# Winnaar FD Gazelle: ‘Groei betekent niet dat je iedere kans moet grijpen’

**Een reisorganisatie die bewust commerciële kansen laat liggen en toch een FD Gazelle wint. Het klinkt tegenstrijdig, maar het is een bewuste koers. De onderscheiding in de categorie groot laat zien dat verantwoord toerisme en zakelijk succes elkaar niet hoeven uit te sluiten.**

“Winst maken is voor ons geen doel op zich, maar een middel om positieve impact te vergroten”, vertelt Saskia Griep, oprichter en CEO van Better Places. De reisorganisatie ontwikkelt individuele reizen op maat, samengesteld door reisexperts die op de bestemming wonen. Zij kennen lokale ondernemers, kleinschalige accommodaties en bijzondere plekken. “Dat verrijkt de ervaring voor de reiziger en zo profiteren inwoners zoveel mogelijk van het toerisme. Juist nu AI het eenvoudig maakt om zelf een reis te plannen, blijkt hoe waardevol persoonlijke kennis is.”

## Bewuste grenzen

Die overtuiging heeft consequenties. Cruises en reizen naar poolgebieden biedt Better Places niet aan. Ook breidt het bedrijf zijn aanbod niet meer uit met verre bestemmingen. “Daar is nog volop vraag naar, maar hoe verder je vliegt, hoe groter de klimaatimpact. Een retourvlucht naar Thailand veroorzaakt bijna zestien keer zoveel uitstoot als een vlucht naar Schotland.”

Volgens Griep moet een reis niet alleen iets opleveren voor de vakantieganger. “Als de negatieve impact veel groter is dan de positieve bijdrage, moet je als reisorganisatie de verantwoordelijkheid nemen om bepaalde reizen niet aan te bieden.” Better Places stimuleert daarom langere vakanties en bestemmingen dichter bij huis, ook als dat omzetkansen kost.

Het bedrijf koppelt zijn groei bovendien aan investeringen in duurzaamheid. Tien procent van de winst gaat naar maatschappelijke initiatieven. Daarnaast draagt Better Places via het Future Friendly Fund bij aan schonere luchtvaart en biodiversiteitsherstel. Voor elke reiziger doet de organisatie een bijdrage uit de eigen omzet. “Zo hebben we tot nu toe meer dan 200.000 euro bijgedragen. Reizigers doneerden daarnaast vrijwillig nog eens 12.000 euro aan het fonds, om bij te dragen aan de verborgen kosten van hun vlucht.”

## Zonder vingertje

Duurzaamheid is volgens Griep zelden de belangrijkste reden om een vakantie te boeken. “Mensen zoeken vooral plezier, bijzondere ervaringen en gemak. Je overtuigt ze niet met een opgeheven vingertje.”

Daarom ontwikkelt Better Places bijvoorbeeld rondreizen die goed met een elektrische auto te maken zijn. “Van de reizigers naar Zweden gaat inmiddels 43 procent elektrisch.” Ook Slovenië en Noord-Spanje zijn populair bij deze vakantiegangers. Daarmee wil de organisatie laten zien dat verantwoord reizen niet ten koste hoeft te gaan van vakantieplezier.

De persoonlijke benadering blijft daarbij centraal staan. “Onze reisexperts wonen vaak al jaren op de bestemming. Ze begrijpen wat Nederlandse reizigers zoeken en kennen de mensen ter plaatse.” Juist ontmoetingen met lokale gidsen en ondernemers leveren volgens Griep de mooiste herinneringen op. “Uiteindelijk overtuig je reizigers niet door te vertellen wat ze anders moeten doen, maar door ze te laten ervaren hoeveel mooier hun reis wordt door bewustere keuzes.”



**Saskia Griep,**
Oprichter en CEO, Better Places

betterplaces.nl
futurefriendlyfund.com