Vlaanderen
is toerisme

Meten van de florerende bestemming

THEORETISCHE ANALYSE

Kennishub
Toerisme Vlaanderen
Grasmarkt 61
1000 Brussel

TOERISMEVLAANDEREN

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE 1

1 INLEIDING – HET OPVOLGEN VAN DE FLORERENDE BESTEMMING 2

1.1 Nieuwe noodzaak vanuit de beleidsnota 2

1.2 De verschillende bouwstenen voor het opvolgen van de florerende bestemming 3

1.3 Inhoud van het rapport 4

2 THEORETISCHE ACHTERGROND 5

2.1 Bewoners: bewonersstudies en 'quality of life' 5

2.2 Bezoekers: 'tourist experience' en de transformerende kracht van toerisme 7

2.3 Ondernemers/economie: duurzame bedrijfsmodellen 8

2.4 De plek: milieu-indicatoren, de ecologische voetafdruk en macro-economische effecten 11

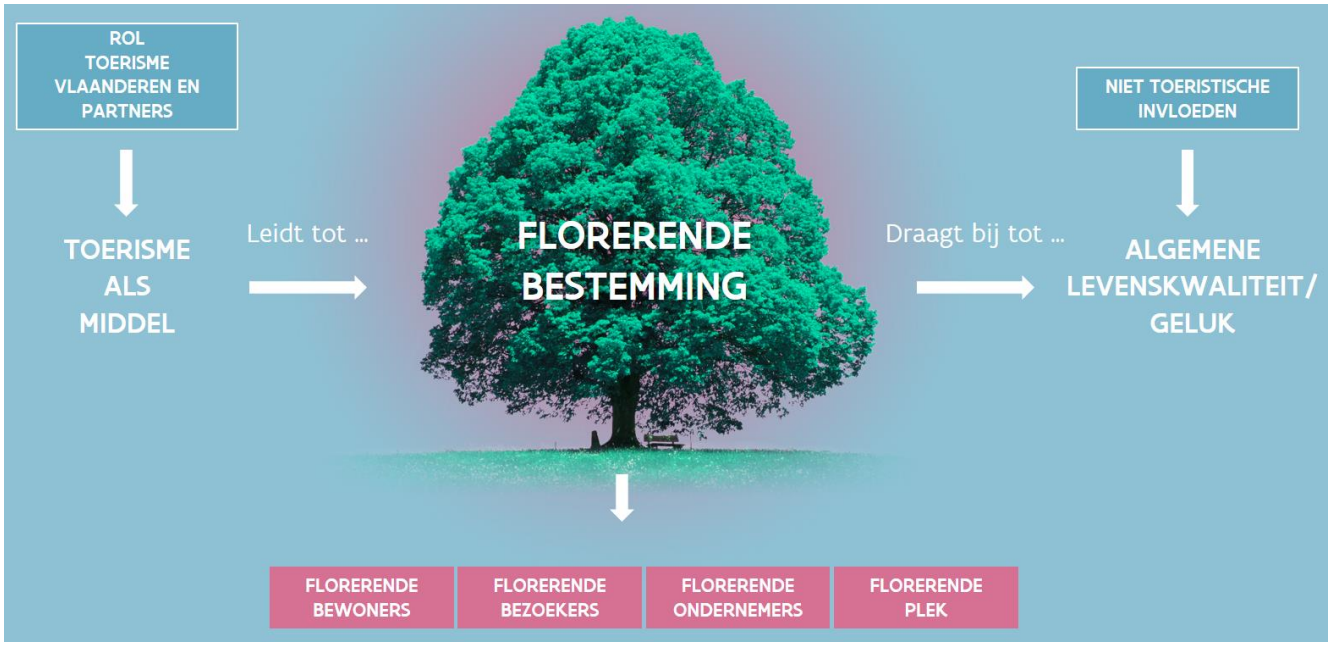
3 REFERENTIES 12

1 INLEIDING – HET OPVOLGEN VAN DE FLORERENDE BESTEMMING

1.1 Nieuwe noodzaak vanuit de beleidsnota

In de beleidsnota Toerisme 2019-2024 (https://www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/assets/documents_SUBSIDIES/beleidsnota_toerisme2019-2024.pdf), wordt er een nieuwe visie voor toerisme vooropgesteld die uitgaat van de positieve kracht van toerisme om bij te dragen tot een bloeiende, innovatieve, inspirerende en kwalitatieve reisbestemming ten bate van bewoners, ondernemers en bezoekers. Naast de strategische en operationele doelstellingen die richting geven aan de verwezenlijking van een florerend toerisme, biedt de nieuwe visie eveneens een uitdaging met betrekking tot het **meten en evalueren van de toestand van de bestemming**.

Toerisme Vlaanderen zet zich als strategie-en kennisgedreven overheidsdienst maximaal in om de positieve kracht van toerisme te versterken. Het is hierbij belangrijk om het onderscheid te maken tussen de rol en directe effecten van de werking van Toerisme Vlaanderen, en meer algemene indicatoren omtrent de staat van de bestemming (zie Figuur 1). Het agentschap streeft de florerende bestemming na als einddoel en probeert dit te bereiken door eigen acties, maar ook door het bereiken, informeren, ondersteunen en inspireren van andere spelers in de toeristische sector. De uiteindelijke staat van de bestemming is dan ook een gezamenlijk doel waarbij Toerisme Vlaanderen een partner is in een breder speelveld. Dit reflecteert zich in de gewenste indicatoren omtrent de bestemmingskwaliteit, die zich vaak op een hoger niveau bevinden dan de directe meetbare KPI's van de organisatie.



Figuur 1. Toerisme als middel voor het bereiken van een florerende bestemming

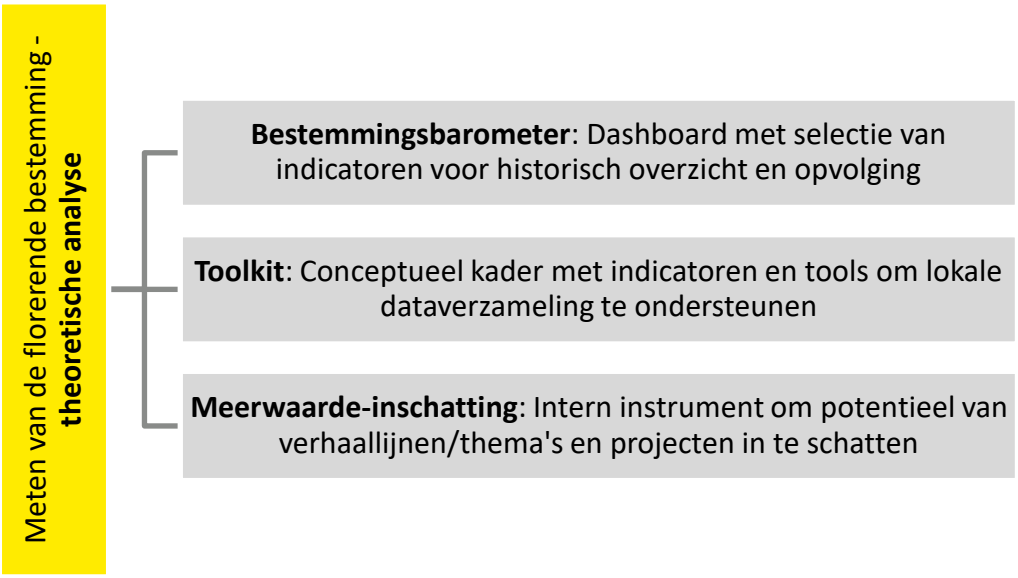
Het is duidelijk dat traditionele maatstaven (e.g. groei in aankomsten, bijdrage aan BBP) onvoldoende zijn, aangezien zij zich vooral binnen het economische spectrum bevinden. Een florerende bestemming vereist een positieve balans en synergie tussen economie, omgeving en mensen waarbij alle drie deze dimensies naar een hoger niveau getild worden dankzij een lokaal verankerd toerisme. Het idee van de florerende bestemming is vernieuwend en vooruitstrevend. Dit houdt echter beperkingen in voor de evaluatie ervan, aangezien veel potentieel interessante indicatoren onbeschikbaar zijn, bijvoorbeeld omdat ze technisch gezien niet verzameld worden (e.g. uitstoot van toeristische ondernemingen), omdat ze niet op lagere geografische niveaus beschikbaar zijn (e.g. bijdrage aan de regionale economie), of omdat ze kwalitatief van aard zijn en attitude-onderzoek door middel van surveys en diepte-interviews niet continu en op grote schaal kan gebeuren (e.g. bewonersonderzoek).

1.2 De verschillende bouwstenen voor het opvolgen van de florerende bestemming

Om de doelstelling van de florerende bestemming op te volgen, zijn verschillende benaderingen nodig:

a) Allereerst moet er een conceptuele invulling gegeven worden aan de concepten. Dit is het onderwerp van het huidige rapport Meten van de florerende bestemming – Theoretische analyse. Op basis van het bestuderen van reeds bestaande concepten en meetinstrumenten, wordt er een zo uitgebreid mogelijke interpretatie gegeven aan het idee van de florerende bestemming op basis van tastbare indicatoren.
b) Om de staat van de bestemming consistent in beeld te brengen, moeten de theoretische indicatoren vervolgens zoveel mogelijk verzameld en gevisualiseerd worden, bij voorkeur in historische tijdreeksen. Dit wordt nagestreefd in de Bestemmingsbarometer. Omwille van de nood aan meetbaarheid en consistentie is de Bestemmingsbarometer noodzakelijkerwijze een vereenvoudiging van de theoretische basis, ingevuld op basis van beschikbaarheid van data.
c) Omdat een florerende bestemming best zo lokaal mogelijk benaderd wordt, wordt de theoretische basis ook vertaald in een Toolkit. Het doel van de Toolkit is om op basis van het conceptueel kader praktische tools aan te reiken die toelaten om op lokaal niveau ad hoc data te verzamelen, indien gewenst.
d) De Bestemmingsbarometer en Toolkit kijken naar het verleden en het heden. Daarom is er een bijkomend instrument nodig voor een strategische vooruitblik. Dit is de functie van de Meerwaarde-inschatting – op het niveau van verhaallijnen/thema's en op projectniveau. De Meerwaarde-inschatting is een intern instrument dat is bedoeld om op voorhand de meerwaarde in te schatten voor bewoners, bezoekers, ondernemers en de plek bij het maken van strategische en projectmatige keuzes. Hiervoor is de inschatting voor een deel gebaseerd en geïnspireerd op de theoretische analyse en de Toolkit.

De combinatie van deze vier bouwstenen zorgt dus voor een theoretische onderbouwing van het concept dat gevisualiseerd wordt in een vereenvoudigd dashboard (de Bestemmingsbarometer), uiting geeft aan ontwikkelde indicatoren en praktische tools voor het verzamelen van nieuwe data op lokaal niveau (de Toolkit) en ondersteuning geeft aan strategische keuzes op basis van een potentieelinschatting (de Meerwaarde-inschatting).



Figuur 2. Bouwstenen voor het opvolgen van de florerende bestemming

1.3 Inhoud van het rapport

In het vervolg van dit rapport gaat de aandacht naar de theoretische analyse die inzicht geeft in de samenstelling van de dimensies van de florerende bestemming. De analyse maakt gebruik van een literatuuronderzoek om de meest relevante raakvlakken te onderscheiden tussen de verschillende domeinen (bewoners, bezoekers, ondernemers, plek) en reeds bestaande concepten en meetinstrumenten.

2 THEORETISCHE ACHTERGROND

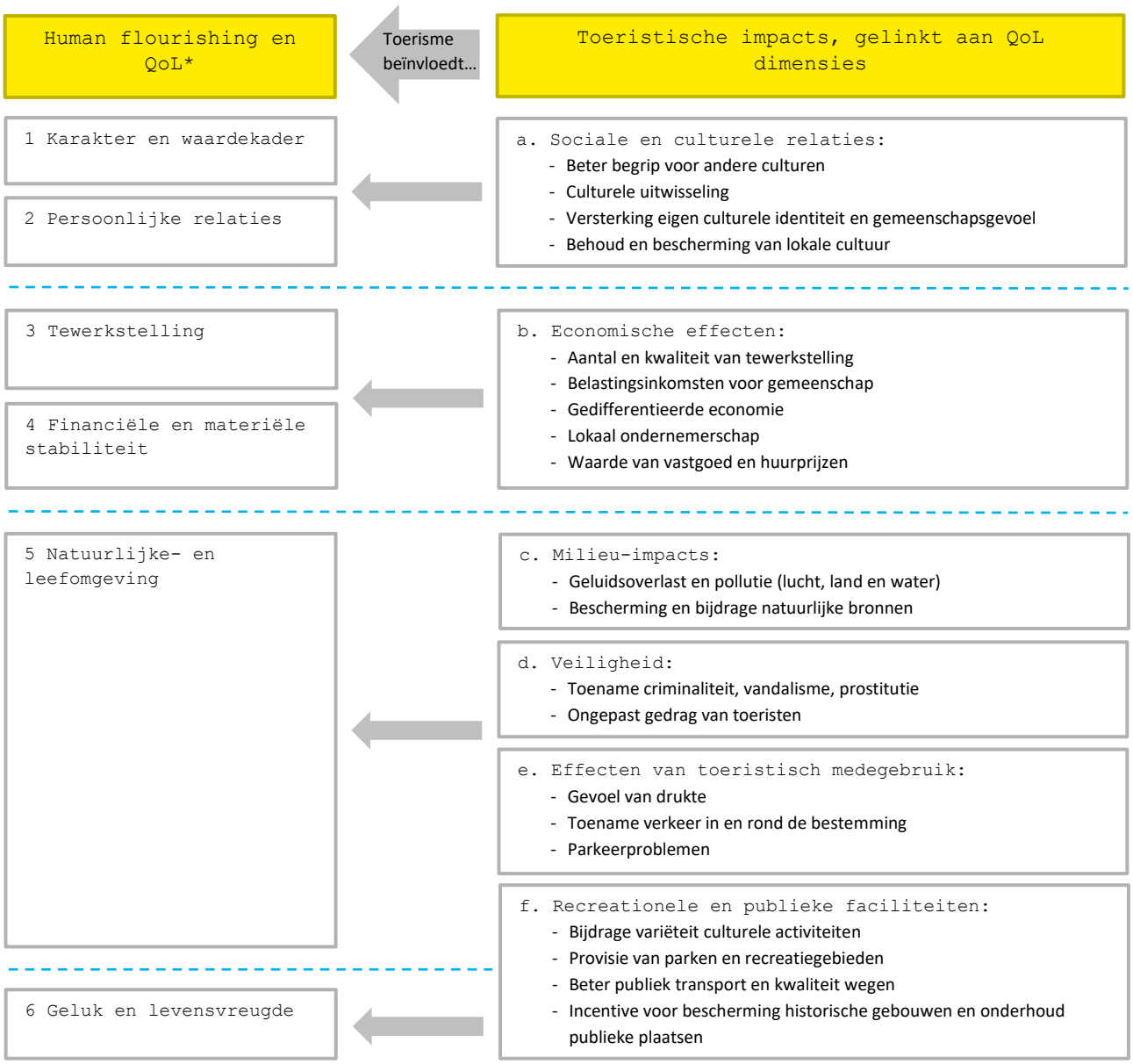
Het idee van de florerende bestemming vertoont gelijkenissen met verschillende stromingen binnen wetenschappelijk onderzoek en het bredere maatschappelijke debat. Als algemeen kader is er uiteraard de literatuur omtrent duurzaamheid en duurzame ontwikkeling die sinds het Brundtland-rapport (WCED, 1987) veel aandacht heeft gekregen en de verschillende pijlers van een bestemming met elkaar in evenwicht probeert te brengen. Specifiek voor toerisme heeft UNWTO (2004) een handboek ontwikkeld rond duurzaamheidsproblemen en significante indicatoren hieromtrent. Probleem blijft echter dat duurzaamheid een complex concept is met veel sub-dimensies die vaak moeilijk meetbaar en nog moeilijker vergelijkbaar zijn. Dit probleem stelt zich specifiek wanneer onderzoek probeert te komen tot het creëren van 'magic numbers' (i.e. index-getallen die een variëteit aan variabelen proberen samen te brengen). Dergelijke mate van vereenvoudiging leidt niet tot een werkbaar managementinstrument. Anderzijds hebben beleidsmakers nood aan een eenvoudige, behapbare set van indicatoren.

Het lijkt dan ook relevanter om de focus eerder te leggen op een beperkt aantal sub-dimensies van het toeristisch systeem (i.e. de bestemming en de belanghebbenden) en op dit individuele niveau relevante concepten en indicatoren te bestuderen.

2.1 Bewoners: bewonersstudies en 'quality of life'

Binnen de bewonersdimensie kunnen we verschillende studiegebieden onderscheiden die inhoudelijk aan elkaar gelinkt zijn. Beginnend met het meest algemene concept, 'human flourishing', beschouwt VanderWeele (2017) zes domeinen om na te gaan in hoeverre individuen kunnen floreren: geluk en levensvreugde, mentale en fysieke gezondheid, betekenis en doel, karakter en waardekader, persoonlijke relaties, en financiële en materiële stabiliteit. Deze zes factoren kunnen verder aangevuld worden met studies omtrent algemene 'quality of life' (QoL) aangezien de florerende bestemming in essentie inhoudt dat de levenskwaliteit van een plaats moet beschermd/verbeterd worden. Eurostat (2017) onderscheidt op deze manier – naast de eerder genoemde domeinen (i.e. materiële en economische levensomstandigheden, gezondheid, en vrije tijd en sociale interacties) – nog enkele bijkomende factoren: tewerkstelling en andere activiteiten, onderwijs, governance en basisrechten, en natuurlijke- en leefomgeving. Op deze manier bekomen we tien brede domeinen van QoL.

Het is echter duidelijk dat een dergelijk brede benadering weinig directe raakvlakken heeft met toerisme. Het is dan ook belangrijk om te identificeren waarop toerisme specifiek kan inspelen. Dit kunnen we bekomen door 'human flourishing' en algemene QoL te linken met de toerismespecifieke QoL benaderingen. Vertrekkend vanuit de algemene QoL benadering van Schalock (1996), identificeren Andereck en Nyaupane (2011) zo 38 meetitems die vereenvoudigd kunnen worden tot acht factoren. Vergelijkbare dimensies vinden we terug in toeristische impactstudies bij bewoners, die reeds een decennialange geschiedenis hebben, (e.g. Ap & Crompton, 1993; Boley et al., 2014; Lundberg, 2017; Toerisme Vlaanderen, 2017). De factoren uit deze studies kunnen samengevat worden als: effecten van toeristisch medegebruik, veiligheid, sociale en culturele relaties, milieu-impacts, recreationele faciliteiten, en economische effecten. Figuur 3 linkt deze toerismespecifieke impacts aan de corresponderende algemene QoL dimensies.



* Noot: De QoL-dimensies 'Mentale en fysieke gezondheid', 'Onderwijs', 'Governance' en 'Betekenis en doel' worden niet beïnvloed door toerisme

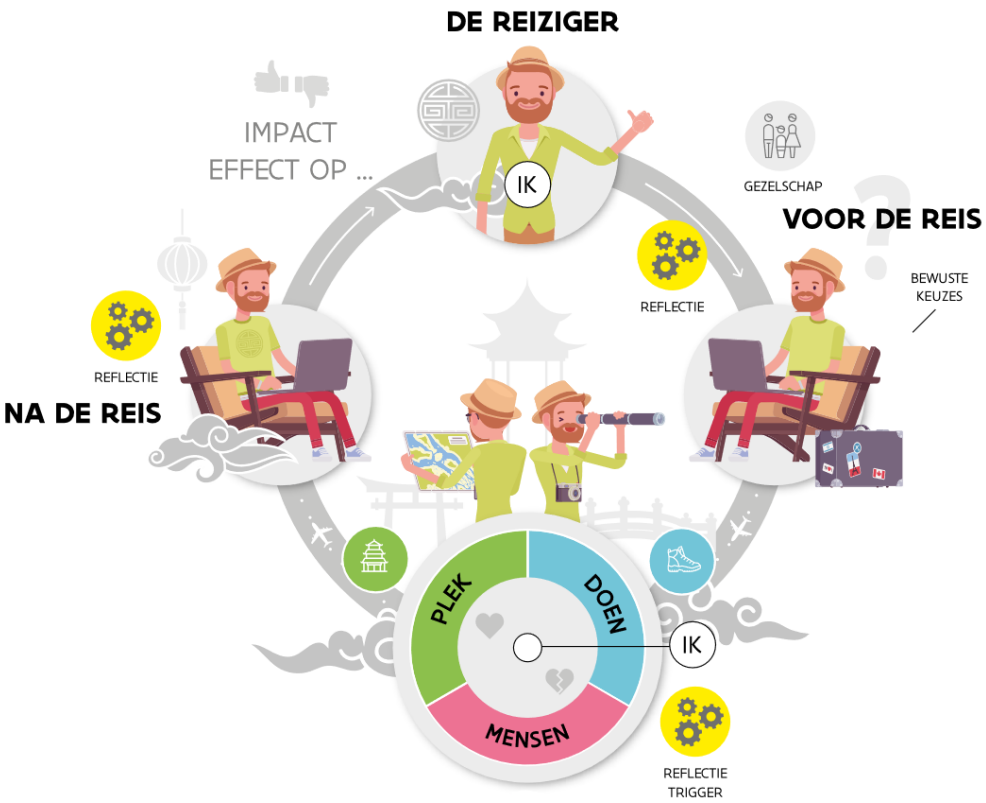
Figuur 3. Dimensies en operationalisering van florerende bewoners (Bron: Eigen bewerking)

Uit de grafische weergave kan afgeleid worden dat niet alle domeinen van algemene QoL worden beïnvloed door toerisme en dit is ook logisch. Kijken we bijvoorbeeld naar de 'governance' dimensie, dan kunnen we wel afleiden uit het bewonersonderzoek van Toerisme Vlaanderen (2017) dat een meer inclusief beslissingsproces de steun voor toerisme verhoogt. Dit betekent echter niet dat toerisme als katalysator leidt tot een meer open en democratische overheid. We dienen dus een onderscheid te maken tussen de rol van toerisme als katalysator (e.g. toerisme verhoogt het lokale jobaanbod) en de manier waarop toerisme gemanaged en ondersteund wordt (e.g. via een open overheid, door goede toerisme-opleidingen, etc.).

Vanuit het model is ook duidelijk dat er een bepaalde overlap bestaat in indicatoren voor de heterogene groepen (bewoners, bezoekers, ondernemers) en de plaatsspecifieke karakteristieken. Zo hebben de milieu-impacts bijvoorbeeld veel raakvlakken met de plek en zijn economische effecten gelinkt aan de toeristische ondernemers. Belangrijk is echter dat het binnen het domein van de bewoner gaat om **subjectieve percepties** hieromtrent, die kunnen verschillen van de effectieve toestand.

2.2 Bezoekers: 'tourist experience' en de transformerende kracht van toerisme

Niettegenstaande de 'tourist experience' reeds tot veel onderzoeksinteresse heeft geleid, ontbreekt het hier aan een degelijke operationalisering. Zoals aangegeven door Park en Santos (2017) ligt de complexiteit in het feit dat de toeristenervaring holistisch en gefaseerd is, opgebouwd uit gelinkte processen en dynamieken tussen anticipatie, transport, on-site ervaringen en reflectie. Omwille van die redenen, wordt onderzoek naar de toeristische beleving vaak gevoerd vanuit een 'participative inquiry', rekening houdend met co-creatie van kennis en contextuele effecten van reis, bestemming, cultuur en voorgaande ervaringen (e.g. Ingram et al., 2017). Algemeen kan gesteld worden dat de toeristische ervaring deels prospectief (i.e. voorafgaand aan de ervaring), deels actief en deels reflectief is en verder gaat dan het historische idee rond 'expectancy disconfirmation'.



Figuur 4. De reiservaring doorheen de 'visitor journey' (Bron: Toerisme Vlaanderen, 2018)

Het is duidelijk dat informatie rond de transformerende kracht van toerisme eerder in een kwalitatieve benadering moet liggen die betekenis geeft aan de recollectiefase. Uit het grootschalige luisteronderzoek van Toerisme Vlaanderen konden op die manier lange termijn impacts van toerisme gevonden worden omwille van 'ontmoeten' (mensen), 'ondergaan' (plek) en 'activiteiten' (doen). Op consistente manier zulke inzichten verwerven is echter moeilijk en de waarde van dergelijk onderzoek ligt eerder in het bieden van diepgaande inzichten dan in een evaluatie of monitoring ervan in een structureel meetkader.[1]

[1] Om toch ook een plaats te geven aan emotionele belevingsaspecten zou 'sentiment analysis' op basis van 'user-generated content' kunnen gebruikt worden.

Terzelfdertijd gaat het te ver om te stellen dat elke toeristische ervaring een transformerend karakter heeft (e.g. in het luisteronderzoek van Toerisme Vlaanderen gebeurde de impactvolle beleving voor 22% van de ondervraagden meer dan 10 jaar geleden). Een meer beperkte en pragmatische benadering van de toeristische ervaring als zijnde `toeristische tevredenheid over de kwaliteit van de bestemming` *is eenvoudiger te modeleren. Verder bouwend op Sarra et al. (2015) en de multi-dimensionaliteit van het toeristische product (Smith, 1994) en de toeristische ervaring kunnen we volgende kwaliteitsdimensies onderscheiden:*

Elementen van het toeristisch	Kwantitatieve indicatoren
Betrokkenheid	Persoonlijke contacten tussen toeristen en bewoners/andere bezoekers/dienstverleners
Keuzevrijheid	Aanbod en variatie in attracties, activiteiten, accommodatie, gastronomie
Gastvrijheid	Sfeer, Lokale mensen
Dienstverlening	Toeristische informatie, Toeristische dienstverlening
Fysieke elementen	Veiligheid; Netheid; Publiek transport; Verkeer; Accommodatie; Architectuur; Eten en drinken; Tradities; Cultuur; Uitgaan; Weer

Figuur 5. Dimensies en operationalisering van florerende bezoekers (Bron: Eigen bewerking)

Voor al deze kwantitatieve indicatoren die deels tastbare en deels ontastbare aspecten van de toeristische beleving omvatten (en linken aan plaats, activiteiten en mensen), kunnen dan tevredenheidsscores verzameld worden tijdens of na de reis.

2.3 Ondernemers/economie: duurzame bedrijfsmodellen

Recente literatuur omtrent duurzaamheid van ondernemingen wijst op de link tussen duurzaamheid en veerkracht van ondernemingen die opereren in een onzekere en turbulente omgeving (e.g. Winnard, Adcroft, Lee & Skipp, 2014). Bedrijven worden hierbij gezien als complexe adaptieve systemen. Het idee is dat de finale doelstelling van bedrijven ligt in duurzaamheid van de bedrijfsprocessen – als een juiste balans tussen 'people, profit, planet' – dat hierbij een competitief voordeel biedt. Hierbij wordt eveneens gesteld dat duurzaamheid van een onderneming niet inhoudt dat er enkel positieve effecten worden gegenereerd voor alle kapitalen. Veerkracht of 'resilience' heeft betrekking op de mate waarin een bedrijfsresultaat kwetsbaar is voor mogelijke externe schokken. Weerbaarheid kan zowel operationeel gedefinieerd worden (waarbij specialisatie en optimalisatie belangrijke drivers zijn) als strategisch (waar diversificatie belangrijk is). Aangezien een florerende onderneming vooral gericht moet zijn op lange termijn doelstellingen en leefbaarheid, is de combinatie tussen duurzame bedrijfsprocessen en de simultane ontwikkeling van een veerkrachtig systeem, een noodzakelijke combinatie.

De `lange termijn visie omtrent bedrijfssucces` zit expliciet vervat in de Future-Fit Business Benchmark (F2B2) met de toekomstige 'required state' als vierde benchmark. Kurucz et al. (2017) bespreken hoe F2B2 een raamwerk biedt om operationele bedrijfsmodellen te meten en evalueren, waardoor de theorie perfect past binnen de noden van de florerende bestemming. Conceptueel gezien wordt gestart vanuit algemene duurzaamheidsprincipes (onder de assumptie dat het lange termijn succes van bedrijven afhangt van de continue beschikbaarheid van bronnen voor het productieproces). Deze wetenschappelijke

duurzaamheidsprincipes (zowel op natuurlijk als op sociaal vlak) worden vertaald in bedrijfsprincipes die op hun beurt de finale bedrijfsdoelstellingen bepalen. Finaal worden er op basis van deze

bedrijfsdoelstelling dan kernindicatoren geïdentificeerd. Hoewel bepaalde bedrijfsdoelstellingen specifiek kunnen zijn aan bepaalde ondernemingen, ontstaat er hierdoor een brede algemene basis die steeds vertrekt vanuit de algemeen maatschappelijke duurzaamheidsnoden. In tegenstelling tot 'corporate social responsibility' waarbij nog steeds vertrokken wordt van de ondernemingsdoelstellingen, is F2B2 eerst en vooral gestoeld op maatschappelijke noden vanuit het idee dat ondernemingen maatschappelijke meerwaarde dienen te creëren.

Omgekeerd kunnen er echter wel bruikbare indicatoren geleend worden uit de bestaande literatuur omtrent duurzame bedrijfsvoering en 'corporate social responsibility', aangezien deze studies reeds een langere geschiedenis kennen en er significante overlap bestaat tussen de Future-Fit dimensies en de dimensies omtrent duurzame bedrijfsvoering (Bae & Smardon, 2011). Met andere woorden, net zoals bij de bewonersdimensie waar de meer praktische bewoners- en impactstudies kunnen ingepast worden in de meer algemene concepten, kunnen duurzame bedrijfsindicatoren hier geselecteerd worden op basis van hun bijdrage aan toekomstgerichte florerende ondernemingen.

Future-Fit	Future-Fit Break-Even	Indicatoren uit duurzame
1 Gebruik natuurlijke bronnen	• Energieverbruik 100% hernieuwbaar • Waterverbruik is geoptimaliseerd • Natuurlijke bronnen worden gemanaged met respect voor ecosystemen, mensen en dieren	• Totaal watergebruik • Totaal materiaalgebruik in operaties • Totaal energiegebruik en aandeel hernieuwbare energie
2 Uitstoot operationele processen	• Operationele emissies veroorzaken geen schade aan mens of milieu • Geen uitstoot broeikasgassen • Afval uit operaties wordt geminimaliseerd • Locatie van operatie respecteert ecosystemen en gemeenschapsgrenzen	• Emissies van broeikasgassen • Geproduceerd niet-recycleerbaar afval • Aandeel gevaarlijk afval • Grijs water uit operationele processen • Aantal vastgestelde milieu-overtredingen
3 Effecten producten/services	• Producten veroorzaken geen schade aan mens of milieu • Producten stoten geen broeikasgassen uit • Producten kunnen hergebruikt worden • Productadvertenties zijn eerlijk, ethisch en promoten verantwoord gebruik • Feedback van klanten wordt gezocht en transparant behandeld	
4 Tewerkstelling	• Gezondheid van personeelsleden wordt gevrijwaard • Personeelsleden verdienen tenminste minimumloon • Personeelsleden krijgen eerlijke werkvoorwaarden • Personeelsleden krijgen niet te maken met discriminatie op de werkvloer • Feedback van personeelsleden wordt eerlijk en transparant behandeld	• Aantal personeelsleden uit etnische minderheden, ouderen, vrouwen • Tewerkstellingscreatie en turnover • Aantal trainingsuren per personeelslid • Aantal werkongevallen • Ziekteverzuim • Ratio salaris mannen/vrouwen
5 Ethische bedrijfsvoering	• Gezondheid van de gemeenschap wordt gevrijwaard • Bedrijfsvoering gebeurt op ethische wijze • Belasting wordt correct betaald en op de locatie waar eveneens negatieve impacts plaatsvinden • Lobbying gebeurt enkel in functie van 'future-fit' doelstellingen	• Deelname aan vrijwillige kwaliteitssystemen (groene sleutel, ISO, etc.) • Aantal ondernemingen dat environmental accounting uitvoert
6 Financiële resultaten	• Financiële bronnen vrijwaren de toekomstige bedrijfsvoering • Inkoopprocedures vrijwaren de focus op een 'future-fit' bedrijfsvoering	• Jaarlijkse omzet en winst • Jaarlijkse operationele kosten • R&D investeringen • Gemaakte milieu-investeringen • Rentabiliteit en solvabiliteit

Figuur 6. Dimensies en operationalisering van florerende ondernemers (Bron: Eigen bewerking)

2.4 De plek: milieu-indicatoren, de ecologische voetafdruk en macro-economische effecten

De plek is een essentiële factor in het model van de florerende bestemming, aangezien de bestemming gebonden is aan een locatie. Daar waar er binnen de bewoners-, bezoekers- en ondernemersdimensie voornamelijk aandacht besteed wordt aan sociale effecten (vaak op basis van percepties), is de plaats meer gelinkt aan bredere milieukwaliteiten en macro-economische effecten die beïnvloed worden door de toeristische activiteiten. Op het vlak van het milieu is het concept van de ecologische voetafdruk in toerisme (Hunter & Shaw, 2007) potentieel interessant door de directe link die er gelegd wordt tussen de draagkracht van een locatie – nodig om een bepaald niveau van consumptie te ondersteunen – en toeristische consumptie. Daar waar veel duurzaamheidsmodellen voornamelijk oog hebben voor het lokale, ligt het voordeel van de ecologische voetafdruk in het feit dat ook transit regio's mee in beeld worden gebracht (via het verplaatsingsgedrag). Het lijkt eveneens theoretisch logisch dat gesteld wordt dat een plaats enkel kan floreren indien de biosfeer het gestelde consumptiegedrag duurzaam kan ondersteunen, waardoor de berekening van het 'industrieel metabolisme' van een populatie of economie een belangrijke indicator is. De ecologische voetafdruk kan zowel top-down (via de nationale rekeningen) als bottom-up (via individueel consumentengedrag berekend worden) en aggregeert informatie omtrent energie, eten en drinken, grondstoffen en water, transport-gerelateerde impact, afvalproductie en emissies, en het verlies aan productief land door bebouwing. Het kan daarom gesteld worden dat deze ecologische voetafdruk sterk gelinkt is aan de belangrijkste milieu-indicatoren uit het "Key environmental indicators" rapport van OECD (2008) die 10 milieu-aspecten behandelen: klimaatverandering, ozonlaag, luchtkwaliteit, afvalproductie, waterkwaliteit, waterverbruik, bosgebruik/ontbossing, visgronden, energiebronnen en biodiversiteit.

Niettegenstaande geven Hunter en Shaw (2007) zelf aan dat de ecologische voetafdruk slechts een onderdeel kan zijn van een bredere set aan ecologische (en ook sociale en economische) indicatoren om een volledig beeld te schetsen van de duurzaamheid van een bestemming. Terwijl de percepties rond sociale indicatoren expliciet gelinkt zijn aan de verschillende stakeholdergroepen (bewoners, bezoekers, ondernemers), is het eveneens van belang naar objectieve gegevens hieromtrent te kijken (i.e. de absolute aantallen monumenten, culturele evenementen, beschermde natuurgebieden, etc.). Binnen het economisch veld is het eveneens belangrijk verder te kijken dan de micro-economische effecten (die vervat zitten in de ondernemingsdimensie). Het goed gedocumenteerde multiplicatoreffect maakt duidelijk dat economische effecten van toerisme (net zoals de ecologische impacts) ook de wijdere regio beïnvloeden.

3 REFERENTIES

Andereck, K.L., & Nyaupane, G.P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research, 50*(3), 248-260.

Ap, J., & Crompton, J.L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research, 32*(1), 47-50.

Bae, H., & Smardon, R.S. (2011). Indicators of sustainable business practices. In E. Broniewicz (Ed.), *Environmental management in practice* (pp. 177-206). Rijeka, Croatia: InTech.

Boley, B.B., McGehee, N.G., Perdue, R.R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research, 49*, 33-50.

Eurostat (2017). *Final report of the expert group on quality of life indicators: 2017 edition.* Luxembourg City, Luxembourg: Eurostat.

Hunter, C., & Shaw, J. (2007). The ecological footprint as a key indicator of sustainable tourism. *Tourism Management, 28*(1), 46-57.

Ingram, C., Caruana, R., & McCabe, S. (2017). PARTicipative inquiry for tourist experience. *Annals of Tourism Research, 65*, 13-24.

Kurucz, E.C., Colbert, B.A., Lüdeke-Freund, F., Upward, A., & Willard, B. (2017). Relational leadership for strategic sustainability: practices and capabilities to advance the design and assessment of sustainable business models. *Journal of Cleaner Production, 140*, 189-204.

Lundberg, E. (2017). The importance of tourism impacts for different local resident groups: A case study of a Swedish seaside destination. *Journal of Destination Marketing & Management, 6*(1), 46-55.

OECD (2008). *Key environmental indicators.* Paris, France: OECD.

Park, S., & Santos, C.A. (2017). Exploring the tourist experience: A sequential approach. *Journal of Travel Research, 56*(1), 16-27.

Sarra, A., Di Zio, S., & Cappucci, M. (2015). A quantitative valuation of tourist experience in Lisbon. *Annals of Tourism Research, 53*, 1-16.

Schalock, R.L. (1996). *Quality of life: Conceptualization and measurement, Vol. 1.* Washington, D.C.: American Association on Mental Retardation.

Smith, S.L.J. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research, 21*(3), 582-595.

Toerisme Vlaanderen (2017). *Bewonersonderzoek toerisme*. Beschikbaar op https://www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/assets/documents_KENNIS/onderzoeken/Samenvatting_bewonersstudies_5_kunststeden.pdf

Toerisme Vlaanderen (2018). *Grootschalige luisteroefening: 'Op zoek naar de kracht van reizen'. Samenvattend eindrapport juli 2018.* Beschikbaar op https://a.storyblok.com/f/50482/x/d2a39f0631/grootschalige-luisteroefening-op-zoek-naar-de-kracht-van-reizen.pdf

UNWTO (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations. A guidebook.* Madrid, Spain: UNWTO.

VanderWeele, T.J. (2017). On the promotion of human flourishing. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 31,* 8148-8156.

WCED (1987). *Our common future.* Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.

Winnard, J. Adcroft, A., Lee, J., & Skipp, D. (2014). Surviving or flourishing? Integrating business resilience and sustainability. *Journal of Strategy and Management, 7*(3), 303-315.