

# Programma voor de interne markt (SMP)

SMP-2023-TOURSME

Overgang naar een duurzamer en veerkrachtiger ecosysteem –  
versterking van kleine en middelgrote toeristische  
ondernemingen



## Te leveren resultaat 2.1

Compendium van beste praktijken en  
geleerde lessen

[www.inspires-tourism.eu](http://www.inspires-tourism.eu)



Co-funded by  
the European Union

Dit project heeft financiering ontvangen van het programma voor de  
interne markt van de Europese Unie in het kader van

0

**Naam van het project:**

Initiatieven voor duurzame innovatieve praktijken, veerkracht en empowerment in toeristische kmo's

**Acroniem van het project:** INSPIRES

**Voorstelnummer van het project:** 101181590

**Looptijd en startdatum van het project:**

Projectduur: 36 maanden

Startdatum van het project: 1 november 2024

Einddatum van het project: 31 oktober 2027

**Hoofdpartner/coördinator:**

ERLEBNIS BREMERHAVEN GMBH (EBG) (Duitsland)

**Partners:**

TOERISME PROVINCIE ANTWERPEN (BE)

KAMER VAN KOOPHANDEL EN INDUSTRIE VRATSA SDRUZHENIE (BG)

CAMARA OFICIAL DE COMERCIO INDUSTRIA SERVICIOS Y NAVEGACION DE SEVILLA (ES)

PODKARPACKIE WOJEWODZTWO (PL)

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU OY (FI) EUROPEAN CULTURAL TOURISM NETWORK (BE)

**Contact:**

Franziska Stenzel, Helmut Berends, Claudia Harms E-mail:INSPIRES@erlebnis-bremerhaven.de

Website: [inspires-tourism.eu](http://inspires-tourism.eu)

LET OP: Deze Nederlandstalige versie is automatisch aangemaakt vanuit het oorspronkelijke Engelstalige document. In het geval van afwijkingen is uitsluitend de originele Engelse versie doorslaggevend en bindend.

## Documentcontroleformulier

<b>Werkpakket</b>	WP2 Beste praktijken en bewustmaking
<b>Te leveren</b>	D2.1 Compendium van beste praktijken en geleerde lessen
<b>Verspreidingsniveau</b>	Openbaar
<b>Type deliverable</b>	Rapport
<b>Hoofdauteur</b>	Officiële Kamer van Koophandel van Sevilla (CCSEV)
<b>Vervaldatum</b>	M13
<b>Indieningsdatum</b>	14 januari 2026

## Documentrevisiegeschiedenis

<b>Versie</b>	<b>Datum</b>	<b>Redacteur/revisor</b>	<b>Opmerking</b>
V1.0	02/12/2025	Anne Furphy (CCSEV)	Versie voor interne beoordeling
V2.0	19/12/2025	Anne Furphy (CCSEV)	Herziene versie op basis van opmerkingen van partners
V3.0	29/12/2025	Helmut Berends (EBG (LP))	Laatste controle en lay-out aangepast
V4.0	14/01/2026	Anne Furphy (CCSEV)	Herziene versie op basis van opmerkingen van EIASMEA

## Lijst met afkortingen

Europese Commissie	EC
Europees Agentschap voor innovatie en kmo's	EISMEA
Subsidieovereenkomst	GA
Partnerschapsovereenkomst	PA
Beschrijving van de actie	DoA
Projectcoördinator	COO
Stuurgroep	SG
Hoofdpartnerteam	LPT
Werkpakket	WP

## Disclaimer

Gefinancierd door de Europese Unie. De standpunten en meningen die hierin worden weergegeven, zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs de standpunten van de Europese Unie of EISMEA weer. De Europese Unie en de subsidieverstrekende instantie kunnen hiervoor niet aansprakelijk worden gesteld. De INSPIRES-projectpartners zijn niet verantwoordelijk voor het gebruik dat van de hierin opgenomen informatie wordt gemaakt.

## Projectpartners



**Inhoudsopgave**

1 INLEIDING.....	1
2 METHODOLOGIE.....	3
3 OVERZICHT VAN VERZAMELDE BEST PRACTICES .....	6
4 BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN EN LESSEN .....	15
BIJLAGE 1 .....	16

**Tabel met figuren**

Figuur 1: Investeringsbereik .....	7
Figuur 2: Specifieke ondersteuningsbehoeften .....	7
Figuur 3: Status van het initiatief .....	9
Figuur 4: Onderwerpen met betrekking tot beste praktijken .....	9
Figuur 5: Belangrijkste sterke punten van de praktijken .....	12
Figuur 6: Overdraagbaarheid van de praktijken .....	13

## 1 INLEIDING

De toeristische sector ondergaat ingrijpende veranderingen als gevolg van prioriteiten op het gebied van duurzaamheid, digitalisering en veerkracht. Kleine en middelgrote ondernemingen (hierna KMO's) en bestemmingsbeheerorganisaties (hierna DMO's) spelen een cruciale rol in deze transitie en fungeren als katalysatoren voor innovatie en lokale ontwikkeling. In het kader van INSPIRES is het identificeren van beste praktijken op deze gebieden een toekomstige bron van inspiratie voor micro-, kleine en middelgrote ondernemingen om innovatie te bevorderen, het concurrentievermogen te vergroten en oplossingen voor levensvatbaarheid op lange termijn te waarborgen.

In het kader van werkpakket (hierna WP) 2 is het de bedoeling een basis en een pool van concrete, relevante, reproduceerbare en herkenbare beste praktijken vast te stellen voor de volgende activiteiten (WP3, 4 en 5) in het project.

De geanalyseerde beste praktijken van kmo's en DMO's kunnen een verrijking vormen en dienen als illustratieve voorbeelden in de verschillende modules voor de opleiding van opleiders die in WP3 zijn ontwikkeld. Verschillende van de verzamelde beste praktijken dragen bij tot slimme toeristische benaderingen, met name door het gebruik van opkomende digitale technologieën en oplossingen die het bestemmingsbeheer en de ervaringen van bezoekers verbeteren. Deze beste praktijken zullen bijzonder relevant zijn voor de activiteiten in het kader van de opleiding van opleiders.

In totaal werden via de vragenlijst 47 beste praktijken verzameld, waarvan er 44 als geldig werden beschouwd en in de analyse werden opgenomen. Het verzamelproces omvatte geen individuele interviews, maar was gebaseerd op een gestructureerde online vragenlijst waarmee respondenten gedetailleerde kwalitatieve en kwantitatieve informatie over hun initiatieven konden verstrekken.

De verzamelde praktijken bestrijken een evenwichtig scala aan thematische gebieden die relevant zijn voor de toeristische sector, waaronder duurzaamheid en circulaire economie, risicobeheer en veerkracht, duurzaam en regeneratief toerisme, diversiteit en inclusie, opkomende technologieën en digitalisering, en toegankelijkheid. Verschillende praktijken hebben betrekking op meer dan één thematisch gebied, wat wijst op transversale innovatie in het toerisme.

De casussen in het compendium kunnen ook inspiratie bieden voor de ontwikkeling van workshops en op maat gemaakte coachingprogramma's over duurzaamheid, risicobeheer en diversiteit en inclusie, die gepland zijn in WP4.

De voorbeelden in het compendium kunnen ook nuttig zijn voor kmo's die reageren op de oproep tot het indienen van voorstellen in WP5, omdat ze succesvolle ervaringen laten zien, wat effectief is geweest en wat minder succesvol, en welke uitdagingen kmo's zijn tegengekomen.

Het identificeren van beste praktijken helpt ons om een beter inzicht te krijgen in de werkelijke context van bedrijven in de toeristische sector, hoe zij omgaan met de groene en digitale transitie, en welke belangrijke aspecten, uitdagingen en kansen zij zien voor hun bedrijfsmodellen, met bijzondere aandacht voor afstemming op het transitiepad voor toerisme van de Europese Commissie, met name met betrekking tot de volgende onderwerpen:

- Onderwerp 8: Groene transitie van toeristische bedrijven en kmo's
- Onderwerp 16: ondersteuning van de digitalisering van toeristische kmo's en bestemmingen
- Onderwerp 19: Bewustmaking van de vaardigheidsbehoeften voor de dubbele transitie in het toerisme
- Onderwerp 20: Bewustmaking van veranderingen in de vraag naar toerisme en de kansen van de dubbele transitie voor het toerisme
- Onderwerp 25: Verbetering van toegankelijke toeristische diensten
- Onderwerp 26: Toeristische diensten voor zowel bezoekers als inwoners

Deze onderwerpen komen terug in de beste praktijken die in dit document worden geïdentificeerd en geanalyseerd.

Naast de onderwerpen die terugkomen in de beste praktijken die in dit document worden geïdentificeerd en geanalyseerd, bestaat het algemene kader uit drie hoofdpijlers:

- Groene transitie: invoering van milieuvriendelijke praktijken
- Digitale transitie: integratie van digitale tools en technologieën
- Veerkracht: veerkracht en aanpassing aan externe uitdagingen

Het verzamelen en analyseren van informatie vindt plaats door middel van een voortdurende interactie tussen de partners om enerzijds de homogeniteit en vergelijkbaarheid van de verzamelde informatie te garanderen en anderzijds de kennis over specifieke beste praktijken voor groene en digitale transitie en veerkracht in het toerisme te vergroten.

Dit document heeft tot doel de belangrijkste resultaten van het compendium van verzamelde beste praktijken te presenteren en te laten zien hoe bedrijven en bestemmingsmanagementorganisaties de belangrijkste pijlers van de dubbele transitie combineren met gemeenschapsopbouw, ontwikkeling van vaardigheden en toegankelijkheid om zowel duurzame als concurrerende toerismemodellen te realiseren.

## 2 METHODOLOGIE

Voor het verzamelen van beste praktijken is een sjabloon ontworpen in de vorm van een Google-vragenlijst om ervoor te zorgen dat elke beste praktijk wordt geanalyseerd volgens een standaardschema dat is onderverdeeld in de volgende velden:

**De belangrijkste activiteitscode** (NACE - Statistische nomenclatuur van economische activiteiten in de Europese Gemeenschap) die het bedrijf/initiatief identificeert. Dit helpt ons om de beste praktijken beter te begrijpen en te analyseren in de context van het type bedrijf. Hoewel NACE-codes die specifiek zijn voor de toeristische sector niet verplicht zijn in INSPIRES, helpt het ons om de aard en de reikwijdte van het initiatief beter te begrijpen.

**Algemene informatie over het initiatief:** naam, e-mailadres, startdatum, loopt het initiatief nog steeds?

**Totale investering die nodig is voor het initiatief:** deze informatie helpt ons om de omvang van het initiatief te begrijpen in plaats van de exacte financiële cijfers, en om de middelen te beoordelen die nodig zijn voor mogelijke overdracht of replicatie door andere bedrijven en/of organisaties.

De respondenten werd niet gevraagd om het exacte geïnvesteerde bedrag te specificeren, maar om de investeringsrange aan te geven waarbinnen hun initiatief werd ontwikkeld.

De beschikbare opties omvatten vooraf gedefinieerde bereiken (bijvoorbeeld minder dan 10.000 euro; 10.000-50.000 euro; 50.000 €–100.000 €; 100.000 €–200.000 €, boven 250.000 €), waardoor kmo's en DMO's op een eenvoudige en vergelijkbare manier konden reageren met inachtneming van de vertrouwelijkheid. Deze aanpak ondersteunt ook een realistische beoordeling van de overdrachtsmogelijkheden of replicatie op basis van de benodigde middelen.

**Beschrijvende informatie**, waaronder de belangrijkste doelstellingen, kernactiviteiten en impact op de duurzaamheid, veerkracht en digitalisering van het toerisme.

### 2.1 Onderwerpen die door het initiatief worden behandeld

Deze classificatie helpt ons om de beste praktijken in kaart te brengen voor de meest relevante thematische gebieden waarop we ons richten. INSPIRES ontwikkelt momenteel een "training voor trainers"-programma in WP3 met speciale modules die zijn afgestemd op deze onderwerpen, zodat de verzamelde input rechtstreeks zal bijdragen aan het vormgeven en illustreren van de inhoud met praktijkvoorbeelden.

- Risicobeheer en veerkracht
- Duurzaamheid/circulaire economie
- Duurzaam en regeneratief toeristisch aanbod
- Diversiteit en inclusie in het toerisme
- Opkomende technologieën
- Toegankelijkheid
- Overige

Hoewel slim toerisme<sup>1</sup> niet als apart onderwerp in de voorgestelde vragenlijst was opgenomen, wordt in verschillende beste praktijken aandacht besteed aan slim toerisme door het gebruik van opkomende technologieën en digitale oplossingen. Deze dimensie zal in de definitieve versie van het compendium verder worden versterkt en zal ook een relevante rol spelen in het programma voor de opleiding van opleiders en aanverwante activiteiten (onderdeel van WP3).

## 2.2 Welke specifieke ondersteuningsbehoeften kwamen aan bod?

Deze informatie geeft ons een indicatie van de belangrijkste behoeften buiten de eigenaars van de praktijken om.

- Energie- of hulpbronnenefficiëntie
- Gebruik van digitale tools (bijv. boekingen, CRM)
- Promotie op buitenlandse markten
- Waardecreatie op basis van lokale culturele/natuurlijke troeven
- Netwerken met aanvullende dienstverleners
- Bijscholing van personeel
- Innovatie van infrastructuur of diensten

## 2.3 Wat was de impact van de beste praktijk?

In dit deel wordt de deelnemers gevraagd om de belangrijkste resultaten, voordelen en veranderingen die dit voor het toerisme heeft opgeleverd, gedetailleerd te beschrijven, zoals verbeteringen op het gebied van duurzaamheid, veerkracht, digitalisering of betrokkenheid van de gemeenschap.

---

<sup>1</sup> "Slim toerisme speelt in op nieuwe uitdagingen en eisen in een snel veranderende sector, waaronder de evolutie van digitale tools, producten en diensten; gelijke kansen en toegang voor alle bezoekers; duurzame ontwikkeling van de lokale omgeving; en ondersteuning van creatieve industrieën, lokaal talent en erfgoed." ([smart-tourism-capital.ec.europa.eu](https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu))

## 2.4 Belangrijkste sterke punten van het initiatief

Waarom is dit een goed voorbeeld om te delen? Wat is bijzonder innovatief, inspirerend of overdraagbaar?

Dit helpt ons om te benadrukken wat de beste praktijk zo waardevol maakt en om de aspecten te identificeren die het meest inspirerend of overdraagbaar zijn voor anderen in de toeristische sector:

- Innovatie
- Duurzaamheid
- Betrokkenheid van de gemeenschap
- Economische voordelen
- Schaalbaarheid
- Toegankelijkheid
- Overige

## 2.5 Is het initiatief overdraagbaar naar andere regio's of soorten kmo's?

Deze vraag geeft inzicht in de reproduceerbaarheid en schaalbaarheid van het initiatief. Het helpt te bepalen of de praktijk met succes kan worden aangepast en geïmplementeerd in andere regio's, contexten of bedrijfstypen, buiten het oorspronkelijke model. Inzicht in de potentiële overdraagbaarheid maakt het gemakkelijker om te bepalen welke beste praktijken een potentiële impact hebben en welke als model of referentie kunnen dienen voor anderen in de sector. Op intern niveau stelt het ons in staat om te bepalen welke beste praktijken eerder als voorbeeld kunnen dienen in de opleiding van opleiders.

## 2.6 Ontmoette uitdagingen (optionele antwoorden):

Deze vraag stelt ons in staat om de uitdagingen en lessen te identificeren die tijdens het implementatieproces van de praktijk zijn ondervonden.

## 2.7 Toekomstige ontwikkelingsmogelijkheden:

Dit gedeelte biedt informatie over hoe de praktijk kan worden uitgebreid, verbeterd of aangepast om de impact en effectiviteit ervan te vergroten. Deelnemers worden aangemoedigd om ideeën, mogelijke samenwerkingsverbanden of groeigebieden te delen.

Over het algemeen biedt de vragenlijst een duidelijk en uitgebreid overzicht van de geïmplementeerde beste praktijken, waardoor sterke punten, verbeterpunten, geleerde lessen en uitdagingen gemakkelijker kunnen worden geïdentificeerd.

### 3 OVERZICHT VAN VERZAMELDE BESTE PRAKTIJKEN

In dit deel behandelen we de beste praktijken vanuit verschillende perspectieven: statistische analyse van de beste praktijken met grafieken die trends en patronen weergeven, en concrete voorbeelden indien relevant.

#### 3.1 Statistieken

Tijdens deze eerste verzamelingsfase werden 47 beste praktijken ingediend, waarvan er uiteindelijk 44 in aanmerking kwamen voor opname in de analyse.

Het merendeel van de beste praktijken is afkomstig uit INSPIRES-landen: Finland, België, Duitsland, Polen, Bulgarije en Spanje. Aangezien het verzamelen van beste praktijken niet beperkt is tot de INSPIRES-landen en -regio's, zijn ook beste praktijken uit andere landen, zoals Ierland, Cyprus, Roemenië en Griekenland, opgenomen.

De meeste beste praktijken zijn afkomstig van initiatieven van kmo's, maar ook van organisaties voor bestemmingsbeheer (DMO's), die door hun bemiddelende rol de groene en digitale transitie van kmo's vergemakkelijken.

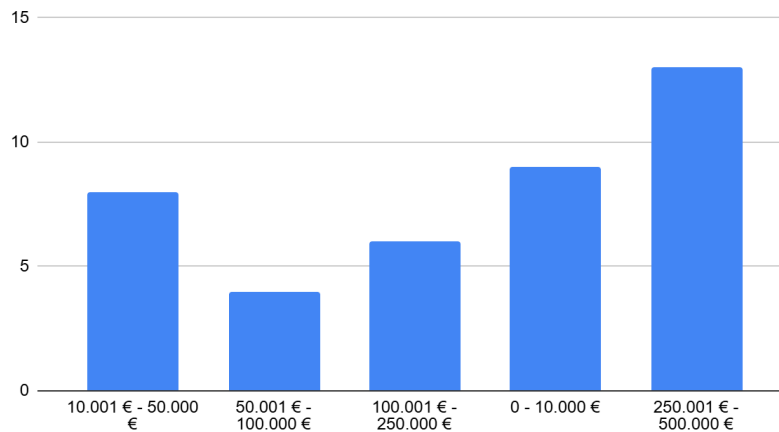
#### 3.2 Economische activiteitssectoren

De verzamelde beste praktijken zijn afkomstig uit een breed scala aan toerismegerelateerde activiteiten, waaronder accommodatie, eten en drinken, activiteiten in de natuur, enz. Dit weerspiegelt de inzet van de toeristische sector, met name kleine organisaties en kmo's uit plattlandsgebieden of die rechtstreeks met plattlandsgebieden werken, niet alleen op het gebied van digitale en groene transitie, maar ook op het gebied van innovatie en veerkracht.

#### 3.3 Investeringsbereik

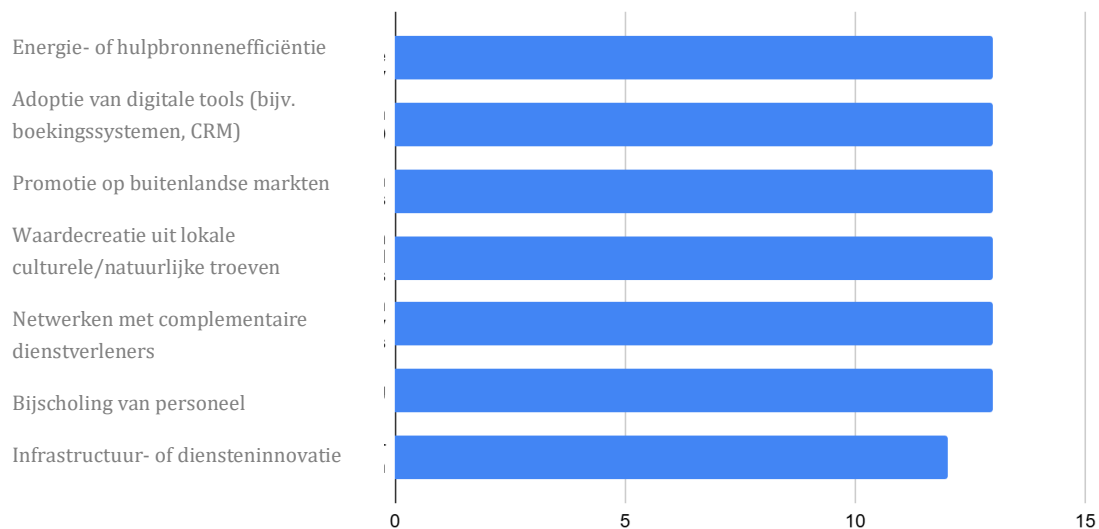
Bijna de helft van de initiatieven vereiste een lage investering: minder dan 50 000 euro, wat bevestigt dat het invoeren van innovatieve oplossingen op het gebied van duurzaamheid en digitalisering niet altijd een groot budget vereist. Sommige initiatieven vereisten echter grotere investeringen, wat ook een langetermijnverbintenis met de digitale en groene transitie inhoudt. Het is ook begrijpelijk dat een deel van de respondenten de vraag mogelijk heeft opgevat als de totale investering die nodig was om hun bedrijf op te zetten en te starten.

Totale benodigde investering voor het project



Figuur 1: Investeringsbereik

### 3.4 Specifieke ondersteuningsbehoeften



Figuur 2: Specifieke ondersteuningsbehoeften

Het aantal geïdentificeerde specifieke ondersteuningsbehoeften overschrijdt het totale aantal geanalyseerde beste praktijken, omdat deze vraag was opgesteld als een meerkeuzevraag met meerdere antwoorden. Respondenten konden dus meer dan één ondersteuningsbehoefte selecteren om de verschillende soorten hulp weer te geven die nodig zijn voor de succesvolle uitvoering van hun initiatief.

De antwoorden op deze vraag waren vrij evenwichtig, wat erop wijst dat er bij kmo's een sterke vraag is naar ondersteuning op verschillende gebieden. De meeste respondenten identificeerden behoeften op het gebied van energie- en hulpbronnefficiëntie, de invoering van digitale instrumenten en het creëren van waarde uit culturele/natuurlijke activa, wat aantoont dat kmo's uit de toeristische sector de dubbele transitie duidelijk als een hoeksteen van hun bedrijfsmodel beschouwen.

Het antwoord dat betrekking heeft op promotie op buitenlandse markten, in combinatie met service-innovatie en bijscholing van personeel, is ook een indicatie dat bedrijven in de toeristische sector bereid zijn hun bedrijf voor te bereiden op een dynamische, geglobaliseerde en voortdurend veranderende omgeving.

Het aantal bedrijven dat aangeeft dat netwerken met complementaire collega's en dienstverleners een specifieke behoefte is die moet worden aangepakt, wijst op het belang van het versterken van de banden met omliggende gemeenschappen en het belang van het aangaan van samenwerkingsverbanden, en dat digitale en groene transitie niet op een geïsoleerde manier kan worden aangepakt of gerealiseerd.

Het laat ook zien hoe toeristische bedrijven synergieën met andere sectoren nastreven om hun klanten een hoger niveau van producten en diensten te kunnen bieden.

### 3.5 Illustratieve modellen van kmo's:

*Netwerken en samenwerking:*

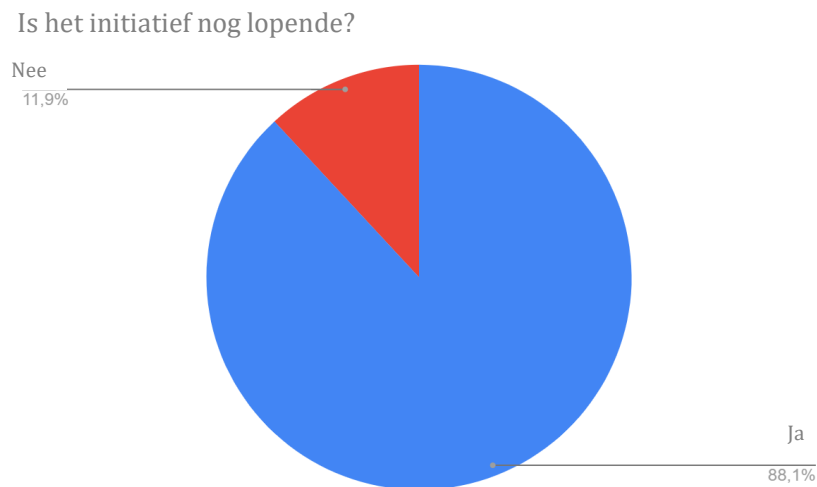
[Happy Weekends](#), een touroperator uit België, benadrukt het belang van langdurige samenwerkingen met betrouwbare partners als een voordeel voor hun bedrijf en "verbeterde veerkracht dankzij focus op specialisatie, nauwe relaties en bewuste investeringen".

*Duurzame en regeneratieve toeristische aanbiedingen:*

[The Jolly Vintners](#), een initiatief uit Bulgarije dat zorgvuldig samengestelde wijntoeristische ervaringen aanbiedt in Lyutibrod, waarbij boetiekwijnproeverijen worden gecombineerd met lokale gerechten, natuur en culturele verhalen. Tegen de achtergrond van de Iskar-kloof promoot het initiatief milieuvriendelijk toerisme en ondersteunt het de revitalisering van het platteland. De belangrijkste activiteiten zijn begeleide proeverijen op natuur- en erfgoedlocaties, online boekingen en gepersonaliseerde interacties met gasten. Het initiatief verbetert de duurzaamheid door lokale inkoop en milieubewuste wijngaardpraktijken, bouwt veerkracht op door diversificatie van inkomsten buiten de wijnverkoop en maakt gebruik van digitale tools voor planning en outreach. Het draagt bij aan de zichtbaarheid van Noordwest-Bulgarije als een kwalitatieve, op ervaringen gebaseerde bestemming.

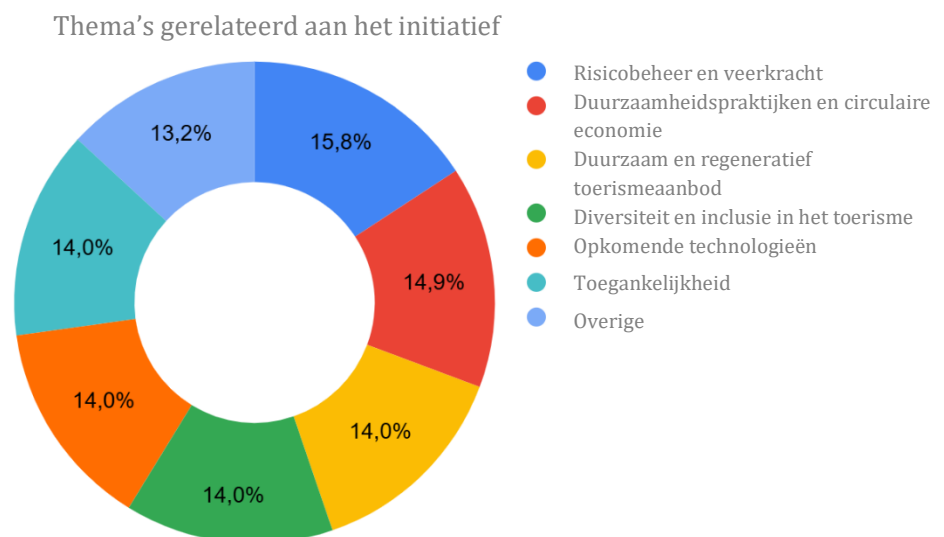
### 3.6 Huidige status van initiatieven

Een groot deel van de initiatieven loopt nog steeds, wat de dynamische aard van de sector en de voortdurende inspanningen van kleine en middelgrote bedrijven en DMO's om te evolueren naar duurzamere en veerkrachtigere bedrijfsmodellen bevestigt.



Figuur 3: Status van het initiatief

### 3.7 Onderwerpen met betrekking tot de beste praktijken



Figuur 4: Onderwerpen met betrekking tot best practices

ONDERWERPEN	Aantal kmo's
Risicobeheer en veerkracht	18
Duurzaamheid/circulaire economie	17
Duurzaam en regeneratief toeristisch aanbod	16
Diversiteit en inclusie in toerisme	16
Opkomende technologieën	16
Toegankelijkheid	16
Overige	15

De resultaten van deze vraag (meerdere antwoorden mogelijk) laten vrij evenwichtige resultaten zien voor de verschillende voorgestelde thema's, wat de vele dimensies van innovatie in de toeristische sector aantoont. Het meest genoemde thema is risicobeheer en veerkracht, op de voet gevolgd door duurzame/circulaire economie.

Het is vermeldenswaard dat diversiteit en inclusie en toegankelijkheid ook door de respondenten worden genoemd, wat de toenemende integratie van deze dimensies in de toerismestrategieën van kmo's onderstreept.

Over het algemeen tonen de resultaten aan dat de toeristische sector zijn strategieën benadert vanuit een holistische visie, waarbij milieu-, sociale en technologische praktijken worden gecombineerd om de veerkracht en duurzaamheid in de sector te vergroten.

#### **Illustratieve modellen van kmo's op het gebied van duurzaamheid en circulariteit:**

[Naturanda](#), een kmo uit Spanje die rondleidingen organiseert, verklaart: "NATURANDA heeft de uitdagingen van de pandemie omgezet in een kans om duurzaamheid als kern van ons toerismemodel te omarmen. We hebben ons wagenpark vernieuwd met elektrische en hybride voertuigen om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen, onze activiteiten gedigitaliseerd om papierverspilling tegen te gaan en onze kantoren verbeterd met energiezuinige systemen en milieubewuste praktijken. Elke rondleiding bevat nu milieueducatie, waardoor het bewustzijn over de waarde en kwetsbaarheid van de natuur wordt vergroot. Door dagelijkse activiteiten in natuurgebieden en partnerschappen met lokale gemeenschappen zorgen we ervoor dat toerisme een positieve impact heeft op het milieu, de samenleving en de economie. Voor ons is duurzaamheid geen trend, maar een blijvende verantwoordelijkheid."

[Yteri Resort & Camping](#) ligt in een van de meest waardevolle duinhabitats van Finland, die wordt beschermd door het Natura 2000-netwerk. Alle ontwikkelingen in Yteri volgen strikte duurzaamheidsprincipes. Het resort biedt 75 cottages, 130 caravanplaatsen met elektriciteit en 200 tentplaatsen, samen met sauna's, een restaurant en gezinsactiviteiten. Het resort zet zich in om de impact op het milieu te minimaliseren en heeft na het voltooien van een 7-stappenprogramma het label Sustainable Travel Finland (STF) gekregen. De belangrijkste maatregelen zijn gericht op het verbeteren van de energie-efficiëntie, recycling en het begeleiden van gasten en personeel om het water- en elektriciteitsverbruik en de afvalproductie te verminderen.

### Illustratief model van duurzame en regeneratieve toeristische aanbiedingen:

Enkele voorbeelden die *illustratief* zijn voor respondenten die *regeneratief duurzaam en regeneratief toerisme aanbieden*:

[Digital Platform for Sustainable Shopping Guide](#), uit Bremerhaven, Duitsland, is een digitaal e-commerceplatform dat duurzaam winkelen promoot door consumenten in contact te brengen met milieuvriendelijke bedrijven in de detailhandel, gastronomie, ambachten en dienstverlening. Het platform **wordt beheerd door de toeristische bestemming** en zorgt voor accurate informatie, onderhoudt het systeem en bevordert de interactie tussen gebruikers en aanbieders. Begunstigden zijn onder meer consumenten, die gemakkelijker toegang krijgen tot duurzame alternatieven, en bedrijven, die profiteren van een grotere zichtbaarheid en een gerichte klantenkring. **Verbetert de netwerken met regionale spelers, vergroot de zichtbaarheid van kmo's en de toegankelijkheid voor een publiek dat gericht is op duurzaamheid.**

[Miętowe Wzgórze](#) uit Polen is een intiem toevluchtsoord in harmonie met de natuur, dat trouwe gasten aantrekt en workshops en buitenevenementen organiseert die de gemeenschap verenigen. Het promoot de regio als een centrum voor langzaam, milieuvriendelijk toerisme en ondersteunt tegelijkertijd lokale leveranciers en micro-ondernemingen. Het bevordert een sterke betrokkenheid van de gemeenschap door middel van lokale voeding, ambachten en workshops, en versterkt de identiteit en regionale ontwikkeling.

### Illustratief model van toegankelijkheid en inclusiviteit in het toeristische aanbod:

[Bielebale](#): Toegankelijkheid voor iedereen en werkgelegenheid voor iedereen, is een vakantiebestemming waar iedereen zonder barrières welkom is. Ze bieden de nodige ondersteuning tijdens vakanties: medische zorg (arts, fysiotherapeut), hulpmiddelen en begeleiding worden discreet en professioneel geregeld, zonder afbreuk te doen aan het vakantiegevoel. Bovendien bestaat 60 % van hun personeel uit mensen die op de arbeidsmarkt kansarm zijn. Het model wordt ondersteund door de Vlaamse overheid.

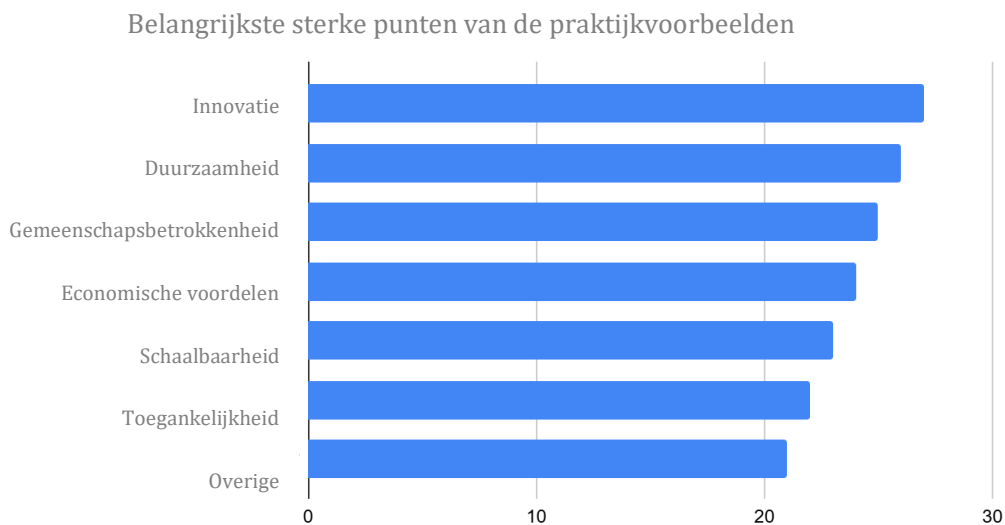
**Bijlage 1** bevat een overzicht van alle beste praktijken per onderwerp en zal tegen het einde van het eerste kwartaal van 2026 via een online platform beschikbaar worden gesteld aan geïnteresseerde kmo's en DMO's.

### 3.8 Belangrijkste sterke punten van de beste praktijken

Uit de resultaten van deze vraag blijkt dat innovatie (27) en duurzaamheid (26) door de respondenten het meest worden gewaardeerd.

Betrokkenheid van de gemeenschap (26) en economische voordelen (24) zijn beide even belangrijk, wat aantoont dat bedrijven bereid zijn om positieve sociale betrokkenheid bij de gemeenschap te combineren met zakelijke levensvatbaarheid.

Het aantal andere sterke punten (21) is ook relevant om te bevestigen dat transformatie in het toerisme verschillende vormen kan aannemen.



Figuur 5: Belangrijkste sterke punten van de praktijken

De volgende tabel toont het exacte aantal kmo's per type sterkte, waarbij rekening is gehouden met het feit dat respondenten de mogelijkheid hadden om meer dan één belangrijke sterkte te kiezen om hun initiatief te benadrukken.

BELANGRIJKSTE STERKE PUNTEN	RESULTATEN
Innovatie	27
Duurzaamheid	26
Betrokkenheid bij de gemeenschap	25
Economische voordelen	24
Schaalbaarheid	23
Toegankelijkheid	22
Overige	21

### 3.9 Overdraagbaarheid van de beste praktijken

Zoals hieronder in figuur 6 te zien is, zijn de antwoorden op de vraag duidelijk en is de overgrote meerderheid van de deelnemers van mening dat de verschillende initiatieven die zij hebben geïmplementeerd op het gebied van digitaal, groen en veerkrachtig toerisme, toepasbaar zijn en met succes kunnen worden overgedragen naar andere bedrijven of andere gebieden.



Figuur 6: Overdraagbaarheid van de praktijken

### 3.10 Uitdagingen

Hoewel de verzamelde beste praktijken blijken te geven van een grote inzet voor innovatie, duurzaamheid en veerkracht, hebben de respondenten ook verschillende uitdagingen geïdentificeerd tijdens het ontwerp en de implementatie van hun initiatieven. Deze uitdagingen weerspiegelen de gemeenschappelijke en structurele beperkingen waarmee kleine en middelgrote toeristische ondernemingen worden geconfronteerd, met name bij de introductie van nieuwe bedrijfsmodellen, innovatieve oplossingen of het werken in innovatieve en collaboratieve omgevingen, zoals:

- Financiële en juridische belemmeringen: milieuregelgeving, moeilijkheden om een innovatief product op de markt te brengen, het verkrijgen van vergunningen, inzicht in wettelijke vereisten
- Het vinden van een evenwicht tussen gebruikerservaring en een duurzame aanpak met behoud van authenticiteit
- Coördinatie tussen meerdere actoren en co-creatie met belanghebbenden.

**Illustratieve uitdagingen die door de respondenten naar voren zijn gebracht:**

[Rozino Organic Farm](#) uit Bulgarije zegt: "Een van de grootste uitdagingen was het beheren van de complexiteit van het combineren van landbouw, voedselproductie en toerisme in één duurzaam model. Het waarborgen van een consistente kwaliteit op alle gebieden – met name op het gebied van biologische certificering, dierenwelzijn en gastbeleving – vergde veel tijd, middelen en inzet van het personeel. Een andere uitdaging was het bouwen van eco-accommodatie in een beschermd gebied, waarbij strenge milieuregels in acht moesten worden genomen."

[Berkovitsa experience](#) uit Bulgarije zegt: "Een belangrijke uitdaging was het coördineren van meerdere lokale actoren – producenten, culturele experts en locaties – met behoud van een consistente kwaliteit en ervaring. Ook de logistiek in landelijke gebieden, zoals beperkte infrastructuur of onvoorspelbaar weer, zorgde voor operationele moeilijkheden."

[Aurora Holidays](#) uit Finland legt uit dat bij de uitvoering van hun initiatief *Regeneratief visserijtoerisme in de Teno-rivier* de grootste uitdaging ligt in de onderhandelingen tussen landen over de wetgeving en regelgeving voor de visserij op roze zalm, en in het verzoenen van besluitvorming en lokale standpunten.

[Bieszczady Bicycle Trolleys](#), een initiatief dat in Polen is ontwikkeld, stelt: "Vanwege het innovatieve karakter was het product moeilijk op de markt te introduceren – er moest documentatie en regelgeving worden opgesteld en in samenwerking met de Poolse spoorwegen moesten werkingsprincipes worden ontwikkeld – die nu van kracht zijn bij fietsverhuurbedrijven die in andere delen van Polen worden opgericht."

#### **4 BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN EN LESSEN**

Uit de analyse van de verzamelde beste praktijken blijkt dat kleine en middelgrote toeristische ondernemingen en DMO's actief deelnemen aan de groene en digitale transformatie van de toeristische sector. Ze tonen de bereidheid om hun aanbod te diversifiëren, hun banden te versterken en samen te werken met de lokale gemeenschappen om niet alleen het concurrentievermogen van hun bedrijf te vergroten, maar ook om het gebied te verbeteren en uit te breiden. Veel initiatieven combineren duurzame en sociale doelstellingen, wat bijdraagt aan het toevoegen van waarde voor zowel bedrijven als gemeenschappen.

De beste praktijken laten zien hoe lokale bedrijven bijdragen aan de bredere doelstellingen van het EU-transitiepad voor toerisme, met name wat betreft de digitale transitie van bedrijven, de ontwikkeling en verbetering van vaardigheden en het creëren van ervaringen die inclusie en gemeenschapsnetwerken combineren.

Gemeenschappelijke succesfactoren zijn onder meer samenwerking en netwerken, een sterke lokale identiteit, cultuur en het gebruik van natuurlijk erfgoed en hulpbronnen als bron voor innovatie en veerkracht, een groot potentieel voor succesvolle overdracht en aanpassing in andere regio's of contexten, en een sterk engagement voor duurzaamheid, met inbegrip van circulaire economie, energie-efficiëntie en vermindering van de ecologische voetafdruk.

Er blijven echter uitdagingen bestaan, voornamelijk met betrekking tot financiële en juridische belemmeringen, zoals milieuregelgeving, moeilijkheden om een innovatief product op de markt te brengen vanwege het verkrijgen van vergunningen en het begrijpen van wettelijke vereisten. Ook de kloof op het gebied van technische vaardigheden blijft een van de uitdagingen waarmee kmo's worden geconfronteerd.

## BIJLAGE 1

### Beste praktijken per thematisch gebied

Deze tabel koppelt elke verzamelde beste praktijk aan de relevante thematische criteria en laat zien hoe initiatieven omgaan met duurzaamheid, veerkracht, digitalisering, inclusie en andere belangrijke gebieden.

Beste praktijk	Land	Duurzaamheid/praktijk en op het gebied van circulaire economie	Risicobeheer en veerkracht	Duurzaam en regeneratief toeristisch aanbod	Diversiteit en inclusie in toerisme	Opkomende technologieën
Rubens Immersive Experience	België		X			X
Profitroom AI Agent	Polen	X	X			X
Bieszczady-fietsentrolleys	Polen	X		X	X	
Miętowe Wzgórze - de adem van de natuur	Polen			X		
Naturanda als voorbeeld van goede praktijken sinds 2020	Spanje			X		
Rozino Organic Farm: gesloten kringloop zuivelproductie en ecotoerisme in het hart van de Balkan	Bulgarije	X	X	X		
Sineva Camping & Bubble Tents: meeslepende natuurverblijven in de Vratsa Balkan	Bulgarije	X	X	X	X	
Lokale smaken, blijvende connecties – Berkovitsa Experience	Bulgarije	X	X	X	X	X
Wijnroutes langs de Iskar-kloof	Bulgarije	X	X	X		X
Bestemming Vratsa: Schoonheid in 360° – Virtual Reality-ervaring	Bulgarije			X	X	X
Robotica integreren in de landelijke haute cuisine: Robcho	Bulgarije	X	X	X		X
Escultura Eventos – Model voor duurzaam en inclusief toeristisch beheer	Spanje	X	X	X	X	X
Mystreetbook, duurzame routes	Spanje			X		X
Camping Siesta /Ecotree – regeneratief toerisme	België			X		
Digitale marketingcampagne voor Pafos, Cyprus	Cyprus			X	X	X
Digitale app: Dublin Discovery Trails - Storytelling	Ierland		X	X	X	X
Datagestuurde innovatie voor toeristische kmo's in Europese culturele hoofdsteden	Europa		X	X	X	
Thessaloniki 2030 Resilience Strategy als routekaart voor duurzaam toerisme	Griekenland	X	X	X	X	
Virtual Reality-ervaring in het Astra Museum, Sibiu, Roemenië	Roemenië			X	X	X

Beste praktijk	Land	Duurzaamheid/praktijken op het gebied van circulaire economie	Risicobeheer en veerkracht	Duurzaam en regeneratief toeristisch aanbod	Diversiteit en inclusie in toerisme	Opkomende technologieën
Hotel Nowy Dwor: Schone energie - Investering in fotonvoltaïsche energie	Polen	X	X	X		
Scrabble Bed and Breakfast: energie- en hulpbronnefficiëntie	België	X				
Het Lapland Safety Network	Finland		X			
Zielona Perspektywa	Polen			X		
Laat geen sporen achter Ethiek	Finland	X		X		
Fotonvoltaïsche zonnepanelen plus wallbox voor elektrische auto's	Duitsland	X	X	X		X
Bieszczady School voor Creatieve Ambachten	Polen	X		X	X	
"ImpactHub for Green Professions" in LandPark Lauenbrück: Ervaar de natuur, geef vorm aan de toekomst – door middel van duurzame opleidingen en maatschappelijke participatie	Duitsland			X	X	
Pop-upmuseum en ijsjes maken show	Polen	X				
Bielebale: Toegankelijkheid voor iedereen en werk voor iedereen.	België				X	
Traseo — een kaartmaker op maat van regionaal toerisme en lokale bedrijven.	Polen	X		X	X	X
Gelukkige weekenden = sterke groei en toch onszelf gebleven als touroperator/reisorganisatie	België		X			
Saline Spa - Rondleidingen	Spanje	X		X		
Regeneratieve visserijtoerisme in de rivier Teno	Finland			X		
Yyteri Resort & Camping - Label voor duurzaam reizen in Finland	Finland	X				
Groene klas	Duitsland	X				
Digitaal platform voor duurzame winkelgids	Duitsland	X		X		
IOPark (Slimme toegangso oplossingen voor mobiliteit, toerisme en accommodatie)	Spanje	X	X	X		X
Uitbreiding van het zwembadcomplex in Wioska Wakacyjna Radawa	Polen			X	X	
Velo San-groene wegconcept	Polen			X	X	
Caro-zichtbaarheid	Duitsland	X		X		
Hotel Caryńska Inn: een bouwproject in overeenstemming met de lokale architecturale traditie	Polen	X	X	X	X	X
meerzukunft <sup>3</sup> - De intercompany-stage in Bremerhaven	Duitsland	X	X	X		
Toegankelijke villa in Lapland	Finland				X	

Beste praktijk	Land	Duurzaamheid/praktijk en op het gebied van circulaire economie	Risicobeheer en veerkracht	Duurzaam en regeneratief toeristisch aanbod	Diversiteit en inclusie in toerisme	Opkomende technologieën
<b>TOTAAL</b>		<b>24</b>	<b>18</b>	<b>33</b>	<b>18</b>	<b>15</b>