

Reisbrigade Impact Rapportage 2022

Een boodschap van Kim

Reisbrigade gelooft in toerisme met een positieve bijdrage aan natuur, mens en cultuur. Duurzaamheid en daarbij respect voor onze planeet en haar bevolking vinden we daarom erg belangrijk. Mooie woorden, maar hoe vertalen wij dit naar de praktijk? Al sinds de beginjaren is Reisbrigade bezig met positieve impact maken en in 2022 zijn wij begonnen met de eerste stappen om die impact ook inzichtelijk te maken.

Het inzichtelijk maken van impact is belangrijk voor organisaties die streven naar positieve verandering in de wereld. Hoe meet Reisbrigade haar impact en hoe brengen we de impact van Reisbrigade in kaart? Dat moeten we natuurlijk eerst weten, voordat we het pad van verbetering kunnen betreden.

In deze eerste impactrapportage delen wij de stappen die we hebben genomen op deze "Reisbrigade impactreis" en waar we graag naartoe willen.

Kim Nooyens

Oprichter en eigenaar Reisbrigade



Wat we belangrijk vinden

In voorgaande jaren heeft Reisbrigade gewerkt aan het vormgeven van wat we belangrijk vinden.

We hebben onszelf daarom fundamentele vragen gesteld als: wat vinden wij nu écht belangrijk als reisorganisatie? Waar hebben we invloed op? Wat kunnen we verbeteren?

Onvergetelijke herinneringen en lokale partners

We realiseerden ons dat één ding altijd centraal heeft gestaan in ons werk: het aanbieden van een reis die onze reizigers een onvergetelijke herinnering geeft én de lokale bevolking optimaal laat profiteren van het bezoek van onze reizigers.

Daarbij kiezen we bij voorkeur zo veel mogelijk voor kleine, lokale partners zodat er meer geld in het vakantieland blijft en de sociaal-economische positie van de lokale bevolking sterker wordt. Zo streven we naar een eerlijkere verdeling van internationale geldstromen.

Hoe we dat vertalen naar impact

Met impact bedoelen we aan de ene kant de sociaal-economische impact – of simpeler gezegd – het verbeteren van de leefomstandigheden van de lokale bevolking. Dat gaat over het verbeteren van inkomen, maar ook over het versterken van cultuur en leefomgeving.

Daarnaast geloven we sterk in de kracht van de directe ontmoeting tussen mensen uit verschillende culturen en het positieve effect daarvan op het begrip en de tolerantie voor elkaar die in deze tijd belangrijker zijn dan ooit.

Op deze twee zaken ligt dan ook onze focus bij het vergroten van onze impact.

Een stevig fundament

Dit hebben we vervolgens vertaald in een aangescherpte visie en missie, waarin we hebben omschreven welke rol we willen spelen.

- Visie - Wij geloven in toerisme met een positieve bijdrage aan natuur, mens en cultuur
- Missie - Door mensen te verbinden, verrijken we levens

Om het niet alleen bij woorden te laten, maar onze kern ook om te zetten in concrete actie, hebben we onze [Theory of Change](#) ontwikkeld. Deze verandertheorie ligt aan de basis van al onze concrete acties en is onze maatstaf voor wat we nog willen bereiken.

We zetten daarbij impactmetingen in om te beoordelen of we op de juiste weg zijn om onze doelen te bereiken.



Erkenning van ons werk

Dit heeft in 2022 onder andere geleid tot een lidmaatschap van Social Enterprise NL en Code Sociaal Ondernemen, waarmee we onze toewijding aan sociaal ondernemen hebben vastgelegd.

Code Sociaal Ondernemen is gebaseerd op de principes van sociaal ondernemen, met als kernpunt 'impact first'. Om als organisatie lid te worden, dien je te voldoen aan toelatingscriteria. De Code hanteert [vijf principes](#) die vertaald zijn naar die specifieke toelatingscriteria. Deze principes gaan over de missie, stakeholders, financiën, implementatie en transparantie van je organisatie.

Reisbrigade is ook sinds 2022 Travelife Partner. Travelife is een koploper op het gebied van certificering voor toeristische bedrijven die zich inzetten voor duurzaamheid. Om de zogenaamde Travelife award te behalen, heeft Reisbrigade voldaan aan meer dan honderd [duurzaamheidscriteria](#). Deze criteria hebben betrekking op diverse aspecten van de bedrijfsvoering, van de koffie die op kantoor wordt gedronken tot het vervoer tijdens een reis.



Impact meten

We hebben altijd gezegd dat we zo veel mogelijk positieve impact maken en we zijn er nog steeds van overtuigd dat we dat ook daadwerkelijk doen. Maar in welke mate? Dat is lastig te zeggen. En je impact vergroten is ook complex als je niet vastlegt wat die impact is.

Het meten van impact is bovendien een belangrijke stap in de richting van duurzaam toerisme. Het helpt niet alleen om verantwoorde keuzes te maken, maar ook om te kijken of en welke vooruitgang we maken. Welke doelen willen we bereiken, hoe kunnen we deze doelen bereiken en halen we onze doelen? Belangrijke vragen als je de juiste impact wil maken.

We hebben daarom besloten om een impactstrategie te ontwikkelen, waarin we duidelijke keuzes maken waar we ons wel en niet op richten, wat de concrete acties en activiteiten zijn die we uitvoeren en hoe we dat gaan meten.

Dankzij een IMVO-voucher van MVO Nederland krijgen we 50% van de kosten van een externe consultant vergoed die ons ondersteunt in de ontwikkeling van onze impactstrategie.



Nulmeting

Om een strategie te kunnen ontwikkelen, moet je eerst weten waar je nu staat. Daarom zijn we begonnen met het uitvoeren van een nulmeting, die dient als uitgangspunt voor toekomstige metingen en als meetlat om de verdere ontwikkeling van onze impact langs te kunnen leggen.

Eén van onze doelstellingen is een eerlijkere verdeling van internationale geldstromen. Om dit te bereiken, willen we inzicht krijgen in hoeveel van onze lokale partners daadwerkelijk lokaal gevestigd zijn en lokale eigenaren hebben. Op deze manier kunnen we bepalen in hoeverre het geld van onze reizigers in het land blijft dat we bezoeken. Zo krijgen we inzicht in het percentage van toeristische inkomsten dat daadwerkelijk de lokale economie ten goede komt.

Wat hebben we gedaan

- De meting is opgesteld in lijn met onze kernwaarden en vertaald naar een enquête met specifieke vragen voor onze lokale partners.
- De enquête is ingevuld door 14 lokale partners.
- Reisbrigade heeft online interviews gehouden met twee lokale partners, om zo dieper in te kunnen gaan op duurzaamheidsvraagstukken en uitdagingen.
- De resultaten hebben we gebruikt voor onze nulmeting en rapportage.

Resultaat

Na het uitvoeren van de initiële nulmeting, zagen we dat de realiteit per bestemmingsland sterk varieert. Bovendien zijn we erachter gekomen dat het criterium '*local ownership*' niet of nauwelijks blijkt te werken om onze economische impact inzichtelijk te maken.

Veel buitenlandse eigenaren wonen bijvoorbeeld wel permanent in het bestemmingsland, wat dus betekent dat de inkomsten wel ten goede komen aan het betreffende land. In sommige landen is het bovendien verplicht om 50% *ownership* in handen te leggen van een lokale partner. Op papier is er dan *local ownership*, maar kan het vermogen nog steeds het land uitvloeien.

Hieruit hebben we geconcludeerd dat we per bestemmingsland moeten kijken hoe we het beste kunnen meten wat onze economische impact is. Daarvoor moeten we meer diepgaande gesprekken met onze lokale partners voeren. We moeten beter begrijpen wat er bij hen speelt en hoe we samen op een duurzamere manier kunnen groeien.

Daarom hebben we besloten om jaarlijks diepte-interviews te houden met onze lokale partners, om zo beter inzichtelijk te krijgen wat de juiste manier is om onze lokale economische impact te kennen.

Mooie voorbeelden

Een mooi neveneffect dankzij onze eerste stappen naar een impactmeting, is dat we onze eigen lokale partners veel beter leren kennen. We krijgen inzicht in mooie initiatieven die zij zelf nemen.

- Zo bleek dat onze lokale partner in Zuid-Afrika gedurende de coronatijd, toen alles in lockdown was, de stage in de toerismesector van de jonge vrijwilliger Themba doorbetaalde. Themba en zijn gezin waren afhankelijk van dit inkomen. Het resultaat van deze inspanning was aanzienlijk: Themba werd direct na de coronatijd aangenomen als betaalde medewerker en heeft zo de kans om zijn gezin duurzaam te blijven onderhouden. Ondertussen wordt hij verder opgeleid in het toerisme.
- In Tanzania, en veel andere landen, worden ontbijt- en lunchboxen voor toeristen klaargemaakt voor gebruik tijdens safari's, wat leidt tot aanzienlijke afvalproductie. Onze partner in Tanzania heeft geïnvesteerd in zero-waste picknickmanden (*hampers*). Dit heeft een positieve impact gehad op meerdere fronten, waaronder het verminderen van zwerfafval, het elimineren van wegwerpverpakkingen, het behoud van de natuur en het vergroten van bewustwording bij zowel reizigers als de lokale bevolking. Onze reizigers en de lokale bevolking zien met eigen ogen hoeveel impact een ogenschijnlijk kleine aanpassing kan hebben.



Wat we bereikt hebben in 2022

- We hebben een uitgebreide situatieanalyse gedaan en daarmee de uitgangspunten bepaald voor de verdere ontwikkeling van onze impactstrategie. Dit was mede dankzij de voucher van IMVO Nederland.
- In lijn daarmee hebben we onze nulmeting met indicatoren uitgewerkt en uitgevoerd.
- Met het voortschrijdend inzicht daaruit hebben we uitgewerkt wat we uit de diepte-interviews te weten willen komen en een leidraad voor interviewvragen opgesteld.
- We zijn toegetreden tot het netwerk van Social Enterprise NL.
- Na een pittige audit zijn we opgenomen in het register Code Sociaal Ondernemen.
- Tevens zijn we partner van Travelife geworden.

Reisbrigade in cijfers

- 43 boekingen
- 144 reizigers
- Aantal bestemmingen: 14
- Omzet: € 521.098

Onze doelstellingen voor 2023

- Aanscherpen van onze nulmeting en houden van diepte-interviews.
- Afronden impactstrategie en starten implementatie.
- Onze inspanning m.b.t. impact beter communiceren naar onze reizigers.
- We beginnen met donaties aan goede doelen. Hier hebben we nog geen concrete doelstelling voor bepaald.

