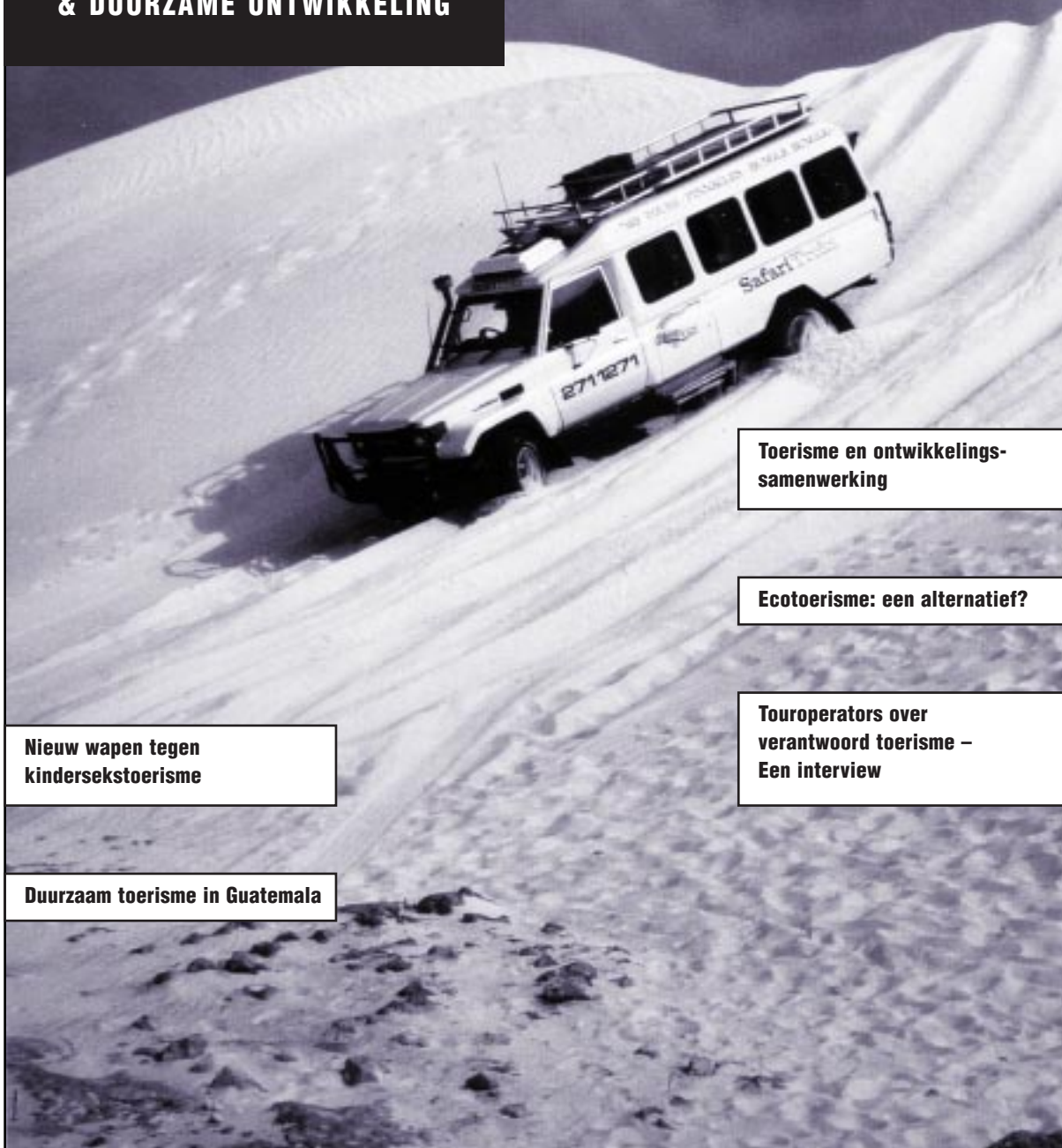


MONTE ZUMA

TIJDSCHRIFT OVER TOERISME
& DUURZAME ONTWIKKELING

Nummer 3 - lente 1997



Toerisme en ontwikkelings-
samenwerking

Ecotoerisme: een alternatief?

Touroperators over
verantwoord toerisme -
Een interview

Nieuw wapen tegen
kindersekstoerisme

Duurzaam toerisme in Guatemala

MONTE ZUMA

TIJDSCHRIFT OVER TOERISME
& DUURZAME ONTWIKKELING

MONTEZUMA • 1997, nummer 3

Montezuma verschijnt viermaal per jaar. Donateurs van stichting Retour krijgen het blad gratis. Losse nummers kunnen worden besteld door f8,- over te maken op gironummer 263867 van stichting Retour in Nijmegen, onder vermelding van *Montezuma* en het betreffende nummer.

Redactie

Frans de Man (coördinator)
Theo Noten
Silvia van der Cammen
Henri Smits
Ger Keijsers

Eindredactie

Marieke van Zutphen

Vormgeving

Carlo Gremmen

Uitdraaien films

Talens Tekst & Beeld BV

Druk

Tandem Nijmegen

Oplage

400 exemplaren

ISSN 1386-1921

Het volgende nummer verschijnt in de zomer van 1997. Bijdragen daarvoor moeten voor 30 juni 1997 worden gestuurd naar de redactie van *Montezuma*:

Postbus 1570
6501 BN Nijmegen
Tel./fax (024) 3 60 62 24
E-mail: retour@do.nl
<http://www.do.nl/retour>

Donateurs

Stichting Retour is voor het verzorgen van haar informatie- en promotieprojecten grotendeels aangewezen op inkomsten via donateurs. Voor minimaal f30,- bent u al donateur, wordt u op de hoogte gehouden van de activiteiten van Retour en krijgt u viermaal per jaar gratis het blad *Montezuma* thuisgestuurd. Zodra uw donatie is overgemaakt op ons gironummer 263867, krijgt u het Retour-informatiepakket met daarin *Montezuma* thuisgestuurd.

Montezuma is een uitgave van stichting Retour.

Inhoud

Redactioneel	3
redactie <i>Montezuma</i>	
Toerisme en ontwikkelings- samenwerking	4
Frans de Man	
Ecotoerisme: een alternatief?	15
Ron Martens	
Touroperators over verantwoord toerisme	21
Eric de Kluis	
Nieuw wapen tegen kindersekstoerisme	25
Theo Noten	
Duurzaam toerisme in Guatemala	29
Lieven Sioen	

Foto's:

Henri Smits, Marco Kater, Nicolas Comandini
en Frans de Man

Tekeningen:

Paul Peters

Redactioneel

redactie *Montezuma*

Het is weer zover: de vakantie komt eraan. Wat gaan we dit jaar doen? Sommige mensen weten dat meteen al na terugkomst van de vorige vakantie, anderen beslissen pas de dag voor vertrek. Sommigen regelen alles tot in het kleinste detail, anderen improviseren een en ander ter plekke. Sommigen laten alles tot in de puntjes verzorgen door een reisorganisatie, anderen moeten er niet aan denken om ook maar iets aan derden over te laten. Sommigen willen ook tijdens hun vakantie mens- en milieuvriendelijk consumeren, anderen willen die drie weken per jaar nu eens even niet worden lastiggevallen met het scheiden van afval.

Met die laatste afweging snijden we een hot item aan in de discussie over verantwoord toerisme. Een goede zorg voor het milieu vereist aandacht en energie. Voor veel mensen betekent de vakantie nu juist de dingen even anders doen dan normaal, vooral nergens over nadenken en zorgeloos lui zijn. Dat botst wel eens, bijvoorbeeld als het gaat om vervoer: het vliegtuig is vaak het meest comfortabele, maar ook het meest milieuvriendelijke vervoermiddel. Dat dilemma leidt tot vreemde gevolgen vooral als het gaat om ecotoerisme. We denken daarbij eerder aan een reis naar de jungle van Thailand dan aan een busreis naar Benidorm. Terwijl het vliegtuig vele malen meer vervuult dan de bus; terwijl een groep toeristen in een kwetsbaar bos veel meer natuurschade aanricht dan een groep badgasten; terwijl de hotels in Spanje volgens Europese milieunormen (moeten) werken en hotels in Thailand daar nog nooit van gehoord hebben; terwijl men in Spanje een degelijke water- en afvalhuishouding heeft, die in Thailand ontbreekt.

Maar ja, voor veel mensen lijkt Benidorm minder leuk dan Thailand en zij zullen, hoe milieuvriendelijk ze ook zijn, in hun vakantie voor de vliegreis naar Thailand kiezen. Je kunt mensen ook niet echt kwalijk nemen dat ze na ruim elf maanden hard werken, gedurende die drie weken

even doen waar ze zin in hebben, zonder zich druk te maken over de gevolgen voor het milieu. Ook voor veel mensen in de Derde Wereld zou het een ramp zijn als de Westerse toerist zich milieuvriendelijk ging opstellen en bijvoorbeeld niet meer zou gaan vliegen. Banen zouden verdwijnen, bedrijfsjes zouden over de kop gaan, mogelijkheden tot scholing zouden afnemen, monumenten zouden verwaarloosd worden en natuurparken zouden worden opgeheven.

Dit dilemma is voor verschillende milieu- en ontwikkelingsorganisaties een van de redenen om zich niet serieus te verdiepen in de mogelijkheden die het internationaal toerisme biedt aan duurzame ontwikkeling. Frans de Man doet in dit nummer een poging deze organisaties te bewegen om deze mogelijkheden serieuzer te bekijken in een artikel over toerisme en ontwikkelingssamenwerking. Twee bijdragen van *Montezuma*-lezers laten zien welke gevolgen de ontwikkeling van toerisme voor de lokale bevolking kan hebben, respectievelijk in Mexico en in Guatemala.

Omdat de ontwikkeling van het toerisme niet zonder touroperators kan, laten we hen vanaf nu in de komende *Montezuma*'s aan het woord over verantwoord toerisme. Ashraf bijt de spits af.

Ook in dit nummer besteden we weer aandacht aan de strijd tegen een van de meest kwalijke gevolgen van de ontwikkeling van toerisme, namelijk de seksuele uitbuiting van kinderen in de Derde Wereld door toeristen.

Zoals u zult merken, is de kwaliteit van het drukwerk van deze *Montezuma* beter dan voorheen. De respons die we op ons blad krijgen, rechtvaardigt deze investering. Helaas is de overgang naar dit nieuwe procédé niet zonder slag of stoot gegaan. Dit nummer verschijnt dan ook met enige vertraging. We bieden onze excuses daarvoor aan en zetten alles in het werk om het volgende nummer op tijd te laten uitkomen.

Toerisme en ontwikkelings-samenwerking

Frans de Man

Er wordt in Nederland al zo'n twintig jaar gediscussieerd over de voor- en nadelen van het toerisme naar de Derde Wereld¹. In al die tijd heeft het toerisme echter nooit een serieuze plaats gekregen in de discussie over ontwikkelingsamenwerking. Het wordt tijd dat dat verandert. In dit artikel doet Frans de Man een poging het toerisme hoger op de agenda van ontwikkelingsorganisaties te krijgen.

Inleiding

Is toerisme goed voor duurzame ontwikkeling in de Derde Wereld? Critici beweren van niet. Hiervoor worden verschillende argumenten gebruikt:

De deviezen die het toerisme oplevert, verdwijnen net zo hard weer het land uit via importleken en rentebetalingen. De banen in het toerisme zijn slecht betaald, oneerlijk verdeeld en seizoensgebonden. Toerisme is slecht voor het milieu vanwege de belasting die toeristen vormen voor kwetsbare natuurgebieden, door het gebruik van schaarse bronnen zoals water en hout en door het creëren van een berg afval. In de gebieden waar het toerisme zich ontwikkelt, vindt aantasting plaats van sociale en culturele waarden, bijvoorbeeld doordat de jeugd de toeristen gaat imiteren of door toenemende criminaliteit. En ten slotte vormt toerisme een bedreiging voor de positie van vrouwen en kinderen vanwege de slechte arbeidsomstandigheden en door de sekslust van sommige toeristen.

Het toerisme is echter niet in zijn eentje verantwoordelijk voor de cultuuraantastingen. Een aantal van de bovengenoemde argumenten kan

namelijk ook tegen andere sectoren van de economie worden ingebracht, maar het lijkt alsof ze voor het toerisme zwaarder wegen. Dat komt onder andere omdat het niet meevalt om toerisme te bekijken als een normale economische sector. Bij toerisme denkt men meteen aan (de eigen) vakantie en aan exotische avonturen en tropische stranden met een mystieke kracht. Het doet denken aan een wereld van ultieme vrijheid en appelleert tegelijkertijd aan de fundamentele rechten zoals de vrijheid om te gaan en te staan waar je wilt. Bovendien biedt het aan mensen in het Westen – in een wereld waar spanningen almaar toenemen – de noodzakelijke ontspanning. Zo bekijk je het toerisme echter vanuit een beperkt perspectief; dit is het perspectief van een toerist, een klant.

Als bedrijfstak verschilt het toerisme echter niet wezenlijk van andere sectoren. Het gaat om een economische activiteit zoals elke andere. Zoals bij elke transnationale industrie gaat het om internationale krachten en grote economische machten die werken volgens de wetten van de wereld-economie. Wetten die ook gelden voor andere industrieën en landbouw. Zoals overal in de dienstensector ontstaat er contact tussen de dienstverlener en de cliënt, vergelijkbaar met het bank- en verzekeringswezen of de wereld van consultancy. Voor de werkende mensen in de Derde Wereld gaat het om banen, met voor- en nadelen, met mogelijkheden en bedreigingen voor persoonlijke en gezamenlijke ontwikkeling en met de problemen van ongelijke verhoudingen en onderdrukking.

¹ Eind jaren zeventig was er in een aantal publicaties aandacht voor de gevolgen van het sekstoerisme (o.a. Albert Stol). Kontakt der Continenten bracht een boekje uit. Bij de Stichting Internationale Werkkampen verscheen een brochure onder de naam Retourtje Noord-Zuid. In het blad *Derde Wereld* verscheen in 1984 een artikel van Ad van Hout onder de titel 'Toerisme naar de Derde Wereld'.

Terwijl in de industrie en in de landbouw in de afgelopen jaren naarstig gezocht is naar vormen die zijn aangepast aan de duurzame ontwikkeling, zijn de mogelijkheden die het toerisme hiervoor kan bieden buiten beeld gebleven. In de tussentijd is het internationaal toerisme tot een economische activiteit van wereldformaat gegroeid². Het aandeel van reizen naar de Derde Wereld daarin nam relatief nog sterker toe. Niet alleen is het transnationale toerisme een machtsfactor van betekenis geworden, ook ontwikkelde zich in derdewereldlanden een eigen toerisme-industrie. Daarom zoeken steeds meer overheden en NGO's (Non-Gouvernementele Ondernemingen) in de Derde Wereld naar mogelijkheden om het potentieel van de toerismesector in te schakelen voor het ontwikkelingsproces³.

In dit artikel wordt allereerst een beeld geschetst van de toerismesector en wordt de relatie



Lokale gidsen begeleiden wandeltochten

tussen toerisme en ontwikkelingssamenwerking bekeken.

Vervolgens zal aan de hand van een case duidelijk gemaakt worden hoe toerisme aan 'empowerment' kan bijdragen.

De toerismesector

Toerisme is een complexe sector. Het toeristisch product bestaat uit verschillende componenten die door een groot aantal verschillende producenten geleverd worden, variërend van grote transnationale ondernemingen in de hotelsector tot souvenirverters in de informele sector. Dit leidt tot een groot aantal actoren en belanghebbenden in een grote verscheidenheid. De complexiteit van het toerisme wordt versterkt doordat het onder invloed staat van een aaneenschakeling van politieke en economische factoren op internationaal niveau in het toeristengenererende land, en op nationaal, regionaal en lokaal niveau in de bestemmingslanden. Om in te grijpen in de ontwikkelingen van het toerisme, moeten al die factoren afgewogen worden.

De complexiteit wordt ook vergroot doordat het toerisme als eindproduct op de markt veel verschillende vormen kan aannemen: van een aantal nachten op een eenvoudige camping voor een reiziger met rugzak tot een compleet verzorgde, luxe vakantie voor een verwende vutter; van simpele, lowbudget wandeltochten tot een reis met personeel op een geleast jacht. Dat maakt de toeristische markt tot een moeilijk te controleren markt. De vraag is gediversifieerd en de consument is trendgevoelig.

Een klein aantal trendsettende touroperators bepaalt welke bestemmingen de komende jaren door reizigers bezocht zullen worden. Zij brengen meer of minder georganiseerde groepen naar een bestemming. Zij bepalen of een reis verkocht wordt door de reis al dan niet op te nemen in de brochure, al dan niet aan te prijzen in de winkels en door de reis al dan niet te laten doorgaan.

Overheden in de bestemmingslanden hebben, afhankelijk van hun economische en politieke

2 Het internationale toerisme kent een omzet van 372 miljard dollar en is wereldwijd de grootste werkgever.

3 Elk jaar presenteren zich weer nieuwe landen op het toeristische platform. Zo konden we op de Vakantiebeurs 1996 getuige zijn van de geboorte van Panama en Soedan als toeristische bestemmingen.

kracht, invloed op het proces. Daar waar ze controle hebben (bijvoorbeeld bij planning, belastingen, verstrekken van visa), wordt de lokale bevolking echter zelden geraadpleegd.

Toch komt het toerisme vaak heel dicht bij de lokale bevolking en dringt het diep door in samenlevingen. Het is namelijk een vorm van export van diensten en producten, waarbij de klant het dienstenpakket gaat ophalen. Voor het toerisme naar ontwikkelingslanden betekent dat een direct contact tussen mensen uit het rijke Noorden en mensen uit de Derde Wereld. Dit contact biedt kansen voor uitwisseling en risico's van vooroordelen. Juist doordat het zich zo dicht bij de lokale bevolking afspeelt, zou de financiële bijdrage van de toerist een basis voor ontwikkeling kunnen zijn. Maar de ongelijke machtsverhoudingen en de vele tussenpersonen in het toeristisch proces verhinderen veelal dat de inkomsten ook daadwerkelijk op lokaal niveau terecht komen. Terwijl daar vaak wel de sociale en culturele nadelige gevolgen worden ervaren.

Toerisme en ontwikkelingssamenwerking

In een van de vele gedaanten van de toerismesector, namelijk het 'alternatieve' toerisme, leek de discussie over ontwikkelingssamenwerking en duurzame ontwikkeling vrij snel gehoor te krijgen. Tien jaar geleden was er al sprake van het zogenaamde ecotoerisme dat rekening houdt met mens en milieu⁴. Daarbij ging en gaat het in de praktijk echter meer om een mystificerend marketingbegrip dan om toerisme dat een bijdrage levert aan duurzame ecologische ontwikkeling⁵.

Om over zo'n bijdrage te kunnen oordelen, zullen we ons minder moeten laten leiden door dergelijke marketingbegrippen en meer door de ervaring en kennis die in (duurzame) ontwikkelingssamenwerking is opgebouwd en waarbij empowerment (zie kader) een hoofdrol speelt.

Empowerment

Het vergroten van de weerbaarheid van een groep met als gevolg economisch betere vooruitzichten en een sterkere positie tegenover de autoriteiten.

Nederlandse NGO's zagen jarenlang niets in de bijdrage die het toerisme zou kunnen leveren aan empowerment. Pas sinds kort komt de discussie enigszins op gang⁶. De voorbereiding ervan wordt tot nu toe echter voornamelijk overgelaten aan reislustige studenten, leerlingen van toeristische opleidingen en aan hun begeleiders. Het gebrek aan praktische ervaring met ontwikkelingsprojecten in het toerisme, een interne verdeeldheid over het thema binnen NGO's en afwijzende geluiden vanuit DGIS (Directoraat Generaal Internationale Samenwerking), zorgen ervoor dat het allemaal niet op gang komt.

De discussie lijkt nu nog gestuurd te worden door een geromantiseerd beeld van het ontwikkelingsproces en van het toerisme: de ontwikkeling van het toerisme mag vooral niet leiden tot veranderingen in de cultuur van het gebied. Daarbij neemt men echter niet de dynamiek van de cultuur van de bestemmingsgebieden als uitgangspunt, maar de cultuur als een statisch verschijnsel. Die statische interpretatie van cultuur is

4 Zo legden milieubewuste, reizende biologen in die tijd de basis voor de in ecotoerisme gespecialiseerde touroperators Ecotravel (inmiddels failliet) en SNP (inmiddels groot en meer natuur, minder eco).

5 Om te beoordelen of een product het predikaat 'eco' verdient, zou men moeten kijken naar de consequenties van de productie en consumptie ervan voor de natuur en het milieu. Maar een dergelijke milieu-effectrapportage wordt voor de zogenaamde ecoreizen nauwelijks verricht. Bij ecoreizen denkt men daardoor eerder aan een reis naar de jungle van Thailand dan aan een busreis naar Benidorm; terwijl het vliegtuig vele malen meer vervuult dan de bus; terwijl een groep toeristen in een kwetsbaar bos veel meer natuurschade aanricht dan een groep badgasten; terwijl de hotels in Spanje volgens Europese milieunormen (moeten) werken en hotels in Thailand daar nog nooit van gehoord hebben; terwijl men in Spanje een degelijke water- en afvalhuishouding heeft die in Thailand ontbreekt.

6 Bij organisaties als SNV en NOVIB zijn notities verschenen over toerisme die intern worden bediscussieerd en zijn de mogelijkheden van toerisme met partners besproken. Maar terwijl de vertegenwoordigers in het veld met de mogelijkheden van het toerisme geconfronteerd worden, blijft een doorbraak in de discussie door de ontwikkelingsbeleidsmakers in Nederland uit. Men verschilt zo van mening, dat het mogelijk is dat binnen een NGO op een regionale desk nog de discussie wordt gevoerd over of toerisme wel een bijdrage kan leveren aan de methode, terwijl de marketingafdeling al reizen verkoopt.

toevalligerwijs een belangrijk ingrediënt voor het toerisme en de toerismebrochures. Ook hier speelt het perspectief van de toerist, avonturier, of reiziger die bang is dat er nog een ongerept paradijs (door hem ontdekt en voor hem bestemd) verloren gaat, een te grote rol⁷.

Omdat we het denken dat we in ontwikkelingssamenwerking hebben ontwikkeld nog niet in het denken over toerisme hebben vertaald, kunnen de hiervoor genoemde algemeenheden, maar ook platitudes als 'de afhankelijkheid van de wereldmarkt', 'de negatieve gevolgen van modernisering' en 'toerisme is er voor de rijken', al gauw leiden tot het afwijzen van toerisme als ontwikkelingsinstrument. Terwijl het juist de taak van ontwikkelingssamenwerking zou moeten zijn om strategieën te ontwikkelen die, met die gevaren als uitgangspunt, levensvatbare ontwikkelingsprojecten mogelijk maken. Zoals dat ook voor de landbouw en kleinschalige industrie is gebeurd, waar voor een groot deel dezelfde gevaren dreigen.

Nu het toerisme een steeds prominentere rol inneemt in ontwikkeling, moet de discussie niet gaan over algemeenheden en romantiek, maar moet het gaan over economische, sociale en politieke empowerment; de werkelijke thema's van ontwikkelingssamenwerking en duurzame ontwikkeling. Bovendien is de vraag niet meer of men iets met toerisme wil, maar meer waarom men wel in de landbouw, de industrie en de dienstverlening investeert en niet in het toerisme. Het moment is bereikt waarop men niet meer om het toerisme heen kan.

Toerisme en empowerment

In de discussie over toerisme en ontwikkeling trok eerst het ecodenken en nu de duurzaamheid alle aandacht. Maar discussies over duurzame ontwikkeling blijven nietszeggend als er geen rekening wordt gehouden met de factoren macht en machtsongelijkheid.

In het denken binnen ontwikkelingssamenwerking wordt vaak erkend dat de macht ongelijk verdeeld is en dat herverdeling een noodzaak is om duurzame ontwikkeling te realiseren. Daarom is empowerment van de minder machtigen een belangrijk streven. Dat wil zeggen dat om de voorwaarden te creëren waaronder zij hun eigen ontwikkeling kunnen bepalen, hun weerbaarheid tegenover machtigen en hun zeggenschap in het ontwikkelingsproces, vergroot moet worden. Hierin wordt meestal ook de verhouding tussen man en vrouw betrokken. De verwachting lijkt reëel dat dit alles een wat langere adem vereist. Om de mensen in de Derde Wereld die adem te gunnen, zullen echter ook acute noden moeten worden verlicht. Het creëren van inkomensgenererende activiteiten is dan ook een belangrijk onderdeel van empowerment. Daarbij spelen economische, sociale en politieke aspecten een rol.

Bij *economische empowerment* gaat het in eerste instantie om het creëren van banen en inkomens. Dit zijn de inkomensgenererende activiteiten die in veel derdewereldlanden de hoogste prioriteit hebben. Om de continuïteit te garanderen, moet

Wie helpt de Maasai?

In 1995 heeft stichting Retour samen met Maasai-jongeren- en vrouwengroepen een toerismeproject opgezet voor snv, in het noorden van Tanzania. Omdat snv om een aantal redenen het project na verloop van tijd niet meer kon ondersteunen, staan de Maasai er op dit moment alleen voor. Ze hebben Retour gevraagd om een ondersteunende en evaluerende missie. Daarvoor zoeken we sponsors. Naast de bijdrage die Retour zelf levert, is er nog een bedrag nodig van f15 000,-. Met dit geld zal Retour de Maasai een stap verder helpen en een rapport produceren over de middellange termijn gevolgen van dit toerismeproject voor de lokale bevolking. Sponsors krijgen de beschikking over dit document.

Wie helpt? Niet alleen financiële bijdragen, maar ook ideeën om aan het geld te komen, zijn welkom. Giften aan stichting Retour zijn aftrekbaar voor de belasting.

⁷ Vergelijk de statische, voor het toerisme belangrijke, cultuur van Nederland (tulpen, molens, kaas, klompen) met de dynamische cultuur van Nederland (hoge werkdruk, verdwijnend en herrijzend natuurlandschap, commercialisering van de media, voetbal, eenoudergezinnen, massaontslagen, Amerikaanse films et cetera).

men daarbij, waar mogelijk, ook de productie-middelen (waaronder land) in handen krijgen en moet men een machtspositie opbouwen ten opzichte van economische partners, zoals de tussenhandel. Ook de verdeling van inkomsten en eigendom binnen de doelgroepen en hun omgeving verdient daarbij aandacht.

Bij *sociale empowerment* gaat het erom dat de organisatiestructuren van de doelgroepen en hun positie ten opzichte van andere relevante organisaties – zoals de overheid – versterkt worden. De bewustwording over de eigen situatie moet toenemen en het idee moet postvatten dat men zijn eigen lot in handen kan en moet nemen. Belangrijke factoren daarbij zijn onderwijs en geloof in de eigen cultuur.

Bij *politieke empowerment* gaat het erom dat mensen ook in politieke zin zeggenschap krijgen over hun eigen lot, door middel van inspraak en politieke macht. Waar het gaat om onderdrukte groepen, is hulp (bijvoorbeeld in de vorm van een lobby) meestal noodzakelijk. Ook solidariteit vanuit andere organisaties en delen van de wereld bevordert dat proces.

Dwars door deze aspecten van empowerment spelen de zogenaamde *genderissues*. Empowerment van doelgroepen kan in ontwikkelingssamenwerking niet zonder aandacht voor de verhoudingen tussen man en vrouw. Daarbij moet erop worden gelet dat het ontwikkelingsproces een bijdrage levert aan rechtvaardiger verhoudingen tussen de seksen.

Een voorbeeld

Nu de praktijk. Er is weinig goed onderzoek gedaan naar de mogelijkheden die toerisme biedt aan empowerment en de mogelijkheden zijn zelden in de praktijk getest. Een aanzet is in 1994 gegeven door stichting Retour, die in opdracht van een Nederlandse ontwikkelingsorganisatie een actieonderzoek verrichtte naar de bijdrage die toerisme kan leveren aan de empowerment van de Maasai in het noorden van Tanzania. Daarbij werd ook een pilotproject uitgevoerd. Om het project

was gevraagd door de traditionele jongeren- en vrouwengroepen uit de dorpjes Soit Sambu en Ololosokwan in het noorden van Loliondo. De mogelijkheden van toerisme voor empowerment werden onderzocht door middel van een methode die is gebaseerd op planning van inkomend toerisme, kennisoverdracht en actieve participatie van de doelgroep. Via een procesbenadering moest toerisme geïntegreerd worden in bestaande inkomensgenererende activiteiten, waarbij een bijdrage aan empowerment moest worden geleverd.



Maasai

Bij de Maasai draait het leven om koeien. Koeien verschaffen eten, arbeid, inkomsten, kapitaal en ruilmiddelen. Maar voor koeien heb je weideland nodig en dat wordt steeds schaarser. Eerst zijn de Maasai uit de nationale parken gejaagd om plaats te maken voor het wild en de toeristen. Nu ruimen ze opnieuw het veld voor landbouwbedrijven, toerisme- en andere industrie. Tegenover deze verarming staat een toenemende behoefte aan onderwijs, gezondheidszorg en voedsel, waarvoor inkomsten nodig zijn.

De traditionele organisatievormen moeten zich aanpassen aan deze nieuwe omstandigheden waarbij jongeren niet meer met hun veestapel kunnen zwerven en een traditioneel bestaan als Maasaiman of -vrouw niet meer zien zitten. In plaats van krijger worden ze student en verhuizen ze naar de stad. De situatie wordt er niet makkelijker op omdat een aantal welgestelde Maasai de voor-sprong in kennis en inkomen gebruikt om zichzelf ten koste van anderen te verrijken. Bovendien kan

men op weinig steun van de overheid rekenen, omdat deze de Maasai beschouwt als lui en onwillig.

Toerisme in het doelgebied

Northern Loliondo is een schitterend gebied, grenzend aan het Serengeti National Park, waar de wereldberoemde dr. Grzimek zijn natuurfilms maakte. De flora en fauna van Loliondo kunnen zich meten met die van de nationale parken en het is daarom een doorvoerroute voor jeeps en overlandtrucks die, zonder te veel verblijfskosten voor de dure parken, aan de noordpunt van de Serengeti (Klein's gate) willen geraken. Bovendien loopt de aanvoerroute door een schitterend woestijngebied en door de Rift Valley, met kraters, zoutmeren en uitzichtpunten. Er is geen toerismeplanning in Loliondo, maar wild kamperen is er verboden. Omdat er echter niemand is die dat controleert en afdwingt, gebeurt het toch en betalen de touroperators niets voor een overnachting in het gebied.

Kennisoverdracht en participatie

Na een inschatting van de toeristische mogelijkheden van het gebied, onder andere door middel van interviews met touroperators en overheden, werden eerst gesprekken met de Maasai-groepen en de traditionele autoriteiten georganiseerd om kennis over te dragen over wat toerismeontwikkeling betekent en welke opties er zijn binnen die ontwikkeling. Op basis van de verworven kennis kozen de verschillende geledingen in de Maasai-gemeenschap gezamenlijk voor een bepaalde vorm van ontwikkeling van toerisme en voor bepaalde toerismemarkten. De jeugd- en vrouwen-groepen vormden een voorlopige Maasai Tourism Organisation (MTO), waarin vijftien groepen deelnamen met ieder zo'n zestig leden, waarvan ongeveer tien actief. De groepen werden officieel geregistreerd en de MTO opende een bankrekening. Vanwege het vooruitzicht op inkomsten uit aan het toerisme gerelateerde activiteiten, werden plotseling meer mensen actief in de groepen.

In gesprekken met overheden werd geregeld dat deze MTO het recht kreeg om controle uit te oefenen op wild kamperen. Touroperators werden

daarvan op de hoogte gesteld. Vervolgens werden een touroperator in Nederland en zijn partner in Tanzania gevraagd mee te werken aan het opzetten van toeristische arrangementen in het gebied in de vorm van een pilotproject.

Pilotproject

Voor een verblijf van drie dagen en twee nachten werden twee kampeerterreinen opgezet, met daarbij een punt waar vrouwengroepen hun handwerk konden verkopen. De kampeerterreinen waren in zoverre geïntegreerd dat ze ver weg lagen van de routes van de vrouwen en het vee, dat ze met een kleine hoeveelheid lokaal materiaal waren gebouwd en dat ze eigenlijk niet bestonden als er geen toeristen waren. Vanuit de kampeerterreinen werd op de tweede dag een wandeltocht door Maasai-krijgers georganiseerd, waarbij de huidige (dynamische) cultuur van de Maasai voorop stond; er was zowel aandacht voor de Morani (de traditionele krijgers) als voor de meisjesschool, voor de boma (de kraal) als voor de waterleiding, voor de oorsieraden als voor de Nikes. Na dit pilotproject besloot de touroperator om het aangeboden arrangement in zijn reisaanbod op te nemen.

Resultaten

In 1995 werd een voorlopige balans opgemaakt nadat acht toeristengroepen van ieder zo'n vijftien personen de arrangementen gebruikt hadden.

In het proces van economische empowerment waren de speerpunten: het creëren van inkomsten en banen en het eerlijk verdelen daarvan tussen mannen en vrouwen. Iedere groep toeristen zorgde voor circa achthonderd dollar aan inkomsten voor overnachtingen, wandeltochten, kunst- en gebruiksvoorwerpen. Uit de inkomsten kon een coördinator een vaste aanstelling krijgen en per arrangement kregen veertig tot vijftig personen een parttime baan aangeboden (één tot zes dagdelen). De banen werden gelijkelijk verdeeld over mannen en vrouwen. De kunst- en gebruiksvoorwerpen werden door de vrouwengroepen geproduceerd, verkocht en verrekend met hun leden, waarna de winst werd gestort op een bankrekening van de vrouwen zelf. De inkomsten van de

overige activiteiten werden – na aftrek van de salarissen en de investeringen – op de gezamenlijke rekening van de MTO gestort. De secretaris van de bank (ook lid van een Maasai-jongeren-groep) controleerde de procedures. In 1995 werd toeristisch geld gebruikt voor de opleiding van twee meisjes en voor een bassin om koeien in te wassen.

De sociale empowerment van Maasai is al jaren in gevaar geweest door het afbrokkelen van hun sociale organisatiestructuur, die te weinig weerbaarheid biedt tegen moderne ontwikkelingen. Door de nieuwe activiteiten echter kregen de kwijnende jongeren- en vrouwengroepen een nieuwe impuls. Met het vooruitzicht op werk en inkomsten werden de vergaderingen drukker bezocht. Binnen de traditionele overlegstructuren vond intensief overleg plaats en groeide het aanzien van de groepen.

Ook de overheden toonden zich geïnteresseerd en er werd een basis gelegd voor overleg. In het bestemmingsplan dat voor het toerisme in ontwikkeling was, zouden de Maasai en hun

organisaties een plaats krijgen. Een aantal keren werden touroperators die illegaal wilden kamperen, tegengehouden en verzocht gebruik te maken van het kampeerterrein van de Maasai. Het kennisniveau met betrekking tot het toerisme en zijn structuren nam toe, maar ook op meer algemene terreinen zoals financieel beheer en organisatie ontwikkelde men vaardigheden. Moderne en traditionele sociale structuren werden zo aan elkaar gekoppeld.

Als we politieke empowerment opvatten als het vergroten van het vermogen om een rol te spelen in het politieke machtsproces, kunnen we vaststellen dat een aantal voorwaarden daartoe is gecreëerd. Het gevoel dat men zelf iets kan bereiken is toegenomen, de organisatiestructuren zijn versterkt en men is opgenomen in beleidsplannen die een rol spelen in het politieke besluitvormingsproces.

Ten slotte zijn de Maasai door de toeristische aandacht bevestigd in de waarde van hun culturele identiteit, een voorwaarde voor een politieke



Kleinschalig ondernemen gericht op toerisme.

identiteit. Gezien hun positie in het Tanzaniaanse maatschappelijke leven zijn we echter nog ver verwijderd van de acceptatie van de Maasai als een politieke factor van belang en zal het nog wel even duren voordat dit alles zich vertaalt in het uitdagen van de machtstructuren.

Omdat het met de gendergevoeligheid van de Maasai-mannen slecht gesteld is, werden de mannelijke leiders op twee manieren gestimuleerd om de vrouwen in het project te betrekken. Ten eerste werd de voorwaarde gesteld dat de vrouwen een belangrijke rol in het project moesten krijgen in ruil voor ondersteuning van het project. Ten tweede werd het marktsegment van de 'verantwoorde toerist' opgevoerd: de (leidinggevende) Maasai, die graag met toeristen in contact wilden komen, werden ervan overtuigd dat juist toeristen zeer kritisch waren over, en vraagtekens zouden zetten bij, de ondergeschikte rol van de vrouw. Wilden ze daarom in contact komen met de toerist, dan moesten er allereerst vrouwen worden toegelaten tot het project. De Maasai gingen daarop akkoord met de samenwerking met vrouwen, en zij overtuigden op hun beurt de rest van de Maasai.

De vrouwengroepen kregen het recht zich officieel te registreren en een bankrekening te openen. Wat betreft inkomsten en werk fungeerden de vrouwengroepen altijd al als een solidariteitsmechanisme, en hetzelfde gebeurde in het toerisme: ze verdeelden de werklast en de inkomsten eerlijk. Uiteindelijk werd het idee geboren om zelf ook wandeltochten voor vrouwen te gaan aanbieden.

Behalve positieve resultaten zijn er natuurlijk ook problemen te verwachten met een dergelijk project. Hoewel er gekozen is voor kleinschalig toerisme, is de kans groot dat het toerisme gaat groeien buiten de krachten van de Maasai, waardoor ze de controle en de inkomsten verliezen. Als de infrastructuur verbetert en als het toerisme in Tanzania aanslaat, is er een mogelijkheid dat het aantal toeristen toeneemt. De kennis van de Maasai, het belang dat ze inmiddels verworven hebben, de organisatiestructuur en het feit dat ze door de overheid erkend zijn als partner in het toerisme, zouden

een voorsprong moeten zijn voor de Maasai om tegenwicht te kunnen bieden aan de oprukkende toeristische belangen.

Een groot probleem voor ontwikkelingsorganisaties is het garanderen van continuïteit in de projecten zonder dat er continu een projectmedewerker ter plekke is. In dit project lijkt de continuïteit voor een deel gegarandeerd doordat de controle berust bij de bestaande jongeren- en vrouwen-groepen en er dus geen nieuwe organisaties zijn opgericht. Zij hebben uit de reeds met toerisme verworven inkomsten een coördinator aangesteld. Om de eerste jaren te kunnen overleven, is het belangrijk dat het project steun krijgt in de vorm van scholing, marketing en monitoring. Daarom worden momenteel de mogelijkheden onderzocht om een coördinatiecentrum te vestigen om vandaaruit een aantal van deze lokale projecten te begeleiden en te promoten.

Het risico dat de Maasai afhankelijk zullen worden van het toerisme en hun traditionele kennis en ambachten zullen verliezen, is verkleind door zoveel mogelijk roulerende arbeidsplaatsen te creëren, zodat het alleen om aanvullende inkomsten gaat. Het project is bovendien geïntegreerd in bestaande activiteiten: timmerlui doen timmerwerk, koks koken en de winsten worden voor niet-toeristische doeleinden aangewend (opleidingen, geneesmiddelen en voorzieningen voor het vee). Lokale wetten, gegarandeerde vaste prijzen en de controle daarop door de MTO, moeten voorkomen dat de traditionele cultuur, in de vorm van rituelen en producten, tegen de wil van de ouderen en traditionele leiders in, wordt verkocht aan touroperators.

Overwegingen bij de rol van toerisme in ontwikkelingssamenwerking

Uit één pilotproject kunnen we natuurlijk niet de conclusie trekken dat toerisme per definitie bijdraagt aan empowerment. Wel blijkt uit het project dat het de moeite waard is om die mogelijkheden verder te verkennen, waarbij en passant (op kleine schaal) positieve effecten voor doelgroepen moeten worden gecreëerd. Uit de werkwijze die

gevolgd is, wordt daarnaast ook duidelijk dat, wil een toerismeproject bijdragen aan empowerment, een aantal overwegingen in acht moet worden genomen.

- Toerisme dat 'eerlijk' is in economisch, sociaal-cultureel en ecologisch opzicht, en een bijdrage levert aan duurzame ontwikkeling, kan in principe net zo goed op een strand, in een bos als in de stad plaatsvinden; het kan in een luxe hotel of in een tent, in een bus of te voet, met een koffer of een rugzak. De behoeften van de lokale bevolking (in dit geval de gekozen doelgroepen) bepalen of het verantwoord is of niet. Door voor dit criterium te kiezen, is verantwoord toerisme ook niet gelijk aan de mystificerende begrippen 'alternatief' of 'ecotoerisme', die meer bestaan in de hoofden van de reizigers dan bij de lokale bevolking. Deze laatste zal het namelijk worst wezen of je reist met een oranje rugzak of met een kalfsleren koffer.
- Het is belangrijk om bij het ontwikkelen van ontwikkelingsprojecten in toerisme rekening te houden met de markt. Vaak worden touroperators in een te vroeg stadium bij een project betrokken. Ten eerste gaat het dan vaak om de uitgaande touroperator⁸, waarbij een belangrijk marktsegment, de individuele toerist, wordt vergeten. Bovendien moeten niet de behoeften van de klant, maar die van de lokale bevolking richtinggevend zijn. Het gaat er juist om dat je de lokale bevolking weerbaar maakt tegen sterke marktpartijen zoals touroperators. De toeristische markt is zo divers dat bij een groot aantal producten wel een markt gevonden kan worden. Daarom zijn inventarisatie en kennisoverdracht in de Derde Wereld het belangrijkste, gevolgd door gesprekken met 'incomende' touroperators daar, en pas dan gesprekken met een uitgaande touroperator hier.
Ontwikkelingsorganisaties moeten geen reizen organiseren maar lokale ontwikkelingsprojecten.

Deze moeten ze aanbieden aan touroperators, die zo'n project vervolgens – onder de voorwaarden die het project stelt – kunnen opnemen in een georganiseerde reis. Wat het karakter of de doelgroep van die reis is, met ander woorden hoe de marketing verzorgd wordt, is de verantwoordelijkheid van de touroperator, niet van de ontwikkelingsorganisatie.

- In de ontwikkeling van toerisme is planning een sleutelwoord. Toerisme naar de Derde Wereld wordt meestal gepland vanuit de behoeften die er in de toeristengenererende landen bestaan; dat wil zeggen als 'uitgaand' toerisme door de marketingmanagers van de grote touroperators.
Voor verantwoord toerisme moet dat perspectief veranderen en moet het toerisme gepland worden als 'inkomend' toerisme, zoals wij hier in Nederland het toerisme naar de Zeeuwse kust plannen, met ruim aandacht voor het belang van de Zeeuwen. Professionals moeten ingeschakeld worden die technieken beheersen voor zowel de planning van inkomend toerisme als voor de planning van ontwikkelingsprojecten.
- Het toeristisch product is samengesteld uit verschillende diensten en producten die op verschillende plekken geleverd worden. Toerisme overschrijdt vaak de grenzen van één lokaliteit en speelt zich meer op regionaal en nationaal niveau af. De planning van toerisme leent zich daarom uitstekend voor een aanpak in de vorm van een regionaal programma in meerdere sectoren. Vanwege die complexiteit moet toerisme altijd gestructureerd benaderd worden. Het gaat dan om het maken van een onderscheid tussen de planning en ontwikkeling van markten, van producten en van organisatievormen. Het gaat ook om het onderscheid in doelen voor de korte, middellange en lange termijn. En het gaat om een onderscheid in de niveaus van interventie: lokaal, regionaal, nationaal en internationaal. Ook moet er rekening gehouden worden met

⁸ De uitgaande touroperator is de touroperator die in het land van herkomst van de toerist de pakketten maakt en aanbiedt (vaak via tussenverkopers, onder andere de reisbureaus). De inkomende touroperator is de – vaak lokale – touroperator die in het bestemmingsland de faciliteiten en arrangementen verzorgt en de toerist als het ware ontvangt. Individuele toeristen maken nauwelijks gebruik van de diensten van de uitgaande touroperator en slechts in bepaalde gevallen van die van de inkomende.

het feit dat het toerisme een kwetsbare sector is: de aanvoer van toeristen kan om externe redenen plotseling stokken. Daarom moet er, indien mogelijk, niet op toerisme als monocultuur worden ingezet, maar moet het zoveel mogelijk samengaan met en ondersteunend zijn voor de ontwikkeling van een gediversifieerde economie. Dit kan bijvoorbeeld door meer scholing in algemeen toepasbare kennis, zoals boekhouding of management en door gebruik te maken van lokale toeleveranciers.

- Tijdens het planningsproces, en ook als uitkomst ervan, is de participatie van de lokale bevolking essentieel. Elke toeristische activiteit moet beginnen met een inventarisatie en evaluatie van de alternatieven voor het toerisme. Daarnaast moeten de mogelijke keuzen en belangen binnen de toeristische ontwikkeling besproken worden en moeten de betrokkenen hierover voorgelicht worden. Eigenlijk moet pas daarna, in samenspraak met de betrokken doelgroepen, een keuze gemaakt worden over het al of niet laten doorgaan van een toeristisch project.
- Het contact tussen een toerist en de lokale bevolking zou kunnen leiden tot wederzijds begrip, wat op zijn beurt weer een aanzet zou kunnen zijn tot een 'betere' wereld. Goede voorlichting aan de toerist zou deze bewustwording en dit begrip kunnen bevorderen.

Hiertegenover staat dat de verstrekte informatie niet te kritisch mag zijn om te voorkomen dat we de reiziger zijn vakantieplezier ontnemen. De toerist die niet zo op de hoogte is, zal nauwelijks bereikbaar of gevoelig zijn voor 'slecht nieuws'. Bovendien zijn voor wederzijds begrip twee partijen nodig; voorlichting aan de bevolking over de toeristen die hun land bezoeken is minimaal. En... willen we wel dat er begrip ontstaat voor de vakantievierende Nederlander die de godganse dag ligt te luieren of die juist de gevaren opzoekt waartegen de autochtonen zich na jaren strijd hebben gewapend.

Conclusie

Toerisme is een steeds belangrijkere, economische sector waar overheden, NGO's en met name lokale ontwikkelingsorganisaties veel verwachtingen van hebben. Waar toerisme ontwikkeld wordt, staan de belangen van de lokale bevolking onder druk. De lokale bevolking wordt zelden betrokken bij de planning van toeristische activiteiten en weet te weinig over wat toerisme is, wat het al dan niet voor hen kan betekenen en wat er allemaal voor nodig is.

In veel regio's in de Derde Wereld is het toerisme een onderdeel van het integrale proces van ontwikkeling en daarvan niet los te maken. Als ontwikkelingssamenwerking erop gericht is om doelgroepen een plaats te geven binnen dit proces en hen weerbaar te maken tegen de gevolgen ervan, kunnen de ogen voor toerisme niet gesloten worden en moet er gezocht worden naar strategieën die mensen weerbaar maken binnen en tegen toeristische ontwikkelingen.

De vraag of het toerisme daarbij meer of minder geschikt is voor empowerment dan andere sectoren in de economie, is niet beantwoord. Wel geeft het pilotproject aanleiding om toerisme net zo'n kans te geven als andere sectoren binnen de ontwikkelingssamenwerking. Hiervoor zijn serieuze actieonderzoeken en pilotprojecten noodzakelijk.



Reisleiders verenigen zich

Sinds januari heeft de sector toerisme er een – nieuwe – belangenvereniging bij: Harmattan (voorheen Odysseus), de Vereniging van Reisleiders. Een aantal reisleiders heeft het initiatief genomen tot een belangenvereniging om de misstanden met betrekking tot de financiële beloning, de arbeidsvoorwaarden en de positie van de reisleider in het algemeen recht te trekken. De eerste twee maanden van het bestaan van de vereniging hebben zich reeds tweehonderd reisleiders aangemeld. Niet van iedere reisorganisatie helaas, omdat nog steeds blijkt dat het lidmaatschap van een belangenvereniging schadelijke gevolgen kan hebben voor de loopbaan van de werknemer!

Harmattan – 'de Afrikaanse wind die stof doet opwaaien' – staat open voor iedere reisleider en vertegenwoordigt ook alle reisleiders. Hopelijk wordt zij een serieuze

gesprekspartner voor een groep die meer waardering verdient dan zij nu krijgt. Stichting Retour ondersteunt het initiatief en biedt hierbij Harmattan een Internetpagina aan.

Meer informatie over het lidmaatschap is te verkrijgen bij Wilma Wassenaar, voorzitter van Harmattan, (020) 6 83 45 98 of Arjan de Bakker, secretaris, (070) 3 24 35 12. *Montezuma* zal haar lezers op de hoogte houden van de activiteiten en resultaten van Harmattan, beginnend bij een artikel van Antje Velthuis, bestuurslid, in de volgende *Montezuma*. U als lezer kunt natuurlijk reageren.

Vereniging van reisleiders Harmattan
(voorheen Odysseus)
T.a.v. W. Wassenaar
A. Thijmstraat 26 II
1054 AK Amsterdam

In het kort Nieuws, feiten en meningen**De reisbranche houdt van vliegen**

Milieuorganisaties voerden vorig jaar een campagne tegen de groei van het vliegverkeer in Nederland en tegen de daaruit voortvloeiende uitbreiding van Schiphol. De reisbranche, die normaal gesproken gevoelig is voor trends bij het publiek, lijkt echter niet erg gevoelig voor de kritiek die het vliegtuig als vervoermiddel ten deel valt. Een blik in de reisvakbladen leert dat men nog volop op het vliegtuig inzet en er zelfs mee pronkt.

Travelscoop bijvoorbeeld, een blad dat reismedewerkers van Transavia van informatie voorziet, meldt vol trots dat Schiphol een geliefd vertrekpunt is. 'In augustus realiseerde het vliegveld zelfs een historisch hoogtepunt met een totaal van maar liefst tweeënhalf miljoen passagiers'. Op 9 augustus werd een ander record gebroken toen in vierentwintig uur bijna honderdduizend passagiers vertrokken, exclusief de doorgaande reizigers. Alsof het om een zegen gaat benadrukt het blad dat 'gedurende de belangrijkste zomermaanden een groei van negen procent ten opzichte van vorige jaar zomer gerealiseerd werd'. Geen sprake van enige terughoudendheid jegens de groei van het luchtverkeer.

Ook aan *Reisburo*, het 'praktisch vakblad voor reisverkopend Nederland', lijkt de maatschappelijke discussie over het vliegverkeer voorbij te zijn gegaan. Onder de kop 'Laat je klant vliegen zoals hij dat wil' presenteert het een pleidooi voor de 'ad-hoc-charter: het goedkoopste privé-vliegtuig'. Als je met een aantal mensen een reis wilt maken, huur je een heel toestel; iets

wat soms al bij acht personen voordeliger wordt dan een individueel ticket. En dan hebben we het niet over verre bestemmingen; het artikel gaat over vijftienhonderd bestemmingen in Europa, waarvan de meeste per bus of trein goed bereikbaar zijn. In hetzelfde magazine wordt het vliegen op verschillende manieren gepropageerd, bijvoorbeeld door reispersoneel tegen een zacht prijsje vlieglessen te laten nemen. En weer nergens een woord over de noodzaak het vliegverkeer terug te dringen.

Ook het beleid van touroperators biedt niet veel perspectief voor de bestrijding van het vliegverkeer. Zij zijn verwikkeld in een onderlinge concurrentie waarbij de prijzen voor vliegvakanties steeds verder dalen. Zo liet Neckermann de prijs van reizen naar Griekenland met elf procent dalen en voor een reis naar Gran Canaria betaalde je vorig jaar nog vijf procent meer. Bovendien komen er steeds meer concurrenten op de markt van vliegreizen. Busreizenspecialist Snoeyink, bekend geworden met buspendels naar de Spaanse Costas, gaat nu zijn eigen bussen beconcurreren met vliegreizen, van Twente naar Barcelona. Dit groeiende aanbod gekoppeld aan het feit dat, hoewel het aantal buitenlandse reizen daalde, het aantal verre reizen steeg (afgelopen jaar tien procent, het jaar daarvoor negen procent), laten niet veel hoop over dat er bij touroperators en luchtvaartmaatschappijen veel enthousiasme zal groeien voor de bestrijding van het vliegverkeer.

Bronnen: Travel Market Magazine, 1996; DIT, 1996/1997; Travelscoop, 1996; Reisburo, 1996.

Ecotoerisme: een alternatief?

Ron Martens



Velen vragen het zich af: kan ecotoerisme bijdragen aan natuurbehoud? De koppeling ligt voor de hand, de praktijk is vaak ingewikkelder. In het zuiden van Quintana Roo, Mexico, wordt zonder daar grote ruchtbaarheid aan te geven, gewerkt aan een proefproject. Een reportage.

Ontbossing

Quintana Roo is een klassiek ontbossingsgeval. Aan het begin van de twintigste eeuw begon men met de exploitatie van het tropisch bos. President Porfirio Díaz (1876–1911) verleende op grote schaal concessies aan buitenlandse, met name Amerikaanse, ondernemingen. Deze ondernemingen waren geïnteresseerd in tropisch hardhout, zoals caobas, ceders en *palo de tinto*, en in de winning van *chicle*.

Voor de chicletap vormde lange tijd de pijler waarop de economische activiteit in het zuiden van Quintana Roo rustte. Chicle, een latex-achtige, witte vloeistof, was destijds de grondstof voor kauwgom. Kauwgom was opgenomen in het legerrantsoen van de Amerikaanse soldaten en werd – zeker gedurende de Eerste en Tweede Wereldoorlog – door de Verenigde Staten beschouwd als een 'strategisch product'. Na de Tweede Wereldoorlog werd het mogelijk om kauwgom op chemische wijze te bereiden en verloor de chicletap aan economisch belang.

In Quintana Roo maakte de chiclewinning al spoedig plaats voor grootschalige houtkap. De wijze waarop die houtkap plaatsvond, kan het beste vergeleken worden met de mijnbouw. De houtkap vond plaats zonder enig beheerplan en zonder aandacht voor herbebossing. Met andere woorden: exploitatie kon plaatsvinden zolang de grondstof aanwezig was.

Die situatie duurde voort tot eind jaren vijftig. De Mexicaanse overheid begon zich toen actief met de houtkap te bemoeien en verleende een concessie voor de exploitatie van vijfhonderdduizend hectare aan een staatsbedrijf.

De buitenlandse ondernemingen behielden echter hun verworven rechten. In feite betekende de overheidsbemoeienis dus een intensivering van



Quintana Roo: een klassiek ontbossingsgeval.

de houtkap. De grote verliezers waren de boeren en het tropisch bos.

Aan het eind van de jaren zestig werd een groot kolonisatieprogramma opgezet. Quintana Roo was een nog schaars bevolkt gebied en vormde voor veel mensen een aantrekkelijk gebied om een nieuw bestaan op te bouwen. Veel van die nieuwkomers kwamen uit Chiapas. Ze ontvluchtten de politieke spanningen of waren op zoek naar nieuwe landbouw- en veeteeltgrond. Die nieuwe grond moest wel ontgonnen worden en dat betekende dat er opnieuw op grote schaal ontbossing plaatsvond. Maar ook aan de bestaande houtexploitatie werd paal noch perk gesteld. Dit betekende in feite dat er steeds minder bos was, terwijl er steeds meer gekapt werd. Het was logisch en slechts een kwestie van tijd voordat de druk op de natuurlijke hulpbronnen zich zou vertalen in politieke spanningen. Dat gebeurde aan het eind van de jaren zeventig, begin jaren tachtig.

Duurzaam bosbeheer

In 1982 trad een nieuwe gouverneur aan, Pedro Joaquín Coldwell. Hij beseftte dat het roer om moest. Quintana Roo moest op zoek naar nieuwe vormen van duurzaam bosbeheer. Coldwell nodigde een kleine groep deskundigen uit om een experiment te beginnen. Dat experiment vond plaats in het kader van een aan het eind van de jaren zeventig afgesloten samenwerkingsverband tussen Mexico en West-Duitsland. Met steun van de gouverneur ontwikkelde deze groep een plan dat bekend zou worden onder de naam Plan Piloto Forestal (PPF).

Het ging de groep om een nieuwe vorm van duurzaam bosbeheer. Daarin stond niet alleen het behoud en het beheer van het tropisch bos centraal, maar ook het (duurzaam) gebruik van de natuurlijke hulpbronnen van dat tropisch bos.

Deze componenten, samen met herbebossing en faunabeheer, vormden de grondelementen van wat men 'productieve ecologie' ging noemen. Een concept, dat tezamen met termen als 'eco-development' en 'agroforestry', veelal beschouwd wordt als een van de voorlopers van het duurzame-ontwikkelingsconcept, zoals dat sinds het

Brundlandrapport 'Our common future' (1987) furore maakt.

Het eerste doel dat de groep zich stelde, was het bereiken van stabilisatie van de ontbossing in de regio rondom Chetumal. Men realiseerde zich dat samenwerking met de boerengemeenschappen, de *ejidos*, daarbij het centrale punt zou zijn. Die medewerking zou volgens de groep alleen verkregen kunnen worden als de *ejiditarios* ook zelf een blijvend voordeel in die stabilisatie zouden zien. In veel van deze *ejidos* beschikte men (nog) over grote stukken tropisch bos. Die stukken waren gemeenschappelijke grond en werden door de *ejiditarios* vaak gezien als een soort spaarpot, hetzij als toekomstig te exploiteren bos, hetzij als toekomstig te ontginnen landbouw- en/of veeteeltgebied.

De eerste stap die nu gezet moest worden, was de *ejiditarios* ervan overtuigen dat dat 'niemandslaan' in feite het toekomstige productiebos was. Door middel van inventarisatie van boomsoorten en dikte van bomen kon een inschatting gemaakt worden van het economisch potentieel. Organisatievorming was de eerste prioriteit.

De tweede stap was dat men door gebruik te maken van de politieke steun die men in Quintana Roo had, maatregelen kon nemen die de introductie en toegang van nieuwe boomsoorten op de houtmarkt kon bevorderen. Zo kwam niet alleen diversificatie van de houtmarkt in beeld, maar kon ook de onderhandelingsruimte gecreëerd worden, die vervolgens door de boerenorganisaties zelf bezet zou kunnen worden. Hiervoor was het uiteraard nodig dat de boeren formele organisaties zouden vormen.

De derde stap was de introductie en de ontwikkeling van nieuwe projectlijnen. Tot nu toe had men steeds gewerkt rondom één natuurlijke hulpbron, namelijk de caobaboom. Voor een duurzaam bosbeheer was meer nodig.

Faunabeheer en ecotoerisme

De ontwikkeling van nieuwe projectlijnen, zoals de PPF-werkgroep die voor ogen had, kan goed geïllustreerd worden aan de hand van de ontwikkelingen in de *ejido* Tres Garantías. Tres Garantías

ligt in het zuiden van Quintana Roo tegen de grens met de deelstaat Campeche. De ejido, gevormd in de jaren zestig, telt zo'n vierhonderd mensen, die leven van houtkap, chicletap en landbouw (maïs, bonen, groente). Voor de houtkap heeft de ejidor grond verdeeld in percelen en een beheerplan opgesteld. Stelregel is dat voor iedere gekapte boom er twee teruggeplant moeten worden. In de kwekerij van de ejido kweekt men dan ook caoba- en cederbomen, maar ook fruitbomen, met name citrusvruchten.

De ejiditarios zijn nog op een andere manier op het tropisch bos aangewezen. Een van de natuurlijke hulpbronnen waar het tropisch bos in voorziet, is het wild (fazanten, herten en dergelijke). Dat vormde het tweede aangrijpingspunt voor het PPF-project. Bekend was dat de jacht voor de ejiditarios een belangrijke voedingsbron was. Jagen was toegestaan in een bepaalde periode van het jaar, mits men een vergunning had. Zo'n vergunning kon alleen in Chetumal, een goed uur reizen van Tres Garantías, gehaald worden en kostte N\$600. Veel boeren hadden daar tijd noch

geld voor (een dagloon is ongeveer N\$20). Ze wisten ook dat er geen controle was.

De PPF-groep stond hier voor de opgave om inzicht te krijgen in hoe belangrijk de jacht was en waar en hoeveel men joeg. Die informatie zou, evenals bij het bosbeheer, uiteindelijk moeten leiden tot een project dat ten goede zou komen aan en in handen zou komen van de ejiditarios.

Men begon simpelweg de ejiditarios te vragen op wat en hoeveel ze joegen. Aan de hand daarvan werd een inventarisatie gemaakt van het aanwezige wild en andere diersoorten. Tegelijkertijd kreeg men in de gaten dat de jachtsport ook een populaire en aantrekkelijke tak van toerisme was. De 'jachttoeristen' hadden geen problemen met het betalen van N\$600 voor de vergunning. Bovendien stelden ze ook niet zulke hoge eisen aan verblijf en onderdak. Immers, voor hen is het verblijf in de natuur en het jagen zelf de belangrijkste trekpleister. Men besloot een oud kamp van de chicletappers te gebruiken en er een *cabaña*, een eenvoudige hut, te bouwen. De ejiditarios hadden voldoende kennis van het tropisch bos en wisten ook waar de dieren te vinden waren. Zij



Ruïnes behoren tot de grote attracties van Mexico.

konden dus makkelijk als gids aan de slag. Uiteindelijk werden faunabeheer en jachttoerisme gecombineerd. Jagen op soorten die niet in voldoende mate aanwezig waren of met uitsterven bedreigd werden, werd verboden. Jagen op soorten die in overvloed aanwezig waren, werd bevorderd. De ejido besloot ook om een gebied van vierhonderd hectare tropisch bos tot reservaat uit te roepen. In dat gebied was het verboden te jagen, want het diende als broedplaats voor de dieren.



Ook de lokale cultuur vormt een attractie voor toeristen.

Het jachttoerisme leverde echter een nieuw probleem. De jacht was slechts gedurende een bepaalde periode toegestaan. Dat betekende dat de cabaña de overige tijd niet gebruikt werd en dat de mensen die als gids en kokkinnen werkten slechts een bepaalde tijd van het jaar over (extra)

inkomsten konden beschikken. Men ging op zoek naar nieuwe doelgroepen. Interesse was er van de kant van biologie- en andere ecologieverwante vakken en van professionals die werkzaam waren in de bosbouw en de bosbeheersector. Later bleek dat ook 'ecotoeristen' tot de nieuwe doelgroep gerekend konden worden. Gaandeweg ontwikkelde zich een meer constante toeristenstroom. Deze groepen stelden echter andere eisen aan hun verblijf. Ze waren enerzijds aangetrokken door de natuurlijke attracties (een nacht in het tropisch oerwoud; observatie van dieren en dergelijke), maar verlangden daarbij toch meer luxe dan de jachttoeristen. De cabaña voldeed niet.

Met behulp van de PPF-werkgroep, diverse NGO's en de deelstaatregering van Quintana Roo slaagde men erin om geld (schenkingen en leningen) te krijgen voor de bouw van drie luxere cabañas, een toilet en een *comedor*, een eenvoudige eetgelegenheden. Ook werd de toegangsweg verbeterd.

Meer groepen betekende dat de organisatie van het toerismeproject meer voeten in de aarde kreeg. In totaal zijn er nu zo'n tien ejiditarios (mannen en vrouwen) betrokken bij het project. Zij dragen zorg voor het transport van bagage en andere spullen, voor het eten en voor het programma. Dat programma bestaat behalve uit atmosfeerproeven en wandelen in het tropisch bos, ook uit een rondleiding over de ejido. Daarbij wordt tekst en uitleg gegeven over de *chiclería*, over het bos- en faunabeheerproject en over het alledaagse leven op de ejido. Daarnaast bestaat voor geïnteresseerden de mogelijkheid om een bezoek te brengen aan nabijgelegen Mayasteden als Kohunlich, Becán of – voor wie veel tijd heeft en niet opziet tegen de reis – Calakmul.

Wie *Tres Garantías* wil bezoeken, moet wel rekening houden met een aantal specifieke, lokale omstandigheden. Toeristen moeten zich behelpen met kaarsen en lantaarns, want in de cabañas is geen licht. Er is geen waterleiding, dus zuinigheid met water, dat uit de woonkern van de ejido gehaald moet worden, is geboden. Men moet evenmin verwachten onthaald te worden door mensen die een gedegen scholing gehad hebben op een toeristische opleiding. De ejiditarios zijn 'on the

job' opgeleid. Francisco Quinto, betrokkene bij het PPF-project, merkte op: 'in feite is juist het ontbreken van een toerismecultuur en de kans om gewoon onder de mensen te zijn dé attractie van Tres Garantías'.

Ecotoerisme en duurzame ontwikkeling?

In een uitvoerig gesprek lichten Francisco Quinto en Alberto Ennis de ontwikkeling van het toerismeproject nog eens toe en laten ze hun licht schijnen over de vraag of een dergelijk project zich daadwerkelijk een blijvend bestaansrecht kan verwerven. Ook de koppeling met een duurzaam bosbeheer komt om de hoek kijken.

Het project is in feite voor een belangrijk deel van de grond gekomen, omdat er persoonlijke banden waren met studenten, professionals en mensen die interesse hadden in de jachtsport. Dat waren mensen waarvan men wist dat ze wel enige ontbering zouden kunnen doorstaan. Voor de 'ecotoeristen' gold een ander verhaal. Alberto: 'De ecotoeristen stellen over het algemeen hogere eisen aan onderdak en verblijf. Dat betekent dat wij meer tijd nodig hebben om hun verblijf voor te bereiden.' Dat is overigens ook tot uitdrukking gekomen in de prijs: 45 dollar per persoon per overnachting. In 1995 ontving men achttien groepen (minimaal zes, maximaal dertig personen) en voor 1996 stonden er al eenentwintig groepen geboekt. Dat leverde overigens een nieuw probleem: de groepen moesten zorgvuldig 'ingepand' worden en er moest een soort kalender gemaakt worden. Dat betekent dat er kennelijk ook grenzen aan de groei waren. 'We staan nu voor de vraag of we verder willen professionaliseren en bijvoorbeeld een officieel agentschap in Chetumal willen openen of dat we er voorlopig de voorkeur aan blijven geven om te werken met de bestaande contacten', aldus Alberto.

Knelpunten

Belangrijk voor de ontwikkeling van het project is de steun van diverse organisaties. Steun zowel in personele zin (de PPF-werkgroep), als in financiële zin. De infrastructuur (cabañas en dergelijke) kan alleen aangelegd worden, omdat er schenkingen zijn. De deelstaatregering heeft steun gegeven,

maar alleen in de vorm van een lening. Francisco: 'En die lening moet wel terugbetaald worden. Dat betekent dat er gediscussieerd moet worden over de verdeelsleutel. Uit de inkomsten van het toerisme moeten namelijk én de daglonen van de ejiditarios én de lening én de baten voor de ejido, zoals bijvoorbeeld verbetering van het schoolgebouwtje, betaald worden. Dat een deel van de inkomsten daarvoor gebruikt zouden worden, was een belangrijke voorwaarde waarmee de instemming van de andere, niet directbetrokken ejiditarios verkregen kon worden. Die drie posten leggen een groot beslag op de inkomsten, terwijl het aanvankelijk ook de bedoeling was dat een deel van die inkomsten direct aan natuurbehoud besteed zou worden. En dan heb ik het nog niet over het reserveren van geld voor vervanging van materialen.'

Alberto rekent uit hoe de inkomstenverdeling er in het toerisme ongeveer uitziet. Het geld van Amerikaanse ecotoeristen gaat voornamelijk naar de vluchtmaatschappijen en touroperators. Goede tweede zijn de hoteliers, die het verblijf bij aankomst en vertrek in Cancún voor hun rekening nemen. Vervolgens zijn er nog transportondernemingen en dan pas komt men in Tres Garantías, waar uiteindelijk drie procent van het bestede geld uitgegeven wordt.

De inkomstenverdeling is volgens Alberto Ennis niet het enige knelpunt in de ontwikkeling van toerismeprojecten. 'In feite zijn er vier actoren in het spel: de toeristenmarkt, de investeerders, de boeren en de toeristische instituties. De markt is eigenlijk de enige impuls die de ontwikkeling van toerisme in plaatsen als Tres Garantías stimuleert. Voor grote investeerders is ons project niet echt interessant. We hebben drie, vier cabañas en die wegen natuurlijk niet op tegen de bouw van hotels en restaurants. De boeren hebben geen flauw besef van wat toerisme is, laat staan van de wijze waarop ze die business kunnen runnen. Bij de instituties, zoals het ministerie van Toerisme, was tot voor kort evenmin interesse, laat staan kennis en ervaring. Een goed beeld van wat ecotoerisme is, ontbreekt eigenlijk. Bovendien werkt men daar met klassieke ontwikkelingsschema's: een lokatie kiezen, infrastructuur bouwen, promotionele

activiteiten ontwikkelen, arbeidskracht aantrekken en inkomsten opstrijken. Dat ontwikkelingsconcept werkt niet voor het soort toerisme dat wij voor ogen hebben. Voor ons is toerisme slechts een alternatief naast andere bestaansbronnen en is niet zozeer het toerisme zelf als wel de bijdrage aan rurale ontwikkeling van belang.'

Ron Martens is docent pedagogiek en heeft enige jaren gewerkt als reisleider. Momenteel studeert hij culturele

antropologie. Hij deed in 1996 veldonderzoek naar de ontwikkeling van eco-archeotoerisme projecten binnen het Mundo Maya-programma. Mundo Maya is een samenwerkingsverband tussen Mexico, Guatemala, Belize, Honduras en El Salvador, waarin men via een toeristisch ontwikkelingsprogramma streeft naar duurzame ontwikkeling.

Ron Martens is momenteel ook werkzaam bij de stichting Duurzamer op Reis, die werkt aan bevordering van duurzamer toerisme.

In het kort Nieuws, feiten en meningen

'To do! 96'- prijzen voor sociaal verantwoorde toerismeprojecten

Ter gelegenheid van de Internationale Toerisme Beurs, ITB '97, in Berlijn zijn twee projecten bekroond met de 'To do! 96'-trofee, een prijs voor sociaal verantwoorde toerismeprojecten. Aan deze competitie deden drieëntwintig projecten verspreid over zeventien landen en vijf continenten mee.

De competitie, die zijn tweede jaar ingaat, is een Duits initiatief van de Studienkreis für Tourismus und Entwicklung en Tourism Watch. Een belangrijk criterium is in hoeverre de verschillende belangen van de lokale bevolking gediend zijn als het gaat om planning en uitvoering van toerismeprojecten. Een essentiële vereiste is ook de actieve betrokkenheid van de lokale bevolking. De kansen en bedreigingen die het project met zich meebrengen, moeten voor alle partijen helder zijn, evenals de te verwachten opbrengsten en de verdeling daarvan. Een garantie betreffende de aantrekkelijkheid van toeristische banen en beschermende maatregelen ter behoud en versterking van de lokale cultuur zijn een criterium, maar ook het minimaliseren van sociaal-culturele schade veroorzaakt door toeristen.

De winnaars voor 1997 zijn het International Centre of Bethlehem, Palestina, en het Village Guesthouse/Ecotrail van de Toledo Ecotourism Association in Punta Gorda, Belize (zie achterzijde).

De prijzen werden uitgereikt door Francesco Frangialli, secretaris-generaal van de World Tourism Organization (WTO), die zei dat hij met plezier hierbij aanwezig was, omdat 'in de jacht op meer toeristen, meer hotelkamers en meer winst, fundamentele rechten en waarden van mensen vaak terzijde geschoven worden'.

Bron: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung

De toerist als dierenbeschermmer

In het blad *Grasduinen* wordt aandacht besteed aan Zambia en aan Norman Carr, de godfather van de safari. 'Als we verder rijden, duiken aan de horizon pastelkleurige heuvelruggen op die de rand van het park markeren. Hier is het bijna vijftig jaar geleden allemaal begonnen. Toen kwam olifantjager Norman Carr namelijk op een geweldig idee: een door talloze toeristen gefotografeerd dier brengt meer geld in het laatje dan een gedood exemplaar. Hij wist een plaatselijk opperhoofd te bekeren en daarmee werd in 1949 het eerste safarikamp van Zambia opgericht. [...] Deze 'godfather' van de safari is inmiddels 84 jaar en zijn leven heeft zich afgespeeld tussen de dieren. Van jager is hij beschermer geworden.' Maar toch is er in de afgelopen jaren schrikbarend veel gejaagd. Volgens Carr kan alleen het toerisme een dreigende ramp voorkomen: 'Je komt er niet door de overheid te vertellen dat een impala zulke mooie ogen heeft. Nee, er moet iets tegenover staan. Het liefst geld in vreemde valuta. Dat is goed voor de economische ontwikkeling van het land. Pas dan kan er sprake zijn van bescherming. Als er veel toeristen komen, zul je datgene wat ze zo graag willen zien, dienen te behouden.'

Ook het Wereldnatuurfonds (WWF) vraagt in het blad *Panda* aandacht voor de rol die toerisme speelt in de bescherming van diersoorten. In een project om de Aziatische olifant te beschermen, wil het fonds de 'mens-olifantconflicten' beëindigen door samen met de lokale bevolking alternatieve inkomstenbronnen te ontwikkelen door het opzetten van olifant-toerisme.

Bronnen: *Grasduinen*, januari 1997; *Panda*, winter 1997.

Touroperators over verantwoord toerisme

EEN INTERVIEW MET ERIK VAN EIJK

Eric de Kluis

Ashraf reizen kan zich rekenen tot een van de pioniers onder de avontuurlijke reisorganisaties. Al vierentwintig jaar organiseert Ashraf reizen voor kleine groepen, voornamelijk door derdewereldlanden. Dat begon met expeditiereizen door India en Nepal met een eigen busje. Inmiddels reist Ashraf, met eigen bussen en openbaar vervoer, door een tachtigtal landen. Jaarlijks heeft de organisator enkele duizenden klanten. Er wordt doorgaans overnacht in kleine pensionnetjes en familiehottelletjes. Hieronder volgt een interview met Erik van Eijk, directeur van Ashraf reizen.

Houdt Ashraf zich actief bezig met het bevorderen van de betrokkenheid van de lokale bevolking bij het toerisme?

Door onze manier van reizen profiteert de lokale bevolking. Maar dat is eigenlijk geen ideële keuze, geen edel motief. Wij vinden de kleine, lokale hottelletjes gewoon leuk. Het is min of meer ons handelsmerk dat we in dat soort gelegenheden overnachten. Reizen doe je met en tussen de bevolking van een land. Als dat tegenwoordig een kenmerk van verantwoord toerisme wordt genoemd, is dat mooi meegenomen. Maar als je me de vraag stelt of de lokale bevolking er meer aan heeft dat we in kleine familiehottelletjes slapen of in een Hilton, dan zou ik daar niet zo gauw een antwoord op weten. Het kan immers voor een gebied economisch een stuk interessanter zijn wanneer er een Hiltonhotel staat dat werkgelegenheid biedt aan enkele tientallen of honderden mensen dan dat een paar families wat

geld bijeenprokkelen met kleine pensionnetjes. Ik ben er niet van overtuigd dat onze manier van reizen beter is voor het welzijn van de lokale bevolking dan overnachten in vijfsterrenhotels.

In het zuiden van Goa is enkele jaren geleden het Leilah Beach Hotel gebouwd. Een groot vijfsterrencomplex. Het strand waaraan het hotel ligt, is nu verboden gebied voor de lokale vissers. Een dorp dat op die plek lag, moest wijken voor dit hotel. Zou je in dat hotel willen verblijven?

Wij verblijven niet in dergelijke hotels, omdat het niet bij ons type reizen hoort. We komen al bijna twintig jaar in Goa en verblijven daar in een hottelletje van een familie die we goed kennen. Maar als ik de situatie hoor die je schetst, dan denk ik: hoeveel mensen van dat dorp hebben werk gekregen in dat hotel? Hoeveel van hen waren eerst visser en verdienden bijna niets? Is hun situatie werkelijk verslechterd of juist verbeterd? Is een paar kilometer lopen naar een ander strand een onredelijke prijs voor het feit dat anderen, misschien wel hun kinderen, nu een baan in dat hotel hebben? Op dat soort vragen wil ik eerst een antwoord hebben voor ik het me permitteer het bestraffende vingertje te heffen.

Is er toerisme mogelijk dat niet ten koste gaat van de lokale cultuur?

Dat ligt eraan. Als ik met een vrachtwagen één keer per jaar naar Zaïre ga, dan zal dat de lokale cultuur niet veranderen. Maar als ik vijftig

Verantwoord toerisme en ecotoerisme. Bestaat zoiets eigenlijk? Of is het niet meer dan een marketingterm, bedoeld om de natuur- en cultuurbewuste reiziger te lokken? Wat betekent verantwoord toerisme in de praktijk? Die vragen legt Montezuma de komende maanden voor aan vertegenwoordigers en reisbegeleiders van diverse reisorganisaties.

vrachtwagens per jaar stuur, en andere reisorganisaties doen dat ook allemaal, dan wel. Toch zou ik het niet nalaten vijftig vrachtwagens te sturen als ik die met reizigers gevuld kon krijgen. Culturen veranderen nu eenmaal. Laatst las ik een interview met prins Claus in een landelijk dagblad. Daarin zei hij dat hij tot zijn spijt zag dat de lokale bevolking bereid was haar cultuur in te leveren voor een zonnebril en een walkman. Ik weet niet wat ik met zo'n opmerking moet. Is het onze taak om de lokale bevolking de westerse luxe te ontzeggen, omdat ze anders niet voldoen aan het nostalgische beeld dat wij als toeristen voorgeschoteld willen krijgen? Betekent een zonnebril de ondergang van de lokale cultuur? Ik vind niet dat je vanuit je westerse visie die mensen een stukje welvaart mag onthouden. Culturen veranderen nu eenmaal. Persoonlijk vind ik het verschrikkelijk om in het centrum van Beijing een McDonaldsvestiging te zien. Ik zou natuurlijk ook het liefst een land in al zijn oorspronkelijkheid willen behouden voor mijn eigen reisorganisatie. Maar mensen daar hebben ook het recht op inkomensverbetering. Dan zijn cultuurveranderingen niet te vermijden. Ik vind het behoud van de natuur dan ook belangrijker dan het behoud van de cultuur. Er moeten niet hele wouden gekapt worden voor de bouw van grote hotels. Maar die verantwoordelijkheid ligt bij de lokale overheid.

Uitsluitend bij de lokale overheid? Kan een reisorganisatie daar geen enkele invloed op uitoefenen?
Als ik heel eerlijk ben, dan zeg ik dat de reisorganisatie daar ook een taak in heeft. Maar als al mijn concurrenten leuke reisjes organiseren door landen waar de overheid zich weinig aan de natuur gelegen laat liggen, dan zal ik mijn reizen daar ook niet schrappen. Wat dat betreft ben ik een opportunist. Als ik alleen zou reizen door landen waar de overheid de milieubescherming goed heeft geregeld, ben ik m'n hele stiel kwijt. Wij zorgen er natuurlijk wel zelf voor dat we ons aan bepaalde normen houden. We begraven of verbranden ons

afval. We nemen afgewerkte olie weer mee terug. Maar dat heeft niets met verantwoord toerisme te maken. Dat is gewoon een kwestie van fatsoen.

Wanneer zou je besluiten niet naar een land toe te gaan? Wanneer de mensenrechten er worden geschonden?

Als je alle landen mijdt waar de mensenrechten worden geschonden, kun je als reisorganisatie gespecialiseerd in derdewerldlanden wel inpakken. Wij boycotten Birma op het moment. De oppositieleidster Aung San Suu Kyi heeft daartoe opgeroepen. Toch vraag ik me af of zo'n boycot wel zinvol is. Met hetzelfde recht zou je kunnen stellen dat toerisme juist de mogelijkheid biedt voor de lokale bevolking om nog enig contact te houden met de buitenwereld. In de tijd van de apartheid gingen we ook niet naar Zuid-Afrika. Je wilt immers geen stenen door de ruiten van je bussen krijgen. Maar of je met het organiseren van reizen door Zuid-Afrika had bijgedragen aan de instandhouding van het systeem daar, vraag ik me af.

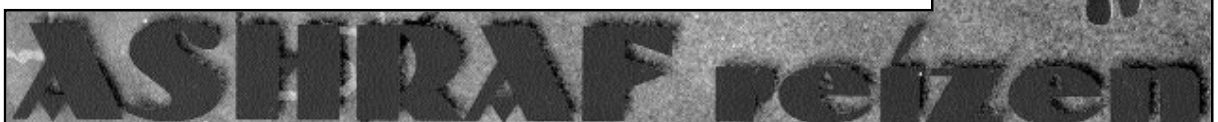
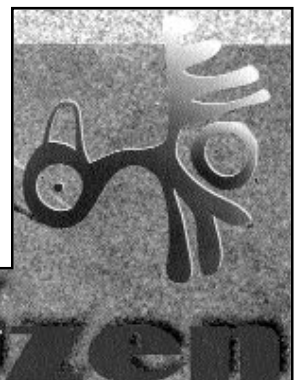
Sommige reisorganisaties profileren zichzelf met keurmerken als 'ecologisch verantwoorde reizen'.

Een ideëel predikaat of een marketinginstrument?

Ik zit te lang in het vak om te geloven dat dat iets anders is dan een marketinginstrument, al zal ik met zo'n uitspraak de reiswereld wel over me heen krijgen. Als je twee of drie reisjes door een bepaald land organiseert, goed, noem je dan maar 'eco'. Maar iedere organisatie die reizen op enige schaal organiseert, gebruikt die term alleen maar om milieubewuste reizigers te lokken.

Zou er een keurmerk voor verantwoord toerisme moeten komen?

Ik zou best zo'n keurmerk willen hebben. Maar als de criteria daarvoor te scherp worden gesteld en je daardoor de helft van



je klanten kwijtraakt, dan hoef je geen vooruitziende blik te hebben om te voorzien dat zo'n keurmerk niet méér is dan schrijftafelwerk van salonrevolutionairen. Een organisatie die alleen op IJsland reist en aan de dwingend opgelegde milieu-eisen van de overheid voldoet, heeft het dan makkelijk. Maar organisaties die een aantal van de landen waarop zij de meeste reizen verkopen, tot no-go-gebied verklaard zien, haken dan onmiddellijk af. Eigenlijk hebben we allemaal de opstelling: wat zou het mooi zijn als de natuur en de cultuur in een land behouden blijven en de bevolking welvarend wordt, als ik er maar niets voor hoef in te leveren. Dat gaat natuurlijk niet. Een keurmerk beperkt je per definitie. Dus is het zaak een norm te bedenken waarbij de reisorganisaties zo min mogelijk schade veroorzaken en niet te veel in hun doen en laten worden beperkt. Ik

heb zelf in een werkgroep gezeten die zo'n keurmerk probeerde voor te bereiden. Wij zijn er niet uitgekomen.

Waar begint en waar eindigt de verantwoordelijkheid van een reisorganisatie?

Wanneer wordt toerisme echt onverantwoord?

Onverantwoord toerisme begint daar waar het toerisme een proportioneel grote aanslag op het milieu met zich meebrengt. Doordat ergens mensen komen, wordt het milieu altijd geschaad. We moeten accepteren dat toerisme een zekere kaalslag van de natuur tot gevolg zal hebben. Waar dan precies de grens ligt? Ik weet het niet. Als tien procent van het oerwoud in Zaïre wordt gekapt om een snelweg voor de toeristen aan te leggen, zou ik dat verschrikkelijk vinden. Maar ik zeg niet dat ik dan niet meer naar dat land toe zou gaan.

In het kort Nieuws, feiten en meningen

Gevaarlijke routes

Als je als overheid het toerisme wilt plannen, wil je niet dat toeristen met te veel tegelijkertijd op één plek vertoeven. Bepaalde gebieden moeten ze helemaal mijden en als ze geld uitgeven, dan moet dat natuurlijk bij voorkeur bij lokale ondernemers.

Hoe krijg je toeristen nu zover dat ze zich gedragen zoals jij dat wilt? Een van de methoden daarvoor is het ontwikkelen van routes waarlangs de meute zich beweegt. Vervolgens koppel je zo'n route aan een thema om deze aantrekkelijk te maken. Ga maar eens naar een Nederlandse vvv en huiver bij het aantal themaroutes dat men daar aanbiedt.

Zoals men in West-Europese landen via 'routing' probeert drukke trekpleisters te ontlasten, zo probeert men in de Derde Wereld op die manier juist zoveel mogelijk toeristen aan te trekken. Er zijn grote routes die meerdere landen of zelfs hele continenten omvatten – zoals de Mayaroute en de Zijderoute – maar ook kleine, op nationale of regionale schaal.

Je zou denken dat de rijkdom aan culturen voldoende mogelijkheden biedt voor een leuk thema, maar het macabere karakter van de nieuwste routes doet anders vermoeden. Steeds vaker is geweld hét thema om toeristen te trekken. Vooral in landen met een oorlogsverleden ontstaan de vreemdste attracties. Al vroeg

na de schermutselingen in Kroatië gingen de eerste bussen met toeristen routes rijden langs de plekken waar gevochten was. In Vietnam zijn de tunnels van de Vietcong geopend voor toeristen en wordt je per touringcar langs de belangrijkste slagvelden gevoerd. In Cambodja kun je de routes volgen van de Rode Khmer, met als avontuurlijk extra de duizenden landmijnen die daar nog verborgen liggen.

De toeristische adviseurs van landen die zelf niet zoveel oorlogsgeweld te verduren hebben gehad, leggen wat meer creativiteit aan de dag. Zo maakt het dagblad *Trouw* melding van het feit dat Bolivia er een attractie bij heeft: de Che-route. Deze route is meer dan achthonderd kilometer lang en kan in drie tot zes dagen worden afgelegd. Het gaat volgens de Bolivianen niet om het goedpraten van de acties van de linkse rebel, maar men wil een periode uit de Boliviaanse geschiedenis laten zien en de arme mensen in de bestemmingsgebieden een graantje laten meepikken.

De tocht eindigt niet, zoals vele toeristische routes, op het strand (omdat ook de cultuurtoerist wel wat wil bijkleuren voor het thuisfront), maar in toepasselijke stijl in Higuera, de plek waar Che Guevara zijn laatste dagen doorbracht voor zijn executie in 1967. Hij werd overigens door dezelfde Boliviaanse overheid vermoord die hem nu te gelde maakt als toeristische

attractie. En dat terwijl het toerisme op Cuba, met al zijn uitwassen, juist een van de redenen voor Che's verzet was.
Bronnen: Trouw, 19 februari 1997; Onze Wereld, maart 1997.

Vakantiebeurs heeft moeite met duurzaamheid

In het jargon van de reisindustrie spelen het voorvoegsel eco en het bijvoeglijk naamwoord duurzaam een steeds belangrijker rol. Het ecotoerisme is natuurlijk al een hele tijd bekend. Sinds kort kent de reiswereld ook een werkgroep Duurzaam Reizen. Deze speelt een rol in werkgroepen van de overheid die zich bezighouden met duurzaam toerisme en duurzame ontwikkeling.

In januari reisden we af naar de Vakantiebeurs in Utrecht om te zoeken naar voer voor *Montezuma*. Overweldigd door het enorme aanbod dat de reisindustrie daar presenteert en blind-geslagen door de kleurrijke folders en presentaties, gingen we op zoek naar het aanbod van 'ecoreizen' en 'duurzaam reizen'. Maar hoe te beginnen in het labyrint van hallen met daarin honderden stands? Gelouterd door een jarenlange ervaring in het organiseren van beurzen heeft de Jaarbeurs daar een oplossing voor: een geautomatiseerd zoekstelsel met alleraardigste hostessen die dat voor je toegankelijk maken. Je zoekopdracht wordt ingetypt en in een mum van tijd verschijnt er een handig overzicht op papier met alle informatie die je nodig hebt om je linea recta naar de gewenste stand te begeven.

wij: 'Waar moeten we zijn als we een ecologisch verantwoorde reis willen maken?'

zij: '«Ecologisch»... kunt u dat spellen? ... Een momentje alstublieft. ... Kan het misschien ook met een «k»? ... Wat zei u nog meer: «verantwoord»? Een momentje alstublieft. ... Is dat de naam van een reisorganisatie? ... Nee, we hebben niets op dit thema, maar weet u misschien de naam van de reisorganisatie die u zoekt?'

wij: 'Nee, maar misschien heeft u dan wel iets met «duurzaam reizen».'

zij: '«Duurzaam» ... [na een lange stilte] ... Nee, dat hebben we ook niet, maar misschien kunt u 't bij Holland International proberen, want die hebben een heel breed aanbod.'

Natuurvolkeren

Natuurparken zijn er voor mens en dier. Voor het dier om er in te leven, voor de mens om ernaar te kijken en om ervoor te zorgen dat we er over honderd jaar nog naar kunnen kijken. 'Helaas' zijn de parken van oudsher ook vaak gebieden waar mensen wonen. Voorheen werd deze lokale bevolking soms gevraagd, vaak gedwongen, om te verhuizen en mochten ze het land niet meer economisch gebruiken. Omdat dit vaak tot problemen leidde (stel je voor dat Hagenaars geen economische

activiteiten aan het Scheveningse strand mogen ontplooiën, omdat dit schoon moet blijven voor Duitse badgasten), krijgt de lokale bevolking steeds vaker een plaats in het beleid van en rond natuurparken. Deze inspraak wordt over het algemeen door alle partijen – ook toeristen en touroperators – gewaardeerd.

Een projectontwikkelaar in Mozambique heeft de inbreng van de lokale bevolking echter iets te letterlijk opgevat. Hij sloeg volgens Kurt Lindijer 'een van de laatste spijkers in de doodkist van de laatste natuurvolkeren'. Hij gaat een groot wildpark oprichten waar toeristen zeldzame diersoorten en de laatste leden van de San (de bosjesmannen uit de Kalahari) kunnen bewonderen.

Bron: NRC Handelsblad, 15 februari 1997.

Nicaragua

Vorig jaar is er in Nicaragua een ministerie van Toerisme in het leven geroepen. Hoewel de Nicaraguaanse ambassadeur Carlos Arguëllo vindt dat de ambassade geen reisbureau moet zijn, wil hij in het blad *Alerta* wel kwijt dat Nicaragua potentiële attracties van formaat heeft. In principe bezit het land dezelfde kustlijn, eilanden, meren en bergen (waaronder vulkanen) als het toeristisch zo succesvolle buurland Costa Rica. Het ontbreekt Nicaragua echter nog aan een toeristische infrastructuur, zo hebben de hotels meestal niet meer dan één ster. Wie helpt het Nicaraguaanse ministerie van Toerisme aan haalbare ideeën waarbij duurzame ontwikkeling gebaat is?

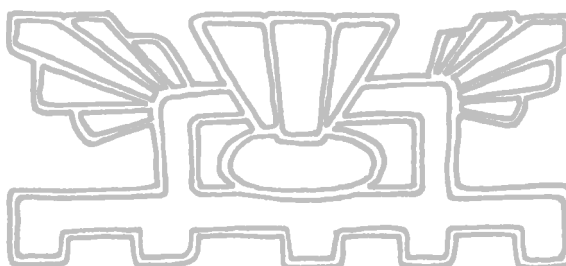
Stuur uw reactie naar Montezuma.

Bron: Alerta, december 1996.

Keurmerk

De ANVR presenteerde in 1996 een idee voor een keurmerk voor reisbureaus. In een pilotproject met het Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (IMK) wordt de haalbaarheid van zo'n systeem getest. Het doel is de verhoging van de kwaliteit. Het systeem bevat daartoe richtlijnen over onder meer de vaardigheden van het personeel, opleidingsniveau, studiereizen, aanwezig studie- en documentatiemateriaal, procedures en mate van automatisering.

Bron: DIT 19, 1996.



Nieuw wapen tegen kindersekstoerisme

Theo Noten

De Campagne tegen Kindersekstoerisme heeft zijn activiteiten voor 1997 uitgebreid met de bestrijding van kinderpornografie en van handel waarbij kinderen seksueel uitgebuit worden. Daarnaast wordt meer aandacht besteed aan hulpprojecten voor kinderen in de prostitutie. De campagne is gericht op voorlichting en bewustmaking in Nederland met het doel te voorkomen dat Nederlanders – bewust of onbewust – bijdragen aan de seksuele uitbuiting van kinderen. Daarnaast worden justitie en politie gestimuleerd maatregelen te nemen om mensen die kinderen seksueel uitbuiten, te kunnen straffen.

Reizigers en de reisindustrie zijn ook dit jaar de belangrijkste doelgroep, waarbij nu ook aandacht wordt besteed aan zakelijke reizigers zoals militairen, hulpverleners, ontwikkelingswerkers, zakenmensen en zeelui.

Omdat op de Vakantiebeurs in 1996 vaak gevraagd werd 'Wat kunnen we als reizigers doen tegen kindersekstoerisme?', is voor 1997 een zogenaamde 'labelfolder' ontwikkeld met daarin een aantal tips over wat je kunt en/of moet doen. De Vakantiebeurs opende op 7 januari voor zes dagen de poorten om iedereen binnen te laten die zich wilde oriënteren voor de komende vakanties.

Touroperators, reisorganisaties, landenverkeersbureaus en andere zich met reizen en vakantie bezighoudende organisaties presenteerden zich allemaal op hun paasbest in uitbundige stands en met kleurrijke brochures.

Helaas voor veel Nederlandse standhouders waren miljoenen brochures een nacht voor de opening in vlammen opgegaan, omdat ze gezamenlijk opgeslagen lagen in een loods die door brand verwoest werd. Dit was geen publiciteitsstunt, maar de bittere waarheid, ook al kreeg de Vakantiebeurs

daardoor in alle tv-journaals uitgebreid aandacht. Het gebrek aan brochures had voor de bezoekers van de beurs het voordeel dat ze niet overladen werden met papier en dus verschoond bleven van problemen aan rug en schouders.

De winterse kou was een van de redenen dat er uiteindelijk minder bezoekers naar de Vakantiebeurs '97 kwamen dan in 1996, namelijk 158 161 tegenover 186 100. Onderzoek van NIPO/Jaarbeurs geeft aan dat meer dan zeventig procent hiervan zei dit jaar minimaal twee keer op vakantie te zullen gaan en aan deze vakanties gemiddeld 3400 gulden per persoon uit te geven. De vakantiemogelijkheden in Nederland kregen veel aandacht, hoewel buitenlandse bestemmingen voor



de lange vakantie favoriet zijn. Van de bezoekers wil 61% daarvoor in Europa blijven, maar 29% zoekt het verder weg. Ruim de helft zegt dit jaar een korte of lange vakantie in eigen land door te brengen. Van de Europese landen is Frankrijk het populairst, gevolgd door Spanje, Groot-Brittannië en Duitsland. Van de verre bestemmingen, waarvoor over het algemeen de voorkeur groeide, is er vooral interesse voor het Verre Oosten, Noord-Amerika en het Caribisch gebied. Het vakantiegedrag is aan het veranderen. Het zijn niet alleen maar zon, zee en strand die de toon zetten, maar cultuur- en natuurtoerisme en ook actieve vakanties nemen toe.

De ECPAT-NL-stand

Hoewel ook dichtbij huis kinderen seksueel uitgebuit worden, vond de ECPAT-NL-stand een plekje in de hal 'Verre Reizen'. Om in het geweld van kleuren en vormen en te midden van elkaar overschreeuwende beeld- en geluids-presentaties niet ten onder te gaan, bleef de stand rustig, bijna koel, in de kleuren wit en helderblauw. Het ontwerp en de uitvoering van de stand en de folder werden verzorgd door Mark Geerligts en Marco Kater, twee studenten commerciële vormgeving van de Hogeschool Gelderland uit Nijmegen. Zij wonnen een wedstrijd die was uitgeschreven door ECPAT-NL en de Hogeschool en waaraan achtendertig studenten vormgeving meededen. De stand was een oase van rust en kreeg ruim aandacht, van zowel de vertegenwoordigers van de reisindustrie als van het publiek.

De labelfolder

In 1996 werden de bezoekers bij de problematiek van het kinderseksstoerisme betrokken door hun te vragen een handtekening te zetten om hun ongenoegen kenbaar te maken. Het publiek was zeer gewillig en in vijf dagen tijd werden bijna zestien duizend handtekeningen opgehaald. Deze werden ter gelegenheid van het Wereldcongres tegen Seksuele Uitbuiting van Kinderen aangeboden aan minister Sorgdrager. Dit jaar wilde ECPAT-NL een stapje verder gaan en proberen reizigers actief te betrekken bij de bewustmaking; dus niet snel even een handtekening zetten en daarna weglopen met

het idee 'ik heb me ingezet voor seksueel uitgebuite kinderen'.

Daarvoor diende de labelfolder, een folder die in het kort beschrijft wat er aan de hand is en die de reiziger een paar tips geeft over hoe deze zelf een bijdrage kan leveren. Aan deze folder zitten een paar kofferlabels, zoals ze ook wel door reisbureaus en luchtvaartorganisaties verstrekt worden en waar meestal een reclameboodschap op prijkt. Nu staat op deze labels de tekst 'Stop Seksuele Uitbuiting van Kinderen' in het Nederlands en Engels. De labels kunnen voorzien van naam en adres aan koffer, tas of draagzak bevestigd worden. Op het vliegveld van de bestemming, in de taxi, de bus, en het hotel; overal kan iedereen zien dat de reiziger vindt dat seksuele uitbuiting van kinderen moet stoppen.

De labelfolder kreeg veel aandacht van de pers, de reiswereld, het publiek en de overheid. In allerlei actualiteitenrubrieken en door de schrijvende pers werd de folder betiteld als het nieuwe wapen tegen kinderseksstoerisme. De ministeries van Justitie, Buitenlandse Zaken en VWS verlenen steun aan een uitgebreide verspreiding via bibliotheken, gemeentehuizen en vaccinatiebureaus. De afdeling reisbureaus van de ANVR heeft bovendien nog in beraad in hoeverre zij een bijdrage in de verspreiding kunnen leveren via reisbureaus.

Het publiek omarmde het idee. Opvallend was dat vooral de ouderen en de jongeren zich uitspraken voor actie en zeiden de labels zeker aan hun bagage te zullen bevestigen. Er waren echter ook mensen die zich veel voorzichtiger uitten door te



De stand van ECPAT-NL op de Vakantiebeurs 1997.

zeggen 'natuurlijk zijn we ertegen, maar dat wil niet zeggen dat we dat ook willen laten zien'.

Opvallend was ook dat veel mensen, na het lezen van de tips, vertelden dat ze wel eens een club bezocht hadden waar jonge meisjes en jongens naakt dansen en dat ze er een drankje hadden gedronken. Hun reisleider beschouwde het als een interessante toeristenattractie die je als bezoeker moest hebben, zoals in Amsterdam de Wallejjes. Niemand had zich gerealiseerd dat het geld dat er uitgegeven werd, vooral zou bijdragen aan de groei van de seksindustrie en daarmee de kans zou vergroten op seksuele uitbuiting van kinderen. Voor reisleiders bleken de inkomsten uit dergelijke attracties bovendien een welkome aanvulling op hun loon te zijn.

De reisindustrie heeft dus nog genoeg te doen op het gebied van bewustmaking en training van haar medewerkers als het gaat om het herkennen en tegengaan van seksueel misbruik van kinderen. De ANVR heeft in november 1996 beloofd erop toe te zien dat er tijdens de opleiding en training van personeel aandacht besteed wordt aan en dat ze een rol wil spelen in de bewustmaking van reizigers dienaangaande.

Een Europese dimensie

Tijdens een internationale bijeenkomst van Europese ECPAT-organisaties in het Franse Chantilly werd de labelfolder gepresenteerd als een mogelijk Europees wapen tegen kinderseksstoerisme en de folder werd met enthousiasme ontvangen. Eén design, één logo. Kortom, één herkenbaar imago en één boodschap, namelijk 'Stop seksuele uitbuiting van kinderen', moeten leiden tot meer bewustwording bij de reizigers en tot grotere betrokkenheid bij het probleem. Alleen met steun van de overheid en de toerisme-industrie kan een dergelijke internationale campagne een succes worden.

Momenteel wordt alles in het werk gesteld om overkoepelende organen van de toerisme-industrie hieraan te laten meewerken. Ook zal er een beroep gedaan worden op Europese fondsen voor financiële ondersteuning. De campagne heeft in Nederland op 22 mei speciale aandacht gekregen, de dag die door de World Tourism Organisation en ECPAT-Internationaal aangeduid is als de start van een wereldwijde gezamenlijke campagne van partners in de toerisme-industrie, nationale overheden en ECPAT tegen seksuele uitbuiting van kinderen.

In het kort Nieuws, feiten en meningen

'Heerlijk uitzicht!' Vrouwen in het toerisme

Herrliche Aussichten! is de in het Duits tweeduidige titel – Aus-sicht betekent zowel 'uitzicht' als 'vooruitzicht' – van een boek over de rol van vrouwen in het toerisme. Door de uitgever zelf wordt het boek als hieronder voorgesteld.

Vrouwen hebben een groot aandeel in het werk dat in de toerisme-industrie verricht wordt. Want typisch vrouwelijke kwaliteiten als begrip, vriendelijkheid, flexibiliteit en organisatietalent maken ze begerenswaardig voor het toerisme: denk hierbij bijvoorbeeld aan de plattelandsvrouw die in aangebouwde logeerkamers een vakantie op de boerderij aanbiedt, of aan de reisleidster, een baan die ondanks de slechte arbeidsvoorwaarden en het lage loon nog steeds als droombaan geldt. Een rooskleurige toekomst wordt hun voorspeld in deze dienstensector, die ze inderdaad dankzij hun aanwezigheid en werk zeer naar behoren in stand houden.

Maar hoe vergaat het vrouwen in het toerisme in de praktijk? En hoe ziet het leven eruit van de talloze vrouwen die onopvallend op de achtergrond met het toerisme te maken hebben? Steeds weer internationale aandacht krijgt het harde lot van vele vrouwen die werkzaam zijn in de seksindustrie in meer of minder exotische reisbestemmingen. Daarnaast worden vrouwen gebruikt als lakkertje in reclamemateriaal voor reizen.

Diverse deskundigen proberen in analyses, reportages en portretten antwoord te geven op verschillende vragen, waarbij de dagelijkse werkelijkheid en de individuele wensen en ervaringen van vrouwen werkzaam in het toerisme niet vergeten worden. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan de behoeften van vrouwen als reiziger, met vaak emancipatoire eisen. Variaties en grenzen van het thema 'vrouwen onderweg' komen evenzeer aan de orde als het kritisch bekeken aanbod van Vrouwenreizen. *Bronnen: Herrliche Aussichten!, Karin Gruetter en Christine Pless.* Kleine Reihe Tourismus & Entwicklung, Band 7.

Een nieuw themapark: Ecodrome

Een prettig park met een boodschap. Zo noemt directeur Van Dijk de nieuwste loot aan de stam van Nederlandse themaparken. In juli wordt in Zwolle het 'Ecodrome' geopend, dat mensen wil laten zien dat het 'gewoon erg leuk kan zijn om met ons milieu om te gaan'. Het gaat er volgens Van Dijk om mensen op een amusante manier het verhaal over natuur en milieu te vertellen. Doemscenario's waarin verteld wordt dat de wereld naar de knoppen gaat, vinden in zijn park geen genade. De boodschap krijgt zijn vorm in attracties variërend van thematuinen met vlinders en bijen tot de mogelijkheid om zelf de botten van een mammoet op te graven en het ontstaan van de aarde bij te wonen.

Omdat een dergelijk park niet alleen kan leven van gezinnen die een leerzaam dagje uit willen, heeft het Ecodrome ook andere functies. Zo biedt het onderdak aan een Natuurmuseum en een milieu-educatief centrum, kunnen ondernemers er terecht die iets willen met productpresentaties of conferenties rondom natuur en milieu en werkt men aan relaties met scholen. Een ander wordt mogelijk gemaakt door een privaat publieke samenwerking waarin de overheid 18,5 miljoen subsidie inbrengt en het bedrijfsleven voor 3,2 miljoen garant staat.

Bron: Recreatie, april 1997

Nederland en de recreatie in de zomer van '96

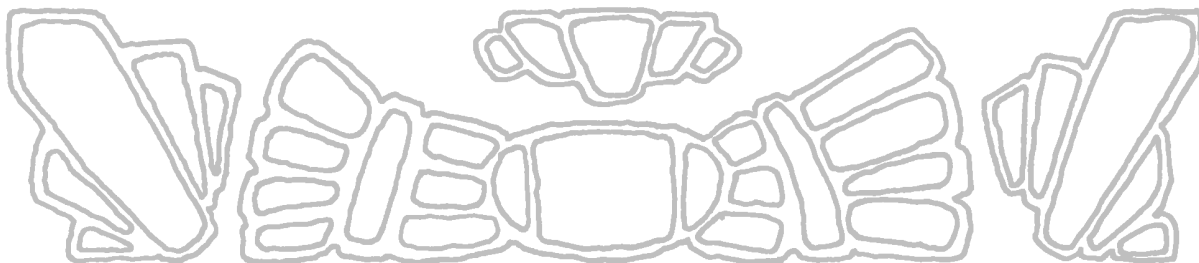
In 1996 is een duidelijke ontwikkeling te zien bij de recreatie-ondernemingen: grote bedrijven met voldoende draagkracht om te investeren waren succesvol, evenals specialistische ondernemers met een helder omschreven doelgroep. Voor alles wat daartussenin zit, was het moeilijk. Volgens de Recron is dit geen nieuws, maar voor diegenen die zich niet op een afgebakende doelgroep richten, zal het steeds moeilijker worden. 'Belangrijk is te constateren dat de kwaliteit van doorslaggevend belang wordt', aldus de heer Van der Reest (Rekread & Partners), 'omdat de consument steeds meer vrijheid-blijheid wenst en de mogelijkheden kritisch met elkaar vergelijkt'.

Volgens een peiling van Toerisme & Recreatie AVN, was er een goede bezetting tijdens de populaire weken in het hoogseizoen, maar bleef de bezetting over een langere periode achter. De trend om 'last minute' te boeken versterkte zich, evenals de trend van meer korte vakanties. Meer mensen wilden actief zijn in eigen land, evenementen bezoeken en erop uit trekken. Wandel- en fietsarrangementen waren zeer populair, evenals de musea, met als absolute topper de Vermeer-tentoonstelling in Den Haag. Voor de dagattracties was het een jubeljaar; de NS verkocht vijftien procent meer gecombineerde vervoers- en toegangskaartjes dan vorig jaar.

Uit de gegevens van de Provinciale VVV's blijkt dat vooral campings met veel vermaakmogelijkheden (meestal grote) en campings gericht op rust en natuurbeleving (de kleintjes) een goed jaar hebben gehad. Maar in totaal is de kampeersector zo'n vijf tot tien procent achtergebleven bij vorig jaar. De bungalowsector is in 1996 zo'n beetje gelijk gebleven aan vorig jaar, waarbij gecombineerde kampeer/bungalowbedrijven het heel behoorlijk hebben gedaan. In de sector groepsaccommodaties zijn de resultaten redelijk tot goed, waarbij een hausse aan familiereünies geconstateerd werd. De sector dagattracties vormt de enige sector die echt kan juichen, met zeer grote bezoekersaantallen; soms wel een verdubbeling ten opzichte van vorig jaar. Vooral ondernemers die geïnvesteerd hebben in kwaliteit, hadden veel succes.

Volgens de Recron was voor een aantal ondernemers 1996 het jaar van de waarheid, maar zeker niet voor de hele branche. Het bestedingsniveau lijkt zijn plafond te hebben bereikt. Dat betekent dat er geconcurrereerd moet worden met het buitenland, maar ook onderling en dat is nieuw. De last-minute-trend werkt prijsonderhandelingen in de hand en het seizoen wordt steeds langer; vooral kleine ondernemers hebben hieronder te lijden. Er zullen formules bedacht moeten worden die niet gericht zijn op snel gewin, maar op continuïteit, met kwaliteit als maatstaf. Oneigenlijke concurrentie als kamperen bij de boer, kan alleen hiermee bestreden worden.

Bron: Recreatie, 1996.



Duurzaam toerisme in Guatemala

Lieven Sioen



‘Dertig procent van de indianen hebben we vermoord. De overige zeventig procent konden we ontwikkelen’

GENERAAL HÉCTOR ALEJANDRO GRAMAJO,
MINISTER VAN DEFENSIE VAN GUATEMALA, 1987–1990

Alle akkoorden over vrede en mensenrechten ten spijt, heeft in geen enkel Latijns-Amerikaans land de inheemse bevolking zo hard te lijden onder repressie en discriminatie als in Guatemala. Toch was zelfs tijdens de brutale jaren tachtig de volledige vernietiging van de traditionele culturen niet wenselijk. Staat in generaalsogen een dode Maya voor politieke stabiliteit, levend brengt hij geld in het staatslaadje. 276 600 000 dollar, om precies te zijn, is in 1995 uitgegeven door 563 478 buitenlandse toeristen die het land op de allereerste plaats bezoeken omwille van zijn kleurrijke Mayacultuur. Momenteel is het toerisme de snelstgroeiende industrie van de Centraal-Amerikaanse republiek, en is het na koffie de belangrijkste bron van deviezen geworden. Maar of de indiaanse bevolking zelf ook beter wordt van al die buitenlandse belangstelling, valt zeer te betwijfelen.

Chichicastenango is een absolute must voor elke Guatamalareiziger. Het pittoreske bergdorpje, verzonken in mist en donkere dennenbossen, vormt immers hét decor voor een van de meest kleurrijke markten van het land. Elke zondag ontmoeten duizenden boeren uit het hoog- en laagland elkaar op het centrale dorpsplein of in de smalle hobbelige straten rondom het plein. Voor de lens van de flitsende toeristencamera's ontvouwt zich een uniek spectrum van kleurrijke klederdrachten.

Bovendien heeft ‘Chichi’ zich ontpopt tot de belangrijkste ambachtsmarkt van Guatemala. Kunstzinnig handwerk wordt voor spotprijzen aan de koopgrage bezoekers aangeboden. Ten slotte kunnen de ‘antropologen voor één dag’ er kicken op wierook, rum en kippenbloed; de hele dag voeren devote Maya's hun bevreedende rituelen uit op de trappen van het witgekalkte parochiekerkje. Chichicastenango is zonder enige twijfel uniek; een samengebalde versie van traditioneel Guatemala.

Wat vele toeristen echter niet opmerken, is de dronkelap die kotsend de cantina uitrolt en in een open riool zijn roes uitslaapt of het ongewassen kind dat met hongerogen de maïsmelk uit onze handen staart en het niet eens begrijpt wanneer we haar in het Spaans een glas te drinken aanbieden.

‘Chichicastenango levert de staat jaarlijks miljoenen dollars op, maar in het dorp zelf heersen honger en ellende. Scholen ontbreken en drinkbaar water is een voorrecht. Het luxe hotel Maya-Inn brengt op zijn minst tachtig dollar per nacht in rekening, maar op jaarbasis betaalt het hotel amper twintig dollar aan gemeentebelasting. Waar blijft dat geld dan? In Chichicastenango is het

toerisme een parasiet die op de lokale bevolking teert, haar sociale en culturele structuren vernielt en slechts een enkeling ten goede komt. Dat soort toerisme is bij ons niet welkom', zegt Carlos Molina vastbesloten.



Miljoenen dollars in de staatskas, honger en ellende in het dorp.

De energieke dertiger, onderwijzer van beroep, is bezieler en coördinator van een project van kleinschalig toerisme; een project dat uniek is voor het land. Plaats van het gebeuren is Tonicapán, een landelijk provinciestadje in de westerse hooglanden.

De bevolking, voor vijftien procent Maya-Quiché, leeft er van landbouw, ambachtelijke productie en lokale handel. Het geweld van de burgeroorlog is aan de streek voorbijgegaan en ondanks de armoede heeft de gemeenschap haar tradities en sociale structuren weten te bewaren. Onder de ogenschijnlijke rust van het plaatsje gaat dan ook een onwaarschijnlijke rijkdom aan ambachtelijke technieken, traditionele dansen, religieuze ceremonies en andere gebruiken schuil.

'Tot voor tien jaar kende Tonicapán geen toerisme. We moesten vanaf nul beginnen, zonder ervaring, maar met het grote voordeel dat we niet tegen bestaande belangen hoefden op te boksen. Van meet af aan kon de Casa de la Cultura, van waaruit het project wordt gecoördineerd, haar eigen duidelijke krijtlijnen uitzetten: het toerisme zou kleinschalig blijven, door de gemeenschap worden gedragen, de betrokkenen economisch rechtstreeks ten goede komen en hun culturele eigenwaarde bevestigen.'

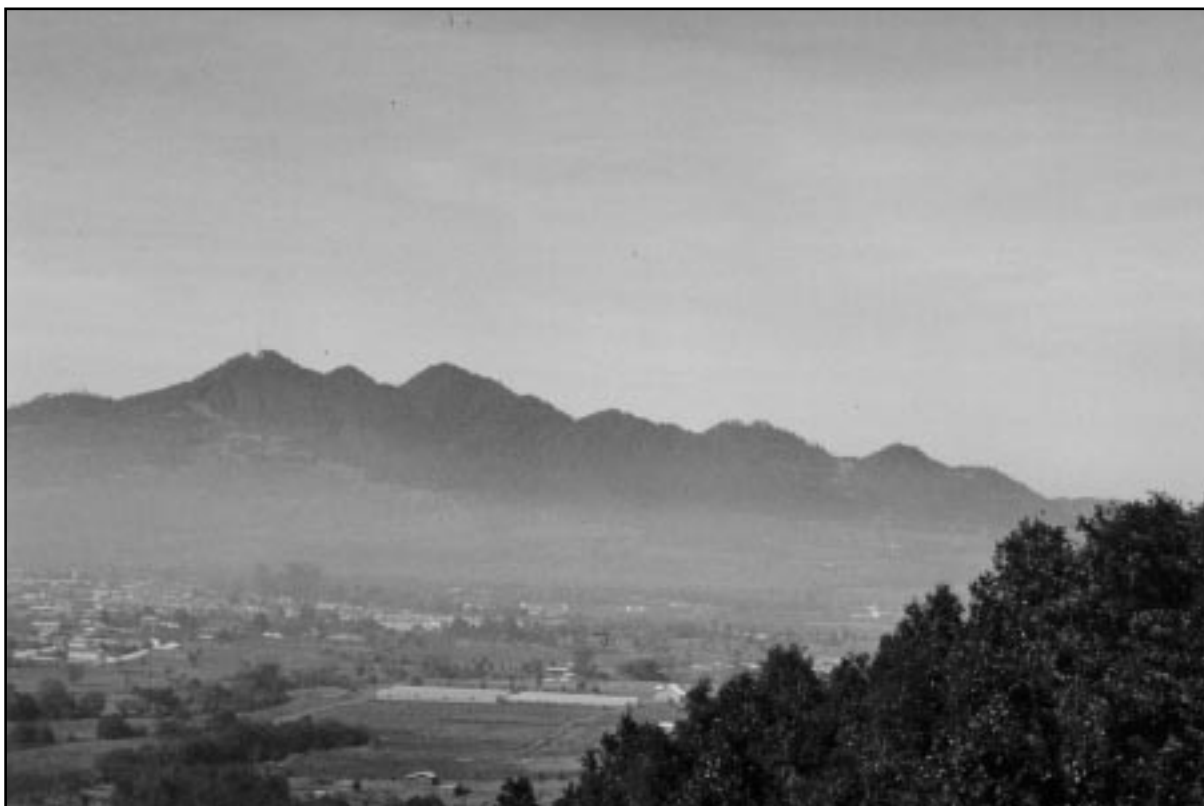
Als voorwaarde voor het welslagen van de plannen moesten Molina en zijn ploeg op de allereerste plaats het vertrouwen van de bevolking winnen. 'Door de repressie en de voortdurende leugens van de regering, koesterden de mensen een diep wantrouwen ten opzichte van buitenstaanders. Belangrijk was hun aan te tonen, aan de hand van concrete voorbeelden, dat het toerisme wel degelijk voordeel kan opleveren.' Dus nam de Casa de la Cultura het initiatief om een plaatopname te maken van traditionele muziek uit de omliggende dorpen en die aan de bezoekers te verkopen. Tientallen muzikanten werden in het gebeuren betrokken, en na een jaar van kleine en grote moeilijkheden verscheen een dubbelcassette en een elpee, in een oplage van vijfhonderd exemplaren. Het initiatief, het eerste in zijn soort, werd een nationaal succes en is inmiddels op verschillende andere plaatsen van het land ook genomen. De opbrengst werd onder de muzikanten verdeeld, 'maar woog amper op tegen de trots om de algemene erkenning'.

In andere sectoren werden gelijksoortige initiatieven ondernomen. De ambachtslieden zetten een permanente tentoonstelling op van hun producten en technieken. Daarnaast vervaardigden keramisten opnieuw de traditionele straatnaamborden. Door de invoering van moderne nummering dreigden de oorspronkelijke negentiende-eeuwse namen immers te verdwijnen. Inmiddels hebben verschillende andere toeristische centra van Guatemala dit soort naamborden besteld. Met de dansers, ten slotte, organiseert de Casa de la Cultura sinds elf jaar een festival dat eveneens op grote nationale en internationale belangstelling kan rekenen.

‘Het belangrijkste resultaat van die voorbereidende fase is dat we erin geslaagd zijn verschillende sectoren van onze gemeenschap – met name de dansers, muzikanten, ambachtshandelaars en dorpsleiders – samen te brengen in een traditioneel overlegorgaan dat het project verder kan sturen. Ons ideaal is immers dat de gemeenschap de zaken onafhankelijk organiseert en zelf beslist wat kan en niet kan. Bemoedigend is in elk geval dat de betrokkenen ook los van het toeristisch project zijn gaan samenwerken. De pottenbakkers hebben bijvoorbeeld een comité opgericht om na te gaan hoe ze gezamenlijk de crisis in hun sector het hoofd kunnen bieden.’

In een tweede fase heeft de Casa de la Cultura een toeristisch aanbod ontworpen dat naar Guatemalteekse normen uitzonderlijk gevarieerd en boeiend is. Individuele toeristen kunnen beschikken over een gedetailleerde Engelstalige stadsgids – een zeldzaamheid in het land – en over een stadsplan met aanduiding van alle te bezoeken ambachtelijke ateliers. Groepen worden hier sinds

anderhalf jaar verblijd met een heus pakket dat onder meer bestaat uit: een audiovisuele voorstelling van de historie en tradities van Totonicapán, een stadswandeling, een bezoek aan de morería waar kostuums en maskers voor traditionele dansen worden vervaardigd, een kennismaking en initiatie in verschillende ambachtelijke technieken, een traditionele muziek- en dansvoorstelling met uitleg over de instrumenten en de betekenis van de dans, een typische maaltijd in een lokale woning en bij wijze van afsluiter warme chocolade in een volkse bakkerij. Wie in Totonicapán de nacht wenst door te brengen en de twee groezelige hotels liever mijdt, kan bovendien via de Casa de la Cultura een bed in een gastgezin reserveren. Als avondmaal krijgt de bezoeker dan een traditioneel bruiloftsmaal voorgeschoteld, gepaard met alle rituelen en gebruiken. Ten slotte wordt op dit moment druk gewerkt aan wandelingen door de landbouwdorpen in de omliggende heuvels. ‘Wij verwachten van de toerist een belangstelling en betrokkenheid die verdergaan dan het schone plaatje. In ruil daarvoor bieden we hun oprechte



Wandelingen in de omliggende heuvels leveren werkgelegenheid voor lokale gidsen.

gastvrijheid, openheid en vertrouwen. Het is onze bedoeling een daadwerkelijk samenzijn te bewerkstelligen; cultureel tweerichtingsverkeer waarbij beide partijen iets van elkaar opsteken'. Wie met de Casa de la Cultura op stap gaat, wordt inderdaad ook zelf overdonderd met vragen over Europa of Noord-Amerika.

Ik besluit de proef op de som te nemen en nog voor het duister enkele ambachtelijke ateliers te bezoeken. Het plannetje dat Carlos me geeft, maakt de keuze bijzonder moeilijk. Vierenzestig verschillende adressen met een verscheidenheid aan keramiek – geschilderd of geglazuurd –, vlechtwerk, weefgetouwen, leer, houtsnijwerk, koffers, blik, meubels en speelgoed. In een steegje in de noordelijke uithoek van het stadje hebben de vijf gebroeders Ixcaquic het pottenbakkers-atelier van hun vader voortgezet. Elias is druk in de weer met een partij wierookpotjes die de volgende dag de deur uitmoet. Gevraagd naar zijn mening over het project, toont de man maar weinig enthousiasme. Hij snapt niet goed waar Carlos Molina heen wil, en heeft sinds er toeristen over de vloer komen in elk geval niet méér verkocht. Een keudel over het Europees voetbal daarentegen, is altijd meegenomen. Julio, de oudere broer, is wel verheugd over onze komst, 'niet zozeer om te verkopen, maar omdat het me plezier doet over het werk te praten'. Julio is trots op zijn beroep, hij praat voortdurend over 'el arte', de kunst.

'Hoe oud bent u?', vraagt iemand in ons gezelschap. '58 jaar'. 'En hoe lang oefent u dit beroep al uit?'. 'Ook 58 jaar, sinds ik als kind met restjes klei figuurtjes leerde kneden. Mijn vader leidde me op, maar zelf vind ik geen opvolger. Het pottenbakken levert niet veel meer op en de jongeren kiezen ervoor te gaan studeren. Zelf kunnen we amper onze materiaalkosten terugverdienen'.

Het gesprek met Julio zet ons met beide voeten op de grond. Kleinschalig en duurzaam toerisme biedt alvast in Totonicapán geen oplossing voor de economische crisis. 'Kijk, er is inderdaad een probleem met de individuele bezoeken aan de ateliers', antwoordt Molina. 'Individuele toeristen houden de ambachtslieden van hun werk af en

kopen niet. Groepen daarentegen, betalen wel voor het bezoek en de uitleg.

Maar laten we duidelijk zijn. Het toerisme is geen economisch alternatief en zeker geen doel op zich. Wordt dit wel het geval, dan gaan we onze cultuur prostitueren zoals in Chichicastenango het geval is. Het traditionele toerisme komt, neemt, maar geeft niet. Het laat hoogstens een fooi achter. In Totonicapán betaalt de toerist voor de tradities en cultuur die hem worden aangeboden, en het geld is voor de mensen zelf bestemd. Neem nu een danser die voor een groep optreedt. Wij betalen hem vijftig à zestig quetzal (ongeveer vijftien gulden), terwijl een dag werken op het land amper vijfentwintig quetzal opbrengt en een optreden in Chichi – in het beste geval – met een fooi wordt beloond. De danser van Toto gaat zijn extra inkomen op de markt omzetten in suiker, rijst, bonen en gaat er met wat overblijft eentje drinken. Er komt met andere woorden een commerciële beweging op gang die ook derden ten goede komt.'

De volgende morgen volg ik een groepje Duitse studenten op de rurale wandeling. We betalen elk zeventig quetzal. Onze gids Rafael, een Quiché-onderwijzer, brengt ons onder meer naar een maskermaker, het dorpschooltje en de vulkanische warmwaterbaden. 'Hier komen Indigena's zich wekelijks wassen. Mestiezen vinden de collectieve baden te min'. In de dampende, betonnen ruimte wassen hele families, jong en oud, zich in het melkkleurige, sulferhoudende water. In het gezelschap van Rafael, zelf lid van de gemeenschap, kunnen we zonder de gêne van gluurders dit intieme tafereel gadeslaan.

Maar er zijn grenzen. Op onze wandeling staat ook een bezoek aan een Maya-altaar gepland. Wanneer echter na een half uur klauteren blijkt dat er net een offergave aan de gang is, stappen we in een boogje om de grot van San Miguel heen. Het is even tanden bijten, de nieuwsgierigheid brandt en de camera's jeuken. 'Ons criterium inzake religieuze ceremonies is «nee». Aan die intimiteit van de gemeenschap mag niet worden getornd. Want zie wat er in Chichicastenango is gebeurd', betoogt Carlos Molina.

De Pascual Abaj, een pre-Columbiaans altaar in Chichicastenango is een van de belangrijkste heiligdommen voor de Quiche-Maya's. Maar op zondag wordt de plek een waar toeristencircus. Wanneer de eerste kippen geofferd worden, zetten Italiaanse blondines het gillend op een lopen, terwijl geknetter van fototoestellen het luide vuurwerk overstemt. 'Als traditionale priester kun je zoiets toch niet toelaten. Ze spotten met je, ze misbruiken je waarden om die te verkopen en zelf win je niets. Hier in Toto moet het toerisme de mensen ten goede komen, niet alleen economisch maar ook en vooral cultureel', zegt Carlos.

We hebben ondertussen onze wandeling beëindigd in de morería, een atelier gespecialiseerd in het vervaardigen, onderhouden en verhuren van maskers en kostuums voor traditionele dansen. Die dansen van pre-Columbiaanse en koloniale origine zijn essentieel in de patroonsfeesten van ieder dorp.

In Totonicapán functioneerden drie morerías, maar om verschillende redenen sloot elk van hen zijn deuren. Het laatste atelier, Nima K'iche genaamd, dreigde te verdwijnen toen de laatste eigenaar zonder opvolger overleed. In 1989 kocht de Casa de la Cultura de morería op, met de bedoeling deze open te stellen voor het publiek, de technieken opnieuw aan jonge Maya's aan te leren en op deze manier de uitleendienst van maskers en kostuums opnieuw te starten.

Vanachter zijn naaimachine, nauwelijks te onderscheiden tussen de fantastische maskers en schitterende stoffen, heet José Talo ons welkom. José is kleermaker en werkte aanvankelijk voor een groothandel. 'Saai werk, ik moest voortdurend dezelfde patronen stikken.' Dus toen de Casa de la Cultura hem aanbood de morería te leiden, hoefde José niet lang te twijfelen. 'Hier ben ik immers creatief bezig met iets van mezelf. Bovendien ga ik voortdurend met mensen om, toeristen zoals jullie, maar ook en vooral dansers uit de streek en andere delen van het land.'

'Aanvankelijk traden onze muzikanten en dansers op in hun dagelijkse, versleten kleren', vult Carlos Molina aan. 'Dankzij de morería kunnen zij zich opnieuw vol trots in hun traditionele tenues aan de toeristen voorstellen'.

Ook los van het toerisme heeft de morería een stevige bijdrage geleverd aan het behoud van de dansen. 'Dansgezelschappen beschikken meestal niet over de middelen om de peperdure pakken te kopen. Zelfs huren in particuliere morerías overschrijdt vaak hun financiële mogelijkheden. Daardoor dreigden eens te meer waardevolle gebruiken verloren te gaan. Dankzij de bijdragen van het toerisme kunnen wij een kwart van de gangbare prijs vragen, wat net volstaat om naast de materialen ook nog drie lonen te betalen. De dorpen en religieuze broedersschappen zijn zo opnieuw in staat de voor hun feesten essentiële maskers en kostuums te gebruiken.'

De vraag blijft echter of het toerisme voldoende inkomsten genereert om alle betrokkenen tevreden te stellen en ook andere gemeenschappen voor het project te interesseren. Sinds het aanbieden van het toeristisch pakket eind '94 kreeg de Casa de la Cultura zo'n honderd groepen over de vloer, twee à vijf per maand. 'Toegegeven, dat is niet voldoende. Zeven à acht groepen per maand zou ideaal zijn. Meer willen we ook niet. Maar zoals de zaken er nu voorstaan, blijven we afhankelijk van externe financiering, met name van de Guatemalteekse dienst voor toerisme, de INGUAT, die de fondsen voor de morería en mijn loon betaalt', aldus José Talo.

In mei '96 belegden de Centraal-Amerikaanse regeringen een top over toerisme als motor van duurzame ontwikkeling in de regio. Het slotdocument, mede ondertekend door Guatemala, stelt onder meer dat lokale gemeenschappen in het proces moeten worden betrokken en dat hun culturele eigenheid moet worden gerespecteerd.

'Op buitenlandse conferenties pakt de Guatemalteekse regering graag uit met het project van Totonicapán. Maar in werkelijkheid waait er een heel andere wind door de INGUAT-kantoren. Sinds met de regeringswissel twee nieuwe generaals aan het hoofd van het instituut kwamen te staan, is elke verdere steun aan de Casa de la Cultura opgezegd. 'Van cultuur eet men niet', luidt hun motivering. Totonicapán is het enige project van duurzaam toerisme geweest, waarin de INGUAT rechtstreeks met de inheemse gemeenschap heeft samengewerkt. Andere dorpen hebben

eveneens belangstelling getoond, en wij zijn bereid onze ervaring en expertise uit te dragen. Maar daarvoor hebben we middelen nodig die INGUAT niet langer bereid is ons te geven.’

‘Tonicapán heeft bewezen dat toerisme de mensen ten goede kan komen, economisch, sociaal en cultureel. Wat we vragen is 120 000 quetzal (ongeveer f35 000,-). Buitenlandse NGO's, die steeds meer over toerisme en ontwikkeling nadenken, zijn wel bereid het geld op tafel te leggen. Maar wij kiezen er voorlopig voor de regering voor haar verantwoordelijkheden te stellen. Want ondanks het officiële discours kan het de INGUAT in werkelijkheid niet schelen wie komt of op welke manier. Wat telt zijn de dollars.’

‘Wij zijn heel kwetsbaar. In Guatemala bestaat immers geen wetgeving die of een administratief kader dat dit soort gemeenschapsprojecten

beschermt. Ons initiatief is volledig afhankelijk van de goodwill van lokale en nationale besturen, en die veranderen om de vier jaar. De dag dat het commerciële toerisme komt en onze initiatieven inpikt, kunnen we het boeltje wel sluiten’.

Lieven Sioen is verbonden aan SAGO, een ontwikkelingsorganisatie in België. Voordat hij naar Mexico reisde, studeerde hij Romaanse filologie (licentie) met een specialisatie Latijns-Amerikaanse literatuur. Daarna deed hij een postgraduaat (1 jaar) sociale en culturele antropologie.

De Casa de la Cultura organiseert pakketten voor groepen van vier tot twintig personen. Wel wordt gevraagd om minstens zes dagen van tevoren te reserveren.

Departamento de Turismo de la Casa de la Cultura Tonicapense, t.a.v. Carlos Humberto Molina Gutiérrez, 8a avenida 2-17 Zona 1, Tonicapán, Guatemala.

In het kort Nieuws, feiten en meningen

Zepelin of Loveboat

Is er een alternatief voor het vliegverkeer? De discussie over de uitbreiding van Schiphol maakt duidelijk dat het vliegtuig niet in staat is om op een milieu- en mensvriendelijke manier in de groeiende behoefte aan mobiliteit te voorzien. De vliegvelden in Europa slippen dicht, de veiligheid in de lucht neemt af en de geluidsoverlast neemt onacceptabele(re) vormen aan. De mogelijkheden om over land te reizen zijn in West-Europa ook niet overvloedig, dus daarom zoekt men nu naar nieuwe wegen. Zo is het luchtschip herontdekt. Na het drama van de Hindenburg wat in de vergetelheid geraakt, maakt het zich nu op voor een comeback, zowel voor vracht- als voor personenvervoer.

Volgens PvdA-Tweede-Kamerlid Valk is de vrij snelle en milieuvriendelijke luchtballon ideaal om de files te bestrijden. Ze kunnen je vanwege het verticale stijgen en landen ook nog eens van deur tot deur brengen. Zijn partijgenoot in het Euro-parlement, Frits Castricum, is getuige zijn bijdrage aan een debat over het thema in *De Kleine Aarde*, minder enthousiast. Hij vroeg zich af of er internationaal voldoende steun bestaat: als je een luchtschip vol passagiers naar een bestemming stuurt ‘moet je wel zeker weten dat ze het daar willen hebben’. Zijn scepsis werd gedeeld door een vertegenwoordiger van het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM), die zich afvroeg of het luchtruim niet zou

dichtslippen door dit, vrij omvangrijke, vervoermiddel. Het Nationaal Lucht- en Ruimtevaartlaboratorium ziet in de luchtballon niet meer dan een aanvulling op het vliegtuig. Toch heeft de zepelin volgens anderen grote voordelen. P. Peeters, adviseur verkeer en vervoer van het ministerie van Verkeer en Waterstaat, wees tijdens het genoemde debat op de technische veiligheid, de milieuvriendelijkheid, het comfort en het feit dat een zepelin commercieel rendabel te maken is. Bovendien gaat het om een stil en energiezuinig vervoermiddel.

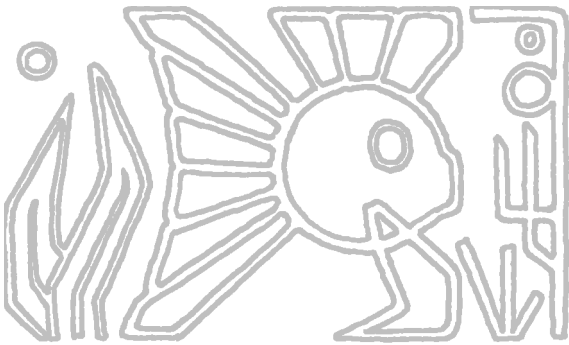
De discussie over de nadelen van het vliegverkeer zou ertoe kunnen leiden dat men de kosten voor het milieu door gaat berekenen in de prijs van het vliegticket. Dat zou het luchtschip in één klap tot een prijsgunstig, dus commercieel aantrekkelijk alternatief bombarderen. De lakmoesproef bestaat natuurlijk in de bereidheid van het bedrijfsleven om in het luchtschip te investeren. En daar gloort hoop. Het Rabobank Groenfonds stopt geld in een onderzoek naar de mogelijkheden van de zepelin voor vracht- en personenvervoer. Halverwege 1997 moet dit haalbaarheidsonderzoek, waarvoor Rigid Airship Holland is opgericht, afgerond zijn.

Mocht de haalbaarheid niet aangetoond worden, dan is er nog een alternatief. De Kleine Aarde publiceerde een aantal adressen voor mensen die milieuvriendelijk willen reizen: het reizen per vrachtschip. ‘Het kost wel veel tijd en echt goedkoop

is het niet. Daar staat tegenover dat het milieuvriendelijk is en het originele verhalen oplevert'.

Bronnen: De Kleine Aarde, 99; Algemeen Dagblad 25 februari 1997; De Kleine Aarde Actief, winter 1996.

Het verslag van het Doordenkdebat Luchtschepen is te bestellen door f 10,- over te maken op gironummer 52730 ten name van *De Kleine Aarde*, Boxtel, onder vermelding van 'Luchtschepen'



Montezuma



Montezuma II (1466 – 1520) was keizer van de Azteken in de tijd dat de Spaanse veroveraar Hernán Cortés arriveerde. Hij verloor zijn rijk aan de Spanjaarden, maar neemt daarvoor volgens de legende nog steeds wraak op blanke toeristen, die na hun eerste maaltijden in Mexico een aantal dagen last hebben van 'Montezuma's revenge'. Als wij met het toerisme omgaan zoals Cortés met Montezuma, dan zal het toerisme zich uiteindelijk tegen ons keren.

RETOUR

RESPONSIBLE TOURISM &
SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Stichting Retour

Stichting Retour is gespecialiseerd in toerisme en duurzame ontwikkeling in ontwikkelingslanden. De activiteiten zijn onder te verdelen in 'adviezen en projecten' en 'informatie en lobby'.

Adviezen en projecten

Retour adviseert daar waar toerisme een rol kan spelen in duurzame ontwikkeling. Dat kan zijn in de vorm van beleidsadviezen, haalbaarheidsonderzoeken, pilotprojecten of het ontwikkelen van strategieën voor ngo's, overheden of ondernemers. Voor onderzoek hanteert Retour een procesmatige 'action research'-methode. Mogelijkheden en onmogelijkheden van een strategie of project worden onderzocht met aandacht voor sociaal-economische, culturele, ecologische, evenals gender-, organisatie- en marketingaspecten. Ter vergroting van hun weerbaarheid is actieve participatie van de lokale bevolking, inclusief vrouwen en jongeren, essentieel.

Cliënten zijn bijvoorbeeld snv en iucn.

Informatie en lobby

Retour geeft informatie over de effecten van het toerisme, zowel de gewenste als de ongewenste, de rol van toeristen en toerisme-industrie, de overheid en ngo's. Daarnaast wordt de discussie over toerisme als mogelijkheid voor duurzame ontwikkeling gestimuleerd door middel van artikelen, seminars, panels en bijdragen aan radio- en tv-programma's. Bovendien geeft Retour een blad uit, Montezuma, met aandacht voor de relatie tussen toerisme en duurzame ontwikkeling. Andere activiteiten zijn de Campagne tegen Kindersekstoerisme en lezingen op bijvoorbeeld scholen.

Samenwerking

Retour maakt deel uit van nationale en internationale netwerken die zich bezighouden met toerisme en duurzame ontwikkeling. In Europees verband maakt Retour deel uit van TEN, Third World Tourism European Network, dat gelieerd is aan ectwt, het derdewereldnetwerk voor toerisme naar ontwikkelingslanden. Mede daardoor kan Retour beschikken over nationale en internationale deskundigheid op het gebied van toerisme, ontwikkelingssamenwerking, gender-issues, ecologie, educatie, organisatie-ontwikkeling en marketing.

Het zuiden

Toerisme en duurzame
ontwikkeling in de praktijk

Toerisme draagt bij aan duurzame ontwikkeling als het:

- toekomstige generaties evenveel hulpbronnen nalaat als zij geërfd hebben van vorige generaties.
- de behoeften bevredigt en de belangen dient van de lokale bevolking in bestemmingslanden.
- afhankelijkheid van toerisme voorkomt door ontwikkeling van niet-toeristische economische, sociale en culturele sectoren.
- zich aanpast aan het lokale milieu en de lokale kringloop van grondstoffen en energie.
- zich aanpast aan de fase van ontwikkeling waarin het bestemmingsgebied zich bevindt.
- tot stand komt via een zorgvuldig planningsproces en de lokale bevolking op elk niveau betreft bij besluitvorming, planning en realisering.
- een intercultureel leerproces bevordert via wederzijdse uitwisseling van informatie en respect.
- niet leidt tot negatieve gevolgen, zoals (kinder)prostitutie, misdaad en druggebruik.

Een lokaal initiatief in Belize

De Toledo Ecotourism Association (TEA) is een overkoepelende organisatie met het hoofdkwartier in Punta Gorda, Belize. De TEA houdt zich bezig met de economische, culturele en toeristische ontwikkeling van veertien dorpen in het district Toledo, waar voornamelijk Maya en Garifuna (Maya/Afrikaanse slaven) wonen. Hun leefgebied en levensomstandigheden worden bedreigd door buitenlandse houtkapconcessies, plantages, toerisme-projecten en de aanleg van een weg. Tegen deze achtergrond is door de TEA het programma 'Village Guesthouse/Ecotrail' ontwikkeld dat zelfstandig opererende 'guesthouses' in elk van de dorpen aanbiedt.

Het kantoor in Punta Gorda verzorgt de organisatie en administratie die gericht zijn op de bevordering van een sociaal verantwoord en ecologisch georiënteerd toerisme. Dit toerisme moet meehelpen het inkomen en de werkomstandigheden in de dorpen te verbeteren, zodat het gebruik van natuurlijke hulpbronnen – zoals dat tot nu toe in goede verhouding met de natuur gebeurde – voldoende oplevert. Want 84% van de inkomsten die uit het toerisme komt, blijft in de dorpen. De bezoekers worden verwezen naar verschillende regio's, een roulerend systeem zorgt ervoor dat de inkomsten gelijkelijk over alle dorpen verdeeld wordt. Zo probeert de TEA een gunstig klimaat te scheppen voor de ontwikkeling van micro-ondernemingen. Toerisme wordt dan ook niet gezien als vervangende inkomstenbron voor een economie die op inkomsten uit de landbouw stoelt, maar als een aanvulling.

Vanuit dit perspectief kunnen de ontvangende dorpelingen dát blijven doen wat zij gewoon zijn te doen in hun dagelijkse leven. Ze bevaren de rivier waar ze goederen transporteren en ze wandelen door het bos naar hun velden. Daarnaast zijn ze zeer gastvrij en laten ze de toeristen kennismaken met de producten van het bos, die ze om verschillende redenen verzamelen.

Elke TEA-dorpsorganisatie wordt gesteund door zeven tot negen families die in hun gebied verantwoordelijk zijn voor de programmacoördinatie en de 'guesthouses' en die de winst delen die behaald wordt uit inkomsten voor verblijf. Daarnaast zijn er mensen die diensten verlenen, die eten verkopen, die als gids dienen, als verhalenverteller, als muzikant of danser, en allemaal ontvangen ze voor hun diensten een vast bedrag. In elke 'guesthouse' is een kleine bibliotheek en gelegenheid om ambachtelijke artikelen te kopen.

Bron: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung