

TETRA DOL

DUURZAAM ONDERNEMEN
VOOR KLEINSCHALIGE LOGIES



LESBRIEF

Bachelorniveau – opleiding: Toerisme & Recreatiemanagement

Inhoud

Toelichting.....	3
Leerdoelen.....	4
Lesvorm.....	4
Parameters.....	5
Leermiddelen.....	5
Voorkennis.....	5
Mogelijke uitdagingen.....	6
Differentiatie.....	6
Geraadpleegde bronnen.....	6
Lesuitwerking.....	7
Uitbreiding case- study.....	12

2 - TETRA DOL

Toelichting

Deze lesbrief is ontwikkeld op basis van de inzichten uit het TETRA-project: duurzaam ondernemen bij Vlaamse logies. Een project uitgevoerd door Hogeschool PXL Media & Tourism Research en Thomas More met de steun van VLAIO.

Deze lesbrief kan lectoren van bacheloropleidingen toerisme ondersteunen bij het integreren van duurzaamheid in **alle fasen van de customer journey** bij toeristische actoren in Vlaanderen.

Duurzaam ondernemerschap wordt hierbij benaderd als:

Een continu verbeterproces waarbij economische, ecologische en sociale aspecten systematisch worden geïntegreerd in het volledige businessmodel, in samenwerking met stakeholders.

Leerdoelen

Studenten kunnen duurzaamheidsprincipes integreren in alle fasen van de customer journey binnen de toeristische sector.

Kennis

- Duurzaam ondernemerschap definiëren binnen de toeristische sector
- De customer journey van een toeristische klant structureren
- Belangrijke duurzaamheidsdomeinen identificeren (o.a. afval, water, mobiliteit, personeel, CO₂)

CV1: Studenten kunnen de fasen van de customer journey benoemen en structureren.
--

CV2: Studenten kunnen duurzaam ondernemerschap definiëren binnen toerisme.
--

CV3: Studenten kunnen duurzaamheidsaspecten voor een toeristische actor identificeren.
--

Vaardigheden

- Duurzaamheidsacties koppelen aan elke fase van de customer journey
- Een eenvoudige duurzaamheidsanalyse (as-is) uitvoeren
- Concrete verbeteracties formuleren per fase

V1: Studenten kunnen een customer journey en de mogelijke duurzame acties analyseren.

V2: Studenten kunnen een eenvoudige duurzaamheidsanalyse (as-is) uitvoeren.

V3: Studenten kunnen verbeteracties formuleren voor een toeristisch bedrijf.
--

V4: Studenten kunnen samenwerken en hun bevindingen op een professionele, empathische manier delen met anderen.

Attitudes

- Kritisch reflecteren op toeristische consumptie
- Stakeholdergericht denken
- Lange termijn visie ontwikkelen

A1: Kritisch reflecteren over duurzaam gedrag/ondernemen voor de toeristische sector.

A2: Inzicht in eigen duurzaam (reis)gedrag.

A3: Stakeholdergericht denken.

Lesvorm

Hoorcollege + klasgesprek + workshop

4 - TETRA DOL

Parameters

Opleiding: Toerisme / Hospitality / Hotelmanagement/ Recreatiemanagement/...

Niveau: bachelor / master / avondonderwijs

Onderwerp: Duurzaam toeristisch ondernemen

Groepsgrootte: min. 6 – geen max. aantal

Lesonderwerp: Duurzaam ondernemen voor toerisme in alle fases van de customer journey

Lesduur: ± 2 uur (uitbreiding case -study +1u)

Didactische principes: motivatie-, activiteits- en integratieprincipe

Leermiddelen

- PowerPoint presentatie (zie bijlage voor de template)
- Whiteboard + stiften of digitale interactieve tool*

Praktisch

- Les vindt plaats in een lokaal met projectiemogelijkheden

**Studenten beschikken over een tool met I-net connectie bv. laptop, GSM,...*

Voorkennis

- Basiskennis van customer journey is aanwezig
- Beperkte kennis van duurzaam ondernemen in toerisme
- Ervaring als consument (persoonlijke reiservaringen)

Mogelijke uitdagingen

Inhoudelijk

- Studenten zien duurzaamheid vaak enkel als ecologie
- Moeite met vertaling naar concrete acties
- Onvoldoende inzicht in volledige customer journey

Organisatorisch

- Tijdsbewaking bij groepswerk
- Verschillen in voorkennis
- Passieve houding bij sommige studenten

Differentiatie

- Groepswerk met gemengde niveaus
- Sterkere studenten nemen trekkersrol
- Extra ondersteuning via voorbeelden en templates
- Optionele verdieping voor snelle studenten

Geraadpleegde bronnen

- [TETRA DOL: duurzaam ondernemerschap logies: 2024- 2026 met steun van VLAIO](#)
- MVO Vlaanderen (2024)
- ISO 26000 richtlijnen

Lesuitwerking

Motivatiefase (± 45 min)

Werkvorm: klasgesprek + denkoefening

Tip: voor grote groepen kan u werken met groepen of antwoorden verzamelen met ondersteuning van een interactieve, digitale tool zoals Wooclap, Mentimeter, Kahoot, ...

Introductie

De lector heet de deelnemers welkom en start met open vragen ter koppeling aan de leefwereld van de student.

Doel: een inzicht & vertrek vanuit de leefwereld van de studenten n.a.v. het container begrip; 'duurzaamheid' en het kader scheppen voor deze les.

Open vragen

- Wie gaat er al wel eens op vakantie?
- Denk je voor/tijdens en na die vakantie wel eens na over duurzaamheid?
- Wat is betekent dat voor jou: duurzaamheid?
- Waarom is dit belangrijk in toerisme?

Theorie

- Definities duurzaamheid bekijken (zie PPT)
- De lector kan dit koppelen aan de inzichten van de studenten om de incrementele opbouw en verankering in de leefwereld van de student te ondersteunen.
- Toelichting: voor vele logies is dit nog niet aan de orde.

Discussievraag:

- Waarom slagen veel toeristische ondernemingen er nog niet in om duurzaam te werken?

Theorie (o.b.v. onderzoeksresultaten):

Drempels in de sector:

- Tijdgebrek
- Financiële beperkingen
- Gebrek aan kennis

7 - TETRA DOL

Nochtans zijn er heel wat inpasbaarheden die voor het grijpen liggen. Laten we daar een wat dieper op ingaan.

Verwervingsfase (+/- 60 min)

Customer Journey Mapping

Werkvorm: vertelling + praktijkopdracht

Open vraag: wie kent de 4 fases van de customer journey?

Theorie: lector kadert de antwoorden en introduceert de 4 fases:

1. Plannen en boeken
2. Reizen (de verplaatsing & de aankomst)
3. De beleving ter plaatse
4. Post-beleving – terug naar huis: nazorg & loyaliteit

Vertelling

De leerkracht vertelt een verhaal over de 4 fases van de customer journey.

De illustraties in de PowerPoint ondersteunen het verhaal.



Opa Jean en kleinzoon Sam willen samen een weekendje op pad.

Met veel enthousiasme gaan ze aan de slag om een vakantie te boeken.

Ze houden van een kortbij vakantie in Vlaanderen.



De reis is geboekt, de koffers zijn gemaakt en ze reizen naar de plek van hun bestemming voor een weekend beleving, avontuur en veel plezier.



Uiteraard is die vakantie veel meer dan enkel overnachten in hun logies.

Ze trekken graag de natuur in, willen lekker eten, heerlijk ontspannen en wat meer te weten komen over de regio waar ze zijn.



Na een fantastisch weekend, checken ze uit en moeten ze weer naar huis vertrekken.

Met een tas vol leuke verhalen reizen ze weer naar huis waar ze nog lang napraten met familie en vrienden over de leuke tijd die ze samen beleefd hebben.

Theorie:

Elke fase van de customer journey komt in dit verhaal aan bod. En in elke fase kan de toeristische uitbater inspanningen leveren om duurzaam te ondernemen.

Opdracht:

Jij bent een toeristische aanbieder bv. je hebt een B&B. Kijk naar één fase van de customer journey en denk eens na: wat is er mogelijk in elke fase om duurzaamheid te ondersteunen en inspanningen te leveren?

Noteer je ideeën.

Tip: deze opdracht kan individueel of in groep uitgewerkt worden. U kan kiezen om gebruik te maken van een digitale interactieve tool, post-its, of een kladblaadje waar de studenten hun inzichten op noteren.

Vervolgens worden de resultaten verzameld en klassikaal besproken.

Theorie door de lector

Tip: maak de link & koppel terug naar de antwoorden van de studenten in de vorige opdracht.

Ook logies gingen met deze oefeningen aan de slag en de thema's die ze vandaag het vaakst aanpakken in hun beleid zijn:

- Afvalbeheer
- Duurzaam personeelsbeleid
- Reductie van broeikasgasuitstoot
- Promotie van ecologische producten en diensten een grote rol spelen voor logies

VLAIO 2024

MAAR Vlaamse logies geven aan dat de volgende elementen ook belangrijk zijn voor hen (ook al hebben ze voorlopig geen idee/tijd hoe ze dit concreet kunnen aanpassen in hun huidige ondernemerschap).

- Waterbesparing
- Duurzame mobiliteit
- Eco-vriendelijk handelen door de verblijfsgasten

Opdracht: bekijk jouw info en vergelijk deze met de thema's waar logies mee worstelen. Zijn er gelijkenissen en verschillen? Wat valt er op?

Afrondingsfase (10 min)

Werkvorm: klasgesprek.

Opdracht: Welk inzicht uit deze les neem je mee? Het mogen er ook meerdere zijn.

Conclusie:

Duurzaam toerisme is geen aparte strategie, maar een **integraal onderdeel van elke interactie met de klant**. De grootste impact ontstaat wanneer duurzaamheid systematisch wordt ingebouwd in de volledige klantreis.

Uitbreiding case- study

Workshop (50 min)

Werkvorm: groepsopdracht

Gebruik een fictieve of echte accommodatie (bv. B&B, hostel, glamping).

Opdracht:

1. Voer een "as-is analyse" uit:
 - o Wat doen ze al rond duurzaamheid?
2. Identificeer kansen:
 - o Wat ontbreekt nog?
3. Ontwikkel een mini "growth plan":
 - o 3 concrete acties
 - o Deadlines
 - o Verantwoordelijkheden

Reflectie & discussie (10 min)

Reflectievragen:

- Welke fase biedt de meeste impact?
- Welke acties zijn snel implementeerbaar?
- Waar zitten de grootste barrières?

Differentiatie en verdiepingsmogelijkheden

- Werk met **real-life cases uit Vlaanderen**
- Nodig een ondernemer uit als gastspreker
- Gebruik visuele tools zoals customer journey maps
- Stimuleer kritisch denken rond greenwashing
- Laat studenten werken met beperkte middelen (realistische context)
- Wil je gedetailleerd ingaan op een van de thema's waarmee toeristische actoren worstelen of een fase van de customer journey verder verkennen? Contacteer dan Hogeschool PXL Media & Tourism Research voor meer informatie.

Mogelijke evaluatievormen

Formatief

- Participatie in discussies
- Groepsopdrachten

Summatief

- Case-analyse rapport
- Presentatie van duurzaamheidsstrategie
- Reflectieverslag
- Stakeholderbetrokkenheid is cruciaal
- Gedrag van gasten speelt een grote rol

Contact

Heeft u vragen over deze lesbrief of wenst u te verdiepen op deze kennis?

Op de website www.duurzaamondernemenvoorlogies.be vindt u heel wat informatie, extra oefeningen en praktijkvoorbeelden.

Behoeft u bijkomende info of ondersteuning?

Neem dan contact op met een van onze onderzoekers.

Nele Bylois

Speerpuntcoördinator vrijetijdseconomie

Expertisecentrum Media & Tourism

T +32 11 77 5494

E Nele.Bylois@PXL.BE

Dieuwertje Lathouwers

Onderzoeker vrijetijdseconomie

Expertisecentrum PXL Media & Tourism

E dieuwertje.lathouwers@pxl.be