



EXECUTIVE SUMMARY

HET METEN VAN LOKALE IMPACT

IMPACTMETING VAN TOUROPERATORS
OP BESTEMMINGEN EN GEMEENSCHAPPEN



EXECUTIVE SUMMARY

HET METEN VAN LOKALE IMPACT

IMPACTMETING VAN TOUROPERATORS
OP BESTEMMINGEN EN GEMEENSCHAPPEN



Een studie naar meetindicatoren, meetinstrumenten, impactstrategieën en de visualisatie van resultaten door touroperators

Een coproductie van Centre of Expertise Leisure, Tourism, Hospitality (CELTH), Breda University of Applied Sciences, European Tourism Futures Institute (ETFI) van NHL Stenden University of Applied Sciences en de ANVR.

Marian van der Ent MSc – Senior Lecturer Breda University of Applied Sciences
Esther Groenendaal MSc – Senior Lecturer Breda University of Applied Sciences
Ben Wielenga MSc – Researcher European Tourism Futures Institute (ETFI);
Lecturer NHL Stenden University of Applied Sciences

INHOUD

1. INLEIDING

- 1.1 Doel van het onderzoek en onderzoeksvragen

2. METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING

3. LITERATUURSTUDIE: EEN KADER VOOR METEN

- 3.1 Holistische visie op duurzame impact
- 3.2 De uitdaging: meten versus maken van impact
- 3.3 Kader voor lokale impactindicatoren
- 3.4 Meten en communiceren in de praktijk

4. RESULTATEN VAN DE IMPACT SURVEY

- 4.1 Bedrijfskenmerken en motivatie
- 4.2 De kloof tussen intentie en praktijk
- 4.3 Behoeftte aan ondersteuning en standaardisatie
- 4.4 Gemeten indicatoren en methoden

5. CASESTUDIES: PRAKTISCHE BENADERINGEN VAN IMPACTMETING

- 5.1 Koning Aap en Shoestring: De Local Impact Score (LIS)
- 5.2 G-Adventures: de Wetenschappelijk gevalideerde Ripple Score
- 5.3 Better Places: maatwerk meten en AI-innovatie
- 5.4 Sawadee: kwaliteit en projectimpact
- 5.5 Ecole Travel: meten op DMC-niveau

6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

- 6.1 Conclusies over impactmeting en communicatie
- 6.2 Aanbevelingen voor de reissector

7. SLOTWOORD: VAN METEN NAAR BETEKENIS

8. BRONNENLIJST

1. INLEIDING

Touroperators spelen een cruciale rol in de duurzaamheids-transitie van de reissector, een sector die voortdurend balanceert tussen commerciële belangen en duurzame ontwikkeling. Reizen kan aanzienlijke sociale, economische en ecologische impact veroorzaken, zowel positief als negatief. Om de negatieve gevolgen te verminderen en de positieve effecten te versterken, meten steeds meer touroperators wereldwijd de lokale impact van hun reizen. Hoewel de noodzaak tot meten breed wordt erkend, bestaan er grote verschillen in wat er precies wordt gemeten, welke instrumenten worden ingezet en hoe resultaten worden gecommuniceerd.

1.1 DOEL VAN HET ONDERZOEK

Tegen deze achtergrond hebben onderzoekers van de BUAs, CELTH, NHL Stenden en ETFI, onderzoek gedaan naar hoe touroperators lokale impact meten en communiceren. Het doel van dit onderzoek is om inzicht te bieden in de huidige stand van zaken, om te leren van voorlopers in de sector, verbeter kansen in de sector te identificeren en om concrete aanbevelingen te formuleren voor verdere ontwikkeling. Deze executive summary presenteert de belangrijkste inzichten en aanbevelingen van het rapport.

2. METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING

Voor dit onderzoek is een mix van kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden ingezet om zowel brede trends als concrete praktijkervaringen (diepte-inzichten) onder ANVR-leden te verkrijgen.

Eerst is een literatuurstudie uitgevoerd, die diende als basis voor het theoretisch kader en de ontwikkeling van de survey en casestudies. Vervolgens is een online survey uitgezet onder 300 ANVR-leden, ingevuld door 36 organisaties (12% respons), om de huidige stand van zaken te schetsen. Tot slot zijn vijf casestudies uitgevoerd via semigestructureerde interviews met touroperators en een DMC, aangevuld met documentanalyse, om verdiepende inzichten te verkrijgen in methoden, uitdagingen en praktijkvoorbeelden.

3. LITERATUURSTUDIE: EEN KADER VOOR METEN

Het is essentieel dat touroperators inzicht krijgen in hun impact op lokale gemeenschappen om negatieve effecten te beperken en positieve te versterken. Literatuur benadrukt het belang van gestandaardiseerde meetinstrumenten voor vergelijking van sociale, economische en ecologische impact. Dit hoofdstuk laat zien welke meetinstrumenten en indicatoren er zijn om lokale impact te kunnen meten, en hoe impact wordt gecommuniceerd.

Lokale impact wordt gedefinieerd als de directe en indirecte effecten die toerisme heeft op de sociale, economische, culturele en ecologische omstandigheden van gemeenschappen in de bezochte bestemming. Dit omvat zowel positieve effecten (zoals werkgelegenheid en natuurbehoud) als negatieve effecten (zoals overtoerisme en prijsstijgingen). Daarbij is het cruciaal om deze impact te beoordelen vanuit het perspectief van de lokale bevolking en hun levenskwaliteit.

3.1. HOLISTISCHE VISIE OP DUURZAME IMPACT

Toerisme heeft niet alleen economische, maar ook sociale en milieueffecten (Chuajap et al., 2024). Hoewel veel onderzoek zich richt op afzonderlijke dimensies, ontbreekt vaak een holistische benadering van duurzame impact (Elgin & Elveren, 2024). Studies zijn bovendien vaak gebaseerd op bewonerspercepties (Salee et al., 2022). Er is groeiende aandacht voor gestandaardiseerde methoden, zoals via een Life Cycle Assessment (Social-LCA) benadering, om impact beter te meten (Casals Miralles et al., 2024). Internationale kaders zoals Sustainable Development Goals en de Global Sustainable Council Criteria bieden richting, maar zijn beperkt toepasbaar voor touroperators, waardoor behoefte bestaat aan praktische, bedrijfsspecifieke indicatoren.

3.2. DE UITDAGING: METEN VERSUS MAKEN VAN IMPACT

Het meten van impact verschilt wezenlijk van het realiseren ervan. Hoewel touroperators streven naar positieve effecten, richt dit onderzoek zich op hoe deze impact wordt gemeten. Daarbij is het belangrijk dat metingen niet alleen positieve, maar ook negatieve effecten omvatten om 'social washing' te voorkomen en geloofwaardigheid te waarborgen.

3.3. KADER VOOR LOKALE IMPACTINDICATOREN

Om de complexiteit van lokale impact te structureren, wordt deze ingedeeld in vier dimensies: Sociaal-Maatschappelijk, Economisch, Ecologisch en Cultureel. Indicatoren moeten zorgvuldig worden gekozen, zodat maatwerk mogelijk blijft zonder de vergelijkbaarheid te verliezen.

3.4. METEN EN COMMUNICEREN IN DE PRAKTIJK

Touroperators meten impact om inzicht te krijgen in hun prestaties en zich te onderscheiden in de markt. Tegelijk bestaat er een kloof tussen hoe toeristen en touroperators impact ervaren, wat het belang van betere educatie en communicatie onderstreept (Solberg & Smiley, 2022). Onderzoek toont aan dat milieueducatie leidt tot meer bewustzijn en verantwoordelijk gedrag (Wang et al., 2024). Initiatieven zoals het 'Glocal Education'-project laten zien dat educatie niet alleen kennis en houding verbetert, maar ook tevredenheid en loyaliteit vergroot (Meschini et al., 2021). Certificering speelt een belangrijke rol in het aantonen van duurzaamheid en het versterken van vertrouwen. Systemen zoals Travelife helpen organisaties om hun prestaties inzichtelijk te maken en te voldoen aan strengere eisen rond transparantie (Acorn Tourism Consulting, 2025). Tegelijk hebben grotere touroperators meer moeite met verandering, al kunnen zij juist door hun schaal impact versnellen (Budeanu, 2005).

Impact wordt op verschillende manieren gecommuniceerd, variërend van rapportages tot storytelling en visuele tools (Intrepid Group Pty Limited, 2024). De literatuur benadrukt dat een holistische benadering essentieel is, omdat sociale, ecologische en economische effecten met elkaar samenhangen. Hoewel kaders zoals SDG's, ETIS, GSTC en ESG richting geven, blijft maatwerk noodzakelijk. De grootste uitdaging ligt in betrouwbare data, verificatie en het meenemen van het lokale perspectief.

Tabel 1. Essentiële indicatoren voor het meten van lokale impact gebaseerd op het ESG-raamwerk.

Dimensie	Thema	Voorbeelden van Indicatoren
Sociaal-Maatschappelijk (People)	Welzijn & Arbeid	Kwaliteit van leven van lokale gemeenschappen <ul style="list-style-type: none">Mate van betrekken lokale bevolking bij toerisme (bijv. werkgelegenheid)Inclusie, toegankelijkheid en gendergelijkheidArbeidsomstandigheden en salariering lokaal personeelRisicobeheer (gezondheid & veiligheid)
	Participatie & Feedback	Bewonersparticipatie <ul style="list-style-type: none">Aanwezigheid van feedbackmechanismen voor klantenMate van betrokkenheid stakeholders bij besluitvormingTevredenheid van de gemeenschap over toerisme
Economisch (Prosperity)	Geldstromen & Werkgelegenheid	Bijdrage van toerisme aan het BBP <ul style="list-style-type: none">Percentage reizigersuitgaven dat lokaal blijft/geïnvesteerd wordtToerisme-inkomsten per hoofd van de bevolkingWerkgelegenheid (aantal gecreëerde banen)Ondersteuning lokale bedrijven/toeleveranciersInkomen en inkomensdiversificatieInvesterings in toeristische infrastructuurUitstroompercentage toeristische bestedingen
Ecologisch / Milieu (Planet - lokale aspecten)	Deze richten zich op de milieu-/ecologische-impact van toerisme	Druk op de natuur op de bestemming <ul style="list-style-type: none">Percentage van toerisme-inkomsten dat wordt herinvesteed in het beheer van beschermde gebiedenAfvalproductie en waterverbruik op bestemmingGebruik van (duurzame energiebronnen ter plaatse)Greenhouse Gas EmissionsBiodiversiteit en dierenwelzijn (bijv. vermijden schadelijke praktijken)
Cultureel	Behoud & Erfgoed	Druk op culturele waarden/verlies van tradities <ul style="list-style-type: none">Ondersteuning/Behoud van cultureel erfgoed en identiteitAantal authentieke culturele ervaringen

4. RESULTATEN VAN DE IMPACT SURVEY

In dit hoofdstuk volgen de resultaten van de survey die is uitgestuurd naar alle ANVR-leden. In totaal hebben 36 leden de survey volledig ingevuld. Het merendeel van de respondenten waren kleine (10 tot 49 medewerkers, n=14) en middelgrote ondernemingen (50 tot 240 medewerkers, n=11).

4.1. BEDRIJFSKENMERKEN EN MOTIVATIE

Van de 36 organisaties waren er 24 gecertificeerd, meestal via Travelife. Motieven van organisaties om impact te meten kwam door verantwoording, bewustwording, duurzaamheidsdoelen, beleidsverbetering en reputatie, terwijl een duidelijke kloof blijft bestaan tussen intentie en praktijk.

4.2. DE KLOOF TUSSEN INTENTIE EN PRAKTIJK

75% van de respondenten meet nog geen lokale impact. Belangrijkste belemmeringen zijn beperkte capaciteit en de complexiteit van dataverzameling. Daarnaast spelen gebrek aan klantvraag, lage prioriteit, onduidelijkheid over wat te meten, het ontbreken van een uniform framework en administratieve lasten een rol. Slechts negen organisaties meten (deels) impact.

4.3. BEHOEFTE AAN ONDERSTEUNING EN STANDAARDISATIE

Organisaties die nog niet meten hebben behoefte aan meettools en software, advies, praktijkvoorbeelden en ondersteuning bij het opstellen van beleidsplannen. Tegelijk bestaat zorg over te veel standaardisatie en verlies van flexibiliteit, vooral bij maatwerkreizen. Impactmeting heeft nog niet overal prioriteit; sommige organisaties wachten op een duidelijke businesscase of vraag vanuit de markt.

4.4. GEMETEN INDICATOREN EN METHODEN

Organisaties die meten richten zich op milieu- en ecologische impact (zoals CO₂-uitstoot en natuurbehoud), sociale en culturele effecten (zoals werkgelegenheid en cultuurbehoud) en economische impact (inkomen en lokaal eigendom). Er wordt vaak gewerkt met diverse en niet-gestandaardiseerde meetmethoden, variërend van eenvoudige berekeningen tot gespecialiseerde tools en enquêtes. Redenen om niet te meten zijn gebrek aan klantvraag, lage prioriteit en onduidelijkheid over indicatoren en frameworks.

Tabel 2. Overzicht van indicatoren en meetmethoden.

Dimensie/thema (geselecteerd)	Voorkomende indicatoren (n=G)	Voorbeelden van gebruikte methoden (n=G)
Ecologisch (CO ₂)	CO ₂ -uitstoot van vervoer/ verblijf/excursies (4)	Carmacal (2), Travelyst/Google (2), Greenhouse Gas Protocol (1), Synergy (1), ClimateCare (1), Southpole group (1)
Economisch	Economische impact (2), Donaties (1)	Zelf opgestelde criteria/score (1)
Sociaal-cultureel	Sociaal(-cultureel) (2), Trainingen lokaal personeel (1)	Enquête lokale agenten (1), Websites/certificering check (1)

Resultaten worden door de touroperators die meten voornamelijk gedeeld middels (een) duurzaamheidsrapportage(s). Communicatie is daarmee een belangrijk onderdeel van de impactcyclus.

De surveyresultaten schetsen een sector in transitie. Hoewel een minderheid van de ANVR-leden al begonnen is met het meten van lokale impact, bestaat er bij het merendeel een duidelijke behoefte aan ondersteuning en standaardisatie. De diversiteit in gebruikte methoden en indicatoren bevestigt het ontbreken van een uniform framework. De volgende casestudies laten zien hoe vijf koplopers deze uitdagingen in de praktijk aangaan.

5. CASESTUDIES: PRAKTISCHE BENADERINGEN VAN IMPACTMETING

In dit hoofdstuk worden vijf casestudies van verschillende touroperators en één Destination Management Company gepresenteerd die de diverse praktijken van impactmeting in de reisector illustreren.

5.1. KONING AAP EN SHOESTRING: DE LOCAL IMPACT SCORE (LIS)

5.1.1. DE LOCAL IMPACT SCORE (LIS) METHODOLOGIE

Koning Aap en Shoestring ontwikkelden in 2020 de Local Impact Score (LIS) om hun positieve lokale impact zichtbaar te maken. Het systeem is gebaseerd op literatuuronderzoek, bestaande duurzaamheidskaders (zoals GSTC, Travelife, TourCert en de SDG's), de Ripple Score, expertconsultaties en pilotreizen. De LIS is een eenvoudig ja/nee-systeem voor medewerkers, met data uit lokale partners.

De totale score bedraagt 100 punten, gelijkelijk verdeeld over:

- *Financiële impact (50 punten)*: meet waar het geld van reizigers terecht komt
- *Sociale impact (50 punten)*: meet de kwaliteit van de reisbeleving en de bijdrage aan lokale gemeenschappen.

Belangrijke indicatoren zijn onder andere:

- **Lokale Economische Empowerment**: gecertificeerde partners, inzet van lokale gidsen en accommodaties
- **Culturele Uitwisseling**: homestays, culturele ervaringen, familiemaaltijden.
- **Milieubeheer**: natuurbeschermingsprojecten, waterstations (voor plasticreductie).
- **Sociale Gelijkheid**: bezoek lokale initiatieven, vrouwenemancipatie (vrouwelijke gidsen/chauffeurs)
- **Klantperspectief**: duurzaamheidsvragen in de klantenquête.

De score heeft een aantal highlights:

1. *Purchasing Power Parity (PPP) Correctie*: maakt economische impact vergelijkbaar tussen landen.
2. *Vluchtprijsstandaardisatie*: voorkomt vertekening door dure intercontinentale vluchten.
3. *Continu Verbeterproces*: lage scores leiden tot concrete verbeteracties.

5.1.2. COMMUNICATIE EN VISUALISATIE

De LIS wordt op de website per reis prominent getoond als een percentage en een uitleg met storytelling. De communicatie streeft naar transparantie over de lokale impact en wil bewustwording creëren over de impact van reiskeuzes.

5.1.3. EVALUATIE (STERKE PUNTEN & BEPERKINGEN)

Sterke punten: eenvoudig toepasbaar, transparant, contextueel gecorrigeerd, gericht op verbetering.

Beperkingen: afhankelijk van zelfrapportage, subjectiviteit bij culturele criteria, beperkte lokale perspectieven, focus op outputs i.p.v. outcomes

5.2. G-ADVENTURES: DE WETENSCHAPPELIJK GEVALIDEERDE RIPPLE SCORE

5.2.1. DE RIPPLE SCORE METHODOLOGIE

De Ripple Score meet de sociale en economische impact van elke reis op lokale gemeenschappen, gebaseerd op drie kernprincipes:

1. **Follow the money**: het volgt waar het geld van reizigers naartoe gaat in de toeristische waardeketen.
2. **Purchasing Power Parity (PPP) correctie**: maakt economische impact vergelijkbaar tussen landen.
3. **Gestandaardiseerde rapportage**: de score wordt uitgedrukt per persoon per dag.

Belangrijke indicatoren zijn onder andere:

- **Economische indicatoren**: waarde van lokale uitgaven, aantal gecreëerde lokale werkuren.
- **Sociale indicatoren**: aantal lokale werknemers, betrokkenheid bij Planeterra sociale projecten.
- **Leveranciersstructuur**: aantal lokale versus internationale leveranciers, verificatie van lokaal eigenaarschap.

De wetenschappelijke validatie van de samenwerking met de University of Central Florida versterkt de geloofwaardigheid. Daarbij zorgen de PPP-aanpassingen voor comparatieve en eerlijke benchmarking. Als laatste stelt de gedetailleerde data-mapping van de uitgaven G-Adventures in staat om strategisch in te kopen.

5.2.2. COMMUNICATIE EN VISUALISATIE

G-Adventures communiceert de Ripple Score op een klantvriendelijke manier via de website, waar een numerieke score bij elke reisbeschrijving wordt getoond dat wordt aangevuld met verhalen van lokale ondernemers. Intern wordt een dashboard gebruikt als sturingsmiddel voor verbeterpotentieel.

5.2.3. EVALUATIE (STERKE PUNTEN & BEPERKINGEN)

Sterke punten: hoge transparantie, sterke datakwaliteit, strategisch inzetbaar.

Beperkingen: zeer data-intensief (ca. 4 FTE), beperkte aandacht voor negatieve impact, verificatie van lokaal eigendom complex.

5.3. BETTER PLACES: MAATWERK METEN EN AI-INNOVATIE

5.3.1. MEETMETHODOLOGIE

Better Places structureert haar impactmeting en -rapportage volgens de zeven thema's van de Nieuwe Economie Index (NEx). Dit raamwerk (dat thema's omvat als Biodiversiteit, Nieuwe Rijkdom en Transparante Ketens) biedt een holistisch beeld (Better Places (2025)). Tot 2024 was de dataverzameling grotendeels handmatig.

Belangrijke Indicatoren zijn onder andere:

- **Sociale impact:** percentage excursies met lokale ondernemers, percentage reisdagen met lokale chauffeurs, percentage overnachtingen in kleinschalige/duurzame accommodaties
- **Culturele en Natuurbeschermingsindicatoren:** aantal betaalde bezoeken aan natuurparken en erfgoed, seizoensspreiding, aanwezigheid van vegetarische/veganistische tips.
- **Transparantie:** alle bestemmingen voorzien van impactscore en de "Echte Prijs" van transport.

Deze methodologie heeft een aantal highlights:

1. **Echte prijs methodologie:** berekent maatschappelijke kosten van reizen (incl. non-CO₂-effecten).
2. **AI-gedreven automatisering:** Better Places ontwierp een AI-tool om de handmatige analyse van maatwerkreizen te automatiseren. De tool belooft een doorbraak in schaalbaarheid en consistentie.
3. **Radicale transparantie:** de organisatie onderscheidt zich door openhartig te communiceren over zowel successen als tekortkomingen.

5.3.2. COMMUNICATIE EN VISUALISATIE

Better Places is zeer transparant. Voor reizigers is de "Eerlijke reiswijzer" ontwikkeld, een toegankelijke online visualisatie per bestemming die de impactscore en de echte prijs van transport toont, inclusief vergelijking tussen vervoersopties. Het Jaarlijkse Impact Rapport is primair bedoeld voor interne sturing en stakeholders.

5.3.3. EVALUATIE (STERKE PUNTEN & BEPERKINGEN)

Sterke punten: innovatieve technologie, transparantie, gedetailleerde outputmeting.

Beperkingen: hoge arbeidsintensiteit, afhankelijkheid van self-assessment, beperkte economische vergelijkbaarheid zonder PPP.

5.4. SAWADEE: KWALITEIT EN PROJECTIMPACT

5.4.1. MEETMETHODOLOGIE

Sawadee combineert gestandaardiseerde, kwantitatieve metingen voor CO₂ (conform het Greenhouse Gas Protocol, uitgevoerd door Synergy Enterprises tot 2025) met voornamelijk kwalitatieve lokale impact assessments.

De lokale impact wordt beoordeeld via:

- **Accommodatie Assessment Systeem** (tot 2025 gebruikt): dit systeem gebruikt Travalyst indicatoren, waarbij accommodaties zelf rapporteren over waterbesparing, recycling en lokale inkoop (verificatie is beperkt)
- **Stakeholder Betrokkenheid Indicators:** Meting van de verhouding Nederlandse en lokale reisbegeleiders, en besluitvorming in overleg met lokale partners.

Belangrijke Indicatoren zijn onder andere:

- **Sociale Impact:** aantal ondersteunde lokale gemeenschapsprojecten (bijv. Puur Sawadee-projecten).
- **Culturele Impact:** aantal authentieke culturele ervaringen per reis
- **Ecologische Impact:** Aantal natuurbeschermingsprojecten, plasticreductiemaatregelen

Sawadee's "Puur Sawadee" richt zich op meetbare lokale projecten zoals Recycling Village Sumatra en ondersteuning van traditionele gemeenschappen. Het sluit aan op het Travalyst-kader via accommodatie-assessments, ook voor kleinschalige aanbieders. Daarnaast fungeert impactmeting als sturingsinstrument, met als doel dat in 2025 50% van de reizen minimaal één duurzaam project of accommodatie bevat.

5.4.2. COMMUNICATIE EN VISUALISATIE

Resultaten worden opgenomen in een formele, jaarlijkse impactrapportage. Successen worden gedeeld via de website, nieuwsbrieven en sociale media, en reizigers worden vertrek geïnformeerd over de projecten.

5.4.3. EVALUATIE (STERKE PUNTEN & BEPERKINGEN)

Sterke punten: pragmatisch, projectgericht, transparant.

Beperkingen: beperkte verificatie, afhankelijkheid van self-assessment, focus op outputs i.p.v. structurele outcomes.

5.5. ECOLE TRAVEL: METEN OP DMC-NIVEAU

5.5.1. MEETMETHODOLOGIE

Ecole Travel gebruikt een multi-indicator benadering verdeeld over vier pijlers, in plaats van één geïntegreerde score. De methode is verankerd in hun uitgebreide duurzaamheidsmanagementsysteem.

De vier pijlers zijn:

1. **Lokale leveranciersselectie:** jaarlijkse evaluatie van leveranciers, prioritering van lokaal eigendom en certificeringen.
2. **Gemeenschapseducatie & capaciteitsopbouw:** gestructureerde trainings- en workshopprogramma's.
3. **Werkgelegenheid & arbeidsomstandigheden:** personeelsverloop, gendergelijkheid, salarisevaluaties (op basis van VN-tool).
4. **Directe gemeenschapsinvestering:** financiële donaties, sponsoring, vrijwilligersuren.

De aanpak richt zich op capaciteitsopbouw door educatie en kennisoverdracht te meten via workshops, deelnemers en trainingsuren. Daarnaast ligt focus op governance en gendergelijkheid, zoals vrouwen in leiderschapsposities en een 0% loonkloof. De DMC-aanpak biedt inzicht in lokale impact en is cruciaal omdat touroperators afhankelijk zijn van DMC's voor uitvoering

5.5.2. COMMUNICATIE EN VISUALISATIE

Ecole Travel gebruikt voornamelijk staaf- en taartdiagrammen en infographics om milieu- en educatieresultaten te presenteren. De resultaten worden gebruikt om partners aan te tonen dat hun inkoop bij Ecole Travel structureel bijdraagt aan lokale ontwikkeling.

5.5.3. EVALUATIE (STERKE PUNTEN & BEPERKINGEN)

Sterke punten: sterke lokale verankering, externe certificering, trendanalyse mogelijk.

Beperkingen: geen geïntegreerde score, risico op cherry picking, beperkte overdraagbaarheid naar andere landen.

De vijf casestudies laten zien dat er geen universele methode bestaat om lokale impact te meten; elke organisatie kiest een aanpak die past bij haar model, variërend van kwantitatieve systemen zoals de Ripple Score tot kwalitatieve projectmetingen, ja/nee-scores en AI-gestuurde oplossingen. Sommige systemen gebruiken correcties zoals PPP-aanpassingen en vluchtprijsstandaardisatie voor betere vergelijkbaarheid, terwijl AI schaalbaarheid vergroot. Transparantie over zowel successen als mislukkingen versterkt geloofwaardigheid. Tegelijk blijft datakwaliteit een groot probleem door afhankelijkheid van lokale partners zonder externe verificatie. Daarnaast meten de systemen zelden hoe lokale gemeenschappen zelf impact ervaren, waardoor vooral een bedrijfsgericht perspectief overheerst

6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Dit onderzoek biedt inzicht in de transitie van de reissector van uitsluitende focus op milieueffecten naar een meer holistische meting van tevens lokale, sociaal-economische impact. De casestudies laten zien dat systematische meting mogelijk is, maar dat de sector nog met fundamentele uitdagingen kampt.

6.1.1. COMPLEXITEIT EN MAATWERK

Conclusie 1: lokale impactmeting is inherent complex en vergt maatwerk

Conclusie 2: de meerderheid van de sector meet nog geen lokale impact door resourcebeperkingen

6.1.2. STANDAARDISATIE EN VERIFICATIE

Conclusie 3: het gebrek aan standaardisatie belemmert vergelijkbaarheid en geloofwaardigheid

Conclusie 4: verificatie is de achilleshiel van de meetmethoden

Conclusie 5: toegespitste correctiemechanismen verbeteren de vergelijkbaarheid

6.1.3. EFFECTEN EN FOCUS

Conclusie 6: er is een sterke focus op kwantificeerbare outputs, terwijl kwalitatieve uitkomsten onderbelicht blijven

Conclusie 7: de meting richt zich overwegend op positieve impact, waarbij het lokale perspectief ontbreekt

6.1.4. VISUALISATIE EN TRANSPARANTIE

Conclusie 8: transparantie over beperkingen versterkt de geloofwaardigheid

Conclusie 9: technologische innovatie is cruciaal voor schaalbaarheid in de sector

6.2. AANBEVELINGEN VOOR DE REISSECTOR

De volgende aanbevelingen vloeien voort uit de conclusies, uitdagingen en praktijkvoorbeelden en dienen als leidraad voor touroperators en sectorpartners om impactmeting structureel in de bedrijfsvoering te verankeren. Touroperators wordt geadviseerd systematisch en transparant te beginnen met implementeren.

1. Start klein, maar start vandaag met een duidelijke focus
2. Maak gebruik van correctiemechanismen (zoals de PPP-correctiefactor)
3. Verbeter de kwaliteit van de data door het opbouwen van sterke, lange termijn relaties met lokale partners.
4. Communiceer open en transparant over de eerlijk totale impact.
5. Integreer het lokale perspectief in het meetsysteem.
6. Maak impactmeting laagdrempelig en collectief.
7. Bied startworkshops aan en ontwikkel een certificeringstraject met oplopende niveaus (goed-beter-best) zodat bedrijven stapsgewijs kunnen groeien zonder direct te verdrinken in complexiteit.

De ANVR publiceert een notitie over lokale impact in de reisbranche waar meer in staat over de mogelijkheden omtrent lokale impact, voor elk type reisbedrijf.

7. SLOTWOORD: VAN METEN NAAR BETEKENIS

Lokale impactmeting blijkt haalbaar en waardevol voor touroperators, maar vraagt om gerichte investeringen en langdurige inzet. Koplopers tonen dat groei en positieve impact samen kunnen gaan, al blijven verificatie, standaardisatie en beperkte capaciteit grote uitdagingen. Omdat niet alles wat telt meetbaar is, blijft systematische meting essentieel voor verbetering. Door transparantie, samenwerking en kennisdeling kan de sector versnellen richting eerlijk en regeneratief toerisme.

8. BRONNENLIJST

- Acorn Tourism Consulting. (2025, 16 december). *Building regeneration into your tourism business*. CBI – Centre for the Promotion of Imports from developing countries.
- Adventure Specialists B.V. (2024). *Duurzaamheidsbeleid (NL)*. Issuu. Gepubliceerd: juli 2024. URL: https://issuu.com/avontuur/docs/duurzaamheidsbeleid_adventure_specialists_juni_2024
- Adventure Specialists B.V. (2024). *Update duurzaamheid 2024*. URL: https://issuu.com/avontuur/docs/update_duurzaamheid_2024
- Baral, R., Rijal, D.P. (2022). Visitors' impacts on remote destinations: An evaluation of a Nepalese mountainous village with intense tourism activity. *Heliyon*, 8 (8), pp. 1-11.
- Better Places. (2025). *Impactrapport 2024* <https://betterplaces.nl/impactrapport-2024>
- Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: A tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*, 13(1), 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2003.12.024>
- Casals Miralles, C., Boy Roura, M., Ponsá Salas, S., Llenas Argelaguet, L., & Colón Jordà, J. (2024). Assessing the socio-economic impacts of tourism packages: A methodological proposition. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 29(6), 1096–1115. <https://doi.org/10.1007/s11367-024-02284-z>
- Chujap, J. P. P., Diamante, R. M. C., Donguez, A. G. S., Metrillo, F. D., Miralles, C. O., Quicio, R. V. C., Mactal, R. D., & Mercado, J. M. T. (2024). Santuario (Shrines): The sustainable religious tourism management of selected Philippine congregation-managed Marian shrines. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 11(6), Article 8. <https://doi.org/10.21427/YP15-GP46>
- Ecole Travel. (2025). *Betekenisvolle reizen, gedreven door natuur: Explore Costa Rica (Brochure)*. <https://ecoletravel.com>
- Elgin, C., & Elveren, A. Y. (2024). Unpacking the economic impact of tourism: A multidimensional approach to sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 478, Article 143947. pp.1-11 <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.143947>
- ESG. (2024). *Tourism Sustainability Indicators*. <https://esg.sustainability-directory.com/term/tourism-sustainability-indicators/>
- European Commission (2016). The European Tourism Indicator System: ETIS toolkit for sustainable destination management. Excerpts from "HANDBOEK DUURZAAMHEID - Reto B.V."
- Exodus Travels. (2025). *Impact report 2024*. https://issuu.com/exodustravels/docs/exodus_adventure_travels_impact_report_2024_us edi?fr=sOWEzMDg4MTU1MjY
- G-Adventures. (2025). *Ripple Score*. <https://www.gadventures.com/about-us/ripple-score/?srsltid=AfmBOorZ3UoM5UPOd63gD33nTlu2d2t8gKYG-jXYGgumOxlm8jMZt3jD>
- Global Sustainable Tourism Council (GSTC) (2016).
- GSTC Industry criteria. Intrepid Travel. (2025).
- Integrated annual report 2024*. PwC. (2015). Measuring tourism's impact. A pilot study in Cyprus. Responsible Travel. (2024). Impact update
- Intrepid Group Pty Limited. (2024). *Integrated annual report 2024*. <https://www.intrepidtravel.com/>
- Meschini, M., Toffolo, M.M., Caroselli, E., Franzellitti, S., Marchini, C., Prada, F., Boattini, A., Brambilla, V., Martinez, G., Prati, F., Simoncini, G., Visentin, M., Airi, V., Branchini, S., Goffredo, S. (2021). Educational briefings in touristic facilities promote tourist sustainable behavior and customer loyalty. *Biological Conservation*, 259, 1-10. DOI: 10.1016/j.biocon.2021.109122.
- Salee, A., Rasoolimanesh, S. M., & Kusumo, C. M. L. (2022). Tourism impacts on destinations: Insights from a systematic review of literature. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 11(1), 121–148.
- Sawadee Reizen. (2024). *Impactrapport 2024*. Sawadee Reizen. <https://www.sawadee.nl/duurzaam-toerisme/donaties/>
- Schuurman, L. (2024). *Measuring local impact in tourism through regenerative tourism* (Project report). Hotelschool The Hague.
- Shang, F., Goh, H.C., Masud, M.N. (2025). Stakeholder perceptions of tourism's impacts on the ecological environment of island destinations based on a systematic review and meta-analysis. *Scientific Reports*, 15, pp. 1-21.
- Solberg, A.M., Smiley, S.L. (2022). Comparing tourist and tour operator perceptions of tourists impacts on the environment in Tanzania. *Environments*, 9 (10), pp. 1-13. <https://doi.org/10.3390/environments9100132>
- World Tourism Organization (UNWTO) United Nations Development Programme (UNDP), (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. Trafalgar. (2025). *Travel responsibly and sustainably with Trafalgar*. WE MAKE TRAVEL MATTER®.
- Travel Foundation. (2024). *Creating equitable destinations: How to manage and distribute tourism's value to better serve communities*.

World Tourism Organization (WTO) (2004). Indicators of sustainable development for tourism destinations. A guidebook. (Aanvullende referenties zijn geïntegreerd in de voetnoten gedurende de tekst.)

Wang, J., Dai, J., Gao, W., Yao, X., Dewancker, B.J., Gao, J., Wang, Zeng, J. (2024). Achieving Sustainable Tourism: Analysis of the Impact of Environmental Education on Tourists' Responsible Behavior. *Sustainability*, 16(2), pp. 1-17. DOI: 10.3390/su16020552.



