

Milieubeleid OUT! Vakantiehuizen – 20031a-

Inleiding/Inleidende milieubeleidsverklaring

Het milieubeleid van OUT! Vakantiehuizen ligt besloten in de slogan van het bedrijf: 'Vakantiehuizen, Karakteristiek als van OUT!'.

Gericht op de vakantieganger appelleert deze slogan aan het genieten en herwaarderen van het authentieke. Gericht op de accommodatieverschaffer aan het behoud daarvan. Twee milieudoelstellingen op zich.

Gegeven het gedrag van de moderne mens, kan worden gesteld dat toerisme welvaart brengt. Gegeven het gedrag van de moderne mens kan alleen een welvarende maatschappij de middelen opbrengen om de huidige milieubedreiging het hoofd te kunnen bieden.

Vanuit de ervaring dat reizen en vakantie voorziet in een natuurlijke behoefte van de mens, reizen en vakantie goed is voor de mens en het feit dat het leuk is om beroep te maken van de organisatie daarvan, is OUT! Vakantiehuizen ontstaan.

Uiteraard zijn aan de doelstellingen om voor de ondernemers van OUT! Vakantiehuizen en de OUT!-accommodatieverschaffers welvaart te creëren, vanuit milieuoogpunt randvoorwaarden verbonden. Met name omdat in de toekomst slechts het duurzame toerisme netto een welvaartverschaffende factor zal zijn.

Onder duurzaam toerisme wordt in OUT!-verband verstaan: een zo weinig mogelijk milieubelastend gebruik van de vakantie-accommodatie/belastende aanwezigheid van de vakantieganger. Dit moet verdergaande lokale initiatieven om op een verantwoorde wijze optimaal van het plaatselijke natuurschoon te kunnen genieten, stimuleren. Gelet op het weinig geografisch geconcentreerde produktaanbod van OUT! Vakantiehuizen, is de plaatselijke invloed van OUT! beperkt.

Door milieuzorg ingegeven voorwaarden aan de produktontwikkeling

De 'core business' van OUT! Vakantiehuizen betreft de verhuurbemiddeling op 'dichtbijbestemmingen' door het gehele jaar. Naast het eerder geformuleerde genieten en herwaarderen van het authentieke, is daarmee impliciet sprake van nog een belangrijke milieudoelstelling: kleinschalig toerisme, verspreid (=verspreiding belasting én welvaart) over meerdere (ook onbekende) regio's. In het algemeen past een OUT!-accommodatieverschaffer bij deze doelstelling indien sprake is van bestaande accommodatie. Accommodatie waarvoor het toerisme al dan niet een nieuwe toepassing is. Ter plaatse dient door de overheid te zijn zorggedragen voor milieuregelgeving op de volgende punten:

- energievoorziening (bijv. regelgeving aangaande olietanks) en de uitstoot van het energieafvalprodukt;
- riolering dan wel richtlijnen betreffende een alternatieve lozing;
- algemene afvalinzameling (scheiding afvalsoorten);
en behoort de accommodatie over de relevante vergunningen te beschikken.

Het informeren van de accommodatieverschaffer over de 'state of the art' in deze, is een wezenlijk onderdeel van de dienstverlening van OUT! Vakantiehuizen, zoals dat bijvoorbeeld ook geldt op het gebied van produktansprakelijkheid, kindvriendelijkheid en -veiligheid.

OUT! Vakantiehuizen acquireert haar accommodaties in deze zoveel mogelijk via internet: in de communicatie wordt zo weinig mogelijk gebruik gemaakt van postdiensten en drukwerken. Deze milieudoelstelling werpt ook bedrijfseconomisch zijn vruchten af. Het gemeenschappelijk belang van milieu en bedrijfseconomische overwegingen, is tevens erg duidelijk binnen de organisatie van de buitendienstactiviteiten van OUT! Vakantiehuizen: er worden zo efficiënt mogelijke routes gereden teneinde een optimaal aantal accommodaties te kunnen inspecteren. Het aantal grote ritten naar een cluster van accommodaties wordt beperkt door middel van meerdaags verblijf ter plaatse.

Algemeen bedrijfseconomische randvoorwaarden inzake de milieuzorg

Ten behoeve van de rentabiliteit van de onderneming is OUT! Vakantiehuizen gedwongen een breder reisproduct aan te bieden, inclusief per definitie meer milieubelastende verweg-vliegbestemmingen.

OUT! Vakantiehuizen selecteert in dit verband arrangementen die zoveel mogelijk aansluiten op het 'dichtbijproduct' van OUT!:

- lokaal vervult het verwegarrangement een met het dichtbijproduct van OUT! vergelijkbare functie;
- de inkomsten uit toerisme ondersteunen lokale milieubeschermdende initiatieven (toets: zijn er lokale door de overheid gesteunde ecoprojecten);
- OUT! bereikt en bindt een tevens voor het dichtbijproduct interessant klanttype;
- de milieuregelgeving is ter plaatse op orde.

Ook marketingtechnisch is het van belang aan bovengenoemde punten te hechten. Het totale produktaanbod van OUT! bepaalt immers voor een belangrijk deel het bedrijfsimago 'Karakteristiek als van OUT!'.

De directe bedrijfsactiviteiten die het milieu ook direct belasten, betreft met name wagenparkgebruik en het gebruik van drukwerken. Teneinde concurrerend te kunnen blijven zal de wagenparkkeuze altijd een bedrijfseconomische afweging blijven. Met deze insteek zal altijd zo nieuw mogelijk gereden kunnen worden. Nieuw rijden betekent tot op heden schoner rijden. Qua drukwerkkeuze, zal om bedrijfseconomische redenen 'milieuvriendelijkheid' een kwaliteitsfactor moeten zijn. Pas dan kan een marketing-economische afweging worden gemaakt. Uiteraard dienen drukwerkpartners aan de Europese regelgeving te voldoen. Voor haar vakantieguides gebruikt OUT! van milieumerkتهken voorziene recyclebare sealbags. Qua beperkte omvang van de OUT!-kantoororganisatie en de vanzelfsprekendheid van het gescheiden inzamelen van de relatief kleine hoeveelheid kantoorafval, wordt hier niet verder ingegaan op de milieubelasting van de directe bedrijfsactiviteiten.

Ook inzake de extra milieu-eisen die OUT! Vakantiehuizen stelt aan haar produktontwikkeling en het uiteindelijke assortiment, geldt een voorbehoud. De continuïteit van het bedrijf/de realisatie van de bedrijfseconomische doelstelling staat voorop. Slechts van daaruit kan OUT! Vakantiehuizen proberen haar milieudoelstellingen te realiseren.

Door milieuzorg bepaalde marketingaspecten

Betreffende het 'dichtbijarrangement door het gehele jaar' is er normaal gesproken sprake van een positief eindeffect op toerist en bestemming. Ter beperking van

negatieve neveneffecten, met name aan de orde in vakantieperioden, waarbij de toerist massaal in de file staat, onderneemt OUT! het volgende:

- prijsbeleid met vakantiespreiding als middel om tevens de omzet te optimaliseren;
- presentatie van de meest efficiënte route op website en voucher;
- de informatieverstrekking door OUT! vindt zoveel mogelijk langs digitale weg plaats; drukwerken worden betrokken van gecertificeerde ondernemingen;
- informatieverstrekking inzake openbaarvervoermogelijkheden;
- oproep aan de gast om eventueel afwijkende plaatselijk regelgeving/gebruiken (ook inzake huisdieren, geluid enz.) te respecteren;
- reistips onder thema 'Reisen statt Rasen' (verwegbestemmingen): minicruise Genua-Sardinië i.p.v. vliegen. Nachtboot met hut en 'bread & breakfast' naar Engeland i.p.v. snelverbindingen en het 's nachts doorrijden;
- keuze van Vebon-deelnemers betreffende de organisatie van outdooractiviteiten.

Door milieuzorg bepaalde bijzondere eisen aan het assortiment

Zoals OUT! op het gebied van bijvoorbeeld kindveiligheid het gebruik van stopcontactbeschermers en traphekjes adviseert, worden met een accommodatieverschaffer ook de milieu-aspecten besproken:

- huurcondities waarbij de gast zoveel mogelijk wordt geconfronteerd met de eigen milieubelasting. Indien energietellers in een verhuureenheid aanwezig zijn, dient de gast ter plaatse 'naar verbruik' af te rekenen. OUT! adviseert verhuurders de investering in tellers te overwegen. In ieder geval presenteert OUT! altijd de energiekosten separaat aan de gast, tenzij OUT! daarin geen inzicht heeft;
- OUT! brengt de mogelijkheid van groene energie bij de verhuurder onder de aandacht;
- OUT! wijst de verhuurder op het nut van het gebruik van spaarlampen, waterbesparende mogelijkheden enz..

Indien in een bepaalde woning bovengenoemde mogelijkheden actueel zijn en tevens worden benut, komt de woning vanaf het verkoopjaar 2004 voor het OUT!-Ecolabel* in aanmerking. Dit label wordt toegekend indien tevens het afval wordt gescheiden. Indien dit van overheidswege niet geregeld is, zal de accommodatieverschaffer op z'n minst de volgende afvalcomponenten gescheiden moeten inzamelen en afvoeren: chemisch afval (batterijen e.d.), papier en glas.

Taakstellingen

De zogenaamde milieucoördinator binnen OUT! is bewust de vennoot-/het directielid met verkoop-/marketingverantwoordelijkheid. De PMZ-cursus is gevolgd door de vennoot-/het directielid met inkoop-/produktmanagementverantwoordelijkheid. Op deze wijze wil OUT! zorgdragen voor de juiste 'drive' achter de milieuzorg en bij de uitvoering er van de juiste kennis voorhanden hebben.

Ten behoeve van acquisitieseizoen 2005/verkoopseizoen 2006, stelt OUT! zich daarom het volgende ten doel:

Produktmanagement:

1. het vanuit de cursus opstellen van een concrete acquisitiehandleiding op het gebied van milieu;
2. het beschikbaar hebben en begrijpen van bovengenoemde handleiding bij iedere OUT!-medewerker die zich met accommodatie-acquisitie bezighoudt.

3. Het uitbouwen van het huidige produktmanagementbeleid (zie eerder) naar nog meer onderscheiding;

Assortiment:

1. 30% van de accommodaties kunnen dan vanaf 2006 het OUT!-Ecolabel voeren;
2. 75% van de accommodaties rekenen energiekosten af 'naar verbruik' dan wel presenteren de kosten separaat (eveneens vanaf 2006);
3. 50% van de accommodaties hebben dan energiebesparende voorzieningen getroffen;
4. 25% van de accommodaties neemt in 2006 groene energie af.

Marketing

1. het in 2006 verzonden aantal reisgidsen per boeking is teruggebracht van 1:7 naar 1:5. Selektief adverteren en verzenden alsmede de doorontwikkeling van de website van OUT! Vakantiehuizen moet daarbij behulpzaam zijn. De vakantieganger betaalt bij het boeken via de website slechts 50% van de reserveringskosten;
2. eco-projecten op de vakantiebestemmingen vormen een vast onderdeel in de gidsbeschrijvingen;
3. de vakantiegids is op de meest milieuvriendelijke manier vervaardigd dan wel wordt er in de gids aandacht besteed aan milieucompenserende initiatieven;

Budget

De meeste milieuzorgactiviteiten kunnen in eigen beheer worden uitgevoerd. Concrete voorzieningen betreffende de accommodatie, komen niet voor rekening van bemiddelaar OUT!. Overige investeringen ziet OUT! als een kwaliteitsbevorderende en daarmee omzetstimulerende actie. Gegeven een degressief stijgend marketingkostennivo en een hogere omzet (hoger vakantiegidsrendement) is marketingbudget beschikbaar c.q. is t.o.v. de huidige situatie de milieuzorg budgetneutraal. In de groeifase van de huidige levenscyclus kan OUT! t/m in ieder geval 2006 op voorhand heen extra budget reserveren.