

ALL ABOARD

Veroniek Maat

DE TRANSITIE NAAR TOEGANKELIJK TOERISME

Inzichten en tools voor actie

ENSUT

Expertise Network
Sustainable
Urban Tourism

inholland
hogeschool



Voorwoord

Ik schreef dit boek omdat ik het niet los kan laten. Ik heb geprobeerd een paar jaar afstand van te nemen en andere carrièrepaden te verkennen, maar de noodzaak van toegankelijkheid heeft een plek in mijn hart. Ik begrijp niet dat de samenleving het mensen, in veel gevallen, moeilijk maakt om te participeren. Dat een groot deel van de samenleving zich niet bewust lijkt te zijn van de onzekerheid, de angst en de pijn die een gebrek aan toegankelijkheid veroorzaakt. Het gaat niet alleen om het gebrek aan de mate van toegankelijkheid en gevoel van een inclusieve omgeving op het moment zelf, maar ook om de zorgen en de vrees die al ontstaat vóórdat mensen überhaupt proberen deel te nemen.

Het feit dat mensen besluiten thuis te blijven raakt me, misschien omdat mijn nieuwsgierige en avontuurlijke aard zou willen dat iedereen de wereld kan ontdekken, of op zijn minst kan genieten van een ontspannen vakantie. Al van jongs af aan ben ik gepassioneerd door reizen en toerisme. Rond mijn twintigste drong het plotseling tot me door dat reizen voor veel mensen geen vanzelfsprekendheid is, vanwege praktische obstakels en normatieve perspectieven. Ik besepte dat mensen die me dierbaar zijn niet dezelfde keuzevrijheid hebben om te gaan waar ze willen, zoals ik dat heb. Ik ging aan de slag, startte een reisorganisatie voor toegankelijke vakanties en probeerde iets bij te dragen aan het inclusiever maken van deze wereld.

Tien jaar later had ik inderdaad toegankelijke tours en vakanties georganiseerd in Nederland voor reizigers uit allerlei windstreken. Ik besepte ook dat het helpen van mensen binnen het kader van een reisorganisatie geen structurele verandering in de toeristische sector teweeg zou brengen. Ik inspireerde hotelmanagers en reisleiders om de toegankelijkheid van hun kamers en tours te verbeteren, maar het toerismesysteem als geheel veranderde niet.

Terwijl ik andere carrièrepaden verkende, zocht ik naar manieren om een perspectiefverandering binnen de toeristische sector op gang te brengen, één die meer oog heeft voor toegankelijkheid en inclusie. Hoe kan ik stakeholders in de sector inspireren? Hoe kan ik gedeelde verantwoordelijkheid aanmoedigen? Hoe kan ik het gemakkelijker maken?

Dit boek is geschreven om bij te dragen aan die verandering. Ik beseft dat deze ene bijdrage het toerisme niet zal transformeren, maar door samen te werken bouwen we aan een golf. Dit boek is mijn rimpeling, een verzameling stemmen en praktische hulpmiddelen, die aansluiten bij de beweging naar een kantelpunt waarop toegankelijk toerisme gewoon toerisme wordt.

Ik ben blij bondgenoten te hebben gevonden bij Platform Aangepaste Vakanties (Nederland), ANVR (de Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen) en Hogeschool

“

Gerda van 't Land, Buitengewoon Reizen: “Kennis en data verzamelen en delen, vertrekkend vanuit en gericht op de praktijk en het onderwijs. Dat is wat Veroniek met dit boek op briljante wijze tot leven brengt. Uiteindelijk gaat het erom dat iedereen over zijn eigen letterlijke en figuurlijke grenzen kan reizen, zonder drempels. Toegankelijk reizen is voor iedereen!”

“

Ko Koens, New Urban Tourism: “Ik ben oprecht blij dat er eindelijk een praktijkgericht boek is dat zich bezighoudt met toegankelijk toerisme, vooral nu onze vergrijzende bevolking en de groeiende bewustwording van diverse behoeften, fysiek, cognitief, sensorisch of digitaal, om meer begrip vragen. Dit is niet alleen van wezenlijk belang voor reizigers met een beperking, maar ook voor de bredere toeristische sector en de samenleving, aangezien het verbeteren van toegankelijkheid ook ten goede komt aan inwoners. Dit boek gaat verder dan academische discussie en biedt praktische inzichten over hoe toegankelijkheid kan worden vergroot, onmisbaar voor alle betrokkenen.”

“

Arnoud de Roy van Zuydewijn, SRG Aangepaste Vakanties: “Reizen voedt je hoofd, je hart en je humeur. Ook als je een beperking hebt wil en moet je dat kunnen beleven. Dit boek onderstreept het belang van toegankelijk reizen voor deze grote groep medemensen. Het geeft uitgebreide achtergronden en praktische inzichten voor lezers binnen én buiten de wereld van het aangepast reizen.”

“

Chris Knaap, ANVR: “In Nederland is reizen geen incidentele bezigheid, het is een tweede natuur. In dat licht is het een groot probleem voor een inclusieve samenleving dat er een grote groep mensen is die niet op dezelfde manier op vakantie kan als anderen. Via ons platform proberen we toegankelijk reizen al te faciliteren, en de inzet van Veroniek op dit gebied is enorm waardevol. De groep voorvechters voor toegankelijk reizen groeit, en het is tijd voor de transitie.”

Inholland. Dit zijn mijn partners geworden in het bouwen naar dit kantelpunt.

Ik hoop dat dit boek er allereerst toe bijdraagt dat er anders wordt nagedacht over beperking. Beperking is fluïde, kan op elk moment in iemands leven deel gaan uitmaken van zijn of haar ervaring, en wordt vaak gecreëerd, of in elk geval versterkt, door iemands omgeving (o.a. sociaal, fysiek en institutioneel). Ik hoop dat dit boek de bewustwording rond toegankelijkheid in het toerisme vergroot en huidige en toekomstige professionals voorziet van praktische hulpmiddelen om actief bij te dragen aan een inclusievere sector. De leeswijzer op de volgende pagina legt uit hoe je dit boek kunt lezen en gebruiken.

Dit boek had ik niet kunnen schrijven zonder de steun van mijn supporters. Allereerst wil ik Nicole Eva Franssen bedanken. Ik ken Nicole Eva al lang, in 2014 zijn we gaan samenwerken aan een project over vakanties voor gezinnen met kinderen met een beperking. Vanaf het moment dat ik Nicole Eva vertelde dat ik overwoog dit boek te schrijven, is zij een enorme steun geweest. Haar feedback was heel waardevol.

Ten tweede wil ik de bijdragers bedanken die hun ervaringen met reizen en recreatie hebben gedeeld. Deze inzichten onthullen de persoonlijke uitdagingen die het plannen van een vakantie met zich mee brengt.

Ten derde wil ik mijn collega's bij Hogeschool Inholland bedanken. Dr. Ko Koens raadde mij aan om een boek te schrijven en creëerde hier ruimte voor binnen het lectoraat New Urban Tourism. Ook wil ik Peggy van Schijndel bedanken, manager van ARC Research Center, die mij de mogelijkheid gaf te publiceren namens Hogeschool Inholland. Inholland-alumna Kimberly Krabbendam is erg behulpzaam geweest bij het schrijven van enkele onderdelen en het delen van haar reiservaringen.

Ik schreef dit boek vol passie en plezier, maar het was ook een flinke uitdaging. Een van de grootste obstakels was het bepalen wat wel en wat niet te bespreken. Toegankelijk toerisme lijkt misschien een nichethema binnen de bredere toeristische sector, maar het is verrassend veelomvattend, het omvat verschillende vormen van toegankelijkheid, uiteenlopende beperkingen en meerdere lagen van inclusie. Elke keuze voelde betekenisvol.

Het creatieve proces van het ontwikkelen van praktische hulpmiddelen was zowel leuk als complex. Ik ben benieuwd hoe toerismeprofessionals deze hulpmiddelen in de praktijk zullen gebruiken en ik kijk uit naar hun feedback. Dit boek is niet het einde van de reis, het is een beginpunt. Ik kijk ernaar uit de praktische hulpmiddelen te verfijnen op basis van ervaringen uit de praktijk, zodat ze huidige en toekomstige

toerismeprofessionals werkelijk ondersteunen bij het verder bouwen aan een inclusievere toeristische sector.

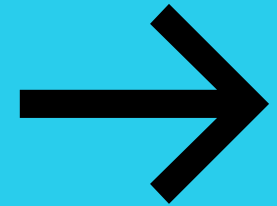
Ik nodig je uit om hier samen verder aan te bouwen. Samen kunnen we toewerken naar een toeristische sector waarin iedereen de vrijheid heeft om de wereld te verkennen en ontspannen vakanties te ervaren.

Veroniek Maat

Rotterdam,
2026



Voor een duurzame,
veerkrachtige en
inclusieve toekomst
van het toerisme.



Inhoudsopgave

Voorwoord.....	3
Leeswijzer	12
1. Introductie	14
1.1. Hoe mijn betrokkenheid bij toegankelijk toerisme begon	15
1.2. Doel van dit boek.....	20
Deel 1. Het perspectief van de reiziger	
2. Beperkingen en de persoonlijke ervaring.....	26
2.1. Begrip en inclusie van mensen met een beperking binnen de toerismesector	27
2.2. Beperking; iets wat iedereen op enig moment kan ervaren	27
2.3. Dis/ability; wat is dat?	28
2.4. Hoeveel mensen leven er met dis/abilities?	30
2.5. Dis/abilities en wat dit betekent voor toerisme	31
2.6. Functionele beperkingen en invloed op dis/ability	32
2.7. Reisverhalen; positieve ervaringen en uitdagingen	33
2.8. Wat kunnen we leren van de reisverhalen.....	33
3. Begrip van dis/ability en relatie tot toerisme: verschillende perspectieven	44
3.1. Het Medische Model van Beperkingen	45
3.2. De invloed van het Medische Model van Beperkingen op toerisme.....	46
3.3. Sociaal toerisme als alternatief	46
3.4. Het Sociale Model van Beperkingen.....	47
3.5. Hoe het Sociale Model van Beperkingen toegankelijk toerisme stimuleert.....	47
3.6. Toegankelijk toerisme in het kader van sociaal toerisme.....	47
3.7. Veranderende manieren van denken over dis/ability.....	47
3.8. Toegankelijk toerisme of inclusief toerisme?	49
3.9. De oproep voor anders denken over beperkingen in het toerisme	49
Deel 2. Het Economisch Perspectief	
4. De economische waarde van toegankelijk toerisme	52
4.1. De marktkansen van toegankelijk toerisme	53
4.2. Kritiek op de businesscase	54
4.3. Vijftig jaar toegankelijk reizen; wat we ervan leren	55
4.4. Oproep tot actie voor toeristische sector en reisbranche	58

Deel 3. Het mensenrecht perspectief

5. Een op rechten gebaseerd kader: beleid en richtlijnen.....	64
5.1. Een korte geschiedenis.....	65
5.2. Richtlijnen voor toegankelijk toerisme.....	66
5.3. De agenda voor toegankelijk toerisme	70
5.4. Belangrijkste conclusies.....	71

Deel 4. Het co-ontwerpen van toegankelijk toerisme

6. Tools voor het ontwerpen van toegankelijke toeristische ervaringen.....	76
6.1. Frontstage en backstage tools voor toegankelijk toerisme	77
6.2. Toegankelijk toerisme co-ontwerpen	79
6.3. Frontstage benaderingen en Tools	81
6.4. Backstage Benaderingen en Tools	117

Deel 5. De Toerisme Transitie: hoe stap je aan boord?

7. Toegankelijk Toerisme in het kader van toerisme in transitie	132
7.1. Waar staat de toeristische sector in de transitie naar een inclusieve sector?....	133
7.2. Toegankelijk toerisme vereist een systemische verandering	135
7.3. Het bredere sociale systeem waarin toegankelijk toerisme is ingebed.....	138
7.4. Stap jij aan boord van deze trein richting transitie?	138
7.5. De drie belangrijkste randvoorwaarden voor sociale innovatie	139

Definities.....	142
Bijlagen	144
Colofon	146

Leeswijzer

Dit boek brengt mijn persoonlijke en professionele ervaringen samen met die van reizigers en reisorganisaties. Het bevat voorbeelden en praktijkervaringen die je kennis laten maken met verschillende perspectieven op toegankelijkheid, dis/ability en

toerisme. Middels de voorbeelden, verhalen, kennis en praktische hulpmiddelen, hoop ik je betrokken te houden tijdens het lezen, of je nu reiziger, organisator, manager, beleidsmaker, student of docent bent binnen het toerisme. Benieuwd waar je wat vindt? De leeswijzer hieronder helpt je op weg.

Start hier. Dit is het juiste pad om bekend te worden met het onderwerp en te begrijpen waarom jouw aandacht belangrijk is.



Introductie

- Mijn persoonlijke ervaringen met toegankelijk toerisme
- The uitdagingen en het doel van dit boek



Wat omvat het hebben van een beperking en hoe ervaren mensen toegankelijkheid tijdens het reizen?



Deel 1.

Het perspectief van de reiziger

- Dis/ability, persoonlijke ervaringen en reisverhalen
- Functionele beperkingen en hun invloed op dis/ability
- Begrip van dis/ability; een oproep voor gedachteverandering
- Een theoretisch- en conceptmatige benadering



Wat is de economische waarde van toegankelijk toerisme en waarom is het zo ingewikkeld? Wat kan jouw rol zijn?



Deel 2.

Het economisch perspectief

- De economische waarde van toegankelijk toerisme
- Kritiek op de business case
- Lessen uit 50 jaar initiatieven voor toegankelijk reizen
- Oproep tot actie voor de reis- en toerisme branche
- Oefeningen om de waarde van toegankelijk toerisme te bevatten



Wat zijn de rechten van mensen met een beperking en richtlijnen voor toegankelijk toerisme? Hoe kun je deze opvolgen?



Deel 3.

Het mensenrecht perspectief

- Een op rechten gebaseerd kader: beleid en richtlijnen
- Een korte geschiedenis
- Richtlijnen voor toegankelijk toerisme
- Implementeren van ISO Standaarden
- De agenda voor toegankelijk toerisme



Ontdek welke tools jou kunnen helpen om potentiële reizigers te begrijpen én hoe je toegankelijke ervaringen kunt ontwerpen.



Deel 4.

Co-ontwerpen van toegankelijk toerisme

- Praktische hulpmiddelen (tools) voor het ontwerpen van toegankelijk toerisme
- Frontstage tools
- Backstage tools



Welke stappen kun jij vandaag zetten om bij te dragen aan een toegankelijker en inclusiever toerisme van morgen?

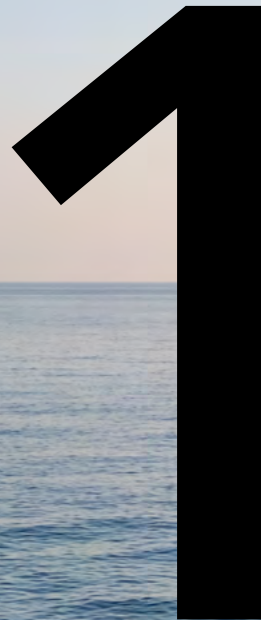


Deel 5.

De toerisme transitie - Hoe stap je aan boord?

- Toerisme transitie en toekomst visie voor toegankelijk toerisme





Inleiding

1.1 Hoe mijn betrokkenheid bij toegankelijk toerisme begon

In 2010, bij het New Zealand Tourism Research Institute (NZTRI), werd ik mij voor het eerst echt bewust van de enorme behoefte aan toegankelijkheid van het toerisme voor mensen met een beperking. Hoewel ik tussen 2004 en 2010 in Nederland zowel mijn bachelor- als masteropleiding toerisme heb gevolgd, kwam dit cruciale onderwerp in het curriculum vrijwel niet aan bod. Afgezien van één gastcollege tijdens mijn bacheloropleiding, dat gericht was op de toegankelijkheid van de gebouwde omgeving voor rolstoelgebruikers, werd de toegankelijkheid van toerisme verder niet behandeld. Dit was opmerkelijk, vooral gezien het feit dat er naar schatting 1,3 miljard mensen wereldwijd baat zouden hebben bij toegankelijk toerisme (UN Tourism, 2013).

Het werd me duidelijk dat toegankelijk toerisme niet alleen essentieel is voor het verbeteren van de levenskwaliteit van veel mensen, maar biedt economisch ook voordelen. Betere toegankelijkheid in het toerisme betekent dat meer mensen kunnen reizen. In 2010 begreep ik niet waarom zoveel bedrijven, touroperators, evenementenorganisatoren, musea en restaurants niet over toegankelijkheid communiceerden. Mijn reis binnen dit vakgebied begon toen ik samen met dr. Sandra Rhodda bij NZTRI onderzoek deed naar de toegankelijkheid van het WK Rugby 2010 in Nieuw-Zeeland. We onderzochten de ticket- en zitplaatsopties voor mensen met een beperking, de toegankelijkheid van het openbaar vervoer naar het evenement en hoe informatie over toegankelijkheid werd gecommuniceerd. Samen hebben we een artikel geschreven waarin we de sterke en zwakte punten van de aanpak van het evenement hebben samengevat, aangevuld met aanbevelingen voor toekomstige sportevenementen. We hebben advies gegeven over het aantal beschikbare tickets voor rolstoelgebruikers en de mogelijkheid voor hen om bij vrienden en familie te zitten; informatie over aangepaste toiletten; naviga-

tie en audiodescriptie voor mensen met een visuele beperking; en visuele beschrijvingen van de wedstrijden voor mensen die doof of slechthorend zijn.

Vervolgens richtte ik mijn aandacht op de online communicatie van musea in Nederland over toegankelijkheid voor bezoekers met verschillende soorten beperkingen. De resultaten van dat onderzoek werden later dat jaar gepubliceerd in het Nederlandse NRIT Magazine. Terwijl ik nog in Nieuw-Zeeland was, sloot ik me aan bij het European Network for Accessible Tourism (ENAT). Kort na het afronden van mijn stage en mijn terugkeer naar Nederland begon ik als lid van het projectteam te werken aan het door de EU gefinancierde project eAccess+. De directeur van het ENAT nodigde mij uit om ENAT op verschillende toerismeconferenties te vertegenwoordigen. Rond die tijd kreeg ik ook verzoeken van touroperators in het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Spanje die op zoek waren naar toegankelijke toeristische mogelijkheden in Nederland.

1.1.1 Eerste toegankelijke groepsreis in Amsterdam

Ondanks het feit dat ik geen eerdere ervaring had als touroperator, organiseerde ik mijn eerste toegankelijke groepsreis in Amsterdam voor een groep uit Spanje. Terugkijkend markeerde dit het begin van een tien jaar durende reis van experimenteren en voortdurend verfijnen op het gebied van toegankelijk toerisme. De touroperator was blij een lokale agent in Amsterdam te vinden, omdat dit betekende dat zij niet zelf hoefden af te reizen om de toegankelijkheid van hotels, touringcars en rondleidingen te onderzoeken. Dit bespaarde hen veel tijd en verlaagde de kosten voor het organiseren van de reis. Lagere organisatiekosten voor een groepsreis betekenden bovendien een betaalbare vakantie voor de reizigers zelf. De groep bestond uit ongeveer 10 mensen met een lichamelijke beperking, plus familieleden en zorgverleners. Deze eerste praktijktest van mijn product heeft me veel geleerd: plan langere (toilet)pauses in, geef duidelijk-

kere instructies aan de chauffeurs, bied meer objectieve details over toegankelijkheid, en train de gidsen grondig. Na het organiseren van deze reis en het zien van de glimlach op de gezichten van de deelnemers, en na te hebben gezien wat dit voor hen en voor de toerismesector in het algemeen betekende, besloot ik deze uitdaging aan te gaan.

Mijn visie was om inclusieve toeristische ervaringen te creëren in Nederland, en later in de hele Benelux, voor mensen met een lichamelijke en visuele beperking, en tegelijkertijd het bewustzijn te vergroten bij belanghebbenden in de toeristische keten (hotels, restaurants, taxibedrijven, reisleiders, overheidsinstaties, DMO's). Ik wilde hen stimuleren om de toegankelijkheid te verbeteren, niet als een niche-initiatief, maar als een standaardpraktijk. Mijn doel was ervoor te zorgen dat mensen met een beperking, samen met hun vrienden en familie, konden genieten van hetzelfde soort vakanties als alle andere reizigers, tegen dezelfde prijs en met dezelfde keuzevrijheid.

1.1.2 Accessible Travel Netherlands (ATN)

In 2010 heb ik Accessible Travel Netherlands (ATN) opgericht om deze lacune in de Nederlandse toerismemarkt aan te pakken. Tot 2020 gaf ik leiding aan dit bedrijf, daarna heb ik het overgedragen aan een andere touroperator om het werk voort te zetten. ATN biedt toegankelijke groepsreizen en individuele verblijven, rondleidingen, autoritten en transfers voor mensen met een beperking en verhuurt mobiliteitshulpmiddelen in Nederland. Naast het organiseren van vakanties wordt de website van ATN ook gebruikt om artikelen te publiceren over de toegankelijkheid van het toerisme in Nederland. Het bedrijf wordt momenteel geleid door Silvia Causin, die vanuit Den Haag opereert en de



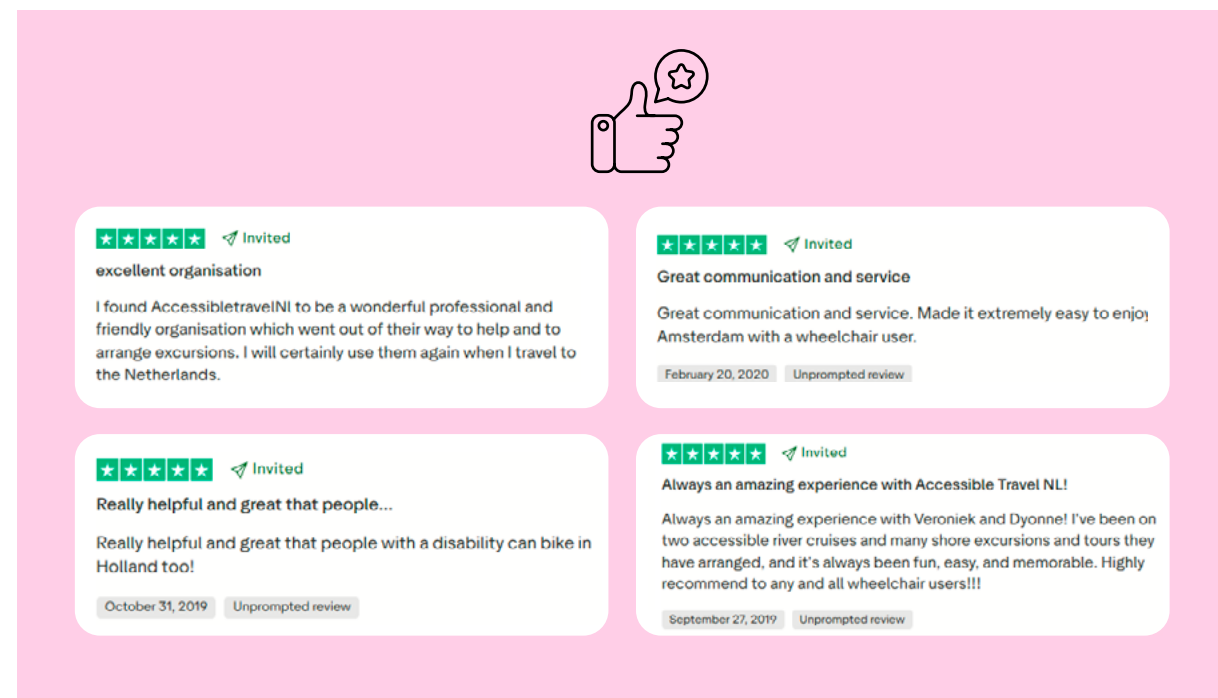
FIGUUR 1: Scootmobiel te huur bij Accessible Travel Netherlands (bron: https://youtu.be/iGtfgS9aTxg?si=V0lgL_c1m1XRQ6Vm)

website www.accessibletravel.nl beheert. Het pad om touroperator te worden ging gepaard met een hele reeks uitdagingen, zowel logistiek als operationeel. Het begon met het vinden van betrouwbare taxibedrijven die rolstoeltoegankelijke voertuigen aanboden en openstonden voor duurzame samenwerkingen. Tijdens mijn tijd als manager (en ook onder het management van anderen na 2020) bleek het erg moeilijk om taxibedrijven te vinden om mee samen te werken, vooral omdat ik rolstoeltoegankelijke taxi's nodig had. Ten eerste zijn er maar weinig rolstoeltoegankelijke taxi's beschikbaar voor toeristische doeleinden, omdat de taxi's vaak worden gehuurd door zorginstellingen, medische instellingen of scholen. Hoewel deze contracten essentieel zijn, was het buitengewoon moeilijk voor mensen met een beperking die binnen Nederland willen reizen om beschikbaar toegankelijk vervoer te vinden. Reizigers, waaronder mensen met een lichamelijke beperking, komen aan op de luchthaven van Schiphol of arriveren met de trein en willen vervolgens naar hun accommodatie vervoerd worden. Ze willen ook plaatsen buiten Amsterdam bezoeken. De toegankelijke taxi's die beschikbaar waren, waren veel duurder dan gewone taxi's. Tot op de dag van vandaag vormt dit een aanzienlijk probleem. Daarnaast was de communicatie met chauffeurs over aankomst- en vertrektijden lastig (of onmogelijk omdat de communicatie via het hoofdkantoor verliep) en was het moeilijk om details over de voertuigen zelf te verkrijgen, zoals de hoogte, breedte, of ze een oprijplaat of lift hadden en wat de capaciteit was. Toegankelijke taxidiensten zijn simpelweg niet afgestemd op de toerismesector.

Ondanks de logistieke uitdaging met taxi's, was ik vastbesloten om toegankelijke tours te ontwikkelen, zowel met als zonder taxi's, naar Amsterdam, Rotterdam en andere populaire bestemmingen. Een belangrijk onderdeel hiervan was het vinden van en samenwerken met betrouwbare, deskundige gidsen en zorgverleners die de specifieke behoeften van reizigers met verschillende beperkingen begrepen. De ervaren en professionele reisleiders met wie ik in die tien jaar heb samengewerkt, waren het gezicht van ATN en bezorgden onze bezoekers onvergetelijke ervaringen en een zeer positieve indruk van Amsterdam. Samen waren we voortdurend bezig de ervaringen te verbeteren. Enkele ervaringen van reizigers staan vermeld in figuur 2.

1.1.3 Verhuur van mobiliteitshulpmiddelen en andere aspecten van toegankelijk reizen

Tegelijkertijd coördineerde ik de levering van



FIGUUR 2: Ervaringen met Accessible Travel Netherlands

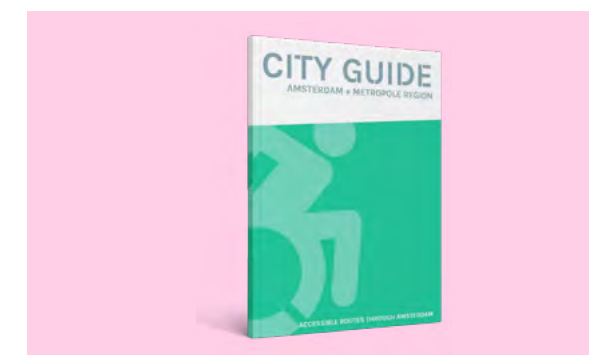
een groot aantal hulpmiddelen aan hotels en appartementen, waarbij ik vaak meerdere leveranciers tegelijk moest managen. Deze hulpmiddelen omvatten rolstoelen, rollators, scootmobielen, douchestoelen, toiletstoelen, tilliften en in hoogte verstelbare bedden. Er was veel vraag van buitenlandse reizigers naar de verhuur van scootmobielen, en ik merkte dat het aanbod ontoereikend was. Daarom besloot ik zelf scootmobielen aan te schaffen en te verhuren (figuur 1). De scootmobielen werden gestald en vervoerd door een andere leverancier in Nederland, waarbij ik de verhuur organiseerde. Dit maakte niet alleen de verhuur van scootmobielen toegankelijk voor veel bezoekers, maar leverde ook extra inkomsten op voor ATN.

Tussen 2012 en 2017 heb ik reisgidsen ontwikkeld met toegankelijke wandelroutes door Amsterdam (figuur 3), evenals brochures over de toegankelijkheid van stranden in Nederland. Ik begon ook met het organiseren van toegankelijke treinreizen naar bestemmingen in heel Europa, zoals Berlijn, Praag en Keulen. Het opbouwen van relaties met hotels in Nederland en in het buitenland die hoogwaardige toegankelijke kamers aanboden, was een andere essentiële, maar vaak moeilijke taak, met name bij het onderhandelen over overeenkomsten voor het leveren van mobiliteitshulpmiddelen aan hun locaties. Ik ging ook op zoek naar restaurants die zowel kleine als grote groepen

konden ontvangen, waaronder mensen met verschillende fysieke beperkingen en mobiliteitshulpmiddelen. Dit vormde een bijzondere uitdaging, omdat het aantal restaurants in Amsterdam dat goed fysiek toegankelijk is, vandaag de dag nog steeds zeer beperkt is.

1.1.4 Het realiseren van volledig toegankelijke reizen

Door de jaren heen heb ik samengewerkt met touroperators van over de hele wereld om hun klanten te helpen hun droom om Nederland of de Benelux te bezoeken te verwezenlijken. Dit omvatte ook het orga-



FIGUUR 3: Stadsgids Amsterdam + Metropool Regio, Accessible Travel Netherlands

niseren van toegankelijke riviercruises en excursies aan wal, waarbij elk project een stap in de richting was van daadwerkelijk inclusief toerisme. Elk afzonderlijk aspect van een vakantie die geschikt is voor een reiziger met specifieke beperkingen brengt zijn eigen uitdagingen met zich mee, en reizigers reizen zelden alleen. Vakanties worden vaak op maat gemaakt voor kleine of grote groepen, afgestemd op de behoeften van zowel de individuele reiziger als zijn of haar reisgenoten, met als doel om samen een bestemming te bezoeken. Een vakantieprogramma kan pas worden samengesteld, aangeboden, geboekt en ten volle worden genoten wanneer de essentiële onderdelen geschikt zijn bevonden. Die geschikte hotelkamer moet deel uitmaken van een complete toeristische ervaring, waarbij alle elementen, zoals vervoer, accommodatie, activiteiten en zorgdiensten, op elkaar zijn afgestemd. Om dit te realiseren hebben we de hulp nodig van alle leveranciers! Dit zijn voorbeelden waarbij elementen van de ervaring niet op elkaar zijn afgestemd:

- Als de rolstoeltoegankelijke taxi vertraging heeft, mist de reiziger zijn (geboekte) trein.
- Als er geen rolstoel wordt geleverd, kan de reiziger de stad niet verkennen.
- Als de tillift en de tilband niet op elkaar zijn afgestemd, kan de reiziger niet douchen in het hotel en verliest hij zijn onafhankelijkheid. De begeleider kan zich bezeren.
- Als een gids niet is opgeleid om beschrijvende rondleidingen te geven, kan een reiziger met een visuele beperking de omgeving niet ervaren.
- Als een museum geen ondertiteling voor audio biedt, kan een reiziger met een gehoorbeperking geen gebruik maken van de rondleiding.
- Als een conferentiecentrum geen toegankelijk en aangepast toilet heeft, kunnen niet alle bezoekers het toilet gebruiken.

‘Een effectieve internationale toegankelijke toeristische infrastructuur vereist samenwerking tussen belanghebbenden binnen de toeristische waardeketen.’ Gillovic et al. (2024)

- Als een B&B trappen blijkt te hebben, kan een reiziger geen gehuurde scootmobiel laten bezorgen.
- Als een reisagent de behoeften van de reiziger niet begrijpt, is de hotelkamer mogelijk niet geschikt en is het personeel van de receptie niet geïnformeerd.
- Als een luchtvaartmaatschappij een rolstoel kwijtraakt na aankomst op de bestemming, mist een reiziger de transfer naar de volgende vlucht.

Deze lijst houdt hier niet op... en veroorzaakt individueel leed, vermoeidheid en stress voor reizigers met een beperking en hun reisgenoten.

Afgezien van het feit dat dergelijke onderbrekingen individueel en collectief leed veroorzaken voor reizigers, weerhouden gevoelens van onzekerheid en onveiligheid veel mensen ervan om überhaupt te reizen of te recreëren. Samenwerking tussen leveranciers is cruciaal voor het toerisme in het algemeen, maar voor toegankelijk toerisme is het een absolute noodzaak. Die leveranciers zijn onder meer de touroperators, reisbureaus, taxibedrijven, reisleiders, hotels, appartementen, leveranciers van mobiliteitshulpmiddelen, treinvervoerders, luchtvaartmaatschappijen, reissistenten, zorgverleners, lokale reisbureaus, DMO's, en ticketverkoopbedrijven voor rondleidingen, activiteiten en musea. Ook ik werd geconfronteerd met veel van de hierboven genoemde uitdagingen. Het organiseren van toegankelijk toerisme bleek aanzienlijk uitdagender dan verwacht. Ervoor zorgen dat elk aspect van een vakantie of rondleiding volledig toegankelijk was, vereiste voortdurende, dagelijkse aandacht. De inspanningen hielden niet op toen het reisarrangement eenmaal was samengesteld, maar gingen door, ook nog nadat mensen hadden geboekt en aan hun reis waren begonnen. Tijdens hun reis bleef ik nauw contact onderhouden met zowel de reizigers als de leveranciers om ervoor te zorgen dat alles volgens plan verliep.

1.1.5 Sectoroverschrijdende samenwerking en toerismeregeling

Een cruciaal aspect van het runnen van een touroperatingbedrijf voor toegankelijke vakanties is het creëren en onderhouden van sterke samenwerkingsverbanden. Wanneer leveranciers onvoldoende capaciteit hadden of onbetrouwbaar bleken, zocht ik nieuwe partners, trad ik zelf op als leverancier of stimuleerde ik andere ondernemers om de benodigde diensten aan te passen of te ontwikkelen. In verschillende gevallen nam ik zelf de rol van directe leverancier op me. Aanbod waarvoor ik als directe aanbieder optrad;

- Fysiek toegankelijke begeleide rondleidingen (met



FIGUUR 4: De Afsluitdijk VR-ervaring in het Wadden Center



FIGUUR 5: Passagiers van de toegankelijke riviercruise verkennen Rotterdam

een taxisbusje) en excursies aan wal in Nederland en België (figuur 4);

- Rondleidingen en activiteiten in Noord-Holland met gidsen en één op één of één of twee begeleiding voor bezoekers met een visuele beperking;
- Aankoop van scootmobielen om te verhuren aan reizigers;
- Verkoop van douchestoelen en handgrepen aan hotels om hun badkamers toegankelijker te maken;
- Allotment hutten met aangepaste voorzieningen op een volledig toegankelijk Nederlands riviercruiseschip voor gasten uit het VK en de VS (figuur 5).

In 2020 zette de groei van mijn bedrijf zich voort, zowel voor wat betreft het aantal reizigers als de omzet. Ik werkte met verschillende stagiaires en één fulltime medewerker. Er was vooral veel vraag naar toegankelijke excursies aan wal voor cruise-passagiers, rolstoeltoegankelijke taxisbusjes en verhuur van mobiliteitshulpmiddelen, die allemaal een consistente groei lieten zien. Dit succes bracht echter ook meer risico's met zich mee. Ik maakte me steeds meer zorgen over het risico op ongelukken met reizigers waarvoor ik direct verantwoordelijk was. De premies voor aansprakelijkheidsverzekeringen waren hoog, vooral omdat ik samenwerkte met touroperators en klanten uit verschil-

lende landen, waaronder de Verenigde Staten. Tegelijkertijd maakten veranderende regelgeving rond internationale betalingen de bedrijfsvoering complexer. Ik moest vaak namens klanten leverancierskosten vooruitbetalen, terwijl de terugbetalingen pas binnenkwamen als de reizigers weer thuis waren. Deze combinatie van regelgevende druk, financiële risico's en stijgende verzekeringskosten, samen met mijn persoonlijke wens om mezelf op nieuwe gebieden uit te dagen, bracht me tot de beslissing om het bedrijf te verkopen. Ik was heel blij dat ik, in augustus 2020, tussen de eerste en tweede golf van COVID-19 in Nederland en terwijl ik acht maanden zwanger was van mijn tweede dochter, het bedrijf kon overdragen aan de Nederlandse touroperator Buitengewoon Reizen.

Buitengewoon Reizen is een Nederlandse tour-operator die gespecialiseerd is in toegankelijke vakanties voor mensen met een beperking die zelfstandig met vrienden of familie willen reizen. Het bedrijf is in 2004 opgericht door Gerda van 't Land en wordt gedreven door de overtuiging dat reizen meer moet zijn dan alleen van de ene plaats naar de andere gaan. Het moet gaan om het realiseren van dromen, het creëren van betekenisvolle ervaringen en het maken van blijvende herinneringen. Tot de populairste bestemmingen voor reizigers behoren de Canarische Eilanden, Cyprus, Italië, Griekenland en Duitsland. Zoals Gerda uitlegt: "Deze plaatsen bieden een perfecte combinatie van goede toegankelijkheid, een warm klimaat en een gastvrije houding ten opzichte van reizigers met een beperking. Onze gasten komen niet alleen terug voor het comfort, maar ook voor het gevoel van vrijheid en vreugde dat ze daar vinden."

Gerda van 't Land is een gerespecteerd ambassadeur van toegankelijk reizen en spreekt regelmatig op toerismeconferenties en workshops om het bewustzijn te vergroten en praktische kennis over toegankelijk toerisme te delen.

1.1.6 Accessible Travel Netherlands; 2020 tot heden

Nadat Buitengewoon Reizen in 2020 Accessible Travel Netherlands (ATN) had overgenomen, werd het bedrijf al snel geconfronteerd met de enorme uitdagingen als gevolg van de COVID-19-pandemie, die de wereldwijde toerismesector zwaar trof. Buitengewoon Reizen kon na de pandemie haar activiteiten hervatten, maar het herstarten van ATN bleek wat moeilijker. Het



FIGUUR 6: Doel van het boek en toekomstige wensen voor toegankelijk toerisme

inkomende toerisme was stil komen te liggen en het was lastig weer nieuwe klanten aan te trekken. Daarnaast moesten contracten met de dienstverleners opnieuw opgebouwd worden. ATN moest opnieuw in de markt gezet worden. Verschillende partijen toonde interesse om ATN opnieuw op te starten, en in 2023 in nam Silvia Causin het roer over om het bedrijf opnieuw te positioneren.

Na meer dan tien jaar als touroperator te hebben gewerkt en nauw te hebben samengewerkt met andere touroperators, reisbureaus en leveranciers, ben ik tot de conclusie gekomen dat het creëren van naadloze, veerkrachtige toegankelijke reisketens een utopisch doel blijft.

Hoewel er vooruitgang is geboekt, blijven er aanzienlijke belemmeringen bestaan. Het is van groot belang dat de toerismesector collectieve actie onderneemt om te voldoen aan de groeiende vraag naar toegankelijke vakanties en recreatieve activiteiten voor mensen van alle leeftijden met een beperking, evenals hun reisgenoten en zorgnetwerken. Op basis van mijn eigen ervaring met toegankelijk toerisme zijn de volgende factoren zeer uitdagend gebleken en verdienen ze aandacht als we toerisme voor iedereen willen realiseren:

- De grote afhankelijkheid van talrijke leveranciers;
- De uitdagingen bij het onderhouden van langlopende contracten met leveranciers;

- De snelle digitalisering binnen de toerismesector, waardoor persoonlijk contact en het vertrouwen in informatie over toegankelijkheid zijn afgenomen;
- De dynamische prijsstructuren;
- Inconsistente of onbetrouwbare informatie over toegankelijkheid;
- Ontoegankelijke gebouwde omgevingen;
- De afhankelijkheid van zorgsystemen om op vakantie zorg te realiseren en de medereizigers of zorgverleners te ondersteunen;
- De keuzes die worden gemaakt binnen de toerismesector om op een zinvolle manier samen te werken of te investeren in verbeteringen op het gebied van toegankelijkheid;
- Het gebrek aan bewustzijn en kennis onder toeristische professionals.

Deze factoren maken toegankelijk toerisme tot een complexe en kwetsbare onderneming, die dringend gezamenlijke verantwoordelijkheid en systemische verandering vereist om potentieel 1,3 miljard mensen te helpen met participatie aan toerisme en recreatie.

1.2 Doel van dit boek

Het doel van dit boek is om bewustzijn en empathie te creëren onder (toekomstige) toerismeprofessionals en om een uitgebreide richtlijn te bieden voor het bevorderen van een meer toegankelijke en inclusieve toerismesector die ruimte biedt aan mensen met ver-

schillende type beperkingen. Om toerisme echt toegankelijk te maken, moet rekening worden gehouden met een breed scala aan diensten, die elk hun eigen specifieke uitdagingen met zich meebrengen. Ondanks de uitgebreide aandacht voor toegankelijkheid in het toerisme sinds de jaren negentig, vanuit zowel theoretisch- als praktisch- en interdisciplinair perspectief, ondervindt de toerismesector nog steeds grote uitdagingen bij het tegemoetkomen aan de behoeften van mensen met uiteenlopende beperkingen.

Aan de hand van achtergrondinformatie, praktische oefeningen en hulpmiddelen, persoonlijke verhalen en voorbeelden van beste praktijken op het gebied van toegankelijk toerisme, streeft dit boek naar ondersteuning van ontwikkeling en implementatie van meer inclusieve toeristische diensten. Het uiteindelijke doel is om mensen met verschillende capaciteiten meer kansen te bieden om op gelijke voet deel te nemen aan en te genieten van toeristische en recreatieve ervaringen.

1.2.1 Voor wie is dit boek geschreven?

Voor jou! Als (toekomstige) professional in toerisme of vrije tijd kun jij bijdragen aan meer inclusiviteit. Dit boek is dan ook geschreven voor iedereen die toeristische of vrijetijdsproducten, -diensten of -ervaringen ontwikkelt, zoals;

1. Touroperators: touroperators, reisbureaus, onafhankelijke reisagenten;
2. Lokale ontwikkelaars van toerisme: gidsen, touroperators, mensen die werken in accommodaties, musea, parken of bezienswaardigheden;
3. Toerisme managers: bestemmingsmanagers, overheidsmedewerkers;
4. Toerismestudenten en docenten in het toerisme;
5. (Potentiële) reizigers en mensen uit zorgnetwerken;
6. Iedereen die een van deze functies ambieert.

Iedereen die werkzaam is in de toerismesector, en met name degenen die toeristische producten (accommodatie, vervoer, rondleidingen en vakantiepakketten) ontwikkelen of herontwikkelen, zijn in potentie medeontwerpers, organisatoren en promotors van een toegankelijker toerisme. In dit boek verwijzen we naar degenen met de hierboven beschreven functies als ontwikkelaars van toeristische producten.

1.2.2 Wat is toegankelijk toerisme?

Om je een kort conceptueel overzicht te geven van toegankelijk toerisme, volgt hier een beschrijving van wat wordt bedoeld met toerisme voor mensen

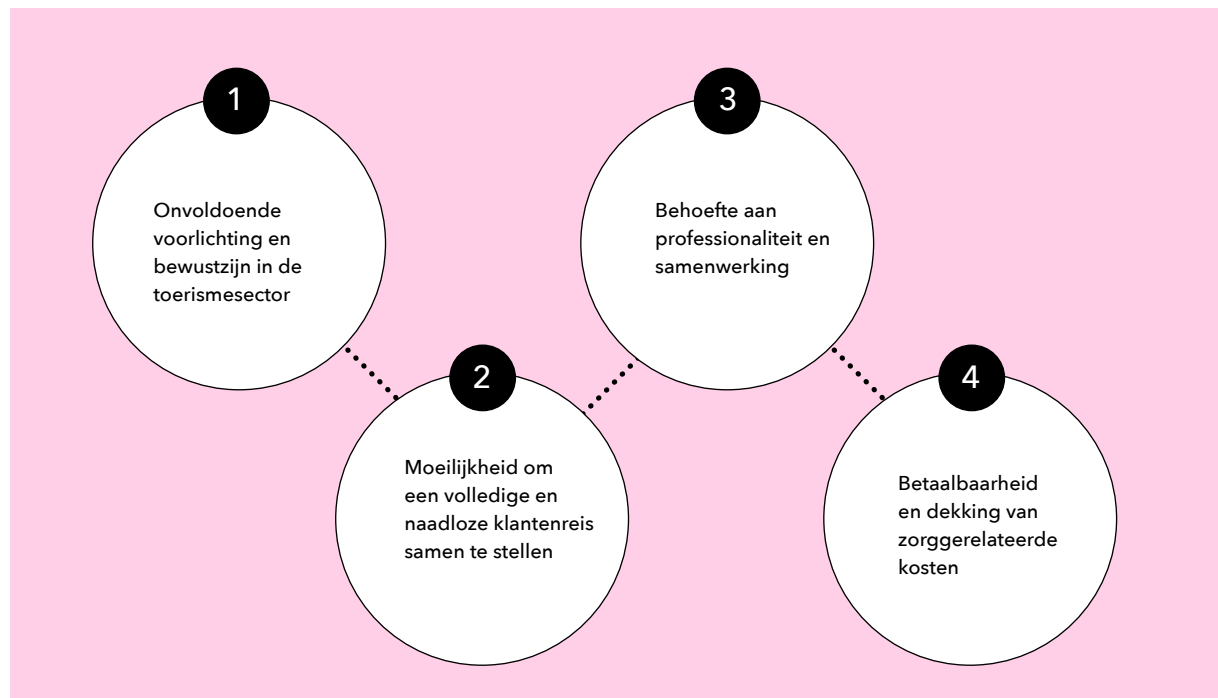
'Toegankelijk toerisme wordt gedefinieerd als een vorm van toerisme waarbij belanghebbenden samenwerken om mensen met wensen voor toegankelijkheid, waaronder mobiliteit, zicht, gehoor en cognitieve aspecten van toegankelijkheid, in staat te stellen om zelfstandig, gelijkwaardig en met waardigheid te functioneren, door het aanbieden van universeel ontworpen toeristische producten, diensten en omgevingen.'

(Ambrose et al., 2012)

met een beperking; Toegankelijk toerisme wordt ook wel inclusief toerisme genoemd (Gillovic & McIntosh, 2020) en heeft een overeenkomsten sociaal toerisme (Diekmann & McCabe, 2020). In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op deze termen en kennisgebieden. In dit boek zullen we vooral verwijzen naar toegankelijk toerisme.

1.2.3 De uitdagingen voor toegankelijk toerisme

De reden voor het schrijven van dit boek ligt zowel in de problemen die ik uit persoonlijke ervaring heb ondervonden, als in de uitdaging om aanbevelingen uit academisch onderzoek naar de praktijk te vertalen. In 2018 zijn een academische publicatie en een bijbehorend rapport verschenen om de noodzaak van de ontwikkeling van toegankelijk toerisme door Nederlandse belanghebbenden te benadrukken. Dit rapport is op verzoek van de Nederlandse reisverenigingen ANVR en NBAV opgesteld om inzicht te krijgen in de behoeften en noodzaak van betere toegankelijkheid en om deze onder de aandacht te brengen. Het rapport bevat waardevolle aanbevelingen en is zeer goed ontvangen.



FIGUUR 7: Uitdagingen voor de ontwikkeling van toegankelijke toeristische producten

Tot op heden hebben reisorganisaties moeite gehad om deze aanbevelingen op te volgen. De uitdagingen voor het verbeteren van toegankelijke toeristische producten, zoals vermeldt in het rapport, zijn precies de uitdagingen waar de toerismesector vandaag de dag mee te maken heeft. Deze verhinderen ontwikkelaars van toeristische producten om toegankelijke toeristische producten te ontwikkelen, te (her)ontwikkelen, te verbeteren en te promoten. Van der Duim (2018) noemt de volgende uitdagingen:

1. Gebrek aan kennis en bewustzijn over toegankelijk toerisme;
2. Gebrek aan professionaliteit en samenwerking, en veerkracht bij de reguliere toerismesector;
3. Moeilijkheden bij het samenstellen en realiseren van een soepel klanttraject, ook wel de toegankelijke reisketen genoemd;
4. Afhankelijkheid van de zorgsector en zorgkosten (sector overschrijdende samenwerking);
5. Gebrek aan betrouwbare gegevens over de marktsituatie;
6. Afhankelijkheid van donateurs en overheidsfondsen;
7. Betaalbaarheid van commerciële toegankelijke vakanties;
8. Beschikbaarheid van vrijwilligers.

Elk van de bovenstaande uitdagingen heeft een aanzienlijke invloed op de ontwikkeling en verbetering van toeristische mogelijkheden voor mensen met een beperking en hun begeleiders. Het Platform Aangepaste Vakanties werkt aan oplossingen voor deze uitdagingen. Het platform is een samenwerkingsverband van de meeste specialisten in aangepaste vakanties in Nederland die lid zijn van de Nederlandse reisbrancheorganisaties ANVR of VvKR (Louws, 2024).

Volgens Chris Knaap, coördinator bij ANVR, en Quirine Kamphuisen, voorzitter van het platform en directeur-bestuurder van Stichting Buitenhof, staan drie kwesties centraal en zijn hiervoor aparte werkgroepen opgericht: (1) kennisdeling, (2) voorlichting en bewustwording, en (3) betaalbaarheid. De bevestiging van het platform dat deze kwesties relevant blijven, toont aan dat de uitdagingen die in het onderzoek van Van der Duim (2018) worden beschreven, vandaag de dag nog steeds actueel zijn. De kwesties zijn gegroepeerd in 4 categorieën en gevisualiseerd in figuur 7.

Toegankelijkheid, en daarmee inclusie, zijn cruciale thema's geworden voor iedereen die werkzaam is in de reisbranche. Hoewel belanghebbenden binnen de toerismesector, zoals gespecialiseerde reisorganisaties voor toegankelijke reizen en de ANVR, steeds



FIGUUR 8: Wereldwijde en nationale cijfers over mensen met een beperking

meer de noodzaak benadrukken van professionalisering van de ontwikkeling van toegankelijk toerisme, blijkt uit onderzoek en praktijk dat het nog moeilijk is om de hiaten te dichten. Ondanks de serieuze uitdagingen wil dit boek ook laten zien dat toegankelijk toerisme lonend en betekenisvol is! Het is bedoeld om te laten zien hoe je je inspanningen op het gebied van toegankelijkheid kunt omzetten in Unique Selling Points, je toewijding aan het welzijn van klanten kunt laten zien en memorabele ervaringen kunt creëren.

1.2.4 De redenen om actie te ondernemen

Om humanitaire redenen: de wereld moet voor iedereen toegankelijk zijn. Het totale aantal mensen met een ernstige beperking wordt momenteel geschat op ongeveer 1,3 miljard (WHO, 2025). Dat is 16% van de wereldbevolking, ofwel 1 op de 6 mensen. En niet te vergeten; vrienden, familie, mantelzorgers, zorgverleners, ouders met kleine kinderen en de vergrijzende bevolking. De Europese Sustainable Development Goals (SDG's) inzake inclusie en gelijke kansen en het VN-Verdrag inzake de Rechten van Personen met een Handicap benadrukken de noodzaak om het toerisme toegankelijker te maken.

Om economische redenen: Uit een analyse van de omvang van de markt voor toegankelijk toerisme blijkt dat 70 % van de bevolking die behoefte heeft aan toegankelijkheid, zowel financieel als fysiek in staat is om te reizen, wat tegen 2025 een potentieel inkomen van 88,6 miljard euro zou genereren (Bowtell, 2015). Om dit in perspectief te plaatsen: in 2024 werd verwacht dat bezoekers in Europa 800,5 miljard euro zouden uitgeven. Hieruit blijkt dat de markt voor toegankelijk toerisme een groot aandeel heeft in de totale marktwaarde (ongeveer 11%). UN Tourism (2013) is ervan overtuigd dat toegankelijkheid voor iedereen tot toeristische voorzieningen, producten en diensten, een centraal onderdeel moet zijn van elk verantwoord en duurzaam toerismebeleid.

Om persoonlijke redenen; denk eens na. Ken jij iemand die beperkt is in zijn of haar mogelijkheden vanwege een tijdelijke, langdurige of levenslange aandoening of handicap? Wie is deze persoon? Wat zou deze persoon volgens jou graag willen doen op het gebied van reizen of recreatie? Hoe zou hij of zij dit kunnen verwezenlijken? Hoe zouden hun opties er volgens jou uit moeten zien? Of voor jezelf? •

Referenties

Ambrose, I., Buhalis, D., & Darcy, S. (2012). *Best Practice in Accessible Tourism* (1st ed.). Multilingual Matters. <https://10.21832/9781845412548>

Bowtell. (2015). Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: a focus on major travel and leisure companies. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 203. <https://10.1108/jtf-03-2015-0012>

Diekmann, A., & McCabe, S. (2020). Introduction to the Handbook of Social Tourism. *Handbook of Social Tourism*. Edward Elgar Publishing.

Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and Inclusive Tourism Development: Current State and Future Agenda. *Sustainability*, 12(22) <https://10.3390/su12229722>

Gillovic, B., McIntosh, A., & Darcy, S. (2024). *The disabled tourist* (First edition ed.). Emerald Publishing Limited.

Louws, B. (2024). *Platform Aangepaste Vakanties wil dat reizen voor iedereen mogelijk is: 'Ongeacht je mogelijkheden of beperkingen'*. <https://reisbizz.nl/nieuws/platform-aangepaste-vakanties-wil-dat-reizen-voor-iedereen-mogelijk-is-ongeacht-je-mogelijkheden-of-beperkingen/#:~:text=Het%20ANVR%2Dplatform%20Aangepaste%20Vakanties%20brengt%20bedrijven%20samen,toenemende%20vergrijzing%20zal%20dit%20alleen%20maar%20toemenen.>

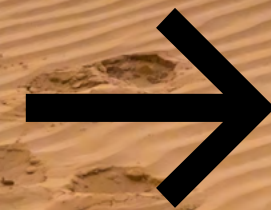
UNWTO. (2013). *Recommendations on Accessible Tourism*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://10.18111/9789284415984>

Van der Duim, R. (2018). *Accessible Tourism in the Netherlands: sector analysis report 2017*. Wageningen: <https://www.wur.nl/en/Dossiers/Tourism/Tourism-six-themes/Accessible-tourism-health-tourism.htm>

WHO. (2023). *Disability*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>



Deel 1.
Het perspectief
van de reiziger



2

Beperkingen en de persoonlijke ervaring

2.1 Begrip en inclusie van mensen met een beperking binnen de toerimesector

Stel je voor dat je door een pretpark wandelt, zoals Disneyland Parijs of de Efteling in Nederland. Als je goed om je heen kijkt, zie je een grote verscheidenheid aan bezoekers. Kinderen, volwassenen en ouderen bezoeken de shows en genieten met familie of vrienden van de attracties. Tussen deze mensen bevinden zich mensen met zichtbare beperkingen, mensen zonder beperkingen en mensen met een onzichtbare beperking.

Hoewel mensen met een beperking, zowel zichtbaar als onzichtbaar, deel uitmaken van onze gemeenschappen en het ook onszelf zou kunnen betreffen, heeft de toeristische sector de neiging om ervaringen te ontwerpen zonder daarbij echt met iedereen rekening te houden. Toeristische organisaties richten zich doorgaans op specifieke doelgroepen, en segmentatie is de primaire methode die hiervoor wordt gebruikt. Segmentatie houdt in dat reizigers worden ingedeeld in relatief homogene groepen op basis van gemeenschappelijke kenmerken, waarden of levensstijlen. Deze benadering helpt toerismeprofessionals om reizigers beter te begrijpen, hun motivaties te ontdekken en reiservaringen te personaliseren (NBTC, 2024). Zo maakt het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) gebruik van het Glocalities-model, dat vijf soorten bezoekers onderscheidt: creatives, challengers, achievers, conservatieven en socializers (NBTC, 2025). Deze segmenten zijn bedoeld om belanghebbenden in de Nederlandse inkomende toerimesector te helpen bij het ontwikkelen van effectieve marketing- en communicatiestrategieën. Ook touroperators gebruiken segmentatiestrategieën, waarbij reizigers worden gecategoriseerd op basis van demografische, geografische, psychografische, gedragsmatige of technologische kenmerken. Binnen tour operating komen vaak marktsegmenten voor zoals avontuurlijk toerisme, pakketreizen, zon- en strandreizen en culturele rondreizen. Marktsegmentatiestrategieën spelen een cruciale rol bij het vormgeven van de toeristische markten.

Hoewel deze strategieën doorgaans consumenten groeperen op basis van kenmerken zoals demografie, waarden of levensstijl, en deze economisch gezien goed werken voor de sector, wordt er weinig aandacht besteed aan de psychologische en fysieke capaciteiten van de mensen binnen deze segmenten. In werkelijkheid bevat elke doelgroep individuen met uiteenlopende capaciteiten en beperkingen. Deze diversiteit wordt echter zelden erkend in segmentatiepraktijken. In plaats van mensen met een beperking te erkennen als een integraal onderdeel van een consumentensegment, reproduceren de huidige toeristische marketingstrategieën vaak uitsluitingspraktijken en versterken ze het idee dat mensen met een beperking tot een aparte of 'speciale' categorie behoren.

Dit boek heeft tot doel de reismogelijkheden voor iedereen te verbeteren, met bijzondere aandacht voor mensen met een beperking. In bredere zin nodigt het uit tot een kritische heroverweging van hoe beperkingen worden begrepen en aangepakt binnen de toerimesector en de samenleving als geheel.

2.2 Beperking; iets wat iedereen op enig moment kan ervaren

Beperkingen moeten niet worden gezien als een afwijking van de norm of als een verzameling individuele beperkingen, maar als een sociaal geconstrueerd en universeel relevant aspect van menselijke diversiteit. Beperkingen zouden niet moeten worden gezien als iets dat 'anderen' treft, maar als een potentiële ervaring voor ieder individu op elk moment in het leven. Iedereen kan op een bepaald moment in zijn of haar mogelijkheden worden beperkt. Je gehoor kan achteruitgaan, je kunt minder mobiel worden door een blessure, je kunt sneller overprikkeld raken of je gezichtsvermogen kan afnemen. Iedereen kan op enig moment in het leven beperkingen ervaren door ouder-

dom, letsel of andere factoren. Wanneer we erkennen dat beperkingen een natuurlijk onderdeel zijn van het menselijk bestaan, openen we de deur naar meer inclusief denken en handelen. Om echte inclusie te bevorderen, moet de toerismesector kritisch reflecteren op haar praktijken en toegankelijkheid integreren in haar kernbeleid en productontwikkeling. Als we diversiteit in capaciteiten gaan zien als een integraal onderdeel in plaats van als iets uitzonderlijks, kunnen we meer rechtvaardige, verrijkende en sociaal duurzame toeristische ervaringen ontwikkelen voor een breder publiek.

Door beperkingen te normaliseren en te erkennen dat alle lichamen en geesten waardevol zijn, bewegen we ons richting een perspectief dat geworteld is in gelijkwaardigheid en diversiteit. Ieder persoon belichaamt een unieke samenstelling van vaardigheden, kenmerken en ervaringen, die allemaal erkenning en aanpassing verdienen. De toeristische sector moet proberen af te stappen van het ontwerpen van producten die uitsluitend gericht zijn op 'toeristen zonder beperkingen' en zich richten op het ontwikkelen van inclusieve producten. Dit zou vrijheid van keuze mogelijk maken voor een veel groter publiek. In plaats van tot een aparte doelgroep (mensen met een beperking) te behoren of toegankelijkheid als een trend te beschouwen, kunnen mensen met elke vorm van beperking zelf kiezen tot welke gesegmenteerde groep ze behoren. Hoewel er behoefte is aan een vakantie aanbod dat nauw aansluit op de behoefte van mensen die leven met specifieke beperkingen (bijvoorbeeld groepsreizen voor mensen met een verstandelijke beperking), vergroot een meer inclusieve toerismesector de keuzevrijheid voor veel mensen. Het biedt meer opties voor waar je naartoe kunt reizen, met wie je kunt reizen en hoe je kunt reizen, wat uiteindelijk de kwaliteit van leven verbetert, misschien zelfs die van jou.



FIGUUR 1: Visualisatie van het able zijn
(Bron: <https://reservoirnow.com/what-is-ableism/>)

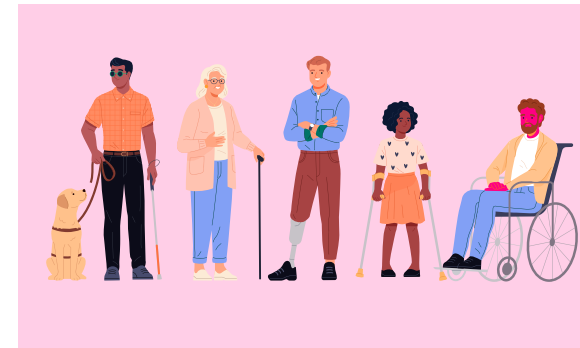
2.3 Dis/ability; wat is dat?

De terminologie die wordt gebruikt om te verwijzen naar mensen met een beperking, is een veelbesproken en vaak omstreden onderwerp. 'Beperking' is de algemeen gebruikte overkoepelende term om fysieke, cognitieve, intellectuele of zintuiglijke verschillen te beschrijven ten opzichte van hetgeen als normatief wordt beschouwd. De specifieke terminologie die wordt gebruikt om beperkingen te beschrijven, varieert echter naargelang de culturele, nationale en theoretische context. In internationaal verband wordt de term 'people with disabilities' (PwD) algemeen aanvaard, met name in beleids- en institutionele kaders. Op nationaal niveau kunnen echter andere termen de voorkeur genieten. 'Disabled people' wordt vaak gebruikt in het Verenigd Koninkrijk, hetgeen de invloed van het sociale model van disability weerspiegelt. In Nederland worden termen als 'mensen met een beperking' of 'handicap' gebruikt, terwijl in Duitsland 'Behinderden' de meest gangbare term is. Ondanks deze regionale verschillen blijft 'people with disabilities' de meest erkende en inclusieve term in het internationale discours. Naast deze taalkundige verschillen hebben de voortdurende theoretische discussies het concept van beperkingen de motivatie en ontwikkeling van dit boek beïnvloed. Deze discussies bieden een belangrijke basis voor een hernieuwde kijk op beperkingen en het bevorderen van inclusie binnen de toerismesector.

Het hebben van een beperking kan worden begrepen als het resultaat van de onderling samenhangende processen van disablism en ableism. Volgens Goodley (2014) verwijst disablism naar de praktijken waardoor mensen met een beperking worden onderdrukt, terwijl ableism (validisme) betrekking heeft op het promoten van bepaalde soorten lichamen en geesten als het ideaal, de norm en het meest



FIGUUR 2: Interactieve beschrijving van artefacten met gebarentaal, audio, tekst en replica's voor tactiele ervaring door Tifloactiv



FIGUUR 3: Mensen met dis/abilities

gewaardeerd. In eenvoudige bewoordingen is ableism het idee dat een gezond lichaam en geest beter of waardevoller zijn. Deze manier van denken stelt een norm vast voor wat 'normaal' is en behandelt mensen die anders zijn alsof ze minder belangrijk of minder capabel zijn. Figuur 1 visualiseert een situatie waarin een gesprek wordt gestart vanuit het perspectief van iemand die able is. Disablism verwijst naar de onrechtvaardige behandeling en de barrières die mensen met een beperking ervaren omdat zij niet voldoen aan deze verwachtingen. Bijvoorbeeld, een student die een rolstoel gebruikt, kan de algemene ingang van het schoolgebouw niet gebruiken. Evenzo kunnen rondleidingen in musea die uitsluitend op mondelinge uitleg zijn gebaseerd, bezoekers uitsluiten die informatie beter verwerken door middel van visuele of praktische leermethoden. Figuur 2 toont een voorbeeld van hoe musea inclusie kunnen verbeteren. Door ervan uit te gaan dat alleen bepaalde soorten lichamen en geesten 'normaal' zijn, ontstaat er een scheiding tussen het wel en het niet hebben van een beperking; een scheiding tussen mensen. Dit weerspiegelt hoe de samenleving mensen in andere categorieën indeelt, zoals normaal versus abnormaal, jong versus oud, onafhankelijk versus afhankelijk, of productief versus onproductief. Deze manier van denken in termen van of/of is beperkend en kan leiden tot uitsluiting. (Goodley 2014)

Het hebben van een beperking is niet simpelweg een natuurlijk gegeven maar een concept dat door de samenleving is gecreëerd en gevormd. Het is een geconstrueerde term, gebaseerd op veronderstellingen over hoe lichamen en geesten zouden moeten zijn. Om te benadrukken dat niemand precies in deze vaste categorieën past, gebruikt Goodley (2014) de term dis/ability met een schuine streep, waarmee wordt onderstreept dat iedereen zowel abilities als disabilities heeft. Deze capaciteiten zijn veranderlijk en afhan-

Oefening

Oefening over Persoonlijke Ervaringen met Dis/ability

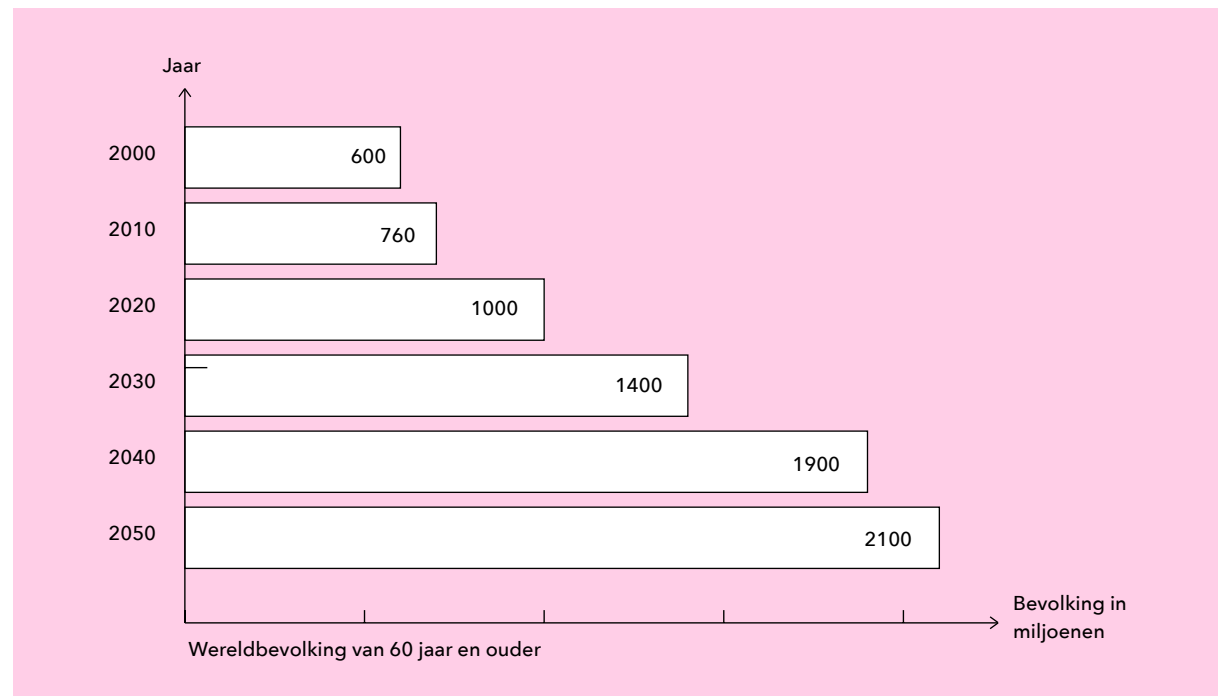
- Vraag 1.
Heb je zelf ervaring met dis/abilities? Zo ja, kun je beschrijven wat ervoor zorgde dat je je voelde als iemand met een beperking?
- Vraag 2.
Hoe zou je willen worden aangesproken als je je voelt als iemand met een beperking?
- Vraag 3.
Schrijf op welke termen je in je moedertaal vaak gebruikt om te verwijzen naar mensen met bepaalde dis/abilities.
- Vraag 4.
Vergelijk je antwoorden met die van je collega's of medestudenten. Wat zijn de verschillen die opvallen?

Oefening

Deze oefening gaat over microagressies. Microagressies zijn opmerkingen die vaak verborgen zitten in zinnen die we zonder nadenken gebruiken. Hoewel ze op zichzelf misschien onbeduidend lijken, brengen deze korte opmerkingen en handelingen negatieve boodschappen over die zich in de loop van de tijd opstapelen. Ze kunnen onbedoeld zijn, maar hun impact op mensen met gemarginaliseerde identiteiten is reëel en aanzienlijk. Ze kunnen bijvoorbeeld gevolgen hebben voor LGBTQ-personen of personen met dis/abilities. Microagressies kunnen worden ingedeeld in drie soorten: microaanvallen, microbeledigingen en microminimalisaties (Sue et al. 2007).

- Voorbeelden van microagressies zijn:
- Die persoon is gek.
 - Ik heb smetvrees als het om netheid gaat.
 - We tillen je wel even de trap op
 - Als je onze lift niet kunt gebruiken, kun je de goederenlift gebruiken.
 - Je kunt de achterdeur gebruiken, die is rolstoeltoegankelijk.
 - We beschouwen je niet eens als gehandicapt.

- Vraag 1.
Welke opmerkingen of zinnen die je andere mensen hebt horen zeggen, komen in je op en kunnen worden geïnterpreteerd als microagressies?
- Vraag 2.
Welke woorden of zinnen die microagressies kunnen weerspiegelen gebruik je zelf?



FIGUUR 4: Vergrijzing van de wereldbevolking, cijfers afkomstig van de WHO (2025)

kelijk van de context, de omgeving en de beschikbare ondersteuning. Dis/ability; niemand is altijd volledig able of disabled. In lijn met bovenstaande redenering dat de abilities en disabilities van mensen in de loop van de tijd veranderen, hebben we ervoor gekozen om in de komende hoofdstukken van dit boek de term *people with dis/abilities (pwd/a)* te gebruiken. Met deze bewuste keuze willen we een basis leggen voor een actuelere benadering van dis/ability binnen de toerismesector, waardoor er meer nadruk komt te liggen op de diversiteit van (potentiële) reizigers.

2.4 Hoeveel mensen leven er met dis/abilities?

Volgens de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO 2025a) heeft ongeveer 16% van de wereldbevolking momenteel te maken met een aanzienlijke beperking. Dit komt neer op ongeveer 1,3 miljard mensen wereldwijd. Het Global Report on Assistive Technology van de WHO en UNICEF (2022) voorspelt dat het aantal mensen dat één of meer hulpmiddelen nodig heeft tegen 2050 zou kunnen stijgen tot 3,5 miljard. Deze stijging wordt grotendeels toegeschreven aan de vergrijzing van de wereldbevolking en de toenemende prevalentie van chronische aandoeningen. De stijgende vraag naar ondersteunende technologie weerspiegelt het groeiende aantal mensen dat leeft met fysieke, zintuiglijke, cognitieve of mentale gezondheidsproblemen.

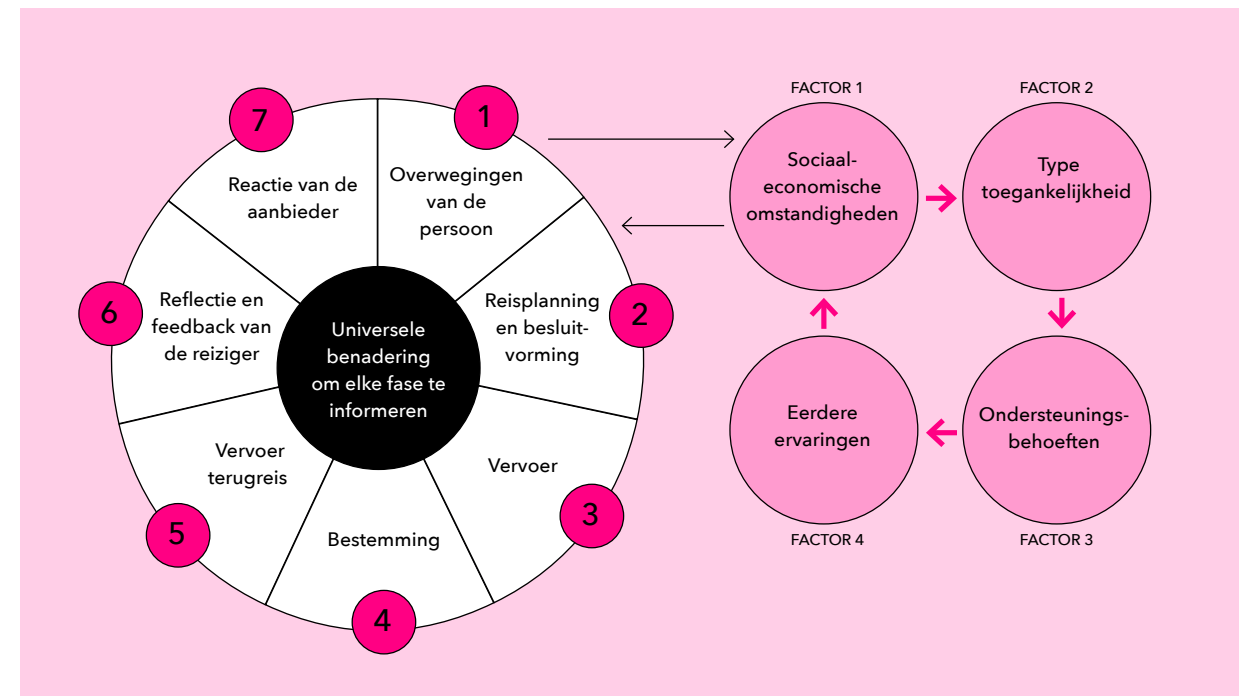
De wereldbevolking vergrijst snel (WHO 2025b).

- In 2024 waren er meer dan 1,2 miljard mensen ouder dan 60 jaar, wat neerkomt op 12% van de bevolking. Dit is een aanzienlijke stijging ten opzichte van 1 miljard in 2020.
- Tegen 2050 zal het aantal 60-plussers toenemen tot 20% van de wereldbevolking, waarvan een vijfde ouder dan 80 jaar zal zijn.
- Figuur 4 toont de snelle groei van het aantal 60-plussers.

Naarmate men ouder wordt, neemt de kans op een beperking toe. De prevalentie stijgt met de leeftijd, wat de cumulatieve effecten van chronische ziekten, leeftijdsgebonden aandoeningen en het natuurlijke verouderingsproces weerspiegelt. Studies hebben aangetoond dat de prevalentie van ernstige beperkingen onder ouderen aanzienlijk is en blijft toenemen (Sen and Nagaram 2024).

Vergrijzing en de urgentie van toegankelijk toerisme

UN Tourism (UN Tourism 2013) wijst op een belangrijke trend: naarmate de bevolking wereldwijd vergrijst, willen steeds meer 60-plussers met verschillende beperkingen reizen, en neemt het percentage mensen met een beperking onder potentiële reizigers overeenkomstig toe. Deze verschuiving heeft belangrijke gevolgen. Hoewel de vergrijzing begon in landen



FIGUUR 5: Universal Approach to Accessible Tourism - Customer Journey Model aangepast op basis van Ambrose et al. (2012)

met een hoog inkomen, zoals Japan (waar 30% van de bevolking al ouder is dan 60), merkt de Wereldgezondheidsorganisatie op dat landen met een laag en gemiddeld inkomen nu de snelste verandering doormaken. Tegen 2050 zal twee derde van de 60-plussers in deze regio's wonen. Dit betekent dat het toerisme zich zowel moet richten op oudere reizigers in landen met een hoog inkomen, die vaak over een grote koopkracht beschikken, als op een groeiend aantal ouderen met een beperkter budget die nog graag de wereld willen verkennen. Het groeiende aantal mensen met toegankelijkheidsbehoeften, in alle leeftijdsgroepen en vooral in landen met een gemiddeld en laag inkomen, vormt zowel een uitdaging als een kans voor het toerisme. Het integreren van toegankelijkheid in de reguliere ontwikkeling van toerisme kan leiden tot meer gelijke ervaringen, van een eerlijke prijsstelling tot diensten die passen bij allerlei soorten reizigers. Ook al zijn ieders behoeften uniek en is het bereiken van volledige toegankelijkheid een aspiratie voor de lange termijn, nu is hét moment voor toeristische organisaties om uitgebreide toegankelijkheidsstrategieën te ontwikkelen.

2.5 Dis/abilities en wat dit betekent voor toerisme

De gevolgen die voortvloeien uit dis/abilities ver-

schillen per persoon. Dis/ability heeft gevolgen voor de dagelijkse beslissingen en beïnvloedt woonmogelijkheden, werkopties, vrijetijdsbesteding, reismogelijkheden, enzovoort. Een vrouw met fibromyalgie bijvoorbeeld, wordt sneller en vaker vermoeid en heeft vaker pijn. De beslissing waar ze met haar vrienden gaat winkelen, hangt dan misschien meer af van de grootte van het winkelcentrum en de afstanden tussen de winkels dan van het soort winkels. Een man die hooggevoelig is en snel overweldigd raakt door geluid, zal een café met slechte geluidsabsorptie vermijden.

Iedereen kan gedurende zijn leven te maken krijgen met dis/abilities en daarom kan iedereen ook vragen hebben over de mate van toegankelijkheid en inclusie van de opties op het gebied van vrijetijd, toerisme en recreatie. De behoeften en voorkeuren die iemand heeft als gevolg van dis/ability variëren en overlappen elkaar vaak. Naast fysieke toegankelijkheidsbehoeften, die vaak voorop staan, zijn er nog veel andere indicatoren die van invloed zijn op persoonlijke overwegingen om deel te nemen aan vrijetijds- en toeristische activiteiten.

Het model genaamd 'Universal Approach to Accessible Tourism' zoals voorgesteld door Ambrose et al. (2012) biedt een relevant kader voor het begrijpen van de implicaties van dis/abilities. Het model bevat de stappen van het klanttraject zoals weergege-

ven in Figuur 5 en benadrukt vier Persoonlijke Overwegingen bij het nemen van besluiten. De overwegingen van de persoon, zoals voorgesteld in dit model, bieden een uitgebreide richtlijn om mensen met dis/abilities, beter te begrijpen en om zich in hen in te leven. Het houdt rekening met de grote diversiteit aan dis/abilities en schrijft vier aspecten voor om persoonlijke motivaties aan het licht te brengen;

1. Sociaaleconomische omstandigheden;
2. De dimensies volgens welke mensen met beperking toegankelijkheid ervaren;
3. Ondersteuningsbehoeften;
4. Persoonlijke ervaringen.

Hoofdstuk 6 biedt meer inzicht in de manier waarop deze universele benadering van dis/ability in het toerisme in de praktijk kan worden toegepast door organisatoren van vrijetijds- en toeristische activiteiten. Het model stimuleert ook het meedenken met gebruikers, in plaats van denken voor gebruikers, omdat het ruimte creëert voor interactie en co-ontwerp. De tools die in Hoofdstuk 6 worden gepresenteerd, bevorderen en ondersteunen dergelijke co-designprocessen.

2.6 Functionele beperkingen en invloed op dis/ability

Om toegankelijkheid en inclusie in het toerisme te ondersteunen, is het essentieel om verder te kijken dan iemands medische toestand en ons te richten op hoe mensen omgaan met de wereld om hen heen. Dit boek richt zich daarom op functionele beperkingen, dat wil zeggen de manieren waarop iemands vaardigheden in de praktijk kunnen worden beïnvloed, en welke soorten ondersteuning zij nodig kunnen hebben. Dit perspectief verschuift de aandacht van wat er (medisch) 'mis' is met een persoon naar wat er in de omgeving kan worden veranderd om participatie te ondersteunen. Deze manier van denken sluit aan bij het sociale model en het sociale relationele model. Uitleg over deze theoretische kaders is te vinden in Hoofdstuk 3. Functionele beperkingen beschrijven wat iemand moeilijk vindt om te doen, in plaats van zich te richten op een medische diagnose of aandoening. Bijvoorbeeld lange afstanden lopen, gesprekken horen in een rumoerige omgeving, kleine lettertjes lezen, instructies onthouden of omgaan met drukke ruimtes. In dit boek onderscheiden we de volgende categorieën functionele beperkingen.

- Fysieke beperkingen: problemen met bewegen, evenwicht of coördinatie;
- Zintuiglijke beperkingen: verminderd of geen

- gezichtsvermogen, verminderd gehoor of doofheid;
- Cognitieve beperkingen: problemen met het geheugen, leren of concentratie;
- Psychosociale beperkingen: gerelateerd aan geestelijke gezondheid of neurodiversiteit (bijv. angst, autisme);
- Chronische gezondheidsproblemen: langdurige gezondheidsproblemen die in de loop van de tijd kunnen variëren, zoals vermoeidheid, pijn of de noodzaak van medicatie.

Deze categorieën zijn niet statisch of exclusief. Veel mensen hebben meer dan één soort beperking. Zo heeft iemand met multiple sclerose (MS) zowel fysieke als cognitieve uitdagingen, terwijl iemand met long covid last heeft van vermoeidheid, geheugenproblemen en zintuiglijke overbelasting. Het concept van functionele diversiteit vestigt de aandacht op het toegankelijk maken van omgevingen, zodat mensen met verschillende functionele mogelijkheden kunnen deelnemen. In het geval van toerisme betekent dit het verbeteren van de toegankelijkheid van toeristische infrastructuren en producten. Dit omvat de volgende drie pijlers:

- Sociale toegankelijkheid (ook verwijzend naar gastvrijheid); mensen op gepaste wijze aanspreken en

Aandoening	Impact op functionele vaardigheden	Toegankelijkheidsbehoeften
Multiple Sclerose	Fysiek + cognitief + vermoeidheid	Duidelijke bewegwijzering, rustmogelijkheden, ruimtes met weinig prikkels
Amputatie	Fysiek	Rolstoelvriendelijke paden, aangepast vervoer
Autisme	Zintuiglijk + communicatie	Rustige zones, vereenvoudigde informatie, voorspelbaarheid
Doofheid	Communicatie	Visuele informatie, ondertiteling, gebarentaalopties
Diabetes	Energiefluctuaties, timing van medicatie	Flexibiliteit, toegang tot koelkast, bewustzijn van risico's
Long covid	Vermoeidheid, geheugenverlies, gevoelig voor drukte	Rustmogelijkheden, duidelijke bewegwijzering, rustige ruimtes

TABEL 1: Hoe aandoeningen van invloed zijn op functionele vaardigheden en toegankelijkheidsbehoeften

verwelkomen, de nodige informatie verstrekken en personeel opleiden op het gebied van toegankelijkheid, inclusie en dis/ability.

- Fysieke en zintuiglijke toegankelijkheid: ervoor zorgen dat iedereen zich comfortabel kan verplaatsen en gebruik kan maken van gebouwen en activiteiten.
- Digitale toegankelijkheid: het aanbieden van digitale inhoud, marketing en communicatie die voor iedereen toegankelijk is.

Tabel 1 geeft voorbeelden van de invloed van aandoeningen op functionele vaardigheden. Hieruit blijkt dat elke aandoening kan leiden tot een combinatie van gevolgen voor het functioneren en de behoefte aan toegankelijkheid. Er bestaat geen uitputtende lijst van aandoeningen die invloed hebben op capaciteiten en beperkingen. In plaats daarvan bestaan er duizenden verschillende fysieke, zintuiglijke, cognitieve en mentale gezondheidsproblemen, waarvan de beperkende effecten niet alleen afhankelijk zijn van individuele kenmerken, maar ook van sociale, omgevings- en institutionele contexten. De lijst in Tabel 1 kan worden gebruikt om de impact van een bepaalde aandoening op de functionele vermogens en de toegankelijkheidsbehoeften te verduidelijken.

2.7 Reisverhalen; positieve ervaringen en uitdagingen

Zoals in de bovenstaande paragrafen is uitgelegd, heeft iedereen specifieke behoeften tijdens het reizen. De reisverhalen in dit hoofdstuk zijn verzameld om je te laten zien welke impact positieve en negatieve reiservaringen hebben op mensen met een dis/abilities. Zo krijg je een idee van de verscheidenheid aan behoeften en voorkeuren. De verhalen laten mooie voorbeelden zien, maar ook duidelijke blinde vlekken. Het customer journey-model wordt gebruikt om de memorabele ervaringen op een rijtje te zetten. Figuur 5 visualiseert de fasen van de reis van de klant. Elke fase en de overgang van elke fase naar de volgende biedt een moment waarop een ontwikkelaar van toeristische producten kan schitteren, kan falen en het beleid, de communicatie, de dienstverlening of de producten kan herzien.

2.8 Wat kunnen we leren van de reisverhalen

De verhalen beschrijven allemaal specifieke situaties die voor PwD/A ofwel zeer behulpzaam waren, of juist problematisch. De verhalen vormen een oproep tot actie: het opschalen van succesvolle opties of het

aanpakken van de problemen die moeilijkheden veroorzaken.

De volgende oplossingen kunnen worden opgeschaald voor betere toegankelijkheid en positievere ervaringen;

- Reisagenten die samen met klanten stap voor stap de reisroute doornemen;
- Diepgaande kennis van de producten en de diensten op de bestemming;
- Verwachtingen worden gemanaged voordat aan een avontuur wordt begonnen;
- Tastbare voorwerpen voor mensen met een visuele beperking om deel te nemen aan de ervaringen;
- Gidsen die zijn opgeleid om toegankelijke rondleidingen te geven.

De volgende kwesties moeten we samen oplossen;

- Zorg voor zelfstandige navigatie voor mensen met een visuele beperking op luchthavens en in musea.
- Geef toegankelijkheidsinformatie over hotels, vervoer en infrastructuur (professioneel beoordeeld).
- Geef informatie over de toegankelijkheid van hotelkamers en voeg foto's toe.
- Zorg ervoor dat reizigers kunnen kiezen uit verschillende categorieën accommodaties die toegankelijk zijn.
- Bied rustige, korte routes door de stad.
- Zorg ervoor dat alle transportopties voor het vervoer naar evenementen rolstoeltoegankelijk zijn.
- Zorg voor activiteiten op bestemmingen die fysiek toegankelijk zijn.
- Train hotelpersoneel op het gebied van toegankelijkheid, beperkingen en gastvrijheid, interpersoonlijke benadering en respectvolle omgang.
- Fysiek toegankelijke minibuses op bestemmingen.

Duizenden aandoeningen beïnvloeden mobiliteit, zintuigen, cognitie en mentale gezondheid. Veel zijn onzichtbaar en variëren in duur en impact per persoon. Deze diversiteit toont dat toerisme inclusiever en flexibeler moet zijn, in plaats van gericht op de 'gemiddelde' bezoeker.

Reiservaringen en uitdagingen



De wens van Marian om Rome te bezoeken

Favoriete bestemming: Frankrijk

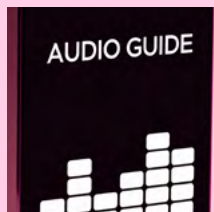
Mijn reisstijl: camping, ontspanning, van de gebaande paden

Wensen voor toegankelijkheid: gladde paden, bankjes, korte afstanden

Moeilijke fase in klantreis: overwegingen, oriëntatie reisplannen

Reden om niet te reizen: kan geen informatie vinden over een bezoek aan Rome op een manier die voor mij ontspannen en haalbaar is

Marian: "Ik zou graag ooit Rome willen bezoeken. Ik heb aandoeningen die me beperken om te reizen en ik raak snel vermoeid. Ik denk na over de manier waarop ik Rome kan bezoeken zonder lange afstanden te lopen of dure taxi's te moeten betalen. Het maakt me onzeker dat ik niet goed weet hoe ik een dag in Rome kan invullen zonder te veel pijn en vermoeidheid te ervaren. Het zou fijn zijn als iemand me hierbij kan helpen, zodat ik erop kan vertrouwen dat het haalbaar is."



De review van Andrew over zijn bezoek aan een museum in Valencia

Favoriete bestemming: Spanje

Mijn reisstijl: steden trips, cultuur

Wensen voor toegankelijkheid: getrainde gidsen en gemakkelijke navigatie

Moeilijke fase in de klantreis: activiteiten en begeleiding

Reden om niet te reizen: gemis aan goede navigatie in musea voor mensen met een visuele beperking en gebrek aan getraind personeel

Andrew: "Ik heb een geweldige tijd gehad in Valencia, maar het museumbezoek viel tegen. Er waren geen tastbare plattegronden of audiogidsen, de bewegwijzering was onduidelijk en de indeling verwarrend, waardoor ik meerdere keren verdwaalde. Door gebrek aan ondersteuning en goed getraind personeel voelde ik me gefrustreerd en buitengesloten. Gelukkig was de accommodatie geweldig!"



De oproep van Marianne om festivals toegankelijk en bereikbaar te maken voor iedereen

Favoriete bestemming: Ierland

Mijn reisstijl: avontuurlijk, ik verblijf graag in een Airbnb in the middle of nowhere, weg van de drukte, omringd door natuur. Ik ga ook graag naar rock- en pop festivals.

Wensen voor toegankelijkheid: betrouwbare informatie over toegankelijkheid en gelijkwaardige ervaringen

Moeilijke fase in klantreis: reis plannen en vervoer

Reden om niet te reizen: tijd is vaak de grootste drempel en een gemis aan informatie over toegankelijkheid

Marianne: "Weken-, nee, maandenlang, had een vriendin uitgekeken naar het optreden te gaan van haar favoriete band op het festival waar ze altijd al van droomde. Deze keer was ze vastbesloten om zich niet te laten tegenhouden door drempel. Ze had alles op de website van het festival gecontroleerd: er zou voldoende personeel aanwezig zijn, de toiletten werden als uitstekend beschreven en de bussen zouden rolstoeltoegankelijk zijn. Alles wees op een zorgeloze ervaring... En daar zat ze tegenover me, teleurgesteld, zoals ik haar al vaak na een festival had gezien. Wat er deze keer misging, was de bus. Die bleek in de praktijk veel minder toegankelijk voor haar en haar rolstoel dan de website van het festival had beloofd. Ze miste het optreden van haar favoriete band en moest weer naar huis gaan."

Marianne schreef het boek 'Maak je event toegankelijk voor iedereen'. Je kunt het vinden op de website <https://geenbeperkingmeer.nl/>



De zorgen van Iris over het navigeren op vliegvelden met een visuele beperking

Favoriete bestemming: eilanden!

Mijn reisstijl: Vroeger kampeerde ik, zelfs met de tandem

en achterop de scooter (dus lichtgewicht). Nu vind ik vooral een huisje fijn.

Wensen voor toegankelijkheid: assistentie op vliegvelden, duidelijke bewegwijzering

Moeilijke fase in klantreis: bewustwording, oriëntatie, reisplannen, vervoer

Reden om niet te reizen: niets houdt me tegen.

Iris: "Ik vind een vakantie regelen leuk. Ik reis met de trein of rijd mee met de auto. Ik heb achromatopsie (volledige kleurenblindheid). Ik zie alles in grijs tinten en ben gevoelig voor licht. Daarom draag ik donkerbruin getinte contactlenzen. Wat iemand op 10 meter scherp ziet, zie ik pas scherp op 1 meter. Dat geldt ook van dichtbij: wat iemand op 1 meter scherp ziet, zie ik pas scherp op 10 centimeter. Als ik een accommodatie zoek, kijk ik of deze gemakkelijk te voet bereikbaar is vanaf de auto of het openbaar vervoer. Dus geen steile bergpaden. Ik heb nooit alleen gevlogen, daar zie ik tegenop. Ik zou gebruikmaken van assistentie. Andere reizen maak ik wel zelfstandig. Alleen vliegen lijkt me lastig, omdat een luchthaven heel visueel is ingericht. Je moet borden kunnen vinden en lezen, de routes ingewikkeld, vooral op Schiphol Airport. Eindhoven Airport is kleiner en overzichtelijker. Als de gate verandert, zou ik bang zijn dat ik de gate niet kan vinden en mijn vlucht mis. Ik heb geen goed oriëntatievermogen en loop gemakkelijk de verkeerde kant op."



Kimberly haar ervaring met gemis aan aangepaste taxi busjes in Vietnam

Favoriete bestemming: Vietnam

Mijn reisstijl: vrijwilligerswerk

Wensen voor toegankelijkheid: toegankelijk vervoer

Moeilijke fase in klantreis: vervoer en activiteiten

Reden om niet te reizen: gebrek aan toegankelijke busjes

Kimberly: "Tijdens mijn vrijwilligerswerk in Vietnam werkte ik met mensen met een beperking. Helaas was de infrastructuur daar niet erg toegankelijk, wat het moeilijk maakte om mensen met een beperking echt te laten deelnemen aan de samenleving, vooral als het ging om vrijetijdsactiviteiten. Dit werd duidelijk toen we uitstapjes organiseerden. Omdat vervoer vaak niet was aangepast, konden alleen degenen die zich zelfstandig konden verplaatsen mee. Mensen in een rolstoel of met andere mobiliteitsbeperkingen bleven vaak achter. Dit zorgde voor een gevoel van uitsluiting, waar ik me sterk van bewust was. Helaas hadden we niet de middelen om dit op te lossen."



Gerda's oproep voor meer toegankelijke boetiek hotels

Favoriete bestemming: ik vind veel bestemmingen heel erg leuk, dit past ook wel bij mijn persoonlijkheid

Mijn reisstijl: Kleine hotels met oog voor hospitality

Wensen voor toegankelijkheid: meer toegankelijke hotels en informatie over toegankelijkheid

Moeilijke fase in klantreis: oriëntatie, reis plannen

Reden om niet te reizen: gebrek aan toegankelijke kamers

Gerda: "Ik run al meer dan 15 jaar een touroperator en wij bieden rolstoeltoegankelijke vakanties aan voor Nederlandse reizigers naar bestemmingen in Europa en de VS. Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden voor vakanties op veel verschillende bestemmingen. Op sommige plekken hebben we goede samenwerkingen met lokale reisagenten of DMO's, waardoor we goede toegankelijke vakanties kunnen organiseren. Een reis omvat hotelkamers die geschikt zijn voor onze reizigers, vervoer en soms ook activiteiten.

Zelf reis ik ook veel, zowel privé als zakelijk. Ik ben gebruik een rolstoel en reis zelfstandig, met een vriendin, familielid of zakenpartner. Momenteel probeer ik een reis naar de VS te organiseren, omdat ik daar een conferentie ga bijwonen. Ik geef de voorkeur aan boutique hotels en ik heb een heel mooi hotel gezien dat ik graag zou willen boeken. Toch voel ik me gefrustreerd, omdat het hotel geen informatie of foto's over de toegankelijkheid geeft. Ik zou ze kunnen bellen, maar ik vind dat deze informatie gewoon op de website moet staan, zodat ik, net als ieder ander, direct kan boeken.

Mijn mening is dat ik mijn reizen zelfstandig moet kunnen organiseren, zonder afhankelijk te zijn van hulp van anderen. Ook merk ik dat wanneer ik dit hotel via een lokale partner (DMO) in de VS probeer te boeken, zij moeite hebben om mij goede informatie te geven over de toegankelijkheid van hotels. Het vinden en boeken van toegankelijke hotel kamers is echt een probleem!"

Gerda heeft Buitengewoon Reizen opgericht. De naam van de website is www.buitengewoonreizen.nl



De oproep van El Houssine Ichen voor toerisme ervaringen die iedereen de mogelijkheid geven om de wereld te ontdekken

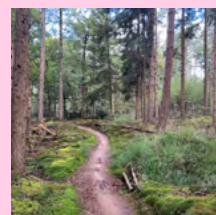
Favoriete bestemming: Marokko

- Mijn reisstijl: avontuur en cultuur. Ontdekken van het lokale leven, liever natuur en authentieke ervaringen dan luxe.
- Wensen voor toegankelijkheid: rolstoel aangepast vervoer en toegankelijke avontuurlijke activiteiten.
- Moeilijke fase in klantreis: reis plannen, vervoer en activiteiten
- Reden om niet te reizen: hoge kosten, vooral voor aanpassingen die nodig zijn voor een fysieke beperking en sommige bestemmingen zijn stressvol en moeilijk, omdat ze niet toegankelijk zijn.

Houssaine: "Mijn naam is Houssaine en ik organiseer reizen in en naar Marokko. Ik wil graag een verhaal delen dat zowel uitdagend als leerzaam was, een verhaal over de problemen die ik tegenkwam toen ik een reiziger met een beperking hielp. Een vrouw die een reis naar Marokko plande, stuurde mij een e-mail. Ze hoopte de Sahara te bezoeken. Ze gebruikte een elektrische rolstoel en droomde al jaren van deze reis. Haar rolstoel was groot en zwaar, en het bleek allesbehalve eenvoudig om Marokko te bezoeken. Ik wilde haar graag helpen, maar de uitdagingen werden al snel duidelijk. Het vinden van toegankelijke plekken voor iemand met een elektrische rolstoel, vooral in afgelegen gebieden zoals de woestijn, was moeilijk. Het eerste probleem was vervoer: de meeste voertuigen voor woestijnexcursies zijn terreinwagens (4x4's) die niet zijn ontworpen met toegankelijkheid in gedachten. Ik had moeite om een voertuig te vinden dat haar rolstoel kon vervoeren én geschikt was voor het ruige terrein. Daarna kwamen de woestijnkampen, die diep in de zandduinen lagen. Er waren geen toegankelijke paden en het losse zand maakte het onmogelijk om met een rolstoel te rijden. Na overleg met de eigenaren van de kampen moesten we op het laatste moment een oplossing bedenken: een quad met een aanhanger om haar naar het kamp te brengen. Tijdens de reis zag ik haar frustratie groeien, omdat elke nieuwe barrière haar eraan herinnerde dat de wereld niet is ingericht voor mensen zoals zij. Het was een confronterende ervaring en het liet mij zien hoeveel er nog moet gebeuren binnen het toerisme. Het gaat niet alleen om toegankelijke hotels of hellingbanen, maar ook om het creëren van toe-

gankelijke ervaringen, zodat iedereen de wereld kan ontdekken, ongeacht fysieke beperkingen. Hoewel ze dankbaar was, zag ik ook de teleurstelling in haar ogen. Deze ervaring heeft mij doen inzien hoe groot de noodzaak is voor toegankelijk toerisme. Er is nog een lange weg te gaan, maar ik ben vastbesloten om deel uit te maken van die verandering."

El Houssaine Ichen biedt toegankelijke reizen aan in Marokko. Naam van website: <https://disabled-tourist-guide.com?>



De oproep van Nicole voor informatie over toegankelijkheid van hotels

Favoriete bestemming:

Normandië, Frankrijk

Mijn reisstijl: het is wat veranderd, van kamperen en avontuur naar wat luxere verblijven en wellness

Wensen voor toegankelijkheid: professioneel vaststelde informatie over toegankelijkheid, getraind personeel, veilige en vriendelijke oplossingen voor fysieke toegankelijkheid, gepaste reacties van accommodaties.

Moeilijke fase in klantreis: reis plannen, verblijf, terugkoppeling naar accommodatie

Reden om niet te reizen: gebrek aan informatie

Nicole: "Ik heb vervelende ervaringen gehad met toeristische locaties die zichzelf als toegankelijk verklaren zonder deskundige beoordeling. De laatste keer was anderhalf jaar geleden, toen ik in het hoogseizoen last minute een hotel zocht in Overijssel. Een aantal opties viel af door beperkte toegankelijkheid. Het overgebleven hotel gaf geen informatie, dus ik belde om navraag te doen en extra zekerheid te krijgen over de situatie. Ik vroeg naar basale zaken zoals begane grond, lift, brede deuren en douchevoorzieningen. De reactie was: 'We hebben geen keurmerk, maar we zijn wel toegankelijk.' Genoemd werden een kamer op de begane grond, brede deuren en hulpmiddelen. Dat leek voldoende, dus ik reserveerde. De praktijk bleek echter een drama. Er waren geen gehandicaptenparkeerplaatsen, waardoor ik moeilijk uit de auto kon komen. Later moest ik verder weg parkeren en door de regen naar het hotel. Het laatste stuk was slecht bereikbaar, met trapjes en modder. De deur was zwaar en lastig te openen vanuit de rolstoel, en bij het naar buiten gaan raakte ik meerdere keren klem. Ook binnen waren er obstakels, zoals een smalle deur naar het restaurant met een onveilige

hellingbaan. Dit alles zorgde voor veel frustratie en ongemak tijdens mijn verblijf, waardoor ontspannen genieten eigenlijk niet mogelijk was. De lijst met problemen was nog langer. Na afloop stuurde ik een lijst met aandachtspunten en advies, maar kreeg nooit reactie."



Donagh's bubbling brain: neurodiversiteit en de overweldigende ervaring op vliegvelden

Favoriete bestemming: Sao Paulo, Brazilië

Mijn reisstijl: Te goed voorbereiden en zien wat de bestemming brengt.

Wensen voor toegankelijkheid: Naast betere voorzieningen voor neurodivergente mensen en prikkelarme ruimtes (niet slechts een afgesloten hok naast een toilet).

Moeilijke fase in klantreis: het boekingsproces

Reden om niet te reizen: ik maak me zorgen over de duurzaamheid van mijn reizen voor onze planeet

Donagh: "Na de pandemie draait de wereld weer door, met een hernieuwde groei in zakenreizen en de behoefte aan ontmoetingen en samenwerking. Hoewel mijn neurodiversiteit pas recent is vastgesteld, heeft dit inzicht mij geholpen om de uitdagingen van reizen voor mensen binnen het autismespectrum beter te begrijpen. Als zakenreiziger ervaar ik zelf een steeds verder gecommmercialiseerde reiservaring, waarin elk gevoel van hospitality is verdwenen en die in feite aanvoelt als een verlengde retailervaring. Luchthavens zijn op zichzelf luidruchtig en fel verlicht, met omroepberichten en advertenties die agressief om de aandacht van reizigers vechten. Lange wachttijden bij de beveiliging en paspoortcontroles met onduidelijke processen vergroten de spanning, ongeacht hoe comfortabel (en vaak schaars) een eventuele prikkelarme ruimte op de luchthaven is. Reizigers met neurodiversiteit grijpen soms naar zelfmedicatie om de intensiteit van het reizen te verzachten, wat juist averechts kan werken en onrustig gedrag kan versterken.

Ook andere aspecten van zakenreizen, zoals corporate boekingsplatforms, beveiligingscontroles en websites vol extra opties, kunnen frustrerend zijn. Door de toename van selfservice is een deel van deze frustratie bovendien verschoven van reisagenten naar de reizigers zelf. De intensieve voorbereiding die van neurodivergente reizigers wordt gevraagd,

kan een anders inspirerende reiservaring temperen. Dit onderstreept de noodzaak voor meer gerichte aandacht, flexibiliteit en verantwoordelijkheid binnen het management van toerisme op dit gebied.



De ouders van Mick die ouder worden en hun ervaringen op vliegvelden

Favoriete bestemming: West Balkan

Mijn reisstijl: culturele Vakanties

en treinreizen

Wensen voor toegankelijkheid: minder stressvolle ervaringen op vliegvelden voor ouderen

Moeilijke fase in klantreis: reis plannen en vervoer

Reden om niet te reizen: ik moedig mijn ouders aan om te reizen

Mick: "Mijn ouders worden ouder, en nu zie ik uitdagingen voor hen waar ik vroeger nooit bij stilstond. Sommige senioren hebben zichtbare mobiliteitsproblemen, terwijl het bij anderen minder zichtbaar is: angst, verwarring door nieuwe technologie, of simpelweg het gevoel overweldigd te raken door drukke luchthavens.

Ik heb gezien hoe mijn ouders met deze nieuwe realiteit worstelen. Soms reis ik met hen mee. We hebben zelfs een keer rolstoelen aangevraagd op luchthavens, al maken ze daar in het dagelijks leven geen gebruik van. Ze hebben ondervonden dat het gebruiken van een rolstoel de ervaring op de luchthaven gemakkelijker en minder stressvol maakt.

De toegankelijkheidsondersteuning op luchthavens laat echter veel te wensen over. Vaak zijn de medewerkers die passagiers begeleiden jonge mensen in hun eerste baan, met weinig training in de omgang met oudere volwassenen. Ik heb goedbedoelende maar onervaren medewerkers gezien die mijn ouders opjoege of de rolstoel onzorgvuldig duwden. Die nonchalante, bijna afwijzende houding, ook als die onbedoeld is, kan oudere reizigers angstig en onzichtbaar laten voelen. Wat hun reis makkelijker zou moeten maken, vergroot soms juist hun stress.

Voor veel senioren die met deze drempels te maken krijgen, lichamelijke beperkingen, zintuiglijke overgevoeligheden, of simpelweg niet weten hoe ze moderne boekingsystemen moeten gebruiken, voelt reizen niet meer de moeite waard. Ze besluiten dat thuisblijven eenvoudiger is."



John zijn problemen met tilbanden in het hotel tijdens zijn bezoek aan de kerstmarkt in Brussel

Favoriete bestemming: Barcelona

Mijn reisstijl: stedentrips met vrienden

Wensen voor toegankelijkheid: duidelijke informatie over hulpmiddelenverhuur

Moeilijke fase in klantreis: reisplannen, vervoer, verblijf

Reden om niet te reizen: gemis aan informatie en begrip

John: "Zes jaar geleden ging ik met kerst naar Brussel met een groep vrienden. Ik was enthousiast om de stad en de kerstmarkt te zien. Een gespecialiseerd reisbureau hielp bij het regelen van mijn hotel en vervoer. Het hotel was geschikt: er was een toegankelijke kamer voor mij en mijn elektrische rolstoel. Ik had de kamerafmetingen van tevoren ontvangen en er waren foto's opgestuurd, dus alles leek goed voorbereid. De enige aanvullende vraag was een tillift voor transfers naar het bed en de badkamer. Ik liet de reisagent weten dat ik mijn eigen tilbanden uit de UK zou meenemen. Bij aankomst bleek al snel dat mijn tilbanden niet pasten op de aanwezige tillift, omdat het bevestigingssysteem van een tillift in België anders was dan op mijn tillift in de UK. Mijn tilbanden hebben haakjes, terwijl de tillift in België ringbevestigingen had. De reisagent en ikzelf waren niet de hoogte van dit verschil per land. Zulke kleine technische details zijn heel lastig om te voorzien. Ik ontving uiteindelijk tilbanden in mijn maat die ik kon gebruiken op de tillift. Dit lijkt misschien als een kleinigheid, maar het probleem had heel veel invloed op mijn gemoedstoestand die eerste twee dagen, ik kon niet zelfstandig douchen of in bed gaan liggen."



De ervaringen van Damir met dure aangepaste taxi's in Amsterdam

Favoriete bestemming: Amsterdam

Mijn reisstijl: actieve vakanties

Wensen voor toegankelijkheid: meer kennis en informatie over aangepaste taxi's

Moeilijke fase in klantreis: reis plannen en vervoer

Reden om niet te reizen: niets houdt mij tegen

Damir: "Het regelen van toegankelijke taxi's is een verhaal apart. Dit moet je meestal een dag of twee

van tevoren boeken. Als je spontaan wilt zijn en gewoon een groot taxibedrijf belt, sturen ze vaak een bus zonder oprijplank, in de veronderstelling dat dit prima is 'voor een rolstoel'. De chauffeur komt dan geïrriteerd en verward aan, om vervolgens te beseffen dat instappen in een hoge bus zonder lift onmogelijk is. De meeste taxibedrijven begrijpen nog steeds niet goed wat een toegankelijke taxi werkelijk inhoudt. Je probeert uit te leggen dat een gewone stationwagen prima zou werken, maar ze houden vol: 'Nee, u heeft een bus nodig', en sturen opnieuw een bus zonder lift. Dus ja, toegankelijkheid vraag nog altijd geduld, tijd en veel uitleg, maar ik geloof erin dat spontaan op reis gaan ooit toegankelijker wordt."

Oefening

Oefening Persoonlijke toegankelijke reiservaring

Vraag 1.

Kan jij een gedenkwaardige ervaring beschrijven met betrekking tot toegankelijkheid tijdens een vakantie of dagtrip?

- Was het jouw persoonlijke ervaring of de ervaring van iemand met wie je op reis was?
- Tijdens welke fase van de reis van de klant vond deze ervaring plaats?

Vraag 2.

Kun je iemand anders (een vriend, klant, collega of medestudent) vragen naar een ervaring waarbij toegankelijkheid tijdens een vakantie of dagtrip vereist was? Stel de volgende vragen:

- Kan jij de ervaring beschrijven?
- Hoe heb jij of je reisgenoot deze ervaring beleefd?
- Hoe zou deze ervaring inspirerend kunnen zijn voor een toerismeontwikkelaar of ontwerper?

Vraag 3.

Als het een positieve ervaring was, hoe kan deze dan worden opgeschaald voor meer positieve ervaringen? Bijvoorbeeld door deze ervaring vaker aan te bieden, meer te promoten of toe te passen op andere bestemmingen. Als het een negatieve ervaring was, welke kwesties moeten dan volgens jou worden opgelost?

- Welke mogelijke oplossingen of combinaties van oplossingen kan je bedenken?
- Welke partners of leveranciers zouden daarvoor nodig zijn?

Hoofdstuk 6 biedt verschillende praktische hulpmiddelen om je te ondersteunen bij het bedenken van oplossingen.

Positieve reiservaringen



De waardering van Maite voor Camping site de la Brenne in Puylagorge in Frankrijk

Favoriete bestemming:

Als ik het voor het kiezen had, zou mijn favo bestemming Spanje zijn (ik ben half Spaanse), maar ik vind alles fijn waar zon, mooie natuur en lekker eten is.

Mijn reisstijl: Verschilt maar als ik niet zou worden 'beperkt' door mijn zoon, dan zou ik wellicht avontuurlijker vakanties aangaan. Mijn man en ik houden van de afwisseling van wat luxere accommodaties (hotels) en back to basics (cottages of kamperen). Wensen voor toegankelijkheid: campings zoals in Puylagorge

Moeilijke fase in klantreis: reis plannen en accommodatie

Reden om niet te reizen: als we op vakantie gaan, hebben we een keuken nodig, omdat we met onze zoon niet naar restaurants kunnen gaan. We kunnen niet naar locaties met veel geluidsoverlast, met name blaffende honden zijn problematisch. Het is moeilijk om zulke locaties te vinden. Helaas kunnen we niet vliegen met onze zoon, waardoor bestemmingen die we graag zouden willen bezoeken, zoals Curaçao en Indonesië, buiten bereik blijven.

Maite: "Dit jaar gaan we voor de 6e keer op een rij zomervakantie vieren bij Camping de la Brenne in Puylagorge (Frankrijk). Ik houd niet van telkens naar dezelfde vakantiebestemming gaan en vind het al helemaal niks om in het buitenland enkel Nederlands om me heen te horen. En toch voel ik diepe liefde voor 'Puy'. Dat zit zo. Dertien jaar geleden werd onze zoon geboren. Hij bleek autistisch met een verstandelijke beperking. Hij kan nauwelijks praten, mooi zingen maar ook hard gillen. En heeft allerlei uitdagingen, waaronder extreme geluidsgevoeligheid, slaap- en eetproblemen. Tien jaar geleden kwam daar onze dochter bij. Zij is het meest sociale wezen dat ik ken en heeft eigenlijk alleen liefde voor muziek met haar broer gemeen. Vakantie was ingewikkeld. Wat de een verlangde, was voor de ander de hel en andersom. Mijn man en ik splitsten ons op, waren eenzaam en keihard aan het werk. 's Avonds lagen we

uitgeput de dagen af te tellen. Totdat we Puylagorge ontdekten. Op deze camping 'kan iedereen zichzelf zijn', zoals dochterlief zegt. Naast de aangepaste faciliteiten, is het grootste pluspunt het animatieprogramma. Kinderen met en zonder beperking worden doordeweeks begeleid door een enthousiaste groep vrijwilligers. Afhankelijk van de behoefte, krijgen de zorgintensieve-kinderen één-op-één begeleiding, in kleine groepjes of gemengd met de brusjes-groepen. Inclusief waar het kan, exclusief waar het moet. De vrijwilligers komen uit Nederland of België, studeren/werken vaak (in) iets gerelateerd aan zorg, of zijn zélf brus. Ik ken geen enkele plek in Europa met zo'n animatieprogramma. Terwijl onze kinderen worden verzorgd en vermaakt, kunnen wij luieren aan het zwembad, een gesprek met elkaar voeren en al die andere dingen die voor de meeste vakantie-gangers vanzelfsprekend zijn. Daarnaast ontmoeten we andere ouders die in hetzelfde schuitje zitten. Sommige van deze lotgenoten zijn uitgegroeid tot dierbare vrienden met wie we jaarlijks proberen tegelijk in Puy te zijn. Ook onze dochter heeft er vrienden gemaakt en wil er later vrijwilliger worden. En onze zoon? Die zegt al vanaf januari: 'we gaan naar de camping'."



De positieve ervaring van Iris met informatie over toegankelijkheid

Favoriete bestemming: eilanden!

Mijn reisstijl: Vroeger

kampeerde ik, zelfs met de tandem en achterop de scooter (dus lichtgewicht). Nu vind ik vooral een huisje fijn.

Wensen voor toegankelijkheid: assistentie op vliegvelden, duidelijke bewegwijzering

Moeilijke fase in klantreis: bewustwording, oriëntatie, reisplannen, vervoer

Reden om niet te reizen: niets houdt me tegen.

Iris: "Tegenwoordig gebruik ik voornamelijk Booking.com en kijk of er een hond welkom is. Ik gebruik vooral booking.com en kijk of er een hond welkom is (geen geleidehond). Meer filters gebruik ik eigenlijk niet. Vroeger (50 jaar geleden) bij

Jeugdkampen van het Icgj stond er wel een oogje bij als het geschikt was voor kinderen met een visuele beperking (of er stond juist een kruis doorheen). Heel handig was dat!”



Het compliment van Damiano aan goed getrainde gidsen voor mensen met een visuele beperking

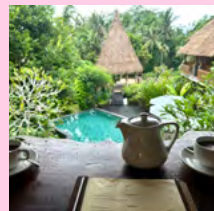
Favoriete bestemming: Italië
Mijn reisstijl: cultuur en avontuur

Wensen voor toegankelijkheid: getrainde gidsen

Moeilijke fase in klantreis: reis plannen

Reden om niet te reizen: afwezigheid van lokale gidsen die reizigers met een visuele beperking kunnen rondleiden en begeleiden

Damiano: “Mijn naam is Damiano en ik ben de oprichter van Seable Holidays, een bedrijf dat gespecialiseerd is in toegankelijk reizen voor mensen met een visuele beperking. Een van onze reizigers vertelde over zijn ervaring tijdens een rondleiding in een historische stad, waar de gids de omgeving tot in detail beschreef, voorwerpen aanreikte om te voelen en zorgde voor veiligheid en toegankelijkheid. Dankzij zijn deskundigheid had de bezoeker een zorgeloze en verrijkende reis, waarbij hij zich zelfverzekerd voelde en thuis in de lokale cultuur.” *Damiano is oprichter Seable Holidays. De naam van de website is <https://seable.co.uk/>*



De ervaring van Debby als tour operator en het managen van verwachtingen

Favoriete bestemming: Ik ben altijd op zoek naar iets anders, naar nieuw. Nieuwe bestemmingen of nieuwe plekjes in landen die ik al goed ken.

Mijn reisstijl: Dieren in het wild, remote bestemmingen en onontdekte plekken. Avontuurlijk en luxe reizen.

Wensen voor toegankelijkheid: gedetailleerde informatie over toegankelijkheid

Moeilijke fase in klantreis: reis plannen

Reden om niet te reizen: Ik heb twee maal een hoornvliestransplantatie ondergaan dus bereid mijn verre reizen altijd goed voor m.b.t. brillen, zonnebrillen, medicatie etc.

Debby: “Mijn naam Debby en ik werk als tour operator in Nederland. Eén keer heb ik een vader met een zoon geboekt en die zoon heeft een ernstige spierziekte. Met hun hebben we ieder stukje segment voor segment samen doorgenomen ter voorbereiding en ik daarna weer met mijn lokale agent en zij weer met de gids en chauffeur en voor tours weer met hun leveranciers. Ik denk dat dat de weg is. Je moet de hotels kennen, de wegen, de tours, de trapjes en zelfs of er een beugel bij het zwembad is bij de trap. Als je dat allemaal niet weet moet je deze gasten niks beloven en aangeven dat je dat niet kan.

Debby Schipper-Snelders is tour operator onder de naam Travelboutique. De naam van de website is www.travelboutique.nl.



Het bezoek van Damir aan Amsterdam en zijn fietservaring

Favoriete bestemming: Amsterdam

Mijn reisstijl: actieve vakanties

Wensen voor toegankelijkheid: gedetailleerde informatie over toegankelijkheid op bestemming

Moeilijke fase in klantreis: reisplannen en vervoer

Reden om niet te reizen: niets houdt mij tegen

Damir: “Mijn favoriete bestemming is Amsterdam. Iedereen fietst er, en de mensen zijn open en hartelijk, net als de grote, open ramen zonder gordijnen waar de stad om bekend staat. Maar waar ik het meeste van houd: de fietscultuur! In Amsterdam is het altijd mogelijk om een aangepaste fiets te huren, wat je mobiliteitsbehoefte ook is. Mijn absolute favoriet is de Berkel Bike, dé Nederlandse fiets, er ging een wereld voor mij open. Geweldig! Ik reed ermee langs de Amstel, langs het operagebouw en de molens, dat geeft mij gevoel van vrijheid en geluk! Wat me het meest bijbleef, mensen van alle leeftijden, van kleine kinderen van vijf tot oma's van negentig, gewoon naast elkaar op de fiets. Stijlvolle meisjes, oude mannen met een wandelstok aan het stuur bevestigd, iedereen lacht en helpt elkaar. Want als je op een fiets zit, hoor je er gewoon bij.” •

Er bestaan heel veel gezondheidsaandoeningen, waarvan de beperkende effecten niet alleen afhangen van individuele kenmerken, maar ook van de context waarin degene zich bevindt. Contexten zijn bijvoorbeeld de sociale omgeving, de fysieke omgeving, de digitale omgeving of institutionele omgeving. De context zorgt vaak voor beperkingen, niet alleen de beperking van de individu.

Door te focussen op de functionele diversiteit van mensen, verschuift de aandacht naar het creëren van omgevingen die toegankelijk zijn, zodat mensen met uiteenlopende functionele mogelijkheden kunnen deelnemen.



Referenties

Ambrose, I., Buhalis, D., & Darcy, S. (2012). *Best Practice in Accessible Tourism* (1st ed.). Multilingual Matters. <https://10.21832/9781845412548>

Goodley, D. (2014). *Disability Studies; theorising disablism and ableism*. Routledge.

Sen, A., & Nagaram, S. (2024). Navigating the Intersection of Aging and Disability. *The Palgrave Encyclopedia of Disability* (pp. 1-16). Palgrave Macmillan, Cham.

Sue, D. W., Capodilupo, C. M., Torino, G. C., Bucceri, J. M., Holder, A. M. B., Nadal, K. L., & Esquilin, M. (2007). Racial microaggressions in everyday life: implications for clinical practice. *The American Psychologist*, 62(4), 271-286. <https://10.1037/0003-066X.62.4.271>

UNWTO. (2013). *Recommendations on Accessible Tourism*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://10.18111/9789284415984>

WHO. (2025a). *Disability*. https://www.who.int/health-topics/disability#tab=tab_1

WHO. (2025b). *Population and Ageing*. <https://www.who.int/news-room/factsheets/detail/ageing-and-health>



Jouw vernieuwde begrip van dis/ability kan het leven van iemand heel positief veranderen.



Veel mensen zijn zich niet bewust van de uitdagingen waarmee mensen met een beperking leven. Als je het eenmaal ziet, kun je niet meer wegkijken.



Begrip van dis/ability en relatie tot toerisme: verschillende perspectieven

Dit hoofdstuk is geschreven om jouw manier van denken over beperkingen en toegankelijkheid ter discussie te stellen. Door jouw begrip van deze onderwerpen te vergroten, zul je leren potentiële gasten, klanten en reizigers, en zelfs jezelf, in een nieuw perspectief te zien. Inzichten uit de disability studies hebben de ontwikkeling van toegankelijk toerisme gevormd, en het begrijpen van deze concepten helpt ons te zien hoe vooroordelen, ableism (validisme) en aannames over capaciteiten toeristische systemen beïnvloeden. We beginnen met het verkennen van het medische model van beperkingen en de historische invloed ervan op het toerisme, en bekijken vervolgens sociaal toerisme als een alternatieve benadering. Het sociale model stelt de aannames van het medische model ter discussie en opent de weg naar meer inclusieve praktijken. Hedendaagse benaderingen, zoals het sociaal-relatieve model, laten zien hoe beperkingen om te reizen van dag tot dag kunnen veranderen en bieden mogelijkheden om samen toegankelijke oplossingen te ontwerpen.

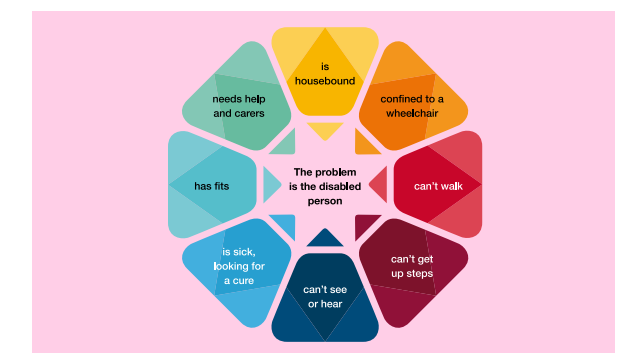
Ten slotte plaatst het hoofdstuk toegankelijk toerisme binnen het bredere concept van inclusief toerisme en laat zien hoe deze twee benaderingen samenwerken om toerisme voor iedereen gastrijker en rechtvaardiger te maken. Aan het einde zul je niet alleen de geschiedenis en theorie achter deze kaders begrijpen, maar ook hun praktische relevantie voor het vormgeven van de toekomst van toerisme.

3.1 Het Medische Model van Beperkingen

Wetenschappers hebben verschillende benaderingen van beperkingen geïdentificeerd op basis van verschillende achtergronden en geografische contexten. Een van deze benaderingen is het medische model van beperkingen, waarbij beperkingen worden gezien vanuit een medisch perspectief. In dit model vindt medicalisering plaats wanneer er sprake

is van een beperking (Goodley, 2014). Dit betekent dat wanneer iemand een beperking heeft, hij of zij wordt gezien als iemand die, door middel van medische interventies, moet worden 'genezen'. De samenleving beschouwt de persoon met een beperking als het probleem, in plaats van te erkennen dat de samenleving zelf belemmerend is. We beoordelen mensen aan de hand van een normatief model van menselijkheid, waarbij mensen met een beperking worden vergeleken met mensen zonder beperking. Mensen zonder beperkingen worden als 'normaal' beschouwd, terwijl mensen die cognitief of fysiek afwijken van de meerderheid worden gezien als een ongemak dat verholpen moet worden en als een probleem dat moet worden opgelost. (Goodley, 2014).

Figuur 1 geeft het medische model weer. Het laat zien dat een beperking iemand belemmert om deel te nemen aan de samenleving. Van de medisch professional wordt dan ook verwacht dat hij of zij de beperking of chronische ziekte geneest, of de effecten ervan verlicht, zodat de persoon weer kan deelnemen aan de samenleving. Dit is een geïndividualiseerde benadering van beperkingen: niet de samenleving, maar de persoon wordt gezien als iemand die 'gefixt'

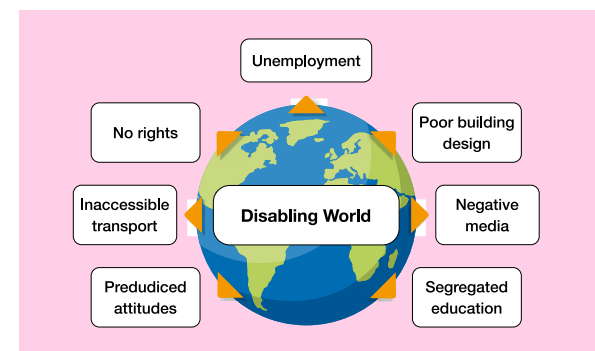


FIGUUR 1: Het medische model van beperkingen (Disability Wales, 2018)

moet worden om te kunnen deelnemen. Het individu wordt gemedicaliseerd en als het probleem gezien. Als gevolg hiervan past de samenleving zich niet aan om inclusie te waarborgen; in plaats daarvan wordt van mensen met een beperking verwacht dat ze genezen worden. Totdat ze genezen zijn, hebben ze moeite om deel te nemen of kunnen ze helemaal niet deelnemen. Dit medische model heeft veel kritiek gekregen, wat heeft geleid tot alternatieve kaders die de focus verleggen van individuele ‘tekortkomingen’ naar maatschappelijke barrières.

3.2 De invloed van het Medische Model van Beperkingen op toerisme

Het medische model heeft de ontwikkeling van het toerisme beïnvloed. Het toerisme groeide uit tot een industrie die mensen met een beperking uitsloot door middel van gescheiden aanbiedingen, ontoereikende infrastructuur, een gebrek aan bewustzijn bij het personeel en uitsluiting van de reguliere toeristische planning. Het feit dat toerisme grotendeels wordt ontwikkeld door en aangeboden aan mensen zonder beperking speelt hierbij een grote rol (Gillovic et al., 2024a). Zo werden reizigers met een beperking door toeristische bedrijven traditioneel beschouwd als een ‘nichemarkt’ die een ‘speciale’ behandeling vereist, hetgeen heeft geleid tot aparte ‘toegankelijke reizen’ in plaats van toegankelijkheid vanaf het begin af aan in alle toeristische producten te integreren. De toeristische sector volgt nog steeds grotendeels het medische model van beperkingen, vaak zonder zich daarvan bewust te zijn, omdat deze benadering diep is geïnternaliseerd. Hoewel er veel initiatieven zijn ontstaan om de noodzaak van toegankelijk toerisme en inclusie te erkennen, is er nog steeds een duidelijke neiging tot medicalisering wegens een beperkt bewustzijn van de behoeften van mensen met een beperking.



FIGUUR 2: Het sociale model van beperkingen (Disability Wales, 2018)

Dit resulteert onder andere in onvoldoende opleiding van het personeel, dat zich voornamelijk richt op zichtbare lichamelijke beperkingen terwijl het cognitieve, zintuiglijke of onzichtbare beperkingen over het hoofd ziet. Het medische model heeft ook geleid tot een ‘retrofit’-denken, waarbij alleen minimale aanpassingen aan de bestaande toeristische infrastructuur worden gedaan wanneer dit wettelijk verplicht is, in plaats van vanaf het begin inclusief te ontwerpen. Dit heeft geleid tot aanzienlijke belemmeringen voor participatie en een gebrek aan erkenning van zowel de mensenrechten als de economische dimensies van toegankelijk toerisme.

3.3 Sociaal toerisme als alternatief

Sociaal toerisme is ontstaan als tegenbeweging tegen het exclusieve karakter van het reguliere toerisme. Het gaat om de inclusie van alle leden van een samenleving in het toerisme. Deze participatie wordt mogelijk gemaakt door het aanbieden van een of andere vorm van sociale- of welzijnsondersteuning. Sociaal toerisme is geen nieuw werkterrein. Sociaal toerisme heeft zich parallel ontwikkeld met de opkomst van de moderne, industriële massa-activiteiten die het huidige toerisme kenmerken (Diekmann & McCabe, 2020). Sociaal toerisme is ontstaan als alternatief voor het onpersoonlijke economische toerisme, dat zich voornamelijk richt op cijfers en producten ontwikkelt voor mensen wiens eigenschappen overeenkomen met die van de reguliere reiziger. Initiatieven op het gebied van sociaal toerisme worden als belangrijk beschouwd voor ouderen, mensen met gezondheidsproblemen, jongeren, mensen met een laag inkomen, gezinnen, etnische minderheidsgroepen, mensen die beperkt zijn door werk of zorgtaken, en mensen met een beperking. (Eichhorn, 2020)



FIGUUR 3: Verander het systeem (bron: <https://inclusiveeducation123.wordpress.com/2020/03/30/breaking-barriers/>)

3.4 Het Sociale Model van Beperkingen

Het sociale model is een alternatief voor het medische model en is gebaseerd op het idee dat mensen niet door hun beperkingen, maar door maatschappelijke barrières in hun participatie worden belemmerd. Het model wordt weergegeven in Figuur 2. Het model biedt een vocabulaire om het proces van invalidering (disablement) aan te vechten; sociale, economische en culturele barrières die mensen met beperkingen verhinderen een leven te leiden zoals hun niet-beperkte broers en zussen (Goodley, 2014). Het sociale model werd voor het eerst geformuleerd door Britse activisten die zich in de jaren 1970 inzetten voor mensen met een beperking (UPIAS) en het werd academisch gepopulariseerd door Mike Oliver in de jaren 1980-1990 (Oliver, 2004).

3.5 Hoe het Sociale Model van Beperkingen toegankelijk toerisme stimuleert

Het uitgangspunt van het sociale model stimuleert de toeristische sector om de focus te verleggen van “hoe kunnen we toeristen met een beperking helpen om deel te nemen?” naar “hoe kunnen we het toerismesysteem zelf veranderen? In plaats van individuele beperkingen centraal te stellen, bevinden de oplossingen zich in toegankelijke infrastructuur, inclusieve en betrouwbare informatie, goed opgeleid personeel en wetgeving gebaseerd op mensenrechten. Figuur 3 illustreert deze manier van denken. Toegankelijk toerisme is dus niet gericht op het genezen van mensen met een beperking, maar op het wegnemen van de fysieke, informatiegerelateerde, sociale en institutionele barrières die deelname in de weg staan. Deze herformulering vormt de conceptuele basis van toegankelijk toerisme: het ontwerp van toerismeproducten, -locaties en -diensten die bruikbaar zijn voor mensen met diverse beperkingen. Als gevolg daarvan worden toeristische mogelijkheden ontwikkeld op basis van mensenrechten, inclusie en marktpotentieel, in plaats van een beperkte focus op medische behoeften.

3.6 Toegankelijk toerisme in het kader van sociaal toerisme

Sociaal toerisme en toegankelijk toerisme zijn onderling verbonden fenomenen. Sociaal toerisme richt zich op het mogelijk maken van deelname aan toerisme voor alle leden van de samenleving door middel van het aanbieden van sociale- of welzijnsondersteuning. Toegankelijk toerisme richt zich daarentegen op het stimuleren van veranderingen in het toeris-

mesysteem zelf, zodat dit inclusiever wordt. Het pleit ervoor om iedereen in staat te stellen deel te nemen aan het reguliere toerisme, in plaats van aparte systemen of vormen van ondersteuning te creëren om deelname te vergemakkelijken. Hoewel initiatieven op het gebied van sociaal toerisme en toerisme gericht op mensen met specifieke beperkingen een cruciale en onvervangbare rol zullen blijven spelen, is er behoefte aan een sector die de verantwoordelijkheid voor bredere, structurele inclusiviteit deelt.

3.7 Veranderende manieren van denken over dis/ability

De manier van denken over beperkingen en inclusie verandert voortdurend. Om te kunnen anticiperen op de stijgende vraag naar toegankelijk toerisme, is het belangrijk dat de toeristische sector op de hoogte is en meegaat met de ontwikkelingen. De volgende paragrafen behandelen opkomende denkrichtingen die in overweging moeten worden genomen voor een inclusieve toeristische toekomst.

3.7.1 Wat is ableism?

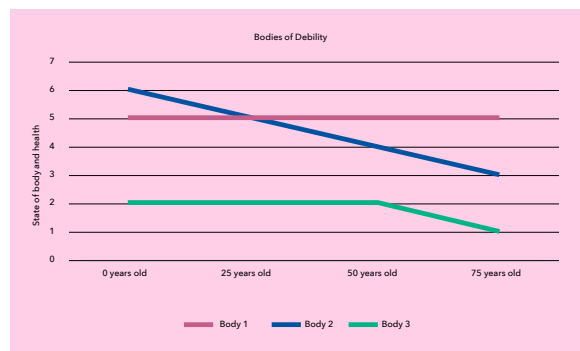
Een relevant concept dat nauw verband houdt met het medische model van beperkingen is ableism (validisme). Het is belangrijk om ableism te begrijpen, aangezien het een sleutelrol speelt in de huidige vorm van toerisme. Ableism is de discriminatie van en sociale vooroordelen tegen mensen met een beperking op basis van de overtuiging dat bepaalde vaardigheden superieur zijn. Ableism is, in wezen, geworteld in de veronderstelling dat mensen met een beperking ‘gefixt’ moeten worden en definieert mensen op basis van hun beperking. Net als racisme en seksisme classificeert ableism hele groepen mensen als ‘minderwaardig’ en omvat het schadelijke stereotypen, misvattingen en generalisaties over mensen met een beperking (Eisenmenger, 2019). Eerder in dit hoofdstuk hebben we vermeld dat toerisme grotendeels wordt ontwikkeld door en aangeboden aan mensen zonder beperking. Vaak zijn toeristische producten en omgevingen onbewust ontwikkeld vanuit een perspectief van ableism. Dit betekent bijvoorbeeld dat een cruiseschipcabine is ontworpen met smalle deuropeningen, steile trappen en een beperkt aantal toegankelijke badkamers, waardoor het voor reizigers die gebruikmaken van een rolstoel of mobiliteitshulpmiddelen moeilijk of onmogelijk is om zich (zelfstandig) te verplaatsen. Deze hut is ontworpen door iemand die geen lichamelijke beperking heeft en de ontwerper heeft daarom geen

rekening gehouden met eventuele moeilijkheden voor anderen bij het gebruik van zijn ontwerp. Dit wordt ook wel 'uitsluiting door ontwerp' of 'uitsluiting door veronderstelde vaardigheden' genoemd. Aangezien ableism, net als het medische discours, diepgeworteld is in de samenleving, is het moeilijk gebleken om over te schakelen naar een meer sociaal inclusieve benadering. Problemen ontstaan als gevolg van het relateren van capaciteiten aan ableism als norm (Goodley, 2014) hetgeen inhoudt dat de vaardigheden van mensen met een beperking worden vergeleken met die van mensen zonder beperking. Een wetenschapper zei treffend: 'De dominante ableism groep wordt geconfronteerd met problemen die zij zelf hebben gecreëerd' (Campbell, 2009). Wanneer we ons realiseren dat we onze eigen problemen creëren door niet voor iedereen te ontwerpen of te ontwikkelen, kunnen we beginnen anders te denken. We worden ons hiervan steeds meer bewust.

3.7.2 Mensen met dis/abilities

Hoofdstuk 2 ging dieper in op het concept van dis/ability. In lijn met het uitgangspunt dat de vermogens en beperkingen van mensen in de loop van de tijd veranderen, pleitten we voor het gebruik van de term *people with dis/abilities* (pwd/a). Met deze bewuste keuze willen we een basis leggen voor een meer hedendaagse benadering van dis/ability binnen de toerismesector, en daarmee meer nadruk leggen op de diversiteit van (potentiële) reizigers, bezoekers, klanten, gasten of gebruikers. Dit moet ook het doel onderstrepen om af te stappen van een ableism-perspectief, dat (on)bewust mensen uitsluit van ontwerpen, en om, in plaats daarvan, een breder perspectief op de vaardigheden van mensen gedurende hun hele leven te hanteren.

3.7.3 Debility: een toekomstbestendige benadering van dis/ability?



FIGUUR 4: Grafiek die de veranderende toestand van het lichaam gedurende het leven weergeeft

Debility erkent dis/abled lichamen. Deze relatief onbekende term binnen de toeristische context is voorgesteld en besproken door meerdere onderzoekers die werkzaam zijn op het gebied van beperkingen (Puar, 2009)(Goodley, 2014). Het concept van debility erkent dat alle lichamen gedurende hun hele leven te maken krijgen met verzwakking of zwakte, hetgeen betekent dat niemand te allen tijde volledig capabel is. Debility is het gevolg van ziekte, letsel, veroudering of ondervoeding, en benadrukt het proces van verzwakking in plaats van een permanente toestand te beschrijven. Kortom, door het lichaam te benaderen vanuit het perspectief van debility wordt erkend dat het lichaam voortdurend verandert en kwetsbaar is. Figuur 4 visualiseert dit veranderende lichaam gedurende het leven:

- Lichaam 1 (donkerblauwe lijn) wordt gezond geboren, maar de vermogens nemen gedurende het leven af;
- Lichaam 2 (oranje lijn) wordt gezond geboren en blijft gedurende het leven gezond;
- Lichaam 3 (groene lijn) wordt minder gezond geboren, blijft stabiel tot de leeftijd van 50 jaar, maar wordt minder gezond naarmate de veroudering vordert.

Lichamen functioneren gedurende het hele leven niet zo goed als men zou willen. Het functioneren van het lichaam hangt af van de sociale en interactieve context en de fysieke omgeving. Hetzelfde geldt voor verstandelijk functioneren. Als we rekening houden met deze veranderende aard van het lichaam, van ons eigen lichaam, zouden we toerisme op een andere manier kunnen ontwerpen en ontwikkelen. Deze benadering, waarbij rekening wordt gehouden met de veranderende aard van de capaciteiten van mensen, wordt ook wel de 'levensloopbenadering' (whole of life approach) genoemd. Dit perspectief is bijzonder relevant, aangezien naar schatting 30% van de bevolking op enig moment in zijn leven behoefte heeft aan toegankelijkheid, en de meeste mensen op een bepaald moment in hun leven te maken krijgen met een beperking (Darcy & Dickson, 2009). De levensloopbenadering en het concept van debility houden ook nauw verband met Universeel Ontwerp (Universal Design) en de Principes van Universeel Ontwerp (Universal Design Principles). Praktische benaderingen van Universeel Ontwerp voor toegankelijk toerisme zijn te vinden in Hoofdstuk 6, Tool 7.

3.7.4 Het Sociaal-Relationele Model: een hedendaagse benadering van het sociale model

Een meer hedendaagse benadering van beperkingen is het sociaal-relationale model. Dit model maakt

onderscheid tussen beperkingen en sociaal geconstrueerde barrières, en benadrukt dat zelfs in fysiek toegankelijke omgevingen psychosociale barrières deelname kunnen belemmeren (Smith & Bundon, 2018). Het ondersteunt de gedachte dat mensen met een beperking naast fysieke of structurele obstakels ook meer belemmeringen ondervinden bij het reizen. Het stelt dat mensen ook intrinsieke en interactieve beperkingen kunnen ondervinden (Gillovic et al., 2024b);

- Structurele beperkingen: externe barrières die verankerd zijn in systemen, omgevingen en instellingen;
- Intrinsieke beperkingen: individuele kenmerken, omstandigheden of persoonlijke omstandigheden;
- Interactieve beperkingen: ontstaan door de interactie tussen individuen en hun sociale of omgevingscontext.

Dit betekent dat, ook al worden externe barrières weggenomen, mensen nog steeds andere obstakels voor deelname kunnen ervaren. Dit onderstreept het belang voor de toeristische sector om op deze verschillende barrières te anticiperen. Veel van deze beperkingen komen aan bod in Tool 3.1 in Hoofdstuk 6, waarin je wordt uitgedaagd om de persoonlijke overwegingen van reizigers te begrijpen. De vier factoren die van invloed zijn op persoonlijke overwegingen maken deel uit van het 'Accessible Tourism Customer Journey Model', dat gepresenteerd wordt in Hoofdstukken 2 en 6.

3.8. Toegankelijk toerisme of inclusief toerisme?

De termen toegankelijk toerisme en inclusief toerisme worden beide gebruikt, wat soms tot verwarring leidt. In sommige gevallen verwijzen beide naar 'gelijke participatie van mensen met een beperking in het toerisme', terwijl in andere gevallen inclusief toerisme wordt gebruikt als een breder kader. In een rapport uit 2025 van de Wereldgezondheidsorganisatie staat:

'Inclusief toerisme richt zich op de inclusie van alle genders, leeftijden en kwetsbare gemeenschapsgroepen, evenals op de toegankelijkheid van toerisme en reizen voor ouderen en mensen met een beperking en hun verzorgers en families'.

Dit wijst op het verschil met toegankelijk toerisme, wat vooral gericht is op het wegnemen van drempels voor reizen voor mensen met een beperking en anderen met vraag naar toegankelijkheid. Toegankelijk toerisme gaat over de fysieke, cognitieve, sensitieve, en sociale toegankelijkheid. Het sluit aan op inzichten uit disability studies.

Inclusief toerisme daarentegen is gericht op de bredere sociale rechtvaardigheid. Het gaat over:

- Het wegnemen van belemmeringen voor werkgelegenheid in het toerisme en het doorbreken van barrières tussen de lokale bevolking en bezoekers;
- Het betrekken van lokale en ondervetegenwoordigde gemeenschappen bij de planning, besluitvorming en productie van toerisme;
- Het verminderen van de vraag naar gezondheidszorg en het ondersteunen van gezond ouder worden door het bevorderen van omgevingen en diensten die prioriteit geven aan toegankelijkheid, culturele gevoeligheid en holistische gemeenschapsgezondheid.

Naast deze kenmerken van inclusief toerisme benadrukt het Framework for Inclusive Tourism Development hoe toerisme op inclusiever kan worden ontwikkeld (Gillovic & McIntosh, 2020):

- Verschillende groepen mensen zijn betrokken als producenten van toerisme;
- Verschillende groepen mensen als consumenten;
- Representatie op waardige en gepaste manier;
- Machtsverhoudingen die zowel binnen als buiten het toerisme veranderen;
- Verbreden van deelname aan besluitvorming over toerisme;
- Meer en andere mensen en plaatsen te betrekken;
- Bevordering van wederzijds begrip en respect.

De twee bovenstaande kaders tonen aan dat inclusief toerisme een breder, systeemgericht concept is. Toegankelijk toerisme valt binnen dit bredere perspectief, waarbij de nadruk ligt op de deelname van mensen met een beperking en hun sociale netwerken.

3.9 De oproep voor anders denken over beperkingen in het toerisme

Als we beperkingen vanuit de verschillende invalshoeken bekijken, zien we dat beperkingen niet vaststaand of individueel zijn, maar fluïde en sociaal. Deze concepten zijn bekend binnen disability studies, maar binnen het toerisme komen ze nog nauwelijks aan bod. Het samenbrengen van deze twee werelden biedt een kans voor een nieuw inzicht voor de toeristische sector: de realisatie dat iedereen op enig moment in het leven met een beperking te maken kan krijgen. Toerisme moet daarom zo worden ontworpen dat het toegankelijk is voor zoveel mogelijk bezoekers, inclusief onszelf. Door meer toegankelijke omgevingen te creëren, nemen we die stap extra en richten we ons op werkelijke inclusie, zodat iedereen kan genieten van reizen en recreatie. •

Oefening

Persoonlijke Debility tijdlijn

Oefening: Maak je eigen tijdlijn van debility (zoals in Figuur 4)

1. Teken een lijn die je leven weergeeft vanaf je geboorte tot nu, en projecteer deze naar de toekomst.
2. Markeer momenten waarop je tijdelijke of voortdurende debility hebt ervaren (ziekte, letsel, psychische problemen, uitputting, verdriet).
3. Denk goed na: Hoe veranderde jouw behoefte aan toegankelijkheid op deze momenten? Voelde jij je belemmerd of juist ondersteund door je sociale omgeving? Hoe ervaarde je de fysieke toegankelijkheid?



Referenties

Campbell, F. K. (2009). *Contours of Ableism, Territories, Objects, Disability and Desire*. Palgrave Macmillan.

Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44. <https://10.1375/jhtm.16.1.32>

Diekmann, A., & McCabe, S. (2020). Introduction to the Handbook of Social Tourism. *Handbook of Social Tourism*. Edward Elgar Publishing.

Disability Wales (2018). *Social Model of Disability* retrieved on 25-03-2026 from <https://www.disabilitywales.org/wp-content/uploads/2024/08/Social-Model-of-Disability.pdf>.

Eichhorn, V. (2020). Social tourism to overcome social exclusion: towards a holistic understanding of accessibility and its users. *Handbook of social tourism*. Edward Elgar Publishing Ltd.

Eisenmenger, A. (2019, -12-12). Ableism 101 - What is Ableism? What Does it Look Like? <https://www.accessliving.org/newsroom/blog/ableism-101/>

Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and Inclusive Tourism Development: Current State and Future Agenda. *Sustainability*, 12(22)<https://10.3390/su12229722>

Gillovic, B., McIntosh, A., & Darcy, S. (2024a). Introduction. *The disabled tourist*. Emerald Publishing Limited. <https://10.1108/978-1-80455-828-720241001>

Gillovic, B., McIntosh, A., & Darcy, S. (2024b). *The Disabled Tourist* (First edition ed.). Emerald Publishing Limited.

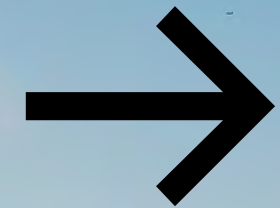
Goodley, D. (2014). *Dis/ability Studies; theorising disablism and ableism*. Routledge.

Oliver, M. (2004). The social model in action: if I had a hammer. *Implementing the Social Model of Disability: Theory and Research*. The Disability Press.

Puar, J. K. (2009). Prognosis time: towards a geopolitics of affect, debility and capacity. *Women & Performance: A Journal of Feminist Theory*, 19(2), 161-172.

Smith, A. &, & Bundon, A. (2018). Disability models: Explaining and understanding disability sport in different ways. In I. Brittain, & A. Beacom (Eds.), *The Palgrave handbook of paralympic studies* (pp. 15-34). Springer.

Deel 2. Het Economisch Perspectief





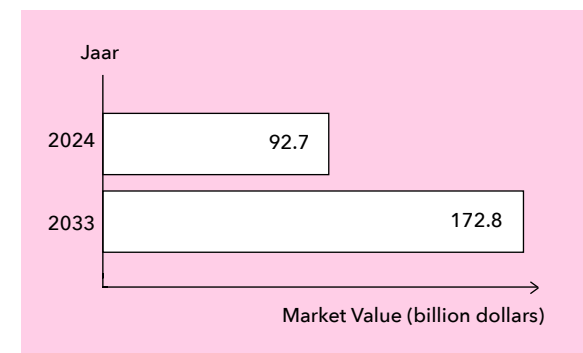
De economische waarde van toegankelijk toerisme

Steeds opnieuw blijkt uit onderzoek dat toegankelijke diensten en producten de kwaliteit van leven verbeteren, omdat ze geluk, zelfwaardering en optimisme versterken. Dit heeft veel organisaties gemotiveerd om de toegankelijkheid van bestaande diensten te verbeteren of nieuwe toeristische ervaringen te creëren. Toegankelijkheid biedt echter meer dan alleen sociale voordelen: het versterkt ook de economie aanzienlijk. Wanneer toegankelijkheid en inclusie goed worden toegepast, worden veel meer mensen in staat gesteld om deel te nemen aan toerisme en er geldt aan uit te geven. Hoewel dit niet de enige motivatie is, vormen deze economische voordelen een belangrijke drijfveer voor het ontwerpen en promoten van toegankelijk toerisme (Blichfeldt & Nicolaisen, 2011; McCabe, S. et al., 2010; McCabe, Scott, 2009).

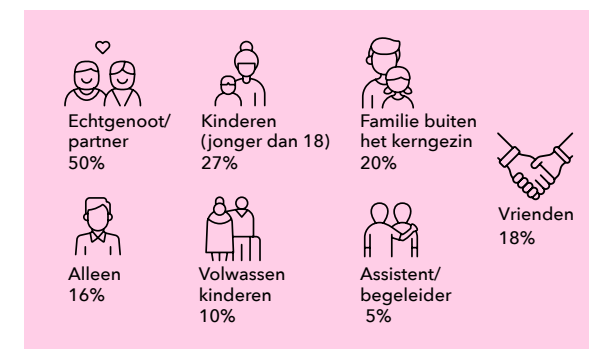
4.1 De marktkansen van toegankelijk toerisme

De markt voor toegankelijk toerisme groeit snel als gevolg van een voortdurend toenemende vraag naar aanbod. Bijna een kwart van de volwassenen in de EU geeft aan een beperking te hebben (Eurostat, 2025b) en bijna de helft van de reizigers met toegankelijkheidsbehoeften maakt één of meer internationale vakantiereizen per jaar (MMGY, 2025).

Het is erg moeilijk om de exacte marktwaarde



FIGUUR 1: Verwachte groei van de omvang van de markt voor toegankelijk toerisme



FIGUUR 2: Reisgenoten van mensen met toegankelijkheidsbehoeften

van toegankelijk toerisme te berekenen. Uit onderzoek blijkt echter dat de wereldwijde markt voor toegankelijk toerisme in 2024 een omvang van 92,7 miljard dollar bereikte. De markt groeit jaarlijks sterk en zal naar verwachting tot 2033 met 7,1% per jaar blijven groeien (Figuur 1) (Dataintelo, 2025).

Deze sterke groei wordt aangedreven door de toegenomen erkenning van de rechten van mensen met dis/abilities¹, de vergrijzing van de bevolking en de stijgende vraag naar inclusieve reiservaringen. De berekende omvang van de markt voor toegankelijk toerisme in 2024 bevestigt de verwachte groei die in de afgelopen decennia door verschillende instellingen is berekend, onder andere door OSSATE (Buhalis et al., 2006) en Bowtell (2015).

Reizigers met een beperking en directe toegankelijkheidsbehoeften reizen vaak in gezelschap. Dejenigen die voor recreatieve doeleinden internationaal overnachten in de EU, reisden in de samenstellingen zoals weergegeven in Figuur 2 (MMGY, 2025). Uit bovenstaande cijfers blijkt vooral dat er een enorme

¹ *Mensen met dis/abilities (PwD/A): de erkenning dat 'kunnen' en 'niet kunnen' of 'being able' of 'being disabled', geen vaste eigenschappen zijn, maar afhangen van omgevingsfactoren.*

vraag is naar inclusieve accommodaties. Dit gaat veel verder dan fysieke toegankelijkheid, zoals rolstoeltoegankelijke hotelingangen of aangepaste kamers. Het omvat een inclusieve mindset ten opzichte van gasten met uiteenlopende behoeften, waaronder gasten met pijn-gerelateerde beperkingen, visuele beperkingen of blindheid, gehoorbeperkingen of doofheid, cognitieve beperkingen, beperkingen op het gebied van geestelijke gezondheid of communicatieproblemen.

Daarnaast zijn gasten met beperkingen waardevolle klanten, die vaak voor een langer verblijf kiezen. Volgens een onderzoek uit 2023 door Visit England verbleven buitenlandse bezoekers met een beperking en hun reisgenoten gemiddeld 11,6 nachten in Engeland, tegenover slechts 7,3 nachten voor bezoekers zonder beperking (Visit Britain, 2023). Hieruit blijkt dat reizigers met een beperking en hun reisgenoten aanzienlijk meer nachten verblijven, en mogelijk ook meer geld uitgeven, dan reizigers zonder geregistreerde beperkingen. Deze langere verblijven bieden substantiële economische kansen, niet alleen voor accommodatieverstrekkers, maar misschien nog wel meer voor touroperators, reisbureaus en aanbieders van reizen, die langere, meer uitgebreide reiservaringen kunnen creëren. Naar schatting 109,2 miljoen potentiële reizigers in de Europese Unie zijn op zoek naar toegankelijke vakantiepakketten, rondleidingen en accommodatie. Deze sterke businesscase is als volgt berekend:

- 450,4 miljoen mensen in de EU: (Eurostat, 2025a);
- 107,7 miljoen mensen met een beperking in de EU: ongeveer 23,9% van de 450,4 miljoen mensen heeft een beperking;
- 49,6 miljoen reizigers met een beperking: 46% van de 107,7 miljoen mensen maakt jaarlijks een internationale vakantiereis;
- 2,2 personen per reis: reizigers met een beperking reizen gemiddeld met 2,2 personen per reis (Europese Commissie, 2015) in allerlei samenstellingen (MMGY, 2025);
- 109,2 miljoen reizigers zijn geïnteresseerd in toegankelijke toeristische producten en diensten: 49,6 miljoen reizigers met een beperking maal 2,2 (gemiddelde groepsgrootte).

Samengevat: binnen de EU alleen al is er een markt van 109,12 miljoen potentiële reizigers met speciale toegankelijkheidsbehoeften waarvoor moet worden gezorgd.

“Door onze focus op zelfstandig reizen voor mensen met een lichamelijke beperking, zijn we uitgegroeid

tot dé toonaangevende expert in Nederland. We zijn zowel touroperator als reisbureau. Sinds 2004 organiseren we toegankelijke vakanties en mensen komen elk jaar bij ons terug om een zonzvakantie, stedentrip of familievakantie te boeken. We werken ook samen met andere Nederlandse reisbureaus voor wie we groepsaccommodaties boeken, bijvoorbeeld in Griekenland of Oostenrijk. Ook op dit moment zitten er klanten te wachten op een reisplan. Sommigen voor volgend jaar, maar ook mensen die in november al willen vertrekken! Ze willen graag naar Berlijn, Barcelona, de VS en andere bestemmingen. Dat is erg last minute, maar we proberen iedereen te helpen!” Citaat van Gerda van 't Land, Buitengewoon Reizen, september 2025.

Naast accommodatie omvat een vakantie nog veel meer. Of een vakantie nu zelfstandig wordt ondernomen of als onderdeel van een reisarrangement, het omvat ook rondleidingen, privé- of openbaar vervoer, bezoeken aan bezienswaardigheden, het huren van mobiliteitshulpmiddelen en zorgdiensten. Daarnaast kunnen mensen behoefte hebben aan zeer specifieke toegankelijke diensten, zoals gebarentolken voor rondleidingen, rondleidingen met een langzaam tempo, rolstoeltoegankelijke boottochten, aangepaste fietstochten, campings met geschikte voorzieningen voor gezinnen met kinderen met een beperking, kamers in luxe boutique hotels met universeel ontworpen aangepaste badkamers, en accommodaties waar zorgdiensten als extra optie beschikbaar zijn. Er zijn veel mogelijkheden om diensten te ontwikkelen die voor iedereen geschikt zijn, maar er zijn ook veel mogelijkheden om diensten te ontwikkelen die aansluiten bij de specifieke toegankelijkheidsbehoeften van mensen.

4.2 Kritiek op de businesscase

Katerina Papamichail, expert op het gebied van toegankelijk toerisme en medeoprichtster van het European Network for Accessible Tourism (ENAT), onderstreept de economische waarde van mensen met een beperking voor de toeristische markt en zegt hier het volgende over: “Bij het ontwerpen van toeristische diensten en aanbiedingen mogen de behoeften van personen met toegankelijkheidseisen, waaronder personen met een beperking, niet worden beschouwd als een specifiek segment, maar als een integraal onderdeel van het ontwerp en de aanbieding. Zij beschikken over koopkracht en bovendien komt alles wat voor hen goed werkt, iedereen ten goede, in termen van

comfort en veiligheid, waardoor de kwaliteit van het aanbod wordt verbeterd. Toerisme moet voor iedereen zijn en toegankelijkheid moet een integraal onderdeel zijn van bestaande toeristische diensten, toeristische ontwikkelingsprojecten en de ontwikkeling van bestemmingen.” Bovendien kan, als financieel voordeel de enige reden is om toegankelijke diensten aan te bieden, dit leiden tot onvoldoende aandacht voor het menselijke aspect van toegankelijkheid en inclusie. Toegankelijkheid is geen quick-fix dienst die snel hoge marges oplevert; het vereist zorgvuldige aandacht voor de aspecten van beperking, sociaaleconomische omstandigheden en de ondersteuningsbehoeften van reizigers met dis/abilities. Deze persoonlijke overwegingen bij het plannen van reizen en het nemen van beslissingen worden later, in Hoofdstuk 6, besproken, maar het is essentieel om ze te begrijpen zodat kwaliteitsvolle diensten kunnen worden geleverd die leiden tot positieve ervaringen en daarmee tot een gevoel van welzijn. Een beperkte focus op financiële inkomsten of het afvinken van lijstjes, met weinig aandacht voor persoonlijke overwegingen en kwaliteitsdiensten, zal waarschijnlijk leiden tot ontevreden klanten.

Voorbeeld: een B&B vermeldt dat het beschikt over een aangepaste badkamer om ook gasten met een lichamelijke beperking te kunnen verwelkomen. Op de boekingspagina bevestigt de B&B dat het beschikt over een aangepaste badkamer, maar besteedt weinig aandacht aan de details van de exacte voorzieningen en afmetingen. Er zijn geen foto's of video's beschikbaar. Op de website staat wel vermeld dat er een drempelloze douche en een douchestoel aanwezig zijn. Een gast besluit deze kamer te boeken, omdat deze volgens de beperkte beschrijving toegankelijk lijkt te zijn. Er zijn geen andere opties om in een toegankelijke kamer in de buurt van de conferentie die zij bezoekt te verblijven, en ze heeft haast om een kamer te boeken, omdat alle kamers in de omgeving snel uitverkocht raken. Bij aankomst in de B&B constateert ze dat de badkamer erg klein is en dat er geen ruimte is om naar het toilet te gaan, omdat het toilet pal naast de douche staat. De douche is een drempelloze douche, maar heeft schuifdeuren die het voor haar onmogelijk maken om bij de douchestoel te komen en de overstap naar de stoel te maken. Ze kan haar benen niet gebruiken om die overstap te maken en is afhankelijk van haar armen om zich vanuit haar rolstoel naar het toilet- of douchezitje te verplaatsen. De dame heeft niet de optie om naar een andere accommodatie te gaan en moet wel in deze

B&B verblijven. Dit betekent dat het voor haar erg moeilijk zal zijn om het toilet te gebruiken en dat ze tijdens de dagen van haar zakelijke conferentie niet zal kunnen douchen. Dit geeft haar een teleurgesteld, machteloos en ongemakkelijk gevoel.

In het geval van deze B&B heeft het promoten van toegankelijkheid ervoor gezorgd dat ten minste één gast, en waarschijnlijk vele anderen, zich ontevreden en niet gerespecteerd voelen. Als deze B&B eerlijk de werkelijke toegankelijkheidsdetails had verstrekt, met afmetingen en foto's, zou de gast een andere beslissing hebben genomen, wat beter zou zijn geweest voor zowel de gast als de eigenaar van de B&B.

Kortom, om werkelijke toegankelijkheid te bieden en te promoten, is het noodzakelijk om potentiële gasten of reizigers met toegankelijkheidsbehoeften te begrijpen en eerlijke, gedetailleerde en objectieve informatie (beschrijvingen, foto's, video's) te verstrekken. Op deze manier kunnen mensen beslissingen nemen op basis van feiten. Het managen van verwachtingen en het praten met potentiële reizigers over hun persoonlijke overwegingen zal leiden tot diensten van hogere kwaliteit (indien dienovereenkomstig geleverd), tevreden reizigers en positieve beoordelingen.

4.3 Vijftig jaar toegankelijk reizen; wat we ervan leren

Om een beeld te krijgen van de omvang van het werk dat door individuen, organisaties, stichtingen en kleine tot middelgrote bedrijven is verricht, wordt in dit hoofdstuk een beknopt overzicht gegeven van de geschiedenis van toegankelijk toerisme. Door de opmerkelijke inspanningen te belichten die het voor iedereen mogelijk maken om te reizen, worden niet alleen degenen die erkenning verdienen in de schijnwerpers gezet, maar wordt ook het inzicht in de belangrijkste drijfveren en de geleerde lessen vergroot. Wat heeft toegankelijk toerisme de afgelopen 50 jaar omvat? Wie is betrokken geweest bij het communiceren over en het aanbieden van toegankelijke toeristische mogelijkheden? De lessen die uit deze inspanningen zijn getrokken, worden in dit hoofdstuk uiteengezet als richtlijnen voor toekomstige initiatieven op het gebied van toegankelijk toerisme.

4.3.1 Uitdagingen voor ontwikkeling van toegankelijk reizen binnen het kader van mainstream toerisme

Met de opkomst van het recreatieve toerisme vanaf de jaren vijftig droomden mensen ongeacht hun capaciteiten ervan om te reizen en ondernemen ze reizen naar geheel nieuwe bestemmingen. Aangezien reizen voornamelijk bedoeld was voor de welgestelden of voor degenen die door hun werkgevers op vakantie werden gestuurd voor hun welzijn, waren de vakantiemogelijkheden en de toeristische infrastructuur vooral ontworpen voor mensen in goede fysieke, cognitieve en mentale conditie. Met deze groei van de toeristische vraag tussen de jaren vijftig en tachtig (De Nooy van Tol et al., 2022) veranderden ook de verschillende toegankelijkheidseisen van aspirant-reizigers. Omdat toeristische producten vanaf het begin waren ontworpen voor en door able (valide) mensen, was het toerisme niet afgestemd op mensen met verschillende fysieke, zintuiglijke, cognitieve of mentale vaardigheden. Daardoor waren diensten en infrastructuur vanaf het prille begin van de ontwikkeling van het toerisme niet ontworpen voor gebruik door mensen met een beperking, waardoor uiteindelijk een groot marktaandeel werd uitgesloten. Het ontbreken van toeristische mogelijkheden voor mensen met een beperking werd opgemerkt, maar tot de jaren 80 buiten beschouwing gelaten (Dickson et al., 2024).

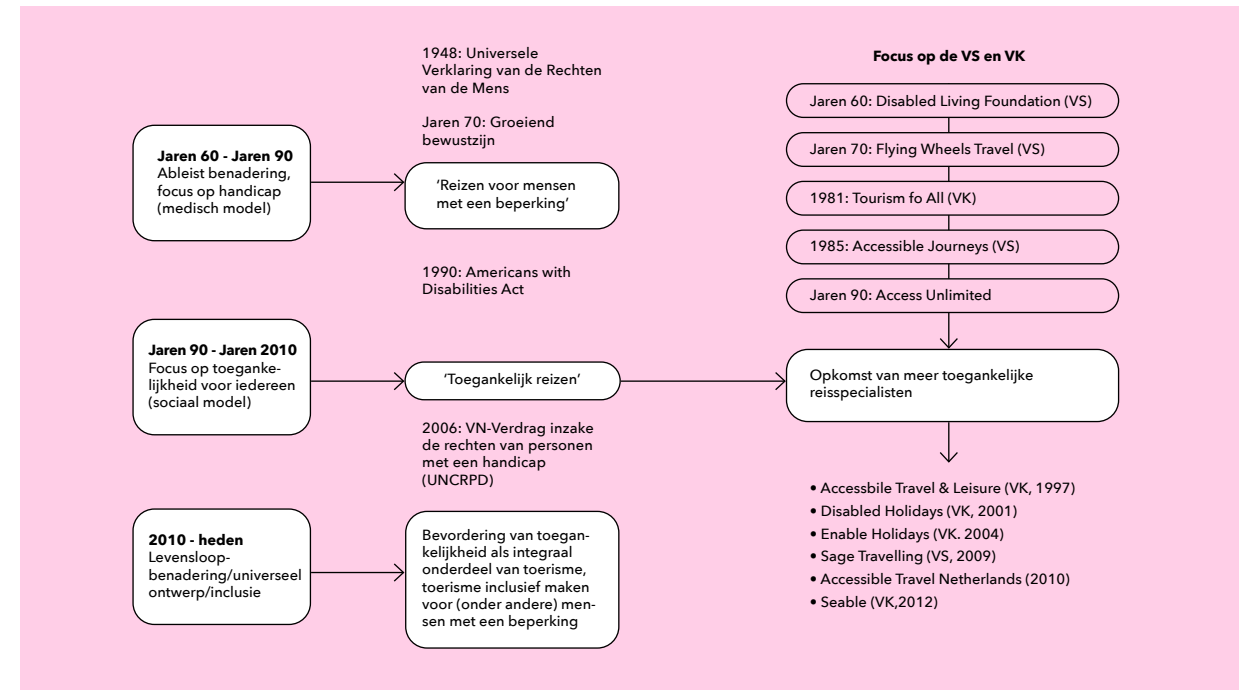
Naast het feit dat mensen met een dis/ability over het hoofd werden gezien, waren er nog verschillende andere redenen waarom de grote touroperators geen toegankelijke toeristische mogelijkheden ontwikkelden. Opmerkelijk genoeg zijn de argumenten om geen toerisme voor iedereen aan te bieden in de loop der tijd weinig veranderd. Deze redenen zijn samengevat in Figuur 3. De onderstaande redenen geven een meer gedetailleerde uitleg van de belemmeringen voor samenwerking. Deze obstakels hebben de ontwikkeling van toegankelijk toerisme belemmerd en doen dat nog steeds.

Kennisachterstand	Standaardisatieproblemen	Beperkingen van leveranciers	Traditionele focus
Gebrek aan inzicht in de vraag naar toegankelijke reizen	Lastig om reisproducten voor toegankelijkheid te standaardiseren	Weinig leveranciers beschikbaar voor samenwerking op het gebied van toegankelijke opties	Nadruk op traditionele massaproducten in plaats van toegankelijkheid
Opleidingskosten	Infrastructuurkosten	Afhankelijkheid van agenten	
Kosten in verband met het opleiden van personeel voor toegankelijke diensten	Kosten in verband met het aanpassen van infrastructuur en voertuigen	Afhankelijkheid van gespecialiseerde agenten belemmert bredere toegankelijkheid	

FIGUUR 3: Redenen waarom touroperators GEEN toegankelijke reisproducten aanbieden

gen voor samenwerking. Deze obstakels hebben de ontwikkeling van toegankelijk toerisme belemmerd en doen dat nog steeds.

- Ten eerste het gebrek aan perceptie van de vraag: touroperators onderschatten de vraag naar toegankelijke vakanties, omdat ze ervan uitgaan dat reizigers met een beperking op zoek gaan naar gespecialiseerde aanbieders. Als gevolg hiervan richten zij zich op reguliere vakantiepakketten in plaats van middelen te investeren in toegankelijk reizen. De vele sociale vooroordelen vormen een grote uitdaging en belemmeren ondernemers om te investeren in toegankelijkheid (Rubio-Escuderos et al., 2025).
- Complexiteit van standaardisatie: toegankelijkheidseisen zijn vaak complex en variëren per regio, land en domein. Het waarborgen van consistente standaarden voor toegankelijke kamers, vervoer en voorzieningen in elke bestemming is een uitdaging, vooral met een groot netwerk van hotels en leveranciers wereldwijd. Het garanderen van dezelfde toegankelijkheidsnormen bij al deze partners is een ware logistieke hindernis.
- Beperkte leveranciers om mee samen te werken: het gebrek aan samenwerking tussen belanghebbenden is een belangrijke belemmering geweest voor de uitbreiding van toegankelijk toerisme (Rubio-Escuderos et al., 2025). Niet alle hotels en resorts zijn uitgerust om tegemoet te komen aan de behoeften van reizigers met toegankelijkheidsbehoeften. Veel accommodaties en vervoersdiensten voldoen niet aan de minimale toegankelijkheidsnormen of hebben geen personeel dat is opgeleid om mensen met een dis/ability te helpen.
- Focus op traditioneel massatoerisme: veel touroperators zijn grotendeels gericht op het aanbieden van traditionele pakketreizen voor een breed publiek. Het ontwikkelen van toegankelijke reisarrangementen vereist extra tijd, training en coördinatie, hetgeen binnen de bredere bedrijfsmodellen geen prioriteit heeft.
- Kosten van infrastructuur en training: om een hoogwaardige, toegankelijke ervaring te garanderen, moet worden geïnvesteerd in personeelstraining, aanpassingen aan de infrastructuur en gespecialiseerde voertuigen. Deze kosten kunnen oplopen, waardoor het voor massamarkt touroperators minder kosteneffectief wordt om toegankelijke vakanties aan te bieden.
- Afhankelijkheid van gespecialiseerde toegankelijke touroperators: grote reisbureaus verwijzen klanten



FIGUUR 4: Inzicht in de geschiedenis van toegankelijk toerisme

met toegankelijkheidsbehoeften vaak door naar gespecialiseerde touroperators, in de veronderstelling dat deze beter zijn toegerust om aan die behoeften te voldoen. Dit versterkt het beeld dat toegankelijk reizen een gespecialiseerde dienst is, en niet iets dat mainstream is.

Hoewel de hierboven genoemde redenen historisch gezien altijd een belangrijke rol hebben gespeeld en blijven spelen voor de toeristische sector, is er toch vooruitgang geboekt op het gebied van toerisme voor mensen met dis/abilities. Er zijn veel initiatieven ontstaan vanuit zorgstichtingen, van mensen die zelf toegankelijkheidsbehoeften hebben, en van personen die persoonlijk werden geraakt door of gemotiveerd waren om de behoefte aan toegankelijke toerismemogelijkheden aan te pakken.

4.3.2 De opkomst van specialisten in toegankelijk reizen

Tussen de jaren zestig en zeventig groeide het bewustzijn van de behoeften van mensen met een beperking. Stichtingen en organisaties in de VS, VK en Europa begonnen vakanties aan te bieden die speciaal op hen waren afgestemd. In deze vroege periode werden toegankelijke vakanties voornamelijk binnen het eigen land van de deelnemers georganiseerd. In de jaren tachtig werd internationaal reizen mogelijk voor

mensen met voldoende budget, hetgeen leidde tot de opkomst van touroperators die zich specialiseerden in toegankelijke vakanties. Deze touroperators richtten zich op de FIT-markt (free independent travellers) en kleine groepsreizen (6-20 personen). Het aantal van deze eerste gespecialiseerde touroperators in de VS en het Verenigd Koninkrijk was klein genoeg om op twee handen te tellen en omvatte onder andere Flying Wheels Travel (jaren 70), Accessible Journeys (1985), Tourism for All UK (1981), en Can Be Done UK Scotland (1985). Hoewel veel van deze touroperators banden hadden met zorginstellingen, promootten ze op unieke wijze zelfstandig reizen, een nieuw concept in die tijd.

De afbeelding van Figuur 4 toont de ontwikkeling van specialisten op het gebied van toegankelijk reizen vanaf de jaren zestig. De geleidelijke toename in het aanbod van toegankelijke reisopties loopt parallel met de ontwikkelingen op het gebied van rechten voor personen met een beperking en mensenrechten, evenals met de evolutie van theoretische concepten. Aanvankelijk domineerde de ableist benadering, waarbij de nadruk lag op de beperking als het probleem (het medische model), zoals nader toegelicht in hoofdstuk 3. Vanaf de jaren '90 was er echter een groeiend bewustzijn dat mensen met medische aandoeningen niet geacht zouden moeten worden zich aan te passen;

in plaats daarvan zouden omgevingen en diensten aangepast moeten worden om toegankelijker te zijn voor iedereen. Deze focus op toegankelijkheid voor iedereen leidde tot het besef dat ook toerisme zo ontworpen moet worden dat het voor iedereen geschikt is. Dit leidde tot de opkomst van aanbieders van toegankelijk reizen, die zich richtten op het creëren en aanbieden van vakanties voor mensen met dis/abilities. Behalve in het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten waren er vóór 2000 in andere Europese landen maar weinig voorbeelden van goed gepromote gespecialiseerde reisorganisaties voor toegankelijk reizen. Rond het jaar 2000 ontstonden er echter meer gespecialiseerde touroperators die zich richtten op het samenstellen en verkopen van toegankelijke toeristische vakanties en ervaringen, meestal gericht op vakanties voor mensen met een lichamelijke beperking. Voorbeelden van dergelijke touroperators in Europa voor inkomende of uitgaande commerciële reizen zijn Disabled Holidays (VK, 2001), Accessible Travel UK (1997), Buitengewoon Reizen (NL, 2004), Accessible Travel Netherlands (2010), Disabled Accessible Travel (ES, 2004), Enable Holidays (VK, 2004), Limitless Travel (VK, 2014) en Runa Reisen (AUT, 2001). Naast vakanties voor mensen met een lichamelijke beperking nam ook het aanbod van vakanties voor mensen met een zintuiglijke, verstandelijke of chronische aandoening toe. Dergelijke vakanties worden aangeboden door zorginstellingen, stichtingen en commerciële bedrijven. Seable in het Verenigd Koninkrijk, opgericht in 2012, is een uniek voorbeeld van een vakantieaanbieder die vakantiepakketten voor mensen met een visuele beperking samenstelt en aanbiedt. Bijlage 1 bevat een lijst van bedrijven en stichtingen in Nederland om de verschillende soorten bedrijfsmodellen voor het aanbieden van toegankelijke reisopties te illustreren.

4.3.3 Uitdagingen bij samenwerking en groei voor aanbieders van toegankelijke reizen

Verschillende van de genoemde toegankelijke touroperators (en ook enkele niet-genoemde) hebben hun bedrijf gesloten om vergelijkbare redenen als reguliere touroperators, zoals economische teruggang, veranderende financiële regelgeving, verschuivingen in consumentvoorkeuren, de opkomst van online reisbureaus en de COVID-19-pandemie. Er zijn echter nog andere factoren die een grote invloed hebben op de financiële gezondheid en uitbreidingsmogelijkheden van specialisten in toegankelijk reizen, waaronder;

- Het feit dat touroperators en reisagenten voor toegankelijk reizen geen toegang hebben tot de boekingsportalen van reguliere touroperators, omdat toegankelijke kamers niet worden vermeld en er een gebrek is aan informatie over de toegankelijkheid van accommodaties;
- Het lastig is om alle gewenste bestemmingen aan te bieden, omdat het moeilijk is om (betrouwbare) leveranciers op elke bestemming te vinden en om voldoende informatie over de toegankelijkheid van accommodaties, transport, activiteiten en infrastructuur te verkrijgen;
- De hoge kosten van aansprakelijkheidsverzekeringen voor het organiseren van vakanties voor personen met dis/ability;
- De vaak hogere kosten van accommodatie, vervoer, én de kosten voor zorg, waardoor het reisarrangement duurder is dan een standaard reisarrangement. Daardoor worstelen touroperators met prijsstructuren en marges om de reisarrangementen financieel interessant te houden voor reizigers. Hogere prijzen voor reisarrangementen leiden ertoe dat reizigers de onderdelen van de vakantie rechtstreeks bij leveranciers boeken.

4.4 Oproep tot actie voor toeristische sector en reisbranche

We kunnen veel leren van 50 jaar toegankelijk reizen. In dit hoofdstuk werd het economische potentieel van toegankelijk toerisme belicht, werd de opkomst van vroege initiatieven op het gebied van toegankelijk reizen beschreven en werden de uitdagingen geschetst die toegankelijkheid nog steeds vormt voor de reguliere toerisme industrie. Gespecialiseerde aanbieders van toegankelijke reizen waren de eersten die het voortouw namen en vakanties voor iedereen ontwikkelden, parallel aan en vaak in de schaduw van het massatoerisme. Tegelijkertijd ontstonden er naast deze specialisten ook initiatieven voor sociaal toerisme onder leiding van stichtingen, non-profitorganisaties en zorginstellingen, die reismogelijkheden boden aan mensen met beperkte financiële middelen en mensen met dis/abilities. Toch blijft het een uitdaging om zelfstandige, toegankelijke reismogelijkheden aan te bieden. Om aan de stijgende vraag naar toegankelijk toerisme te voldoen, is het essentieel dat de reguliere toeristische sector en haar belanghebbenden een actievere rol gaan spelen. Dit hoofdstuk sluit daarom af met een oproep tot actie voor de bredere toeristische sector. De acties staan hieronder vermeld. •

Oproep tot actie voor de reisbranche

- Lees over de toenemende vraag naar toegankelijk toerisme en ondernem actie;
- Neem contact op met bestaande specialisten op het gebied van toegankelijk reizen voor samenwerking;
- Wees open en toon oprechte interesse in samenwerking (nationaal en internationaal) met specialisten op het gebied van toegankelijk reizen:
 - o Ondersteun hen bij het verkrijgen van toegankelijkheidsinformatie voor locaties en diensten;
 - o Bied hen passende accommodatiecapaciteit;
 - o Geef hun voldoende tijd om offline of online te boeken (bijvoorbeeld via allotments);
 - o Bied eerlijke prijsafspraken (commissietarieven, marges).
- Ontwikkel betrouwbare, gedocumenteerde toegankelijkheidsinformatie voor accommodaties, activiteiten en vervoer;
- Ondersteun de ontwikkeling van redelijke prijzen voor aansprakelijkheidsverzekeringen;
- Bied garanties en betalingsregelingen die de stabiliteit en groei van bedrijven ondersteunen;
- Bevorder de vraag naar toegankelijk toerisme en pleit voor universeel ontwerp;
- Gebruik de tools in hoofdstuk 6 om inzicht te krijgen in hoe je kunt samenwerken en co-ontwerpen met reizigers, toeristische aanbieders en leveranciers van toerisme en reizen.

Oefening

Coördineren van toegankelijk toerisme

Scenario:

Je werkt bij touroperator X, die gestandaardiseerde reisarrangementen verzorgt. Je werkt samen met een reisspecialist voor toegankelijk reizen die een verblijf organiseert voor een groep reizigers met een visuele beperking.

De reisspecialist voor toegankelijk reizen moet via touroperator X hotelkamers voor de groep boeken, omdat zij deze kamers niet rechtstreeks kan boeken.

Als zij dat zou proberen:

- Zouden de kamerprijzen veel hoger zijn, en;
- Zou rechtstreeks boeken niet mogelijk zijn omdat de kamers middels allotment bij jouw touroperator worden gehouden.

Stap 1. Oproep tot Actie

Welke van de 'Oproepen tot actie' uit hoofdstuk 5.3 zijn van toepassing om op een toekomstbestendige manier samen te werken?

Stap 2. Hoe samen te werken

Hoe kun je deze reisspecialist voor toegankelijk reizen helpen om deze boeking te realiseren? Stel praktische oplossingen of verbeteringen voor deze samenwerking voor.



Oefening

Aandacht voor toegankelijkheid én groei van het bedrijf

Als je twijfelt of je je moet richten op de groei van je bedrijf of op hoe je kunt meeliften op de toegankelijk toerisme-golf, bedenk dan dat het focussen op toegankelijkheid niet betekent dat je geen tijd hebt voor de groei van je bedrijf.

De tools in hoofdstuk 6 nemen je bij de hand, maar de onderstaande stappen laten je zien hoe je geleidelijk aan de slag kunt gaan. Later kan je meer in detail treden. Door er gewoon mee te beginnen, krijg je meer inzicht in wat jouw rol kan zijn!

Stap 1. Zoek naar potentiële partners

Zoek naar partners binnen de waardeketen van toegankelijk toerisme. Schrijf op welke agenten voor toegankelijk reizen of gespecialiseerde reisagenten er in je eigen land of op je bestemming beschikbaar zijn en neem gewoon contact met hen op. Vraag hen wat ze aanbieden en hoe jullie zouden kunnen samenwerken. Zie Tool 6 uit Hoofdstuk 6.

Stap 2. Begin gewoon

Begin met het opstellen van een beleid voor toegankelijk toerisme voor je bedrijf. Zie Tool 7 uit Hoofdstuk 6. Werk intern samen en misschien kun je je beleid samen ontwikkelen met mensen die ervaring hebben met een beperking.

Stap 3. Beschrijf toegankelijkheid

Beschrijf je beleid voor toegankelijk toerisme op je website. Zo manage je verwachtingen en laat je zien dat je investeert in toegankelijkheid en inclusie. Zie Tool 4 uit Hoofdstuk 6.

Stap 4. Controleer de digitale toegankelijkheid

Controleer de digitale toegankelijkheid van je online content met een self-scan. Zo weet je waar je staat met betrekking tot digitale toegankelijkheid en kun je passende maatregelen nemen. Zie Tool 4 uit Hoofdstuk 6.

Stap 5. Wees een pleitbezorger

Pleit voor toegankelijkheid. Maak jouw leveranciers van accommodaties, vervoer of rondleidingen bewust van de noodzaak om te communiceren over toegankelijkheid en om toegankelijke toeristische producten aan te bieden. Vraag hen om objectieve informatie over de toegankelijkheid van hun diensten te verstrekken (en deze up-to-date te houden) en foto- of videomateriaal aan te leveren.

Oefening

Verkennen van toegankelijkheidsbehoeften van een plaats

Deze oefening helpt je de potentiële omvang van toegankelijkheidsbehoeften in het toerisme te verkennen, terwijl je kritisch nadenkt over wat cijfers ons wel en niet kunnen vertellen over de persoonlijke ervaringen van mensen².

Stap 1 - Kies een plaats

Kies de stad, gemeente of het land waar je woont of werkt, of een plaats die je goed kent.

Stap 2 - Begin met het bredere plaatje

Zoek ongeveer uit:

Hoeveel mensen wonen er in dit geografische gebied? Schrijf dit aantal op als uitgangspunt.

Stap 3 - Zoom (voorzichtig) in

Maak aan de hand van beschikbare statistieken een schatting van:

Hoeveel mensen in dit gebied worden geïdentificeerd als mensen met een beperking? Houd er rekening mee dat niet alle beperkingen zichtbaar, geregistreerd of statisch zijn.

Stap 4 - Introduceer reisgedrag

Onderzoek toont aan dat ongeveer 46% van de mensen minstens één internationale vakantiereis per jaar maakt. Gebruik dit percentage om een ruwe schatting te maken: 46% van mensen met een beperking = geschat aantal mensen dat mogelijk reist. Let op: dit is een hypothetische schatting, geen voorspelling.

Stap 5 - Denk vanuit sociaal perspectief, niet vanuit individueel perspectief.

Gemiddeld reizen reizigers met een handicap met 2,2 begeleiders per reis. Vermenigvuldig uw resultaat uit stap 4: 2,2 x geschat aantal potentiële reizigers = bredere groep die betrokken is bij reiservaringen. Wat zegt dit over de relevantie van toegankelijkheid voor meer dan alleen de individuele reiziger?

Afsluitende overweging

Cijfers kunnen helpen om toegankelijkheid op systeemniveau zichtbaar te maken, maar ze geven nooit de persoonlijke ervaringen van mensen weer. Gebruik deze oefening om na te denken over voor wie toerisme momenteel is ontworpen en hoe toegankelijkheid een veel bredere en meer diverse groep reizigers ten goede kan komen in de loop van hun leven.

2 Belangrijke opmerking: De cijfers die in deze oefening worden gebruikt, zijn indicatief en vereenvoudigd. Het doel is niet om een exact aantal te produceren, maar om na te denken over aannames, zichtbaarheid en de systemische relevantie van toegankelijkheid.



De markt voor toegankelijk toerisme groeit snel als gevolg van de continue groeiende vraag. Bijna een kwart van de volwassenen in de EU meldt een beperking (Eurostat, 2025b) en bijna de helft van de reizigers met vraag naar toegankelijkheid gaat één keer of vaker per jaar in het buitenland op vakantie.

Referenties

Blichfeldt, B. S., & Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: not easy, but doable. *Current Issues in Tourism*, 14(1), 79-102. <https://10.1080/13683500903370159>

Bowtell. (2015). Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: a focus on major travel and leisure companies. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 203. <https://10.1108/jtf-03-2015-0012>

Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E., & Miller, G. (2006). *Accessibility Market and Stakeholder Analysis*. https://www.accessibletourism.org/resources/ossate_market_analysis_public_final.pdf?utm_source=chatgpt.com

Dataintel. (2025). *Accessible Tourism Market Research Report 2023*. <https://dataintel.com/report/accessible-tourism-market>

De Nooy van Tol, H. P., Reuvers, D., Dens, E., & Toch, H. (2022). *Toerisme is dood, lang leve de reiziger. Reisgids voor transitie*. Pelckmans.

Dickson, T. J., Darcy, S., & Schweinsberg, S. (2024). Co-designing accessible tourism WITH the disability community for embodied choice. *Tourism Geographies*, 1. <https://10.1080/14616688.2024.2423162>

European Commission, D. E. a. l. (2015). *Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe*. https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d04fbb3d-8d15-4fe3-b554-844bde75c171?utm_source=chatgpt.com

Eurostat. (2025a). *Population and population change statistics*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_and_population_change_statistics

Eurostat. (2025b). *Population with disability*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_with_disability

McCabe, S., Joldersma, T., & Chunxiao, L. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective wellbeing and quality of life. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 761-773. <https://doi.org/10.1002/jtr.791>

McCabe, S. (2009). WHO NEEDS A HOLIDAY? EVALUATING SOCIAL TOURISM. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 667-688. <https://10.1016/j.annals.2009.06.005>

MMGY. (2025). *Portrait of European Travellers with mobility and accessibility needs*. <https://www.accessibletourism.org/resources/2025-poetwd-preview-edition-enat-pdf.pdf>

Rubio-Escuderos, L., Ullán de la Rosa, F. J., & García-Andreu, H. (2025). What is stopping the process? Analysis of obstacles to accessible tourism from a stakeholders' perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 36, 100879. <https://10.1016/j.jdmm.2024.100879>

Visit Britain, V. E. (2023). *Discover the Value of the Purple Pound*. <https://www.visitbritain.org/business-advice/make-your-business-accessible-and-inclusive/discover-value-purple-pound>





Een op rechten gebaseerd kader: beleid en richtlijnen

Deelname aan toerisme is een mensenrecht (McCabe & Diekmann, 2015).

Je vraagt je misschien af waar je moet beginnen als het gaat om regelgeving voor inclusie in het toerisme. Wat zijn de richtlijnen en hoe kunnen deze je helpen om inclusie in jouw praktijken te integreren? Misschien kan je zelfs jouw eigen visie op inclusie ontwikkelen? Je kunt een bijdrage leveren en samenwerken bij het ontwikkelen van interventies. De regels en voorschriften kunnen echter op een doolhof lijken, zonder een heldere blauwdruk van hoe de uiteindelijke toegankelijkheid eruit moet zien. Dit hoofdstuk geeft inzicht in de historische achtergrond en politieke kaders rond de rechten van mensen met een beperking en toerisme. Het begint met internationale regelgeving, gevolgd door richtlijnen voor de implementatie van deze voorschriften en een overzicht van Europese initiatieven ter bevordering van Toegankelijk Toerisme. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een focus op de politieke invulling van toegankelijkheid in Nederland. Hoewel dit boek bedoeld is voor lezers over de hele wereld, is het specifiek gericht op het ondersteunen van de Nederlandse toerismesector bij het bevorderen van toegankelijkheid. Je leert niet alleen over rechten, regelgeving en richtlijnen, maar ook hoe je deze in de praktijk kunt toepassen. Voorbeelden en verwijzingen naar de hulpmiddelen in hoofdstuk 6 begeleiden je door het proces.

5.1 Een korte geschiedenis

Het opkomen voor en ondersteunen van de rechten van mensen met alle soorten beperkingen begon een eeuw geleden en heeft geleid tot de ontwikkeling van projecten en steungroepen. De Declaration on the Rights of Disabled Persons uit 1975 werd gevolgd door het Internationale Jaar van Gehandicapte Personen in 1981. Deze jaarlange focus op de rechten van mensen met een handicap leidde tot de opkomst van een door de gehandicapte gemeenschap geleide sociale beweging die eiste: "Niets over Ons, Zonder Ons" ("Nothing about Us Without Us") (Dickson et al., 2024). Deze beweging, die in de jaren negentig popu-

lair werd gemaakt door activisten die zich inzetten voor personen met een beperking, eiste zelfstandig wonen door zich te verzetten tegen de institutionalisering van personen met een beperking die dezelfde rechten wilden als iedereen, waaronder toegang tot de gebouwde omgeving, gezondheidszorg, reizen, sport, vrije tijd en toerisme.

De slogan "Niets over Ons, Zonder Ons" werd een fundamenteel principe in de wereldwijde belangenbehartiging voor de rechten van mensen met een beperking. Deze slogan, die zijn oorsprong vond in Midden-Europese bewegingen voor mensen met een beperking en later wereldwijd werd omarmd, verwoordde de eis dat mensen met een beperking rechtstreeks moeten kunnen deelnemen aan alle beslissingen die hun leven beïnvloeden (Charlton, 1998). De invloed ervan heeft zowel het normatieve discours als de regelgevingskaders rond toegankelijkheid en inclusie fundamenteel veranderd.

5.1.1 Verdrag van de Verenigde Naties inzake de Rechten van Personen met een Handicap (CRPD)

Een belangrijk keerpunt dat volgde op de opkomst van de beweging "Niets over Ons, Zonder Ons" was de aanneming van het United Nations Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD) in 2006. Box 1 geeft een overzicht van de doelstelling van het CRPD. Dit verdrag bestond niet alleen uit het verklaren van toegankelijkheid tot een mensenrecht (artikel 9 - Toegankelijkheid) (United Nations, 2025). Toegankelijkheid is ook verankerd in het principe dat mensen met een beperking een stem moeten hebben bij het opstellen en evalueren van beleid (UN, 2006). Met andere woorden: er mogen geen systemen meer worden ontworpen voor mensen zonder hen daarbij te betrekken. Dit betekende een verschuiving van een top-downbenadering, waarbij een beperking vooral werd gezien als een medisch probleem of een kwestie voor liefdadigheid, naar een op rechten gebaseerd model dat zelfbeschikking, waardigheid en inclusieve structuren vooropstelt (Degener, 2017).

VN-Verdrag inzake de Rechten van Personen met een Handicap (CRPD), 2006 – Artikel 1. Doelstelling

Doel van dit Verdrag is het volledige genot door alle personen met een handicap van alle mensenrechten en fundamentele vrijheden op voet van gelijkheid te bevorderen, beschermen en waarborgen, en ook de eerbiediging van hun inherente waardigheid te bevorderen. Personen met een handicap omvat personen met langdurige fysieke, mentale, intellectuele of zintuiglijke beperkingen die hen in wisselwerking met diverse drempels kunnen beletten volledig, effectief en op voet van gelijkheid met anderen te participeren in de samenleving.

Sinds de aanneming van het UNCRPD wordt in veel nationale en regionale beleidskaders steeds meer het belang van participatie van personen met een beperking erkend. Binnen de Europese Unie wordt zowel in de Europese Strategie inzake Handicaps 2010-2020 als in de huidige strategie voor 2021-2030 het belang van co-ontwerp en overleg met representatieve organisaties benadrukt (Europese Commissie, 2021). Deze verschuiving komt ook tot uiting in de nationale wetgeving inzake toegankelijkheid, waar de betrokkenheid van Organisaties van Personen met een Beperking (Disabled Person's Organisation; DPO's) op gebieden als beleidsontwikkeling, stadsplanning en vervoersontwerp geleidelijk aan steeds gebruikelijker wordt. In Nederland beheert de Alliantie VN-Verdrag Handicap de adviesraad en de website "Niets over ons zonder ons" (Adviespunt VN-verdrag Handicap, 2018). Deze alliantie is opgericht om de implementatie van het CRPD te stimuleren en bestaat uit belangenorga-

nisaties voor mensen met een handicap, waaronder leder(in), LFB, MIND en Per Saldo. De alliantie werkt rechtstreeks samen met het Nederlandse Ministerie van VWS (Ministerie voor Volksgezondheid, Welzijn en Sport), de gemeenten (VNG; Vereniging van Nederlandse Gemeenten) en werkgevers (VNO-NCW).

5.1.2 UNCRPD: een mensenrechtenkader voor de toerismesector

Deze ontwikkelingen op het gebied van beleid en participatie zijn zeer relevant voor de toerismesector. Nu toegankelijkheid en inclusie steeds meer aandacht krijgen in bredere beleidscontexten, wordt de toeristische sector opgeroepen om deze rechten in de praktijk te handhaven. Het CRPD biedt een mensenrechtenkader om mensen met een beperking te helpen volledig en gelijkwaardig te kunnen deelnemen aan het maatschappelijk leven, met waardigheid en gelijkheid. Meerdere studies hebben aangetoond dat mensen met een beperking hun recht op toegang tot en deelname aan toerisme willen uitoefenen, hetgeen wordt gezien als een integraal onderdeel van het moderne leven (Gillovic et al., 2024). In navolging van het CRPD zijn de Sustainable Development Goals afgestemd op de artikelen en bieden ze richtlijnen voor de toerismesector.

5.2 Richtlijnen voor toegankelijk toerisme

5.2.1 Adviesrapporten over toegankelijk toerisme door UN Tourism

Het Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap (CRPD) werd op 13 december 2006 aangenomen door de Algemene Vergadering van de Verenigde Naties en is sindsdien door bijna alle VN-lidstaten geratificeerd, waardoor het een van de meest algemeen aanvaarde mensenrechtenverdragen ter wereld is geworden (Stein & Lord, 2023). De ratificatie en brede acceptatie hebben specifieke richtlijnen voor toegankelijk toerisme gestimuleerd en bevorderd.

In 2013 heeft UN Tourism (voorheen UNWTO) de "Verklaring inzake de Facilitering van Toeristisch Reizen" erkend. Deze verklaring werd in 2009 aangenomen door de Algemene Vergadering van de UNWTO in resolutie A/RES/578 (XVIII) en stelt dat het vergemakkelijken van reizen voor personen met een beperking een essentieel onderdeel is van elk beleid voor de ontwikkeling van verantwoord toerisme (UNWTO, 2013). Deze verklaring leidde tot het eerste adviesrapport van UN Tourism ter bevordering van toegankelijkheid in het toerisme.

Dit rapport heet "Recommendations for Accessible Tourism"(UNWTO, 2013).

In de jaren daarna volgden meer adviesrapporten van UN Tourism:

- Manual on Accessible Tourism for All – Public Private Partnerships and Good Practices (UNWTO, 2015)
- Recommendations on Accessible Information in Tourism (UNWTO, 2016b)
- Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach (UNWTO, 2016a)
- Reopening tourism for travellers with disabilities: safety without imposing unnecessary obstacles (UNWTO, 2020)

In lijn met deze publicaties van UN Tourism in de afgelopen decennia omvatten meerdere Sustainable Development Goals (SDG's) maatregelen voor toegankelijkheid (zie Figuur 1). De doelen ondersteunen direct of indirect de ontwikkeling van meer gelijke kansen voor mensen met beperkingen op het gebied van toerisme.

5.2.2 Duurzame Ontwikkelingsdoelen en inclusie van mensen met een beperking

De SDG's stimuleren ook toegankelijkheid. Er is een specifiek document gepubliceerd waarin precies wordt uitgelegd hoe de SDG's mensenrechten en toegankelijkheid in het toerisme ondersteunen. Dit verklarende document is gepubliceerd door het Bureau van de Hoge Commissaris voor de Mensenrechten van de Verenigde Naties (OHCHR) en heet: "Policy Guidelines for Inclusive Sustainable Development Goals for Tourism". Hierin staat: "Om bij te dragen aan een implementatie van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG's) die inclusief is voor mensen met een beperking, zou de toeristische sector kansen voor mensen met een beperking moeten bevorderen" (UN, 2020). Dit document is relevant omdat het de noodzaak benadrukt om de mensenrechten in

het toerisme te respecteren. Het belicht de relevante SDG's om inclusie hoog op de agenda van de toeristische sector te plaatsen. De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- De toegankelijkheid van het openbaar vervoer, ruimtes en locaties verbeteren;
- Een onbeperkte bewegingsvrijheid voor personen met een beperking realiseren;
- De participatie van personen met een beperking in het toerisme als economische actoren en consumenten vergroten;
- De toegankelijkheid in de hele toeristische keten verbeteren.

Het document verwijst naar de do's en don'ts voor elke aanbeveling. Met betrekking tot de aanbeveling 'Verbetering van de toegankelijkheid in de hele toeristische keten' bevat het document een overzicht van maatregelen voor de toerismesector. De maatregelen worden weergegeven in Figuur 2. Dit handige overzicht somt de vereiste toegankelijkheidsmaatregelen op om de toeristische keten te verbeteren.

Hieronder volgt een voorbeeld op basis van het overzicht in Figuur 2. Het eerste onderdeel van de toeristische keten dat wordt genoemd, zijn de organisaties voor het beheer van toeristische bestemmingen. Deze organisaties wordt geadviseerd het voortouw te nemen en toegankelijke toeristische strategieën te ontwikkelen. Zij moeten de lokale toeristische sector begeleiden op het gebied van toegankelijkheid en universeel ontwerp voor een juiste promotie van diensten.

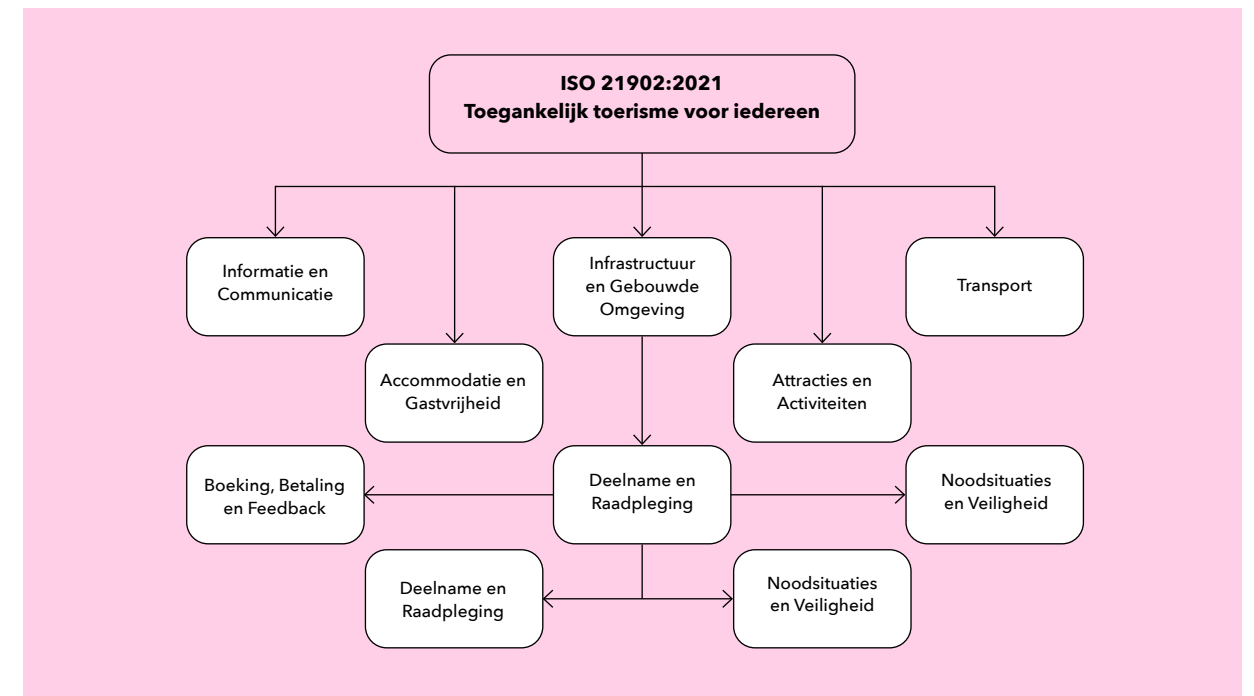
Een goed voorbeeld van een DMO die het voortouw neemt, is Toerisme Vlaanderen in België. Ze hebben meerdere brochures gemaakt over toegankelijke toeristische mogelijkheden in Vlaanderen en moedigen veel belanghebbenden in de toeristische keten aan om te communiceren over hun toegankelijkheid en om deze te verbeteren. Zij brengen toeristische aanbieders in contact met toegankelijkheidsexperts om de toegankelijkheid voor alle gasten te verbeteren. Daarnaast organiseren ze workshops om de toeristische sector te trainen en de inclusiviteit van het toerisme in Vlaanderen internationaal te promoten. Dit is een goed voorbeeld van hoe partners in de toeristische keten kunnen bijdragen aan de toegankelijkheid van het toerisme. Dergelijke initiatieven zijn nodig op elk niveau van de toeristische keten en op elke bestemming (nationaal, regionaal of hyperlokaal).



FIGUUR 1: Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen
(Bron: <https://www.un.org/sustainabledevelopment>)

Beheer van toeristische bestemmingen	<ul style="list-style-type: none"> • Toegankelijke toeristische strategie onder leiding van de autoriteiten voor toerisme; • Richtlijnen inzake toegankelijkheid en universeel ontwerp voor een accurate promotie van diensten;
Planning, toeristische informatie en reclame	<ul style="list-style-type: none"> • Informatie over de toegankelijkheid van diensten en faciliteiten (bijv. online reserveringssystemen); • Toegankelijke klantenservice en informatie over ondersteunende diensten (bijv. reparatie van hulpmiddelen);
Stedelijke en architecturale omgevingen	<ul style="list-style-type: none"> • Gereserveerde parkeerplaatsen, trottoirs en losplaatsen die bruikbaar zijn voor personen met een handicap; • Alternatieve communicatiemiddelen en bewegwijzering (gebarentaal, braille); • Ontwerp voor horizontale en verticale mobiliteit (gangen, hellingen, liften) en toegang tot WASH-faciliteiten;
Transportmiddelen en stations	<ul style="list-style-type: none"> • Toegankelijke transportdiensten en gerelateerde informatie; • Beschikbare en hoogwaardige ondersteunende diensten (bijv. hulp voor rolstoelgebruikers op luchthavens); • Op regelmatige afstanden gelegen rustplaatsen voor vervoer over land;
Accommodatie, catering en congressen	<ul style="list-style-type: none"> • Toegankelijke kamers en klantenservice en gastvrijheid voor levende assistentie (bijv. blindengeleidehonden); • Toegankelijk ontworpen en uitgeruste restaurants (bijv. menu's en WASH-voorzieningen); • Toegankelijke conferentiefaciliteiten, apparatuur (bijv. audio-inductielus) en diensten;
Activiteiten in natuurlijke en culturele omgevingen, culturele evenementen en winkelen	<ul style="list-style-type: none"> • Toegankelijke faciliteiten, informatiemateriaal en apparatuur met betrekking tot musea, theaters, bioscopen, sportcentra, natuurgebieden, stranden, enz.; • Opleiding van klantenservicepersoneel.

FIGUUR 2: Aanbevelingen voor toegankelijk toerisme; onderdelen van de toeristische keten en belangrijke elementen met betrekking tot de inclusie van personen met beperkingen



FIGUUR 3: De belangrijkste onderdelen van ISO 21902:2021

5.2.3 Rapport 'Transitietraject voor Toerisme' over inclusie van mensen met een beperking

Een ander rapport dat toegankelijkheid en inclusie in het toerisme aanmoedigt, is het 'Beleidsrapport: Transitietraject voor Toerisme' ('Policy Report: Transition Pathway for Tourism') uit 2022 (Europese Commissie, 2022). Dit rapport schetst hoe de SDG's het toerisme in het algemeen beïnvloeden en stelt gebieden voor waar belanghebbenden, vaak door middel van samenwerking en co-creatie, actie moeten ondernemen om de groene en digitale transformatie te versnellen en een grotere veerkracht in het toeristische ecosysteem te bevorderen. Om belanghebbenden te ondersteunen bij het werken met de SDG's zijn specifieke actiepunten geformuleerd. Een aantal van deze actiepunten onderstreept het belang van sociale duurzaamheid, inclusie en toegankelijkheid. Actiepunt 25 benadrukt specifiek het belang van toegankelijke toeristische ontwikkeling voor de transformatie van het toerisme, aangezien het zich richt op 'het verbeteren van toegankelijke toeristische diensten'. Dit actiepunt omvat de volgende oproepen tot actie:

- Het bewustzijn vergroten van het belang van toegankelijkheid in het toerisme;
- Het aanbod en de zichtbaarheid van toegankelijke toeristische diensten verbeteren;

- EU-regels inzake toegankelijke overheidsopdrachten toepassen.

Het rapport geeft duidelijk aan waarom aandacht voor de ontwikkeling van toegankelijk toerisme relevant is voor de dubbele transitie:

"Er zijn ongeveer 87 miljoen mensen met een of andere vorm van beperking in de EU, en in 2020 was 20,6 % van de EU-bevolking 65 jaar of ouder. Gezien de vergrijzing van de EU-bevolking, vormen 65-plussers een belangrijke consumentengroep voor toerisme, die met familie en vrienden uitstapjes maakt en reist. In 2019 waren toeristen ouder dan 55 jaar al goed voor 41 % van alle overnachtingen in het toerisme. Bovendien hebben personen met een handicap, zoals benadrukt in het VN-Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap (waarbij de EU en alle lidstaten partij zijn) en de Strategie voor de Rechten van Personen met een Handicap 2021-2030, recht op gelijke toegang tot toerisme (reizen, gastvrijheid, culturele activiteiten)" (Europese Commissie, 2022).

In aansluiting op deze verklaring en de actiepunten bevat het rapport de volgende aanbevelingen (Europese Commissie, 2022):

- Zorg voor toegankelijke toeristische voorzieningen op alle bestemmingen;

- Geef duidelijke en toegankelijke informatie aan reizigers die hun verblijf en activiteiten plannen en reserveren;
- Het ontwikkelen van aangepaste accommodaties zou een concurrentievoordeel kunnen opleveren;
- Maak het voor bredere groepen mensen mogelijk om verschillende gebieden te bezoeken en culturele ervaringen op te doen;
- Reizigers die in het buitenland gezondheidszorg nodig hebben, moeten tijdens hun reis toegang hebben tot de diensten die zij nodig hebben;
- Verdere toepassing en ontwikkeling van elektronische grensoverschrijdende gezondheidsdiensten, zoals e-recepten en patiëntendossiers, kan de ontwikkeling van toerisme in de EU vergemakkelijken voor mensen die in het buitenland gezondheidszorg nodig hebben;
- Ondersteuning van meer toegankelijke ecologische toeristische diensten;
- Ontwikkeling van toegankelijke virtual reality- en augmented reality-oplossingen;
- Er moet aandacht worden besteed aan mensen met een beperking bij de implementatie van de digitale transitie in toeristische marketing, het delen van informatie, reserveringsdiensten en het aanbieden van toeristische ervaringen.

Naast actiepunt 25, dat louter gericht is op toegankelijk toerisme, ondersteunen andere onderwerpen op directe of indirecte wijze inclusieve praktijken. De aanbevolen acties zijn gericht op meer aandacht voor geverifieerde informatie over toegankelijkheid, de uitwisseling van beste praktijken op het gebied van toeristische strategieën, bewustmaking van de vaardigheden die nodig zijn voor de transitie van het toerisme en de diversificatie en ontwikkeling van toeristische diensten die zowel de inwoners als de bezoekers ten goede komen.

5.2.4 ISO-Norm voor toegankelijk toerisme

ISO-normen zijn internationale richtlijnen die organisaties helpen bij het ontwerpen van producten en diensten die veilig, betrouwbaar en bruikbaar zijn voor mensen over de hele wereld. Volgens Tamar Makharashvili, expert op het gebied van inclusief toerisme, is de ontwikkeling en invoering van de ISO-norm voor Toegankelijk Toerisme een mijlpaal. De ISO-norm 21902: 2021 heet: "Toerisme en Aanverwante Diensten - Toegankelijk Toerisme voor Iedereen - Eisen en Aanbevelingen".

Makharashvili merkt op: "Deze internationale norm biedt een holistisch kader dat actoren in de toerismesector, waaronder overheidsinstanties, beheerders van

bestemmingen, dienstverleners en vervoersbedrijven, begeleidt bij het integreren van toegankelijkheid door de gehele toeristische waardeketen. In plaats van identieke oplossingen voor elke context voor te schrijven, beveelt ISO 21902:2021 een flexibele en systematische methodologie aan die is gebaseerd op de principes van universeel ontwerp en voortdurende verfijning." Figuur 3 toont de holistische reikwijdte van de ISO-norm, aangezien deze elke fase van de reis van de bezoeker behandelt, van de planning en aankomst tot de ervaring ter plaatse en het vertrek (Makharashvili, 2025).

5.2.5 De ISO-Normen voor toegankelijk toerisme implementeren

Verschillende organisaties, waaronder UN Tourism en ENAT, hebben samengewerkt om de ISO-normen te vertalen naar duidelijke richtlijnen voor de reisbranche (touroperators, reisbureaus, OTA's). Dit document met richtlijnen biedt strategische en uitvoerbare aanbevelingen ter ondersteuning van de ontwikkeling en promotie van toegankelijke toeristische ervaringen, die voldoen aan de specifieke toegankelijkheidseisen van alle klanten (UN Tourism, 2024). Behalve voor de reisbranche zijn er ook richtlijnen ontwikkeld voor sectoren die verband houden met toerisme.

De documenten met richtlijnen volgens de ISO-norm zijn allemaal te vinden op de webpagina: <https://www.unwto.org/accessibility> en hebben betrekking op de volgende toerismegerelateerde sectoren:

- Touroperators, reisbureaus en reisagenten;
- Belangrijke spelers in de transportsector;
- Beheerders van natuurparken;
- Belangrijke spelers in het cultureel toerisme;
- Bedrijven in Accommodatie, Food & Beverage en MICE;
- Overheden en bestemmingen.

Het implementeren van ISO-normen kan in eerste instantie complex lijken. In aanvulling op de hierboven besproken documentatie, zijn de tools in dit boek ontworpen om je te helpen bij het zetten van de eerste praktische stappen. Het onderstaande voorbeeld illustreert hoe deze tools effectief kunnen worden gebruikt.

Attracties en activiteiten (geselecteerd onderdeel uit Figuur 3)

Stel je voor dat je een windmolen in Nederland beheert en je alle bezoekers wilt verwelkomen door

de toegankelijkheid te verbeteren. Waar moet je beginnen? Een nuttige eerste stap is het betrekken van de relevante belanghebbenden, zoals potentiële bezoekers, toegankelijkheidsexperts en een vertegenwoordiger van de lokale gemeente. Het samenbrengen van deze perspectieven stelt je in staat om de behoeften, de verwachtingen en de praktische beperkingen te bespreken. Om samenwerkings- of participatiesessies te ondersteunen, kunnen de volgende Tools worden toegepast:

- Tool 2: Accessible Travel Chain (Toegankelijke Reisketen) - om inzicht te krijgen in het volledige bezoekersproces en de betrokken belanghebbenden;
- Tool 3: Accessible Tourism Customer Journey (Toegankelijke Toeristische Klantreis) - om de persoonlijke overwegingen en ervaringen van bezoekers tijdens hun reis te verkennen;
- Tool 6: Accessible Tourism Value Chain (Toegankelijke Toeristische Waardeketen) - om potentiële partners en leveranciers te identificeren;
- Tool 4: Digitale toegankelijkheid en inclusieve marketing - om te zorgen voor duidelijke en inclusieve communicatie over toegankelijkheid.

Voor elk van de onderdelen die in hoofdstuk 3 worden gevisualiseerd, kunnen de tools in dit boek op een vergelijkbare manier worden gebruikt om toegankelijke en inclusieve praktijken te ondersteunen.

5.3 De agenda voor toegankelijk toerisme

De oproepen tot actie in de bovenstaande paragrafen stimuleren de verdere ontwikkeling van een toegankelijk en inclusief toerismebeleid. De volgende richtlijnen en initiatieven ondersteunen de groei van bewustwording en actie in heel Europa:

- UNWTO San Marino Action Agenda 2030 (UN Tourism, 2023);
- Norway Declaration on Universal Design (Ambrose, 2024);
- European Accessibility Act (EAA);
- The Accessible EU Resource Centre; Opggericht in 2021 door de Europese Commissie Strategie voor de Rechten van Personen met een Handicap 2021-2030. Informatiecentrum voor toegankelijkheid: gebouwde omgeving, vervoer, informatie- en communicatietechnologieën (Accessible EU, 2025).
- EU Access City Awards; Onderscheiding voor Europese steden die de toegankelijkheid op lokaal niveau verbeteren en bevorderen.

In Nederland zijn de rechten op inclusie van mensen met een handicap verankerd in het volgende beleidskader en de volgende richtlijnen:

1. VN-Verdrag inzake de Rechten van Personen met een Handicap (CRPD)
2. Wet gelijke behandeling op grond van handicap of chronische ziekte (WGBH/CZ)
3. European Accessibility ACT (EAA)
4. Handreiking Lokale Inclusie Agenda
5. Implementatieprogramma 'Onbeperkt meedoen!'
6. Integrale Toegankelijkheid Standaard 2023 (ITstandaard 2023)
7. NEN 9120 - Toegankelijkheid van Gebouwen
8. Landelijk Actieplan 'Iedereen doet mee!'

- EASPD Innovation Awards; Innovatieprijzen voor het werk van dienstverleners in de sector voor personen met een handicap toegekend door de European Association of Service Providers for Persons with Disabilities.
- Europese gehandicaptenkaart;
- Europese parkeerkaart.

5.4 Belangrijkste conclusies

Inclusief toerisme vereist zowel visie als actie. Principes zijn belangrijk, maar nog belangrijker zijn de kleine details die daadwerkelijk vormgeven aan de ervaringen.

- Toegankelijkheid is een mensenrecht: iedereen

moet volledig kunnen deelnemen aan toerisme en vrijetijdsbesteding.

- Richtlijnen zetten rechten om in daden: de aanbevelingen van UN Tourism helpen om principes om te zetten in inclusieve praktijken.
- Normen maken het praktisch: ISO-normen bieden concrete hulpmiddelen om toegankelijkheid consistent en effectief te implementeren.
- Praktische tools ondersteunen de implementatie: de tools in hoofdstuk 6 helpen bij het plannen van reizen, het begrijpen van het perspectief van reizigers, het creëren van toegankelijke toeristische producten, het verbeteren van digitale toegankelijkheid en het bevorderen van samenwerkingen. •

Oefening

ISO 21902 in de praktijk - jouw ideeën voor verbetering van toegankelijkheid

Doelstelling: Pas ISO 21902:2021 toe op een daadwerkelijk bestaande toeristische dienst of product vanuit het perspectief van een aanbieder.

Stap 1: Kies een onderdeel
Kies één hoofdonderdeel uit ISO 21902:2021, zoals weergegeven in figuur 3.

Stap 2: Denk als een aanbieder
Stel je voor dat je deze dienst of dit product beheert. Wat zou je kunnen verbeteren om het toegankelijker en inclusiever te maken?

Stap 3: Brainstorm over één concrete verbetering

- Dit kan klein of groot zijn, bijvoorbeeld duidelijke bewegwijzering, toegankelijke boekingsformulieren, personeelsopleiding, herontwerpen van processen of samenwerkingen met leveranciers.
- Houd het realistisch en uitvoerbaar.
- Bedenk hoe jouw idee de bezoekerservaring voor iedereen kan verbeteren, niet alleen voor mensen met een beperking.

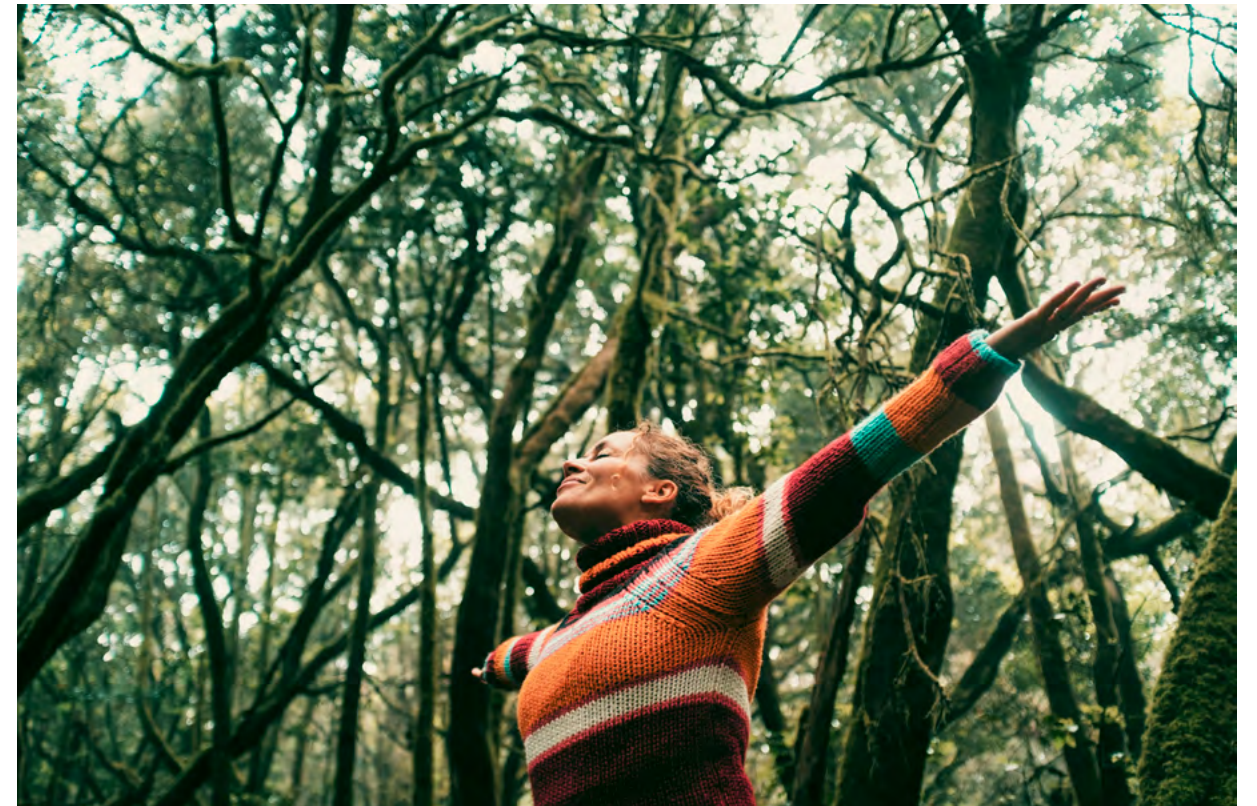
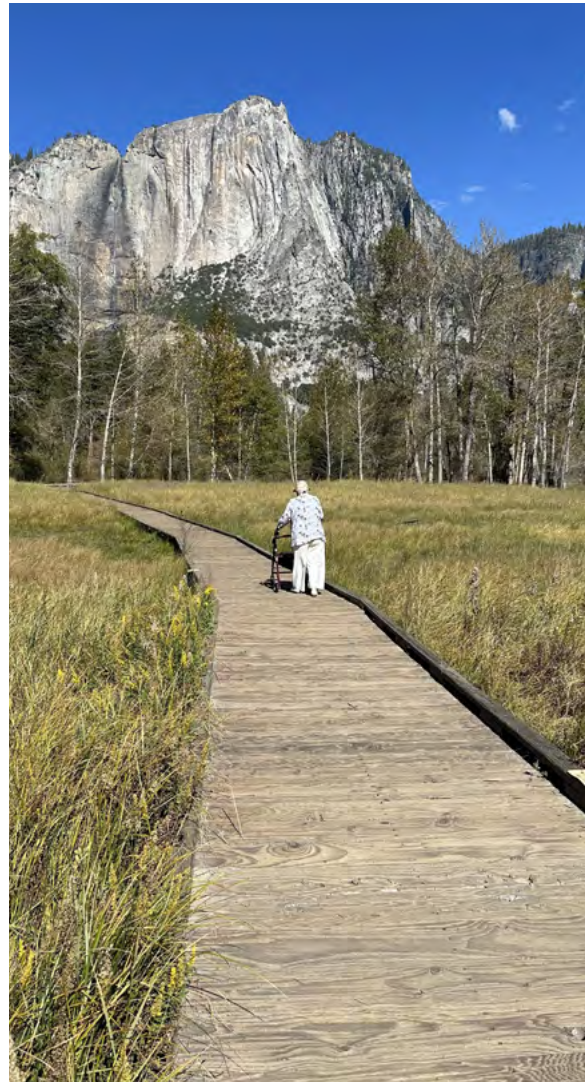
Stap 4: Reflecteer en leg verband met ISO

Voorbeeld:

Jouw idee:
Introduceer visuele en auditieve instructies voor bewegwijzering in bussen

Toegepaste ISO-component:
Informatie en communicatie

Hoe het alle bezoekers ten goede komt:
Alle passagiers kunnen zelfstandig gebruikmaken van het openbaar vervoer, niet alleen mensen met een beperking



De ISO-standaard biedt een holistisch kader dat stakeholders binnen de toerismesector ondersteunt om toegankelijkheid in de gehele toeristische waardeketen te verankeren.

Referenties

Adviespunt VN-verdrag Handicap. (2018). *Niets Over Ons Zonder Ons*. <https://nietsoveronzonderons.nl/>

Ambrose, I. (2024). *Norway Declaration on Universal Design*. <https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.news.2406>

Charlton, J. I. (1998). *Nothing About Us Without Us, Disability Oppression and Empowerment* (1st ed.). University of California Press.

Degener, T. (2017). A New Human Rights Model of Disability. *The United Nations Convention on the Rights of Persons with Disabilities: a commentary* (pp. 41-59). Springer.

Dickson, T. J., Darcy, S., & Schweinsberg, S. (2024). Co-designing accessible tourism WITH the disability community for embodied choice. *Tourism Geographies*, , 1. <https://10.1080/14616688.2024.2423162>

European Commission. (2021). *Union of equality: Strategy for the rights of persons with disabilities 2021-2030*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/disability/union-equality-strategy-rights-persons-disabilities-2021-2030_en

European Commission. (2022). *Transition Pathway for Tourism*. European Commission. https://file:///C:/Users/Ve-roniek.Maat/OneDrive%20-%20Hogeschool%20Inholland/Documents/1.%20Onderzoek/1.%20Tourism%20&%20Inclusion/Artikelen/Transition_Pathway_For_TourismFEB2022_correctedlink.pdf

Gilovic, B., McIntosh, A., & Darcy, S. (2024). *The disabled tourist* (First edition ed.). Emerald Publishing Limited.

Makharashvili, T. (2025). *Inclusive Tourism*. Unpublished manuscript.

McCabe, S., & Diekmann, A. (2015). The rights to tourism: reflections on social tourism and human rights. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 194-204. <https://10.1080/02508281.2015.1049022>

Stein, M. A., & Lord, J. E. (2023). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*. https://legal.un.org/avl/pdf/ha/crpd/crpd_e.pdf

UN. (2006). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities and Optional Protocol*. UN.

UN. (2020). *Policy Guidelines for Inclusive Sustainable Development Goals TOURISM*.

UN Tourism. (2023). *UNWTO Launches San Marino Action Agenda for Accessible Tourism for All*. <https://www.untourism.int/news/unwto-launches-san-marino-action-agenda-for-accessible-tourism-for-all>

United Nations. (2025). *Article 9: Accessibility*. <https://social.desa.un.org/issues/disability/crpd/article-9-accessibility>

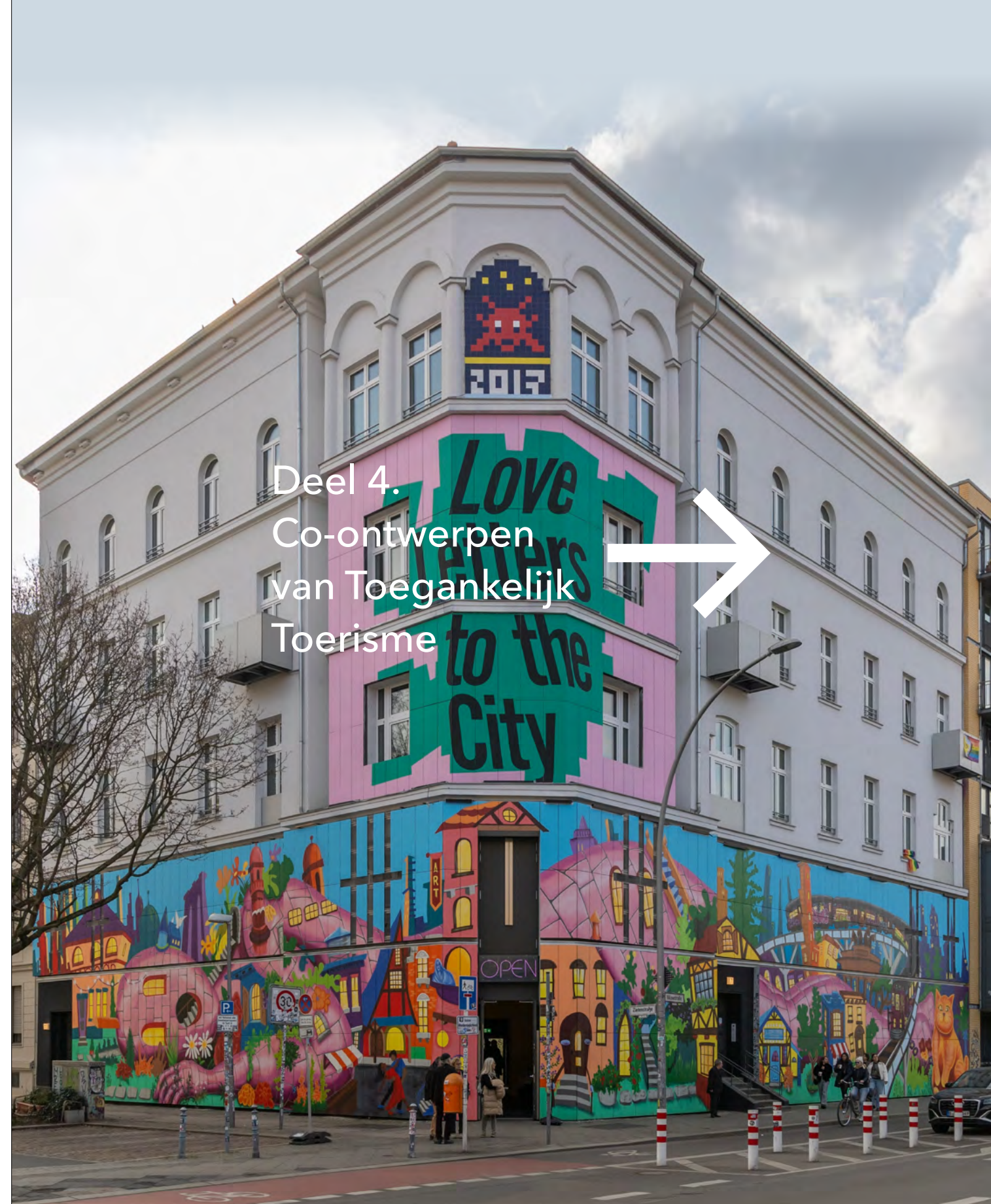
UNWTO. (2013). *Recommendations on Accessible Tourism*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://10.18111/9789284415984>

UNWTO. (2015). *Manual on Accessible Tourism for All - Public-Private Partnerships and Good Practices*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://10.18111/9789284416585>

UNWTO. (2016a). *Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://10.18111/9789284417919>

UNWTO. (2016b). *UNWTO Recommendations on Accessible Information in Tourism*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://10.18111/9789284417896>

UNWTO. (2020). *REOPENING TOURISM FOR TRAVELLERS WITH DISABILITIES: HOW TO PROVIDE SAFETY WITHOUT IMPOSING UNNECESSARY OBSTACLES*.



Deel 4.
Co-ontwerpen
van Toegankelijk
Toerisme

Tools voor het ontwerpen van toegankelijke toeristische ervaringen

Aan de slag!

Dit is Deel 4 van het boek, het praktijkgedeelte dat je helpt om reizigers met een beperking en hun medereizigers of begeleiders echt te begrijpen. Misschien heb je een hoofdstuk overgeslagen, of heb je juist elk hoofdstuk tot nu toe gelezen. Hoe dan ook, je vraagt je wellicht af: waar komen deze Tools vandaan, en waarom zijn ze relevant? Met Tools worden in dit hoofdstuk praktische hulpmiddelen bedoeld, zoals modellen, invultemplates en checklists.

Hier is je routekaart:

- Waarom bestaan deze Tools?
>>> Lees de inleiding nog eens
- Waarom is toegankelijkheid in het toerisme noodzakelijk? >>> Bekijk Hoofdstuk 2
- Waarom hebben we meer mensgericht toerisme nodig? >>> Scan Hoofdstuk 3
- Waarom is toegankelijkheid economisch slim?
>>> Lees Hoofdstuk 4
- Waarom zijn fysieke, digitale EN sociale toegankelijkheid belangrijk? >>> Zie Hoofdstuk 5
- Hoe kan je dit daadwerkelijk DOEN?
>>> Lees verder!!

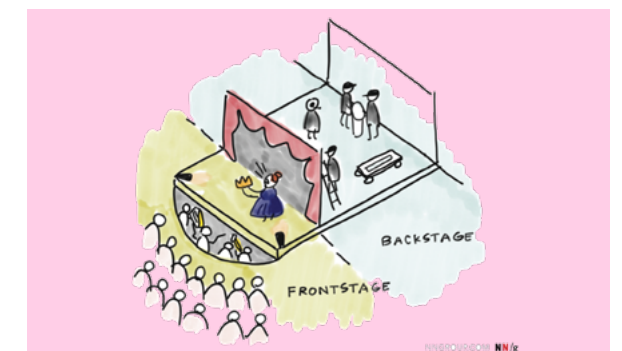
Dit deel van het boek is geschreven om je te helpen dromen van mensen te realiseren! Jij kunt helpen de inclusiviteit van het toerisme te verbeteren en bij te dragen aan meer keuzevrijheid voor mensen met disabilities. Een betere inclusiviteit creëert meer ruimte voor positieve ervaringen.

1 In dit hoofdstuk verwijzen we naar gebruikers als de gebruikers van toegankelijke diensten, producten of omgevingen. Gebruikers kunnen mensen met een beperking van alle leeftijden en/of begeleiders zijn.

Je kan op veel verschillende manieren een bijdrage leveren: je kunt ervoor zorgen dat meer mensen toegang hebben tot dat restaurant, je kunt iemand in staat stellen om die stedentrip naar Rome te maken, je kunt de toegankelijkheid op het strand verbeteren, je kunt iemand in staat stellen om die cruciale zakelijke conferentie in Londen bij te wonen, je kunt iemand ondersteunen met een reis naar Marokko of helpen bij het realiseren van een familievakantie in Frankrijk. Dit deel van het boek onderzoekt hoe je toegankelijke ervaringen kunt creëren en reizen kunt vormgeven die soepel, memorabel, inspirerend en voor herhaling vatbaar zijn. Elk toeristisch product is ontworpen op basis van de voorkeuren van unieke gebruikers¹. Dit is dus geen richtlijn voor het ontwikkelen van één perfect, gestandaardiseerd product of dienst. In plaats daarvan laat het zien hoe je bruikbaarheid en toegankelijkheid in het ontwikkelingsproces kunt verweven, zodat je aanbod voor een bredere groep klanten werkt.

6.1 Frontstage en backstage tools voor toegankelijk toerisme

De tools zijn ontworpen om het gemakkelijker te maken inclusie te integreren, door modellen, formats en oefen-



FIGUUR 1: Frontstage en backstage (Bron: www.nngroup.com/articles/service-design-101/)

ningen aan te reiken. De Tools zijn onderverdeeld in 'frontstage Tools' (vóór de schermen) en 'backstage tools' (achter de schermen). Deze indeling is afkomstig uit de terminologie van service design (serviceontwerp) en wordt als volgt uitgelegd: (Gibbons, 2017): "Serviceonderdelen worden onderverdeeld in frontstage- en backstage-onderdelen, afhankelijk van of de klanten ze zien of niet. Denk aan een theatervoorstelling. Het publiek ziet alles wat zich voor het gordijn afspeelt: de acteurs, kostuums, het orkest en het decor. Achter het gordijn bevindt zich echter een heel ecosysteem: de regisseur, toneelknechten, lichtcoördinatoren en decorontwerpers." Frontstage en backstage worden gevisualiseerd in Figuur 1.

Met betrekking tot toerisme en vrijetijdsbestedingen omvat de frontstage de processen waarmee de gebruiker rechtstreeks in aanraking komt, interactie tussen mensen onderling of tussen mensen en digitale communicatiemiddelen.

Dit omvat;

- De toeristische of vrijetijdsbeleving zelf;
- De contactmomenten tijdens het gehele klantreis;
- De digitale of fysieke verkoopkanalen.

De backstage-onderdelen omvatten de mensen en processen die samen de dienst of product en het bedrijf vormen. Wanneer alles backstage goed georganiseerd is, ondersteunt dit een soepele en positieve klantreis in het frontstage gedeelte. Maar als het backstage gedeelte van een bedrijf of dienst slecht georganiseerd is, wordt dit al snel zichtbaar in het frontstage gedeelte. Serviceontwerp laat zien dat voor producten of diensten die echt werken voor klanten, het bedrijf zelf goed georganiseerd moet zijn: werknemers moeten goed geïnformeerd en getraind zijn, en beleid en werkstromen moeten op elkaar zijn afgestemd.

Binnen de context van het organiseren van toeristische ervaringen omvat het backstage gedeelte de volgende processen:

- Samenwerkingen met partners en leveranciers in de reisbranche;
- Het samenstellen van kwalitatief hoogwaardige reispakketten en los te boeken diensten (vervoer, activiteiten);
- Op de hoogte zijn van en voldoen aan wet- en regelgeving (mensenrechten, aansprakelijkheid, financiële regels en voorwaarden, toegankelijkheidsrechten, enz.);
- Het ontwikkelen van werkprocessen;
- Het opleiden van personeel.

De tools zijn onderverdeeld in frontstage en backstage tools, om duidelijkheid te scheppen over de mate van interactie met de klant en de rol van de klant. Frontstage tools vereisen interactie met de klant en backstage Tools vereisen interactie met collega's, medewerkers, partners of leveranciers.

Begin met Frontstage Tools:

Hoe kan je reizigers bereiken, begrijpen en samenwerken om toegankelijk toerisme te realiseren?

- Tool 1. De Beslisboom voor Toegankelijk Reizen
- Tool 2. De Accessible Travel Chain
- Tools 3. Het Accessible Tourism Customer Journey Model
 - Fase 1. Persoonlijke overwegingen; Financiële ondersteuning, toegankelijkheid, ondersteuningsbehoeften, ervaringen
 - Fase 2. Reisplanning en besluitvorming;
 - Fase 3. Vervoer;
 - Fase 4. Bestemming;
 - Accommodatie, verhuur van mobiliteitshulpmiddelen, activiteiten co-ontwerpen.
 - Fase 5. Feedback en reactie door reisorganisatie.
- Tool 4. Frontstage-appearance; inclusieve marketing en checklist voor digitale toegankelijkheid
- Tool 5. Hoe organiseer je zelf een verblijf? Lijst met vragen over fysieke toegankelijkheid

Ga verder met de Backstage Tools:

Wat moet er in de backoffice worden georganiseerd om toegankelijk toerisme te kunnen bieden?

- Tools 6. De Toeristische Waardeketen voor Toegankelijk Toerisme
 - Partners in de Waardeketen voor Toegankelijk Toerisme;
 - Partners per serviceniveau van de Beslisboom voor Toegankelijk Reizen;
 - Wat is er Backstage nodig;
 - Waardeketen voor Toegankelijk Toerisme per land;
- Tool 7. Universele Ontwerpprincipes; jouw 'Tourism for all' beleid
- Tool 8. Ontdek bestaande Trainingen en E-learnings



FIGUUR 2: Design thinking model

6.2 Toegankelijk toerisme co-ontwerpen

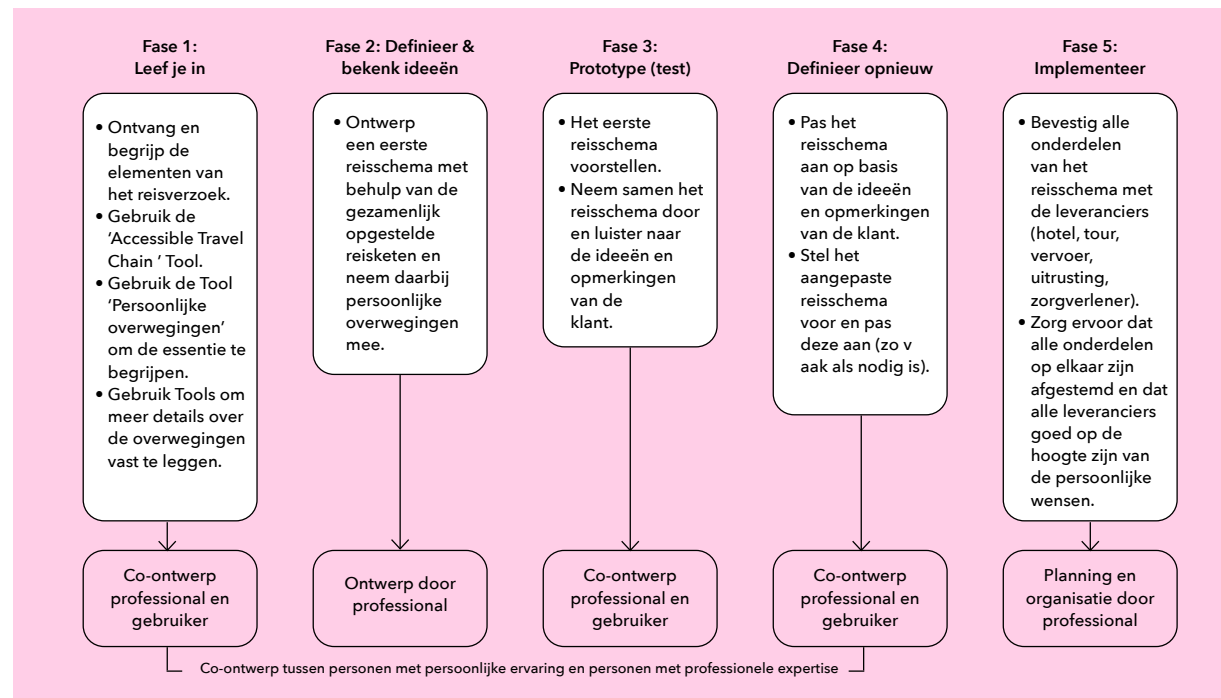
Om toeristische ervaringen te ontwikkelen die toegankelijk zijn EN een echte ervaring bieden, is het noodzakelijk om samen met mensen met dis/abiliteiten te ontwerpen, en niet voor hen. Toeristische ervaringen moeten mensen in staat stellen om zich onder te dompelen en te genieten, niet slechts om deel te nemen. Door samen met gebruikers te ontwerpen, in dit geval mensen met dis/abiliteiten of hun reisgenoten, houd je rekening met hun mening en ervaringskennis. Dit stelt je in staat om een open blik te hebben, veronderstellingen over voorkeuren te elimineren en echt te begrijpen wat er nodig is. Door vanaf het begin samen te ontwerpen, creëer je producten die veel meer waarde hebben en uiteindelijk betere ervaringen opleveren. Co-ontwerpen brengt geleefde ervaring, persoonlijke expertise, culturele kennis en professionele ervaring samen om van elkaar te leren en dingen beter te maken - door ontwerp (K.A. McKercher, 2020). De frontstage Tools in dit hoofdstuk zijn ontworpen om co-ontwerpen te ondersteunen, door je te stimuleren

om vanaf het begin van je project echt in gesprek te gaan met gebruikers. De Tools helpen je om de juiste vragen te stellen, een dieper inzicht te krijgen in persoonlijke ervaringen en om voortdurend met elkaar af te stemmen. Hoewel het ontwerpen van toeristische producten over het algemeen niet aansluit bij design thinking of de creatieve industrie, zijn dit boek en de Tools geïnspireerd door de design thinking-methodologie. Volgens Stompff, docent en professor in Design Thinking, is het proces verrassend eenvoudig: leren door te creëren. Je stelt een kader op om jouw verkenning te begeleiden. Binnen dit kader experimenteer je en reflecteer je naar aanleiding van de resultaten, waarbij je die inzichten gebruikt om nieuwe experimenten te sturen of om je raamwerk aan te passen. Deze cyclus van kaderen, experimenteren en reflecteren is zeer repetitief, je doorloopt deze meerdere keren. Gaandeweg dit proces worden zowel het probleem als de oplossing steeds duidelijker. Voor complexe situaties die worden gekenmerkt door onzekerheid, ambiguïteit of een gebrek aan kant-en-klare oplossingen, is de 'gewoon doen!' benadering van design thinking vaak de enige manier om te beginnen en om zinvolle vooruitgang te boeken (Stompff, 2018).

Deze methodologie wordt toegepast in de context van het ontwerpen van oplossingen voor de toegankelijkheid van toerisme, vanwege het ambigue karakter ervan. Toegankelijkheid van toeristische omgevingen en producten vereist het zich kunnen inleven in de gebruikers, het echt begrijpen van de behoeften, het voorstellen van mogelijke oplossingen aan de gebruikers en het blijven aanpassen daarvan totdat er een goede match is. Er zijn geen kant-en-klare

Design thinking in toeristische processen	Proces van toeristische ervaring (specifiek een vakantie)
Leef je in de gebruiker in	Ontvang het verzoek en begrijp de wensen van de potentiële klant, bespreek de wensen en opties.
Definieer	Combineer alles wat je weet over de klant en zoek naar passende opties (vervoer, accommodatie, activiteiten, rondleidingen, hulpmiddelen).
Bedenk ideeën (ideeën ontwikkelen)	Bedenk één of meer reis- of activiteitschema's.
Presenteer prototype	Stel planning of schema voor aan de klant en bespreek de geschiktheid, prijzen, vervoersopties en reisdata.
Test	Soms wordt een vakantie of activiteit getest, maar vaak bevestigt en boekt de klant het product, waarbij hij vertrouwt op de kwaliteit van de diensten van de aanbieder.
Implementeer	Tijdens en na het gebruik van jouw product door de klant blijf je in contact om de ervaring te evalueren. Misschien moest je enkele aanpassingen doen of oplossingen bedenken terwijl de klant je product gebruikte. De beoordeling van de klant zal de positieve en/of negatieve ervaringen belichten en jou helpen om jouw product te verbeteren.

TABEL 1: Design thinking in toeristische processen



FIGUUR 3: Fasen voor het co-ontwerpen van een toeristisch reis of reisschema

oplossingen die voor iedereen geschikt zijn, maar door actie te ondernemen en daadwerkelijk op zoek te gaan naar oplossingen, kan je ervaringen ontwerpen die voldoende geschikt en innovatief zijn. De design thinking-methodologie is niet de 'go-to'-methodologie in de toeristische sector, maar als je het omdraait en kijkt naar hoe producten door de reisindustrie worden ontwikkeld, zijn er zeker overeenkomsten te bespeuren. In Tabel 1 op de voorgaande pagina wordt uitgelegd hoe het design thinking-proces en het proces van het creëren van een reiservaring op elkaar zijn afgestemd.

De design thinking methodologie is geschikt voor een co-ontwerp benadering, omdat deze ruimte biedt om de gebruiker bij het proces te betrekken. De Tools in dit hoofdstuk zijn niet alleen nuttig in de verschillende ontwerpfasen, maar stimuleren ook het samen ontwerpen, al zijn niet alle co-ontwerpers even actief in elke fase. Dit proces van co-ontwerpen wordt weergegeven in Figuur 3. In bepaalde fasen speelt de gebruiker een sleutelrol, in andere fasen speelt de professional een sleutelrol en in weer andere fasen is samenwerking cruciaal. Co-ontwerpen is met name van toepassing op de planningsfase van de klantreis. De Tools in dit hoofdstuk richten zich vooral op die plannings- en voorbereidingsfase van organisatoren en reizigers. We kunnen een onderscheid maken tussen 1. Het ontwerpen van een reisschema en diensten

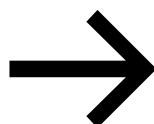
en 2. Het ontwerpen van een toegankelijke activiteit. De meeste Tools in dit hoofdstuk zijn ontworpen om de makers van reisdiensten te ondersteunen, welke uit meerdere elementen bestaan (accommodatie, vervoer, rondleidingen, mobiliteitshulpmiddelen, zorgdiensten). De Tool voor activiteiten op pagina 104 richt zich echter meer specifiek op het co-ontwerpen van recreatieve activiteiten. De Tools die in de volgende paragrafen worden gepresenteerd, zijn geselecteerd en ontworpen om specifiek inzicht te geven in de voorkeuren en behoeften op het gebied van toegankelijkheid en inclusie. Ze stimuleren interactie en co-ontwerp om de meest geschikte toeristische en recreatieve mogelijkheden te vinden. Daarnaast zijn ze bedoeld om samenwerking door en tussen belanghebbenden in de reisbranche te inspireren. Naast de voorgestelde Tools kunnen ook andere Tools een zeer sterke basis vormen voor co-ontwerp voor toegankelijk toerisme. Deze Tools omvatten onder andere de Empathy Map, het Empathic Co-Design Canvas (Smeenk, 2023) en de Inclusive Design Toolbox (Collin & Gerritsma, 2018). •

6.3 Frontstage benaderingen en Tools

Tool 1-5 op pagina 81-116

6.4 Backstage benaderingen en Tools

Tool 6-8 op pagina 117-127



Tool 1



De Beslisboom voor Toegankelijk Reizen

Voor wie is deze Tool bedoeld?

Dit hoofdstuk helpt je als toerisme- of reisorganisator om te beslissen hoe je jouw uitdaging op het gebied van toegankelijkheid of inclusie kunt aanpakken. De Beslisboom voor Toegankelijk Reizen begeleidt je naar de juiste stappen voor samenwerking en het ontwikkelen van de best mogelijke oplossingen.

Hoe werkt deze Tool?

Het doel van de Beslisboom is om je te helpen begrijpen wat de specifieke verzoeken inhouden, met wie je kunt samenwerken en welke Tools je kunt gebruiken om uiteindelijk een geschikt aanbod te ontwerpen. De Beslisboom bestaat uit twee stappen:

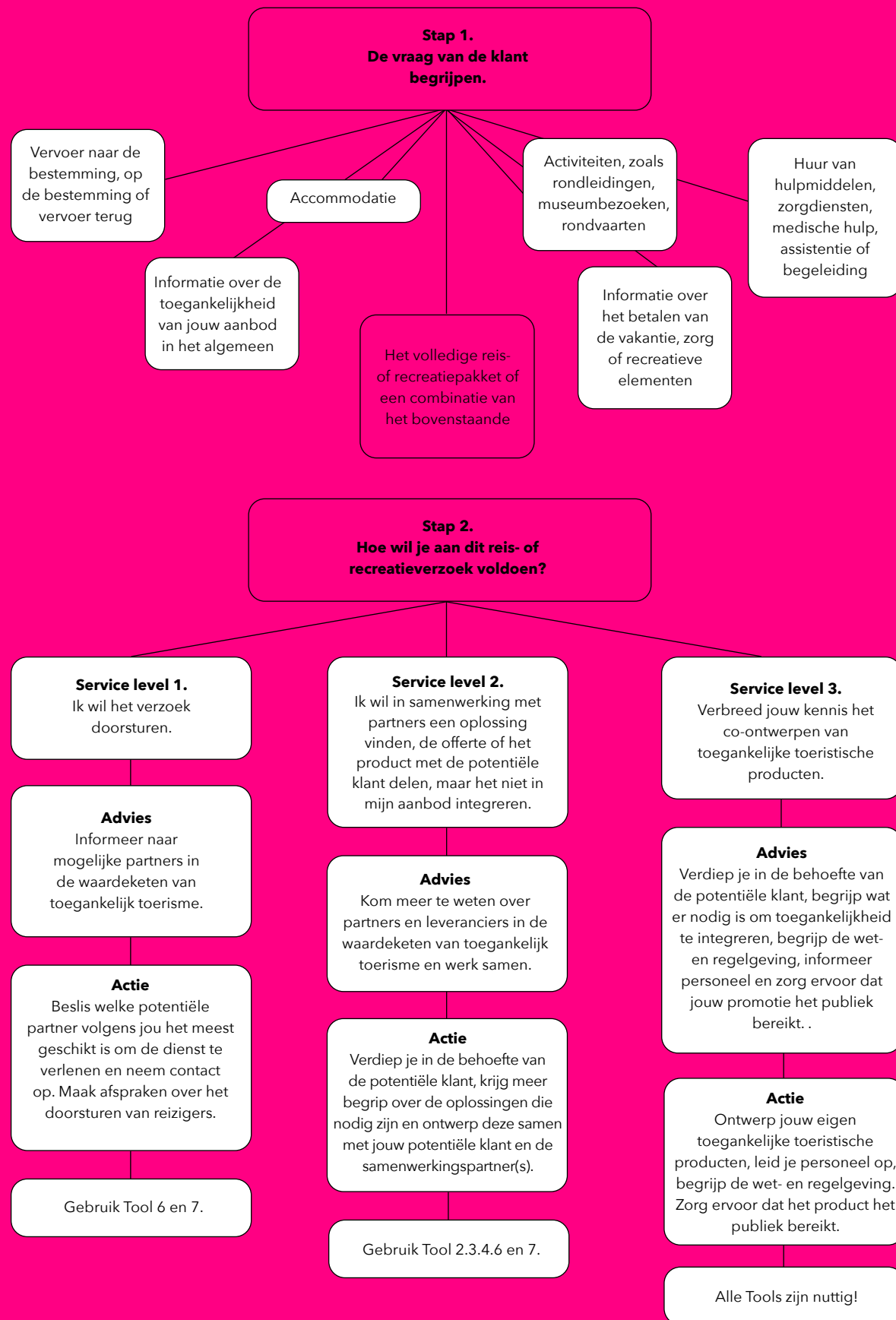
- Stap 1: Begrijp het verzoek. Gaat het om één enkel element, zoals een recreatieve activiteit of een hotelreservering, of gaat het om een hele reis die uit meerdere onderdelen bestaat?
- Stap 2: Bepaal hoe je de oplossing wilt bereiken en hoe je wilt samenwerken. Je krijgt drie Service Level Opties:
 1. Geef het verzoek door aan een partner;
 2. Vind een oplossing in samenwerking met partners;
 3. Ontwikkel een oplossing en integreer deze in jouw eigen aanbod.

In stap 1 evalueer je de onderdelen van het verzoek dat je hebt ontvangen. Het volgende voorbeeld laat een aanvraag voor een toegankelijke reis zien met verschillende onderdelen: vervoer, accommodatie en activiteiten. Deze reisaanvraag vereist dat je nadenkt over de diverse opties om de verschillende onderdelen te realiseren en ze te combineren.

Voorbeeld van een aanvraag voor een stedentrip naar Barcelona: Stel je voor dat je een aanvraag hebt ontvangen om een stedentrip naar Barcelona samen te stellen voor een potentiële reiziger die gebruikmaakt van een elektrische rolstoel en met vrienden wil reizen. De reiziger is 30 jaar oud en is nog nooit in Barcelona geweest. Hij wil er zeker van zijn dat alles goed georganiseerd, veilig, leuk en energiek is. Hij heeft een beperkt budget. Hij wil in een toegankelijke hotelkamer verblijven, met een gids de binnenstad bezichtigen, de belangrijkste bezienswaardigheden bezoeken, een dag naar het strand gaan en met zijn vrienden lunchen of dineren.

Nadat je in stap 1 het ontvangen verzoek hebt begrepen, ga je verder naar stap 2. Je beslissing hier bepaalt het service level dat je aanbiedt, en daarmee je verantwoordelijkheden, partnerschappen en diepgang van je begrip van de toegankelijkheidsbehoeften van klanten. Gebruik deze Beslisboom om je rol in de toeristische waardeketen te definiëren en te bepalen wat je kunt bereiken door samenwerking. Bouw solide partnerschappen op basis van duidelijke verantwoordelijkheden, wederzijdse voordelen en betrouwbare informatie over toegankelijkheid.

Ongeacht welke Service Level Optie je kiest, raden we je aan om beleid voor 'Tourism for All' en bijbehorende werkwijze op te stellen. Je kunt het beleid samen met je team ontwikkelen, waarna je het kunt toevoegen aan communicatiekanalen. Door jouw Beleid voor 'Tourism for All' op je communicatiekanalen te publiceren in een gemakkelijk te lezen en te navigeren opmaak, kun



je de verwachtingen van klanten managen en tevens je bereik vergroten. De sjablonen in Tool 7 Universal Design Principles; jouw 'Tourism for All' beleid zijn ontworpen om je op weg te helpen. De onderstaande richtlijnen leggen in meer detail uit hoe je de Beslisboom kunt gebruiken.

Service Level Optie 1:

- Verwijs door naar een partnerleverancier. Dit betekent dat je de gebruiker rechtstreeks doorverwijst naar een andere leverancier van toeristische producten.
- Advies: Informeer naar potentiële partners in de toeristische waardeketen en sluit vooraf overeenkomsten met betrouwbare leveranciers.
- Actie: Zoek toeristische- of reisaanbieders (experts) om mee samen te werken door het sjabloon van het Tourism Value Chain Model in te vullen. Neem vooraf contact op met deze potentiële partners om te begrijpen wat ze precies aanbieden en hoe je met hen kunt samenwerken door potentiële klanten door te verwijzen. >>> Gebruik Tool 6, het Tourism Value Chain Model.

Service Level Optie 2:

- Ontwerp een oplossing in samenwerking met partners (ontwikkelaars van toeristische producten én gebruikers) en creëer samen een aanbod. Je neemt dit product niet op in jouw standaardaanbod, maar biedt deze dienst alleen op verzoek aan.
- Advies: Leer jouw partners in de toeristische waardeketen kennen. Werk samen met hen om het toeristische of reisaanbod samen te stellen en maak wederzijds voordelige afspraken over prijzen en voorwaarden. Dit serviceniveau houdt in dat je de gebruiker het complete pakket aanbiedt, maar dat je de diensten niet rechtstreeks bij leveranciers boekt, maar via een andere touroperator of reisorganisator. Je staat dus niet rechtstreeks in contact met leveranciers en je hoeft geen leveranciers te zoeken (voor privévervoer, hotelkamers, rondleidingen, mobiliteits-hulpmiddelen).
- Actie: Leer wat er nodig is om een geschikt toegankelijk product (reisroute, activiteit, pakket) te creëren. Ook al neem je dit product misschien niet in je standaardaanbod op, zul je wel moeten leren over de persoonlijke overwegingen van de gebruiker, de onderdelen van de reisketen, en de communicatie met de gebruiker en partners binnen de toegankelijke reiswaardeketen. >>> De Tools die je daarbij helpen: Accessible Travel Chain (Tool 2), Accessible Tourism Customer Journey (Tool 3), Frontstage appearance (Tool 4), Toegankelijke Waardeketen (Tool 6), Universele Ontwerpprincipes; jouw 'Tourism for All' policy (Tool 7).

Service Level Optie 3:

- Ontwikkel een oplossing in samenwerking met leveranciers én gebruikers, integreer deze in jouw aanbod en promoot deze zelf.
- Advies: Verdiep jouw kennis over benaderingen voor het ontwerpen van geschikte toegankelijke oplossingen.
- Actie: Leer hoe je toegankelijke toeristische producten kunt co-ontwerpen, begrijp de persoonlijke overwegingen van de gebruiker, leid personeel op, leer over wet- en regelgeving en zorg ervoor dat het product het publiek bereikt (inclusieve marketing en communicatie). >>> Alle Tools zijn relevant en zullen nuttig zijn. •

De Accessible Travel Chain

Voor wie is deze Tool bedoeld?

Deze Tool kan worden gebruikt door elke organisator van een reis- of recreatiedienst bij het begin van het bespreken en het opstellen van een (reis)schema of planning. Het zal je helpen om de cruciale momenten in de klantreis te begrijpen die aandacht vereisen voor toegankelijkheid, en hoe de stappen van de reis op elkaar volgen. Het zal je helpen inzicht te krijgen in wie jouw leveranciers of partners in de reisketen zijn en wat je moet communiceren. Deze reis moet samen met de klant en de toeristische organisator (touroperator, reisagent, reisontwikkelaar, evenementenorganisator) worden ontworpen door middel van het invullen van dit sjabloon.

Hoe werkt deze Tool?

De Accessible Travel Chain (toegankelijke reisketen) helpt je te bepalen welke informatie je met reisorganisatoren en leveranciers moet uitwisselen. Gebruik het formulier om elke stap van de reis met jouw klant door te nemen en beschrijf elke stap zo gedetailleerd als nodig is. Dit verduidelijkt zowel de klantreis als welke partners je nodig zult hebben.

Dit is erg belangrijk omdat alle onderdelen met elkaar verbonden zijn en van elkaar afhankelijk zijn. Deze reis vereist een ononderbroken reeks reisgerelateerde elementen, van vertrek tot terugkeer, die allemaal geschikt moeten zijn voor de gebruiker om inclusieve en zelfstandige reizen te ervaren. De Accessible Travel Chain benadrukt de onderlinge afhankelijkheid van elke schakel in de reis: als een deel van de keten ontoegankelijk is, wordt de hele ervaring in gevaar gebracht (Darcy & Dickson, 2009).

Of het nu gaat om een stedentrip, een rondleiding, een dag in een pretpark of een festivalbezoek, elke ervaring kan alleen echt werken als alle onderdelen van de reisketen naadloos op elkaar aansluiten. Deze keten omvat alles van vervoer en bewegwijzering tot accommodatie, activiteiten, zorgdiensten, de terugreis en belangrijke contactpunten onderweg. Als ook maar één van deze elementen tekortschiet, kan dit de ervaring volledig verstoren of de reiziger een gevoel van onzekerheid, frustratie of teleurstelling bezorgen.

Naast inzicht in de handelingen van elke stap van de reis, is communicatie erg belangrijk.

Voorbeeld van communicatie bij het huren van een scootmobiel in Berlijn; Een gast arriveert in een hotel in Berlijn en heeft een toegankelijke kamer geboekt. De gast heeft deze kamer geboekt via een reisagent in het land waar hij woont. De reisagent heeft de levering van een scootmobiel bij het hotel geregeld. De reisagent moet het hotel informeren over het feit dat de scootmobiel wordt geleverd en over de dag en het tijdstip van deze levering. Het hotel moet het belang van deze levering inzien en moet de scootmobiel bij levering in ontvangst nemen en stallen. De levering moet worden gecommuniceerd aan het hotelpersoneel, zodat het personeel op de hoogte is van de levering en de scootmobiel bij aankomst in ontvangst kan nemen. De scootmobiel moet in het hotel worden gestald en aan de gast worden overhandigd zodra hij of zij incheckt.

Dit voorbeeld laat zien hoe belangrijk communicatie is tussen de reisagent, de leverancier van de scootmobiel en het hotel. Als een van deze partijen niet goed communiceert of verkeerde informatie geeft, kan de gast de scootmobiel niet gebruiken en kan hij of zij Berlijn niet verkennen. Hieronder staan nog meer voorbeelden van communicatie tussen leveranciers om een vlekkeloze reis te waarborgen:

- Communicatie tussen reiziger en reisagent:
 - Bespreek discreet de benodigde specificaties voor een toegankelijke ervaring;
 - Bespreek de gewenste reisdata en -tijden;
 - Bespreek het gewenste niveau van reis- en/of zorgassistentie.
- Communicatie tussen reisagent en vervoersleverancier:
 - Luchtvaartmaatschappij en luchthaven voor soepel in- en uitstappen en reisassistentie op de luchthavens;
 - Cruisemaatschappij voor in- en uitstappen, geschikte kamer op het cruiseschip;
 - Spoorwegmaatschappij voor reisassistentie, in- en uitstappen;
 - Taxibedrijf en taxichauffeur voor ophaaltijden, vertragingen van vliegtuigen of treinen, reisassistentie;
 - Busmaatschappij en buschauffeur voor ophaaltijden, vertragingen en reisassistentie.
- Communicatie tussen reisagent en accommodatieaanbieder (hotel, appartement, bed & breakfast, vakantiepark of camping) voor:
 - Geschikte kamer, faciliteiten, beelden en afmetingen van accommodatie voor gasten;
 - Levering van mobiliteitshulpmiddelen;
 - Ondersteuningsbehoeften van gasten;
 - Zorgassistenten die voor gasten kunnen komen.
- Communicatie tussen reisagent en touroperator of OTA (in geval van accommodatie geboekt via tweede partij):
 - Bevestiging geschikte hotelkamer;
 - Informatie over levering van mobiliteitshulpmiddelen;
 - Informatie over ondersteuningsbehoeften van gasten;
 - Informatie over zorgassistenten die voor gasten kunnen komen;
 - In dit geval dient deze touroperator al deze informatie rechtstreeks door te geven aan de accommodatie.

Tool 2. Accessible Travel Chain Tool - voorbeeld

Dit sjabloon is een voorbeeld van alle stappen die een potentiële klant zou kunnen doorlopen tijdens het reizen. Het toont de overgangen tussen de ene stap van de reis naar de volgende. Deze Accessible Travel Chain Tool kan worden voorbereid voor elke activiteit of reis. Het sjabloon is een aangepaste versie van het sjabloon van Gillovic et al. (2024).

Stap	Reisketen stap	Beschrijving van de stap
1	Bewustwording	Informatie zoeken met behulp van online bronnen
2	Reisplanning	De klant maakt online, telefonisch of bij het boekingskantoor een reservering
3	Reisplanning	De reservering van diensten wordt bevestigd (accommodatie, vervoer, activiteiten, mobiliteitshulpmiddelen)
4	Vervoer	Vervoer per privéauto, taxi, bus of trein naar de locatie van de luchthaven van vertrek
5	Vervoer	Aankomst op de locatie van vertrek, zoals de luchthaven
6	Vervoer	Duidelijke bewegwijzering en bruikbaarheid van de incheckterminals
7	Vervoer	Met reisassistentie naar de gate
8	Vervoer	Geschikte toiletten om te gebruiken
9	Vervoer	Geschikte plaatsen om uit te rusten of iets te kopen
10	Vervoer	Aan boord van de vlucht komen met assistentie en geschikte zitplaatsen
11	Vervoer	Gebruik maken van het toilet in het vliegtuig en genieten van eten en drinken
12	Vervoer	Het vliegtuig verlaten met assistentie (zonder al te lang te hoeven wachten)
13	Vervoer	Assistentie bij het ophalen van bagage en speciale bagage (zoals rolstoelen of andere hulpmiddelen)
14	Vervoer	Naar de uitgang van de luchthaven gaan
15	Vervoer	Openbaar of privévervoer naar accommodatie lokaliseren op de luchthaven
16	Vervoer	Met een geschikte taxi of OV naar accommodatie gaan
17	Accommodatie	Inchecken bij accommodatie
18	Accommodatie	Hotelkamer vinden
19	Accommodatie	Mobiliteitshulpmiddelen vinden of ontvangen die in de hotelkamer zijn klaargezet
20	Accommodatie	Geleverde hulpmiddelen lokaliseren in bij de accommodatie
	Accommodatie	Het begrijpen van het evacuatieplan
21	Activiteiten op de bestemming	Vervoer met openbaar of privévervoer
22	Activiteiten op de bestemming	Het genieten van specifieke activiteiten of locaties
23	Terugreis	Vervoer van accommodatie naar luchthaven of treinstation
24	Terugreis	Ga de luchthaven binnen en zoek assistentie
25	Terugreis	Inchecken
26	Terugreis	Reisassistentie naar de gate en instappen in het vliegtuig
27	Terugreis	Aankomst in het land van verblijf, uitstappen uit het vliegtuig
28	Terugreis	Reisassistentie bij het ophalen van bagage en het verlaten van de luchthaven
29	Terugreis	Vervoer naar huis vinden.

Het onderstaande blanco sjabloon is een uitgebreide versie van de bovenstaande Accessible Travel Chain Tool. Dit sjabloon bevat de volgende stappen:

- Stappen van de Reisketen (net als in het voorbeeld kunnen bij elke stap extra regels worden toegevoegd);
- Beschrijving van de stap;
- Leverancier;
- Afspraak met de leverancier over diensten.

De laatste twee stappen zijn toegevoegd om vast te leggen met wie je gaat samenwerken om de stap te realiseren, welke informatie je moet uitwisselen en wat je door die leverancier moet laten bevestigen.

Stap	Reisketen stap	Beschrijving van de stap	Frontstage		Backstage	
			Leverancier	Afspraak met de leverancier over diensten	Leverancier	Afspraak met de leverancier over diensten
1	Bewustwording					
2	Reisplanning & besluitvorming					
3	Vervoer					
4	Accommodatie					
5	Mobiliteitshulpmiddelen & zorg					
6	Activiteiten op de bestemming					
7	Vervoer voor vertrek					

Tool voor gebruik in de praktijk

In bijlage 2 vind je de lege sjablonen voor deze Accessible Travel Chain Tools, die je in de praktijk kunt gebruiken. Je kunt de Tool aanpassen aan je eigen behoeften.



Reizigers zijn afhankelijk van duidelijke communicatie tussen reisagenten, vervoersbedrijven, leveranciers en hotels.

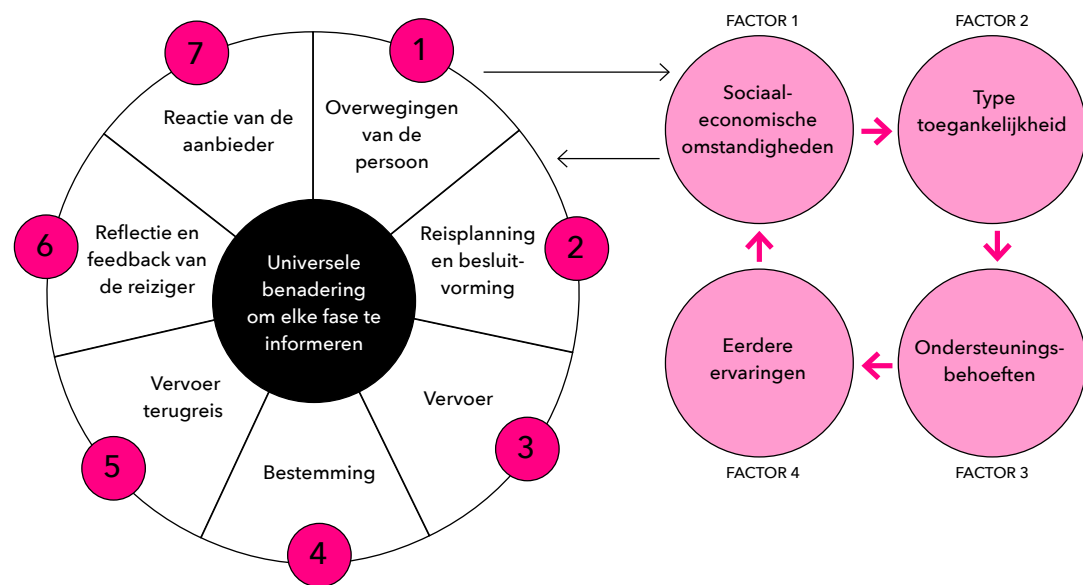
Het Accessible Tourism Customer Journey Model

Voor wie zijn deze Tools bedoeld?

De Tools in dit hoofdstuk zijn bedoeld voor reisorganisatoren die willen leren hoe ze de behoeften van reizigers gedurende hun reis echt kunnen doorgronden. De Tools geven je een beter inzicht in wat er omgaat in het hoofd van potentiële reizigers met dis/abilities. Voordat een reiziger zelfs maar overweegt om op reis te gaan, heeft hij al een aantal fasen doorlopen, die hieronder nader zullen worden toegelicht.

Hoe werkt deze Tool?

In de context van toerisme geeft de klantreis de stappen aan die een klant doorloopt, van het moment dat ze kennis maken met een product of dienst tot aan het beoordelen van de ervaring. Voor elke fase van de klantreis zijn de diensten, vereisten en leveranciers cruciaal en tegelijkertijd misschien niet uitvoerbaar. Dit legt de kwetsbaarheid bloot bij het ontwerpen van toegankelijke ervaringen. Het hoofdstuk bestaat uit meerdere modellen die allemaal zijn gebaseerd op het model 'Universal Approach to Accessible Tourism' (Universele Benadering van Toegankelijk Toerisme). Dit model wordt door verschillende academici aanbevolen en de versie die in dit hoofdstuk wordt gebruikt, is aangepast aan de hand van het model van Ambrose et al. (2012) In dit hoofdstuk verwijzen we naar het Accessible Tourism Customer Journey Model (Klantreismodel voor Toegankelijk Toerisme), kortweg AT Customer Journey. Deze AT Customer Journey, zoals weergegeven in figuur 4, omvat de volgende fasen: Overwegingen van de persoon; Reisplanning en besluitvorming; Vervoer; Bestemming; Vervoer terugreis; Reflectie en feedback van de reiziger; Reactie van de aanbieder.



FIGUUR 4: Accessible Tourism Customer Journey Model aangepast aan de hand van het model van Ambrose et al.

Fase 1: Overwegingen van de persoon

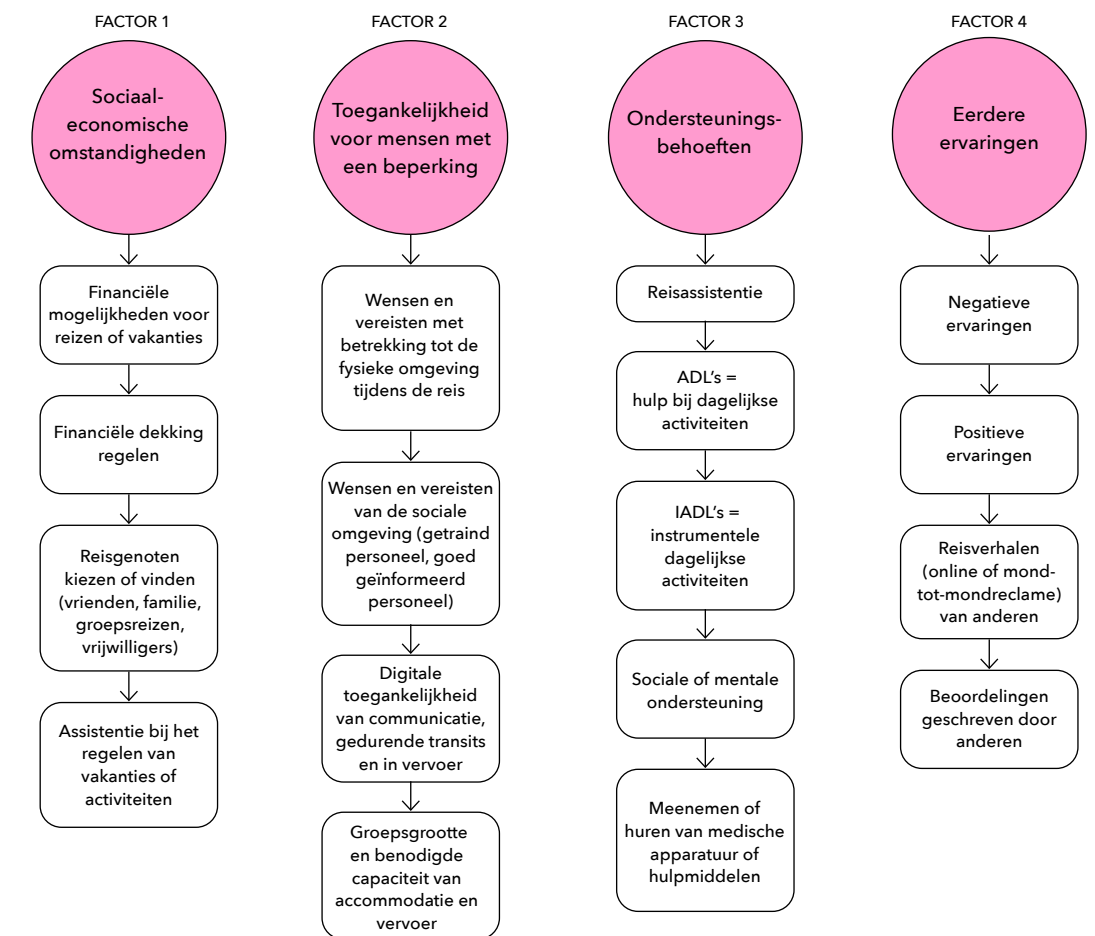
De Tools in dit hoofdstuk helpen met het verkrijgen van inzicht in de Vier Factoren die van invloed zijn op de Persoonlijke Overwegingen. Na deze Tools gericht op die vier factoren, volgen er Tools die voor de andere fases van de klantreis Al deze Tools samen zullen je in staat stellen om de wensen en behoeften van de gebruiker echt te begrijpen, wat je zal helpen bij het creëren van daadwerkelijk toegankelijke ervaringen.

Persoonlijke overwegingen bij het plannen van reizen en het nemen van beslissingen

De vier factoren die van invloed zijn op iemands overwegingen zijn onder meer:

1. De sociaaleconomische omstandigheden;
2. De dimensies volgens welke de persoon met een beperking toegankelijkheid ervaart;
3. De ondersteuningsbehoeften;
4. Eerdere ervaringen.

De onderstaande Tool beschrijft wat elk van deze vier factoren inhoudt. Op pagina 95 vindt je dezelfde Tool, maar dan ontworpen als een invulbare template voor elk van de vier factoren.



FIGUUR 5: De Vier Factoren die van invloed zijn op de Overwegingen van een Persoon

Citaat van Andrew Wright, oprichter van Accessible Travel and Leisure (ATL) in het Verenigd Koninkrijk:

“De boekingsfase is cruciaal om ervoor te zorgen dat het gekozen resort, de accommodatie of de vlucht geschikt zijn. De klant moet ook voldoende vertrouwen hebben in het verkoopteam om vaak vrij persoonlijke details over zijn of haar situatie en behoeften te kunnen delen. Er moet veel meer rekening worden gehouden met de behoeften van klanten met een beperking dan met die van klanten zonder beperking, wil de vakantie een succes worden”.

Factor 1. Hoe sociaaleconomische omstandigheden de persoonlijke overwegingen beïnvloeden

Sociaaleconomische omstandigheden verwijzen naar de combinatie van iemands sociale en economische middelen, die hun mogelijkheden beïnvloeden om deel te nemen aan toerisme- en vrijetijdsactiviteiten. Deze omstandigheden bepalen of iemand over de financiële middelen, praktische ondersteuning en het sociale netwerk beschikt die nodig zijn om een vakantie te plannen en te ondernemen.

Belangrijke vragen die kunnen spelen zijn onder andere:

- Kan ik deze reis betalen?
- Is er iemand die me kan helpen begrijpen hoe ik de kosten kan dekken?
- Heb ik hulp nodig om de vakantie te boeken?
- Ga ik alleen op reis of met anderen?
- Met wie zou ik me op mijn gemak voelen om te reizen?

Dit zijn niet alleen praktische overwegingen, ze geven ook weer hoe de toegang tot toerisme wordt bepaald door inkomen, opleiding, gezinssituatie, sociale contacten en beschikbare zorgsystemen. Inzicht in deze factoren is cruciaal voor het aanbieden van passende opties en het creëren van

inclusieve en gelijkwaardige toeristische ervaringen. Sociale middelen, ook wel sociaal kapitaal genoemd, omvatten het sociale netwerk van familie, vrienden, verzorgers, zorgverleners of vrijwilligers die mensen in hun dagelijks leven ondersteunen.

Zoals aangegeven in de inleiding van dit boek, beperken de extra kosten mensen met een beperking om op vakantie te gaan. Wanneer een potentiële reiziger een specifieke gezondheidsindicatie heeft, is de kans aanwezig dat een deel van de extra kosten worden gedekt door de zorgverzekering of het persoonlijke zorgbudget. De mogelijkheden en procedures voor het dekken van extra reiskosten variëren per land, provincie of regio. Bovendien verschillen de voorwaarden per geografische locatie, omdat de systemen verschillend zijn opgezet of per provincie of gemeente worden vastgesteld.

Opties om zorg gerelateerde kosten voor vakantie te dekken:

- Betaling via de zorgverzekering;
- Betaling via een toegewezen Persoons Gebonden Budget (PGB) op basis van medische indicatie;
- Betaling via thuiszorg of thuiszorgaanbieder;
- Betaling met fondsen of donaties via een NGO of stichting.

Wanneer je een reis organiseert voor een reiziger met een beperking van jouw eigen nationaliteit, kan je de reiziger helpen bij het zoeken naar een manier om deze extra kosten te dekken. Je kunt de stappen volgen zoals beschreven in het ‘Stappenplan voor financiering van zorg gerelateerde kosten’ hieronder.

Raadpleeg een specialist in toegankelijk reizen	Specialisten in toegankelijk reizen hebben ervaring met het uitzoeken hoe zorggerelateerde kosten kunnen worden gedekt en hebben eerder contact gehad met instanties voor persoonlijke zorgbudgetten, zorgverzekeraars, thuiszorgaanbieders of financieringsinstanties.
	Je kunt de specialist in toegankelijke reizen de betaling laten regelen met de klant en een commissie met hen afspreken voor het helpen de kosten te dekken.
Verwijs de reiziger door naar het Persoonsgebonden Budget-kantoor (PGB-kantoor)	Met het Persoonsgebonden Budget kan de reiziger de kosten voor persoonlijke zorg of medische hulp vergoed krijgen.
	Veel landen hebben ook een nationaal kantoor dat advies kan geven over de te vergoeden zorgkosten. In Nederland heet dit kantoor Per Saldo.
	Kosten die niet onder het Persoonsgebonden Budget vallen, zijn onder andere reserveringskosten, financiële garantiekosten, activiteiten, reis- en annuleringskosten.
Regel zorg via een thuiszorgaanbieder (Zorg in Natura)	Met een thuiszorgaanbieder (Thuiszorg) kan je tijdelijk zorg op een andere locatie regelen, zonder dat je een andere zorgaanbieder hoeft te betalen. De thuiszorgaanbieder kan de zorgverantwoordelijkheid tijdelijk overdragen aan een andere organisatie. Als de touroperator deze zorg op de locatie regelt (door eigen zorgverleners mee te nemen naar de bestemming of door zorgverleners op de bestemming te regelen), kan hij een factuur voor de zorg naar de thuiszorgaanbieder sturen. Dit wordt vastgelegd in een contract.
Overleg met financieringsorganisatie	De reiziger kan zelf overleggen met de financieringsorganisatie om te weten te komen of de kosten kunnen worden gedekt door financiering of donaties.

Factor 2. Hoe het gevraagde type toegankelijkheid de persoonlijke overwegingen beïnvloedt

Het gevraagde type toegankelijkheid voor mensen met een beperking verwijst naar de verschillende manieren waarop mensen met een beperking obstakels kunnen ervaren en toegankelijkheid kunnen beleven. Dit is afhankelijk van wat ze proberen te doen, bijvoorbeeld gebruikmaken van toeristische diensten, locaties of ervaringen. De typen toegankelijkheid zijn:

- Fysieke toegankelijkheid: vereiste afmetingen van ruimtes en objecten (bijv. drempelvrije ingangen, hoogte van bedden);
- Zintuiglijke toegankelijkheid: visuele of auditieve informatie (bijv. braille-bewegwijzering, audiodescripties);
- Cognitieve toegankelijkheid: duidelijke en eenvoudige communicatie (bijv. gemakkelijk leesbaar materiaal, vereenvoudigde bewegwijzering);
- Sociale of houding gerelateerde toegankelijkheid: houding van het personeel en inclusieve praktijken (bijv. respectvolle interacties, training in bewustwording van beperkingen).

Om te begrijpen welke toegankelijkheid een gebruiker nodig heeft, kan je deze vraag stellen: "Wat zou het voor jou onmogelijk maken om deze reis te maken?" Deze vraag helpt je precies te begrijpen hoe je aan hun behoeften kunt voldoen. Het verduidelijkt de minimumvereisten voor toegankelijkheid. Probeer echter verder te gaan dan het minimum, je wilt iedereen een complete, hoogwaardige ervaring bieden. De onderstaande lijst geeft details over de manier waarop mensen met een beperking toegankelijkheid ervaren. De lijst helpt je om relevante vragen over toegankelijkheid te formuleren.

Inzicht in fysieke toegankelijkheid	
Afmetingen van locaties en ruimtes	Hotelkamers, bedden (hoogte), toiletten, wastafels, ingangen, liften, gangen enz.
Soorten ingangen	Hellingen, liften, breedte van deuren, draaideuren, noodknoppen
Mobiliteitshulpmiddelen	Zelf meenemen, huren, vereiste details voor apparatuur
Uithoudingsvermogen	Rusttijden, behoefte aan rust, toilet-pauzes, reistijden
Inzicht in zintuiglijke toegankelijkheid	
Visuele ondersteuning	Soort bewegwijzering voor navigatie, tactiele kaarten, braille, verlichting, contrasterende kleuren, lettergrootte, audiogidsen, voorleessoftware, apps
Auditieve ondersteuning	Akoestiek, ringleidingsysteem, ondertiteling, zoemende en/of visuele alarmen voor noodgevallen, gebarentaalvertolking, soort gebarentaal
Blindengeleidehonden	Neemt een persoon een blindengeleidehond mee?
Inzicht in cognitieve toegankelijkheid	
Communicatie	Type communicatie, bewegwijzering, planning
Uithoudingsvermogen / zintuiglijke overbelasting	Groepsgrootte, rustmomenten, rustige ruimte, zintuiglijke prikkels
Hulphonden	Heeft iemand een hulphond?
Inzicht in chronische gezondheidsproblemen	
Uithoudingsvermogen	Energiefluctuaties (vermoeidheid), planning, zintuiglijke overbelasting
Medicatie	Beschikbaarheid van hulpmiddelen (bijv. dialyseapparaat), medicatietijdstippen, flexibiliteit, toegang tot koelkast, toegang tot elektriciteit
Medische bagage (speciale bagage)	Batterijen, zuurstof, mobiliteitshulpmiddelen
Allergieën	

Factor 3. Hoe de ondersteuningsbehoeften persoonlijke overwegingen beïnvloeden

Ondersteuningsbehoeften hebben betrekking op de praktische hulp die iemand tijdens het reizen nodig kan hebben. Verschillende beperkingen betekenen verschillende soorten ondersteuning.

Dit kan het volgende omvatten:

- Hulp bij het instappen in een vliegtuig of trein;
- Een persoonlijke begeleider voor dagelijkse activiteiten;
- Hulp bij ochtend- en avondroutines;
- Hulp bij het beheren van medicatie;
- Het huren van mobiliteitshulpmiddelen zoals een rolstoel, scootmobiel of douchestoel.

Het belangrijkste is om de juiste vragen te stellen. Ondersteuningsbehoeften variëren sterk, niet alleen op basis van iemands beperking, maar ook op basis van met wie ze reizen en waar ze zich comfortabel genoeg bij voelen om zelfstandig te doen.

De onderstaande Tool helpt je bij het stellen van de juiste vragen om zo te begrijpen welke ondersteuning jouw gebruikers nodig hebben.

Vragen over ondersteuningsbehoeften:

- Met wie reis je?
- Is de persoon die zorg nodig heeft een volwassene of een kind? Hoe oud is deze persoon?
- Heb je een hulp- of blindengeleidehond?
- Wat voor soort ondersteuning is er nodig?
 - o Bij welke dagelijkse activiteiten?
 - o Hoe verloopt de communicatie?
 - o Hoeveel tijd per dag?
 - o Op welke momenten van de dag?
- Is er medische zorg nodig?
- Wil je dat iemand twee keer per dag naar de accommodatie komt om te helpen?
- Wil je dat er de hele dag iemand beschikbaar is?
- Wil je een begeleider, zorgverlener, hulpverlener of mantelzorger (medereiziger) meenemen naar de bestemming?
- Wil je ter plaatse op de bestemming begeleiding of zorg aanvragen?
- Wil je dat de zorgverlener in dezelfde accommodatie verblijft?
- Wil je dat de zorgverlener 24 uur per dag beschikbaar is?
- Wat is jouw budget voor de zorgondersteuning?
- Weet je hoe je de zorgondersteuning financieel kan dekken? (zie tabel 'financiële ondersteuning zoeken')
- Wanneer kunnen deze kosten worden gedekt?
- Heb jij een aparte factuur nodig voor de zorgkosten?
- Als je je accommodatie al hebt geboekt, welk niveau van ondersteuning is er beschikbaar in de accommodatie?
- Welke aanvullende zorgondersteuning is er nodig?

Factor 4. Hoe eerdere ervaringen persoonlijke overwegingen beïnvloeden

De laatste van de Vier Factoren die van invloed zijn op de besluitvorming zijn Eerdere Ervaringen. Ervaringen met activiteiten of vakanties die iemand eerder heeft geprobeerd, zijn van invloed op de verwachtingen, het vertrouwen en de bereidheid om ze opnieuw te beleven. Positieve ervaringen kunnen het vertrouwen vergroten, de motivatie verhogen en leiden tot vaker iets ondernemen.

Negatieve ervaringen kunnen leiden tot onzekerheid, angst of zelfs de beslissing om helemaal niet meer op reis te gaan. Door positieve ervaringen van anderen of je eigen positieve ervaringen te laten zien, kun je anderen aanmoedigen om weer te reizen of recreëren.

Je kunt het vertrouwen van potentiële klanten vergroten door hen gerust te stellen, een gedetailleerde reisplanning te maken, foto- en videomateriaal van locaties te tonen, bevestigingen te laten zien, contactgegevens van lokale partners te verstrekken en reiservaringen van anderen te delen.

Er zijn nog veel meer bronnen om potentiële klanten naar te informeren, zoals;

- Blogs van frequente reizigers of influencers op het gebied van toerisme;
- Internationale en nationale Facebookgroepen gewijd aan toegankelijk reizen;
- Instagram- en TikTok-pagina's die toegankelijke bestemmingen laten zien;
- Online beoordelingen en ratings;
- Websites van lokale organisaties voor het beheer van reisbestemmingen;
- Lokale toegankelijkheidsprogramma's die objectieve informatie over toegankelijkheid bieden.

Moedig klanten aan om meerdere bronnen te raadplegen om een goed beeld te krijgen van wat ze kunnen verwachten. Hieronder vind je een selectie van blogs of sociale mediagroepen met geweldige voorbeelden van reismogelijkheden:

- Eelkedornt.nl, een Nederlandse website met toegankelijke accommodaties en reisavonturen; www.eelkedornt.nl
- Wheelchairtravel.org door John Morris; www.wheelchairtravel.org/about/
- 'Accessible Travel Club', een internationale Facebook groep;
- The Creative Globetrotter, door Budi Loonen over reizen met een auditieve beperking; www.creativeglobetrotter.nl/
- Blindtravels.com, reisrecensies met de nadruk op toegankelijkheid voor mensen met een visuele beperking; www.blindtravels.com/
- Hearinglink.org, deze website biedt tips over reizen met een auditieve beperking; www.hearinglink.org/living/out-about/travelling/
- Een van de toonaangevende toegankelijke reisblogs in het Verenigd Koninkrijk met recensies en reisgidsen over reizen met een rolstoel; www.carrieannlightley.com/
- De blog Shortgirltravels.com geeft reistips voor neurodivergente mensen; www.shortgirltravels.com/traveling-while-neurodivergent/

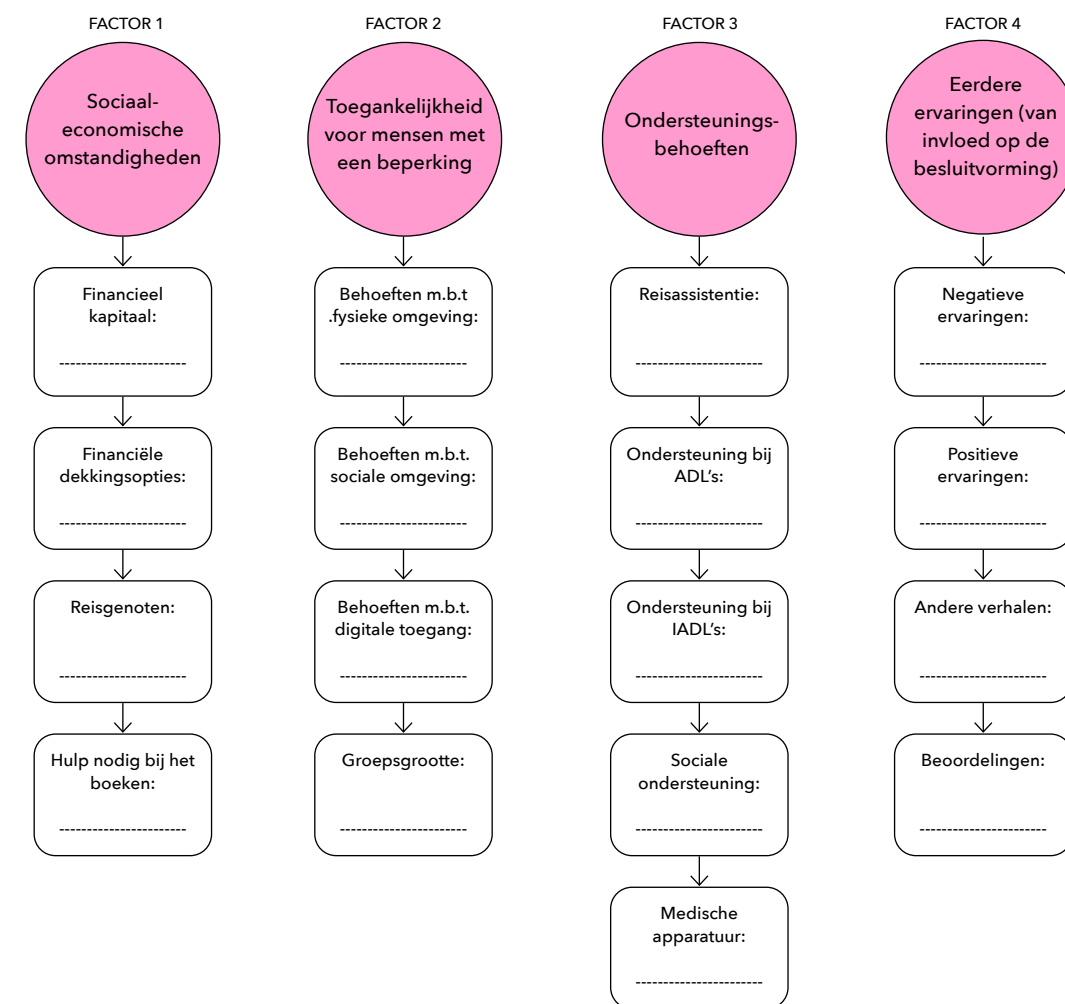
Naast het verwijzen van potentiële klanten naar websites die toegankelijke reiservaringen presenteren, kan je ook reiservaringen van voormalige klanten verzamelen. Misschien heb je al toegankelijke vakanties georganiseerd. Gebruik deze positieve ervaringen om anderen aan te moedigen!

Samenvatting van alle vier de factoren die van invloed zijn op de persoonlijke overwegingen

We hebben nu alle vier de factoren beschreven en Tools aangedragen om in gesprek te gaan met gebruikers, klanten of reizigers. De laatste Tool kan worden gebruikt om:

- al jouw bevindingen uit het gebruik van de bovenstaande Tools samen te vatten, of;
- een eerste gesprek (of co-ontwerpsessie) met jouw klant te starten.

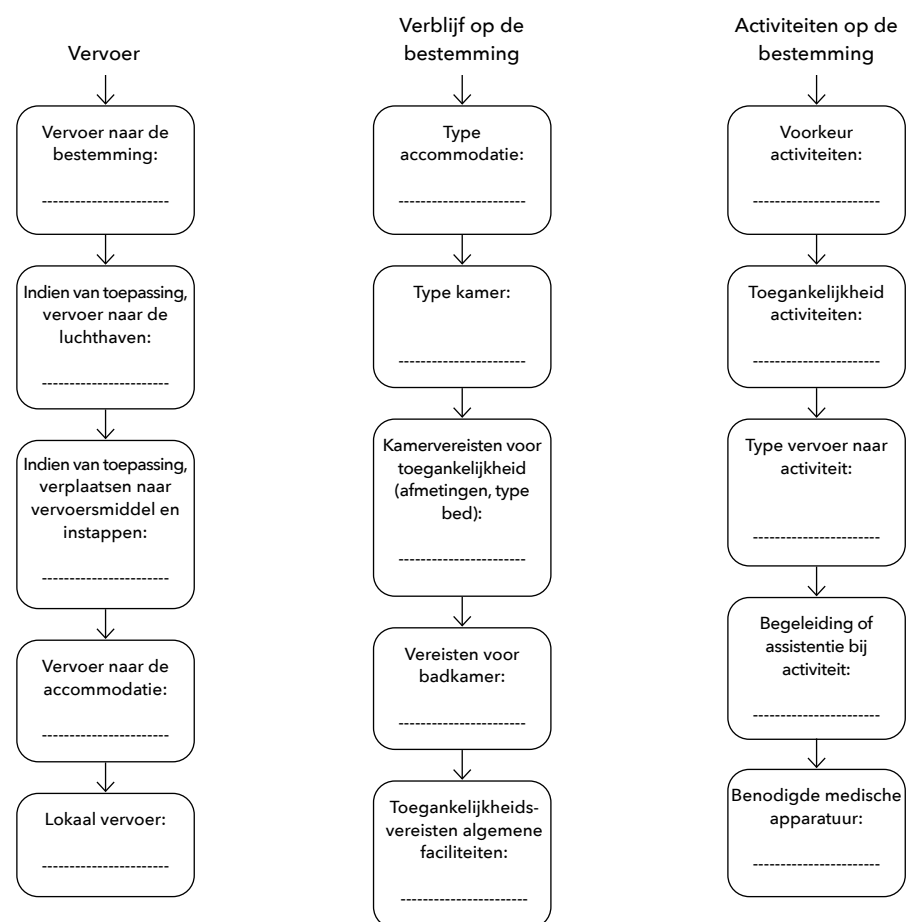
Let op: dit overzicht is ook erg nuttig voor het evalueren van jouw online bronnen. Welke van deze informatie bied je al aan? Welke informatie is moeilijk te vinden? Je zou kunnen beginnen met het publiceren van een deel van deze informatie via jouw eigen communicatiekanalen. Je kunt ook samenwerken met partners van de Accessible Tourism Value Chain (Toegankelijk Toerisme Waardeketen) en gezamenlijk informatie over deze Vier Factoren publiceren. Zo worden potentiële reizigers zich bewust van de mogelijkheden!



FIGUUR 6: Template voor de Vier Factoren die van invloed zijn op de Persoonlijke Overwegingen

Fase 2: Reisplanning en Besluitvorming

Tijdens de reisplanning moeten beslissingen worden genomen over de verschillende onderdelen van de reis, waaronder het vervoer, de accommodatie, de activiteiten op de bestemming en het vervoer bij vertrek. Het onderstaande model is een Tool om meer algemene informatie te vergaren over de voorkeuren van de klant voor de vakantie. Deze algemene voorkeuren kunnen worden toegevoegd aan alle andere voorkeuren die je al hebt vastgelegd (de Vier Factoren van Persoonlijke Overwegingen). Deze aanvullende details zijn cruciaal voor de vakantie beleving van de klant. Wright (2012) zegt hier het volgende over: "Als er één zwakke schakel in de keten is, kan de klant angstig en geërgerd raken, en is de vakantie verpest, niet alleen voor hen, maar ook voor hun reisgenoten". Buhalis et al. (2012) onderbouwt dit verder door te stellen dat "Wat de toerist met een beperking angstig maakt, is dat voor elke fase van het reisproces toegankelijkheid een onbekende variabele is die gepaard gaat met een reeks beperkingen en barrières waar toeristen zonder beperkingen, niet mee te maken hebben".



FIGUUR 7: Template om de wensen van de klant voor de gehele reis vast te leggen

Fase 3: Vervoer

Het vervoer omvat de reis naar de bestemming zelf. Deze fase is cruciaal omdat deze de toon zet voor de algehele ervaring. Nauwkeurige planning, comfort en gemak zijn belangrijke factoren die de klanttevredenheid en het vertrouwen in het voortzetten van de reis zullen beïnvloeden. De vervoersfase omvat vaak een combinatie van vervoersoplossingen, waardoor deze fase kwetsbaar is voor fouten. Elke vervoersmogelijkheid moet geschikt zijn voor de persoon die reist.

Mensen die gebruikmaken van een rolstoel, elektrische rolstoel of scootmobiel, moeten verschillende diensten van tevoren regelen: rolstoeltoegankelijke taxi's op de plaats van bestemming, assistentie op de luchthaven(s) of het treinstation(s), rolstoeltoegankelijke huurauto's en lokale bussen. Mensen met andere soorten beperkingen moeten rekening houden met andere specificaties voor toegankelijkheid, bijvoorbeeld gemakkelijke navigatie op de overstaplocaties, assistentiemogelijkheden, rustplaatsen of locaties van (aangepaste) toiletten of changing places (ruimte met toilet, wastafel en een hoog-laagbed).

Overweeg de volgende opties bij het regelen van vervoer:

Soort vervoer

- Vluchten;
- Treinreizen;
- Busreizen;
- Cruises;
- Privé taxi's;
- Openbaar Vervoer (trein, metro, tram, bus).

Vervoer organiseren

- Reserveer het direct bij de vervoersaanbieder (taxibedrijf, luchtvaartmaatschappij, treinmaatschappij, cruisebedrijf);
- Boek de reizen via een touroperator of reisagent;
- Zorg niet voor het vervoer en adviseer de klanten hoe ze dit zelf kunnen regelen.

Tips die het reizen gemakkelijker kunnen maken:

- Sunflower Key Cord (see figuren 7 en 8)
- European Disability Card
- European Disability Parking Card
- Euro Key

Video waarin het doel van het Sunflower-sleutelkoord wordt uitgelegd. De video is te vinden via deze link <https://hdsunflower.com/uk/insights/post/for-people-with-non-visible-disabilities>





Het Hidden Disabilities Sunflower-koord is een eenvoudig middel om vrijwillig kenbaar te maken dat je een niet-zichtbare beperking of aandoening hebt, en dat je soms een helpende hand, begrip of wat meer tijd kunt gebruiken in winkels, op het werk, in het openbaar vervoer of op openbare plekken.



FIGUUR 8: Sunflower-sleutelkoord

Fase 4: Bestemming

Accommodatie

Bij het regelen van accommodatie zijn de keuzemogelijkheden afhankelijk van de voorkeur voor het soort accommodatie (hotel, B&B, appartement, camping), het soort bestemming (stedelijk, regionaal) en de grootte van de groep. Wat betreft toegankelijkheid zijn de keuzemogelijkheden ook afhankelijk van de aard van de beperking. Mensen met een lichamelijke beperking hebben behoefte aan fysieke toegankelijkheid en mogelijkheden om mobiliteitshulpmiddelen te huren, terwijl mensen met een visuele, auditieve, cognitieve of neurologische beperking andere verzoeken hebben. De verschillende aandachtspunten voor toegankelijkheid zijn weergegeven in het overzicht op pagina 92.

Als organisator van toeristische activiteiten kun je op verschillende manieren informatie over de toegankelijkheid van de accommodatie verkrijgen:

- Vraag de accommodatie rechtstreeks om objectieve informatie, foto- of videomateriaal;
- Zoek informatie op websites van Online Reisagenten (OTA's);
- Boek je accommodatie bij een touroperator en vraag de informatie via hen op;
- Zoek informatie op websites van andere reizigers;
- Lees beoordelingen over de toegankelijkheid van hotels.

Onzekerheid over de betrouwbaarheid van informatie over toegankelijkheid vormt al jaren een groot probleem. Het is voor reisorganisatoren en reizigers erg moeilijk gebleken om accurate, actuele informatie of zelfs überhaupt informatie te vinden. Niet alle websites van accommodaties, touroperators of online reisbureaus verstrekken deze informatie en als ze dat wel doen, is het altijd raadzaam om deze informatie te controleren en gedetailleerde vragen te stellen.

Touroperators die gespecialiseerd zijn in toegankelijk toerisme bieden de meest betrouwbare informatie, omdat zij voortdurend in contact staan met de accommodaties voor het maken van reserveringen. Daardoor zijn zij het beste op de hoogte van veranderingen in de beschikbaarheid, het interieur, de mobiliteitsvoorzieningen, de training van het personeel en andere aanpassingen.

De kennis over toegankelijkheid van hoteleigenaren, managers en ander personeel hangt sterk af van training, werkhethiek, de duur dat de werknemer bij de accommodatie werkt en interne communicatie. Het is verstandig om rechtstreeks contact op te nemen met het hotel om een checklist met informatie over toegankelijkheid, foto's en videomateriaal te verkrijgen. Niet alle accommodaties hebben deze informatie paraat.

Als touroperator en reiziger kan je accommodaties aanmoedigen om informatie over toegankelijkheid te verstrekken of hen inspireren om veranderingen aan te brengen in hun interieur of mobiliteitshulpmiddelen aan te schaffen. Jouw inspanningen zullen jou en andere reizigers helpen om een aangename ervaring te hebben.

Verhuur van mobiliteitshulpmiddelen

Een essentieel onderdeel van toegankelijk toerisme is het gebruik van mobiliteitshulpmiddelen, medische apparatuur en zorgondersteuning tijdens reizen. Op pagina 93 staan voorbeelden van vragen die je kunt stellen over zorgondersteuning. De volgende stap is het regelen ervan. Volgens touroperators en reisagenten die voor dit boek zijn geïnterviewd, is het regelen van mobiliteitshulpmiddelen een van de meest uitdagende aspecten van het organiseren van toegankelijke reizen. De reden hiervoor is dat elk land verschillende leveranciers heeft en niet alle leveranciers dezelfde type hulpmiddelen hebben. Elke leverancier heeft zijn eigen werkwijze, prijzen en voorwaarden. In sommige landen is het gemakkelijk om een leverancier te vinden, terwijl in andere landen informatie over leveranciers alleen beschikbaar is voor inwoners of in de lokale taal. Als je besluit om mobiliteitshulpmiddelen in een ander land te huren, kun je contact opnemen met de volgende partijen:

- Specialist in het verhuren van mobiliteitshulpmiddelen in je eigen land;
- Specialist in toegankelijke reizen in je eigen land;
- Leverancier van mobiliteitshulpmiddelen op de plaats van bestemming;
- Specialist in toegankelijke reizen op de plaats van bestemming.



Als het huren van mobiliteitshulpmiddelen goed geregeld is, heeft dit een zeer positief effect op de beleving van de klant, zoals blijkt uit de recensies in het tekstvak. Hieronder worden de stappen nader toegelicht:

- Zorg dat je precies weet welk soort hulpmiddel jouw klant nodig heeft (soort hulpmiddel, breedte, hoogte, maat, gewicht);
- Zoek een geschikte en betrouwbare leverancier en informeer naar hun algemene voorwaarden;
- Bevestig de huurperiode, het aantal dagen of weken en vermeld ook de leverings- en ophaal-datum. Zorg ervoor dat je precies weet wanneer de klant bij de accommodatie aankomt (vroeg in de ochtend, laat in de avond), zodat je ervoor kunt zorgen dat de mobiliteitsapparatuur al is geleverd wanneer de klant daar aankomt;
- Zorg ervoor dat je de prijzen correct communiceert aan je klanten, inclusief de huurperiode, logistiek, borg en btw;
- Zorg ervoor dat je weet waar de mobiliteitsapparatuur moet worden geleverd en dat de locatie bevestigt dat ze op de hoogte zijn van de levering en dit intern zullen communiceren;
- Communiceer de bevestiging van de levering aan alle betrokken partijen (bijv. mobiliteitsleverancier, reiziger, reisagent, chauffeur enz.);
- Zorg ervoor dat de plaats van levering fysiek geschikt is om de mobiliteitsapparatuur in ontvangst te nemen. Bijv. een niet-opvouwbare scootmobiel kan niet worden geleverd aan een appartement dat alleen via een trap bereikbaar is;
- Leg jouw algemene voorwaarden vast voor onder andere leverings- en ophaaldata en -tijden, prijzen en schade.

Beoordelingen over het huren van mobiliteitshulpmiddelen bij Accessible Travel NL op Trustpilot

“

“Geweldige communicatie en service. Het maakte het heel gemakkelijk om met een rolstoelgebruiker van Amsterdam te genieten.”

Beoordeling van februari 2020

“

“Vloog in vanuit het Verenigd Koninkrijk en boekte een rolstoeltaxi en een scootmobiel. Geen problemen. Zeer goede communicatie. Zeer tevreden. Zal weer boeken.”

Beoordeling van juli 2019

“

“Het team van Accessible Travel in NL heeft me onlangs uitstekend geholpen toen ik een scootmobiel en rolstoel moest huren. Mijn moeder kwam op bezoek en ze heeft een aantal mobiliteitsbeperkingen. Als ze dit hulpmiddelen niet had kunnen krijgen, zou haar hele reis verpest zijn geweest. Erik gaf me alle opties voor de verschillende soorten hulpmiddelen, prijzen en andere details. Wat begon als een stressvolle situatie, werd een zeer prettige ervaring, allemaal dankzij de vriendelijke hulp van dit team. Het is zo fijn om met iemand te werken die betrokken is!”

Beoordeling van juni 2022

“

“Alles was perfect. De scooter was gemakkelijk te reserveren en werd op tijd geleverd en opgehaald. Met de scooter was het een fluitje van een cent om door de straten van de stad te rijden, zelfs voor een beginnende gebruiker. De klantenservice was uitstekend. Elke e-mail werd vrijwel onmiddellijk beantwoord door het vriendelijke en ervaren personeel. Voor onze volgende reis zullen we weer boeken.”

Beoordeling van januari 2020

Bestemming en activiteiten

Mensen reizen vaak naar bestemmingen vanwege de unieke attracties en bezienswaardigheden. Activiteiten kunnen onderdeel zijn van een vakantie of een dagtrip zonder overnachting. Activiteiten kunnen plaats vinden in uiteenlopende omgevingen zoals stedelijke omgevingen, het platteland en aan de kust. Overweeg bij het ontwikkelen van een nieuwe activiteit of het verbeteren van een bestaande activiteit om een co-ontwerp benadering te gebruiken om een betere ervaring te bieden. Denk na wat gebruikers van de ervaring verwachten en wat ze nodig hebben. Figuur 9 visualiseert de verschillende manieren waarop iemand een activiteit kan ervaren met behulp van het model 'Accessible Experience Economies for Individual Needs' van Dickson et al. (2024), dat laat zien hoe personen activiteiten kunnen ervaren.

Absorberen en onderdompelen in toegankelijke activiteiten

Afhankelijk van het soort activiteit kun je bepalen hoe gebruikers jouw product zullen ervaren. Je kunt ervaringen creëren die worden bekeken of geobserveerd. Bij deze ervaringen nemen mensen relatief passief deel, maar kunnen ze wel absorberen wat er wordt gepresenteerd, zoals het kijken naar een dramatische film, een excentrieke dansvoorstelling, een mooi varend schip of het bewonderen van een unieke museumtentoonstelling (esthetisch, entertainment).

Een tentoonstelling in een museum kan zowel entertaining als educatief zijn. Door interactieve settings en creatieve installaties te integreren, wordt het een echt onderdompelende ervaring. Wanneer je ervaringen ontwerpt die inclusief en toegankelijk zijn, stel je mensen in staat om er zelfstandig van te genieten door het te observeren, absorberen of zich er even in te verliezen.

Een uitstekend voorbeeld is het Anne Frank Huis in Amsterdam. Het museum heeft een VR-ervaring ontwikkeld voor mensen met een lichamelijke beperking, omdat interessante delen van het museum ontoegankelijk zijn voor mensen die geen trappen kunnen lopen. Deze VR-ervaring omvat verhalen, beelden en geluiden, waardoor bezoekers zelfstandig in de tentoonstelling kunnen opgaan. Hoewel mensen met beperkte mobiliteit de daadwerkelijke ruimte niet kunnen zien, kunnen ze achteraf toch met hun medereizigers over de tentoonstelling praten. Het is een win-winsituatie: de VR-ervaring trekt meer bezoekers en biedt tegelijkertijd een betere ervaring voor iedereen. De boodschap is creëer ervaringen waaraan iedereen volledig en gelijkwaardig kan deelnemen. Als een activiteit bedoeld is om in zich op te nemen, zorg er dan voor dat iedereen dit kan doen. Als het bedoeld is om onderdompelend te zijn, zorg er dan voor dat iedereen zich erin kan onderdompelen. Dit is inclusie.

Toegankelijke activiteiten co-ontwerpen

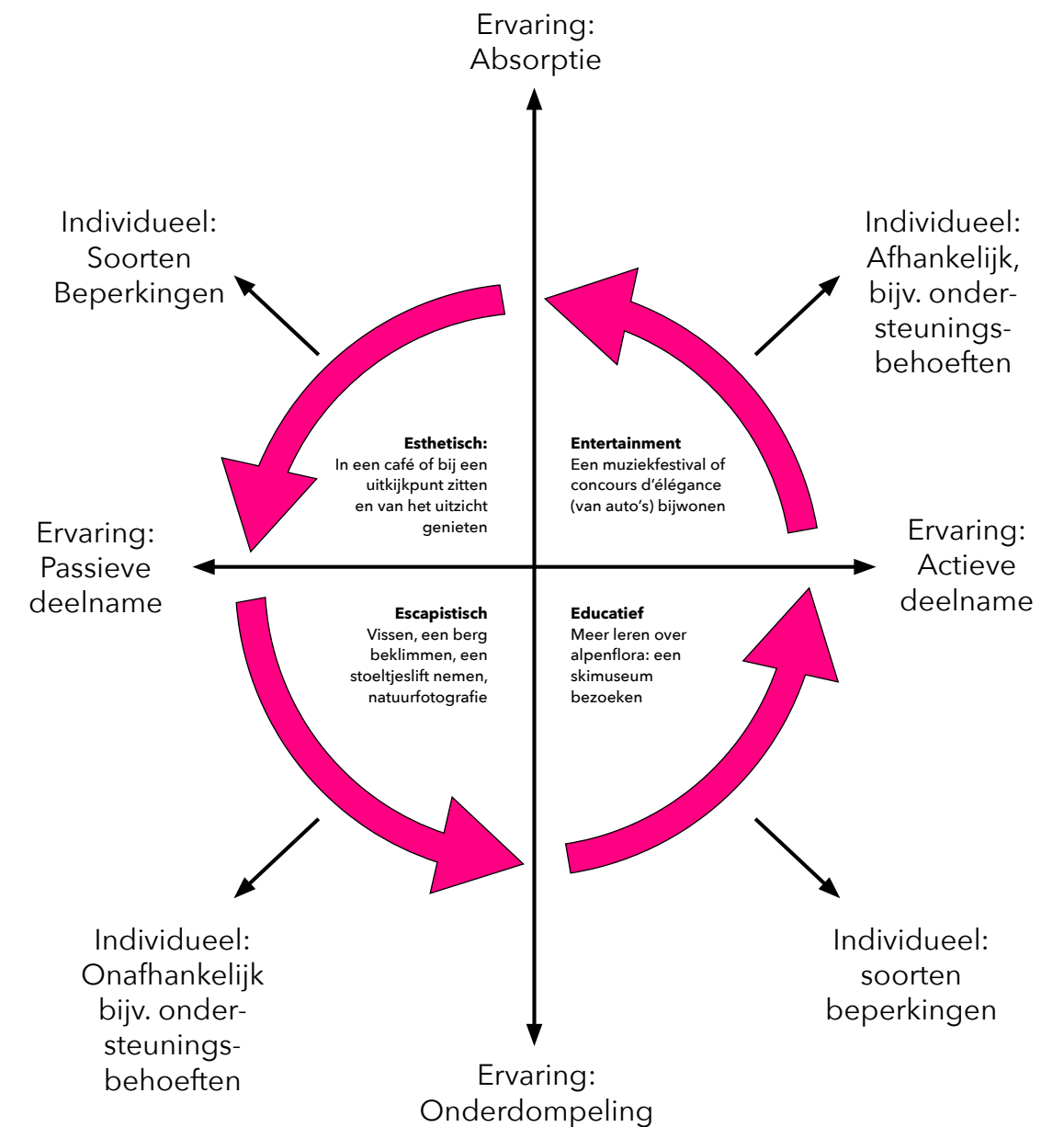
De vraag is: hoe doe je dat? Een goede manier om te beginnen is door gebruik te maken van de co-ontwerp benadering. Betrek gebruikers bij de verschillende fasen van het ontwikkelen of herontwikkelen van je ervaring. Dit ontwerpproces is vergelijkbaar met het proces dat aan het begin van dit deel van het boek wordt voorgesteld voor het co-ontwerpen van een volledig reisschema.

Introductie van het co-ontwerpproces

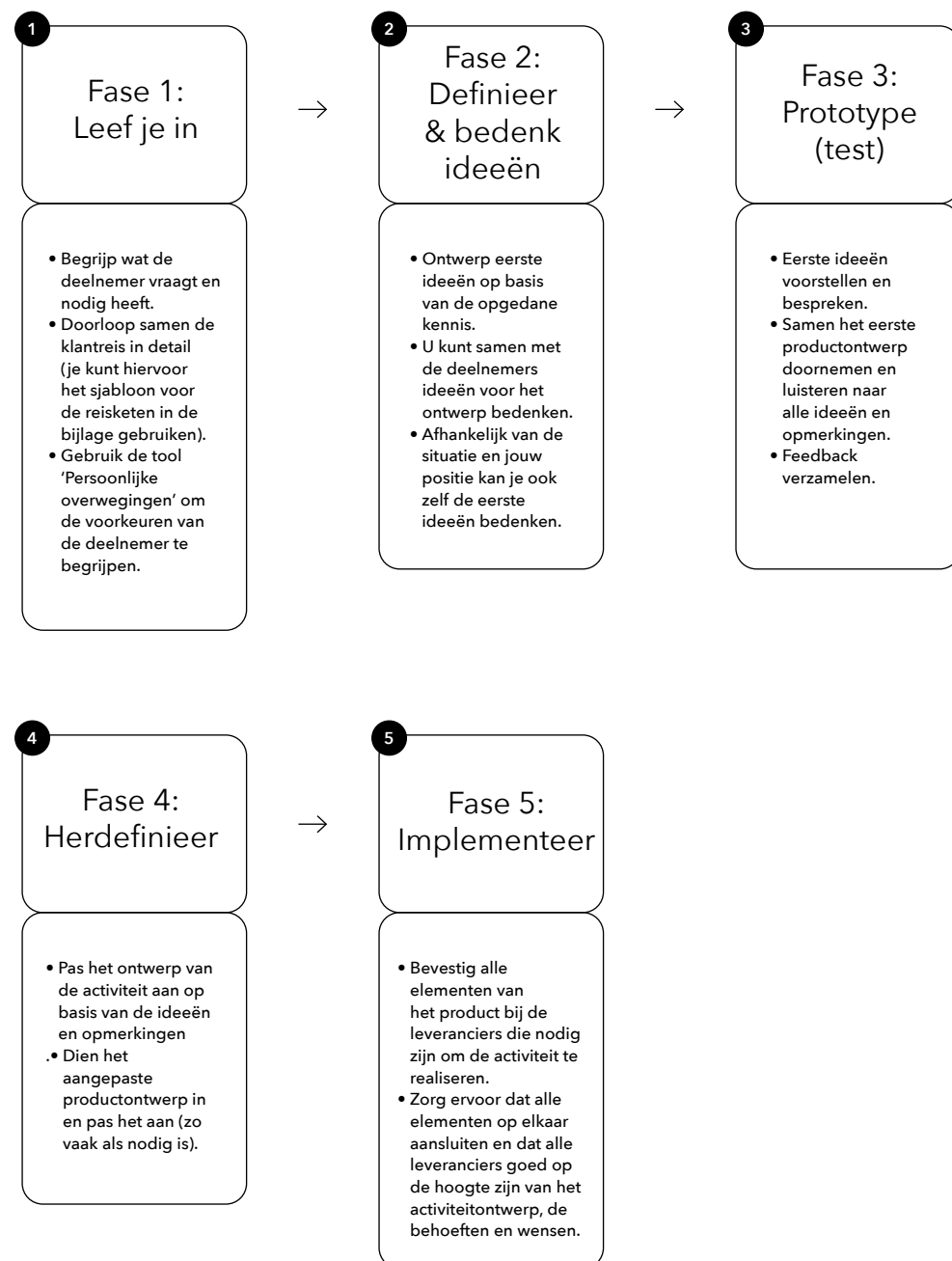
De fasen van het proces kunnen plaatsvinden via één-op-één-gesprekken (online of persoonlijk) of in groepsverband (workshops, focusgroepen, informele bijeenkomsten). Voordat je begint met de fasen van design thinking, introduceer het concept van co-ontwerp aan je co-ontwerpers. Leg het doel en de werkwijze uit, en bespreek de problemen en behoeften die een oplossing vereisen. De fasen van het co-ontwerpproces zijn gevisualiseerd in Figuur 10.



Toegankelijke ervaringsgerichte economieën afgestemd op individuele behoeften



FIGUUR 9: Toegankelijke ervaringsgerichte economieën afgestemd op individuele behoeften (Accessible experience economies for individual needs). Aangepast naar Dickson en Darcy (2012, p. 348) en Pine en Gilmore (1999)

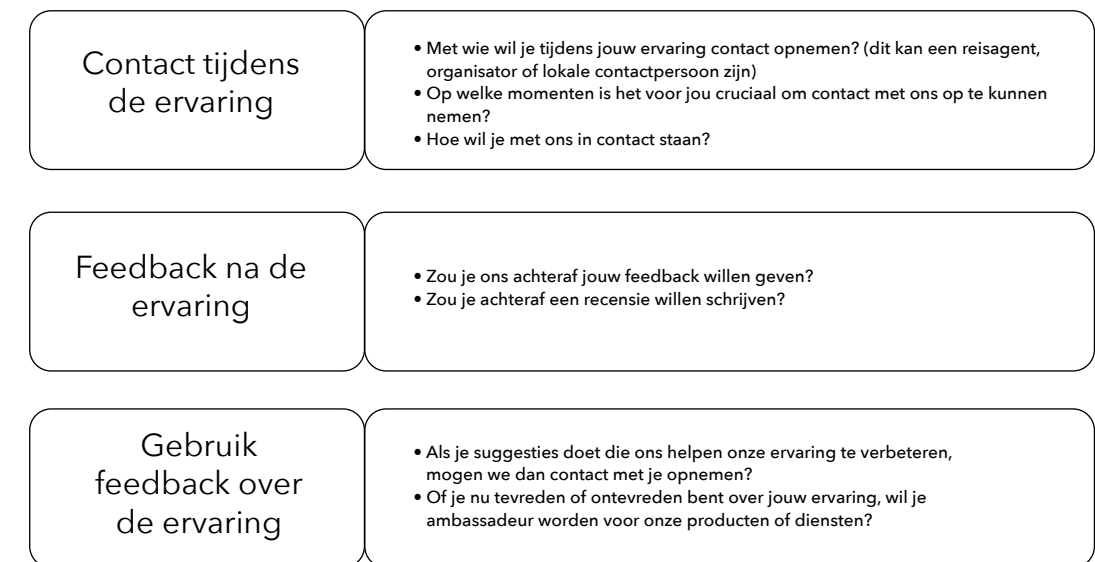


FIGUUR 10: Co-ontwerpfasen voor toegankelijke activiteiten

Fase 5: Feedback en reactie door reisorganisatie

Om de ervaring van een reiziger of bezoeker vast te leggen, bereid je hen vooraf voor door hen te laten weten dat je om feedback zult vragen. Laat hun weten dat ze tijdens de reis en na hun reiservaring contact kunnen houden. Deze feedback helpt je om specifieke elementen te verbeteren (rondleidingen, hotelkamers, vervoer), en versterkt tegelijkertijd jouw persoonlijke band met klanten. Een open en positieve houding tegenover feedback versterkt het vertrouwen in je organisatie, laat klanten zien dat hun input belangrijk is, bevordert herhaalde bezoeken en genereert positieve beoordelingen en mond-tot-mondreclame.

Het is echter niet voldoende om de feedback te ontvangen, je moet ook actie ondernemen. Neem bijvoorbeeld de hotelervaring van Nicole uit Hoofdstuk 2. Ze boekte een kamer in een viersterren-hotel dat niet voldeed aan de toegankelijkheidsvoorschriften, wat vanaf het moment dat ze daar arriveerde voor teleurstelling en moeilijkheden zorgde. Na thuiskomst stuurde Nicole het hotel een e-mail met een lijst van twaalf toegankelijkheidsproblemen en raadde hen aan om contact op te nemen met PBT Consult, een adviesbureau voor toegankelijkheid. Ze heeft nooit een reactie ontvangen. Het stilzwijgen van het hotel heeft een blijvende negatieve indruk op haar achtergelaten en ze beveelt het hotel niet aan bij vrienden. Als het hotel op haar suggesties had gereageerd en eerlijk had uitgelegd hoe ze haar feedback zouden aanpakken, zou ze een heel ander verhaal vertellen. Als ze hun faciliteiten daadwerkelijk hadden verbeterd, zouden ze toegankelijker zijn geworden voor veel gasten en hun vrienden en familie. Het onderstaande sjabloon biedt een Tool om feedback te verzamelen en positieve klantervaringen te ondersteunen. •



Oefening

Stap 1.
Persoonlijke overwegingen bij het plannen van een reis

Wat zijn momenteel je eigen overwegingen bij het plannen van vakantie? Gebruik figuur 6 van Tool 3 op pagina 95 om jouw eigen overwegingen in te vullen.

Stap 3.
Uitdagingen

Welke behoeften of voorkeuren zullen volgens jou moeilijk te realiseren zijn?

Stap 2.
Toegankelijkheidsbehoeften

Als je zou reizen met een familielid of vriend met tijdelijke of langdurige toegankelijkheidsbehoeften, hoe zou dit dan van invloed zijn op de antwoorden die je hebt opgeschreven?

Stap 4.
Oplossingen

Welke oplossingen kun je bedenken voor deze uitdagingen en wie kan je daarbij helpen?

Tool 4

Digitale toegankelijkheid en inclusieve marketing

Dit hoofdstuk gaat over de toegankelijkheid van digitale bronnen, marketing en communicatie.

Voor wie is deze Tool bedoeld?

Deze Tool en de inhoud van dit hoofdstuk zijn bedoeld voor lezers die de online toegankelijkheid van hun bronnen willen verbeteren en ervoor willen zorgen dat hun marketing en communicatie inclusief zijn voor een breder publiek.

Hoe werkt deze Tool?

Gebruik de onderstaande checklist als leidraad voor digitale toegankelijkheid. Deze omvat de essentiële punten waarmee je rekening kunt houden. In onderstaande paragrafen wordt uitgelegd wat elke indicator betekent en hoe je het kunt aanpakken.

Tool 4. Checklist voor Inclusieve Marketing & Communicatie

- Controleer de toegankelijkheid van jouw online content met een zelfscan.
- Neem een diverse representatie van je publiek op in je beeldmateriaal.
- Geef gedetailleerde toegankelijkheidsinformatie over jouw specifieke aanbod: objectieve beschrijvingen, afmetingen, foto's, video's.
- Beschrijf hoe jouw aanbod bereikbaar is voor verschillende doelgroepen: jouw locatie, het hotel, het park enz.; bij aankomst, verblijf en vertrek)
- Vermeld informatie over de toegankelijkheid op de bestemming.
- Geef aan hoe iemand jouw aanbod kan kopen.
- Leg uit en (her)overweeg hoe iemand met jou kan communiceren.
- Geef aan welke ondersteuning iemand kan verwachten bij gebruik van jouw aanbod.
- Promoot je product op andere digitale bronnen die je klanten veel gebruiken.
- Controleer de toegankelijkheid van jouw online content met mensen met verschillende beperkingen.
- Creëer content samen met je publiek door gezamenlijk tekst, afbeeldingen en video's te ontwerpen.
- Betrek tevreden klanten als je online ambassadeurs.

De digitale toegangspoort: waar elke reis begint

Beeld je het volgende eens in, er is een potentiële klant die graag wat wil weten over jouw dienst of bestemming. Er is een probleem, ze hebben geen toegang tot jouw digitale content. Je kunt het net zo goed onzichtbaar zijn. Voordat iemand kan waarderen wat je aanbiedt, moet het leesbaar en vindbaar zijn. De klantreis begint niet bij een ticketbalie of receptie van een hotel, maar met een Google-zoekopdracht, een scroll door Instagram, of steeds vaker, een chat met een AI-assistent. Natuurlijk kan een tante een leuke B&B aanraden, maar laten we eerlijk zijn, de volgende stap is alsnog het internet afspeuren om meer informatie te vinden. Het punt is, als jouw website niet door een schermlezer gelezen kan worden, als jouw promotievideo geen ondertiteling heeft of als jouw boekingsplatform niet compatibel is met assistentietechnologie, dan verlies je een aanzienlijk deel

KNELPUNTEN BIJ DIGITALE TOEGANKELIJKHEID



FIGUUR 11: Problemen met digitale toegankelijkheid. Afbeelding gemaakt door Kathleen York, afstudeerstudent aan het Urban Leisure & Tourism Lab Rotterdam, Hogeschool Inholland



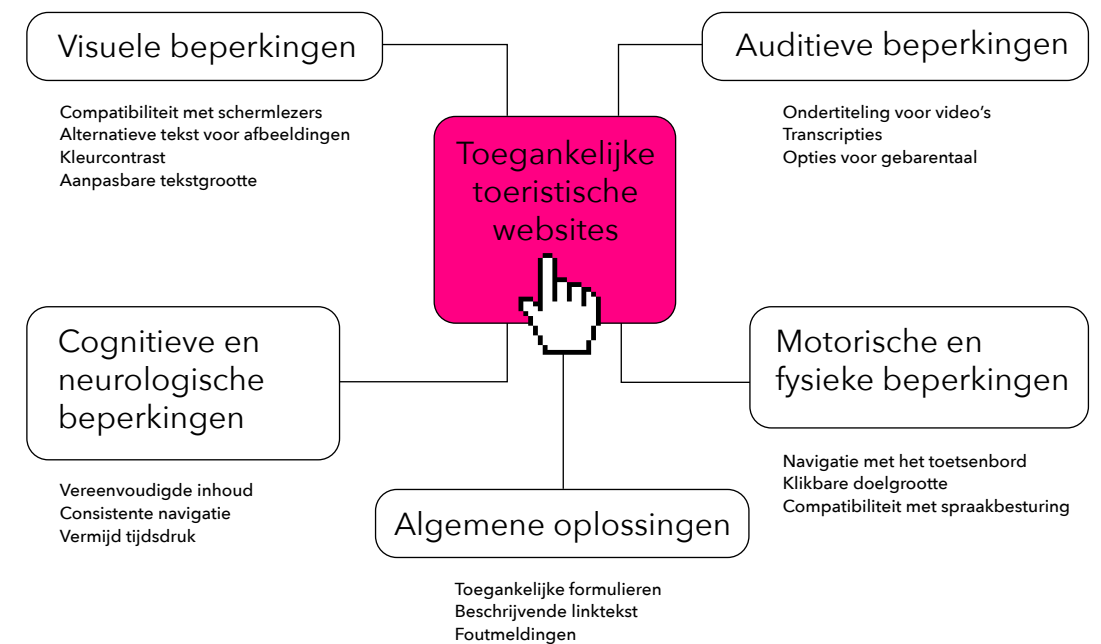
van je potentiële klanten. Zij zullen niet bij je boeken. Ze zullen je zelfs niet overwegen, omdat je simpelweg niet bestaat in hun wereld. Dit is waarom digitale toegankelijkheid niet alleen maar een vinkje is, maar ook de manier waarop jouw potentiële klant informatie vindt. Het is zowel een slimme zakelijke zet als een gelijkwaardige zet om je online informatie voor iedereen toegankelijk te maken.

De Europese Toegankelijkheidswet

Vanaf juni 2025 is digitale toegankelijkheid niet alleen een goede praktijk binnen de EU, maar ook wettelijk verplicht. De Europese Toegankelijkheidswet (European Accessibility Act (EAA)) vereist nu dat een breed scala aan producten en diensten voldoet aan toegankelijkheidsnormen, waaronder digitale apparaten, elektronische communicatiediensten, audiovisuele media, vervoersdiensten, bancaire diensten, e-books, software en e-commerceplatforms (Europese Commissie, 2025). Maar wat betekent dit in de praktijk? De Europese Toegankelijkheidswet richt zich op vijf hoofd-categorieën van toegankelijkheidsbehoeften: visuele beperkingen, gehoorbeperkingen, cognitieve verschillen, neurodiversiteit, en fysieke beperkingen. Voor elke categorie zijn er specifieke oplossingen die digitale inhoud voor iedereen bruikbaar maken. Figuur 12 toont een greep uit oplossingen om jouw online content toegankelijk te maken voor een groter publiek. Voor meer gedetailleerde richtlijnen over het naleven van de EAA bezoek je [W3.org](https://www.w3.org). De belangrijkste conclusie: toegankelijkheid gaat niet om het aanvinken van vakjes, maar over zorgdragen dat iedereen, ongeacht zijn of haar mogelijkheden, toegang heeft tot jouw diensten.

Er zijn online meerdere toegankelijkheidscheckers beschikbaar om jouw content te scannen op toegankelijkheid.

- Engels: <https://www.audioeye.com/lp/wcag-web-compliance/udioEye>
- Nederlands: <https://ismijnsitetoeankelijk.nl/>



FIGUUR 12: Cognitieve beperkingen en neurodiversiteit

Internationale cursussen:

- W3.org Web Accessibility Initiative, cursusnaam; 'Introduction to Web Accessibility' (gratis online cursus);
- AccessibleEU, cursusnaam; Accessible Technology Design (online cursus);
- UX Design Institute, cursusnaam; Accessibility Training for Teams;
- ReciteMe.com, cursusnaam; European Accessibility Act (EAA) Training Course (gratis).

Cursussen beschikbaar in Nederland (Nederlands):

- Accessibility.nl, cursusnamen;
 - o WCAG Specialist Training;
 - o Digitale toegankelijkheid voor front-end ontwikkeling;
 - o Digitale toegankelijkheid voor UX-ontwerpers.
- MKB Nederland, MKB Toegankelijk, cursusnaam;
 - o Diverse e-learning programma's beschikbaar via <https://www.mkbtoegankelijk.nl/e-learnings/>.

Inclusieve marketing en communicatie

De eerste stap van het klanttraject heeft betrekking op bewustwording en persoonlijke overwegingen. Deze worden beïnvloed door beschikbare informatie, zowel online als offline, die het bewustzijn over mogelijkheden vergroot. Dit kan via verschillende kanalen worden geactiveerd: websites, advertenties, mond-tot-mondreclame, sociale media of zoekmachines. Het doel is, in eerste instantie, om de aandacht te trekken en interesse te wekken. Om mensen met diverse vaardigheden of beperkingen te bereiken, zijn verschillende factoren cruciaal om te zorgen dat de informatie voor iedereen toegankelijk.

Begin met het zichtbaar maken van jouw marketing en communicatie voor alle doelgroepen. Dit wordt inclusieve marketing en communicatie genoemd. Volgens Purple Goat Agency, een bureau in het Verenigd Koninkrijk dat gespecialiseerd is in inclusieve marketing, gaat het om "een strategische benadering van bredere communicatieactiviteiten, waaronder het ontwerpen van campagnes die diverse doelgroepen op een authentieke wijze vertegenwoordigen en aanspreken, zodat de boodschap en het aanbod bij iedereen de juiste weerklank vinden" (Purple Goat Agency, 2025).

Het bieden van goede digitale toegankelijkheid, zoals beschreven in de vorige paragraaf, is cruciaal voor inclusieve marketing en communicatie. Purple Goat Agency benadrukt dat inclusieve marketing succesvol is wanneer de inhoud, zowel schriftelijk als visueel, een authentieke weergave is van een divers publiek, waarmee potentiële klanten zich kunnen identificeren. Wanneer mensen zichzelf zien omgaan met of gebruik maken van je product, is de kans veel groter dat ze een aankoop doen. Het maakt ook een groot verschil als je juist die informatie verstrekt waar jouw potentiële klanten naar op zoek zijn, zoals algemene productdetails en specifieke informatie die jouw aanbod aantrekkelijker maakt.

Bijvoorbeeld, als iemand een vakantie in Griekenland plant, zal diegene op zijn minst zoeken naar accommodatie en activiteiten. Hoe beter de kwaliteit en toegankelijkheid van jouw informatie, hoe groter je kansen om een nieuwe klant te werven.

KNELPUNTEN BIJ INFORMATIE TOEGANKELIJKHEID



FIGUUR 13: Problemen met de toegankelijkheid van informatie. Afbeelding gemaakt door Kathleen York, afstudeerstudent aan het Urban Leisure & Tourism Lab Rotterdam, Hogeschool Inholland

Jouw content wordt toegankelijker en inclusiever als je de volgende informatie verstrekt:

- Algemene informatie over het reisproduct zelf (pakket, accommodatie, activiteit);
- Gedetailleerde toegankelijkheidsinformatie over het product en de bestemming (afmetingen, foto's, video's);
- Informatie over de fysieke omgeving en hoe deze bereikbaar is;
- Details over de ondersteuning die je klanten biedt;
- Marketing- en promotiemateriaal waarin diverse klanten voorkomen, zodat zij zien dat jouw producten voor hen geschikt zijn;
- Promotie op andere digitale bronnen die jouw klanten gebruiken (websites van bestemmingen, reisblogs, sociale media).

Toegankelijkheidsinformatie verstrekken

Je vraagt je misschien af welke informatie je moet verstrekken over toegankelijkheid. Stel je voor dat je een restaurant wilt reserveren voor een familie van tien personen. Bij deze familie is ook een oma die een rollator gebruikt en handgrepen nodig heeft om naar het toilet te gaan, een vader die slechthorend is en een kind van acht jaar met coeliakie (ernstige glutenintolerantie). De onderstaande checklist laat zien welke informatie nodig is. Of je nu één van die familieleden bent of slechts degene die reserveert, je moet weten in hoeverre het restaurant toegankelijk en gastvrij is voordat je kunt reserveren. In dit geval, en in het geval van tal van andere mensen, is het erg handig om over dergelijke informatie te beschikken. Het is handig om te kunnen lezen over de specificaties en mogelijkheden van de restaurants, maar foto's of video's zijn ook erg nuttig. Dit maakt het niet alleen veel gemakkelijker en sneller om een restaurant te vinden, maar het is ook erg geruststellend om te weten dat je in goede handen bent.

Deze informatie zou beschikbaar moeten zijn voor openbare en recreatieve locaties: restaurants, hotels, B&B's, pretparken, dierentuinen, musea, openbare toiletten, gemeentehuizen enz. En hetzelfde geldt ook voor toeristische producten en ervaringen: rondleidingen, boottochten, culinaire tours, fietstochten, verschillende soorten reisarrangementen (avontuurlijk, cultureel, sportief) en evenementen (muziekfestivals, zakelijke conferenties, sport).

Waarover moet ik informatie verstrekken met betrekking tot toegankelijkheid en inclusie?

- Informatie over hoe jouw locatie te bereiken is;
- Informatie over hoe zich te verplaatsen binnen jouw locatie of hoe jouw dienst te gebruiken;
- Informatie over hoe de locatie te verlaten (ook in geval van nood).

Welk soort toegankelijkheid moet worden beschreven?

- Fysieke toegankelijkheidsdetails van de locatie voor mensen met een lichamelijke beperking of chronische aandoening;
- Zintuiglijke details van de dienst en locatie voor mensen met een gehoor- of visuele beperking;
- Details die de dienst of omgeving inclusief en gastvrij maken voor neurodivergente mensen;
- Details die de dienst of omgeving inclusief en gastvrij maken voor mensen met een cognitieve- of verstandelijke beperking;
- Informatie over eten en drinken en de bereiding van voedsel voor mensen met allergieën.

Er zijn veel goede bronnen die je kunt raadplegen om te leren hoe je toegankelijkheidsinformatie kunt vermelden en visualiseren. Een lijst met voorbeelden vind je in Bijlage 3. •

Toegankelijkheidsinformatie op bestemmingsniveau

Naast specifieke websites en apps over toegankelijkheid bieden regio's of steden in sommige gevallen specifieke informatie over de toegankelijkheid van hun bestemmingen. Hieronder volgen enkele voorbeelden:

- Visit Flanders, brochures over toegankelijk toerisme. Dit is de link naar de website: <https://www.visitflanders.com/en/brochures?f%5B0%5D=topic%3A1619hures> | VISIT-FLANDERS



- 'Experience Germany barrier-free', een webpagina van het Duitse Bureau voor Toerisme. Dit is de link naar de website: <https://www.germany.travel/en/accessible-germany/accessible-travel.html>



Oefening

Online Toegankelijkheidsinformatie van Toeristische Websites

Stap 1. Kies een locatie waarover je informatie wil opzoeken

Denk hierbij aan een hotel, restaurant, attractie of een bestemming in jouw omgeving die je hebt bezocht of zou kunnen bezoeken. Ga naar de website en verken deze alsof je een bezoek aan de plek plant. Houd rekening met jouw eigen toegankelijkheidsbehoeften of stel je voor dat je reist met een familielid of metgezel die een specifieke beperking heeft.

Stap 2. Identificeer de goede en slechte punten, de verwachtingen en de ervaring

Identificeer het volgende:

- De goede punten: wat doet de website goed met betrekking tot het verstrekken van informatie over toegankelijkheid? En waarom?
- De slechte punten: welke informatie over toegankelijkheid ontbreekt op de website?
- De verwachtingen: hoe zorgt de website ervoor dat de verwachtingen van mogelijke bezoekers goed worden gemanaged?
- De ervaring: bezoek de locatie. In hoeverre komt de informatie die op de website werd verstrekt overeen met jouw daadwerkelijke ervaring?

Hoe organiseer je zelf een verblijf?

Het organiseren van een toegankelijke reis voor iemand anders of voor jezelf kan best een uitdaging zijn. Ervaren reizigers weten over het algemeen wel welke vragen ze moeten stellen en welke informatie ze aan reisagenten of aanbieders van accommodaties moeten verstrekken. Echter, voor mensen met een beperking, voor degenen die reizen met metgezellen die een beperking hebben, of voor reisagenten kan het bijzonder moeilijk zijn om ervoor te zorgen dat alles goed geregeld is. Touroperators en accommodatieverstrekkers beschikken niet altijd over de expertise om direct te helpen. Ze begrijpen mogelijk niet in detail wat er nodig is voor zorgeloze reis en een comfortabel verblijf.

Voor wie is deze Tool bedoeld?

Deze Tool is bedoeld voor iedereen die een verblijf organiseert, speciaal ontworpen voor reizigers met lichamelijke beperkingen. Hoewel vergelijkbare Tools die zich richten op andere soorten toegankelijkheid, ook waardevol zouden zijn, hebben we ervoor gekozen om voor deze Tool te focussen op fysieke toegankelijkheid.

Hoe werkt deze Tool?

De onderstaande Tool bevat punten waarover je informatie kunt verstrekken of vragen kunt stellen. Je kunt de lijst naar eigen inzicht aanpassen door alleen de punten te selecteren die op jouw situatie van toepassing zijn. Stuur deze punten naar gespecialiseerde bureaus, reguliere reisbureaus, online reisbureaus (Booking.com, TUI.nl, Airbnb), lokale inkomende reisbureaus, destination management organisations (DMO's) of rechtstreeks naar accommodaties. Deze lijst moedigt je aan om zoveel mogelijk details te verstrekken, zodat reisorganisatoren rekening kunnen houden met de specifieke behoeften. Het verstrekken van uitgebreide informatie versterkt ook jouw positie, omdat je altijd kunt terugrijpen op de vragen die je hebt gesteld en de antwoorden die je hebt gekregen.

Checklist aandachtspunten voor fysieke toegankelijkheid

Informatie om aan de reisorganisator te verstrekken

1. Bestemming die je wilt bezoeken:
2. Frequentie van eerdere reizen (naar het buitenland):
3. Soort accommodatie dat je zoekt:
4. Aantal mensen met wie je reist:
5. Aantal mensen dat graag in een kamer wil verblijven:
6. Soort kamer dat je verkiest (toegankelijke kamer, tweepersoonskamer met 1 tweepersoonsbed of met 2 eenpersoonsbedden, luxe kamer, gedeelde kamer):
7. In geval van een camping;
 - Soort paden dat nodig is:
 - Noodzakelijke nabijheid van toiletten en douches:
 - Toegankelijkheid van faciliteiten op de camping;
 - Parkeergelegenheid in de buurt van de kampeerplaats.
8. Mobiliteitshulpmiddelen die je gebruikt:
 - Beschrijving;
 - Afmetingen.
9. Vereiste afmetingen in de kamer:

- Breedte van deuren;
 - Hoogte van het bed;
 - Benodigde ruimte onder het bed;
 - Benodigde ruimte rondom het bed;
 - Gewenst type bed (2 eenpersoonsbedden, of 1 tweepersoonsbed);
 - Hoogte van het toilet;
 - Drempelloze douche nodig;
 - Toiletstoel nodig;
 - Douchekruk nodig;
 - Hoogte van de douchekop;
 - Handgrepen in de douche;
 - Andere belangrijke specificaties waarover de organisator moet worden geïnformeerd.
10. Extra mobiliteitshulpmiddelen nodig:
 - Huur van rolstoel;
 - Huur van scootmobiel;
 - Huur van douchekruk (indien niet beschikbaar);
 - Huur van tillift en maat van tilbanden;
 - Huur van andere hulpmiddelen;
 11. Andere toegankelijkheidsvereisten voor de algemene faciliteiten van het hotel:
 - Lift naar verschillende verdiepingen;
 - Hellingen of platformlift naar faciliteiten;
 - Aangepast toilet in de receptie of het restaurant;
 - Vereiste ruimte onder tafels in restaurant;
 - Hellingbaan naar zwembad;
 - Lift bij zwembad;
 - Assistentie beschikbaar in hotel;
 12. Toegankelijkheid van accommodatie:
 - Hellingbaan naar hotelingang;
 - Breedte van hotelingang;
 - Parkeermogelijkheden;
 - Openbaar vervoer en informatie over toegankelijkheid van vervoer.
 13. Soort vervoer waarvan je gebruik wilt maken:
 14. Toegankelijkheid van lokale vervoersmogelijkheden:
 - Toegang tot het voertuig (hellingbaan, lift, breedte);
 - Capaciteit in het voertuig (personen en bagage);
 - Afstand tot de accommodatie;
 15. Soort activiteiten die je verkiest:
 16. Toegankelijkheid van activiteiten:
 17. Indien van toepassing, toegankelijkheid van de luchthaven:
 - Reisassistentie nodig;
 - Rolstoel of scooter nodig op de luchthaven;
 - Soort assistentie dat je nodig heeft om naar de gate te gaan en aan boord van het vliegtuig te gaan;
 - Afmetingen van de rolstoel;
 - Opvouwbaar rolstoel;
 - Extra bagage.

Meer handige websites met links en reiservaringen staan vermeld op pagina 94.

Eelke Kelderman, een Nederlandse frequente reiziger, schrijfster en oprichtster van www.eelkedroomt.nl heeft de volgende persoonlijke tips opgesteld voor mensen die met fysieke beperkingen reizen en een mobiliteitshulpmiddel gebruiken:

1. Als je al een tijdje geen reis voor jezelf hebt georganiseerd en je gebruikt een rolstoel of je hebt een fysieke beperking, kies dan een locatie dicht bij huis.
2. Controleer bij je reisverzekering of, wat en hoeveel zorgkosten in het buitenland worden gedekt.
3. Bespreek en spreek vooraf, en tijdens de reis, af wat voor iedereen goed werkt. Nemen je reisgenoten zorgtaken op zich, of regel je (gedeeltelijk) externe hulp? Heb je meer rust of tijd nodig dan anderen? Geef dit aan en bespreek het. Wil iemand een ontogankelijke wandeling maken? Ga ervoor!
4. Als je gaat vliegen: een rolstoel en een tweede mobiliteitshulpmiddel mogen gratis mee, en op elke luchthaven is assistentie beschikbaar om je te helpen bij het navigeren door de luchthaven en bij het in- en uitstappen van het vliegtuig. Informeer de luchtvaartmaatschappij (ruim) van tevoren over wat je nodig hebt.
5. Plan extra tijd in voor het vinden van toegankelijke toiletten, het regelen van vervoer en het vinden van jouw nieuwe tijdelijke routine in je accommodatie.
6. Handige hulpmiddelen die mij meerdere keren hebben geholpen: wandbeugel met zuignap (werkt alleen op gladde tegels), antislipmat voor op de vloer, verlengsnoer of stekkerdoos, verhoogde toiletbril, handspiegel, ducttape en kabelbinders, kleine gereedschap set, bandenreparatieset en elektrische adapter.
7. Vertrouw op jouw veerkracht.

Accessible Tourism Value Chain

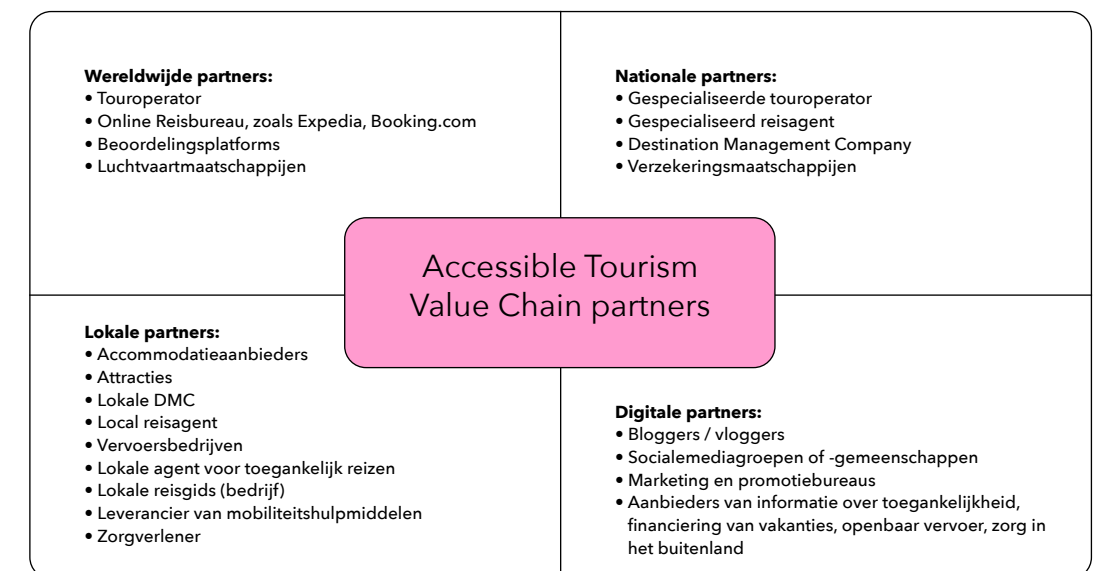
De eerste Tool die in dit hoofdstuk werd gepresenteerd, is de Beslisboom voor Toegankelijk Reizen. Deze Tool helpt je bij het beslissen hoe je het verzoek of de uitdaging op het gebied van toegankelijkheid wilt aanpakken. In alle gevallen word je verwezen naar de hulpmiddelen die in dit hoofdstuk worden gepresenteerd.

Voor wie zijn deze Tools bedoeld?

De gepresenteerde Tools zijn bedoeld voor diegenen die een toegankelijke toeristische ervaring willen organiseren en willen weten met wie ze kunnen samenwerken. Het helpt je inzicht te krijgen in de partners en leveranciers in de waardeketen van toegankelijk toerisme en bied je een praktische handvaten om je potentiële partners in beeld te brengen.

Hoe werkt deze Tool?

De volgende Tools helpen je te bepalen welke partners je kunt benaderen, zowel nationaal als internationaal, om alle elementen van de reisketen samen te brengen. Met behulp van de eerste Tool uit dit hoofdstuk, de Beslisboom voor Toegankelijk Reizen, kan je een eerste idee krijgen van potentiële partners om mee samen te werken. Deze partners maken deel uit van de Accessible Tourism Value Chain. In het algemeen duidt een toeristische waardeketen op het netwerk van met elkaar verbonden partijen en processen die gezamenlijk toeristische producten en ervaringen creëren en aanbieden. In de context van toegankelijk toerisme gaat het om partners die diensten leveren die mensen met een beperking in staat stellen te reizen. Zonder de expertise en samenwerking van deze partners zou het niet mogelijk zijn om een daadwerkelijk toegankelijke toeristische ervaring te bieden. Deze Tool laat zien welke partners je wereldwijd, nationaal, lokaal of digitaal kunt benaderen.



FIGUUR 14: Accessible Tourism Value Chain partners

Het model 'Partners per Service Level' op de volgende bladzijde toont het verschil in samenwerking per Service Level, zoals gepresenteerd in de Beslisboom voor Toegankelijk Reizen. Afhankelijk van het Service Level ga je op zoek naar partners om je idee of verzoek te realiseren.

Service Level 1 geeft aan dat je je klant doorverwijst naar een expert, bijvoorbeeld een toegankelijk reisexpert, die direct met je klant kan spreken en hem of haar een passende oplossing kan bieden. Het is slim om vooraf een overzicht te maken van zulke experts en afspraken te maken over deze samenwerking. Zo kan je, wanneer je een verzoek ontvangt, de klant onmiddellijk doorverwijzen, in plaats van 'nee' te zeggen.

Service Level 2 geeft aan dat je de oplossing zelf aan de klant wilt aanbieden, maar dat je samenwerkt met een expert op het gebied van toegankelijk reizen (bijv. tour operator) om het totale pakket samen te stellen. Je kunt natuurlijk ook contact opnemen met meerdere experts om het aanbod samen te stellen, maar dit zou zaken ingewikkelder kunnen maken (verschillende voorwaarden, verschillende betalingsvoorwaarden, meerdere partners om mee te communiceren). Het is daarom verstandig om één expert te kiezen en alles via deze partner te regelen. Deze partner zorgt dan voor het vervoer, de accommodatie, de activiteiten en eventueel de mobiliteitshulpmiddelen.

Stem prijsvoorwaarden af met je partner die transparant zijn en voor jullie beiden voordelig, bijvoorbeeld door middel van een commissiepercentage of marge-toeslag. Houd echter rekening met de prijs die jouw klant uiteindelijk zal betalen.

Andere voorwaarden je overeen kunt komen;

- Wie draagt de verantwoordelijkheid voor problemen die ontstaan tijdens het gebruik van de dienst;
- Wie houdt contact met de klant;
- Communicatie met leveranciers;
- Betalingsvoorwaarden en annulering;
- Communicatie over reisverzekeringen;
- Vragen van de klant over medische en zorggerelateerde adviezen.

Service Level 3 geeft aan dat jij alle onderdelen van de aanvraag zelf regelt en rechtstreeks met leveranciers samenwerkt. De leveranciers met wie je per fase van de reis kunt samenwerken, staan vermeld in het overzicht hiernaast.

Wat is er backstage nodig?

Achter de schermen komt er veel werk kijken bij het aanbieden van toegankelijke toeristische ervaringen, maar je hoeft niet alles in één keer aan te pakken. Begin met het begrijpen van de onderstaande belangrijke elementen en bouw vervolgens stap voor stap jouw toegankelijkheidspraktijken op:

- Verzamel toegankelijkheidsinformatie uit eerste hand of zoek betrouwbare partners om lokaal onderzoek te doen:
 - Toegankelijkheidsdocumentatie (afmetingen, foto's);
 - Details van activiteiten (tempo, afstanden, fysieke toegankelijkheid, goed opgeleide gidsen);
 - Details van faciliteiten (restaurants, toegankelijke toiletten enz.).
- Leer meer over de vereisten en kenmerken van mobiliteitshulpmiddelen (er zijn cursussen beschikbaar).
- Leer meer over zorgassistentie, medische zorg, regels en vereisten.
- Creëer werkmethode(n) (blauwdrukken voor medewerkers).
- Biedt een toegankelijkheidsstraining aan voor personeel.
- Zorg voor digitale toegankelijkheid van jouw online bronnen, een zelfscan kan hierbij zeer nuttig zijn.

Partners per Service Level

Service level	Voor het boekingsproces	Tijdens het vervoer	Op de accommodatie	Voor activiteiten	Voor mobiliteits-hulpmiddelen en zorg
Service level 1.	Doorgeven aan expert in toegankelijke reizen (touroperator of reisagent)				
Service level 2.	Stel het pakket samen met een expert in toegankelijke reizen. Werk samen met deze expert voor alle onderdelen of voor een deel van de onderdelen. Stem de voorwaarden voor de samenwerking af.				
Service level 3.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expert in toegankelijk reizen ▪ Online reisbureau ▪ Rechtstreeks bij aanbieders ▪ Bij lokale reisagent op de bestemming 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Luchtvaartmaatschappij en luchthaven voor assistentie ▪ Spoorwegmaatschappij voor assistentie ▪ Lokale taxibedrijf ▪ Transportpersoneel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ OTA ▪ Reserveringsbalie ▪ accommodaties ▪ Receptie medewerkers 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lokale gidsen organisatie ▪ Verstrekker museum tickets ▪ Museum ▪ Reserveringsbalies en receptie-medewerkers van andere bezienswaardigheden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internationale leverancier van mobiliteits-hulpmiddelen ▪ Lokale leverancier van mobiliteits-hulpmiddelen ▪ Lokaal zorgbedrijf

Partners in de waardeketen voor service level (blank template)

Service level	Voor het boekingsproces	Tijdens het vervoer	Op de accommodatie	Voor activiteiten	Voor mobiliteits-hulpmiddelen en zorg
Service level 1.	[kies touroperator]				
Service level 2.	[kies een of meer reisagenten, tour operators, OTA 's]				
Service level 3.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [Bepaal hoe je de diensten wilt boeken: rechtstreeks bij leveranciers of via een of meerdere agenten.] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [Bepaal welk soort vervoer je wilt boeken en bij wie] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [Bepaal welk soort accommodatie en bij wie je wilt boeken] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [Zoek uit welk soort en beslis hoe je de activiteiten wilt boeken] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [Beslis welk soort en bij wie je de verhuur van mobiliteitshulpmiddelen en zorgdiensten wilt aanbieden]

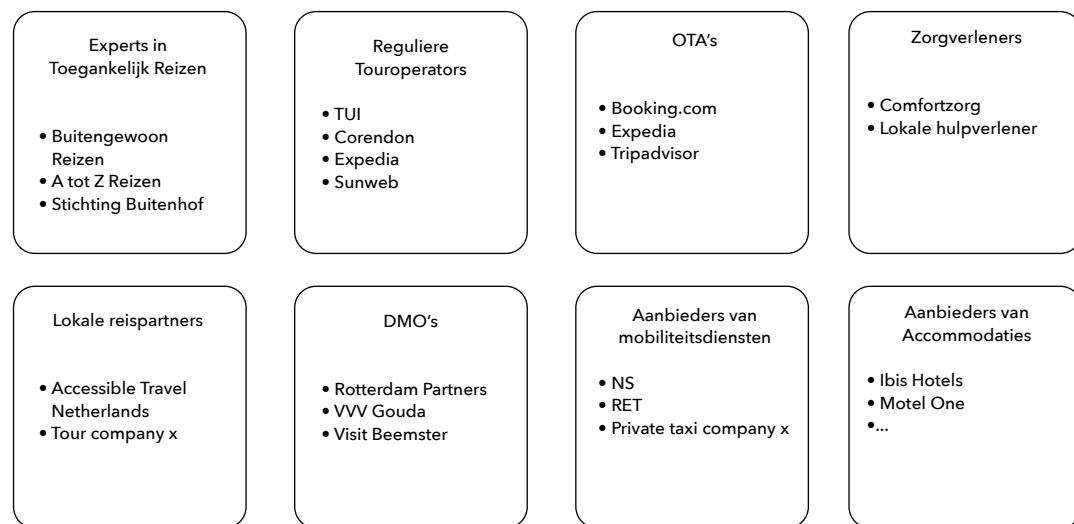
- Denk na over een inclusieve marketingstrategie en zet deze op.
- Sluit een passende aansprakelijkheidsverzekering af.
- Leer de basisprincipes van het VN-Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap.
- Leer hoe je de Universal Design Principles kunt gebruiken om beleid voor 'Tourism for All' voor jouw bedrijf op te stellen.

Accessible Tourism Value Chain Per Land

Je kunt potentiële partners beoordelen om een toegankelijk toeristisch product samen te stellen door de soorten toeristische organisaties en leveranciers die je nodig zou kunnen hebben, te categoriseren. Je kunt het onderstaande sjabloon invullen om inzicht te krijgen in het toegankelijke toeristische ecosysteem in jouw eigen land of in het land van jouw bestemming. Als je een reis naar een ander land organiseert, heb je mogelijk partners in je eigen land nodig en ook partners op de bestemming. Afhankelijk van jouw Service Level, kun je de aanvraag van de klant direct doorsturen naar een toegankelijke reisexpert, samenwerken met reguliere touroperators of OTA's, of rechtstreeks met leveranciers werken.

Voorbeeld van Accessible Tourism Value Chain in Nederland

Hieronder vind je een voorbeeld van een Accessible Travel Value Chain in Nederland. Dit is een voorbeeld en geen volledig overzicht van partners in de waardeketen, dus het omvat niet alle potentiële partners in Nederland.



Template Accessible Tourism Value Chain

Hoe ziet het potentiële veld van partners eruit voor het creëren van toegankelijke toeristische mogelijkheden? Download the templates via <https://www.ensut.eu/knowledge/accessible-tourism/>



Oefening

Accessible Tourism Value Chain in kaart brengen

Deze oefening helpt je inzicht te krijgen in de potentiële partners die beschikbaar zijn of ontbreken om jouw verzoek of initiatief op het gebied van toegankelijk toerisme te realiseren.

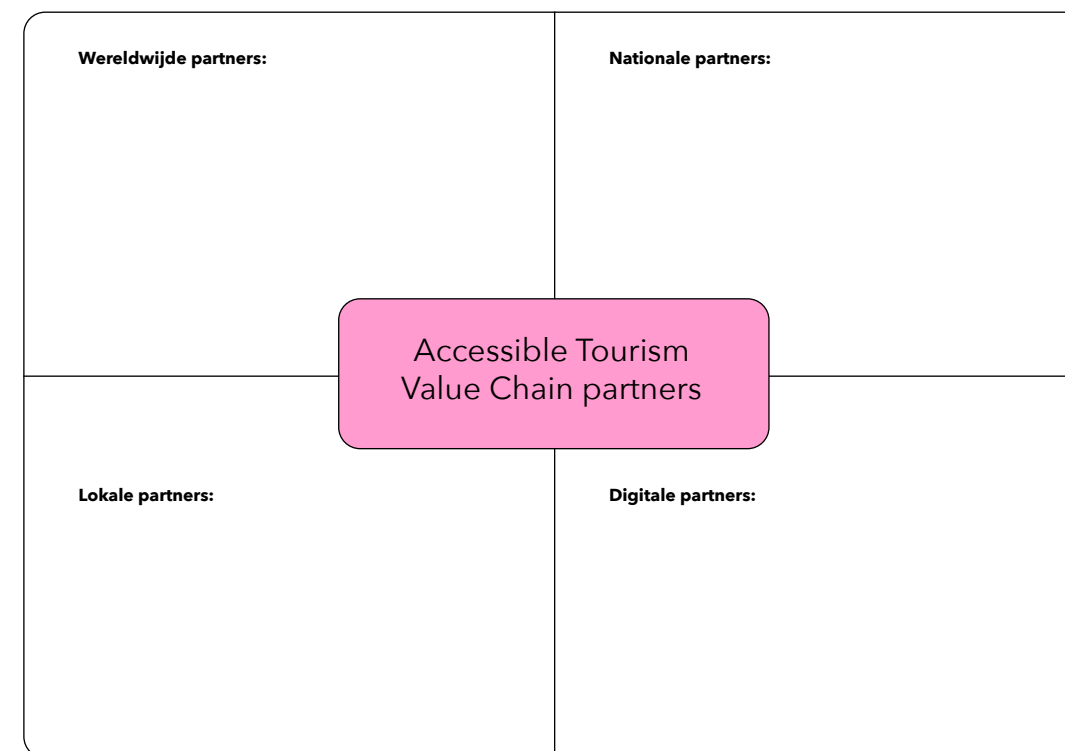
Step 1. Denk aan een bestemming (nationaal of internationaal) en een specifiek toeristisch product dat je zou willen aanbieden. Gebruik het onderstaande sjabloon om de potentiële partners en leveranciers in jouw eigen land en op jouw bestemming in kaart te brengen.

Step 2. Als er op de gevraagde bestemming geen leverancier is voor de gevraagde dienst, wat ga je dan doen?

Step 3. Op basis van je beslissing, bepaal wat de toegevoegde waarde zou zijn van het zoeken naar een oplossing voor deze bestemming?

Step 4. Als je een nieuwe partner gaat zoeken om dit product op de bestemming aan te bieden, hoe ga je dan deze potentiële partner vinden?

Step 5. Wat voor soort overeenkomst zou je met deze partner willen sluiten?



Universal Design Principles: een 'Tourism for All' beleid

Voor wie is deze Tool bedoeld?

Deze Tool is ontwikkeld voor reisorganisatoren en ontwerpers van recreatieve producten die willen begrijpen hoe ze universeel toegankelijke ervaringen kunnen ontwerpen en hoe ze Universal Design (universeel ontwerp) kunnen integreren in het beleid van hun organisatie. Deze Tool beschrijft de 7 principes voor Universal Design en hoe deze in de praktijk kunnen worden toegepast. Deze Tool helpt je na te denken over jouw beleid voor 'Tourism for All' en hoe je dit op papier kunt zetten.

Hoe werkt deze Tool?

De Principes van Universal Design worden uiteengezet in het Accessible Tourism Customer Journey Model, dat geïntroduceerd wordt in Tool 3. Het laat zien hoe deze principes elke fase van de reis moeten beïnvloeden. Als elke fase wordt ontwikkeld met Universal Design in gedachten, zal het toegankelijker en interessanter zijn voor een breder publiek, en zal het daardoor ook financieel voordelig zijn voor een aanbieder. Wanneer een product gebruiksvriendelijker is, bereikt het niet alleen meer mensen met een beperking, maar ook hun vrienden, familie en zorgnetwerk. Zo verbreedt je jouw publiek. Zoals gedefinieerd in het Verdrag van de Verenigde Naties inzake de rechten van personen met een handicap (UNCRPD), verwijst Universal Design naar het ontwerp en de samenstelling van omgevingen, producten of diensten die voldoen aan de behoeften van alle gebruikers, in plaats van alleen aan een klein segment van de bevolking (UD2024, 2024). De Universal Design (UD) benadering beschrijft 7 principes voor het ontwerpen van producten, diensten en de gebouwde omgeving en is overkoepelend. De principes zijn overgenomen door academici en consultants op het gebied van toegankelijk toerisme om uit te leggen hoe toeristische producten die streven naar bruikbaarheid voor iedereen, kunnen worden ontwikkeld. Volgens UN Tourism kunnen de investeringskosten gedurende de levenscyclus van het bedrijf tot een minimum worden beperkt door vanaf het begin rekening te houden met toegankelijkheid en Universal Design Principes. Door zich in te zetten voor gelijkheid worden toeristische bedrijven duurzamer, trekken ze nieuwe doelgroepen aan en kunnen ze mensen met een functionele diversiteit in dienst nemen, wat zakelijke kansen en meer productdifferentiatie oplevert (UN Tourism et al., 2024).

De 7 Principes van Universal Design

1. Gelijkwaardig gebruik, bruikbaarheid voor iedereen;
2. Flexibiliteit in gebruik;
 - Mensen kunnen het gebruiken op een manier die voor hen het beste werkt. Men kan bijvoorbeeld met zowel een lift als een trap naar de hotelkamer, of men kan zowel online boeken als telefonisch.
3. Eenvoudig en intuïtief gebruik;
 - Dit betekent dat iets makkelijk te begrijpen en te gebruiken is, zonder dat men veel uitleg nodig heeft.
4. Waarneembare informatie, gemakkelijk te lezen en te begrijpen informatie;
5. Fouttolerantie, mensen kunnen fouten maken tijdens het gebruik, maar het ontwerp anticipeert hierop.

- Denk bijvoorbeeld aan duidelijke veiligheidsvoorschriften, heldere bewegwijzering, noodplanning, fail-safe boekingsystemen, personeel dat getraind is in eerste hulp en bewustwording van handicaps;
6. Weinig fysieke inspanning;
 - Dit verwijst bijvoorbeeld naar toegankelijke kamers, vlakke paden, gebruiksvriendelijke interactieve displays op tentoonstellingen, gemakkelijk toegankelijk openbaar vervoer;
 7. Grootte en ruimte voor toegang en gebruik. (Ambrose et al., 2012)

Wanneer je deze 7 principes in overweging neemt aan het begin van het ontwerpen van je product, dienst of locatie, zal je ontwerp geschikt zijn voor een veel breder publiek. Als reisorganisator zijn de Universal Design Principes minder voor de hand liggend, aangezien je geen omgeving ontwerpt. Je creëert echter wel ervaringen op basis van verschillende geografische locaties. Bij het samenstellen van reisarrangementen of recreatieve arrangementen, kun je rekening houden met de manier waarop deze plaatsen voor zoveel mogelijk gebruikers toegankelijk zijn. Je kunt locaties of diensten kiezen die universeel zijn ontworpen en je kunt het belang van universeel ontwerp bij jouw leveranciers promoten. Leveranciers zijn dan bijvoorbeeld hotels, campings, vervoersbedrijven, musea, touroperators zijn. Een website kan ook worden ontworpen op basis van de 7 principes. UN Tourism heeft in 2024 de richtlijn 'How to apply ISO Standard 21902 - Tourism for All' gepubliceerd. Deze richtlijn bevat aanbevolen maatregelen op basis van ISO-norm 21902 (zoals beschreven in hoofdstuk 4) voor touroperators, reisbureaus en reisagenten (zelfstandig of aangesloten). In het onderstaande overzicht staan de aanbevelingen en maatregelen per soort reisorganisator. Dit is een beknopte en aangepaste versie van de publicatie van UN Tourism. •

Tour operators	Aanbeveling Producten, pakketten en reisroutes creëren die geschikt zijn voor klanten met verschillende kenmerken, beperkingen en leeftijden; Begrijpen dat elke klant met een handicap of toegankelijkheidsbehoeften individuele en specifieke reisinteresses heeft.	Acties • Eigen onderzoek uitvoeren; • Toegankelijkheid documenteren; • Klanten voorzien van hulp bij de reisplanning, voorafgaand aan en gedurende de reis; • Toegankelijke reisbestemmingen in binnen- en buitenland promoten; • Diverse demografische kenmerken laten zien bij de promotie van je diensten.
Reisbureaus	Aanbeveling Het promoten en verkopen van toegankelijke ervaringen die voldoen aan de eisen van een breed scala aan klanten; Samenwerken met touroperators die toegankelijke producten creëren op basis van onderzoek uit de eerste hand en audits.	Acties • Gecertificeerde experts voor toegankelijk reizen in schakelen om trainingen te geven aan jouw agenten; • Alle agenten verplichten om een basistraining te volgen over bewustwording van handicaps; • Contracten sluiten met touroperators die toegankelijke producten en pakketten creëren; • Creëer toegewijde marketingresources op voor individuele reisagenten.
Reisagenten	Aanbeveling Zorg voor een naadloze klantenservice en feedback van leveranciers en personeel; organiseer toegankelijke vakanties, hetzij als freelance zelfstandig reisagent, hetzij als medewerker van een reisbureau.	Acties • Volg een basistraining over bewustwording van beperkingen en toegankelijkheid; • Neem deel aan capacity building programma's die speciaal zijn afgestemd op reisagenten; • Pleit voor toegankelijkheid; • Houd rekening met de positieve impact van mond-tot-mondreclame van klanten met een beperking en hun loyaliteit aan vertrouwde agenten.

Tool integratie Universal Design voor reisbureaus

Aanbeveling	Het promoten en verkopen van toegankelijke ervaringen die voldoen aan de eisen van een breed scala aan klanten; Samenwerken met touroperators die toegankelijke producten creëren op basis van onderzoek uit de eerste hand en audits.	
<u>Actie</u>	<u>Wat zijn jouw acties?</u>	<u>Hoe en met wie kan je dit realiseren?</u>
1. Schakel gecertificeerde experts voor toegankelijk reizen in om jouw reisagenten te trainen.		
2. Verplicht alle reisagenten om een basistraining over bewustwording van handicaps te volgen.		
3. Sluit contracten met touroperators die toegankelijke producten en pakketten aanbieden.		
4. Creëer speciale marketing resources voor toerisme voor individuele reisagenten.		

Tool integratie Universal Design voor reisagenten (zelfstandig of aangesloten)

Aanbeveling	Het zorgen voor een naadloze klantenservice en feedback van leveranciers en personeel; het organiseren van toegankelijke vakanties, hetzij als freelance zelfstandige reisagent, hetzij als werknemer van een bureau.	
<u>Actie</u>	<u>Wat zijn jouw acties?</u>	<u>Hoe en met wie kan je dit realiseren?</u>
1. Volg een basistraining over bewustwording van handicaps.		
2. Neem deel aan programma's voor capaciteitsopbouw die speciaal zijn afgestemd op reisagenten		
3. Pleit voor toegankelijkheid.		
4. Houd de positieve effecten in gedachten van mond-tot-mond referenties van klanten met een handicap en hun loyaliteit aan vertrouwde reisagenten.		

Tool integratie Universal Design voor touroperators

Aanbeveling	Het creëren van producten, pakketten en reisroutes die tegemoetkomen aan klanten van verschillende vormen en maten, met verschillende handicaps en leeftijden; begrijpen dat elke klant met een handicap of toegangsbehoeften individuele en specifieke reisinteresses heeft.	
<u>Actie</u>	<u>Welke locatie of bestemming?</u>	<u>Wat zijn jouw acties?</u>
1 Voer zelf onderzoek uit naar de fysieke toegankelijkheid van hotels, attracties, eet- en drinkgelegenheden en vervoersdiensten.		
2. Documenteer de toegankelijkheid: nauwkeurig, gedetailleerd, duidelijk, volledig en betrouwbaar.		
3. Bied hulp bij het plannen voorafgaand aan de reis.		Gebruik de Tools uit voorgaande hoofdstukken.
4. Bied diensten tijdens de reis.		
5. Promoot bestemmingen of locaties die toegankelijke diensten bieden.		
6. Laat diverse demografische groepen zien in de promotie van jouw diensten.		

Beschikbare trainingen over toegankelijk toerisme

Voor wie is deze Tool bedoeld?

Deze Tool is bedoeld voor iedereen in de toerisme-, reis- of luchtvaartsector die zijn kennis en vaardigheden op het gebied van toegankelijk en inclusief toerisme wil verbeteren. Dit omvat studenten, toeristengidsen, reisagenten, medewerkers van touroperators, luchthavenpersoneel, luchtvaartpersoneel, bestemmingsmanagers en docenten toerisme.

Hoe werkt deze Tool?

Er zijn binnen Europa verschillende trainingsprogramma's over toegankelijkheid voor toerisme ontwikkeld. Met deze Tool kan je snel trainingsmogelijkheden vinden die aansluiten bij jouw functie en leerdoelen. Ga in de eerste kolom naar jouw sector, kijk dan naar de naam van de opleiding en lees de korte samenvatting van de focus van de opleiding om te beslissen welke voor jou geschikt is. De meeste opleidingen zijn online en toegankelijk na registratie; sommige zijn land specifiek of vereisen beroepskwalificaties. Voor een brede introductie over toegankelijk toerisme kun je beginnen met de cursussen ETCAATS, TOUR4ALL, or AccessibleEU.

- Als je in de luchtvaartsector werkt, bieden de INCLAAVI training en de IATA Ask First cursus specifieke inzichten in dienstverlening aan mensen met een beperking.
- Als jouw werk bestaat uit het gidsen van bezoekers, biedt T-GUIDE gespecialiseerde begeleidingstechnieken.
- Als je behoefte hebt aan een marktperspectief of een zakelijke invalshoek, helpt de GSTC-cursus om toegankelijkheid te verbinden met klantvertrouwen en omzetkansen.

Dit overzicht kan worden gebruikt in combinatie met de Tools uit de vorige hoofdstukken. Deze Tools kunnen worden gebruikt om hiaten in bewustzijn, kennis, begrip en samenwerking te identificeren. Door trainingen aan te bieden aan studenten, medewerkers en partners kan collectieve kennis en actie worden versterkt.

- [Na het in kaart brengen van de reisketen](#) (Tool 2: Accessible Travel Chain): kan je dit trainingsoverzicht gebruiken om vast te stellen welke kennis je kunt overdragen aan personeel, collega's of studenten;
- [Nadat je inzicht hebt gekregen in de wensen en behoeften van de reizigers](#) (Tool 3: Accessible Tourism Customer Journey): kan je trainingen selecteren die ingaan op de momenten in de reis waarin drempels, misverstanden of missende diensten in de dienstverlening zijn vastgesteld.
- [Na het identificeren van partners](#) (Tool 6: Accessible Tourism Value Chain): kun je deze tool gebruiken om trainingen tussen partners op elkaar af te stemmen en zo een gedeeld begrip van toegankelijkheid en inclusie te waarborgen.
- [Bij de implementatie van ISO 21902](#) (zoals gepresenteerd in hoofdstuk 5): kun je trainingen inzetten ter ondersteuning, om personeel te helpen de normen te operationaliseren.

Concluderend laat het overzicht van de trainingen zien dat opleiden en trainen geen losstaande acties zijn, maar essentiële vervolgstappen in de implementatie van toegankelijk toerisme. Trainingen vertalen mensenrechtenkaders, beleidsambities en ISO-normen naar de dagelijkse praktijk. In combinatie met de tools uit de voorgaande hoofdstukken ondersteunen zij organisaties in de stap van bewustwording naar actie, door mensen uit te rusten met de vaardigheden, het vertrouwen en een gedeelde taal die nodig zijn om toegankelijke reiservaringen te realiseren. •

Rol / Doelgroep	Naam van de training	Focus
Luchtvaartmaatschappij-/luchthavenpersoneel	INCLAVI	Praktisch, op ervaring gebaseerd inzicht in passagiers met een handicap, belemmeringen in de luchtvaart en inclusieve dienstverlening tijdens de hele reis van de passagier. (Inclavi.eu)
Luchtvaartmaatschappij-/luchthavenpersoneel	IATA - Supporting Travellers with Special Needs	Assistentie aan passagiers met een handicap en beperkte mobiliteit. (transition-pathways.europa.eu)
Luchtvaartmaatschappij-/luchthavenpersoneel	IATA - Accessible Travel: Ask First	Bewustwording van handicaps en inclusieve klantenservice. (iata.org)
Luchtvaartpersoneel/reisagenten/spoorweg- en maritiem personeel	Passepartout Training	PRM-trainingen op maat voor professionals. (Passepartouttraining.com)
Frontline toerismepersoneel	T4proIN MOOC & e-learning	Vaardigheden voor inclusieve dienstverlening voor toeristisch personeel. (equaltourism.eu)
Natuurgidsen/exploitanten	Inclusive Nature Toolkit (DIANA)	Praktische hulpmiddelen voor inclusieve buitenactiviteiten. (dianaerasmus.eu)
Toeristische gidsen	TGUIDE (via ETCAATS)	Vaardigheden om bezoekers met leer-/intellectuele beperkingen te begeleiden. (accesstraining.eu)
Toerismepersoneel/exploitanten	ETCAATS - Intro to Accessible Tourism	Algemene principes voor toegankelijk toerisme voor toeristisch personeel. (accesstraining.eu)
Toerismemanagers/professionals	GSTC Accessible & Inclusive Travel Course	Marktinzichten, inclusiestrategieën en best practices. (gstc.org)
Toerismeprofessionals/beroepsopleidingsstudenten	TOUR4ALL	Basisprincipes en beste praktijken voor toegankelijk toerisme. (tour4all.org)
Toerismeprofessionals (nationaal)	National Accessible Tourism Courses (e.g., Portugal)	Principes van universeel ontwerp en inclusieve dienstverlening. (transition-pathways.europa.eu)
Transport-/luchthaven-/bestemmingspersoneel	AccessibleEU Courses	Basisprincipes van toegankelijke vervoerssystemen en -omgevingen. (accessible-eu-centre.ec.europa.eu)
Reisagenten/touroperators	ABTA Accessible Tourism Training	Toegankelijkheid en inclusieve dienstverlening, plus businesscase. (abta.com)

Deze lijst is niet volledig. Er zijn wellicht meer trainingen voor toegankelijk toerisme beschikbaar in Europa.



Wanneer Universal Design leidend is in toerismebeleid en productontwikkeling, is toegankelijkheid geen drempel meer om te overwinnen, maar een gemeenschappelijk fundament.



Door co-design ontwikkelt toegankelijk toerisme zich van veronderstellingen over behoeften naar een dieper inzicht, gevormd door de ervaringen van mensen zelf.

Referenties

Ambrose, I., Buhalis, D., & Darcy, S. (2012). *Best Practice in Accessible Tourism* (1st ed.). Multilingual Matters. <https://10.21832/9781845412548>

Collin, P., & Gerritsma, R. (2018). *Inclusive Design Toolbox*. <https://www.tourism-lab-amsterdam.nl/en/publications/inclusive-toolbox-2/>

Dickson, T. J., Darcy, S., & Schweinsberg, S. (2024). Co-designing accessible tourism WITH the disability community for embodied choice. *Tourism Geographies*, 1. <https://10.1080/14616688.2024.2423162>

European Commission. (2025). *European Accessibility Act*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/disability/union-equality-strategy-rights-persons-disabilities-2021-2030/european-accessibility-act_en

Gibbons, S. (2017). *Service Design 101*. <https://www.nngroup.com/articles/service-design-101/>

Gillovic, B., McIntosh, A., & Darcy, S. (2024). *The disabled tourist* (First edition ed.). Emerald Publishing Limited.

K.A. McKercher. (2020). *What's co-design?* https://www.beyondsticky-notes.com/what-is-codesign?utm_source=chatgpt.com

Purple Goat Agency. (2025). *What is inclusive marketing?* <https://www.purplegoatagency.com/what-is-inclusive-marketing/>

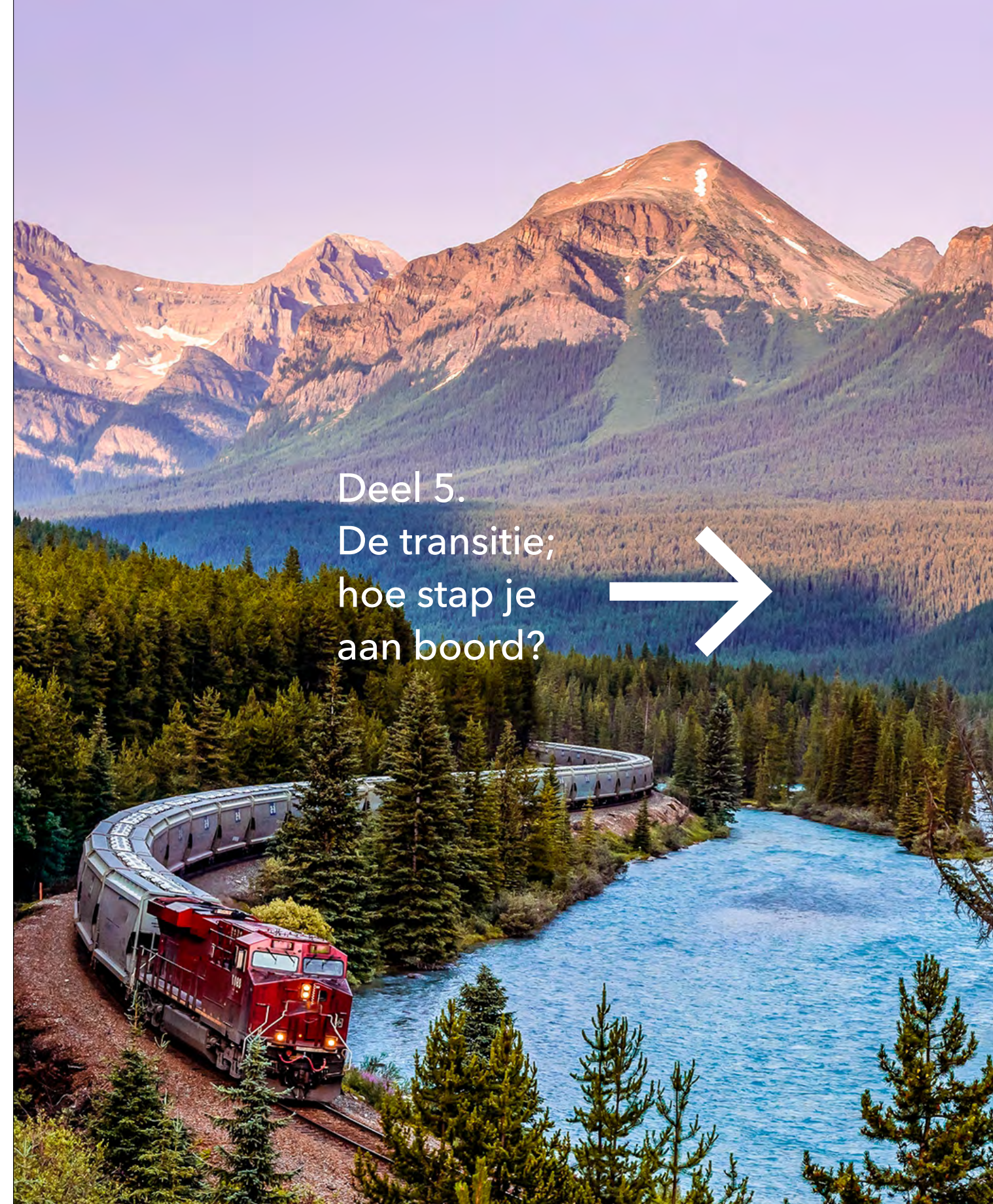
Smeenk, W. (2023). *Empathic Co-Design Canvas*. <https://www.inholland.nl/onderzoek/publicaties/the-co-design-canvas-2023-english>

Stompff, G. (2018). *Design thinking: radicaal veranderen in kleine stappen*. Guido Stompff & Boom Uitgevers Amsterdam.

UD2024. (2024). *Norway Declaration 2024*. <https://ud2024.no/norway-declaration-2024-3/>

Un Tourism, ONCE Foundation, & ENAT. (2024). *How to apply ISO Standard 21902 Accessible Tourism for All, Recommendations for tour operators, travel agencies and travel agents*. UN Tourism. <https://file:///C:/Users/Veroniek.Maat/OneDrive%20-%20Hogeschool%20Inholland/Documents/1.%20Onderzoek/1.%20Tourism%20&%20Inclusion/Artikelen/UN%20Tourism%20accessible%20tourism%20for%20tour%20operators.pdf>

Wright, A. (2012). *Tour Operating for the Less Mobile Traveller*. In D. Buhalis, S. Darcy & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism* (1st ed.,). Channel View Publications.



Deel 5.
De transitie;
hoe stap je
aan boord?





Toegankelijk toerisme in het kader van toerisme in transitie

Stel je een toeristische sector voor waarin alle bestemmingen, ervaringen en diensten ontworpen zijn voor iedereen, ongeacht iemands (on)mogelijkheden. Dat vraagt om een fundamentele transformatie van het toerisme. Gelukkig is de sector al onderweg naar die verandering. Nu is het aan ons, toerisme professionals, om ervoor te zorgen dat toegankelijk toerisme ook echt meereist.

Hoewel er de afgelopen jaren vooruitgang is geboekt op het gebied van toegankelijk toerisme, blijft de implementatie ervan een uitdaging voor de sector. Lange tijd heeft het toerisme gefunctioneerd als een competitieve, omzetgerichte sector waarin succes primair werd afgemeten aan economische indicatoren. In een dergelijk systeem wordt toegankelijkheid al snel beschouwd als te kostbaar, te complex of onvoldoende rendabel.

Toch is er een verschuiving gaande. De vorige hoofdstukken benadrukten de noodzakelijke transitie voor de toeristische sector om inclusiever en toegankelijker te worden voor mensen met dis/abiliteiten. Er is een groeiende consensus dat toerisme moet evolueren naar een model dat inclusief, rechtvaardig en duurzaam is, wil het op de lange termijn blijven groeien (European Commission, 2022; ANVR & CELTH, 2024). Deze transitie vereist meer dan alleen een evenwicht tussen mensen, planeet en winst (triple bottom line; de drie pijlers van duurzaamheid)). Het vereist dat we:

"Afstappen van sommige van de meer traditionele benaderingen in het toerisme die vooral gebaseerd zijn op economische groei, en overschakelen naar een nieuw systeem waarin toerisme en de bijdrage ervan aan bestemmingen anders wordt bekeken." (Nieuwland, S., Koens, K., Smit, B., Van Den Boogaart, L., 2026)

1 Mensen met dis/abiliteiten (PwD/A): de erkenning dat 'kunnen' en 'niet kunnen' of 'being able' of 'being disabled', geen vaste eigenschappen zijn, maar afhangen van omgevingsfactoren.

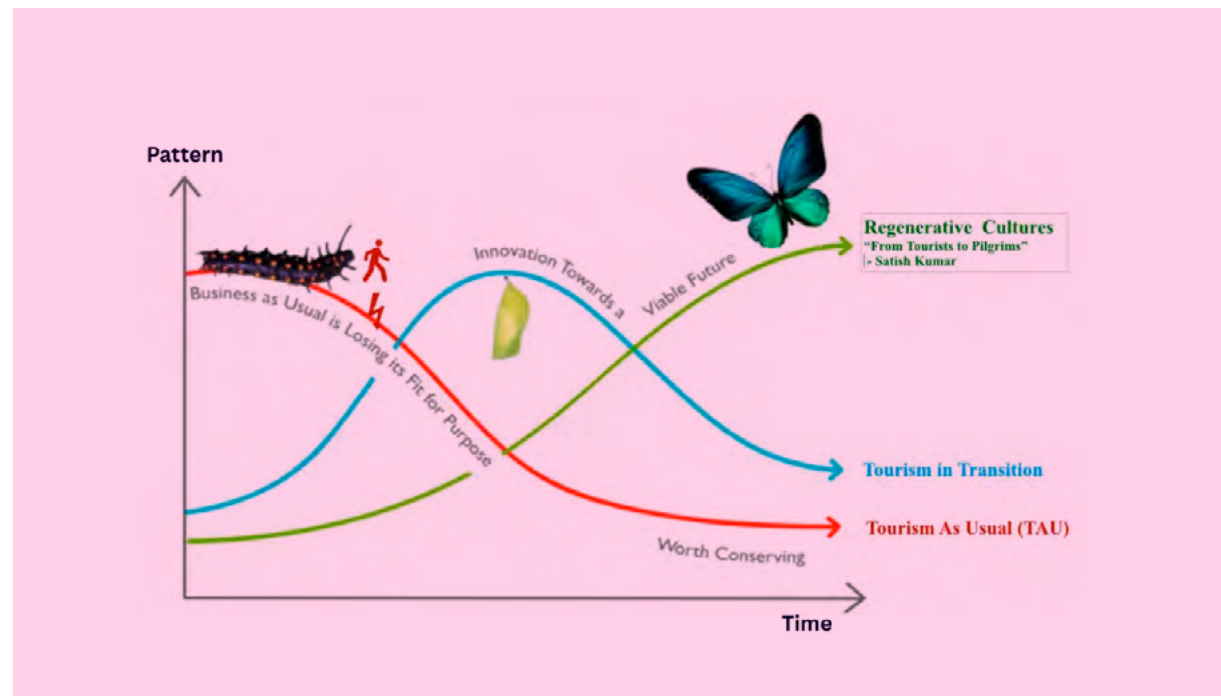
In plaats van zich vooral te richten op economische groei, wordt van toerisme steeds vaker verwacht dat het bijdraagt aan sociale en ecologische veranderingen, zoals het bevorderen van toegankelijkheid, sociale inclusie en gelijke kansen voor iedereen. Tabel 1 laat zien hoe de prioriteiten van het toerisme verschuiven: van traditioneel toerisme naar een sector die gericht is op transitie. Wanneer we toegankelijkheid integreren in de bredere transitie van het toerisme, zien we hoe inclusief ontwerp iedereen ten goede komt en een toeristische sector creëert die inclusiever, veerkrachtiger en duurzamer is. Terwijl toegankelijk toerisme vroeger slechts een marginale rol speelde in het toeristische systeem, gedreven door verplichtingen, en speciale voorzieningen, breekt er nu een nieuwe fase aan. We zijn op weg naar een paradigmaverschuiving, waarbij inclusie niet langer een afvinkvakje is, maar een belangrijke motor voor innovatie, rechtvaardigheid en transformatie. En jij maakt daar deel van uit!

7.1 Waar staat de toeristische sector in de transitie naar een inclusieve sector?

Figuur 1 illustreert hoe deze transitie in de praktijk zou kunnen verlopen. Het Three Horizons Framework (Sharpe et al., 2016) wordt toegepast bij verandering op het gebied van duurzaamheid en organisatie om de fasen van transformatie in kaart te brengen.

Focus van Traditioneel Toerisme	Focus van op Transitie gericht Toerisme
Winst gedreven en op groei gericht	Inclusief, rechtvaardig en duurzaam
Gestandaardiseerde ervaringen om de efficiëntie te verhogen	Gepersonaliseerde, toegankelijke ervaringen
Beperkte aandacht voor toegankelijkheid bij productontwerp	Universeel ontwerp en toegankelijkheid als standaardpraktijk

TABEL 1: Traditioneel toerisme versus op transitie gericht toerisme met focus op inclusief toerisme



FIGUUR 1: The Metamorphosis of Tourism, aangepast van het 3 Horizon Framework by Sharpe et al. (2016), ontwikkeld door Bill Sharpe voor het International Futures Forum, gerefereerd door Wahl (2020)

Dit houdt het ontmantelen van de bestaande, niet-duurzame 'business-as-usual' praktijken in het toerisme in, terwijl er tegelijkertijd innovatieve benaderingen voor toerisme worden ontwikkeld.

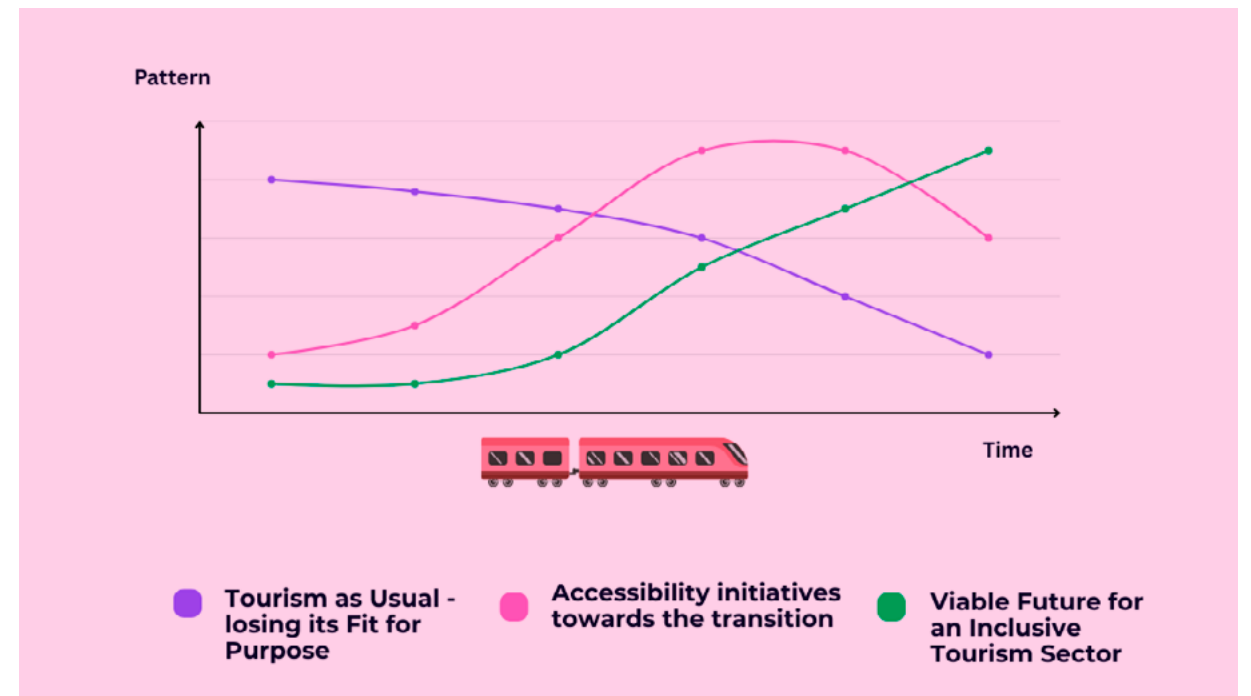
De drie horizonten zijn:

- De rode lijn (horizon 1): het huidige 'business as usual' - systeem dat in verval is;
- De blauwe lijn (horizon 2): overgangsinnovaties die een brug slaan tussen het heden en de toekomst;
- De groene lijn (horizon 3): het gewenste toekomstige systeem.

De transitie die zich in het toerisme voltrekt, biedt aanzienlijke kansen voor het realiseren van toegankelijk toerisme. De noodzaak van deze transitie, om het toerisme toekomstbestendiger te maken, sluit perfect aan bij de argumenten voor meer toegankelijk en inclusief toerisme: een vergrijzende bevolking, een groeiend aantal mensen met toegankelijkheidsbehoeften en veranderende attitudes ten opzichte van beperkingen, inclusie en mensenrechten. Wanneer we toegankelijkheid zien als een wezenlijk onderdeel van toerisme, kunnen we het integreren in beleid en in toeristische producten en activiteiten.

Figuur 2 geeft een visuele weergave van het Three Horizons Framework en laat zien hoe dit kan worden toegepast op de transitie van toerisme van grotendeels exclusief naar inclusief en toegankelijk. De locatie van de trein geeft aan waar we momenteel staan in deze transitie.

- De groene lijn geeft het doel weer: het creëren van een levensvatbare toekomst waarin toerisme echt inclusief is en waarin alle belanghebbenden in het toerisme een actieve rol spelen om toerisme voor iedereen mogelijk te maken.
- De roze lijn geeft de gezamenlijke inspanningen weer van deskundigen op het gebied van toegankelijk toerisme, belangenbehartigers van mensen met een beperking, reizigers met dis/abiliteiten en wetgevers en beleidsmakers om toerisme inclusiever te maken. Deze initiatieven lopen voorop in de toeristische sector en tonen aan dat toegankelijkheid en inclusie noodzakelijk zijn voor zowel het huidige als het toekomstige toerisme.
- De paarse lijn geeft aan dat 'Business as Usual niet meer Geschikt is voor het Beoogde Doel'. Het reguliere toerisme, is niet langer geschikt voor de toekomst en er is verandering nodig om te voldoen aan de groeiende vraag naar toegankelijk toerisme en inclusie.



FIGUUR 2: Visualisatie met behulp van het Three Horizons Framework, aangepast van het model van Sharpe et al. (2016) om te laten zien hoe de toeristische sector steeds inclusiever en toegankelijker wordt

In verschillende landen zijn bestemmingsmarketingorganisaties en reisorganisaties begonnen verantwoordelijkheid te nemen voor toegankelijkheid en inclusie. Maar het bredere toeristische ecosysteem erkent nog onvoldoende de noodzaak om toegankelijkheid en inclusie te integreren in het standaardbeleid en de standaardpraktijk.

Tegelijkertijd zijn partners buiten de toeristische sector onmisbaar voor het tot stand brengen van een Accessible Tourism Value Chain (toegankelijke toeristische waardeketen). Tot nu toe zijn deze partijen echter nog onvoldoende betrokken om de benodigde veranderingen teweeg te brengen. Met andere woorden, er is nog veel werk aan de winkel.

Deze trein naar transitie zal zijn bestemming niet bereiken zonder gezamenlijke inspanningen. In dit hoofdstuk wordt besproken hoe jij, als lezer in je huidige of toekomstige rol, actief kunt bijdragen aan deze overgang. We zullen je inzichten en voorbeelden geven om je te helpen bij het implementeren van inclusieve en duurzame praktijken in jouw werk die aansluiten bij een toeristische sector in transitie, zodat jij op die trein kunt springen en ervoor kunt zorgen dat deze op koers blijft.

7.2 Toegankelijk toerisme vereist een systemische verandering

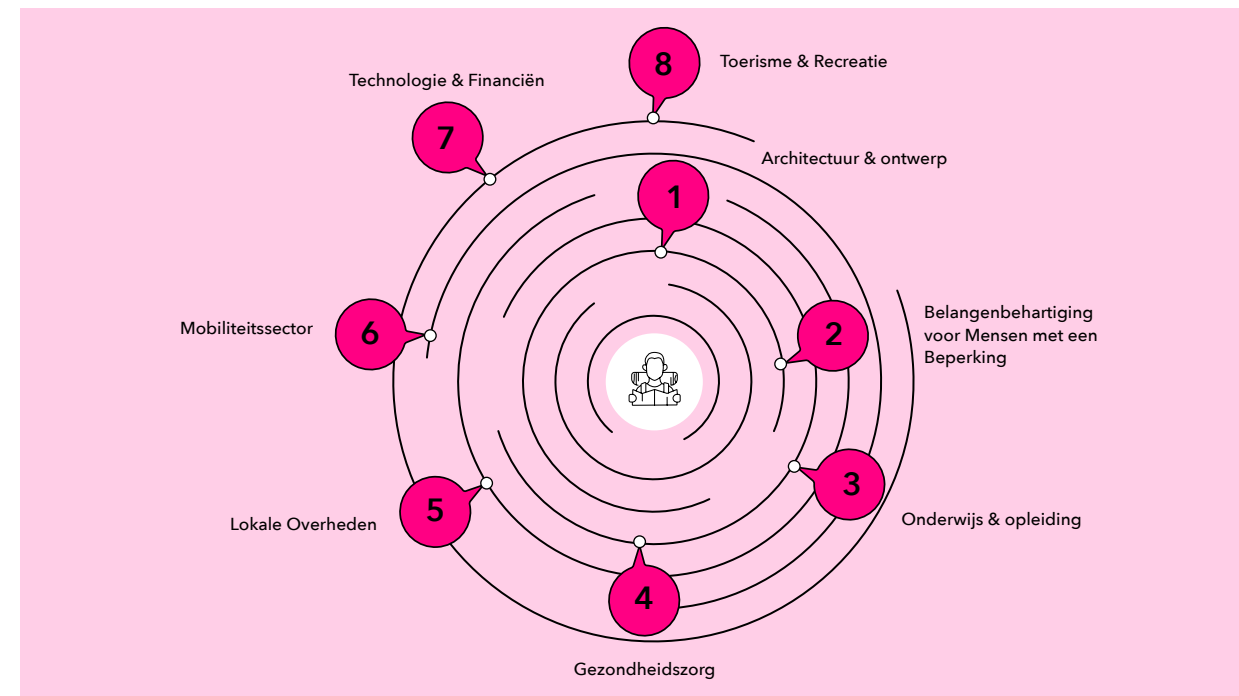
De reden om toegankelijkheid binnen het kader van Transitie gericht toerisme te plaatsen, is om te benadrukken dat echte inclusiviteit een systemische verandering op elk niveau vraagt. Het vereist een andere manier van denken over de capaciteiten van mensen door alle betrokken actoren. Zoals eerder in hoofdstuk 3 is uitgelegd, is toerisme ontworpen vanuit het perspectief dat personen zonder beperkingen de norm is, met als gevolg dat prioriteit wordt gegeven aan de behoeften van reizigers zonder beperkingen omdat zij worden gezien als de gemakkelijkste en meest kosten efficiënte markt. Deze benadering is geworteld in culturele verwachtingen van wat als 'normaal' of 'succesvol' functioneren van het lichaam en cognitieve vermogens wordt beschouwd. (Goodley, 2014).

Niet iedereen beschikt levenslang over diens volledig vermogen. Vermogen en beperking zijn veranderlijk en afhankelijk van de context. De vermogens van mensen veranderen in de loop van de tijd en iedereen ervaart op een bepaald moment in zijn leven een beperking. Hieronder volgen twee voorbeelden van hoe de context van invloed kan zijn op iemands gevoel van vermogen of beperking:

Sector	Bijdrage die nodig is om toerisme toegankelijker en inclusiever te maken
Architectuur, interieur- en landschapsonwerp	<ul style="list-style-type: none"> • Architecten en interieurontwerpers gespecialiseerd in toegankelijkheid: Ontdek nieuwe manieren om fysieke omgevingen inclusiever te maken, van hotels en attracties tot openbare ruimtes, zodat ze voldoen aan toegankelijkheidsnormen en inspelen op diverse behoeften.
Belangenbehartiging voor personen met dis/ability	<ul style="list-style-type: none"> • Belangenbehartigingsgroepen: Vertegenwoordig de behoeften van reizigers met een beperking en bied expertise.
Onderwijs- en opleidingssector	<ul style="list-style-type: none"> • Instellingen voor toeristisch onderwijs en opleiding: Bied gespecialiseerde opleidingsprogramma's voor personeel en toeristische professionals over bewustwording van beperkingen, inclusieve dienstverlening en universele ontwerpprincipes.
Gezondheidszorgsector	<ul style="list-style-type: none"> • Gezondheidszorg- en zorgaanbieders: Zorg ervoor dat reizigers met een beperking toegang hebben tot de benodigde zorg en ondersteuning. • Leveranciers van mobiliteitshulpmiddelen: Bied rolstoelen, scootmobielen, tilliften en andere hulpmiddelen te huur of te koop aan, zodat reizigers met een beperking over de middelen beschikken om zelfstandig bestemmingen te kunnen verkennen.
Lokale overheden en gemeenschappen	<ul style="list-style-type: none"> • Lokale overheden: Ontwikkel beleid en ondersteun toegankelijkheid, ook voor lokale gebruikers. • Lokale gemeenschappen en inwoners: Draag bij met lokale kennis en inzichten om ervoor te zorgen dat toeristische ervaringen cultureel gevoelig, toegankelijk en gunstig zijn voor de gemeenschap.
Mobiliteit	<ul style="list-style-type: none"> • Openbaar vervoer: Zorg voor toegankelijke voertuigen (bijv. oprijplaten, liften, audio-aankondigingen) en andere sociale en fysieke infrastructuur met betrekking tot vervoer. • Particuliere vervoersbedrijven (bijv. taxi- en ride-sharingdiensten): Bied rolstoel-toegankelijke voertuigen en getrainde chauffeurs aan om veilig en comfortabel vervoer te garanderen voor reizigers met mobiliteitsproblemen.
Technologie en financiën	<ul style="list-style-type: none"> • Financiële instellingen (bijv. banken, verzekeraars): Bied op maat gemaakte financiële producten aan, zoals reisverzekeringen of leningen, die voorzien in de specifieke behoeften van reizigers met een beperking, waaronder medische apparatuur of zorgassistentie. • Technologieaanbieders: Ontwikkel en lever ondersteunende technologieën, zoals apps voor navigatie, audiogidsen of communicatiemiddelen voor reizigers met sensorische of cognitieve beperkingen.
Toerisme en vrije tijd	<ul style="list-style-type: none"> • Culturele en erfgoedsites: Pas historische sites, musea en attracties aan zodat ze fysiek en zintuiglijk toegankelijk zijn, waarbij het erfgoed behouden blijft en tegelijkertijd inclusief wordt gemaakt. • Evenementenorganisatoren en locaties: Ontwerp conferenties, festivals en evenementen met het oog op toegankelijkheid, inclusief gebarentaaltolken, toegankelijke podia en rustige ruimtes.

2 Voorbeeld gebaseerd op CosmoCaixa Barcelona, dat bekend staat om zijn inclusieve ontwerp, met in hoogte verstelbare displays, tactiele tentoonstellingen en programma's op maat voor bezoekers met een verstandelijke beperking. Ga voor meer informatie naar: <https://cosmocaixa.org/es/info-centro>

TABEL 2: Het bredere sociale systeem voor Toegankelijk Toerisme



FIGUUR 3: Sector overschrijdende partners die deel uitmaken van het bredere sociale systeem om inclusief en toegankelijk toerisme te realiseren

Voorbeeld 1: Uitsluiting door ontwerp

Een reiziger komt aan bij een historisch stadshotel dat wordt aangeprezen als 'centraal gelegen'. De ingang is alleen bereikbaar via een aantal steile treden, zonder hellingbaan of alternatieve ingang. Binnen is de receptiebalie hoog, zijn de gangen smal en gaat de lift niet naar alle verdiepingen. Hoewel de reiziger in veel andere aspecten van het dagelijks leven geen beperkingen ondervindt, verhindert de fysieke omgeving in deze situatie zelfstandige toegang en participatie. In deze situatie wordt de beperking veroorzaakt door de omgeving; het is het ontwerp van het hotel, niet de persoon, dat de beperking veroorzaakt.

Voorbeeld 2: Uitsluiting door veronderstelde vaardigheden

Een touroperator biedt een begeleide stadstour aan met lange wandelafstanden, snelle toelichtingen, en bezoeken aan bezienswaardigheden met trappen en ongelijke ondergrond. De online beschrijving van de tour legt de nadruk op de culturele hoogtepunten, maar geeft geen informatie over fysieke toegankelijkheid en alternatieven. Een deelnemer die de groep niet kan bijhouden, mist delen van het programma en voelt zich buitengesloten, niet vanwege persoonlijke beperkingen, maar omdat de rondleiding is ontworpen als een 'one-size-fits-all' ervaring gebaseerd op

een beperkte aanname van fysiek capaciteiten van deelnemers. Deze voorbeelden illustreren hoe 'one-size-fits-all' toeristische producten een beperking kunnen veroorzaken door het ontwerp en de communicatie, in plaats van door individuele beperkingen. Alleen al in de EU heeft een op de vier mensen een beperking. In plaats van te eisen dat al deze mensen zich aanpassen aan de 'normale' standaard voor mensen zonder beperkingen, zou de toeristische sector zich moeten aanpassen en ervoor moeten zorgen dat iedereen kan deelnemen.

Voorbeeld 3: Slimme integratie van toegankelijkheid²

Een museum herontwerpt zijn bezoekerservaring om universele ontwerpprincipes toe te passen. Het biedt tactiele kaarten voor bezoekers met een visuele beperking, rustige uren voor bezoekers met neurologische diversiteit en in hoogte verstelbare displays voor rolstoelgebruikers. Het museum leidt ook personeel op om gepersonaliseerde hulp te bieden. Dit draagt bij aan de populariteit van het museum, niet alleen onder reizigers met een beperking, maar onder alle bezoekersgroepen. Slimme integratie van toegankelijkheid heeft de ervaringen voor iedereen verbeterd, waardoor inclusief ontwerp een strategisch voordeel is geworden.

Als toerismeprofessional kun je deze verandering natuurlijk ook teweegbrengen. Je kunt beginnen bij het controleren van jouw eigen diensten: zijn jouw aanbiedingen echt toegankelijk? Wie zou er mogelijk buitengesloten kunnen worden en hoe kun je deze tekortkomingen aanpakken? Wat houdt je momenteel tegen en wat zou je moeten veranderen binnen het bestaande toerismesysteem om deze ontbrekende elementen aan te pakken? Om dit goed te kunnen doen, moeten we toegankelijk toerisme zien als onderdeel van de grotere sociale systemen die het toerisme vormgeven, hetgeen we in de volgende paragraaf zullen onderzoeken.

7.3 Het bredere sociale systeem waarin toegankelijk toerisme is ingebed

Toegankelijkheid van toerisme moet, in de context van toerisme, worden benaderd als bredere sociale systemen, waarbij veel verschillende actoren en sectoren betrokken zijn. Toegankelijk toerisme heeft niet alleen betrekking op en invloed op actoren in de toeristische sector, maar vereist ook samenwerking tussen verschillende sectoren. De belangrijkste belanghebbenden en hun rollen zijn in categorieën ingedeeld in Tabel 2 en gevisualiseerd in Figuur 3. De genoemde actoren zijn niet alleen onmisbaar om de toeristische sector inclusiever te maken; de toeristische sector kan ook veel van deze sectoren leren. Het toerisme kan bijvoorbeeld leren van de aanpak van andere sectoren op het gebied van beperkingen, zoals die van belangenbehartigers en experts op het gebied van toegankelijkheid. Door bredere samenwerking kan de toeristische sector zelf een bron van positieve maatschappelijke verandering worden. Het belangrijkste is echter dat we gaan samenwerken vanuit het oogpunt van inclusie en gelijkheid, waarbij de toeristische sector zich aanpast om voor iedereen toegankelijk te zijn.

7.4 Stap jij aan boord van deze trein richting transitie?

Dus hoe kun jij op deze trein springen en deel uitmaken van de transitie? Het is nuttig om te beseffen dat de transitie naar een meer inclusieve toeristische sector geen abstract ideaal blijft, maar een concrete kans voor elke professional in de sector om een tastbaar verschil te maken. Toerisme is een sociaal systeem dat wordt gevormd door individuen, bedrijven en organisaties. Samen beslissen zij wie er

wel en niet in wordt opgenomen. Dit betekent dat zij ook degenen zijn die hier verandering in kunnen aanbrengen. Of je nu een touroperator bent die reiseroutes ontwerpt, een hotelmanager die toezicht houdt op de ervaringen van gasten, een vervoersbedrijf dat bestemmingen met elkaar verbindt of een bestemming marketeer die een regio promoot, jouw beslissingen hebben een directe invloed op het al dan niet inclusief of exclusief zijn van het toerisme. Maar al te vaak wordt de verantwoordelijkheid voor toegankelijkheid uitsluitend bij gespecialiseerde aanbieders, non-profitorganisaties of mensen met een beperking zelf gelegd. Echte inclusie vereist echter een gezamenlijke inspanning en gedeelde verantwoordelijkheid van alle betrokkenen in de sector.

De kracht om verandering teweeg te brengen ligt niet alleen bij toegankelijkheidsexperts, maar bij elke professional die zijn rol in het vormgeven van de sector erkent. Dit betekent dat we moeten afstappen van het idee dat toegankelijkheid een nichekwesitie is of dat het behoort tot het exclusieve domein van specialisten.

Impact	Actie die je kunt ondernemen
Meer gezinsvakanties met kinderen met een beperking	Zoek actief naar partners met toegankelijke accommodaties en promoot gezinsvriendelijke, inclusieve arrangementen.
Meer opties voor intergenerationele reizen	Ontwerp reisschema's met het oog op reizen voor meerdere generaties, die tegemoetkomen aan diverse mobiliteits- en zintuiglijke behoeften.
Meer toegankelijke plaatsen voor bezoekers en inwoners	Pleit voor toegankelijke infrastructuur (bijv. hellingen, tactiele paden) in de bestemmingen waar jij actief bent.
Verrijkende reiservaringen voor mensen met neurologische diversiteit	Train jouw personeel in bewustwording van neurologische diversiteit en creëer zintuigvriendelijke opties in jouw diensten, en zoek contact met lokale toegankelijkheidsnetwerken voor ondersteuning.
Jonge reizigers met een beperking die meedoen aan groepsevenen	Werk samen met jeugdreisorganisaties om inclusieve groepservaringen en marketing te garanderen.

TABEL 3: Impact en actie voor toegankelijk toerisme

Als we dit doen, zal de sociale impact en bijdrage aan een transitie van het toerisme enorm zijn. Laten we klein beginnen en stap voor stap werken aan een grotere impact.

1. Jij kunt beginnen met het vinden van oplossingen voor de toegankelijkheidsuitdagingen die worden beschreven in de Persoonlijke Ervaringen van Hoofdstuk 2.
2. Jij kunt actie ondernemen om impactvolle oplossingen te creëren voor de kansen die worden voorgesteld in tabel 2 hieronder.
3. Jij kunt de tools van Hoofdstuk 6 gebruiken, te beginnen met de 'Beslisboom voor toegankelijk reizen'.

7.5 De drie belangrijkste randvoorwaarden voor sociale innovatie

Het vergt veel werk om een echt inclusief en toegankelijk toeristisch ecosysteem te realiseren. Echter, al deze veranderingen zouden niet kunnen worden doorgevoerd zonder sociale verandering en sterkere samenwerking en partnerschap tussen partners in de sector, tussen partners in de sector en belanghebbenden buiten het toerisme, maar natuurlijk ook met ervaringsdeskundigen. Om de transitie van toerisme naar meer toegankelijkheid op sociaal en relationeel vlak te bevorderen, stellen we voor om te focussen op educatie, samenwerking, en gezamenlijke ontwerpprocessen. Door de focus te leggen op deze drie cruciale randvoorwaarden, kunnen toerismeprofessionals helpen om toegankelijkheid van een bijzaak om te vormen tot een kernwaarde die zowel reizigers, bedrijven als gemeenschappen ten goede komt. Deze randvoorwaarden bieden een praktisch stappenplan om inclusie in elke fase van de toeristische ervaring te integreren, zodat niemand achterblijft.

1. Onderwijs en opleiding

Toegankelijkheid begint met kennis en bewustwording. Zonder opleiding kunnen zelfs goedbedoelende professionals onbedoeld barrières opwerpen voor reizigers met een beperking. Tegelijkertijd kan een gebrek aan bewustzijn bij andere gasten of reizigers ook leiden tot minder tolerantie als dingen iets anders verlopen dan ze hadden verwacht. We kunnen hier starten door;

- Toegankelijkheid en inclusie op te nemen in onderwijs- en brancheopleidingsprogramma's, om ervoor te zorgen dat toekomstige professionals zijn toegerust om inclusieve ervaringen te ontwerpen en te leveren;

- Informatie te verstrekken om het bewustzijn over beperkingen bij alle reizigers te bevorderen, met inbegrip van inclusieve communicatie en universele ontwerpprincipes, om een cultuur van empathie en respect te helpen bevorderen.

2. Samenwerking in de gehele toeristische waardeketen

Inclusie vereist een gecoördineerde inspanning van het hele toeristische ecosysteem. Door samen te werken kunnen belanghebbenden naadloze, toegankelijke ervaringen creëren waar iedereen baat bij heeft. We kunnen dit onder andere bereiken door:

- Samenwerken en verantwoordelijkheid delen om inclusieve ervaringen te creëren die de hele reis omvatten. Dit kan vaak beginnen met iets eenvoudigs als een telefoontje tussen bijvoorbeeld een touroperator en een DMO, accommodatie, vervoer of toegankelijkheidsorganisatie.
- Het ontwikkelen van wederzijds voordelige overeenkomsten en het verbeteren van de beschikbaarheid van betrouwbare toegankelijkheidsinformatie. Dit versterkt niet alleen de banden tussen professionele organisaties, maar draagt ook bij aan de transparantie en betrouwbaarheid voor reizigers.

3. Co-ontwerp en participatie

De meest effectieve manier om toegankelijk toerisme te creëren, is door de personen met een beperking erbij te betrekken. Co-ontwerp kan ervoor zorgen dat oplossingen praktisch, relevant en daadwerkelijk inclusief zijn, in plaats van gebaseerd op aannames. We kunnen dit onder andere bereiken door:

- Het creëren van gemeenschappelijke basis door rechtstreeks in gesprek te gaan met personen die een beperking ervaren, zodat hun stemmen het ontwerpproces beïnvloeden. De juiste vragen stellen en oplossingen afstemmen op de uitdagingen in de praktijk. Dit begint met het behandelen van mensen met een beperking als experts op het gebied van hun eigen behoeften door hen te betrekken bij het plannen, testen en verfijnen van toeristische ervaringen.

Toegankelijkheid is geen doel dat eenmaal bereikt kan worden, maar een continu proces dat vraagt om reflectie, aanpassing en actie. Dit boek heeft laten zien dat een inclusieve toeristische sector niet vanzelf ontstaat, maar gevormd wordt door bewuste keuzes en inzet. Juist daarom is dit het moment om in beweging te komen. Welke stap zet jij vandaag? •

Referenties

ANVR, & CELTH. (2024). *Op weg naar een toekomstbestendige reisindustrie*. https://www.anvr.nl/uploads/ANVR_Visie_toekomst_20240220_DEF_d3f53cf37b.pdf

European Commission. (2022). *Transition Pathway for Tourism*. European Commission. https://file:///C:/Users/Ve-roniek.Maat/OneDrive%20-%20Hogeschool%20Inholland/Documents/1.%20Onderzoek/1.%20Tourism%20&%20Inclusion/Artikelen/Transition_Pathway_For_TourismFEB2022_correctedlink.pdf

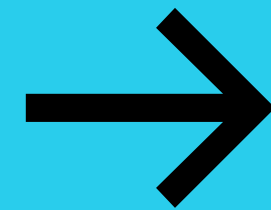
Nieuwland, S., Koens, K., Smit, B., Van Den Boogaart, L. (2026). *Transitional Tourism (preliminary publication)*.

Sharpe, B., Hodgson, A., Leicester, G., Lyon, A., & Fazey, I. (2016). *Three horizons: a pathways practice for transformation*. Resilience Alliance, Inc. <https://10.5751/es-08388-210247>

Wahl, D. C. (2020, -04-11). *Tourism as a catalyst for regional regeneration & climate resilience*. <https://medium.com/activate-the-future/tourism-as-a-catalyst-for-regional-regeneration-climate-resilience-a51223098247>



**Definities
Bijlagen
Colofon**



Definities

Debility

Het concept van debility erkent dat alle lichamen gedurende het leven periodes van verzwakking of zwakte ervaren, wat betekent dat niemand altijd volledig capabel is (Goodley, 2014)

Disability (of beperking in het Nederlands)

Uitdagingen in het functioneren op het niveau van het lichaam, de persoon of de samenleving, in een of meer levensgebieden, ervaren door een individu met een gezondheidstoestand in wisselwerking met contextuele factoren. (Leonardi et al., 2006)

DMC (Destination Management Company)

Een DMC verbindt kennis van een bestemming en beschikbare lokale leveranciers van accommodaties, vervoer en activiteiten om reispakketten en offertes samen te stellen. Zij faciliteren en coördineren activiteiten en vervoer voor bezoekers met bezoekersprofielen, wensen en behoeften.

DMO (Destination Management Organisation)

Een DMO is verantwoordelijk voor management en marketing van een bestemming, en het balanceren van economische groei, duurzaamheid en inclusiviteit van die bestemming (UN Tourism).

Inclusie (volgens het VN-Verdrag inzake de Rechten van Personen met een Handicap)

Inclusie is een kernprincipe, gedefinieerd als 'volledige en effectieve participatie en inclusie in de samenleving' (Artikel 3), met de nadruk op het recht van personen met een beperking op volledige inclusie en participatie in de gemeenschap, met gelijke keuzemogelijkheden als anderen (Artikel 19) (UN Human Rights, 2006).

Inclusief toerisme

Toerisme dat toegankelijk en verwelkomend is voor iedereen, inclusief mensen met een beperking, senioren en families met jonge kinderen (Gillovic & McIntosh, 2020).

Sociale inclusie

Sociale inclusie kan worden gedefinieerd als een proces dat kansen voor sociale participatie vergroot, sociale banden versterkt en gelijke toegang tot mogelijkheden en besluitvorming waarborgt. Het benadrukt de onderlinge verbondenheid van de samenleving en de actieve rol die individuen spelen bij het hooghouden van gedeelde waarden en verantwoordelijkheden (Tan et al., 2025).

Sociaal toerisme

Sociaal toerisme betreft de inclusie van alle leden van de samenleving bij participatie aan toerisme (Diekmann & McCabe, 2020).

Toegankelijkheid

Verwijst naar het ontwerp van producten, diensten en omgevingen op een manier die ervoor zorgt dat ze door zoveel mogelijk mensen kunnen worden gebruikt, ongeacht hun beperkingen of capaciteiten.

Toegankelijk toerisme.

Toerisme dat voor iedereen is ontworpen. Het betekent het creëren van ervaringen, diensten en bestemmingen die alle bezoekers kunnen accommoderen, ongeacht hun mobiliteit of fysieke, sensorische of cognitieve vermogens. Het omvat niet alleen fysieke aanpassingen, maar ook een mentaliteitsverandering om inclusiviteit op elk niveau voorop te stellen (UN Tourism, 2025)

Universeel ontwerp (Universal Design)

Ontwerpen met iedereen in gedachte vanaf het begin. Universele ontwerp principes zorgen ervoor dat ruimtes, diensten en producten door iedereen gebruikt kunnen worden (UN Tourism).

Validisme (Ableism)

De discriminatie of sociale vooringenomenheid jegens mensen met een beperking, geworteld in de overtuiging dat lichamelijke en geestelijke gezondheid de norm is en daarmee superieur. Het beïnvloedt onze omgevingen, beleidsmaatregelen en dagelijkse interacties op manieren die vaak onopgemerkt blijven, waardoor drempels worden versterkt in plaats van weggenomen (Eisenmenger, 2019)

Vermogen of capaciteit (Ability)

Een geheel van vaardigheden, fysiek of mentaal, die individuen in staat stellen te interacteren met en te navigeren in de wereld om hen heen.

Referenties

Diekmann, A., & McCabe, S. (2020). Introduction to the Handbook of Social Tourism. *Handbook of Social Tourism*. Edward Elgar Publishing.

Eisenmenger, A. (2019). *Ableism 101*. <https://www.accessliving.org/newsroom/blog/ableism-101/>

Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and Inclusive Tourism Development: Current State and Future Agenda. *Sustainability*, 12(22)<https://10.3390/su12229722>

Goodley, D. (2014). *Dis/ability Studies; the- orising disablism and ableism*. Routledge.

Leonardi, M., Bickenbach, J., Ustun, T. B., Kostanjsek, N., & Chatterji, S. (2006). The definition of disability: what is in a name? *The Lancet*, 368(9543), 1219–1221. [https://10.1016/S0140-6736\(06\)69498-1](https://10.1016/S0140-6736(06)69498-1)

UN Human Rights. (2006). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*. <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-persons-disabilities>

UN Tourism. *Glossary of tourism terms | UNWTO*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

UN Tourism. (2025). *Accessible Tourism*. <https://www.untourism.int/accessibility>

World Bank Group. (2025). *Social Inclusion*. <https://www.worldbank.org/en/topic/social-inclusion>

World Health Organization. (2013). *How to use the ICF; a Practical Manual*. World Health Organization. <https://www.who.int/docs/default-source/classification/icf/drafticf-practicalmanual2.pdf>

Bijlagen

Bijlage 1
Aanbieders in Nederland voor toegankelijk- of aangepast reizen.

Deze lijst geeft een overzicht van initiatieven op het gebied van toegankelijk reizen en pretendeert niet volledig te zijn.

Tour operators voor uitgaand toerisme (bedrijven)

- Buitengewoon Reizen
- Flow Reizen
- A tot Z Reizen
- Wesemann Travel
- Reisburo Vakantie & Zorg
- Adios Reizen
- DOE Reizen
- DiscoverAble

Tour operators voor inkomend toerisme (bedrijven)

- Accessible Travel Netherlands
- AmsterdaMobile

Stichtingen voor vakanties naar het buitenland

- Tendens Vakanties
- Stichting Buitenhof
- Stichting SRG Aangepaste Vakanties
- Het Vakantiebureau
- Picture Vakanties - Autitravel
- Stichting Steunpunt Reizen
- Stichting Wintersport Gehandicapten (SWG)
- Stichting Dolfijn Vakanties
- Stichting Reis met je Hart

Stichtingen voor vakantie en recreatie gerelateerde activiteiten in Nederland

- Nationale Vereniging de Zonnebloem
- Stichting Opkikker
- Stichting Hulp Gehandicapten

Bijlage 2
Templates en tools zoals gepresenteerd in Hoofdstuk 6.

De volgende Tools kunnen worden gedownload:

- Tool 1. Model 'De Beslisboom voor Toegankelijk Reizen' (pagina 82)
- Tool 2. Template 'Accessible Travel Chain' (pagina 87)
- Tool 3. Template 'Samenvatting van alle vier de factoren die de persoonlijke overwegingen beïnvloeden' (pagina 95)
- Tool 3. Template 'Reisplanning en besluitvorming' (pagina 96)
- Tool 6. Model en template 'Partners per serviceniveau' (pagina 119)
- Tool 6. Template 'Partners binnen de waardeketen van toegankelijk toerisme' (pagina 121)
- Tool 7. Templates 'Integratie Universal Design' voor reisbureaus, reisagenten en tour operators (pagina 124 & 125)

Download de templates via <https://www.ensut.eu/knowledge/accessible-tourism/> of via de onderstaande QR-code

Ik hoor graag van je als je vragen of opmerkingen hebt over de Tools.



Bijlage 3
Overzicht van websites en apps die toegankelijkheid in kaart brengen.

Naam initiatief	Type informatie	Type toegankelijkheid	Herkomst
Wheelmap	Gebouwen, restaurants, cafés, toiletten	Fysiek (toegankelijkheid met mobieliteits hulpmiddelen)	Internationaal (Duitsland)
AccessNow	Restaurants, accommodaties, winkels, recreatie	Fysiek, soms visueel en auditief	Internationaal (Canada)
Euan's Guide	Restaurants, accommodaties, musea	Fysiek, soms visueel en auditief	VK + internationaal
AXS Map	Restaurants, winkels, publieke gebouwen	Fysiek, soms visueel en auditief	Internationaal (VS)
AccessibleGO	Accommodaties, reisinformatie	Fysiek, soms auditief en visueel	Internationaal (VS)
RightHear	Navigatie in gebouwen (musea, winkels, accommodaties)	Visueel (audio-based), fysiek	Internationaal (Israel)
iAccessLife	Restaurants, accommodaties, winkels	Fysiek	Internationaal (VS)
Lazarillo	Navigatie naar gebouwen	Visueel (audio navigatie), fysiek	Internationaal (Chili)
GoodMaps	Navigatie in gebouwen	Visueel (audio), fysiek	Internationaal (VS)
Accessaloo	Toiletten	Fysiek	Internationaal
Snowball	Restaurants, cafés, publieke gebouwen	Fysiek	Internationaal (VS)
Ongehinderd	Restaurants, accommodaties, winkels	Fysiek, soms auditief en visueel	Nederland
HogeNood	Publieke and semi-publieke toiletten	Fysiek	Nederland
WC Wijzer	Toiletten	Fysiek	Nederland
Toegankelijk Uit Eten	Restaurants	Fysiek	Nederland
9292 Toegankelijk Reizen	Navigatie met openbaar vervoer	Fysiek, visueel, auditief	Nederland

Colofon

All Aboard: de transitie naar toegankelijk toerisme.
Inzichten en tools voor actie

Auteur: Veroniek Maat

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2499-0961>

Uitgever: Hogeschool Inholland, Rotterdam.

Lectoraat New Urban Tourism, Expertise Network

Sustainable Urban Tourism

Redactie: Nicole Eva Franssen

Eerste druk, april 2026

Grafische vormgeving: das Studio

Beelden: Shutterstock, Unsplash, Seable, Eelke

Kelderman, Gerda van 't Land, El Houssaine Ichen

Coverbeeld: El Houssaine Ichen, oprichter Disabled
Tourist Guide voor toegankelijke tours in Marokko.

Op het beeld zit El Houssaine Ichen op zijn knieën in
de woestijn met zijn ondersteunende krukken naast
zich. Hij gooit zand in de lucht en straalt een gevoel
van vrijheid uit.

© 2026 Veroniek Maat / Hogeschool Inholland.



inholland
hogeschool

De teksten in dit boek zijn gepubliceerd onder
een Creative Commons 4.0 Internationaal licentie
(CC BY 4.0). U bent vrij de teksten te delen en aan te
passen, mits u de bron vermeldt.

Meer informatie:

creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.nl



Wees zelf de verandering!

Verandering begint langzaam. Het kan overweldigend lijken dat veel verschillende stakeholders een rol spelen in de transitie naar een toegankelijker toerisme-systeem. Maar dat is geen reden om niet te beginnen. Jouw kleine stappen maken een groot verschil!

