene Palm score reisagenten	2012		2013		2014	
	Reisagenten	Aandeel	Reisagenten	Aandeel	Reisagenten	Aandeel
5 - Zeer goed duurzaam ondernemen	0	0%	5	2%	15	6%
4 - Goed duurzaam ondernemen	2	1%	52	23%	96	41%
3 - Voldoende duurzaam ondernemen	93	44%	68	30%	31	13%
2 - Onvoldoende duurzaam ondernemen	65	31%	29	13%	0	0%
1 - Zeer onvoldoende duurzaam ondernemen	1	1%	0	0%	0	0%
0 - Onbekend duurzaam ondernemen	51	24%	69	31%	93	40%
Totaal	212	100%	223	100%	235	100%

Jaardoelen: Klanten

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>Marktcommunicatie TUI Nederland profileert zich naar de markt als een verantwoord merk, waarbij elk merk een eigen duurzame branding heeft.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Geen jaardoel 2015 gedefinieerd. 		<ul style="list-style-type: none"> • Geen jaardoel 2016 gedefinieerd.
<p>Tijdens oriënteren, zoeken en boeken De (potentiële) gasten ontvangen tijdens het oriënteren, het zoeken en het boeken advies over duurzaam toerisme. Duurzame vakantieproducten worden duidelijk getoond.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Het verbeteren van de klantcommunicatie over duurzame wintersport, waaronder het vernieuwen van de duurzame wintersport webpagina's op www.wijsopwintersport.nl. • Het vergroten van het aandeel klanten dat in een accommodatie met duurzaamheidslabel verblijft tot minimaal 30 procent. • Het opzetten van een nieuwe vorm van Groene Smiles4U voor de reisagenten derden, inclusief een vernieuwde nieuwsbrief. • Het lanceren van een duurzaam toerisme landingspagina voor TUI.nl gericht op het aanbod duurzame accommodaties en aanvullende duurzaam toerisme informatie. • Het behouden van 100 procent TUI winkels met een score 3, 4 of 5 Groene Palmen en het vergroten van het percentage 3, 4, of 5 Groene Palmen voor Holland International van 12 procent naar 25 procent en Holland International Reisbureau at Home van 20 procent naar 40 procent. 	<p>Behaald: Op de Verantwoord Reizen pagina van TUI.nl is een pagina over Wijs op Wintersport opgenomen.</p> <p>Niet behaald: Het aandeel klanten dat in Winter 2014-2015 en Zomer 2015 in een accommodatie met duurzaamheidslabel verbleef is 19,5 procent. Dit zijn ruim 280.000 vakantiegangers.</p> <p>Behaald: Reisagenten derden dragen nog steeds financieel bij aan projecten van TUI Care Foundation door het boeken van accommodaties met een duurzaamheidslabel. Echter kunnen de agenten niet zelf meer projecten kiezen. Tevens is een vernieuwde nieuwsbrief opgezet.</p> <p>Niet behaald: In plaats van een landingspagina is de Verantwoord Reizen pagina op TUI.nl herschreven en uitgebreid met duurzaam toerisme informatie. De landingspagina heeft daardoor stil gelegen.</p> <p>Deels behaald: De resultaten zijn ongewijzigd; de eindsuitkomst van de Duurzaamheidsscan 2015 voor de retail is nog niet verwerkt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Het verbeteren en/of uitbreiden van de informatie over Wijs op Wintersport inclusief duurzaam toerisme tips. • Het voortzetten van het jaardoel 2015. • Het voortzetten van het jaardoel 2015. • Het behouden van 100 procent TUI winkels met een score van 3, 4 of 5 Groene Palmen en het vergroten van het percentage Holland International Reisbureau at Home met 3, 4 of 5 Groene Palmen naar 40 procent. Holland International Reisbureau houdt op met bestaan als franchiseformule.

Jaardoelen: Klanten

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
Tussen boeken en aankomst De gasten ontvangen tussen boeken en aankomst advies over duurzaam toerisme op de bestemming.	<ul style="list-style-type: none"> Het beter laten aansluiten van de duurzaam toerisme tips bij het geboekte vakantietype door minimaal één extra versie te ontwikkelen. 	Deels behaald: Er is geen extra versie duurzaam toerisme tips ontwikkeld, maar er is besloten de bestaande duurzaam toerisme tips deels te herschrijven.	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2016 gedefinieerd.
Op de bestemming De gasten ontvangen advies over duurzaam toerisme op de bestemming.	<ul style="list-style-type: none"> De ontwikkeling van duurzaamheidscommunicatie voor in de kamers en publieke ruimtes van TIME TO SMILE accommodaties die door TUI Nederland worden ontwikkeld. 	Behaald: Er is diverse duurzaamheidscommunicatie voor TIME TO SMILE accommodaties ontwikkeld rondom het gebruik van airconditioning, handdoeken en bedlinnen, afvalscheiding en recycling en watergebruik in de badkamer.	<ul style="list-style-type: none"> Het uitvoeren van een onderzoek om de impact te meten van de ontwikkelde duurzaamheidscommunicatie voor TIME TO SMILE en andere TUI-accommodatieconcepten.
Vakantieherinnering De gasten kunnen misstanden of verzoeken over duurzaam toerisme tijdens of na de vakantie melden.	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2015 gedefinieerd. 		<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2016 gedefinieerd.

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 ¹	2013	2014	2015
Medewerkers (in aantallen)	2200	2229	2286
Medewerkers (in FTE)	1827	1825	1893
Medewerkers met fulltime arbeidsovereenkomst	57%	55%	55%
Medewerkers met parttime arbeidsovereenkomst	43%	45%	45%
Gemiddelde duur arbeidsrelatie (in jaren)	6,7	9,1	9,3
Gemiddelde leeftijd (in jaren)	36,2	38	38
Verzuim (inclusief zwangerschapsverlof)	4,2%	3,7%	3,9%
Verzuim (exclusief zwangerschapsverlof)	2,8%	2,9%	3,0%
Gemiddelde ziekte dagen (exclusief zwangerschapsverlof) ²	15,1	14,7	15,2
Stagiaires (in aantallen)	274	276	222
Leeftijdsopbouw medewerkers			
<25	9%	9%	10%
25-35	38%	36%	34%
35-45	27%	27%	27%
45-55	17%	19%	19%
55<	9%	9%	10%
Diversiteit naar geslacht (in percentage)			
Aandeel mannelijke medewerkers	32%	31%	30%
Aandeel vrouwelijke medewerkers	68%	69%	70%
Instroom medewerkers (in aantallen)	382	327	577
Uitstroom medewerkers (in aantallen)	356	406	515
Gemiddeld verloop (in percentage)	16%	18%	23%

¹ Alle medewerkers van TUI Nederland, inclusief oproepkrachten en exclusief stagiaires, tourleaders Kras en tijdelijke medewerkers.

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

² Het gemiddelde aantal ziekte dagen in 2013 is berekend exclusief TUI Curaçao

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 medewerkers-tevredenheidsonderzoek (MTO). Daarnaast wordt het gemiddelde verloop van medewerkers vergeleken met het gemiddelde percentage in de Nederlandse reisbranche.

Prestatie jaar 3

Het laatste MTO dateert uit 2012. Hieruit 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 23 is bij TUI in Nederland hoger dan het reisbranche gemiddelde van 14,8 procent in 2014 (Dashboard data Reiswerk, 11/2015). In 2012 is TUI Nederland samen met KLM en Schiphol uitgeroepen tot aantrekkelijkste werkgever in de Nederlandse reisbranche (Randstad Award 2012).

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. Via het TUI SpeakUp meldpunt kunnen medewerkers anoniem meldingen maken. Deze kunnen TUI Nederland in staat stellen om eventuele wantoestanden of ontoelaatbare praktijken binnen de organisatie te stoppen.

Met ingang van 2013 is het voor alle TUI bedrijven binnen TUI Group, waaronder 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 Group 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 daalt de laatste jaren van ongeveer 80 naar 73 procent in 2014. 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 Group bedrijven. Eind 2015 is een nieuw MTO uitgestuurd. De volgende vraag is opgenomen: 'Ik geloof dat mijn bedrijf een milieubewuste en -vriendelijke organisatie is.'

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, en een gevarieerd aanbod van gezonde producten in de bedrijfskantines en in de frisdrank- en snoepautomaten.

Het ziekteverzuim percentage in Nederland is gemiddeld 3,7 procent (CBS) en het aantal ziektedagen in Nederland is gemiddeld 6,4 dagen per jaar (CBS). Het verzuimpercentage in de reisbranche is 2,2 procent in 2014 (Dashboard data Reiswerk, 11/2015) en is bij TUI Nederland hoger met 3,0 procent (exclusief zwangerschapsverlof) en 15,2 ziektedagen.

Ambitie # 15

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

Prestatie jaar 3

In 2013 en 2014 heeft geen MTO plaatsgevonden. Het nieuwe MTO heeft eind 2015 plaatsgevonden en resultaten worden verwacht begin 2016. 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 3,0 (exclusief zwangerschapsverlof) is bij TUI Nederland lager dan het landelijk gemiddelde van 3,7 procent. Het aantal ziektedagen van 15,2 is lager dan het landelijk gemiddelde van 6,4 dagen per jaar.



De TUI Hospitality Academy is eind 2014 uitgeroepen tot beste toeristische mbo-opleiding van Nederland.

Diversiteit management naar geslacht	2013		2014		2015	
	man	vrouw	man	vrouw	man	vrouw
Seniormanagement	81%	19%	79%	21%	81%	19%
Management	43%	57%	44%	56%	45%	55%
Basis	28%	72%	27%	73%	26%	74%
Vrouwen in (senior) management		54%		53%		53%

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 cafetariasyteem, waarbij werknemers binnen vastgestelde grenzen zelf wijzigingen in het arbeidsvoorwaardenpakket kunnen aanbrengen, zoals het kopen en verkopen van vakantiedagen. De salarissen liggen boven de CAO van de Reisbranche. 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 14,8 procent in 2014 (Dashboard data Reiswerk, 11/2015). De uitstroom bij TUI Nederland is in 2015 gestegen naar 23 procent. Deze stijging is te wijten aan langdurige interne reorganisaties.

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 TUIfly medewerkers.

In 2011 is TUIfly (destijds Arkefly) de samenwerking Partnership for Talent en de verkorte opleiding TUIfly Cabin Crew 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 TUIfly 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. In 2014 is in samenwerking met het Koning Willem I College in 's-Hertogenbosch de TUI Hospitality Academy gestart. De studenten worden opgeleid voor zowel uitvoerende als leidinggevende functies in de toeristische dienstverlening. Eind 2014 is de TUI Hospitality Academy uitgeroepen tot beste toeristische mbo-opleiding van Nederland.

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. TUI Nederland is actief betrokken geweest bij het opzetten van de TUI Benelux Duurzaam Toerisme scriptie award, die in 2016 wordt toegekend aan de beste bachelor scriptie op het gebied van duurzaam toerisme.

Vrijwilligerswerk

TUI Nederland heeft nog geen infrastructuur voor vrijwilligerswerk voor de medewerkers. Een aantal medewerkers ondersteunt op eigen initiatief kleinschalige lokale projecten op vakantiebestemmingen of neemt deel aan activiteiten die op de bestemmingen worden georganiseerd, zoals beach clean ups. Eind 2015 zijn gesprekken gestart rondom het aanbieden van vrijwilligerswerk onder het vliegend personeel van TUIfly in samenwerking met ActLocal.

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 3

TUI Nederland maakt gebruik van e-learning. Er zijn zes duurzaam toerisme modules: Duurzaam toerisme, Wijs op wintersport, Stop kinderarbeid, Kijk niet weg voor kinderseks-toerisme, Groene accommodatie 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 TUI winkelmanagers de ANVR- Duurzaam Toeristisch Ondernemen gevolgd.



In Curaçao hebben zeven medewerkers van TUI Curaçao meegedaan met de Curaçao Clean Up. In totaal hebben ruim 2.600 vrijwilligers 255.000 kilo afval opgeruimd.

Belangrijkste ontwikkelingen in 2015

- Het percentage vrouwelijke medewerkers bij TUI Nederland schommelt al jaren rond de zeventig procent. Het percentage is in 2015 licht gestegen met 0,7 procent tot 69,7 procent ten opzichte van 2014. In 2015 omvatte de totale instroom van medewerkers 577 personen; hiervan was 72,6 procent vrouw. De uitstroom bedroeg 515 personen met een meerderheid van 71,6 procent vrouwen.
- In 2015 is het aandeel vrouwen in seniormanagement gedaald van 20,7 procent tot 19,2 procent, in management is er een lichte daling van 0,6 procentpunt tot 55,3 procent. In aantallen is het aandeel vrouwen in seniormanagement gedaald tot zeven collega's. In de kern van het bedrijf is 73,9 procent vrouwen werkzaam. In vier jaar tijd is het aantal vrouwen in (senior)management toegenomen met 10,9 procentpunt.
- Het ziekteverzuim percentage van 3,0 (exclusief zwangerschapsverlof) is bij TUI Nederland lager dan het landelijk gemiddelde van 3,7 procent. Het aantal ziekte-dagen van 15,2 is hoger dan het landelijk gemiddelde van 6,4 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.
- TUI Nederland heeft geen contract meer met Intenz Gezondheidsplan, waarbij medewerkers via bedrijfsfitness met korting konden sporten bij erkende fitnesscentra. Dit in verband met wijzigingen in het belastingstelsel.
- In 2015 zijn in totaal 100 studenten gestart aan een stagetraject binnen het Partnership for Talent en TUIfly Cabin Crew Academy.
- In 2015 zijn 58 studenten gestart aan de TUI Hospitality Academy in samenwerking met het Koning Willem I College, in 's-Hertogenbosch. De studenten worden opgeleid voor zowel uitvoerende als leidinggevende functies in de toeristische dienstverlening. TUI Hospitality Academy staat op plaats nummer 1 in de Keuzegids MBO 2015. De opleiding is voor de tweede keer uitgeroepen tot beste toeristische mbo-opleiding van Nederland. De TUI Hospitality Academy behaalde hiermee het kwaliteitszegel 'Top-opleiding 2015'.
- In 2015 heeft afdeling Duurzaam Toerisme drie gastcolleges verzorgd op mbo en hbo-niveau. Diverse studenten en scholieren zijn geholpen met praktijkopdrachten, afstudeeronderzoeken en scripties.
- Bijna alle afdelingen binnen TUI Nederland bieden stageplaatsen aan studenten aan. In 2015 is het aantal studenten met een stageplaats gedaald tot 222. Dat zijn 54 studenten minder dan in 2014. De grootste groepen worden geplaatst binnen de operationele afdelingen, TUIfly en de reisbureaus.
- Eind 2015 zijn gesprekken gestart rondom het aanbieden van vrijwilligerswerk onder het vliegend personeel van TUIfly in samenwerking met de Nederlandse stichting ActLocal (www.actlocal.nl). De pilot richt zich op het creëren van begrip en verbinding tussen TUI medewerkers en de lokale bevolking en vindt plaats in Gambia tijdens het winter 2015-2016 seizoen. Verder is er via de TUI Group afdeling Destination Services een Beach Clean Up 2015 georganiseerd waarbij minimaal zestig stranden op vrijwillige basis zijn schoongemaakt door TUI reisleiding, waaronder de Nederlandse reisleiding. Het is onbekend hoeveel Nederlandse medewerkers hieraan meegewerkt hebben. In Curaçao hebben zeven medewerkers van TUI Curaçao meegedaan aan de Curaçao Clean Up.
- Voor uittrekkende medewerkers hebben onderhandelingen tussen TUI Nederland, de Ondernemingsraad en de vakbonden De Unie, CNV en FNV geresulteerd in een Sociaal Plan.



Eind 2015 zijn gesprekken gestart rondom het aanbieden van vrijwilligerswerk onder het vliegend personeel van TUIfly in samenwerking met ActLocal.

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 3

TUI Nederland deelt kennis en ervaring via gastcolleges, stages, scripties, projecten en onderzoeken. Afgelopen jaren heeft afdeling Duurzaam Toerisme gastcolleges verzorgd op mbo, hbo en wo-niveau. Studenten en scholieren zijn geholpen met praktijkopdrachten, afstudeeronderzoeken en scripties. Binnen TUI Nederland hebben in 2015 222 stagiairs praktijkervaring opgedaan. Daarnaast hebben 100 mbo-studenten het stagetraject binnen Partnership for Talent en TUIfly Cabin Crew Academy succesvol doorlopen en zijn 54 studenten gestart met de TUI Hospitality Academy in 2014 en 58 studenten in 2015.

Ambitie # 18

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

Prestatie jaar 3

TUI Nederland heeft nog geen goede infrastructuur voor vrijwilligerswerk voor de medewerkers opgebouwd. Dit jaar is een kleine start gemaakt met het opzetten van een pilot onder het vliegend personeel van TUIfly. Een aantal medewerkers ondersteunt op eigen initiatief kleinschalige lokale projecten op vakantiebestemmingen of neemt deel aan activiteiten die op de bestemming worden georganiseerd, zoals beach clean ups.

Project: Hospitality starts with us!

TUI Nederland constateert een kloof tussen onderwijs en praktijk. Daarom zoekt de reisorganisatie samenwerking met onderwijsinstellingen. Bovendien heeft TUI Nederland geconstateerd dat veel starters en stagiairs geen of nauwelijks kennis hebben over duurzaam ondernemen. TUI Nederland werkt daarom samen met toeristische opleidingsinstanties. De organisatie doet dit via de academies, maar ook via gastcolleges, stages, scripties, projecten en onderzoeken.

TUI Nederland werkt sinds 2013 samen met de TUI Hospitality Academy. Een driejarige mbo-4-opleiding op het Koning Willem 1 College in Den Bosch. Hier worden studenten klaargestoomd om na de opleiding te werken in de toeristische branche. De rode draad binnen deze opleiding is 'meedenken met, luisteren naar, aandacht en klaar staan voor gasten'. Ofwel: hospitality starts with us. Elk jaar is de academy op zoek naar 60 nieuwe enthousiaste studenten.

Deze nieuwkomer in onderwijsland scoort hoge ogen. Dit jaar werd de TUI Hospitality Academy uitgeroepen tot de beste toeristische mbo opleiding van Nederland. Deze eretitel staat vermeld in de Keuzegids MBO. Een gids die een systematische kwaliteitsvergelijking van verwante opleidingen in het middelbaar beroepsonderwijs bevat. Hiermee behaalde de academy de kwaliteitszegel 'Top-opleiding 2015'. Yvonne Verhoeven, directeur Cosmo Opleidingen, vertelt meer over de opleiding en hoe de samenwerking met TUI Nederland eruit ziet.

Sinds 2013 bieden jullie in samenwerking met TUI Nederland de TUI Hospitality Academy aan. Wat houdt deze samenwerking precies in?

'Doordat TUI Nederland onze businesspartner is, hebben wij een directe ingang tot de branche. Zo zijn we meteen op de hoogte van de laatste ontwikkelingen en veranderingen binnen het toerisme en is de vertaalslag naar de schoolbanken zo gemaakt. Bovendien verzorgen medewerkers van TUI een deel van de praktijklessen. Denk daarbij aan de vakken reisleiding, toerisme, reisorganisatie en customer journey. Ook verzorgt TUI verschillende stageplekken bij de reisleiding, op reisbureaus en op het hoofdkantoor van TUI.'

In hoeverre is deze opleiding anders dan alle andere toeristische opleidingen?

'Met de Cosmo Academy, onze andere driejarige mbo-4-opleiding voor de recreatieve branche, werken we al met businesspartners. Het lesprogramma van TUI Hospitality Academy is op een soortgelijke manier vormgegeven. Ervaringsdeskundigen uit de branche geven de praktijklessen, waardoor onze studenten een goed beeld krijgen van hoe het 'echte' werk eruit ziet. Een ander punt is dat wij lesgarantie bieden: onze lessen gaan altijd door. Daarnaast hebben we een intensief coachprogramma waarin onze studenten worden begeleid door een persoonlijke coach. Tot slot vormt hospitality de rode draad door onze opleiding. In de toeristische branche zoekt men mensen met hospitality (gastvrijheid) in hun genen: vriendelijk, met respect voor anderen, hulpvaardig en eerlijk. Binnen onze opleiding ervaren studenten dat hospitality betekent dat je net een stapje extra zet en met de gast meedenkt.'



Wat zijn tot dusver de reacties van jullie studenten?

'Over het algemeen horen wij vooral positieve geluiden. Lisa, één van onze eerstejaarsstudenten, kwam met het volgende voorbeeld: "Elke week hebben we een 'Stay or Go': een activiteit of excursie binnen of buiten school. Zo gaf iemand van TUI een presentatie over werken bij een reisbureau (Stay). En bezochten we het Rijksmuseum in Amsterdam (Go). Regelmatig krijg je een kijkje in de praktijk. Het maakt de klas hechter en je leert samen te werken aan opdrachten." Bovendien is slechts 1 van de 58 studenten die dit jaar begonnen met de opleiding, gestopt. We zijn enorm trots op deze cijfers, die volgens mij ook aantonen dat onze studenten tevreden zijn.'

De samenwerking is een succes. Is zo'n samenwerking een typisch voorbeeld hoe studies er in de toekomst gaan uitzien, met meer samenwerking tussen opleidingen en het werkveld?

'Onlangs las ik in een artikel dat Jet Bussemaker, minister van Onderwijs het mbo opriep om beter in te spelen op veranderingen in de arbeidsmarkt. Een voorbeeld dat zij hierbij gaf, was dat bedrijven en scholen nauwer met elkaar moeten samenwerken. En dat scholen meer ruimte krijgen om af te wijken van regels, om hun onderwijs aan te passen aan de wensen van het bedrijfsleven. Dit klinkt natuurlijk als muziek in mijn oren. Met de TUI Hospitality Academy ervaren wij dat deze wijze van onderwijs zijn vruchten afwerpt. Doordat studenten intensief contact hebben met bedrijven uit de branche via lessen, stages en Stay or Go's weten zij veel beter wat ze in het werkveld mogen verwachten. En zien zowel de voor- als nadelen. Ik juich het dan ook vooral toe wanneer ook andere opleidingen de samenwerking met het bedrijfsleven opzoeken.'

Waar hoop je dat deze opleiding over 5 jaar staat?

'Het lijkt mij fantastisch om nog een TUI Hospitality Academy in Nederland te starten. Zo kunnen we nog meer studenten voorbereiden op het werken in de toeristische branche. Natuurlijk blijven we in de top 3 staan van beste toeristische mbo opleiding van Nederland. Voor minder doen we het niet!'



Yvonne Verhoeven, directeur Cosmo Opleidingen, waar de TUI Hospitality Academy onderdeel van is.

Jaardoelen: Collega's

Beleidsregel	Jaardoelen 2015	Resultaten	Jaardoelen 2016
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het uitvoeren van het tweede internationale medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO) Your Voice, waar duurzaamheidsvragen in opgenomen zijn. De resultaten volgen in boekjaar 2015. 	<p>Deels behaald: In september 2015 heeft het medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO) plaatsgevonden. De resultaten worden begin 2016 bekend gemaakt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het voortzetten van jaardoel 2015.
<p>Veiligheid en gezondheid TUI Nederland bevordert de veiligheid en stimuleert een gezonde levensstijl van haar medewerkers op de werkvloer en daarbuiten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2015 gedefinieerd. 		<ul style="list-style-type: none"> Geen jaardoel 2016 gedefinieerd.
<p>Stimulerende werkomgeving TUI Nederland creëert een moderne en stimulerende werkomgeving waar medewerkers flexibel zijn in hun werk, vrijetijd en loopbaanontwikkeling.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het trainen van minimaal vijftig startende studenten via de TUI Hospitality Academy (voorheen Arke Hospitality Academy). Het trainen van minimaal honderd studenten luchtvaartdienstverlening binnen de samenwerking Partnership for Talent en TUIfly Academy in 2014. Het actief blijven samenwerken met toeristische opleidingsinstanties en overkoepelende organen om het onderwijsprogramma te optimaliseren en duurzaam toerisme kennis te verbeteren. Het faciliteren van minimaal één activiteit in het kader van vrijwilligerswerk, binnen de kaders van TUI Care Foundation. 	<p>Behaald: 58 studenten zijn begonnen aan de TUI Hospitality Academy.</p> <p>Behaald: Honderd studenten luchtvaartdienstverlening zijn binnen de samenwerking Partnership for Talent en de TUI Cabin Crew Academy getraind in 2015.</p> <p>Behaald: In 2015 heeft afdeling Duurzaam Toerisme gastcolleges verzorgd en hebben studenten van de TUI Cabin Crew Academy introductieworkshops gevolgd waar duurzaam toerisme onderdeel van is. Verder wordt er meegewerkt aan stageplaatsen, scripties, projecten en onderzoeken.</p> <p>Deels behaald: Eind 2015 zijn gesprekken gestart rondom het aanbieden van vrijwilligerswerk onder het vliegend personeel van TUIfly in samenwerking met ActLocal. Daarnaast hebben enkele medewerkers deel genomen aan activiteiten die op de bestemmingen zijn georganiseerd, zoals beach clean ups.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Het trainen van minimaal vijftig startende studenten via de TUI Hospitality Academy. Het trainen van minimaal honderd studenten luchtvaartdienstverlening binnen de samenwerking Partnership for Talent en TUI Cabin Crew Academy in 2016. Het voortzetten van het jaardoel 2015. Het draaien van een pilot voor vrijwilligerswerk onder het vliegend personeel in onder andere Gambia, binnen de kaders van TUI Care Foundation. Het uitreiken van de TUI Benelux Duurzaam Toerisme scriptie award voor de beste bachelor scriptie op het gebied van duurzaam toerisme.

Begrippenlijst en afkortingen

ANVR

Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) is de brancheorganisatie die de belangen behartigt van ondernemingen in de reisbranche, waaronder touroperators en reisagenten. TUI Nederland heeft een lidmaatschap.

Boekjaar

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

CO₂-voetafdruk

CO₂ (koolstofdioxide, kooldioxide of koolzuurgas genoemd) is het meest bekende broeikasgas. De CO₂-voetafdruk (ook wel carbon footprint of CO₂-emissie-inventaris genoemd) is een inventarisatie van de CO₂-uitstoot als gevolg van de bedrijfsactiviteiten.

DTO

De reisbrancheorganisatie ANVR richt zich op maatschappelijk verantwoord ondernemen onder de noemer Duurzaam Toeristisch Ondernemen (DTO). Het programma gaat in 2016 onder de naam 'Better Holidays' verder.

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 (bijvoorbeeld Travelife), in bezit zijn van een internationale milieumanagementstandaarden (bijvoorbeeld ISO 14001 en EU-Ecolabel) en/of gecertificeerd zijn door een standaard met grote internationale erkenning (bijvoorbeeld Green Key). Deze accommodaties nemen bijvoorbeeld vergaande maatregelen voor water, energie en afval, behandelen medewerkers eerlijk, gebruiken regionale producten en zijn actief betrokken bij de lokale bevolking.

Fte

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

Gedifferentieerde accommodaties

Gedifferentieerde accommodaties zijn unieke hotelketens of -formules die een duidelijke meerwaarde bieden aan de vakantieganger. Dit is in tegenstelling tot 'gemeengoed' accommodaties, ook wel 'commodity' accommodaties genoemd.

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 geaccepteerde criteria voor duurzaam toerisme en voor het creëren van vraag naar duurzaam reizen. TUI Group is vertegenwoordigd in het bestuur van GSTC en als concern lid van deze organisatie.

ISO 14001

ISO 14001 is een internationaal geaccepteerde norm die middels richtlijnen aangeeft waaraan een goed milieumanagementsysteem zou moeten voldoen. Een milieumanagementsysteem van een organisatie kan volgens deze norm worden gecertificeerd.

Travelife

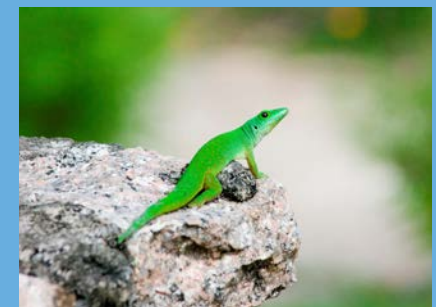
Travelife is een onafhankelijk Europees evaluatiesysteem voor sociale en milieuaspecten, zoals arbeidsomstandigheden voor medewerkers en energimanagement. Voor accommodaties, touroperators en reisagenten is een verschillend trainings- en evaluatiesysteem beschikbaar: Travelife for Accommodations, Travelife for Tour Operators en Travelife for Travel Agencies. Travelife is een GSTC-erkend label.

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.





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

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

Het jaarverslag is alleen online beschikbaar.

December 2015