



Vlaanderen
is toerisme



Door de bril van de bezoeker

Op weg naar meer kwaliteit en een betere bezoekerservaring
in attracties, bezoekerscentra, erfgoedsites en musea.

ZELFSCAN 5: Maatschappelijk verantwoord ondernemen

TOERISMEVLAANDEREN



WOORDJE UITLEG

Deze zelfscan is een zelfevaluatieformulier waarmee jij samen met je collega's globaal kan inschatten hoe ver je al bent gevorderd op de weg naar meer kwaliteit en een betere bezoekerservaring in jouw attractie, bezoekerscentrum, erfgoedsite of museum. Hij maakt deel uit van een set van zes zelfscans. Idealiter voer je die alle zes uit om (mede) op basis daarvan prioriteiten te stellen of een actieprogramma te ontwikkelen, maar je kan er net zo goed één uitpikken - bewust of op goed geluk - en daarmee starten.

IN TE VULLEN SCORES EN HUN BETEKENIS:

- nvt** → niet van toepassing
- 0** → nog geen actie(s) gedefinieerd of gepland
- 1** → actie(s) gedefinieerd en uitvoering gepland
- 2** → actie(s) in uitvoering maar afronding nog niet nabij
- 3** → actie(s) in uitvoering en afronding nabij
- 4** → actie(s) uitgevoerd en verdere opvolging ervan geregeld (evaluatie actie is ingepland)



De meeste **checkpunten** of vragen in deze zelfscan gaan op voor zowel musea als attracties, bezoekerscentra en erfgoedsites. Mocht een bepaald checkpoint in de zelfscan toch beter bij het ene dan bij het andere passen, en minder voor je eigen organisatie, kies dan voor de optie "niet van toepassing".



Wettelijke verplichtingen (met een directe of indirecte impact op dienstverlening of beleving) blijven in deze zelfscan buiten beeld.

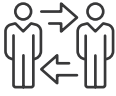
De zelfscan is bedoeld voor intern gebruik.

De informatie die uit de zelfscan voortkomt, moet vertrouwelijk behandeld worden en dient om acties rond kwaliteit in de eigen organisatie op te zetten. Het is nuttig om een zelfscan uit te voeren alvorens met een publieksbevraging te beginnen. Het vermijdt dat je bezoekers dingen vraagt die overbodig zijn.



Bepaalde stellingen die in eerste opzicht algemeen zijn omschreven, bevatten **groene tekst met extra informatie** ter verduidelijking.

Vul zo waarheidsgetrouw mogelijk in. Je hebt er **geen belang** bij om de **resultaten op te smukken**. Ben je van mening dat het item voor jullie niet belangrijk is, kies dan voor de optie “niet van toepassing”.



Twee weten meer dan één.

Overloop eventueel een deel van de items met een collega, of vul de lijst in met meerdere personen en leg dan de resultaten naast elkaar. Je kunt de discussie dan beperken tot de afwijkende scores. Het bespreken van de normeringen en hun scoring kan verrijkend zijn voor het kwaliteitsbesef, maar bewaak de invultijd. Bepaal eventueel vooraf de tijd om de scores binnen een groeidomein toe te kennen.



PER ACTIE IS ER RUIMTE WAAR JE EEN TOELICHTING KUNT GEVEN.

Doe dit zoveel mogelijk: het staft je score en helpt jou of een collega later te herinneren waarom je precies die score toekende.



Berekening totaalscore voor het domein:

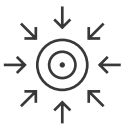
Neem enkel de relevante acties van het verbeterdomein in aanmerking, d.w.z. sluit de acties met score “n.v.t.” uit. Maak het totaal van de punten die je aan alle relevante acties toekende en relateer dit aan het maximum, zijnde het aantal relevante acties vermenigvuldigd met 4. Je kan het resultaat omvormen tot een percentage door het met 100 te vermenigvuldigen. Op een analoge manier kan je een score berekenen voor elk subdomein.



Wat het resultaat van de zelfscan aangaat:

Een hoge score is goed, maar een lage score is ook goed!

De zelfscan wil je gewoon een indicatie geven waar je staat. Vooral: op welke terreinen valt er nog veel winst te halen en waar zet je ontwikkelingsgewijs dus best op in? Het gaat m.a.w. niet om de score op zich, maar om het nemen van acties die de toegekende scores kunnen beïnvloeden.



Tot slot:

Laat je verbeteractieplan niet uitsluitend van de resultaten van de zelfscan afhangen.

Leg er ook de resultaten van andere meetinstrumenten (bijv. mystery visits, audits ...) en klantenfeedback naast. Hou ook rekening met bijvoorbeeld beleidsprioriteiten of vroegere ervaringen en acties.

Wij adviseren ook om de zelfscan nadat deze is ingevuld binnen het jaar opnieuw in te vullen. Op deze manier kunnen de resultaten met elkaar worden vergeleken en kan progressie worden gemeten.



MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

		SCORES					TOELICHTING	
5.1	DUURZAAMHEIDSBELEID							
5.1.1	Wij werken systematisch en planmatig aan de verduurzaming van ons aanbod en onze werking.	nvt	0	1	2	3	4	
5.1.2	Een medewerker en/of team coördineert het verduurzamingstraject.	nvt	0	1	2	3	4	
5.1.3	Wij hanteren een meetsysteem en monitoren onze vooruitgang op het gebied van duurzaamheid.	nvt	0	1	2	3	4	
5.1.4	We hebben bij onze duurzaamheidsmaatregelen altijd expliciet oog voor bezoeker en bezoekerservaring. <i>Impact, informatie en betrokkenheid.</i>	nvt	0	1	2	3	4	
5.2	ECOLOGISCHE DUURZAAMHEID							
5.2.1	Wij beschikken over een actueel en geldig eco-label van een erkende instelling. <i>Bijv. De Groene Sleutel of Blauwe Vlag.</i> <i>Ook als we (nog) niet over een label beschikken, is er minstens aandacht voor:</i> <ul style="list-style-type: none"> <i>• beheersen energieverbruik en CO2 uitstoot (verwarming, klimaatregeling, installaties, voertuigenpark ...)</i> <i>• zuinig gebruik van (drink)water, andere grondstoffen en materialen;</i> <i>• afvalbeheer (vermijden, verminderen, scheiden, recycleren);</i> <i>• biodiversiteit, ontharding en vergroening;</i> <i>• kwaliteit van het binnenklimaat (verluchting, geluidshinder, emissies).</i> 	nvt	0	1	2	3	4	
5.2.2	Wij communiceren ter plaatse en in onze media over toegekende eco-labels.	nvt	0	1	2	3	4	
5.2.3	Wij betrekken bezoekers actief bij het vermijden van afval, bij het sorteren en recycleren van producten, bij het spaarzaam omgaan met water en energie en dergelijke.	nvt	0	1	2	3	4	

5.2.4	Onze uitspraken m.b.t. milieu-prestaties zijn op feiten gebaseerd, net als de info op de website en in brochures.	nvt	0	1	2	3	4	
5.2.5	Onze beelden en informatie in ons communicatiemateriaal laten verantwoord gedrag t.a.v. mens en milieu zien.	nvt	0	1	2	3	4	
5.2.6	Ook in onze shop en re-ca hebben we oog voor de ecologische duurzaamheid. <i>Denk aan productaanbod (lokaal/korte keten), vermijden wegwerpmateriaal, slim inkoop- en voorraadmanagement (verspilling!), zuinig en duurzaam energiegebruik, duurzame klimaatregeling.</i>	nvt	0	1	2	3	4	
5.3	ECOLOGISCHE DUURZAAMHEID - VERVOER EN BEREIKBAARHEID							
5.3.1	Wij moedigen in onze communicatie bezoekers aan om onze site te bezoeken met de fiets, te voet, of met het gemeenschappelijk/openbaar vervoer. In onze bereikbaarheidsinformatie komt individueel gemotoriseerd vervoer altijd laatst.	nvt	0	1	2	3	4	
5.3.2	Onze site sluit goed aan op de netwerken voor openbaar vervoer en fietsen. Als dit niet zo is, spannen wij ons in om die aansluiting te verbeteren.	nvt	0	1	2	3	4	
5.3.3	Wij faciliteren het opladen van elektrisch aangedreven voertuigen (al dan niet tegen betaling).	nvt	0	1	2	3	4	
5.4	SOCIALE DUURZAAMHEID							
5.4.1	Ons personeelsbeleid staat garant voor inclusie & diversiteit, goede arbeidsvoorwaarden en betrokkenheid.	nvt	0	1	2	3	4	
5.4.2	Wij hanteren verminderde tarieven voor lagere inkomensgroepen. <i>Wij hanteren een verlaagd tarief voor o.m. jongeren/studenten, 65+; wij maken deel uit van het netwerk Iedereen verdient vakantie.</i>	nvt	0	1	2	3	4	

5.4.3	Wij gaan de samenwerking aan met lokale bewoners, ondernemers, organisaties en verenigingen. Op die manier versterken we de band met de omgeving evenals het maatschappelijk draagvlak voor onze activiteiten .	nvt	0	1	2	3	4	
5.5	SOCIALE DUURZAAMHEID: INCLUSIE EN TOEGANKELIJKHEID <i>De toegankelijkheid is verzekerd in alle onderdelen van de site, inclusief onder meer buiteninrichting, onthaal, catering, shop, zalen voor film/show/meetings. Inclusie is verzekerd als alle bezoekers zich welkom en gerespecteerd voelen.</i>							
5.5.1	Wij zijn toegankelijk voor bezoekers met een mobiele beperking (denk aan gepaste overbrugging van niveauverschillen, parkeerplaats dicht bij de ingang, onderrijdbare balies, voldoende brede deuren en doorgangen, aanwezigheid van liften, toegankelijke toiletten, opschriften op aangepaste hoogte ...).	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.2	Wij hebben voor bezoekers met een visuele beperking detectbare informatie voorhanden, werken met kleurcontrasten en zorgen voor een goede geleiding. <i>Denk aan audio, grootschrift, braille, voelmaquettes, ribbeltegels, geleidelijnen van entree naar voorzieningen, markering van niveauverschillen en glazen deuren. Als honden niet zijn toegelaten, geldt een uitzondering voor geleidehonden.</i>	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.3	Voor bezoekers met een auditieve beperking zorgen wij voor visueel uitgewerkte info en beleving, en voorzien wij een ringleiding. <i>Denk onder meer aan ondertiteling van video, uitgeschreven tekst bij audio en visueel alarmsignaal.</i>	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.4	Wij houden rekening met bezoekers die last hebben van astma en allergieën door bijv. gepaste ventilatie, het aanbieden van aangepaste diëten, het rookvrij houden van de ruimtes.	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.5	Wij hebben voor bezoekers met autisme eenvoudige, concrete communicatie, passen duidelijke visuele informatie toe, vermijden overprikkeling. <i>Bied een visueel autisme stappenplan aan (toerismevoorautisme.be).</i>	nvt	0	1	2	3	4	

5.5.6	Wij communiceren in detail over de toegankelijkheidsmaatregelen en eventuele beperkingen van toepassing op onze site, zowel ter plaatse als in on- en offline media.	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.7	We beschikken over objectieve en gecontroleerde toegankelijkheidsinfo via Toegankelijk Vlaanderen doorlichting.	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.8	Als we de inrichting wijzigen, doen we dit volgens de principes van universal design/design for all.	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.9	Ook in ons sanitair, onze shop en re-ca hebben we oog voor inclusie en toegankelijkheid.	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.10	De website van de site en eventuele apps zijn ook goed bruikbaar voor mensen met een beperking. <i>Laat je site en app labelen door AnySurfer. Dit is een Belgisch kwaliteitslabel voor websites die toegankelijk zijn voor slechtzienden, blinden, kleurenblinden, ouderen en mensen met een handicap ... Ze zijn ook goed raadpleegbaar op kleine beeldschermen en in iedere webbrowser.</i>	nvt	0	1	2	3	4	
5.5.11	Als bezoekerscentrum hebben we een toegankelijkheidslabel A of A+. toerismevlaanderen.be/nl/thema/toegankelijkheid/A-label .	nvt	0	1	2	3	4	
5.6	SOCIALE DUURZAAMHEID - PRIVACY							
5.6.1	Wij respecteren de gegevensbescherming van onze bezoekers door uitdrukkelijk toelating te vragen voor de verzending van de nieuwsbrief, het deelnemen aan enquêtes, e.a.	nvt	0	1	2	3	4	
5.6.2	Wij delen geen bezoekersgegevens mee aan derden, tenzij wij hiervoor uitdrukkelijk toelating gevraagd hebben en de mensen hiervoor toelating gegeven hebben.	nvt	0	1	2	3	4	

5.7 ECONOMISCHE DUURZAAMHEID							
5.7.1	In onze bedrijfsvoering primeert de ontwikkeling van de organisatie op langere termijn op korte termijn successen. <i>Bijvb. print (promotie)materiaal op duurzaam papier af, milieuvriendelijke printers, het installeren van waterbesparende apparaten, gebruik maken van thermostatische kranen, enz.</i>	nvt	0	1	2	3	4
5.7.2	Onze organisatie is financieel gezond.	nvt	0	1	2	3	4
5.7.3	Wij verbeteren bestaande processen waardoor we efficiënter werken. <i>Het kern- of primair proces wat in het teken staat van de bezoeker. Het kunnen ook de ondersteunende processen zijn, zoals ICT, onderhoud, financieel, personeel, enz.</i>	nvt	0	1	2	3	4
5.7.4	Wij introduceren nieuwe producten, diensten en processen waardoor we effectiever zijn.	nvt	0	1	2	3	4

BIJNA KLAAR!

- Het totaal aantal items in deze vragenlijst bedraagt 33.
- Trek daar het aantal keren dat je “nvt” hebt geantwoord af en vermenigvuldig het verschil met 4. Dat is de maximumscore.
- Maak nu de optelsom van al je scores en relateer die aan het maximum.
- Vermenigvuldigd met 100 levert dat je scorepercentage op.

EERSTE EDITIE – 2024

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

MEER INFORMATIE

www.toerismevlaanderen.be

COPYRIGHTS

Africamuseum Tervuren © Christophe Vander Eecken / LAIF, STAM museum Gent

Dit document is uitsluitend bedoeld voor eigen gebruik, hetzij afgedrukt, hetzij digitaal. Het mag onder geen enkele vorm worden gepubliceerd zonder schriftelijke toelating van de uitgever.