

DUURZAAMHEID BEVORDEREN MET TOERISTISCH ONTHAAL

Verzameling deelnemersinput Ontmoetingsdag internationaal onthaal
(Toerisme Vlaanderen, 12 november 2024)

A. MOGELIJKE ACTIES

We maken in tegenstelling tot de workshop geen onderscheid tussen lopende of geplande acties. Dat onderscheid is hoofdzakelijk relevant voor individuele onthaalcentra. Voor de voltallige groep presenteren we het overzicht van mogelijke acties als een inspiratiebron en keuzemenu.

Het overzicht is beperkt tot het toeristisch onthaal. Vanzelfsprekend moet duurzaamheid binnen het beleid van een DMO ook doorgetrokken worden naar de aanbodsontwikkeling, de marketing en het bestemmingsmanagement in het algemeen.

1. Ecologisch duurzame toeristische onthaalcentra (TOC)

- voorbeeldfunctie TOC
maak zichtbaar dat je als onthaalcentrum én als DMO duurzaam bent én communiceer erover, zowel ter plaatse als in andere kanalen
- energiezuinigheid en reductie CO2-uitstoot
*Slimme thermostaat(kranen) en slimme instellingen; warmteverlies vermijden; oog voor energie-impact van servergebruik; ...
Omschakelen naar energiezuinige verlichting (led) en verwarming, weghalen niet-noodzakelijke beeldschermen en andere energieverbruikers, alert zijn voor sluipverbruikers.*
- transitie papier->digitaal (how-to-use the product brochures, routekaartjes, stadsplannen, cadeaubonnen, ...)
*Kies voor geleidelijkheid en hou de vinger aan de pols wat het gebruik betreft.
Maak een afweging tussen service/gebruiksgemak en duurzaamheid. Creëer een hybride aanbod met digitale alternatieven voor printaanbod en geef gebruikers een zetje richting het digitale (bijv. communiceer ruim hierover, bied het gratis of goedkoper aan, vermijd overvloedig aanbod van meeneem print).
Breng in je folderassortiment een prioriteitsorde aan en begin met het niet langer drukken van de minst prioritaire uitgaven. Overweeg print-on-demand, liefst met een klein prijskaartje.
Trek de lijn door naar printaanbod dat je aangeleverd krijgt van aanbieders in je bestemming of van andere bestemmingen. Door je keuze te goed motiveren zet je ook anderen aan het denken.*

Visit Brussels deelt geen gratis stadsplannetjes meer uit, maar vraagt 1 euro. Als bezoekers een stadsplan vragen gaan de onthaalmedewerkers daar bovendien niet zonder meer op in, maar peilen ze eerst naar de werkelijke noden. Vaak blijkt dan dat de bezoeker eigenlijk geen stadsplan hoeft. De besparingen die men realiseert door minder drukwerk en de opbrengsten uit de verkoop van print worden geïnvesteerd in het vergroten van de toegankelijkheid.

Visit Ieper bouwt het aantal printexemplaren van zijn toeristische brochure af ten voordele van een groeiende digitale oplage. Downloaden kan via links op de online communicatiekanalen of met QR-code op fysieke touchpoints.

Brugge biedt 5 wandelingen aan in zijn Visit Bruges Route app.

Meer en meer bestemmingen bieden digitaal wandelnetwerken aan met virtuele routes en knooppunten (bijv. wandelnetwerk Zoniënwoud dat direct aansluit op de onthaalpoorten).
- doordacht oplagebeleid m.b.t. print, evaluatie en waar mogelijk afbouw oplages

- drukwerk op milieuvriendelijk papier en met milieuvriendelijke inkt
- voorkom afval en verspilling; beperk verpakkingen; als je draagtasjes aanbiedt, dan liefst herbruikbare, geen plastic
- recyclage (folders, gidsjes, kaarten, ...) en gebruik van gerecycleerde producten
Visit Mechelen heeft een inzamelpunt voor gebruikte bezoekersgidsen van de Sint-Romboutstoren. De 'toonbare' exemplaren worden opnieuw verdeeld.
- duurzaam aanbod van producten en souvenirs (cf. levensduur producten, labels, lokale productie, ...)
Dit geldt ook voor het onthaalproductenaanbod buiten het TOC, denk aan signalisatie en bebording of inrichting start- en rustpunten
- drinkwatertappunt of -fontein in het onthaalpunt...
- Investeer een deel van je omzet in ecologische duurzaamheidsacties- en projecten
- experimenteer met innovaties i.v.m. duurzaamheid

Relocatie of renovatie van TOC als superopportunity

- ontharding (onder meer m.b.t. parkings; wadi)
- vergroening (aanplant, groendak/daktuin, groenperk)
- nieuw TOC als mogelijke hefboom voor stadsontwikkeling (grotere projecten)
- goede aansluiting bij OV
- goede aansluiting bij bezoekersstromen
- architecturale kwaliteit en beeldwaarde
- reductie ruimtebeslag
- grijswatercircuit (opvang en gebruik regenwater)
- met flexibele/modulaire inrichting gaan je meubilair en opstellingen langer mee
- gebruik duurzame materialen zoals FSC-hout
- energiezuinigheid, beperken energieverliezen en transitie van fossiele naar hernieuwbare brandstof en warmterecuperatie

Isolatie, vierseizoensglas, zonnepanelen, warmtepompen, geo- en riothermie

2. Betrokkenheid van / draagvlak bij / voordelen voor de bewoners

- betrek bewoners en lokale verenigingen met geregelde communicatie over het toerisme in je bestemming

- probeer meer bewoners over de vloer van het TOC te krijgen, bijvoorbeeld door de toerismebalie en vrijetijdsbalie te integreren of bij elkaar te laten aansluiten of door een onthaalactie gericht op nieuwe inwoners.
Tervuren heeft zijn toeristisch onthaal geïntegreerd in het vrijetijdscentrum.
 - ontwikkel onthaalproducten die zowel voor bezoekers als voor bewoners interessant zijn (vb. culinaire fiets- of wandelroutes; sportieve routes; bewegwijzering en bebording; 'duurzame' geschenkbonnen; zoektochten)
 - schakel locals in als wandel- of fietspeters, peters voor infoborden e.d. en geef die bewoners ook een plaats geven in de toeristische communicatie
 - onthaal bewoners als VIP in je TOC
Zorg dat je onthaal ook voor bewoners verwelkomend, relevant en kwaliteitsvol is, zodat ze je dienst kennen, en er fan en ambassadeur van worden.
 - onthaal via bewoners: inschakelen vrijwilligers in TOC, ambassadeurswerking via (al dan niet bekende) bewoners; greeterswerking; bewoners als stadsgids; digitale chat met bewoners (pool) via Visit-website of -app.
Meestal wordt hiervoor een beroep gedaan op vrijwilligers. Motiveren en motivatie hooghouden is daarom cruciaal. Opleiding en een code kunnen helpen om een zekere uniformiteit in de uitvoering te krijgen, maar hou de instap laagdrempelig. Beloon met aandacht en waardering.
- In Antwerpen loopt een project met [City Hosts](#). Dit zijn aanspreekbare burgers met liefde voor hun stad die bezoekers graag en veelal spontaan helpen als ze toevallig in de buurt zijn. Men brengt deze hosts samen in een community. Maar iedere host bepaalt zelf hoever die gaat in engagement. In de toekomst wil men in Het Steen een ontmoetingsplek creëren waar bezoekers ook in contact kunnen komen met city hosts.*
- In Kortrijk geven bewoners via een chatbot tips aan bezoekers. Geraardsbergen zet bewoners in als greeter.*
- In Amsterdam kan je een andere kant van de stad leren kennen met [rondleidingen door \(ex\) dakloze mensen](#).*
- promotie 'toerist in eigen stad'
Halle stimuleert zijn inwoners om met 10.000 stappen-wandeling de eigen streek te verkennen
 - participatie bewoners bij visie- en planvorming en onthaalprojecten
De participatie kan structureel of occasioneel zijn en opgezet worden in verschillende gradaties, tot en met co-creatie.
 - financiële bijdrage uit omzet aan lokaal sociaal doel
Stad Mechelen biedt een inclusieve stadswandeling aan en huldigt daarbij het principe van 'betaal wat het je waard is'. Opbrengst gaat naar mensen die leven in armoede.
 - faciliteren contact bezoeker-bewoner vb. bij events of via storytelling in TOC
Maak bezoekers nieuwsgierig naar bepaalde plekken of aspecten van je bestemming door persoonlijke getuigenissen van bewoners.
 - fierheid bewoners over hun plek verhogen via de belangstelling vanwege bezoekers
Visit Aalst faciliteert het contact tussen carnavalisten en bezoekers en zorgt dat de locals trots worden op de belangstelling van niet-Aalstenaren.

3. **Betrokkenheid van/draagvlak bij/voordelen voor de ondernemers**

- verkoop lokale producten/korte keten/start-ups in TOC en/of andere onthaalpunten (food/terroir, gadgets en souvenirs, ambachtelijke producten, ...)
Probeer de verkoop van producten te verbinden met lokale tradities of eigenheden, vb. producten uit glasatelier Glazen Huis Lommel, stroop van Haspengouws fruit in Borgloon, producten met link naar lokale POI's in Antwerp city shop
- betrek ondernemers (minstens logiesbedrijven en belangrijkste POI's) bij de verspreiding van toeristische info en inspiratie (waar mogelijk digitaal vb. via extranet, eventueel ook print zoals stadsplannetjes, brochures). Ondersteun dit met goed relatiebeheer, vorming/ervaringsuitwisseling en een online systeem voor bestelling en monitoring.
Visit Brussel bezorgt nog enkel gratis stadsplannetjes aan erkende hotels.
- met onthaalproducten kan je bezoekers fysiek en online toeleiden naar meest duurzame ondernemers en hen betere zichtbaarheid geven (omgekeerd: ontmoedigen ...)
*Breda biedt een 'groene route', creatieve route, ... aan en behoudt voor duurzame partners ook bevoorrechte plekken in het onthaalcentrum
Brugge geeft voor bepaalde acties voorrang aan aanbieders met een Green Key label*
- verkoopmarges differentiëren (lager voor duurzame producten, lokale, beginnende, gelabelde, ... ondernemers)
- ambassadeurswerking en gastheerschap via ondernemers
Opgelet: dit vergt een goede omkadering en opvolging.
- promotie en ondersteuning duurzaamheidsacties bij lokale onthaalpartners
- betrekken via relevante communicatie over toerismebeleid/-acties en laagdrempelige (online) vorming
Structurele betrokkenheid kan georganiseerd worden via adviesraad, logiesoverleg en dergelijke. In de regel gaan die organen over het gehele toerismebeleid, dus komt het erop aan om ervoor te zorgen dat de onthaalfunctie hierin voldoende aan bod komt.
- betrekken via co-creatie van nieuwe onthaalproducten
- betrekken via partnerevents
- promotie-acties 'toerist in eigen stad' voor ondernemers met het oog op ontwikkeling kennis, betrokkenheid en onthaalreflex.

4. **Vanuit het toeristisch onthaal duurzaam gedrag bij bezoekers en ondernemers/partners bevorderen**

- spreid bezoekersstromen in tijd en ruimte: piekafhankelijke communicatie, promotie en advies, dynamische prijszetting, inzet signalisatie en bebording, promotie randparkings, tijdelijke verkeerscirculatiemaatregelen bij evenementen, promotie routenetwerken, spreiden van tijdelijk aanbod (events) in tijd en ruimte...

Touringcars vergen op het gebied van circulatie en parkeren een specifieke aanpak

Bij evenementen kan je tijdelijke omleidingen doorgeven aan navigatie-apps met het oog op een vlotter en veiliger verkeer en een ontlasting van bepaalde buurten.

Breng bij bezoekers van je bestemming ook het aanbod in de wijdere regio onder de aandacht.

- stimuleer drinkwatergebruik (vb. tappunt in TOC; verkoop gebrande drinkflessen in TOC)
- sensibiliseer en stimuleer bezoekers om het eigen afval mee te nemen
 - geen vuilnisbakken is tegenwoordig gemeengoed in nationale parken*
- zoek hoe je relatie tussen bezoekers en je bestemming kan verdiepen (aanmoedigen herhaalbezoek, langere verblijfsduur, promotie slow tourism, ...)
 - Biedt bijvoorbeeld aan wie via jou boekt of informatie/inspiratie krijgt de mogelijkheid om van je aanbod op de hoogte te blijven via social media, nieuwsbrief of andere media;*
 - Promoot je bestemming ook als uitvalsbasis voor verkenning en beleving van de wijdere regio (outdooractiviteiten, natuur- en platteland, routegebonden recreatie, ... Laat je daarbij niet afschrikken door institutionele barrières, maar denk vanuit het lange termijn belang van je bestemming en de beleving van de bezoeker. Door aanbod van stad en omgeving gelijktijdig onder de aandacht te brengen, verhoog je de kans op een langere verblijfsduur en herhaalbezoek.*
- speel met onthaal (communicatie, city-pass, ...) in op duurzame mobiliteit
 - aanmoedigen gebruik OV (zie bijv. het [Hoppin-aanbod](#)), faciliteren deelmobiliteit, inspelen op 'voetafstand', (elektrische) pendelbussen inleggen naar centrum vanuit randparkings of treinstations, fietsen aanmoedigen en ondersteunen, fietsonthaalpunten (zie bijv. [fietsservicepunt De Lilse Bergen](#))*
- geef bezoekers een zetje om digitale media te gebruiken (bijv. met QR-codes of door die media zelf te gebruiken in het TOC bij het helpen van bezoekers)
- integreer duurzaamheid in citypass (voor grotere steden)
- promoot vanuit de onthaalsituatie ook aanbod in de bredere regio
- non-communicatie over toeristische activiteiten met negatieve impact op lokale bevolking en milieu
- ga weloverwogen om met promotie van 'hidden-gems'
- algemeen: nudging (financieel, communicatief) werkt beter dan het opgestoken vingertje.

B. SUCCESFACTOREN

We leggen de nadruk op elementen van de interne omgeving die sterk mee bepalen hoe succesvol je duurzaamheidsacties zullen zijn. Faalfactoren komen niet aan bod, tenzij impliciet want de afwezigheid van een succesfactor is een faalfactor.

1. HR

- voldoende personeel met de juiste kwalificaties en correcte verloning
- opleiding, participatie, diversiteit & welzijn medewerkers
 - Hoe hou je onthaalmedewerkers gemotiveerd, zeker in de wetenschap dat de verloning in het algemeen niet super is en er vaak buiten de normale werkuren gepresteerd moet worden? Investeer in opleiding en groeimogelijkheden, zorg voor functionele en comfortabele werkomstandigheden en een goede teamspirit, zorg voor een afwisselende jobinhoud of jobrotatie, betrek medewerkers regelmatig en actief bij het*

onthaalbeleid, ... Als je veranderingen introduceert, betrek ze dan in een vroegtijdig stadium en luister naar hun bezorgdheden en ideeën. Speel met goed verandermanagement in op (verwachte of feitelijke) weerstand. Toon waardering voor je medewerkers en kom voor hen op.

- introduceer de rol van duurzaamheidscoördinator
In de praktijk kan een aanspreekpunt 'duurzaamheid' binnen het onthaalteam volstaan. Het aanspreekpunt staat in contact met de duurzaamheidscoördinator van de gemeente, maakt deel uit van het duurzaamheidsteam en is de aanjager van duurzaamheidsontwikkeling binnen het TOC en onthaalteam.
- voor de medewerkers worden gezonde snacks, leidingwater/glazen kannen, herbruikbare drinkbekers, koffie met duurzaamheidslabel, ...voorzien
- zorg voor een functionele en papierarme werkomgeving
- vermijd automobilititeit en moedig fiets- en OV-gebruik gebruik aan voor pendelverkeer en dienstverplaatsingen; speel in op het aanbod van deelmobilititeit

2. ORGANISATIE

- zorg voor doorstroming vanuit en naar centraal duurzaamheidsbeleid van je stad of gemeente; zorg voor externe inbedding duurzaam onthaal; dienstoverschrijdende coördinatie, overleg en samenwerking (bijv. met lokale economie of milieu/ruimte; interne duurzaamheidscommunicatie)
- definieer KPI's en monitor prestaties, verbruik, sentiment, impacten ...; periodieke duurzaamheidsscan
- duurzaamheidsteam
- duurzaamheidslabel voor onthaalgebouw
- hanteer duurzaamheid als beoordelings- of uitsluitingscriterium in overheidsopdrachten of samenwerking
Verplicht bijv. herbruikbare bekertjes op evenementen. Eis duurzaamheidslabels. Geef bij vergelijkbaar aanbod de voorkeur aan lokale leveranciers. Opgelet: als overheid discrimineren op basis van duurzaamheid vergt een stevig afwegingskader. Wat labels betreft: het opzetten van een eigen systeem heeft veel schaalnadelen. Speel waar mogelijk in op bestaande labels zoals Groene sleutel, Blauwe vlag.
- interne PR en reputatie verzorgen
- politieke steun en draagvlak!
- sterk draagvlak bij ondernemers en partners
Ga vanuit hun realiteit en doelstellingen op zoek naar win-wins, spreek (ook) hun taal, maak het concreet, kom je beloftes na, onderhoud je relaties, ... Het is ook niet erg om met een beperkte groep of met kleine acties aan de slag te gaan, maar vind manieren om van daaruit anderen te overtuigen en te groeien (ambassadeurschap, communicatie, opleidingen, ...). Steek beter geen energie in manifeste non-believers. Bouw je relatie stapsgewijs uit: Stel je eerst de vraag welke meerwaarde je zou kunnen bieden en kijk daarbij naar een breed gamma van instrumenten: promotionele ondersteuning, kennisdeling, productontwikkeling, ervaringsuitwisseling en netwerkfacilitatie, (weder)verkoop en bemiddeling, kwaliteitswerking, ... Zorg vervolgens ervoor dat de functie 'toeristisch onthaal' duidelijk aanwezig is in de communicatiekanalen waarmee je DMO de relatie met aanbieders ondersteunt.

Naarmate je meer meerwaarde biedt, kan je ook vragen dat aanbieders zich achter jouw doelen scharen: mee hun rol spelen in het onthaal, ambassadeurschap, duurzaamheid, toegankelijkheid, branding en reputatieversterking, verkoop, ...

- samenwerking met externe partners
Kom op voor een milieuvriendelijk vervoersaanbod is, bevorder dat het zichtbaar is (fysiek en in de communicatiekanalen) en de toegang ertoe laagdrempelig (prijs, communicatie, complexiteit), ook voor bezoekers die er maar eenmalig of occasioneel gebruik van maken.

- ondersteuning door provincie/hogere overheid, bijv. met actiekaders, toolkits, best/worst practices, vormingsmomenten, ...
Bijv. Reizen naar Morgen, gastvrijheid Limburg, zelfscan digitaal onthaal, Iedereen Verdient Vakantie, transitieprogramma ecologische duurzaamheid,

3. MEERJARENPLANNING & BUDGETTERING DUURZAAM TOERISME (i.h.b. toeristisch onthaal)

- voldoende financiële middelen
*budget wordt vaak genoemd als drempel.
subsidies kunnen fungeren als hefboom voor lokaal beleid*

- participatieve opzet

- toon ambitie

- toepassen principes plancyclus (goed overdenken-uitvoeren-evalueren-bijsturen), zowel voor duurzaamheidsstrategie (meerjarenplanning) als -acties

4. DATA & KENNIS

- ervaringsuitwisseling (intern en extern)
voorbeelden: Reizen naar Morgen netwerk; onthaaloverleg Kunststeden

- inspirerende, praktische voorbeelden (liefst gebundeld op centrale plek)

- info-aanbod
Informatieaanbieders moeten zich bewust zijn van het risico op 'overkill' en een teveel aan ongefilterde informatie.

- kennismakelaars
Voorbeeld: [Westtoer](#)

- benchmarks

- monitoring
Bijv. tweeejaarlijks bewonersonderzoek grote steden naar toeristisch draagvlak.