



Co-funded by
the European Union



Coursera MOOC: Duurzaam Hoogwaardig Toerisme

PORTFOLIO MET CASESTUDIES



SUHET

HET MAKEN EN IMPLEMENTEREN VAN EEN
CURSUS OVER DUURZAAM HIGH-END
TOERISME IN HEEL EUROPA

Nummer van het project: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

Inhoud

Inleiding.....	2
Casestudy 1: Allround stage bij Yalo Urban Boutique Hotel, Gent, België	3
Casestudy 2: Meetings & events in Martin's Château du Lac 5*, Genval, België	6
Casestudy 3: Integratie van duurzame toeristische aanpak op hoog niveau – Een casestudy van een stage bij Cucumbi Farm.....	11
Casestudy 4: Luxe en duurzaamheid omarmen: de reis van een student door high-end toerisme bij ME Barcelona	14
Casestudy 5: SUHET en Santa Park, een stagemogelijkheid met luxe en duurzaamheid	17
Casestudy 6: SUHET biedt inzichten die de waarde van on-the-job training en stages vergroten	19
Casestudy 7: Navigeren door luxetoeristische activiteiten: perspectieven van een stagiair bij Happy tours DMC	21
Casestudy 8: Harmonisatie van theorie en praktijk in duurzaam high-end toerisme – Casestudy Bohinj-toerisme	24
Casestudy 9: Zon, zee en duurzaamheid: synergie bevorderen tussen theoretische kaders en uitdagingen uit de echte wereld.....	26
Casestudy 10: Academische kennis afstemmen op de realiteit van de luxe horecasector	29

Invoering

Het project "SUHET: Het maken en implementeren van een cursus over duurzaam high-end toerisme in heel Europa" richt zich op de kloof tussen academische kennis en industriële behoeften op het gebied van high-end toerisme door middel van een uniek stagenetwerk. Studenten doen praktijkervaring op bij deelnemende bedrijven, waardoor ze hun vaardigheden kunnen aanscherpen en mogelijk toekomstige werkgelegenheid kunnen veiligstellen. Bedrijven profiteren van een pool van gekwalificeerde stagiaires, wat netwerken en internationalisering stimuleert.

Het SUHET-project creëerde een netwerk dat specifiek gericht was op high-end toerisme, waardoor studenten specifieke locaties en bedrijven toegang kregen tot internationaal talent. Het stagenetwerk genereerde 10 casestudies, 2 uit elk partnerland, waardoor de leerervaring voor toekomstige studenten en professionals die zich inschrijven voor de MOOC werd verrijkt. De professionele ervaring van de deelnemende studenten na het volgen van de MOOC wordt weergegeven in het SUHET Case Study Portfolio.

Het casestudy portfolio heeft tot doel de praktische vaardigheden van studenten op het gebied van high-end toerisme te verbeteren door hen bloot te stellen aan uitdagingen en kansen uit de echte wereld. Het streeft ernaar de cursusinhoud te valideren ten opzichte van de behoeften van de industrie, de samenwerking tussen de academische wereld en het bedrijfsleven te bevorderen en een mondiaal perspectief onder studenten en de betrokken bedrijven te cultiveren.

Het casestudy portfolio is gericht op docenten, personeel van geassocieerde partners, toeristische bedrijven en instellingen voor hoger onderwijs. De geografische reikwijdte van de casestudies in de portefeuille omvat België, Bulgarije, Finland, Slovenië en Spanje. De casestudies zijn zorgvuldig geselecteerd om impactvolle en innovatieve stage-ervaringen te illustreren die aansluiten bij de leerdoelen van de MOOC. Gegevens werden verzameld door middel van gestructureerde vragenlijsten en interviews met zowel studenten als stageaanbieders om een grondig inzicht in de stageresultaten en uitdagingen te garanderen.

De commentaren en ervaringen die tijdens de stages werden verzameld van zowel studenten als bedrijven, werden uitgewerkt tot casestudies, die een aanvulling vormen op de SUHET MOOC "Sustainable High-End Tourism", beschikbaar op Coursera: <https://www.coursera.org/learn/sustainable-high-end-tourism>



Bronvermelding van de afbeelding: www.yalohotel.com

Casestudy 1: Allround stage bij Yalo Urban Boutique Hotel, Gent, België

De EhB Hospitality Management studente heeft haar managementstage gelopen in het Yalo Urban Hotel in Gent, België, gedurende een periode van 16 weken (in totaal 608 uur). Het was een allround stage. Dit betekent dat zij op verschillende afdelingen heeft gewerkt (bar, meetings en events, receptie, restaurant en rooftop bar). Het doel was om operationeel aan de slag te gaan en zo een duidelijk beeld te krijgen van de relaties tussen al deze afdelingen. Bovendien begon de studente na een maand managementtaken in haar werk als stagiaire op te nemen, zoals het beoordelen van een P&L en het helpen van de verantwoordelijken van de betrokken afdelingen.

Haar stage bij Yalo Urban Boutique Hotel zorgde voor de praktische toepassing en de context van de theoretische concepten die in de MOOC aan bod komen.

De praktische informatie van de cursus over duurzaamheidspraktijken en klantinzichten hebben haar waardevolle begeleiding en context gegeven tijdens haar stage bij Yalo Urban Boutique Hotel.

Mogelijk was er behoefte aan expertise op gebieden als specifieke duurzaamheidsinitiatieven en gastrelatiebeheer.

De stage zorgde voor een praktische toepassing van de concepten besproken in module 1 (Inleiding tot high-end toerisme). Het laat zien hoe high-end toerisme zowel luxueus als duurzaam kan zijn, terwijl de nadruk ligt op het voldoen aan de verwachtingen van de klant en het creëren van waarde. Wat de studente haar aandacht trok, is dat het personeel doordrongen is van de visie van het hotel. Dit begint al bij de aanwerving, maar zet zich voort door middel van regelmatige bijscholingen en het benadrukken van de visie van het hotel tijdens wekelijkse bijeenkomsten over hoe ze de gasten op een superpersoonlijke manier kunnen bedienen om maximale klanttevredenheid te bereiken.

Volgens de studente voldoet het Yalo Urban Boutique Hotel aan de drie pijlers van duurzaam high-end toerisme, besproken in module 2. Door economische, ecologische en sociale duurzaamheidspraktijken te implementeren in de dagelijkse activiteiten, streeft het hotel ernaar luxe te bieden en tegelijkertijd de negatieve gevolgen te minimaliseren en de gevolgen voor de samenleving en het milieu te beperken. Er zijn in België slechts twee hotels die het Green Globe Certificaat hebben ontvangen en het Yalo hotel is daar één van (als gecertificeerd lid). Het hotel biedt een productgerichte keuken met een sterke focus op verantwoord geproduceerde ingrediënten (lokaal, vers, ambachtelijk en waar mogelijk biologisch). De student leerde dat je zelfs in een luxe omgeving niet alleen energie kunt besparen (zonnepanelen op het dak, energiezuinige LED-verlichting en sensoren en een energiekartaal in de kamers), of water (het verschonen van handdoeken en beddengoed op aanvraag of achteraf), maar ook CO₂ (het groen dak, fietsverhuur en de mogelijkheid tot elektrisch opladen op de parkeerplaats). Een voorbeeld van de sociale betrokkenheid van het bedrijf is dat het uitsluitend samenwerkt met lokale voedsel- en drankenleveranciers die dezelfde visie op duurzaamheid ondersteunen.

Tijdens haar stage was de studente verrast dat het hotel veel aandacht besteedde aan het ondersteunen van de lokale bevolking. Wetende dat België meer een bier producerend land is dan een wijn producerend land, moest zij in het restaurant en de bar aan de gasten lokale wijn, gemaakt van druiven geteeld in Lochristi, aan de rand van Gent, voorstellen.

De concepten over gasten feedback in high-end duurzaam toerisme die in module drie worden behandeld, zouden waarschijnlijk verschillende aspecten van het dagelijkse werk binnen het Yalo Urban Boutique Hotel hebben beïnvloed. Zij zag dat het belangrijk is om de voorkeuren van gasten te begrijpen om de gastervaring te verbeteren, maar realiseerde zich dat dit niet altijd evident is. Bij de receptie werd dagelijks een lijst met die voorkeuren gemaakt.

Hij realiseerde zich dat opdrachtgevers soms niet altijd duurzaam dachten. Het personeel probeerde hen vervolgens uit te leggen hoe ook zij hun steentje kunnen bijdragen aan een betere wereld door Grown Alchemist verzorgingsproducten te gebruiken in dispensers zonder schadelijke ingrediënten, met behulp van milieuvriendelijk papier en inkt op basis van plantaardige oliën. Om de stad te ontdekken probeert het personeel gasten ervan te overtuigen de fiets of de elektrische auto (aangeboden door het hotel) te gebruiken.

De student was niet betrokken bij het maken van marketingmateriaal, maar wist dat het hotel verschillende marketingstrategieën hanteert die in module 4 zijn besproken: het hotel promoot zijn acties voor duurzaamheid duidelijk op de website van het hotel en af en toe ook op sociale media. Deze marketinginitiatieven helpen high-end milieubewuste reizigers aan te trekken en het hotel te differentiëren in de markt voor luxetoerisme. Op de website vraagt het hotel de gasten om zelf actief mee te denken over hoe het hotel nog milieuvriendelijker kan zijn.

Hoewel de studente niet direct betrokken was bij operationele managementbeslissingen, hebben de lessen in module 5 (Operationeel management van duurzaam high-end toerisme) haar zeker geïnformeerd over de context waarin Yalo Urban Boutique Hotel opereert. Door het belang van prestatiemeting, innovatie, interculturele overwegingen en servicestrategie te erkennen, kan het nu bijdragen aan de dagelijkse activiteiten door de acties af te stemmen op de doelstellingen en waarden ervan.

Maar, naast de cursus, door constante training op de verschillende afdelingen, door het vertrouwen dat aan de studente werd gegeven om de samenwerking met andere afdelingen te verifiëren, te leren delegeren aan andere studenten, om gasten te bedienen, om hen te laten genieten van een WOW ervaring (een persoonlijk tintje of een onverwachte service voor elke klant), heeft ze geleerd om nog zorgvuldiger naar de hotelactiviteiten te kijken, om met nog grotere precisie te werken met één enkel doel: de beste service te bieden aan de high-end gasten van het hotel.



Bronvermelding van de afbeelding: <https://www.martinshotels.com/>

Casestudy 2: Meetings & Events in Martin's Château du Lac 5*, Genval, België

Deze laatstejaars student heeft zijn stage hotelmanagement afgerond in het hotel Martin's Château du Lac in België voor een periode van 25 weken en in totaal 950 uur. De student werkte op de afdeling Meetings en Events van dit 5* hotel. Zijn stage omvatte administratieve taken zoals het voorbereiden van banketten, vergaderingen en evenementen van A tot Z, inclusief contact met gasten gedurende het hele proces, en op de werkvloer ontving hij gasten, volgde evenementen op, moest proactief zijn in het omgaan met behoeften en verzoeken van gasten en zorgen voor regelmatig contact met gasten.

De student bevestigde dat de online cursus hem echt heeft geholpen duurzaamheid beter te begrijpen. Het was nadien gemakkelijker voor hem om de zaken op het gebied van duurzaamheid aan te pakken. Tijdens de cursussen werden de GSTC-criteria besproken. Voordat hij aan de online cursus begon, kende hij deze criteria niet. Tijdens zijn stage moest hij de

standaardregels respecteren. Dankzij de GSTC-richtlijnen had hij er voorkennis van.

Wat de inhoud van de cursus betrof, vond hij dat deze gericht was op de verbetering van duurzaamheidspraktijken. Hij vond het echter jammer dat hij het segment miste dat zich verdiepte in het meten van duurzaamheid binnen een bedrijf. Tijdens zijn stage was hij hiervoor verschillende methodieken tegengekomen. Hierbij ging het onder meer om het beoordelen van de CO₂-voetafdruk, het gebruik van raamwerken zoals BREEAM en het integreren van certificeringen zoals Green Key.

De student bevestigde dat hij de discussie uit Module 1 over de historische evolutie van luxe en de hedendaagse relevantie ervan vaak weerspiegeld had gezien in zijn dagelijkse activiteiten. Het benadrukte hoe luxe, ooit een symbool van elitestatus, was geëvolueerd naar een meer toegankelijk en ervaringsgericht concept. Deze evolutie kwam overeen met de benadering van het hotel om luxe ervaringen te bieden, waarbij prioriteit werd gegeven aan het begrijpen van diverse gasten met behoud van exclusiviteit en kwaliteit. Het was hier belangrijk om gepersonaliseerde ervaringen te creëren die emotioneel resoneren met gasten en de moderne definitie van luxe weerspiegelen. De ervaring was net zo belangrijk als de materialiteit. Daarom streefde hij ernaar om tegemoet te komen aan de groeiende vraag naar gepersonaliseerde luxe-ervaringen.

De student merkte op dat het hotel als reactie op deze trend een nieuwe brochure op zijn website heeft gelanceerd over teambuildingactiviteiten tijdens de evenementen en het verblijf van de gasten nog persoonlijker en specialer te maken. Hiermee wilde het hotel tegemoet komen aan de groeiende vraag naar gepersonaliseerde luxe-ervaringen.

Kortom, de kennis uit Module 1 gaf de student inzicht in high-end toeristische ervaringen en leerde hem hoe ze toe te passen.

De student liet de hotelbrochure zien met alle teambuildingervaringen om een extra dimensie te geven aan zakelijke bijeenkomsten en zijn personeel te motiveren.

(<https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20EN.pdf>)

Module 2 beschreef de drie pijlers van duurzaam high-end toerisme: economische, sociale en ecologische duurzaamheid. Deze pijlers weerspiegelden de noodzaak om economische winstgevendheid, sociale rechtvaardigheid en milieubehoud in toeristische activiteiten in evenwicht te brengen. In het dagelijkse leven van de student had hij de directe

relevantie opgemerkt van deze pijlers en op welke manier ze werden toegepast binnen het bedrijf.

De studente bevestigde dat de afdeling Meetings & Events van het Martin's Château du Lac 5* hotel bijzondere aandacht besteedt aan duurzaamheid en bedrijven een ecologische manier biedt om hun evenementen en bijeenkomsten te organiseren.



([https://hapi.mmcreation.com/hapidam/2d4dae51-6b2b-4fdd-b799-24bb189dd327/Martin's Chateau du Lac - Lente Zomer 2024.pdf](https://hapi.mmcreation.com/hapidam/2d4dae51-6b2b-4fdd-b799-24bb189dd327/Martin's%20Chateau%20du%20Lac%20-%20Lente%20Zomer%202024.pdf))

Naast dit initiatief probeerde het hotel het bewustzijn van de klant zoveel mogelijk te vergroten. De student was verrast om te horen dat gasten binnen de grote verscheidenheid aan teambuildingactiviteiten binnen- en buiten zelfs een aantal speciale milieuvriendelijke activiteiten konden



kiezen, aangegeven door het logo, zoals een speelgoedfabriek en een windpark. Meer uitleg vindt u in de brochure.

Een belangrijk aspect van economische duurzaamheid was het stimuleren van de lokale economie door samen te werken met lokale bedrijven. De student bevestigde dat Martin's Hotels een goed voorbeeld was van het omarmen van de circulaire economie. Hun duurzame praktijken hadden hen zelfs al verschillende certificaten en onderscheidingen opgeleverd. Ze gaven prioriteit aan lokale, natuurlijke, gerecyclede/recyclebare en seizoensgebonden producten, moedigden leveranciers aan om hun Gedragscode na te leven en minimaliseerden de hoeveelheid afval in hun hotels. Het afval dat ze als hotelbedrijf onvermijdelijk produceerden, werd zoveel mogelijk gerecycled.

De student leerde ook dat sociale duurzaamheid draait om het verdedigen van de mensenrechten, het bevorderen van gelijke kansen en het ondersteunen van lokale gemeenschappen. Een goed voorbeeld hiervan was duidelijk in de Martin's hotels, waar factoren als huidskleur, etniciteit, rijkdom, geslacht of seksualiteit niet als barrières werden beschouwd.

De teambuildingactiviteit 'Solar Buddy' was een perfect voorbeeld van sociaal engagement. Bekijk ook eens de brochure over teambuilding, p. 16. ([https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL -TEAM-BUILDING-2024%20 NL.pdf](https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20NL.pdf))

Milieu en duurzaamheid is gericht op het behoud van natuurlijke hulpbronnen, het minimaliseren van vervuiling en het behoud van de biodiversiteit. Tijdens zijn stage kon de student zien dat Martin's hotels milieubeheerpraktijken integreren in de dagelijkse bedrijfsvoering, zoals afvalrecycling, energie-efficiëntie maatregelen, duurzaam gebruik van water en verantwoord beheer van natuurgebieden. Alle elektriciteit die het hotel kocht, had een groen label, zodat het bijdroeg aan een groenere omgeving. Andere voorbeelden waren het gebruik van alleen glazen waterflessen tijdens vergaderingen. Als je iets wegwerpbaars diende te gebruiken, moest het van papier en karton zijn en gemakkelijk te recycleren zijn. In elke vergaderruimte staan speciale containers om de afval meteen te sorteren.

De student gaf toe dat voedselverspilling een ander groot probleem is in de horeca. In dit hotel werden overgebleven maaltijden en/of buffetten aan de medewerkers gegeven, zodat ze deze niet hoefden weg te gooien.

Sinds kort zijn de plastic hotel kamerkaarten vervangen door duurzame houten kamerkaarten.

Er werd echter nog steeds veel papier gebruikt en weggegooid. Er werd veel gepraat om dit te beperken en veel meer digitaal te werken, maar dat alles zou een mentaliteitsverandering van elk personeelslid vereisen. De student concludeerde dat er in de horeca nog veel werk te doen is om te verduurzamen. Het blijft een van de meest vervuilende sectoren ter wereld.

Module 3 analyseert de percepties van gasten op het gebied van duurzaam high-end toerisme.

De student was van mening dat de MOOC-modules vaak gericht waren op luxe, maar zijn stage-ervaring had hem geleerd dat luxe niet alleen wordt bepaald door de sterrenclassificatie van het hotel. Het ging ook om het creëren van buitengewone ervaringen en het inspelen op de behoeften van gasten. In het hotel waar hij stage liep, gaven ze via verschillende strategieën prioriteit aan de gasttevredenheid. Zo beschikte Martin's Château du Lac over een speciale Experience-afdeling. Deze afdeling kreeg voortdurend allerlei informatie over de voorkeuren en speciale wensen van gasten vanuit andere afdelingen zoals frontoffice, bar en restaurant, meetings & events, schoonmaak,... Ook noteerden zij de gastprofielen in het Property Management Systeem (PMS).).). Op deze manier konden ze ervoor zorgen dat het toekomstige verblijf van terugkerende gasten nog specialer en buitengewoner werd.

Het hotel beoordeelde ook voortdurend de feedback van verschillende reisplatforms (TPI) om op de hoogte te blijven van de ervaringen van gasten. Door beoordelingen te analyseren van platformen als Expedia, booking.com en de website van het hotel, kregen ze inzicht in de voorkeuren van gasten.

Hierdoor kon het hotel er op creatieve wijze voor zorgen dat elk verblijf uitzonderlijk en onvergetelijk was.

Tijdens de stage was marketing (Module 4) niet de verantwoordelijkheid van de student omdat het hotel over een marketingafdeling beschikte. Duurzaamheid stond echter altijd hoog in het vaandel van het personeel. Ze waren voortdurend bezig met het bedenken van manieren om hun inspanningen op het gebied van duurzaamheid aan de gasten te communiceren. De website van het hotel informeerde bezoekers over zijn duurzaamheidspraktijken. Elke keer dat er nieuwe duurzaamheidsinitiatieven werden geïmplementeerd, werden deze toegelicht in een nieuwsbrief.

Het hotel had het Green Key label. Uiteraard werd dit label gebruikt door de marketingafdeling (vermeld op de website) om hun inspanningen betreffende duurzaamheid aan te tonen.

Operationeel management van high-end duurzaam toerisme (Module 5)

De centrale vraag voor deze module was: "Hoe kunnen we kwaliteitsnormen in de horeca effectief meten en handhaven?" Gezien het immateriële karakter van de producten was de betrokkenheid van medewerkers van groot belang. Daarom kreeg ieder personeelslid de mogelijkheid om 3 keer per jaar een speciale externe opleiding te volgen.

De student bevestigde dat medewerkers de gasten na het inchecken en tijdens hun verblijf altijd moesten blijven herkennen en aanspreken met de achternaam (of met meneer/mevrouw), telkens ze elkaar in het hotel ontmoetten.

Iedere medewerker beschikte over een mobiele telefoon om voortdurend informatie met elkaar uit te wisselen over mogelijke problemen of wensen van de klant door te geven.

De Martin's hotels hechten veel waarde aan opmerkingen en beoordelingen van gasten op platforms zoals booking.com en Expedia. Elke negatieve opmerking werd serieus genomen en het hotel probeerde proactief (potentiële) problemen zo snel mogelijk te verhelpen of op te lossen. Regelmatig marktonderzoek omvatte bezoeken aan concurrerende hotels om de hotelprestaties te vergelijken en verbeterpunten te identificeren. Ondanks weerstand tegen verandering erkende het hotel Martin's Château du Lac de noodzaak om concurrerend te blijven en een uitzonderlijke gasten ervaring aan te bieden.



Bronvermelding van de afbeelding: www.cucumbi.com

Casestudy 3: Integratie van duurzame toeristische praktijken op hoog niveau – Een casestudy van een stage bij Cucumbi Farm

Tijdens een stage bij Cucumbi Farm, een lokale accommodatie in de regio Alentejo (Portugal), werd de student van de Autonome Universiteit van Barcelona drie maanden lang ondergedompeld in verschillende departementen. Deze cross-training ervaring bood een uniek perspectief op de praktische toepassingen van duurzaam high-end toerisme, zoals beschreven in de MOOC over duurzaam high-end toerisme.

Een van de belangrijkste onthullingen voor de stagiair was de moderne evolutie van luxe. De MOOC benadrukte dat hedendaagse luxe minder gaat over het bezitten van zeldzame items en meer over het bieden van gepersonaliseerde emotionele ervaringen. Bij Cucumbi was deze verandering zichtbaar in de dagelijkse bedrijfsvoering. Persoonlijke service stond voorop, met personeel dat zorgvuldig was opgeleid om de individuele behoeften van de gasten te begrijpen en erop in te spelen. Dit omvatte gepersonaliseerde routes, privé yogasessies en kooklessen met lokaal geproduceerde ingrediënten. De nadruk op menselijke interactie en voortdurende training van het personeel heeft de gasttevredenheid

aanzienlijk verbeterd, waardoor de lessen van de cursus over het belang van persoonlijke service in het toerisme zijn versterkt.

Duurzaamheid was een ander cruciaal aspect van het leren van de stagiair. Cucumbi Farm integreerde duurzame praktijken naadloos in haar activiteiten en bood praktische voorbeelden van de drie pijlers van duurzaam high-end toerisme: economische, sociale en ecologische duurzaamheid. Economisch gezien ondersteunde de boerderij lokale bedrijven door goederen en diensten lokaal in te kopen, banen te creëren en inkomsten in de gemeenschap te herinvesteren. Op sociaal vlak was hij voorstander van eerlijke arbeidspraktijken en betrok hij de lokale gemeenschap, waardoor hij ervoor zorgde dat de voordelen van het toerisme breed werden gedeeld. Vanuit milieuoogpunt maakte Cucumbi gebruik van biologische landbouw, strategieën voor afvalvermindering en hernieuwbare energiebronnen, waarmee hij blijk gaf van een sterke betrokkenheid bij het verkleinen van zijn ecologische voetafdruk.

De stagiair observeerde praktische toepassingen van deze duurzame praktijken in de dagelijkse bedrijfsvoering. Het zwembadwater van de boerderij werd bijvoorbeeld verwarmd met behulp van de warmte van het airconditioningsysteem, wat een innovatieve benadering van energiebesparing aantoont. Gasten namen deel aan duurzaamheid door middel van activiteiten zoals composteren en biologisch tuinieren, waardoor ze niet alleen werden geïnformeerd over duurzame praktijken, maar ze ook werden betrokken bij de groene initiatieven van de boerderij.

Het begrijpen van klantinzichten was cruciaal om ervaringen af te stemmen op hun verwachtingen. Cucumbi verzamelde en analyseerde klantgegevens nauwgezet, waardoor ze zeer gepersonaliseerde ervaringen konden bieden. Dit varieerde van gepersonaliseerde boerderijrondleidingen en private dining-ervaringen tot gepersonaliseerde wellness programma's. De toewijding van de boerderij aan authenticiteit en duurzaamheid vond een diepe weerklank bij de gasten, van wie velen deze aspecten waardeerden en loyale pleitbezorgers werden, wat het belang benadrukte van het opbouwen van sterke klantrelaties op basis van het begrijpen en bevredigen van de behoeften van hun gasten.

De marketingstrategieën bij Cucumbi waren afgestemd op duurzame principes. De producten van de boerderij, zoals eco-lodges en biologische producten, zijn ontworpen met het oog op duurzaamheid. De prijsstrategie weerspiegelde de superieure kwaliteit en duurzaamheid van het aanbod, waardoor gasten werden aangetrokken die bereid waren te investeren in hoogwaardige, milieubewuste ervaringen. Marketinginspanningen benadrukten de toewijding van de boerderij aan duurzaamheid, waarbij

verhalen, visuele inhoud en interactieve sociale media werden gebruikt om het publiek te betrekken en voor te lichten.

De bedrijfsvoering van Cucumbi was gericht op het handhaven van hoge normen op het gebied van servicekwaliteit en efficiëntie. Standaard operationele procedures zorgden voor consistentie in de dienstverlening, terwijl feedback van gasten actief werd gezocht en gebruikt om voortdurende verbetering te bewerkstelligen. Het integreren van de lokale cultuur en tradities in de gastervaring voegde een unieke en authentieke dimensie toe aan hun verblijf. Innovatie werd omarmd door het gebruiken van groene technologieën en de tevredenheid van medewerkers kreeg prioriteit, waarbij werd erkend dat een gemotiveerd team essentieel is voor het leveren van uitzonderlijke gastervaringen.

Concluderend heeft de stage bij Cucumbi Farm waardevolle inzichten opgeleverd in de praktische implementatie van duurzame high-end toerismeprincipes. De combinatie van persoonlijke service, duurzame praktijken, klantinzichten, effectieve marketing en operationele uitmuntendheid illustreerde hoe deze concepten niet alleen theoretisch zijn, maar ook essentieel voor het creëren van buitengewone, luxueuze en duurzame toeristische ervaringen. Deze praktische ervaring verstevigde het begrip van de stagiair over de MOOC-inhoud, en demonstreerde de relevantie en de toepasbaarheid ervan in de echte wereld.



Bronvermelding van de afbeelding: www.melia.com

Casestudy 4: Luxe en duurzaamheid omarmen: de reis van een student door high-end toerisme bij ME Barcelona

Deze case study is gebaseerd op de ervaring van een student van de Autonome Universiteit van Barcelona die drie maanden stage liep bij ME Barcelona, een prestigieus 5-sterrenhotel van de Internationale Maliá Hotelketen. Gelegen nabij Plaça Catalunya, belichaamt ME Barcelona de combinatie van luxe en duurzaamheid, een aanpak die het centrum werd van de praktische leerervaring van de student.

Tijdens de stage werd de student ondergedompeld in de dynamische omgeving van twee belangrijke afdelingen: Front Office en Guest Experience Line. Op de afdeling Front Office beheerde de student essentiële handelingen zoals in- en uitchecken, behandelde hij vragen van gasten en coördineerde hij naadloos met andere afdelingen. Ondertussen bood de afdeling Guest Experience, die zich toelegt op het creëren van unieke en buitengewone ervaringen voor gasten, een dieper inzicht in de nuances van het luxe toerisme.

De stage veranderde het perspectief van de student over de inhoud van de MOOC over High-End Sustainable Tourism aanzienlijk. Aanvankelijk gezien als een overzicht kregen de cursusconcepten door praktische toepassing

een nieuwe dimensie van specificiteit en diepgang. De student realiseerde zich dat high-end toerisme een diepgaand begrip vereist van hoe je unieke en onvergetelijke ervaringen kunt creëren, veel verder dan louter luxe voorzieningen.

Een van de meest fundamentele lessen van de cursus was het nieuwe concept van luxe, dat de nadruk legt op persoonlijke en unieke ervaringen. Dit idee kwam tot leven bij ME Barcelona, waar gasten, vooral uit de VS en Europa, op zoek waren naar bijzondere ervaringen die verder gingen dan de standaard toeristische route. Ze wilden Barcelona op een bijzondere manier ontdekken, op zoek naar bijzondere restaurants en verborgen pareltjes in plaats van alleen bekende plekken. Daarentegen gaven gasten uit Dubai of India vaak de voorkeur aan de weelde van luxe kamers en een voortreffelijk ontbijt, wat de gevarieerde verwachtingen op basis van culturele achtergrond benadrukte.

Duurzaamheid, de hoeksteen van de MOOC, kwam tot uiting in de activiteiten van het hotel. ME Barcelona implementeerde tal van ecologische praktijken, zoals het benutten van de warmte van de airconditioning om het zwembad te verwarmen of het installeren van zonnepanelen. Het hotel omarmde ook sociale inclusie en positioneerde zichzelf trots als homovriendelijk. Deze praktijken gaven blijk van een engagement om de economische, ecologische en sociale ontwikkeling in evenwicht te brengen, in lijn met de drie pijlers van duurzaam high-end toerisme.

Het belang van het begrijpen van klantinzichten was een andere belangrijke les uit de cursus. Bij ME Barcelona vertaalde dit zich in het creëren van een aparte en buitengewone omgeving. Het hotel gebruikte een kenmerkende geur om blijvende herinneringen bij de gasten op te roepen en bood speciale voorzieningen aan VIP-gasten, zodat hun verblijf gekenmerkt werd door luxe en persoonlijke aandacht.

Marketingstrategieën speelden een cruciale rol in het succes van het hotel en weerspiegelden de principes van de cursus. ME Barcelona profiteerde van zijn bevoorrechte locatie, zijn aanwezigheid op sociale media, zijn samenwerkingen met influencers en zijn ecologische reputatie om een diverse gastenkring aan te trekken. Evenementen zoals yogasessies en een sterke online aanwezigheid versterkten de aantrekkingskracht van het hotel verder, terwijl samenwerkingen met merken als AMEX het prestige vergrootten.

De bedrijfsvoering van het hotel werd gekenmerkt door een voortdurende drang naar verbetering. Het hotel legde de nadruk op standaardisatie van diensten en verzamelde regelmatig feedback van zowel gasten als

medewerkers. Technologische ontwikkelingen, zoals het gebruik van tablets voor het inchecken en slimme kamerbediening, werden geïntegreerd om de gastervaring te verbeteren zonder het gevoel van luxe in gevaar te brengen. Het hotel speelde ook in op culturele voorkeuren en zorgde voor inclusiviteit door voorzieningen af te stemmen op klantprofielen en uitgebreide veganistische opties aan te bieden.

Concluderend heeft de stage bij ME Barcelona de student een diep en praktisch inzicht gegeven in de principes van duurzaam high-end toerisme. De ervaring overbrugde de kloof tussen theoretische kennis en toepassing in de echte wereld, en illustreerde de complexiteit van luxetoerisme, het belang van gepersonaliseerde gastervaringen en de implementatie van duurzame praktijken. Deze onderdompelingsreis verrijkte niet alleen het leerproces van de student, maar onderstreepte ook het evoluerende landschap van het high-end toerisme in de wereld van vandaag.



Bronvermelding van de afbeelding: [SantaPark Rovaniemi - Finland ontdekken](#)

Casestudy 5: SUHET en Santa Park, een stagemogelijkheid met luxe en duurzaamheid

Aneeq, een student aan de Lapland University of Applied Sciences, begon aan een verrijkende reis waarbij de theoretische kennis die zij had opgedaan in de High-End Sustainable Tourism MOOC en dat werd naadloos geïntegreerd met praktische ervaring tijdens zijn stage.

In Santa Park Rovaniemi in Lapland, Finland, liep Aneeq stage in de afdeling Hospitality and Guest Services, waarbij ze de persoonlijkheid van een elf aannam. In de loop van 80 uur verdiepte zij zich in de complexiteit van luxe reizen en gastenservice.

Aneeq's tijd in Santa Park heeft een grote invloed gehad op haar visie op duurzame luxe reizen. Door actief deel te nemen aan groene initiatieven en de betrokkenheid van de gemeenschap leerde ze duurzame praktijken te integreren in de diensten voor de gasten. In het bijzonder pleitte Aneeq voor het gebruik van milieuvriendelijke materialen voor decoraties en organiseerde zij liefdadigheidsevenementen ter ondersteuning van lokale onderwijsinspanningen.

Voortbouwend op de leerstellingen van Module 1 concentreerde Aneeq zich op het leveren van authentieke Lapland ervaringen, waarbij prioriteit werd

gegeven aan verantwoordelijkheid voor het milieu, het ondersteunen van de lokale gemeenschap en het garanderen van een klantgerichte benadering. Zij faciliteerde echte ontmoetingen, zoals ontmoetingen met de Kerstman en grotverkenningen, terwijl zij milieuvriendelijke praktijken promoveerde en samenwerkte met lokale ambachtslieden.

In Module 2 verwierf Aneeq kennis over de economische, sociale en ecologische pijlers van duurzaam toerisme. In Santa Park was zij uit de eerste hand getuige van de inzet van het bedrijf voor lokale werkgelegenheid, eerlijke arbeidsomstandigheden en milieubehoud door middel van afvalbeheer en duurzame energiepraktijken.

Aneeq paste de principes van Module 3 vakkundig toe door feedback van gasten te verzamelen om ervaringen te personaliseren, waardoor de gasttevredenheid werd verbeterd en de diensten op hun voorkeuren werden afgestemd.

Met behulp van haar taalvaardigheid en digitale marketingtools implementeerde Aneeq duurzame marketingstrategieën om de groene praktijken van Santa Park te communiceren en bezoekers te betrekken via sociale mediaplatforms.

Aneeq's kennis van operationeel management uit Module 5 stelde haar in staat serviceconcepten te ontwikkelen, processen te optimaliseren en innovatie te bevorderen om continue verbetering voor Santa Park te garanderen.

Aneeq's synthese van theoretische kennis met praktische ervaring in Santa Park Rovaniemi is een voorbeeld van de toepassing van duurzame high-end toerismeprijncipes. Door prioriteit te geven aan authenticiteit, verantwoordelijkheid voor het milieu en klanttevredenheid, helpt Aneeq buitengewone en duurzame gastervaringen te creëren, terwijl lokale gemeenschappen worden ondersteund en cultureel erfgoed wordt behouden. Door haar toewijding aan voortdurende verbetering en innovatie zorgt Aneeq ervoor dat Santa Park voorop blijft lopen in de luxe reisindustrie en uitzonderlijke waarde levert aan alle belanghebbenden.



Bronvermelding van de afbeelding: [SantaPark Rovaniemi - Finland ontdekken](#)

Casestudy 6: SUHET biedt inzichten die de waarde van on-the-job training en stages vergroten

Prapassorn, een student uit Lapland, liep stage in het SantaPark in Rovaniemi, Finland, een kerstthemapark dat bekend staat als de geboorteplaats van de Kerstman. Van november tot en met december 2023 werkte zij als Elfa 80 uur op de afdeling Gastenservice.

Voordat zij stageliep, had Prapassorn weinig kennis van 'high-end duurzaam toerisme'. Het bestuderen van deze cursus via een MOOC was echter transformerend. De boeiende inhoud en innovatieve lesmethoden motiveerden haar om de cursus snel af te ronden. Door de gelijktijdige duur van haar stage kon ze duurzame managementpraktijken in real time observeren en toepassen, waardoor haar leerervaring werd verbeterd.

De stage bood directe toepassingen van verschillende concepten uit de cursus, waaronder de geschiedenis en het belang van duurzaam high-end toerisme, de drie pijlers van duurzaamheid, klantperceptie, marketing en operationeel management. Zij was echter van mening dat het nuttig zou zijn geweest om een dieper begrip te hebben van groene branding versus greenwashing.

De cursus benadrukte dat luxe gaat over het creëren van unieke en buitengewone ervaringen. Bij SantaPark kwam deze filosofie tot uiting in de

dagelijkse bedrijfsvoering, waarbij het doel was om gasten zich welkom te laten voelen en onvergetelijke ervaringen te garanderen. Speciale arrangementen zoals de VEP (Very Elfish Person) zorgden ervoor dat gasten zich gewaardeerd voelden.

De activiteiten van SantaPark weerspiegelden de drie pijlers van duurzaam high-end toerisme. Op milieuvlak promootte het park duurzaam transport, autodelen en oplaadpunten voor elektrische voertuigen. Afvalbeheer gericht op recycling en conservering. Sociaal gezien behandelde het park de werknemers als familie, garandeerde een eerlijk loon en creëerde een multiculturele werkomgeving. De toegankelijkheid voor gasten met een handicap kreeg prioriteit en faciliteiten zoals diensten voor verloren en gevonden voorwerpen bleven behouden. Op economisch vlak ondersteunde SantaPark de lokale werkgelegenheid en werkte samen met lokale bedrijven en leveranciers, waardoor de lokale economie werd versterkt.

Door de behoeften en wensen van de gasten te begrijpen, kon SantaPark ervaringen aanpassen die aan hun verwachtingen voldeden, wat leidde tot positieve feedback en herhaalde bezoeken. Effectieve internationale communicatie- en IT-instrumenten waren cruciaal voor marketing, waardoor gasten gemakkelijk toegang konden krijgen tot informatie, kaartjes konden kopen en feedback konden geven.

De operationele managementprincipes van de cursus waren direct toepasbaar op de dagelijkse werking van SantaPark. Grondige trainingssessies bereidden de medewerkers voor op verschillende situaties en zorgden voor een vrolijke en buitengewone sfeer voor de gasten. Het voortdurend verzamelen van feedback hielp bij het handhaven van hoge servicenormen en online marketing was van cruciaal belang om gasten te bereiken en ermee in contact te komen.

Prapassorn's ervaring bij SantaPark benadrukte de praktische toepassing van duurzame high-end toerismepincipes, waarmee werd aangetoond hoe duurzaamheid, klanttevredenheid en operationele uitmuntendheid naast elkaar kunnen bestaan in de luxe reisindustrie.



Afbeelding: door OpstartenAandelenFoto's van Pixabay

Casestudy 7: Navigeren door toeristische luxe activiteiten: perspectieven van een stagiair bij Happy tours DMC

In een transformerende reis van theorie naar praktijk ging een student over van theoretische kennis verworven via de cursus High-End Sustainable Tourism naar de praktische toepassing tijdens een stage bij een Happy Tours DMC. Binnen het overzeese departement navigeerde de student door de complexiteit van het luxetoerisme, in een poging de realiteit van de industrie in lijn te brengen met duurzame praktijken.

De stage van de student duurde vijf maanden, waarbij de nadruk de eerste drie maanden lag op het Boutique Slovenia-project, gevolgd door operationele verantwoordelijkheden voor groepen in de daaropvolgende twee maanden. Ondanks de uitdagingen die de student tegenkwam, bood de stage waardevolle inzichten in de dynamiek van toeristische luxe activiteiten. De stage-ervaring breidde het inzicht van de student in luxetoerisme verder uit dan alleen theoretische constructies. Hoewel de MOOC een solide basis legde, benadrukte de praktijkervaring de nuances en complexiteiten die inherent zijn aan het bedienen van diverse klantsegmenten, met name degenen die op zoek zijn naar gepersonaliseerde reiservaringen.

Op basis van cursusconcepten identificeerde de student mogelijkheden om klantervaringen te verbeteren door middel van persoonlijke accenten en unieke aanbiedingen. Voorbeelden zoals reizen naar verrassende bestemmingen voor Amerikaanse gasten en op maat gemaakte reisroutes voor Franse reizigers onderstreepten het belang van het afstemmen van theoretische kennis op praktische toepassing. Bij het reflecteren op de stage herkende de student de uitgebreide cursusinhoud. De noodzaak om meer nadruk te leggen op crisisbeheersing werd echter onderkend, vooral in de context van het luxetoerisme, waar de verwachtingen hooggespannen zijn en ervaringen zorgvuldig worden geselecteerd.

De ervaringen van de student weerspiegelden de principes van duurzaam high-end toerisme, beschreven in Module 2, zij het met operationele beperkingen. Terwijl we ernaar streefden duurzaamheid te bevorderen, vereiste de operationele realiteit vaak compromissen, wat de noodzaak van een evenwichtige aanpak benadrukte om zowel aan de verwachtingen van de gasten als aan de duurzaamheidsdoelstellingen te voldoen. De focus van Module 3 op het begrijpen van de voorkeuren van gasten resoneerde met de dagelijkse interacties van de student met gasten. De uiteenlopende behoeften en verwachtingen van luxereizigers versterkten het belang van persoonlijke service en aandacht voor detail om uitzonderlijke ervaringen te bieden. De deelname van de student aan de ontwikkeling van het marketingmateriaal, zoals de Boutique Slovenia-brochure, was een voorbeeld van de praktische toepassing van de principes uit Module 4. De brochure diende als een strategisch hulpmiddel om het luxeaanbod in Slovenië onder de aandacht te brengen en bij te dragen aan de promotie van duurzaam high-end toerisme.

Terwijl hij ernaar streefde duurzaamheid in de bedrijfsvoering prioriteit te geven, erkende de student de noodzaak om een evenwicht te vinden tussen de levensvatbaarheid van het bedrijf en duurzaamheidsdoelstellingen. Vooruitkijkend zag de student een toekomst voor zich waarin duurzaamheid centraal zou staan in het ethos van het bedrijf, waarbij inspanningen zouden worden gestimuleerd om luxe gasten aan te trekken en tegelijkertijd milieubeheer zou worden aangemoedigd.

De stagereis is een voorbeeld van de dynamische interactie tussen theoretische kennis en praktische toepassing op het gebied van luxe toerisme. Ondanks dat ze met uitdagingen en beperkingen worden geconfronteerd, onderstrepen de ervaringen van studenten het potentieel van het afstemmen van industriële praktijken op duurzame principes om ongeëvenaarde gastervaringen te bieden. Door reflectie en aanpassing komt de student niet alleen naar voren als een gewetensvolle beoefenaar,

maar ook als pleitbezorger voor duurzaamheid in het steeds evoluerende landschap van luxetoerisme.



Afbeelding door [ivabalkvanPixabay](#)

Casestudy 8: Harmonisatie van theorie en praktijk in duurzaam high-end toerisme – Casestudy Bohinj-toerisme

Het starten van de cursus Duurzaam High-end Toerisme markeerde het begin van een transformatieve reis voor één student. Deze cursus, ontwikkeld door de samenwerking binnen een Erasmus+-project dat Europese instellingen omvatte, bood een uitgebreide verkenning van het high-end toerisme en de symbiotische relatie ervan met duurzaamheid. Het was echter de stage van de student bij Bohinj Tourism, Slovenië, die tastbare inzichten opleverde in de toepassing van duurzame principes binnen de industrie.

Gelegen te midden van de adembenemende uitzichten en ongerepte landschappen van Bohinj, Slovenië, ontpopt Tourism Bohinj zich als een baken van luxe en duurzaamheid op het gebied van luxe toerisme. Tijdens een stage van 400 uur op deze prestigieuze bestemming werd de student ondergedompeld in het summum van luxe gastvrijheid, waar duurzaamheid naadloos verweven is met weelde.

Binnen de grenzen van het Bohinj-toerisme ontdekte de student een diepe toewijding aan duurzame principes die het louter milieubewustzijn overstegen. Het werd een kenmerk van luxe: van de zorgvuldig

samengestelde ervaringen tot de luxueuze kamers: elk facet van de gastervaring was doordrenkt met een streven naar duurzaamheid. De taken van de student omvatten een spectrum aan opdrachten, van het leveren van conciërgediensten die tegemoetkwamen aan de meest veeleisende smaak van de high-end gastenkring tot het orkestreren van exclusieve evenementen tegen de achtergrond van het majestueuze landschap van Bohinj. Elke interactie onderstreepte de niet aflatende toewijding van het bedrijf om niet alleen aan de verwachtingen van luxereizigers te voldoen, maar deze zelfs te overtreffen, met respect voor het milieu. Te midden van deze sfeer van verfijnde luxe verwonderde de student zich over de culinaire geest van Bohinj Tourism. Hier overstijgt de gastronomie louter het levensonderhoud. Het werd een kunstvorm die het rijke aanbod van de Sloveense keuken vierde en tegelijkertijd duurzaamheid bepleitte. Lokaal geproduceerde, seizoensgebonden ingrediënten stonden centraal, prikkelden de smaakpapillen van de gasten en zorgden voor een diepere verbinding met het culturele erfgoed van de regio.

Daarnaast ontdekte de student innovatieve initiatieven gericht op het verbeteren van de gastervaring en het minimaliseren van de impact op het milieu. Een zegel van exclusiviteit, de Julische Alpen: de Bohinj-kaart verleende niet alleen toegang tot een groot aantal premiumdiensten, maar promootte ook duurzame praktijken zoals gratis openbaar vervoer, waardoor de aantrekkingskracht van Bohinj als luxebestemming verder werd vergroot. Toen de student de overstap maakte van stagiair naar werknemer, bracht hij waardevolle kennis mee die hij tijdens zijn ervaringsgerichte leertraject had opgedaan. Gewapend met een genuanceerd begrip van luxe gastvrijheid en duurzaamheid, is hij klaar om pionier te worden op het gebied van high-end toerisme, en vorm te geven aan een toekomst waarin luxe en duurzaamheid elkaar niet uitsluiten maar intrinsiek met elkaar verweven zijn.

Deze casestudy belichaamt het transformerende potentieel van het overbruggen van theorie met de praktijk in duurzaam high-end toerisme. De studentenreis onderstreept de cruciale rol van ervaringsleren bij het opleiden van bewuste toerismeprofessionals. Terwijl Toerisme Bohinj de norm blijft stellen voor luxe gastvrijheid, dient het als een baken van inspiratie voor bestemmingen over de hele wereld, wat bewijst dat verwennerij en duurzaamheid harmonieus naast elkaar kunnen bestaan op het gebied van high-end toerisme.



Benzoix-afbeelding op Freepik

Casestudy 9: Zon, zee en duurzaamheid: synergie bevorderen tussen theoretische kaders en uitdagingen uit de echte wereld

Gedreven door een honger naar kennis en professionele groei, schreef een toerismestudent van Burgas College zich in voor de SUHET MOOC over high-end duurzaam toerisme. Als onderdeel van haar opleiding en om praktijkervaring op te doen, heeft de studente een reeks stages gelopen in verschillende omgevingen, waaronder hotels, restaurants en cafés. Deze praktische aanpak maakte het gemakkelijk om nieuw verworven kennis toe te passen in praktijkscenario's.

Tijdens de zomer werkte zij in het familierestaurant in Burgas, waar zij verantwoordelijk was voor het organiseren van verschillende evenementen, banketten, verjaardagsfeestjes en het aannemen van bestellingen en verzoeken. Deze ervaringen gaven haar waardevolle inzichten in de operationele aspecten van de horeca, waaronder gastenservice, evenementenbeheer en financiële controle. Door deze verantwoordelijkheden heeft ze haar organisatorische en interpersoonlijke vaardigheden aangescherpt, terwijl ze praktische ervaring heeft opgedaan met het beheren van verschillende klantbehoeften.

Met het lange termijn doel om een eigen bedrijf op te richten of zich aan te sluiten bij het familiebedrijf, zocht de studente gretig naar mogelijkheden om praktijkervaring op te doen. Een toevallige kans deed zich voor toen het management van een prestigieuze nieuwe badplaats haar en een vriend uitnodigde om volgende zomer hun strandbar over te nemen.

Na Module 3: High-end toerisme en de drie pijlers van duurzaamheid, is de studente van plan zich te concentreren op ecologische duurzaamheid. Dit betekent het aanbieden van herbruikbare opties voor klanten (bekers, rietjes, enz.), het gebruik van energiezuinige apparaten en het samenwerken met leveranciers die prioriteit geven aan duurzame praktijken. Om verspilling tegen te gaan, wordt voorrang gegeven aan verse ingrediënten van lokale leveranciers. Om bij te dragen aan sociale duurzaamheid kan de bar samenwerken met lokale ambachtslieden en mogelijk zelfs evenementen om het strand op te ruimen organiseren om iets terug te geven aan de gemeenschap. Het respecteren van de lokale cultuur en tradities zal van cruciaal belang zijn om een gastvrije omgeving voor iedereen te creëren.

De student is ook van mening dat financiële duurzaamheid belangrijk is voor het succes van de school op de lange termijn. Gasten krijgen eerlijke prijzen aangeboden en de bar gaat samenwerken met lokale bedrijven.

Gebaseerd op wat de student heeft geleerd in Module 4: Klantperspectief op duurzaam high-end toerisme, is ze van plan om periodiek korte digitale enquêtes in het werkveld uit te voeren om inzicht te krijgen in de klanttevredenheid over de dranken, de service, de sfeer en de prijs-kwaliteitverhouding. Vervolgens worden de gegevens geanalyseerd om verbeterpunten te identificeren.

Ze gelooft dat de echte magie schuilt in het creëren van een onvergetelijke reis voor bezoekers. Het zal essentieel zijn om een serviceplan te ontwikkelen dat hun hele ervaring vertegenwoordigt, vanaf het moment dat ze binnenkomen tot het moment dat ze weggaan. Het zal essentieel zijn om contactpunten te identificeren waar ze de ervaring kan verbeteren, of dit nu via persoonlijke service, unieke aanbiedingen of een luxe omgeving is. In navolging van de kennis uit Module 6: Operationeel management van de duurzame high-end klantervaring, is de student van plan thema-avonden te organiseren met speciale cocktails, muziek of decoraties om nieuwe gasten aan te trekken en de interesse van bestaande gasten vast te houden. Deze avonden bieden een samengestelde ervaring met een specifiek thema, of het nu een tropische avond is met Tiki-cocktails en eilandmuziek, een jazzavond met klassieke cocktails en livemuziek, een comedy-avond of een wijn-/bierproeverij. Door zich te concentreren op het creëren van een unieke en buitengewone ervaring door middel van thema-avonden, zal de bar zichzelf verheffen tot meer dan alleen het verkopen van drankjes. Het zal een bestemming worden voor degenen die waarde hechten aan luxe ervaringen.

Ten slotte zal een goed gedefinieerde marketingstrategie worden geïmplementeerd, waarbij gebruik wordt gemaakt van sociale media, lokale

partnerschappen en gerichte online advertenties. Dit zal helpen het gewenste publiek te bereiken en de unieke waarde propositie van de bar effectief te communiceren. Door deze strategieën te implementeren, heeft de student er vertrouwen in dat ze een bloeiend etablissement zal kunnen creëren dat elitegasten zal bedienen.



Afbeelding van Nenad Maric via Pixabay

Casestudy 10: Academische kennis afstemmen op de realiteit van de luxe horecasector

Een student van de Burgas Faculteit Toerisme schreef zich in voor de SUHET MOOC en begon aan een spannende reis in de wereld van duurzaam high-end toerisme. Zijn stage vond plaats in het restaurant van een iconisch viersterrenhotel in het bruisende hart van het stadscentrum van Burgas.

Dit zakenhotel met 4 sterren biedt comfortabele en luxe accommodatie. Gasten kunnen genieten van een spectaculair uitzicht op de Golf van Burgas of het stadscentrum. Het hotel ligt dicht bij vele restaurants, winkels, cafés, de Zeetuin en het strand. Gasten kunnen ook genieten van voorzieningen zoals een spa, eetgelegenheden, bars en zelfs een casino.

Dineren in het restaurant van het hotel is een ervaring op zich en biedt Bulgaarse en Europese gerechten in een ruime en gastvrije sfeer. De focus op verse ingrediënten en vriendelijke service zorgen voor een heerlijke en bevredigende maaltijd voor zowel hotelgasten als lokale bewoners.

De beoordelingen van gasten zijn echter gemengd. Velen prezen het hotel vanwege de toplocatie, vlekkeloos schone kamers en het uitgebreide ontbijtbuffet. Gasten waardeerden ook de onlangs gerenoveerde faciliteiten. Aan de negatieve kant vonden sommige recensenten dat het personeel niet enthousiast was of de Engelse taal niet beheerste. Sommige kamers, hoewel comfortabel, werden als klein beschouwd. Het ontbijt, hoewel geliefd bij sommigen, werd soms gemeld dat het niet op voorraad was of niet vers was. Wat de reputatie van het hotel nog ingewikkelder maakte, was dat interne wrijvingen onder het personeel de interactie met

de gasten begon te beïnvloeden. Nieuw aangeworven personeelsleden en stagiaires voelden zich gemarginaliseerd door het gevestigde team, en traditionele methoden botsten met innovatieve benaderingen. Deze disharmonie was voelbaar en tastte de ooit gevierde warmte van de hotel- en restaurantervaring aan.

Het hotelmanagement onderkende het probleem en hanteerde een aanpak op meerdere niveaus. Ten eerste werden duurzaamheidsthema's geïntegreerd in enkele traditionele teambuildingoefeningen. Het personeel nam deel aan workshops over lokale voedselsystemen, technieken voor afvalvermindering en groene schoonmaakpraktijken.

Ervaren medewerkers werden vervolgens gekoppeld aan nieuwkomers als mentoren. Dit vergemakkelijkte de kennisoverdracht en bevorderde het wederzijds respect. Het senior personeel profiteerde van het leren over de nieuwste trends op het gebied van voedselbereiding, duurzaamheidspraktijken en zelfs sociale media marketing. Bovendien beschikten de stagiaires, die net van de universiteit kwamen, over sterke technologische vaardigheden waar het senior personeel van kon leren, waardoor eventuele hiaten in het gebruik van technologie binnen het restaurant konden worden gedicht. De stagiaires kregen waardevol inzicht in de geschiedenis van het restaurant, de manier van werken en de verwachtingen van de gasten.

De principes van duurzaam high-end toerisme, gedetailleerd uitgewerkt in Module 1, hielpen de student theorie met de praktijk te verbinden en het belang te realiseren van een luxe onderneming die zich inzet voor duurzame praktijken. Dit veranderde het perspectief van de student ten aanzien van duurzaamheid en langetermijnstrategieën enorm, ten behoeve van iedereen die betrokken is bij de 'duurzaamheidsketen'.

In lijn met Module 4: Klantinzicht in duurzaam high-end toerisme, zag de student hoe het hotel regelmatig de manier beoordeelde waarop het "waarde" creëert voor zijn gasten. Dit omvatte de focus op ervaringen, personalisatie en het creëren van een positieve sociale en ecologische impact. Voortbouwend op zijn theoretische kennis van het onderwerp uit Module 4, resoneerde de focus op gepersonaliseerde ervaringen en positieve sociale en ecologische effecten goed met wat hij als goede praktijk zag.

Een ander opvallend aspect van de stage was de mogelijkheid om zijn kennis uit Module 3: Hoogwaardig toerisme en de drie pijlers van duurzaamheid toe te passen. Door kennis te hebben over de drie pijlers van duurzaamheid, kon de student de huidige praktijken in het hotel-restaurant analyseren op milieu-, sociale en economische aspecten en verbeterpunten

identificeren. Enkele ideeën die de student bedacht met betrekking tot de module-inhoud waren onder meer het implementeren van een uitgebreid recyclingprogramma en het overstappen op biologisch afbreekbare schoonmaakproducten. Op sociaal vlak werd het verbeteren van de opleiding van het personeel geïdentificeerd op het gebied van gastenservice en duurzaamheidspraktijken om een meer inclusieve en ondersteunende werkomgeving te bevorderen. Economisch gezien zag de student de kans om energie-efficiënte technologieën toe te passen om de bedrijfskosten te verlagen en de besparingen te herinvesteren in gemeenschapsprojecten of lokale partnerschappen.

Het hotel maakte vooral gebruik van sociale media en IT-tools om de zichtbaarheid en betrokkenheid te vergroten. De stagiair kreeg de kans om verschillende strategieën voor te stellen, voortkomend uit wat hij had geleerd in Module 5: Het op de markt brengen van producten en diensten voor duurzame toeristische ervaringen op hoog niveau. Eén strategie was het opzetten van een 'Green Stays'-campagne op sociale media, waarin de groene praktijken van het hotel onder de aandacht werden gebracht, zoals het gebruik van lokaal geproduceerde ingrediënten, het terugdringen van plasticafval en het implementeren van energiebesparende technologieën. De stagiair stelde ook voor om wekelijkse berichten te delen met korte video's en foto's van deze acties, samen met tips voor gasten over hoe ze kunnen genieten van een duurzaam verblijf. Deze aanpak zou niet alleen laten zien dat het hotel zich inzet voor duurzaamheid, maar zou ook de online participatie en betrokkenheid van gasten stimuleren, dacht de student.

Door de kennis uit de SUHET MOOC toe te passen, kon de student bijdragen tot het creëren van een meer harmonieuze en duurzame hotel- en werkomgeving, waardoor de ervaringen van zowel gasten als personeel werden verrijkt.

Partnerschappen van het project:

LAPIN AMK⁷
Lapland University of Applied Sciences

www.lapinamk.fi

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

www.uab.cat


erasmus
HOOGESCHOOL BRUSSEL

www.erasmushogeschool.be



University of Maribor

www.um.si



European Center for Quality
from the idea to the result

www.ecq-bg.com

*Publicatie
Juni, 2024*



Co-funded by
the European Union



Dit project is gefinancierd met steun van de Europese Commissie. Deze mededeling geeft uitsluitend de visie van de auteur weer en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor het gebruik van de informatie die erin is vervat.

**“HET MAKEN EN IMPLEMENTEREN VAN EEN CURSUS
OVER DUURZAAM HIGH-END TOERISME IN HEEL
EUROPA - SUHET”**

Nummer van het project: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

www.suhet.eu