

**TETRA
DOL**

DUURZAAM ONDERNEMEN
VOOR KLEINSCHALIGE LOGIES



RESULTATEN INDIVIDUELE ANALYSE 2025 OVERVIEW LOGIES

Met steun van:

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



Vlaanderen
is ondernemen

THOMAS
MORE



MEDIA & TOURISM RESEARCH

Inhoud

1. Focuspunten van dit onderzoek	3
1.1. Vier thema's binnen duurzaam ondernemen voor logies	4
1.2. De customer journey als leidraad	5
2. Duurzaam ondernemen in uw logies – overzicht	7
2.1. Overview	8
2.2. Duurzaamheidsniveaus voor logies	9
3. Logiesscan o.b.v. 4 thema's	10
3.1. Interne organisatie & bedrijfsvoering	10
3.2. Lokale betrokkenheid & samenwerking	14
3.3. Infrastructuur (en producten)	18
3.4. De klant & communicatie	22
4. Samenvatting	27
5. Aan de slag	28

1. Focuspunten van dit onderzoek

Via deze weg grijpen we graag nog eens de kans om u te bedanken voor uw deelname aan het Tetra-project “duurzaam ondernemen voor logies”. Uw aandacht voor duurzaam ondernemen is ontzettend waardevol op de weg naar de toekomst.

Dit Tetra-project heeft als hoofddoel om u als logiesuitbater **inzicht** te bieden in de mogelijkheden om duurzaam te ondernemen in de toeristische sector. Om dit te realiseren is het belangrijk om eerst te kijken hoe duurzaam uw huidige aanbod vandaag al is en waar er mogelijk opportuniteiten liggen.

U heeft hiervoor een **as-is analyse** ingevuld waarvan dit rapport het resultaat is. In dit rapport worden de sterktes en verbeterpunten van uw bedrijf met betrekking tot een duurzame ondernemingsstrategie aan de oppervlakte gebracht. U zal op basis van dit rapport meer inzicht krijgen in welke mate u vandaag voor onderdelen in uw bedrijfsvoering, misschien onbewust, al duurzaam onderneemt en voor welke onderdelen er nog **opportuniteiten ter verbetering** zijn.

Deze resultaten worden verder in dit Tetra-project ingezet als middel om op een neutrale wijze het duurzame groeipotentieel van u, als toeristische ondernemer, te belichten met het potentieel om deze naar een **duurzaam businessplan** te ontvouwen. Het Tetra-projectteam hoopt op deze manier bij te dragen om uw aanbod nóg duurzamer te maken zonder daarbij aan comfort in te boeten voor uw gasten.

In het volgende hoofdstuk krijgt u eerst een **overzicht van uw duurzame acties per thema**. In het hoofdstuk erna zoomen we in op elk van deze thema's. Dit rapport is een startpunt opdat u als ondernemer inzicht kan verwerven op strategisch niveau en zo doordachte keuzes kan maken in de verdere uitbouw van uw duurzaam business model.

Dit is een as-is analyse op maat van uw logies. Het is het resultaat van een ingevulde vragenlijst met meer dan 100 ja/nee/niet van toepassing- vragen & -stellingen. De uitkomst is **maatwerk op basis van het aanbod van uw logies**. Uiteraard kunnen verschillende types van logies zoals: B&B's, hotels, jeugdlogies, vakantieparken, campings en vakantiewoningen niet allen op identiek dezelfde manier beoordeeld worden omwille van het verschil in aanbod. Daarom is er in de vragenlijst de antwoordmogelijkheid: niet van toepassing. Dit betekent dat de percentages in dit rapport niet vergelijkbaar zijn met concullega's. Niet alle categorieën bevatten immers dezelfde criteria net omwille van het maatwerk. Dat kan ervoor zorgen dat de weging verschilt. Daarom worden percentages in dit rapport niet gecommuniceerd maar werken we met graden. Door met graden te werken in plaats van percentages, verschuift de focus van exacte cijfers naar **ontwikkelingsgericht** denken. Zo ontstaat **ruimte voor reflectie en groei** in plaats van vergelijking en beoordeling. Opdat andere logies kunnen inspireren, wordt de mediaan wel opgenomen in de graden. Dit kan helpen wanneer u inzichten wenst te verzamelen rond een van de thema's waar uw onderneming nog opportuniteiten tot duurzamer ondernemen heeft.

Het spreekt voor zich dat dit rapport onmogelijk kan resulteren in vergelijkbare kwaliteitsbeoordelingen.

1.1. Vier thema's binnen duurzaam ondernemen voor logies.

Onder duurzaam ondernemen verstaan we **continu verbeteringsproces** waarin ondernemingen vrijwillig op systematische wijze economische, milieu, - en sociale overwegingen op een **geïntegreerde manier in de hele bedrijfsvoering** opnemen, waarbij overleg met stakeholders of belanghebbenden van de onderneming deel uitmaakt van dit proces.

Op basis van de literatuurstudie, brainstormoefeningen met de ambassadeurs uit de logiesector in dit project en diepte-interviews met kennisexperten duurzaamheid, bepaalden we 4 thema's als **onderbouwing van het business plan** van een duurzame logiesonderneming.

Deze 4 thema's zijn:

- Interne organisatie & bedrijfsvoering
- Lokale betrokkenheid & samenwerking
- Infrastructuur (en producten)
- De klant & communicatie

Deze thema's zijn onlosmakelijk verbonden met zowel uw bedrijfsvoering als met duurzaam ondernemen. Alle vragen in de nulmeting zijn gerelateerd aan één van deze 4 thema's. Duurzaamheid is immers een **holistisch concept** dat niet alleen betrekking heeft op infrastructuur maar ook communicatie, klantvriendelijkheid, dienstverlening... Ook deze elementen spelen een rol om de graad van duurzaamheid van uw aanbod in te schatten.

1.2. De customer journey als leidraad

In dit Tetra-project staat de **eindgebruiker of verblijfsgast**, **centraal** doorheen het hele onderzoekstraject. Zij zijn immers de reden van bestaan van uw logies.

Om de toetssteen met deze verblijfsgast te allen tijde te bewaren, is de as-is analyse opgebouwd aan de hand van **de customer journey** van de gasten van uw logies. De customer journey voor dit Tetra-project omhelst het hele traject dat de gast aflegt tijdens zijn/haar reis. Deze start dus bij het nemen van een beslissing om op reis te gaan en eindigt via 4 fases met het terugkeren naar huis en het herinneren/nagenieten van het bezoek.

Waarom is het belangrijk voor u om aandacht te hebben voor de customer journey van diverse eindgebruikers?

Als logiesverstrekker zijn **sommige delen van de reis** van de gasten **onzichtbaar voor u**. Dat mag echter niet betekenen dat u niet overweegt om hier even bij stil te staan. Denk bijvoorbeeld maar aan het boekingsproces. Dat gebeurt van thuis uit, zonder u. Het kan echter heel interessant zijn voor u om de ervaring en beleving van uw gasten verder te onderzoeken opdat u uw duurzaam aanbod in de taal van uw gewenste gasten presenteert.

Wij zijn ervan overtuigd dat de indeling volgens de **customer journey** een toegevoegde waarde is. Het biedt u immers de kans door de bril van uw verblijfsgasten/eindgebruikers naar uw onderneming te kijken doorheen hun hele reistraject. Dit kan helpen om via een transformatie uw duurzaam aanbod in uw onderneming nog gericht en bewuster aan te bieden en erover te communiceren op een manier die uw doelgroep aanspreekt.

De 4 fases van de customer journey die in de as-is analyse als leidraad gebruikt werden zijn:

1. Plannen & boeken
2. Reizen & toekomen
3. Verblijven
4. Terug naar huis en nagenieten



01

PLANNEN & BOEKEN



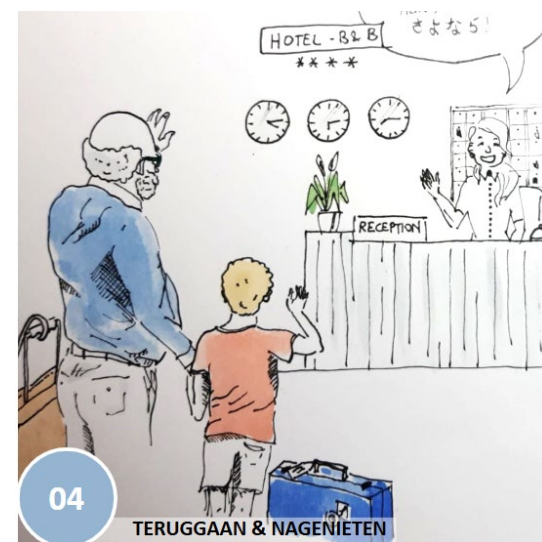
02

REIZEN & TOEKOMEN



03

VERBLIJVEN



04

TERUGGAAN & NAGENIETEN

2. Duurzaam ondernemen in uw logies – overzicht

In deel 1 van deze logiesscan kijken we vanuit een helicopterview naar uw huidige duurzaam business model op basis van 4 vooropgestelde thema's die een belangrijke invloed hebben op uw duurzame ondernemingsstrategie.

*Deze figuur dient van binnen naar buiten geïnterpreteerd te worden.

Hoe sterker uw resultaat naar buiten wijst, hoe duurzamer u voor dit thema al aan de slag bent. Bijgevolg: hoe meer uw resultaat naar binnen wijst, hoe meer werk aan de winkel om duurzamer te ondernemen voor dit thema.

De mediaan is een indicatie ter ondersteuning. Indien u merkt dat uw resultaat voor een van de thema's sterk afwijkt van dit van de mediaan dan kan u zich laten inspireren door anderen uit de sector die wat verder staan in hun duurzame inspanningen betreffende dit specifieke thema.

Let op: met behulp van deze visuele en vereenvoudigde voorstellingen van uw duurzaamheidsinspanningen in uw logies kiezen we bewust om positieve ontwikkelingen in kaart te brengen en verbeterpunten zichtbaar te maken. Het doel is om te streven naar progressie en uitbreiding van het potentieel. Dit is geen waardeoordeel.

2.1. Overview

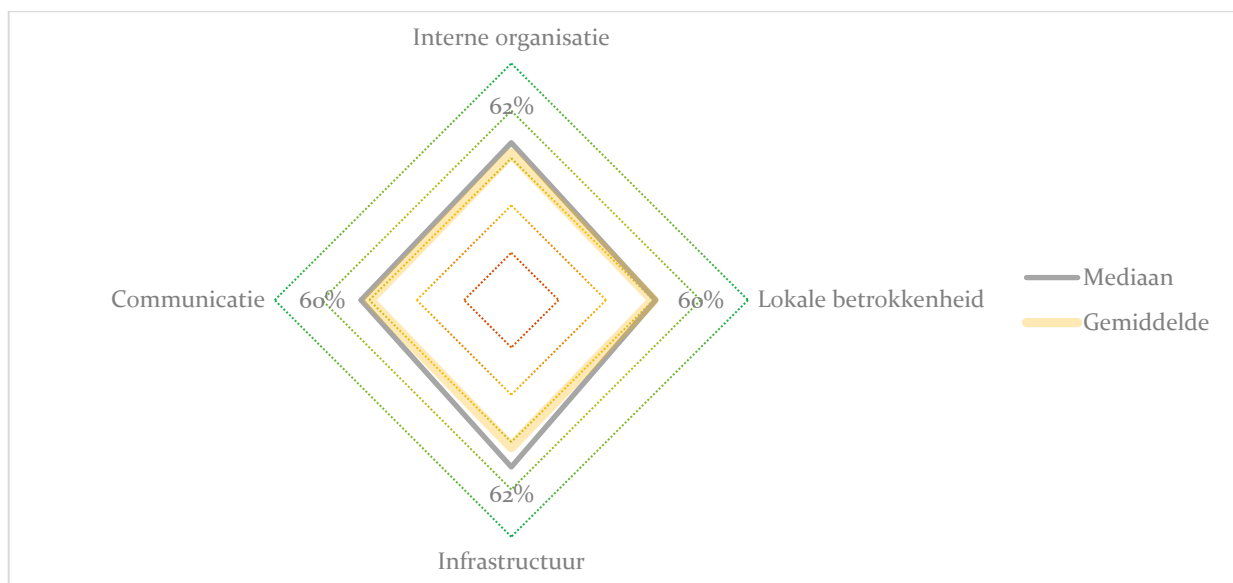


Fig. 1 – duurzaamheidsniveau/ thema

2.2. Duurzaamheidsniveaus voor logies *een groeipad naar duurzaam ondernemen*

Bij het beoordelen van duurzaam ondernemen binnen Vlaamse logies hanteren we gradaties die helpen om gericht te reflecteren en groeien. Elk niveau geeft weer waar het logies vandaag staat, en hoe het zich verder kan ontwikkelen binnen de vier duurzaamheidsthema's: interne organisatie, lokale betrokkenheid, communicatie en infrastructuur.

Rood (binnenkant)) – nog veel opportuniteiten tot verbetering

Uw logies bevindt zich aan het begin van het duurzaamheidsverhaal binnen dit thema. De fundamenteen zijn nog in opbouw of ontbreken grotendeels. Dit is echter geen tekortkoming, maar een uitnodiging om met frisse blik en gerichte acties aan de slag te gaan. De mogelijkheden tot vooruitgang zijn talrijk én haalbaar.

Oranje (binnenlijn) – op de goede weg maar er zijn nog kansen

Er zijn al duidelijke stappen gezet binnen dit thema en het bewustzijn groeit. Tegelijk zijn er nog diverse verbeterpunten die relatief eenvoudig kunnen worden aangepakt. U heeft de basis gelegd en bent klaar om uw inspanningen verder te structureren en verdiepen.

Groen – heel knap, (bijna) een duurzame logiesexpert

Binnen dit thema blinkt uw logies al sterk uit. Er is aandacht voor detail, continu verbeteren staat centraal en duurzaamheid is geïntegreerd in uw manier van werken. Met nog een paar kleine accenten overstijgt u de standaard en wordt u erkend als duurzame voortrekker.

3. Logiesscan o.b.v. 4 thema's

In deel 2 van deze logiesscan kijken we per thema naar uw huidige duurzaam business model.

*Deze en volgende speedometers dienen van links (rode kleur = minder duurzaam) naar rechts (groene kleur = duurzaam) geïnterpreteerd te worden.

3.1. Interne organisatie & bedrijfsvoering

Duurzaam ondernemen binnen de eigen organisatie en bedrijfsvoering

Dit thema gaat over hoe uw logies de eigen werking zo duurzaam mogelijk kan organiseren. Het gaat uiteraard niet alleen over milieumaatregelen. Ook sociale en economische keuzes die bijdragen aan een gezonde toekomst worden bekeken in het kader van uw bedrijf en de omgeving.

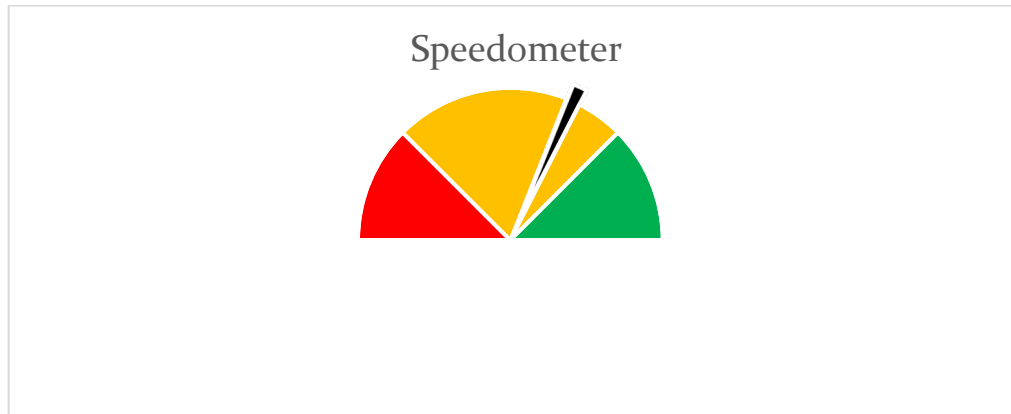
Zo onderzochten we in de logiesscan samen of er al een duidelijke visie aanwezig is op vlak van duurzaamheid en of die visie ook is uitgewerkt in een concreet actieplan. Daarbij horen vragen zoals: weten we welke inspanningen we kunnen/willen leveren bv. meten we onze CO₂-uitstoot, en leveren we inspanningen om dit te verkleinen waar mogelijk?

Ook de dagelijkse werking komt aan bod: van het gebruik van duurzame bouw- en renovatietechnieken, tot afvalbeheer, het tegengaan van voedselverspilling en het digitaliseren van administratie.

Daarnaast gaat het over sociale betrokkenheid, zoals het toegankelijk maken van het aanbod voor kwetsbare doelgroepen, het stimuleren van duurzaam vervoer door personeel, en het uitwisselen van kennis via netwerken of opleidingen.

Tot slot wordt gekeken naar de rol van de gasten. Worden zij geïnformeerd over duurzame initiatieven tijdens hun verblijf? Wordt hun mening gevraagd om verder te verbeteren? Het doel is om een beeld te krijgen van waar het logiesbedrijf nu staat, en welke stappen er mogelijk nog gezet kunnen worden om een duurzame strategie uit te bouwen in het logies.

Dit is uw speedometer voor het onderdeel: interne organisatie & bedrijfsvoering.



Oranje – op weg naar nog meer kansen.

Uw logies heeft al belangrijke stappen gezet en er is duidelijk aandacht voor duurzaamheid. Het bewustzijn groeit en de basis is gelegd. De volgende stap is om uw inspanningen te structureren en verder uit te bouwen.

Volgende stappen:

- ☐ Van losse acties naar structuur – bundel bestaande initiatieven in een concreet actieplan met meetbare doelen.
- ☐ Verdiepen in meten en bijsturen – start met het (regelmatig) berekenen van uw CO₂-uitstoot en het evalueren van afvalstromen. Stel bijvoorbeeld verbeterdoelen per kwartaal.
- ☐ Gastenbetrokkenheid – vertel gasten actief en met het nodige positieve enthousiasme over uw initiatieven en nodig hen uit om mee te doen, bijvoorbeeld via kamerinformatie of tijdens het ontbijt.
- ☐ Sociale component – onderzoek hoe uw logies toegankelijk kan worden voor kwetsbare doelgroepen of hoe u lokaal sociaal kan bijdragen.

Waarom?

Met relatief kleine aanpassingen wordt uw aanpak steviger, waardoor u zowel intern als naar gasten toe duidelijker kan laten zien dat duurzaamheid een vast onderdeel van uw bedrijfsvoering is.

Dit is het advies voor de andere categorie(ën). Ter inspiratie.

● Rood – ruimte voor een groeispuurt.

Uw logies staat aan het begin van het duurzaamheidsverhaal binnen dit thema. De fundamenteen zijn nog in opbouw of ontbreken grotendeels. Dat is geen nadeel: u hebt de kans om vanaf nul op te bouwen, met keuzes die meteen toekomstbestendig zijn.

Volgende stappen:

- ☐ Visie & actieplan – formuleer een korte, duidelijke visie op duurzaamheid die past bij uw logies. Zet die om in een eenvoudig actieplan met 3 à 5 haalbare stappen voor het komende jaar.
- ☐ Meten is weten – start met het verzamelen van basisgegevens, zoals energieverbruik en afvalstromen. Overweeg eenvoudige CO₂-rekentools om inzicht te krijgen.
- ☐ Eenvoudige quick wins – denk aan het beperken van wegwerpverpakkingen, zuiniger energiegebruik (bv. Ledverlichting) en het aanbieden van kleinere porties om voedselverspilling te beperken.
- ☐ Kennis opdoen – sluit aan bij een netwerk of volg een basisopleiding over duurzaam ondernemen in de toeristische sector.

Waarom?

Door nu een eerste basis te leggen, creëert u structuur en inzicht. Dit maakt het makkelijker om later grotere investeringen of aanpassingen door te voeren.

● Groen – heel knap, bijna een duurzame logiesexpert

Uw logies blinkt uit! Duurzaamheid zit in de details en u werkt voortdurend aan verbetering. U bent nu op het punt waar u de standaard kunt overstijgen en een voortrekkersrol kan opnemen.

Volgende stappen:

- ☐ Innovatie en pionieren – test nieuwe technieken of processen, zoals energieopslag, circulaire aankoop of zero-waste-keukenconcepten.
- ☐ Data-gedreven beleid – gebruik meetgegevens structureel om beleid te sturen en te communiceren met gasten en partners.
- ☐ Community-impact – breid uw impact uit naar de buurt, bijvoorbeeld door samenwerkingen met lokale duurzame initiatieven of leveranciers.
- ☐ Kennisdeling – deel uw ervaringen met andere logies via netwerken, workshops of cases, zodat u als inspirerend voorbeeld fungeert.

Waarom?

U tilt niet alleen uw eigen logies naar een hoger niveau maar draagt bij aan een bredere verduurzaming van de sector.

3.2. Lokale betrokkenheid & samenwerking

Dit thema gaat over hoe uw logies samenwerkt met de omgeving om duurzaam samenwerken te versterken. Het draait om het inzetten van lokale kennis, producten, diensten en netwerken, zodat zowel uw logies als de regio er beter van worden.

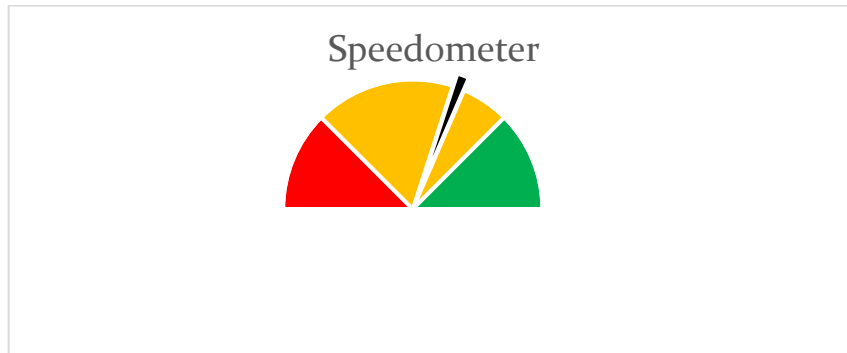
We kijken naar de kennis van lokale regelgeving en de opportuniteiten tot samenwerking met het lokale beleid om kansen te benutten. Ook de relatie met leveranciers komt aan bod: kiezen zij voor duurzaam ondernemen, kiest u leveranciers die duurzaam ondernemen en/of zoekt u samen naar manieren om nog duurzamer te werken?

Daarnaast gaat het over concrete samenwerkingen met lokale bedrijven, zoals gedeeld gebruik van voorzieningen of gezamenlijke promotie.

Lokale betrokkenheid kan ook vorm krijgen in het aanbod voor gasten: bijvoorbeeld een menukaart met producten van nabijgelegen producenten, duurzame activiteiten met lokale ondernemers zoals lokale horeca en dagattracties, natuur- en erfgoedbeleving of samenwerkingen met organisaties die kwetsbare groepen ondersteunen.

Dit thema wil zichtbaar maken hoe sterk uw logies lokaal verankerd is en welke stappen u nog kunt zetten om de impact voor uw logies maar ook de omgeving te vergroten.

Dit is uw speedometer voor het onderdeel: lokale betrokkenheid & samenwerking.



Oranje – grijp alle kansen ter verbetering.

Uw logies heeft al eerste stappen gezet in de samenwerking met de lokale omgeving. U kent waarschijnlijk enkele partners en activiteiten maar er is nog ruimte om de samenwerking te verdiepen en structureler samen te werken.

Volgende stappen:

- ☐ Structureer samenwerking – maak een lijst van lokale leveranciers, activiteiten en netwerken waarmee u al werkt. Onderzoek welke andere partijen ook een lokaal aanbod hebben. Bepaal waar nog kansen liggen.
- ☐ Bespreek duurzaamheid met partners – ga met leveranciers in gesprek over hun eigen duurzaamheidsinspanningen en zoek naar gezamenlijke verbeterpunten.
- ☐ Vergroot het gastaanbod – breid uw activiteitenaanbod uit met minimaal één nieuwe lokale, duurzame activiteit of beleving.
- ☐ Zichtbaarheid – communiceer actief naar gasten over uw lokale samenwerkingen, bv. via uw website, kamers of onthaalbrochure. Deze lokale verankering vergroot de beleving en is een niet zo eenvoudige te kopiëren concurrentieel voordeel.

Waarom?

Door meer structuur en zichtbaarheid te brengen in uw lokale betrokkenheid, versterkt u niet alleen uw netwerk, maar ook uw imago als duurzame speler.

Dit is het advies voor de andere categorie(ën). Ter inspiratie.

 Rood – nog mooie opportuniteiten tot verbetering

Dit thema van het duurzaamheidsverhaal is vermoedelijk best nieuw voor u. laten we samen verkennen hoe u deze nieuwe invalshoek kan gebruiken voor een duurzamere lokale betrokkenheid en samenwerking.

Volgende stappen:

- ☐ Verken het lokale speelveld – informeer u over de duurzaamheidsplannen van uw gemeente/stad en bekijk waar u kunt aansluiten.
- ☐ Eerste contacten leggen – maak een afspraak met het lokale bestuur of toeristische dienst om uw inspanningen, ideeën en eventuele mogelijkheden tot samenwerking te bespreken.
- ☐ Kies lokale partners – zoek voor minstens één product of dienst een leverancier uit de buurt die duurzaam werkt.
- ☐ Eenvoudige zichtbare samenwerking – bied bijvoorbeeld een wandel- of fietsroute aan in de omgeving of promoot een lokale activiteit.

Waarom?

Door contacten te leggen en samen te werken, bouwt u een netwerk op dat u kan helpen om grotere stappen te zetten en uw logies sterker te verankeren in de lokale gemeenschap.

Groen – weinig geheimen hier voor u!

Uw logies is stevig ingebed in de lokale gemeenschap. U werkt structureel samen met partners en promoot actief de regio. Met enkele extra accenten kunt u nog meer als duurzame voortrekker naar voren komen.

Volgende stappen:

- ☐ Innovatieve samenwerking – denk aan gedeeld gebruik van duurzame voorzieningen (bv. laadpalen, deelmobiliteit) met andere ondernemers.
- ☐ Community-projecten – start of sluit aan bij projecten die een brede meerwaarde creëren, zoals natuurherstel of erfgoedbehoud.
- ☐ Leveranciers inspireren – help uw leveranciers bij hun eigen verduurzaming door kennis te delen of gezamenlijke initiatieven op te zetten.
- ☐ Storytelling – breng het verhaal van uw lokale samenwerkingen tot leven via foto's, video's of gastblogs.

Waarom?

U vergroot uw positieve impact op de regio én inspireert gasten en collega's om ook lokaal en duurzaam samen te werken.

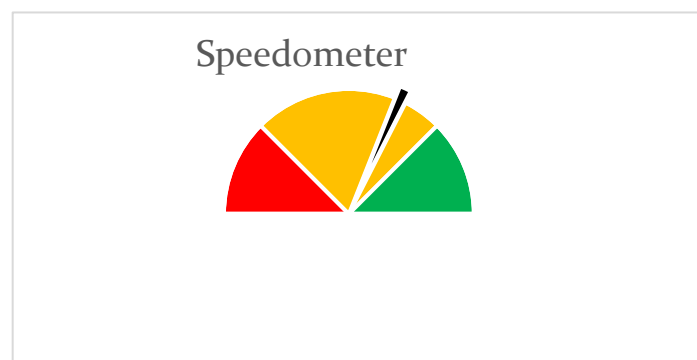
3.3. Infrastructuur (en producten)

De manier waarop uw logies gebouwen, inrichting en producten kiest en beheert, heeft een grote impact op duurzaamheid. Denk aan energieverbruik, waterbeheer, materialen, onderhoud en het aanbod van producten zoals voeding, schoonmaakmiddelen en gastbenodigdheden. Een duurzame infrastructuur betekent inzetten op energiezuinige oplossingen, verantwoord materiaalgebruik en het verlengen van de levensduur van installaties en meubels.

Ook de producten die u aanbiedt, maken het verschil. Denk aan lokale en biologische voeding, ecologische schoonmaakproducten of herbruikbare alternatieven voor wegwerp. Door bewuste keuzes te maken, kunt u tegelijk kosten besparen, uw milieu-impact beperken en inspelen op de verwachtingen van steeds meer gasten die duurzaamheid belangrijk vinden.

Duurzame infrastructuur en producten vragen geen radicale ommezwaai van vandaag op morgen. Kleine ingrepen kunnen meteen effect hebben, terwijl grotere investeringen op langere termijn zorgen voor structurele verbeteringen.

Dit is uw speedometer voor het onderdeel: infrastructuur (en producten)



● **Wauw, al een hele knappe weg afgelegd.**

Uw logies heeft al duidelijke inspanningen geleverd rond infrastructuur en producten. U kiest bewust voor energie- en waterbesparing en duurzame producten en dit is merkbaar in de bedrijfsvoering. Er is echter nog ruimte om dit breder door te trekken.

Volgende stappen:

- ☐ Inventaris opmaken – maak een overzicht van de huidige infrastructuur (energieverbruik, waterverbruik, materiaalkeuzes). Zo ziet u meteen waar de grootste winst (én uitdagingen) liggen.
- ☐ Structurele keuzes – integreer duurzaamheid in renovatie- of investeringsplannen. Denk aan isolatie, hoogrendementsketels, zonnepanelen of regenwaterrecuperatie bij een volgende (vervangings)investering. U kan dit nu al budgetteren om de kosten te drukken.
- ☐ Energiebeheer – overweeg timers of bewegingssensoren voor verlichting en zet in op beter isoleren waar mogelijk.
- ☐ Productbeleid – kies bij voorkeur voor gecertificeerde producten (bv. EU Ecolabel, Fairtrade). Begin klein: schoonmaak, ontbijtproducten, badkamerartikelen.
- ☐ Betrekken van gasten – informeer gasten subtiel hoe zij kunnen bijdragen, bv. door handdoekhergebruik of bewuster omgaan met verwarming/ verlichting, keuze van voeding enz.
- ☐ Samenwerking – vraag leveranciers naar hun duurzame alternatieven en ga na of er mogelijkheden zijn om samen te verduurzamen.
- ☐ Monitoring – begin met het opvolgen van energie- en watercijfers om te zien welke maatregelen het meeste effect hebben.
- ☐ Aanbod verrijken – breid het aanbod duurzame producten uit, bv. meer lokale en biologische voeding, duurzame horecapartners, ecologisch bed- en badlinnen.
- ☐ Circulaire oplossingen – denk aan tweedehandsmeubels, hergebruik van materialen of onderhoud dat levensduur verlengt.

Waarom?

U bent op de goede weg. Door duurzaamheid mee te nemen in structurele beslissingen, maakt u uw logies klaar voor de toekomst én onderscheidt u zich sterker bij bewuste reizigers.

Dit is het advies voor de andere categorie(ën). Ter inspiratie.

 Rood – groeimogelijkheden op dit vlak.

Uw logies staat aan het begin van het duurzaamheidsverhaal rond infrastructuur en producten. Er zijn momenteel weinig of geen structurele maatregelen aanwezig. Dit biedt tegelijk kansen: u kunt vanaf nul beginnen en uw keuzes meteen toekomstbestendig maken.

Volgende stappen:

- ☐ Energie en water – start met eenvoudige quick wins zoals LED-verlichting, waterbesparende douchekoppen en het beperken van onnodig verbruik (bv. apparaten uitschakelen i.p.v. stand-by).
- ☐ Productkeuzes – vervang enkele veelgebruikte wegwerpproducten door herbruikbare alternatieven (bv. navulzeep in plaats van individuele flesjes).
- ☐ Afvalbeheer – voorzie duidelijke sorteropties voor gasten én medewerkers.
- ☐ Kleine renovaties – kies waar mogelijk voor duurzame materialen bij herstellingen of vervangingen.
- ☐ Informatie opdoen – neem deel aan infosessies over duurzaam bouwen of energiebesparing in toeristische logies.

Waarom?

Door nu met kleine stappen te starten, bouwt u een basis waarop u later kunt doorgroeien. Dit maakt toekomstige investeringen rendabeler en helpt tegelijk uw kosten te drukken.

Groen – u bent een rolmodel binnen dit thema

Uw logies scoort hoog op dit thema. Er zijn duidelijke investeringen gedaan in duurzame infrastructuur en productkeuzes en dit vormt al een belangrijk onderdeel van uw werking. U bent een voorbeeld voor anderen. Enkele tips in de richting van excelleren in dit thema.

Volgende stappen:

- ☐ Innovatie – volg nieuwe technologieën, bv. slimme energiebeheersystemen, circulaire bouwmaterialen of waterhergebruiksystemen.
- ☐ Duurzaam onderhoud – zorg dat installaties goed opgevolgd worden, zodat ze efficiënt blijven werken.
- ☐ Volledige keten – bekijk samen met leveranciers en partners hoe de hele keten duurzamer kan worden.
- ☐ Certificering – overweeg een duurzaamheidslabel (bv. Green Key, EU Ecolabel) om uw inspanningen zichtbaar te maken.
- ☐ Gastenervaring – maak duurzaamheid een vanzelfsprekend deel van de beleving: van eco-design tot een verantwoorde menukaart.
- ☐ Blijven voorlopen! Deel uw ervaringen en inspireer collega's in de sector. Dit kan via netwerken, studiedagen of samenwerkingen.
- ☐ Circulaire economie – experimenteer met innovatieve concepten zoals deelinfrastructuur, gesloten kringlopen of zero waste-initiatieven.
- ☐ Wetenschappelijk onderbouwen – werk samen met kennisinstellingen of sectororganisaties om impactmetingen te verfijnen.
- ☐ Brede samenwerking – betrek ook gasten actief, bv. via co-creatie of gezamenlijke projecten rond duurzaamheid.
- ☐ Communicatie – gebruik uw voortrekkersrol in uw marketing om bewuste reizigers aan te trekken.

Waarom?

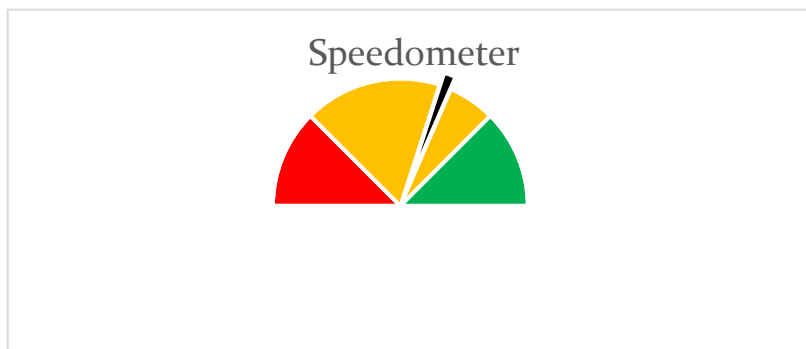
Door uw voortrekkerspositie heeft u niet enkel een positieve impact op uw eigen logies, maar ook op de bredere sector. U draagt actief bij aan een duurzame vrijetijdseconomie en maakt het verschil voor de toekomst.

3.4. De klant & communicatie

Duurzame communicatie gaat over de manier waarop een logies zijn gasten, partners en bredere publiek informeert en inspireert over zijn/haar inspanningen rond duurzaamheid en de opties om zelf duurzamer te handelen. Het gaat niet alleen om het tonen wat uw logies allemaal zo goed doet zoals afval beperken of samenwerken met lokale leveranciers maar ook om gasten mee te nemen in dat verhaal. Dus geen greenwashing of pure image building maar een authentiek, toekomstgericht verhaal van een bewuste ondernemer dat inspireert en de meerwaarde van een keuze voor uw logies verhoogt.

Hoe pakken we dat aan? Wel, communicatiekanalen zoals uw website, sociale media, bevestigingsmails of infobrochures bieden kansen om praktische tips te delen, duurzame keuzes zichtbaar te maken en gasten te motiveren om mee te doen. Zo wordt duurzaamheid tastbaarder. Het wordt niet enkel achter de schermen georganiseerd maar ook actief beleefd en versterkt door iedereen die betrokken is.

Dit is uw speedometer voor het onderdeel: de klant & communicatie.



Oranje – blijven verder gaan op deze manier.

Uw logies communiceert actief via meerdere kanalen over duurzaamheid. Gasten krijgen bruikbare tips en zien voorbeelden van uw inspanningen. Er zijn nog groeimogelijkheden in samenhang en diepgang.

Volgende stappen:

- ☐ Integreer communicatie in alle fasen van het verblijf – voor, tijdens en na de reis: bv. duurzame reistips in bevestigingsmail, afvaltips bij check-in, opvolging via nieuwsbrief.
- ☐ Maak het persoonlijk – leg uit waarom u bepaalde keuzes maakt en hoe dit past in uw visie.
- ☐ Gebruik gastfeedback – vraag wat gasten waarderen of missen. Ga met deze input aan de slag en toon uw inspanningen ter verbetering op een vlotte manier via uw communicatiekanalen.
- ☐ Meer partners betrekken – zet ook duurzame activiteiten of leveranciers in de kijker. U kan hen taggen, berichten delen, enz. Wie weet, doen zij hetzelfde! Win/win.
- ☐ Consistente aanpak – breng duurzame tips en info terugkerend in zowel mails als social media.
- ☐ Maak gasten mede-eigenaar – vraag hen actief om mee te doen, bv. afval sorteren of water besparen.
- ☐ Versterk beeldmateriaal – gebruik foto's en pictogrammen die duurzaamheid herkenbaar in beeld brengen.
- ☐ Koppel aan concrete acties – combineer communicatie met een duurzaam aanbod, bv. een fietsroute of veggie ontbijtoptie, een lijst van restaurants uit de buurt die inzetten op lokale producten.

Waarom?

Door communicatie doorheen de hele gastenreis te verweven, creëert u herkenbaarheid en vertrouwen en verhoogt u de kans dat gasten echt duurzaam gedrag stellen. Uw duurzaamheidsinspanningen worden duidelijker zichtbaar voor gasten en dit versterkt hun betrokkenheid.

Een boodschap wordt best regelmatig herhaald om zeker te zijn dat deze opgepikt wordt. Men spreekt in de communicatiewereld van minimum 3 keren. Om verveling door herhaling te vermijden, kan u de vorm van de boodschap aanpassen. Bijvoorbeeld: op Facebook post u een leuke foto, in de nieuwsbrief wordt het een artikel en op Tiktok en/of Instagram een korte story met videobeelden.

Dit is het advies voor de andere categorie(ën). Ter inspiratie.

● Rood – we kunnen nog groeien.

We weten het, als logiesuitbater heeft u heel wat activiteiten om uit te voeren. Vermoedelijk communiceert u om die reden momenteel weinig of niet over duurzaamheid. Er zijn echter kansen om gasten aan te moedigen om duurzame keuzes te maken. Een eerste stap is duidelijk informeren.

Volgende stappen:

- ☐ Kies één kanaal – start klein en gebruik bv. uw website of welkomstmail om een eerste duurzame tip te delen.
- ☐ Quick wins zichtbaar maken – toon eenvoudige acties die u al doet, zoals afvalsortering of energiebesparing aan de hand van een leuke illustratie of een quote.
- ☐ Gebruik eenvoudige beeldtaal – werk met pictogrammen of korte teksten zodat iedereen het begrijpt.
- ☐ Maak communicatie praktisch – geef gasten meteen bruikbare tips, zoals waar de sorteerbakken staan en hoe je sorteert in Vlaanderen.

Waarom?

Door nu te beginnen met eenvoudige communicatie legt u de basis voor een herkenbaar duurzaamheidsverhaal dat u later kan uitbreiden.

● Groen – doe zo verder met duurzame communicatie.

Uw logies communiceert breed en overtuigend over duurzaamheid. U inspireert gasten en geeft hen praktische handvatten om mee te doen. Met enkele extra innovaties kunt u uw voortrekkersrol versterken.

Volgende stappen:

- ☐ Interactieve communicatie – gebruik digitale tools of QR-codes voor extra info of tips.
- ☐ Community-building – deel verhalen van gasten die duurzame keuzes maken.
- ☐ Meet en toon effect – communiceer bv. hoeveel water of afval bespaard werd dankzij gezamenlijke inspanningen.
- ☐ Samenwerking zichtbaar maken – benadruk partnerschappen met lokale duurzame ondernemers.
- ☐ Internationale gasten aantrekken? Zorg ervoor dat je duurzame aanbod op internationale platformen vermeld wordt. Zeker internationale zakentoeerisme zoeken actief op duurzame verblijven. Uiteraard is je communicatie dan in meerdere talen beschikbaar.

Waarom?

Door communicatie interactiever, structureel en data-gedreven te maken, versterkt u de impact en motiveert u gasten nog meer.

4. Samenvatting

🌱 Duurzaamheid is geen eindpunt, maar een groeipad. Elk logies staat op een ander punt in dit traject: sommigen zetten net de eerste stap, anderen zijn al ervaren voortrekkers. Het belangrijkste is niet waar u vandaag staat, maar dat u **gericht blijft bewegen** richting verbetering.

♣️ U hoeft dit pad **niet alleen** af te leggen. Samenwerken met collega-logies, leveranciers, lokale besturen en gasten maakt de impact groter en het traject lichter.

✦ Laat deze tips dus niet in de schuif belanden. Ga ermee **aan de slag** als een praktische gids: kies 2 à 3 acties die u op korte termijn kunt oppakken en plan ze in uw agenda. Zo groeit u gestaag, op een tempo dat bij uw logies past.

Belangrijk om te onthouden:

Duurzaamheid evolueert en ook duurzaam ondernemen groeit stap voor stap. Kleine keuzes – zoals minder wegwerp, lokale leveranciers kiezen of beter meten wat u verbruikt – vormen de basis.

Grotere investeringen – zoals energiezuinige infrastructuur, circulaire producten of innovatieve partnerschappen – versterken dat fundament op lange termijn.

U hoeft niet perfect te zijn om het verschil te maken. Elke stap – hoe klein ook – draagt bij aan een duurzamere toekomst voor uw gasten, uw bedrijf en de regio.

5. Aan de slag

Eerste stappen: checklist duurzaam ondernemen

Laten we de daad bij het woord voeren en meteen de opstart naar een duurzame bedrijfsvoering verder zetten.

Deze checklist is een eerste stap en helpt u om per thema concrete acties te formuleren, de verantwoordelijkheid toe te wijzen en een duidelijke deadline te bepalen.

Zo groeit uw logies stap voor stap verder in het duurzamer ondernemen.

Interne organisatie en bedrijfsvoering			
Actie	Uitvoerder	Deadline	Opmerkingen
☐			
☐			
☐			
Lokale betrokkenheid & samenwerking			
Actie	Uitvoerder	Deadline	Opmerkingen
☐			
☐			
☐			
Infrastructuur (en producten)			
Actie	Uitvoerder	Deadline	Opmerkingen
☐			
☐			
☐			
De klant & communicatie			
Actie	Uitvoerder	Deadline	Opmerkingen
☐			
☐			
☐			