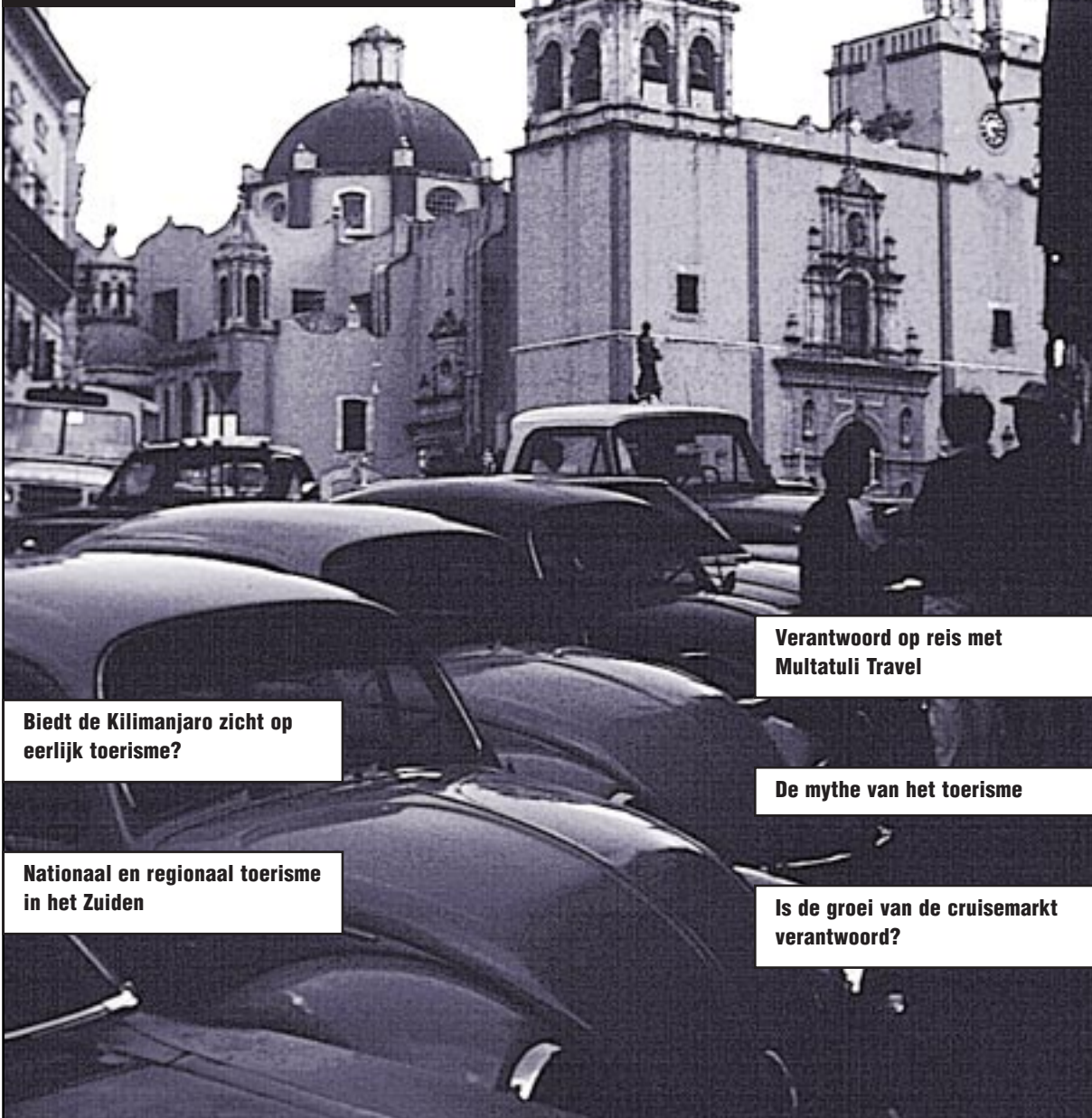


# MONTE ZUMA

TIJDSCHRIFT OVER TOERISME  
& DUURZAME ONTWIKKELING

Nummer 4 - herfst 1997



Biedt de Kilimanjaro zicht op  
eerlijk toerisme?

Nationaal en regionaal toerisme  
in het Zuiden

Verantwoord op reis met  
Multatuli Travel

De mythe van het toerisme

Is de groei van de cruisemarkt  
verantwoord?

# MONTE ZUMA

TIJDSCHRIFT OVER TOERISME  
& DUURZAME ONTWIKKELING

MONTEZUMA • 1997, nummer 4

*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.

#### Hoofredactie

Frans de Man

#### Redactie

Theo Noten  
Silvia van der Cammen  
Henri Smits  
Ger Keijzers

#### Eindredactie

Marieke van Zutphen

#### Vormgeving

Carlo Gremmen

#### Uitdraaien films

Talens Tekst & Beeld BV

#### Druk

Tandem Nijmegen

#### Oplage

400 exemplaren

ISSN 1386-1921

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 *Montezuma*

### Biedt de Kilimanjaro zicht op eerlijk toerisme? 4

Henri Smits

### Nationaal en regionaal toerisme in het Zuiden 7

Vertaling en redactie: Theo Noten

### Verantwoord op reis met Multatuli Travel 13

Marc Broere

### De mythe van het toerisme 21

Frans de Man

### Reacties 27

### Is de groei van de cruise markt verantwoord? 31

Theo Noten

Foto's:

Cyriil Ardin, Roel Burgler en Annelieke Loman

Tekeningen:

Paul Peters

# Redactioneel

redactie *Montezuma*

't Is herfst en de vakantie ligt alweer een tijdje achter ons. Maar de touroperators werken over omdat ze volop bezig zijn met de nieuwe brochures en de voorbereiding van de Vakantiebeurs (de tweede week van januari in de Jaarbeurs in Utrecht). Ook voor de vakantiegangers wordt het eigenlijk weer tijd om zich te bezinnen op waar ze in 1998 heen zullen gaan. Keus genoeg. Verantwoorde toeristen stellen zichzelf natuurlijk meteen de vraag of ze (weer?) verantwoord op reis willen. En uiteraard kijken ze, voor een doorwrocht en eerlijk antwoord, even terug naar hun vorige reis en evalueren die op een bijdrage aan duurzame ontwikkeling, met name daar waar het gaat om het versterken van de positie van de lokale bevolking. Voor een eerlijk antwoord moeten we nagaan in hoeverre de lokale bevolking nu echt van al dat toerisme profiteert.

Je hoeft geen doorgewinterde cynicus te zijn om vast te stellen dat het vooral om een ding gaat: geld. De belangrijkste vraag voor een evaluatie van de reis is dus: hebben we veel geld uitgegeven dat bij de lokale bevolking is terechtgekomen? Vraag twee zou moeten zijn in hoeverre we als diplomaat zijn opgetreden voor de mensen die we tijdens onze reis hebben bezocht. Hebben we als Westerse toerist bijgedragen aan een beter begrip van de lokale cultuur? Wat hebben we gedaan om op te komen voor de belangen van de lokale bevolking? Hebben we onszelf voor hen ingezet? En is hun positie daardoor verbeterd? Als we deze vragen niet bevredigend kunnen beantwoorden, moeten we ons afvragen of en hoe we in 1998 wel een verantwoorde reis kunnen maken.

In deze *Montezuma* probeert een aantal mensen hun reiservaring te delen waarbij de aandacht wordt gericht op het effect dat hun reis had op de lokale bevolking. Journalist Marc Broere ging mee met een groepreis van Multatuli Travel en zette

zijn ervaringen op papier in het kader van onze serie over touroperators en verantwoord toerisme. Henri Smits bezocht Tanzania en beschrijft hoe de lokale bevolking al dan niet profiteert van de populaire beklimming van de Kilimanjaro.

De redactie van *Montezuma* krijgt steeds vaker reacties op eerder verschenen artikelen. Twee daarvan willen we u niet onthouden. Een komt van de Ecumenical Coalition on Third World Tourism (ECTWT), de organisatie die in de jaren tachtig, aanvankelijk vanuit Bangkok en later wereldwijd, aan de basis stond van de kritiek op

*Voor een eerlijk antwoord moeten we nagaan in hoeverre de lokale bevolking nu echt van al dat toerisme profiteert*

toerisme in de Derde Wereld. ECTWT stond aan de basis van stichting Retour, die dit jaar haar tienjarig bestaan viert. Verder een reactie van de reisleidersvereniging Harmattan.

Bij stichting Retour komen steeds vaker studies over toerisme naar de Derde Wereld binnen. In *Montezuma* starten we een nieuwe vaste rubriek waarin we aandacht besteden aan de meest interessante daarvan. En zoals elk kwartaal besteden we ook nu weer aandacht aan kindersekstoerisme, met name aan de relatie met de toerisme-industrie.

Mocht u in januari naar de Vakantiebeurs gaan, dan kunt u ons vinden op de ECPAT-stand tegen kindersekstoerisme, in de Verre Reizenhal.



# Biedt de Kilimanjaro zicht op eerlijk toerisme?

Henri Smits



**Kilimanjaro with its gleaming glaciers and wreathing veils of clouds, is an awesome and magnificent mountain. Standing so solidly and majestically amidst the vast open plains, it beckons you closer to experience it yourself; to ascend through the farms, forest and giant heather, to cross moors and highland desert up to the eternal snows of Kibo, the highest point of Africa.**

DAVID BABU, DIRECTEUR VAN TANZANIA NATIONAL PARKS,  
IN DE BROCHURE OVER KILIMANJARO

Aangestoken door de 'seven summit'-rage (het beklimmen van de zeven hoogste bergtoppen van de wereld) of uit pure belangstelling voor Afrika's hoogste berg, melden zich dagelijks meer dan honderd toeristen bij de Marangu Gate in Noord-Tanzania voor hun tocht naar de top. Een blik in het 'gipfelbuch' leert dat er vrijwel elke dag ook Nederlandse klimmers op de berg actief zijn. Voor velen begint de planning thuis met het overmaken van een geldbedrag naar de Nederlandse touroperator. Andere zoeken in de Tanzaniaanse safari-steden Arusha en Moshi naar een lokale touroperator die georganiseerde tochten naar het 'dak van Afrika' bieden. Meer dan tweehonderd reisbureautjes dingen daar naar de gunsten van

toeristen en bieden meer of minder comfortabele tochten. Het 'standaardpakket' van ongeveer zeshonderd dollar omvat overnachting in de berg-hutten, maaltijden, begeleiding door een gids/kok per groep en een drager per persoon. De comfortabele berg hutten op strategische hoogten gebouwd met Noorse ontwikkelingsgelden maken de tocht een aangename onderneming. Voor hen die de top halen, wachten fraaie uitzichten over de gletsjers en bij terugkeer een heus certificaat om thuisblijvers te imponeren.

Tot zover is er niets mis met dit Afrikaanse bergtoerisme. De gepeperde toegangsprijs voor Kilimanjaro Nationaal Park, vijftieng dollar per dag, komt immers ten goede aan een van de armste landen ter wereld en dient voor het instandhouden van de unieke natuur op de berg. De lokale bevolking verdient een centje bij als drager of gids en de reiziger kan rekenen op een bijzondere ervaring en, bij het halen van de top, een gewaardeerde prestatie.



Enmaal op de berg komen toch de twijfels los; wanneer kinderen van twaalf omhoog ploeteren met twee of drie rugzakken, of wanneer men dragers op de boomgrens druk bezig ziet met het

slopen van de boomheiden. In de buurt van de top bekruipt menig toerist een schaamtegevoel als de gids bij tien graden vorst niet meer kleding blijkt te hebben dan een overhemd en een oude legerjas. Altijd nog meer dan de dragers die nauwelijks dekens hebben en zich 's nachts warm houden bij vuurtjes. Als het afscheid van gids en dragers beneden ontaardt in een onaangename bedelpartij voor fooien, verlaat menig bezoeker de Kilimanjaro met een kater. De prestatie is er niet minder op, maar het certificaat van beklimming glanst toch wat minder nadrukkelijk. Wat is er eigenlijk precies aan de hand met het toerisme op deze berg?



In de eerste plaats is er geen echte organisatie die de belangen van gidsen en dragers behartigt. Op de andere twee Afrikaanse reuzen 'Mount Kenia' en 'Ruwenzori' zijn dragers en gidsen voornamelijk afkomstig uit de streek direct rond het startpunt van de klimroute en lid van dezelfde stam. Binnen de stam zijn, al of niet door een speciaal gevormde vakbond, afspraken gemaakt waaraan gidsen en dragers zich moeten houden.

Zo zijn er afspraken over het recht op werk voor de leden, over tarieven, over de verdeling van fooien en over het maximale draaggewicht. Draggers en gidsen voor Kilimanjaro zijn nauwelijks georganiseerd. Door de nabijheid van de steden Moshi en Arusha, gecombineerd met de hoge werkloosheid in Tanzania, is het aanbod van vrijwilligers onbeperkt. Een rondvraag onder ingehuurde dragers zal de reiziger leren dat velen voor

*Dragers proberen hun inkomen te verhogen door meer gewicht te dragen; veertig kilo of meer is geen uitzondering.*

de eerste keer op pad zijn. Dit heeft tot gevolg dat richtlijnen omtrent maximaal te dragen gewicht per persoon en minimumloon, zoals die elders worden gehanteerd, gemakkelijk kunnen worden ontdoken door de lokale touroperators. Waar vijf dollar per drager per dag een redelijk loon vormt voor dragers op de twee andere bergen, volstaan Tanzaniaanse touroperators vaak met drie dollar per dag. Draggers proberen hun inkomen te verhogen door meer gewicht te dragen; veertig kilo of meer is geen uitzondering. Op deze manier maken ze collega's werkeloos en zichzelf tot wrak. Door het lage dagsalaris wordt de afhankelijkheid van de fooien van toeristen groter, wat het gênante gebedel tegen het einde van de reis verklaart. Een ander nadelig gevolg van dit gebrek aan organisatie is de vaak onvolledige uitrusting van de dragers. Waar op Mount Kenia de dragers vele malen per jaar omhoog gaan en inmiddels via touroperators of klanten een uitrusting hebben opgebouwd, ontbreekt deze vaak geheel bij de Tanzaniaanse dragers.

De natuur en speciaal de vegetatie op de Afrikaanse bergen vormt voor menig toerist de reden voor de zware tocht naar boven. Van onder naar boven zijn respectievelijk regenwoud, reuzenheiden en zeldzame lobelia's en kruiskruiden te zien. Hoewel het toerisme door de inkomsten een belangrijke rol speelt in het behoud van de Nationale Parken van Afrika, vormt het – speciaal in het hooggebergte – ook een bedreiging. De enorme stroom toeristen en hun aanhang hebben op Kilimanjaro inmiddels een breed pad uitgesleten; hier

en daar gulen van een halve meter diep. Om de schade aan de vegetatie te beperken, moeten al regelmatig de routes worden verlegd. Draggers stropen daarnaast elke dag de berg af op zoek naar brandhout, om het eten voor zichzelf en de toeristen te koken en om de hutjes warm te stoken voor de nacht. Rond de hutten is inmiddels geen takje meer te vinden en met name rond de boomgrens verdwijnt elk jaar veel hout.

Touroperators die adverteren met een ecologisch verantwoorde reis zorgen vaak voor kerosinebranders, maar hierop wordt alleen het eten voor de toeristen bereid. De houtconsumptie is er nauwelijks minder op. Inmiddels is het hout op grote hoogte zo schaars dat zelfs de zeldzame kruiskruiden met wortel en al worden uitgegraven.



Dat het anders kan, bewijst het volledige kapverbod dat op de naburige Mount Kenia is ingesteld, hoewel ook daar nog regelmatig vuurtjes worden gemaakt. Het voornemen van TANAPA (Tanzania National Parks) om de drukke Marangu-route te ontlasten en het toerisme beter te spreiden over de berg, heeft waarschijnlijk ook elders averechtse gevolgen voor vegetatie en dieren.

Hoe kun je als reiziger voorkomen dat je bezoek aan Kilimanjaro en andere hoge bergen in de tropen bijdraagt aan vernietiging van de natuur en een onrechtvaardige behandeling van de lokale bevolking?

1 Ontbossing is het grootste probleem op deze bergen. Toerisme mag daaraan niet bijdragen.

Overleg vooraf met de touroperator in Nederland of in het land van bestemming op welke wijze er wordt gekookt. Benzine, kerosine of houtskool zijn goede alternatieven voor hout. Informeer ook hoe dit voor de dragers is geregeld.

- 2 Leave only footprints, take only pictures, de slagzin van vrijwel elk Nationaal Park in het westen zou ook hier moeten gelden. De Marangu-route staat beter bekend als de 'Coca Cola-route, en – gezien de rommel onderweg – niet ten onrechte.
- 3 Accepteer geen kinderen als dragers. Hiervoor wordt na enig aandringen altijd een oplossing gevonden. Overleg vooraf met de lokale touroperator welk aantal dragers benodigd is voor het gewicht dat naar boven moet. vijftien kilo per drager is op deze tocht acceptabel. Iedereen die het een dag zelf heeft gedragen, zal dit beamen.
- 4 Controleer bij vertrek de uitrusting van dragers en gidsen. Schoeisel, kleding, slaapzak en dekens moeten toereikend zijn voor deze tocht. Als er onvoldoende uitrusting meegaat, moet de touroperator daarvoor een oplossing aandragen.
- 5 Hoewel menig touroperator moeilijk informatie vrijgeeft, is het niet onredelijk te vragen naar de hoogte van de vergoeding voor dragers en gidsen. Aangezien het gaat om een, procentueel gezien, zeer klein gedeelte van de reissom is het altijd mogelijk het salaris voor gidsen en dragers zelf aan te vullen. Afspraken vooraf over de hoogte en verdeling van eventuele fooien voorkomen moeilijkheden op de berg.

## In het kort Nieuws, feiten en meningen

### Bewetoer heeft nieuwe voorzitter

Voormalig president-directeur van de KLM, Pieter Bouw, is benoemd tot voorzitter van Bewetoer, Stichting Bevordering van het Wetenschappelijk Onderzoek en Toerisme. Bewetoer werd zeven jaar geleden, in het Europees jaar van het Toerisme, opgericht. Het doel van de stichting is het bevorderen van wetenschappelijke onderbouwing van de toeristische sector in Nederland om daarmee de noodzakelijke professionalisering van

de bedrijfstak een extra stimulans te geven. Volgens Bewetoer is de toeristische sector nationaal en internationaal zo sterk gegroeid dat wetenschappelijke en arbeidsgerichte opleidingen noodzakelijk zijn. Op jaarbasis vormt toerisme voor Nederland een bron van inkomsten ter waarde van 40 miljard. De bedrijfstak zorgt verder voor de werkgelegenheid van ongeveer 280.000 mensen.

Bron: DIT nummer 4, 1997.

# Nationaal en regionaal toerisme in het Zuiden

Vertaling en redactie: Theo Noten

Regelmatig belanden er bij stichting Retour studies over internationaal toerisme op het bureau. Steeds vaker zien we dat deze studies de ontwikkelingen in het toerisme benaderen vanuit een perspectief van duurzame ontwikkeling. Van alle kanten, van studenten en stagiaires tot wro en vn, komen bijdragen die ertoe leiden dat er zich een visie op duurzaam toerisme ontwikkelt. We zullen in *Montezuma* aandacht gaan besteden aan studies die er positief uitspringen. Deze keer gaat het om een studie van Krishna Ghimire, 'Emerging Mass Tourism in the South, Reflections on the Social Opportunities and Costs of

**National and Regional Tourism in Developing Countries'. Deze studie verscheen onder nummer DP 85, bij het United Nations Research Institute for Social Development.**

Nationaal en regionaal massatoerisme in het Zuiden vormt in verschillende ontwikkelingslanden al een grote en groeiende industrie. Bedevaartsreizen, reizen ten behoeve van de gezondheid en familie- en vriendenbezoek hebben een lange traditie en daarbij zijn in sommige perioden grote groepen mensen betrokken.



Besakih-tempel op Bali.

Behalve bij de hoogste inkomensklasse is reizen puur als vrijetijdsbesteding pas zo'n dertig jaar geleden begonnen. Om te kunnen spreken van massatoerisme is het nodig dat ook de middenklasse en de bovenkant van de lagere inkomensklasse op vakantie gaan. Economische groei is dan ook een belangrijke factor in de ontwikkeling van toerisme. Met name in Zuid-Oost-Azië is de economische groei sterk. Verwacht wordt dat in het jaar 2000 een miljard Aziaten een behoorlijk besteedbaar inkomen hebben en zo'n vierhonderd miljoen Aziaten evenveel te besteden hebben als de gemiddelde West-Europeanen en Noord-Amerikanen. Ook in verschillende Latijns-Amerikaanse landen zijn de economische vooruitzichten positief. Wat betekent dit voor de ontwikkeling van het toerisme en wat zijn de gevolgen hiervan voor de landen en hun bevolking?

### Desastreuze gevolgen

Wanneer het nationaal en regionaal toerisme in het Zuiden zich op dezelfde manier zou ontwikkelen als het massatoerisme vanuit het Noorden, dan zou dit desastreuze gevolgen kunnen hebben.

In 1990 reisden in China zo'n 280 miljoen Chinezen, samen goed voor een opbrengst van 3,5 miljard dollar, terwijl in 1991 12,4 miljoen buitenlanders China bezochten en voor 2,8 miljard dollar verteerden. Voor India geldt dat inkomsten uit het toerisme in eigen land twee tot drie keer zo hoog geschat worden als die van het internationale toerisme. Hoewel precieze cijfers niet bekend zijn, is in heel Zuid-Oost-Azië het aantal nationale en regionale toeristen sterk gestegen, wat vooral toegeschreven wordt aan de sterke economische groei van de regio en een toegenomen invloed van westerse gewoonten, waarvan op vakantie gaan er een van is. In Afrika en vooral in Zuid-Afrika is het nationale en regionale toerisme sterk gegroeid. Na beëindiging van de apartheid zijn ook zwarten, voornamelijk middle class, gaan reizen. In 1995 zouden in Zuid-Afrika 7,9 miljoen toeristen uit eigen land onderweg zijn geweest en 4,2 miljoen internationale bezoekers. Voor Brazilië geldt dat meer dan 58% van de bezoekers in 1993 uit Latijns Amerika kwam. De WTO heeft cijfers aangeleverd over grensoverschrijdend toerisme in de verschillende regio's. Deze laten zien dat er zich een flinke stroom toeristen beweegt tussen ontwikkelingslanden onderling in de verschillende regio's.

Stel dat er nog een miljard mensen uit het Zuiden bij de al aanwezig toeristen uit het Noorden komt. Deze mensen gaan zich vervolgens op dezelfde 'westerse' wijze gedragen in hun vrijetijdsbesteding en consumptiepatroon. De bouw van hotels, vliegvelden en vakantiecentra zou ontwikkelingslanden dan nog afhankelijker maken van kapitaal, technologie en dienstverlening uit het buitenland. Bovendien kan dit soort kostbare toerismeontwikkeling ertoe leiden dat regeringen minder geld te besteden hebben voor gezondheids- en onderwijsprogramma's of voor andere sociale voorzieningen.

### Is er verschil?

Hoe zit het met het gedrag, de houding en de zienswijze van de Zuidelijke toeristen? Is reizen uitrusten, een vlucht uit het alledaagse leven of is het een manier om zichzelf te ontwikkelen en anderen te leren kennen? Hebben ze begrip en respect voor de lokale gemeenschappen en hun cultuur, of doen ze mee aan de verspreiding van 'westerse' cultuur? Wat is hun houding ten opzichte van prostitutie, het gebruik van drugs en alcohol? Maken ze zich zorgen over een gelijke verdeling van de inkomsten uit het toerisme voor de lokale bevolking? Geven ze zich rekenschap van hoe ze reizen, overnachten, eten en drinken, en welke gevolgen dit heeft voor het milieu of de manier van leven van de lokale bevolking?

Mochten toeristen afkomstig uit het Zuiden niet verschillen van hun collega's uit het Noorden, dan zal massatoerisme uit eigen land en de regio in het Zuiden waarschijnlijk gepaard gaan met veel blijvend pijnlijke sociale gevolgen. Omdat er te weinig over bekend is, kunnen er geen duidelijke antwoorden gegeven worden op bovenstaande vragen. Maar een kritische beschouwing en goed onderzoek op lokaal, nationaal en regionaal niveau is noodzakelijk.

### Heeft duurzaam toerisme een kans?

Nationaal en regionaal toerisme zijn in de meeste ontwikkelingslanden relatief nieuwe fenomenen. Het zou interessant zijn na te gaan of men in de ontwikkeling van deze vormen van toerisme leren kan trekken uit de negatieve gevolgen die



worden veroorzaakt door het internationale toerisme. Tegelijkertijd zouden de zich voordoende economische mogelijkheden optimaal uitgebuit moeten worden. Zouden bijvoorbeeld nationaal en regionaal toerisme in het Zuiden zich meer zelfvoorzienend kunnen ontwikkelen, gebruikmakend van lokaal materiaal en lokale arbeidskrachten, en daarmee nieuwe werkgelegenheid en inkomstenbronnen scheppend? Zijn er reële vooruitzichten op een gelijkwaardiger verdeling van de toegenomen inkomsten en kosten, verdeeld over regio's en bevolkingsgroepen? Hoe zouden lokale, traditionele landrechten, culturele diversiteit en ecologische beheerssystemen beschermd kunnen worden?

Toerisme in eigen land en in de regio doet in het Zuiden opgang in een tijd dat er door deskundigen op internationaal niveau gediscussieerd wordt over de vraag hoe het aantal bezoekers moet worden verminderd om de negatieve sociaal-culturele invloeden en milieu-invloeden van het toerisme te minimaliseren. Hierbij komt het erop

neer minder, maar rijkere toeristen te trekken. Voor het merendeel van de nationale en regionale toeristen geldt echter dat hun besteedbare inkomen op geen enkele manier te vergelijken is met dat van toeristen afkomstig uit rijke, geïndustrialiseerde landen. Tegelijkertijd gaat het om relatief grote aantallen mensen, waarvan het doen en laten zeer moeilijk te controleren is. Bovendien is het politiek gezien ondoenlijk. De betrokkenheid van een grote hoeveelheid mensen is in tegenpraak met het idee achter duurzaam toerisme.

Het concept duurzaam toerisme is tot nu toe in de eerste plaats gebruikt in relatie tot het milieu. In de praktijk is het weinig toegepast als het gaat om de ontwikkeling van gedetailleerde toerismeplannen, investeringsbeleid en promotie en marketingactiviteiten door overheden, internationale fondsen en ondernemingen. Het wordt wel gebruikt als een marketinginstrument om een toeristische activiteit als 'nieuw' te kunnen aanprijzen, zoals bijvoorbeeld in vormen van toerisme die aangeboden worden als 'groen' of 'eco'.



Bord met daarop de ontwikkeling van Kuta-beach, een voorbeeld van een grootschalige toerismeontwikkeling in het Zuiden.

### Participatie in toerisme; een voorwaarde voor ontwikkeling

Over het algemeen worden toeristische projecten geleid door een onevenwichtige nadruk op economische opbrengsten van de kant van ondernemers. Bijzondere landschappen en cultuur worden verkocht, gebruikmakend van goedkope arbeid en hulpbronnen plus gunstige financiële voorwaarden van regeringszijde. Ook regeringen in het Zuiden houden daarbij vooral het economische belang in het oog.

De overheid en de daaraan geassocieerde sociale organisaties moeten een belangrijke rol spelen bij het corrigeren van de krachten in de markt ten behoeve van een groter sociaal voordeel. Recente toerismebeleidsstukken wereldwijd, gestimuleerd door geldverschaffende instanties, donorlanden en organen van de Verenigde Naties, benadrukken echter een privatisering van de industrie, een grotere rol voor de private sector en een terugtrekking van de overheid. De vraag is dan in hoeverre onderwerpen als arbeidsvoorwaarden, consumentengedrag, bewustwordingscampagnes, duurzaam landgebruik en bescherming van cultuur en milieu door de private sector naar behoren behartigd kunnen worden. Ongecontroleerde marktwerking en uitbreiding leiden vaak tot sociale ongelijkheid en economisch ongunstige omstandigheden op lokaal niveau.

De overheid zou op zijn minst moeten proberen het nationale en het regionale toerisme beter in andere sectoren van de economie te integreren. Idealiter zouden lokaal gecontroleerde, kleinschalige toerisme-initiatieven, gebaseerd op lokale hulpbronnen en deskundigheid, prioriteit moeten hebben en gesteund moeten worden door de overheid en het bedrijfsleven. Dit veronderstelt een nieuw concept van 'participerend toerisme', waarbij lokale gemeenschappen meer te zeggen hebben bij beslissingen die hun aangaan en meer profiteren van de opbrengsten uit het toerisme. Uiteindelijk gaat het er voor lokale gemeenschappen om dat toerisme-activiteiten leiden tot betere levensomstandigheden, een betere relatie met het milieu en een versterking van de sociale structuur.

In hoeverre een dergelijke strategie haalbaar is onder de huidige omstandigheden – economische liberalisering en globalisering – is moeilijk te zeggen. Maar de ontwikkeling van nationaal en regionaal toerisme in het Zuiden lijkt enkele nieuwe voordelen te bieden voor overheden, ondernemingen en lokale gemeenschappen in deze landen, die niet over het hoofd gezien mogen worden. Om de sociale mogelijkheden van dit proces te benutten is het noodzakelijk dat daarop gericht beleid en bijbehorende organisaties opgezet worden en dat er directe initiatieven genomen worden door de betrokkenen.

## In het kort Nieuws, feiten en meningen

### Air Miles in beweging

De ANVR heeft het contract opgezegd met Air Miles-exploitant Loyalty Management. Er kunnen bij ANVR-reisbureaus geen reizen meer 'betaald worden' worden met Air Miles. Redenen daarvoor zijn het uiterst geringe aantal boekingen die gedaan zijn in 1996 (1133), het ontbreken van enige 'spin off' en de hoeveelheid energie die het allemaal kost.

Volgens de ANVR kan die energie beter gestoken worden in activiteiten die wel geld opleveren. De ervaring is bovendien dat boekingen van KLM-tickets met Air Miles, die overigens wel goed lopen, niet via reisbureaus geboekt worden maar via Loyalty Management.

Tegelijkertijd heeft ook de KLM besloten voor de meeste touroperators die pakketreizen met KLM-vliegtuigen verkopen, de deelname aan het Air Miles-spaarsysteem te beëindigen. Van de Air Miles is niet zo'n stimulans uitgegaan voor de verkoop van dergelijke reizen, dat de daarmee gepaard gaande kosten en investeringen gerechtvaardigd kunnen worden. KLM kijkt wel of het mogelijk is Air Miles op een andere manier in te zetten.

Center Parcs heeft inmiddels ook het contract met Air Miles opgezegd. Het gaat zo goed met de bungalowparken dat men bang is Air Miles-spaarders te moeten teleurstellen omdat er geen plek is.

Bron: TMM nr. 7, 1997; DIT nr. 6, 1997.

### De hoge kosten van sekstoerisme

Tobago komt er snel achter dat seks – de vierde dimensie van de toeristenindustrie die al zon, zee en strand verkopen – een hoge prijs vraagt. Medici geven toerisme en promiscuïteit de schuld voor de snelle toename van aids in Tobago, een eiland dat zich aanbiedt als een alternatief voor de traditionele vakantieoord in het Caribisch gebied. Ondanks de hoge infectiegraad met hiv op het buureiland Trinidad, werd Tobago lang gespaard voor de aids-vloek. Terwijl Tobago maar een paar gevallen van aids kende tot 1990, was aids al de derde doodsoorzaak voor mannen tussen de 25 en 34 jaar in Trinidad.

Nu is in vrijwel elk dorp op Tobago minstens één persoon seropositief. In de periode van 1990 tot 1996 blijken 218 personen (meestal mannen) seropositief, 90 personen overleden aan aids. Deze cijfers tonen nog niet het complete beeld. Mensen die ervoor kiezen te worden getest in de privé-klinieken van Trinidad zijn niet opgenomen. Deze gegevens werden vrijgegeven na een recente conferentie over jeugd, familie, geestelijke gezondheid en aids, georganiseerd na de dood van een 14-jarig meisje dat bekende seks te hebben gehad met meer dan 30 mannen met een leeftijd tussen de 19 en 29 jaar.

Dr. Mentor Melville, County Medical Officer of Health, schrijft de dramatische toename van hiv-infectie toe aan de opkomst van sekstoerisme, en de prostitutie en pornografie die het vergezellen. County Health Visitor Margaret Wright beweert dat de cultuur van Tobago de oorzaak is. Ze maakt duidelijk dat het heel normaal is voor mannen uit Tobago om twee of drie vrouwen te hebben. Daarnaast ze verwijt oudere mannen dat deze de toename van de ziekte toeschrijven aan voodoo.

Voorals toeristen uit Europa en Noord-Amerika komen voor seks naar Tobago, lekker gemaakt door een speciale aanbieding van de touroperator, waarbij de 'service' van een lokale man of vrouw is inbegrepen. Door het belang van de toeristenindustrie en de seksuele promiscuïteit op het eiland is een ramp te voorzien. Geld om patiënten te behandelen, is er niet; de meesten sterven binnen een jaar na de diagnose. Melville en Wright benadrukken het belang van gedragsverandering. Educatie werkt niet; alleen wanneer bewoners worden geconfronteerd met aids-patiënten is dat te bewerkstelligen.

*Bron: Contours, juni 1997.*

### Strijd tegen hotelproject in India

De stam van de Moorkal, behorende tot de Indische oervolkeren Adivasi, hebben in december 1996 de Taj-hotelketen aangeklaagd wegens overtreding van de gebruiks- en beschermbestemming van hun woongebied in Nagarhole Nationaal Park. Op 20 januari 1997 verklaarde het opperste gerecht van de

deelstaat Karnataka de concessie voor de Taj-groep onwettig en ongeldig en veroordeelde de hotelketen tot een onmiddellijke bouwstop en een schadevergoeding van tienduizend roepies aan de eiser. Het oordeel werd door de leiders van Adivasi als een historische beslissing gezien in hun strijd om gebruiksrecht en recht op zelfbestemming in hun woongebied.

De Taj-groep plande de bouw van een luxueuze ecolodge in het dorpje Murukal en had van de Regering van Karnatakas toestemming gekregen. De hotelketen wil tegen de uitspraak in hoger beroep gaan. Achtergrond van het conflict is de volledig onduidelijke status van de oervolken in Natuurrezervaten. Het Nagarhole Park is een van de zeven beschermde gebieden die vanaf 1997 ontwikkeld moeten worden in het kader van een 67 miljoen dollar kostend ecodevelopmentproject van het GEF (Milieufonds van de Wereldbank). De rond zeventuizend in het Nagarhole Park levende Adivasi worden door gedwongen verhuizing bedreigd, waarbij noch de Wereldbank, noch lokale autoriteiten antwoord geven op vragen over de voorwaarden en schadevergoedingen. Het conflict spitste zich toe toen de Taj-groep hun hotel, in het kader van het ecotoerismeproject, in het natuurrezervaat ging bouwen. Daarmee werd de commerciële benutting van het beschermde gebied ingeluid, zonder dat de daar wonende bevolking een garantie kreeg voor de eigen bestaansvoorwaarden.

Sinds september 1996 kwamen Advasi uit heel Zuid-India in verzet tegen de hotelbouw en verviervoudigde hun geweldloos protest. Uiteindelijk verschenen ze met drieduizend handtekeningen voor het hoogste gerecht van de deelstaat, dat hen uiteindelijk gelijk gaf. 'Nagarhole' is ons geboorteland, verklaarden de Adivasi na het gerechtsoordeel. Wanneer nodig gaan ze door tot het hoogste gerechtshof van India, om tegen het onwettig gebruik van hun land door het ontwikkelingsproject van de Wereldbank te protesteren.

*Bron: Times of India, 21-1-1997; Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung, april 1997; Tourism in Focus, voorjaar 1997.*

### Europese parken op zijn Amerikaans

In de Verenigde Staten kan men als toerist vanuit Europa en via een Nederlandse touroperator een georganiseerde rondreis maken langs de nationale parken. In Europa is zoiets niet mogelijk, terwijl de afstanden tussen de Amerikaanse parken onderling veel groter zijn dan de afstanden tussen de parken in Europa. Dit komt voornamelijk doordat in Europa ieder land zijn eigen natuurbeleid en zijn eigen ideeën over nationale parken heeft. Het Wereld Natuur Fonds werkt aan een plan om een netwerk van nationale parken te creëren, waar duurzame vormen van toerisme mogelijk zijn afgestemd op de kwetsbaarheid van

de parken. Als parkbeheerders en reisorganisaties er in slagen duurzaam beheer van een gebied te combineren met toeristische activiteiten, zouden zij wel eens de kip met de gouden eieren in handen kunnen hebben. In alle landen van Europa zijn er nationale parken en landschappen van uitzonderlijke schoonheid die in een dergelijk netwerk zouden passen.

Een voorbeeld vormen de Schotse Hooglanden tussen Edinburgh en Inverness: een woest landschap waar men zich in de tijd van de ridders van de Ronde Tafel waant en moet vrezen voor opduikende draken. Voor de inwoners van die hooglanden is werkeloosheid echter de grootste bedreiging. Zo werkte tot voor kort van de vierhonderd inwoners van Stretsheshtry een op de tien mensen in de bosbouw. Nu werkt daar niemand meer. De mensen hebben de koppen bij elkaar gestoken en gekeken naar de mogelijkheden die toerisme biedt. Er is een uitgebreid beheersplan gemaakt dat voorziet in duurzaam beheer van het gebied in combinatie met toeristische activiteiten. Trainingen in duurzaam bosbeheer worden opgezet, maar ook mogelijkheden voor overnachting, mountain biking en bergwandelen. Als de overheid de grondrechten tegen een redelijke prijs wil verkopen aan de lokale gemeenschap, zou hier wel eens een bijzonder gebied kunnen ontstaan met een heel eigen vorm van duurzaam toerisme.

*Bron: Panda, uitgave WNF, zomer 1997.*

### Wro in gesprek met toerismecritici

Op het hoofdkantoor van de WTO (World Tourism Organisation) in Madrid kwamen vertegenwoordigers van TEN, een internationaal netwerk van organisaties die kritisch staan tegenover toerisme, bij elkaar met vertegenwoordigers van de WTO, een organisatie behorend bij de VN. Francesco Frangialli, de nieuwe secretaris-generaal van de WTO, en TEN-leden discussieerden over de negatieve gevolgen van het toerisme en mogelijke oplossingen daarvoor. Beide organisaties kwamen overeen in de toekomst inhoudelijk nauwer samen te werken. TEN legde er vooral de nadruk op dat de bevolking in bestemmingsgebieden nauw betrokken moest zijn bij het besluitvormingsproces en moest kunnen meebeslissen. Ook zou er meer gelet moeten worden op en maatregelen genomen tegen landen die zich schuldig maken aan schendingen van mensenrechten.

Beide partijen waren het erover eens dat er meer gelet moet worden op de sociale gevolgen van het toerisme, en ook de bescherming van het milieu zou meer ter hand genomen moeten worden. Waarbij Frangialli niet het sterk groeiend vliegverkeer, maar een verbetering van de infrastructuur het belangrijkste achtte.

Als eerste gezamenlijke actie bood de WTO de TEN-leden aan een Wereldwijde Gedragscode voor het Toerisme te ontwikkelen. Criteria hiervoor, die al door TEN-leden en andere organisaties ontwikkeld zijn, kunnen hierdoor ondergebracht worden in een officieel document.

Ter gelegenheid van deze bijeenkomst en vooral om het contact met de WTO te verstevigen had TEN zijn jaarlijkse vergadering in Madrid gepland. TEN bestaat uit organisaties afkomstig uit Duitsland, Zwitserland, Frankrijk, Engeland, Italië, België en Nederland, waaronder stichting Retour.

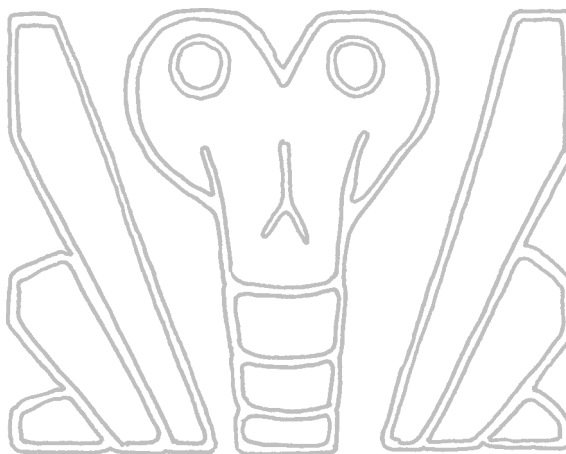
*Bron: Retour.*

### Wereldbank neemt het op voor oervis

Toen in 1938 bij de Comoren, een Oost-Afrikaanse eilandengroep, bij toeval een kwastvinnige werd gevangen – een vis die eigenlijk al zestig miljoen jaar geleden uitgestorven had moeten zijn – was dat een regelrechte sensatie. De Comorenkwastvinnige (of coelacanth) is een vis die twee meter lang kan worden en op tweehonderd meter diepte door het water 'wandelt'. Hij wordt beschouwd als de directe voorloper van de eerste vissen die aan land gingen.

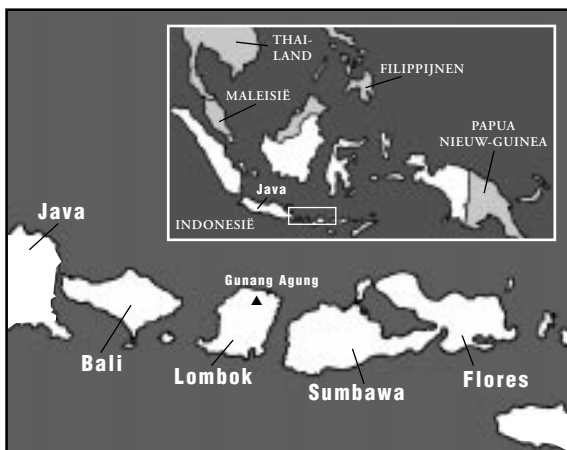
De vis bleek bij de lokale vissers al langer bekend te zijn. Toen musea en aquaria over de hele wereld belangstelling begonnen te krijgen, ontstond er met name op de Comoren een levendige handel. Om te voorkomen dat de populariteit de vis fataal wordt, heeft de Wereldbank ingegrepen. Zo worden lokale vissers gesteund bij het vangen van andere vissen en is er een bezoekerscentrum gebouwd waar toeristen via een tv-camera op tweehonderd meter diepte de verrichtingen van de oervissen op een tv-scherm kunnen volgen.

*Bron: Grasduinen, augustus 1997.*



# Verantwoord op reis met Multatuli Travel

Marc Broere



**Multatuli Travel is de eerste touroperator in Nederland die verantwoord toerisme echt als leidraad bij zijn reizen heeft. De organisatie werkt onder andere samen met partnerorganisaties van de Novib. Hoe ziet zo'n verantwoorde reis er in de praktijk uit? Journalist Marc Broere reisde mee naar Bali, Lombok, Sumbawa, Rinca en Flores, en doet een persoonlijk verslag. Op verzoek van de redactie zijn de namen van andere touroperators dan die van Multatuli Travel weggelaten.**

De bewoners van het dorpje hebben het bord met trots in de grond gepland: Bentak Village Homestay 1. De nummering duidt aan dat het waarschijnlijk niet bij deze ene homestay zal blijven. Het zal de tweede of derde keer zijn dat een groep van Multatuli Travel blijft overnachten. Eigenlijk doet het huis in het dagelijks leven dienst als kantoor en woning van de lokale NGO (Non-Gouvernementele Organisatie) die tal van activiteiten in de omgeving heeft en vroeger door het Nederlandse Hivos werd ondersteund. De voorzitter van de NGO heeft geleerd hoe hij de Nederlandse en Belgische toeristen moet ontvangen, namelijk met verse kokosnoten die als een ei zijn opengetikt en

waaruit een rietje prijkt. Als de groep nog niet gewonnen is met het tropische drankje en de uitgebreide traditionele lunch die door de vrouwen uit het dorp is gemaakt, dan gebeurt dat wel tijdens de middagwandeling. De lokale gids voert de toeristen over paradijselijke akkers, waarbij hij vertelt over de activiteiten van de ontwikkelingsorganisatie.

Met hulp van de NGO heeft de bevolking uit het dorp zich georganiseerd. Men verbouwt rijst, tabak, pinda's en cashewnoten. Een deel is voor eigen opbrengst, de rest wordt verkocht. Voor wie wil is er ook gelegenheid om te zwemmen of pootje te baden bij een natuurlijke bron. Na de wandeling is het uitblazen op een binnenplaats en rustig keuvelen met de lokale bevolking. De Indonesische man heeft er al snel spijt van dat hij de sigaar die ik hem aanbied, heeft aangenomen en opgestoken, maar moet hem wel oproken om geen gezichtsverlies te leiden. Hij probeert me terug te pakken met een soort pruimtabak waarvan je mond en tanden helemaal rood worden. Ik weet me nog net te redden door te zeggen dat het vanuit de Nederlandse cultuur gezien een belediging is als de Nederlandse reisleidster het niet als eerste proeft. Arme Judith, die tijdens de wandeling ook al een bloem van een jongen uit het dorp kreeg; een teken dat hij haar aardig vindt en graag met haar zou willen trouwen. Het wordt een gezellige avond. Er is een levendig contact tussen de groep en de lokale bevolking die tot in de late uurtjes doorgaat. Ondertussen wordt er rijkelijk van de rijstwijjn geschonken. Indonesiërs horen over de Nederlandse en Belgische cultuur en vice versa. Culturele uitwisseling verbreedert, dat is wel duidelijk. Zelfs het onvermijdelijke MTV, de favoriete televisiezender die in bijna iedere Indonesische woonkamer – ja zelfs op de meest

afgelegen plaatsen – aanstaat, wordt op een gegeven ogenblik uitgezet.

Tot voor kort was het logeren in dorpjes in derdewereldlanden en het bezoeken van projecten van lokale ontwikkelingsorganisaties eigenlijk alleen maar voorbehouden aan een handjevol journalisten die in dit soort onderwerpen gespecialiseerd zijn. Ik heb me dan ook altijd een bevoorrecht mens gevoeld. ‘Wat zijn jullie toch een ongelooflijke goudhaantjes,’ zei een ontwikkelingswerker eens tegen me. Maar nu is Multatuli Travel de eerste Nederlandse touroperator die aan kleine groepen van tussen de acht en zestien toeristen dezelfde mogelijkheid biedt.

Multatuli Travel werd in 1993 opgezet door Freek ten Broeke, voormalig medewerker van Artsen zonder Grenzen. De werkwijze is ontleend aan die van de stichting Max Havelaar. Deze

*‘Wat zijn jullie toch een ongelooflijke goudhaantjes,’ zei een ontwikkelingswerker eens tegen me.*

koopt koffie rechtstreeks bij de kleine boeren in, zodat die er een eerlijke prijs voor krijgen. Het uitgangspunt van de organisatie is ‘Beyond the Green Horizon’; een tekst van het Wereld Natuur Fonds.

Volgens dit stuk moeten de bestedingen van de toerist zo veel mogelijk ten goede komen aan de lokale economie en dient de reiziger respect te tonen voor de normen en waarden van het gastgebied. Mensen die met Multatuli Travel op vakantie gaan, verblijven veelvuldig in gastgezinnen, maken alleen gebruik van restaurants en hotels die gerund worden door de lokale bevolking, bezoeken kleinschalige ontwikkelingsprojecten waar telkens een donatie wordt achtergelaten die al in de reissom zit inbegrepen, en kopen hun souvenirs direct bij de makers in hun atelier.

Wat dit betreft verschilt de organisatie van alle andere touroperators, zoals tijdens de reis ook duidelijk uit de praktijk zou blijken. De organisatie heeft reizen naar Indonesië, de Filippijnen, Nepal, Ecuador, Peru, Bolivia en Zuid-Afrika, en werkt onder meer samen met partnerorganisaties van de Novib.

Het eiland waar we op de 24-daagse reis het langst verblijven, Lombok, vertoont alle kenmerken van de negatieve kanten van het toerisme naar derdewereldlanden, maar ook van de mogelijkheden die kleinschalig en verantwoord toerisme biedt.

Onder het toezien van de Gunang Agung – de fameuze vulkaan op Bali die over de schouder op Lombok meekijkt – worden overal toeristische paradijzen uit de grond gestampt. Dit alles gaat duidelijk ten koste van de lokale bevolking. Op verschillende plaatsen zijn de vissers van hun land gejaagd, omdat er grote hotels moesten verrijzen. De ontwikkeling van het grootschalige toerisme gaat bijna volledig voorbij aan de lokale bevolking. Bijna alles is in handen van westerse multinationals of van Chinese ondernemers of Javanen uit de machts-kliek rondom president Suharto. Op Lombok werkt Multatuli Travel samen met de FSDR, een koepel-

organisatie van vijftig NGO's die op Lombok en Sumbawa actief zijn. De FSDR accepteert dat toerisme naar Lombok een niet te stuiten ontwikkeling is, maar probeert deze in dusdanige banen te leiden dat de lokale bevolking er ook iets aan verdient. Verschillende lidorganisaties hebben aangegeven best groepen toeristen te willen ontvangen, omdat het een welkome aanvulling op hun inkomen is. Deze organisaties, veelal op prachtige plekken buiten de geijkte toeristische paden, worden op de reis van Multatuli Travel dan ook bezocht en ze hebben een programma voor de vakantiegangers in elkaar gezet.

Daarnaast siert het Multatuli Travel dat ze de toeristen ook eerlijke informatie geven over de schaduwkanten van het toerisme naar Lombok. In de meeste tropische landen hebben de toeristen geen weet van deze schaduwkanten. Ze hebben er geen idee van wat en wie er hebben moeten wijken voor de hotels, wat de golfbanen voor druk uitoefenen op de toch al schaarse watervoorzieningen in het land, wat de arbeidsomstandigheden zijn voor het personeel in het vijfsterrenhotel en hoezeer de zogenaamd alternatieve reisorganisatie heeft afgedongen tot een bodemprijs bij de lokale horeca-ondernemers. Op deze

reis krijgen we voortdurend te horen wat de mogelijkheden voor de lokale bevolking van verantwoord toerisme zijn, maar ook tot welke toestanden de komst van de toeristen heeft geleid.

Dat toerisme en armoedebestrijding hand in hand kunnen gaan, mits het verantwoord wordt gedaan, blijkt uit verschillende voorbeelden tijdens de reis. Zo bezoeken we Boengin-eiland, een klein eilandje met vijftienhonderd inwoners voor de kust van Sumbawa. Boengin is uniek omdat het volledig op dood koraal is gebouwd. Iedere keer als twee mensen trouwen moeten ze een huis bouwen op een stuk dood koraal dat uit de zee wordt gehaald, waardoor het eiland telkens een stukje groter wordt. Daarnaast wonen er volgens de overlevering alleen maar mooie vrouwen op het eiland. Het geheim van hun schoonheid is een geel mengsel van rijst en gemberwortel dat de vrouwen op hun gezicht smeren. Wie met deze hooggespannen verwachtingen een kijkje op het eiland neemt, komt zeker niet bedrogen uit.

Natuurlijk trekt dit imago toeristen aan die het zelf willen zien. Het aantal is vooralsnog niet schrikbarend hoog omdat Boengin-eiland nog niet door de Lonely Planet is ontdekt. Anders zou er wel eens een invasie op gang kunnen komen.

Maar toch hebben verschillende touroperators een kort bezoek aan het eiland in hun programma opgenomen. Op het moment dat wij er naartoe gaan, komt er net een groep van een andere Nederlandse touroperator terug, die twee uur op het eiland is geweest. De bewoners van Boengin ergeren zich echter groen en geel aan dit soort groepen omdat ze zich kort aan de geheimen van het eiland vergapen zonder ook maar een cent achter te laten. Vandaar dat ze zich tot de FSDR hebben gewend die in samenwerking met Multatuli Travel nu een overnachting op Boengin in de reis heeft ingelast. Multatuli Travel betaalt de gastgezinnen voor de overnachtingen en het eten, evenals de lokale gidsen die ons met een bootje een mangrove-eiland laten zien en daarbij het belang van



Toeristen met hun shampoo in een warme bron.

mangrove voor het ecosysteem uitleggen. Daarnaast wordt er een donatie achtergelaten, in dit geval voor de bouw van een hygiënisch openbaar toilet, bepaald geen overbodige luxe op het eiland.

Ook in andere dorpen, zoals een traditioneel Sasak-dorp aan de voet van de Rinjadi op Lombok, wordt een deel van de donatie gebruikt voor een openbaar toilet. Het andere deel is gebruikt voor de aanschaf van attributen om expedities naar de top van de Rinjadi uit te rusten. Ook zonder een groep van Multatuli Travel hebben de bewoners zo de gelegenheid om iets aan het toenemende toerisme naar de op twee na hoogste vulkaan van Indonesië te verdienen.

Soms is de relatie ook meer politiek getint. Op Lombok overnachten we twee dagen in traditionele Sasak-huizen bij de familie Suwetomo. Mevrouw Suwetomo staat aan het hoofd van een NGO die op heel Lombok actief is en die activiteiten financiert op het gebied van gezondheidszorg, landbouw en onderwijs. Haar man is politicus van de Democratische Partij die oppositie

voert tegen het beleid van president Suharto. Hier levert het bezoek zowel geld voor de NGO op als een politiek gebaar om de oppositie een hart onder de riem te steken. En zo zijn er nog meer voorbeelden te geven, zoals Bali waar we een dag op sleeptouw worden genomen door Mitra Bali. Deze organisatie ondersteunt onder andere lokale kunstenaars en zorgt ervoor dat ze naast de lokale toeristenmarkt ook kunnen verkopen aan Fair Trade-organisaties in het westen. Zo kunnen de spullen uit het atelier van de man die we bezoeken ook worden gekocht in een Nederlandse Wereldwinkel.

Een heel bijzonder project is de Sea World Club in Maumere op het eiland Flores. Maumere werd in 1992 getroffen door een zware aardbeving. Toch is lang niet alles verloren gegaan van de legendarische onderwatertuinen die gelden als een van de beste snorkelparadijzen ter wereld. De Sea World Club ziet er aan de buitenkant uit als het prototype van een luxe vakantieoord met hotelletjes op het strand, een chique restaurant en



Pater Heinrich Bolle leidt toeristen rond bij een van zijn projecten.





Strandhuisjes op het strand van de Sea World Club.

mogelijkheden tot de verhuur van snorkel- en andere watersportattributen. Toch is de Sea World Club geen gewoon toeristisch onderkomen. De club is namelijk eigendom van een lokale ontwikkelingsorganisatie. Een derde van de opbrengsten uit het toerisme gaat naar andere projecten van de organisatie, zoals een vijftal kindertehuizen. Over twee jaar hoopt men dat de helft van de opbrengsten uit de Sea World Club naar de verschillende projecten gaat. Nu is een deel nog nodig voor nieuwe investeringen om nog meer toeristen te krijgen. De Sea World Club werkt alleen met lokaal personeel, en kansarme jongeren kunnen er een opleiding krijgen om later in de toerisbranche te gaan werken. Op dit moment heeft de Sea World Club al een bezetting van zesduizend overnachtingen per jaar.

Pater Heinrich Bollen, die vanaf het begin bij de club betrokken is, vertelde dat toeristen vaak geïnteresseerd zijn in de sociale doelen van de Sea World Club. Hij neemt ze dan mee naar de andere projecten van de organisatie. ‘We hebben

gemerkt dat toeristen vaak met een positievere houding jegens ontwikkelingssamenwerking naar huis gaan,’ zei de Duitse pater.

Maar naast de projecten en het opgaan in het dagelijkse Indonesische leven, waren er natuurlijk ook de ‘gewone’ toeristische trekpleisters: de Komodo-varaan, de zonsopkomst bij de Kelemutu met z’n drie kratermeren in verschillende kleuren, de Besakih-tempel op Bali en de Rinjadi. Voor mij was het pas de derde keer dat ik echt op vakantie ben gegaan en het toerisme aan den lijve ondervond. Vroeger gingen we thuis nooit op vakantie omdat mijn vader kapitein-eigenaar van een zeeschip was en de kinderen tijdens vakanties altijd als ketelbinkie moesten werken aan boord. Daarom zagen we altijd net iets meer en ook iets anders van de wereld dan onze jaloerse klasgenoten. Later hadden de grote reizen naar Afrika en Indonesië allemaal een journalistiek karakter waardoor ik me al helemaal ‘verheven’ voelde boven de gewone toerist. Onderduiken in de wereld

van het toerisme was een aparte gewaarwording. Er was amusante verbazing over de rangen en standen van het reizen. Zo was duidelijk te zien dat de back-packers zichzelf een categorie hoger inschalen dan de groepstoerist. Een groep back-packers op een boot klit bij elkaar – en vertoont daarbij overigens wel degelijk groepsgedrag – laat aan hun lichaamstaal en gedrag duidelijk merken dat ze neerkijkt op de toeristen die met een georganiseerde reis op weg zijn. Natuurlijk heeft het iets avontuurlijks om zelfstandig met de Lonely Planet de wereld te verkennen, maar aan de andere kant ben ik tijdens deze reis en ook in Afrika te veel back-packers tegengekomen die er te verlopen en in te gore en afgedankte kleding blijken. Dan toon je weinig respect voor de cultuur van een land, zeker omdat het juist in Indonesië de gewoonte is om een ‘mandi’ (wasbeurt) te nemen voordat je aan tafel gaat. Daarnaast levert het de lokale economie ook weinig op als er zelfs in de goedkoopste lokale restaurantjes door de back-packers op ieder korreltje rijst wordt afgedongen.

En dan de groepsreizen. Ook hier heb ik soms met stijgende verbazing naar gekeken. Hoe meer ik er tegenkwam, hoe meer het me opviel dat Multatuli Travel echt fundamenteel anders werkt dan de rest. Neem bijvoorbeeld een Nederlandse groep die het traditionele dorp Bena op Flores bezoekt. Omdat het een goedkope reis is, trekt deze snelgroeïende reisorganisatie kennelijk de toeristen aan die enkele jaren geleden nog naar Benidorm gingen.

Jongens met matjes in hun nek en gevaarlijk uitzierende tatoeages, meisjes in ultrakorte minirokjes en opzichtig geblondeerde krullen, die na verveeld door het unieke dorpje te hebben

gelopen het erover eens zijn dat ‘hier geen klote te beleven is’. Of de groep van een andere reisorganisatie die tijdens het eten in een Indonesisch restaurant een levendig tafelgesprek voert over de vraag waar je nu op zaterdag het beste je auto kunt wassen; gewoon op straat voor de deur of in een speciale autowasserij. Vervelender wordt het als er na de nodige glazen opeens uit volle borst ‘Leo, je bent vannacht weer dronken geweest’ wordt gezongen. En ik maar denken dat dit gedrag alleen aan Duitsers was voorbehouden. Het absolute dieptepunt was een ontmoeting met een andere Nederlandse touroperator, die zich in de media probeert te profileren als een organisatie die ‘verantwoord’ opereert. Een van de attracties op Flores zijn de warmwaterbronnen van Soa. Het water komt van de Injeri-vulkaan en heeft volgens de Indonesiërs vanwege de zwavel een geneeskrachtige werking. Wij werden goed geïnstrueerd: draag een doek of sarong over je zwempak en gedraag je een beetje bedeesd, omdat het voor de Indonesiërs een bijzondere plek is.

We zaten een kwartier in het hete water en er heerste een serene, ja bijna spirituele sfeer. Tot het moment dat de bus van de betreffende groep stopte en zich, alsof het een schoolreisje betrof, luidruchtig richting waterkant begaf en letterlijk in het water plonste. Ik wist echt niet wat ik zag toen de zeepjes, badschuim en shampoos tevorschijn kwamen.

Stichting Retour heeft zich in het verleden al eens hard gemaakt voor een keurmerk voor verantwoord toerisme. Het lijkt geen gek idee om ook eens een discussie te starten over de invoering van een gedragscode voor toeristen waarbij de eerste gele kaarten al uitgedeeld kunnen worden.

## In het kort Nieuws, feiten en meningen

### De slag om de toerist

Wetenschappers op het gebied van toerisme en recreatie ontmoetten elkaar op de internationale conferentie Battle for the Tourist in Eindhoven en presenteerden hun meest recente onderzoekresultaten. Het gedragspatroon van toeristen is onstuimig en moeilijk voorspelbaar en de slag om de toerist is losgebarsten, zo luidt het motto van de conferentie.

John Crompton van Texas A&M University, toonaangevend wetenschapper toeristisch beslissingsgedrag, hamerde op het belang van de motivatie van de toerist. Volgens hem zijn kenmerken van bestemmingen op zichzelf van ondergeschikt belang bij het keuzeprocess van toeristen: plaatsen zijn nagenoeg inwisselbaar. Voor marketeers is het dan ook belangrijk kennis te hebben van de diverse factoren waarop de motivatie van

toeristen gebaseerd is. Onderzoek naar de belangrijkste motivatie bij diverse groepen biedt marketeers een schat aan informatie om hun toeristische bestemming op de markt te zetten.

Volgens Crompton is de factor 'nieuwheid' van groot belang, bijvoorbeeld in de behoefte aan kicks, afwisseling in routine en het vermijden van verveling. Het is overigens niet eenvoudig om inzicht te verkrijgen in relevante drijfveren: het beslissingsgedrag is complex. Bijvoorbeeld in gezinnen met jonge kinderen, beslissen pa, ma én de kinderen, in een proces van geven en nemen, omdat aan ieders behoefte tegemoet gekomen moet worden. Een promotiefolder gericht op gezinnen zou daarop moeten inspelen.

Crompton maakte zich sterk voor gezamenlijke promotie van een bestemming door toeristische organisaties. Volgens hem is het van belang inzicht te hebben in de ruimtelijke patronen van de bezoekende toeristen, en de elementen van het betreffende bestemmingsgebied als pakket daarop af te stemmen. Wellicht worden hierdoor traditionele regiogrenzen geslecht en blijken vermeende concurrerende gebieden een welkome toevoeging aan het toeristisch palet en dus aantrekkelijk voor nieuwe bezoekers.

*Bron: Recreatie & Toerisme, juli/augustus 1997.*

### **'Vakantie-vignet' zet Duitsland op de kop**

Het Duitse tv-programma Monitor meldde op 3 juli dat alle Duitse toeristen die naar het buitenland reizen met onmiddellijke ingang een 'vakantie-vignet' moesten kopen. De prijs van zo'n vignet was hondervijftig mark; ook kinderen moesten er een hebben. Zo wilde minister van Financiën Waigel de Duitsers met hun kostbaar geld in eigen land houden. Al eerder had een afgevaardigde van de Groenen om een campagne gevraagd om minder naar het buitenland te reizen, in de hoop het vliegverkeer te verminderen en het milieu te beschermen.

De melding zat aan het einde van de uitzending, tijdens de 'satire-stamtafel', en eindigde ermee dat de vignetten ook via het tv-programma te krijgen zouden zijn. Toen had de kijkers toch een licht moeten opgaan, aldus een van de programmamakers. Maar helaas, de Duitsers lieten blijken deze keer niet over gevoel voor humor te beschikken, met minister Waigel voorop, die zich tijdens een partijdag van de CSU beklaagde over die 'oplichters' van de WDR-televisie.

De Duitse Vereniging van Reisbureaus (DRV) denkt er zelfs over een rechtszaak aan te spannen en schadevergoeding te vragen, want de ochtend na de uitzending stonden bij hen de telefoons roodgloeiend. Omdat niemand het programma gezien had, wist men niet hoe men het had. Maar al gauw was dat

achterhaald en werden vierduizend faxen verstuurd naar alle aangesloten reisbureaus over hoe de vork in de steel zat. Aldus werd de onrust in de reiswereld bezworen en daarna kregen de programmamakers van Monitor ervan langs. Deze beklaagden zich dan ook over de lange tenen van hun landgenoten.

Het is jammer dat er niet meer om gelachen is en dat de reiswereld de gelegenheid voorbij heeft laten gaan eens over het onderwerp te discussiëren. Het heeft wel duidelijk gemaakt dat voor de reiswereld beperkingen aan het reizen, in welke vorm dan ook, taboe zijn.

*Bron: Tourism Watch, Ludmilla Tüting.*

### **Reismagazine GEO geeft ECPAT speciale prijs**

Het fameuze Duitse reismagazine GEO heeft ter gelegenheid van de jaarlijks uitreikingen van de GEO-Saison 'Gouden Palmen' dit jaar voor het eerst een speciale prijs verleend. De winnaar was ECPAT (End Child Prostitution, Child Pornography and the Trafficking of Children for Sexual Purposes). De jury van het reismagazine verleende de prijs met de woorden: 'ECPAT heeft een muur van stilzwijgen doorbroken, de hulpeloze slachtoffers een stem gegeven en met haar jarenlange, voortdurende werk regeringen, brancheorganisaties en ondernemers over de hele wereld gedwongen maatregelen te nemen tegen de afschuwelijke uitbuiting van kinderen'.

De oorkonde en de prijs van vijfduizend mark werden door de voorzitter van ECPAT, Ron O'Grady en medeoprichter Martin Staebler in ontvangst genomen.

*Bron: Tourism watch.*

### **'Manilla-verklaring' voor rechtvaardig toerisme**

Rond tweehonderd verantwoordelijken in het toerisme uit de overheid en de privé-sector hebben in een gezamenlijke verklaring als afsluiting van de World Tourism Leaders Meeting on Social Impact of Tourism, die in mei 1997 in Manilla werd gehouden onder de paraplu van de World Tourism Organisation (WTO), en de Filipijnse regering, de noodzaak van sociale verantwoording benadrukt.

Drugs, seksreizen, uitbuiting van kinderen, criminaliteit en milieuschade werden genoemd als problemen die duidelijk in samenhang staan met toerisme, en die door de verantwoordelijken serieus moeten worden genomen. In een tien punten omvattende verklaring leggen de verantwoordelijken vast dat ze de bevolking van toeristengebieden in hun planning zullen betrekken, sociale en culturele waarden zullen respecteren, informatie en educatie zullen verbeteren, uitbuiting van in het bijzonder vrouwen en kinderen actief zullen bestrijden en, vooral

wettelijk, voorwaarden zullen scheppen voor een verantwoord gebruik van natuurlijke hulpbronnen.

'Toerisme kan niet alleen bestaan uit het scheppen van luxe-accommodaties terwijl werkeloze en hongerige mensen voor de deur van het hotel aan hun lot worden overgelaten', maande de Filippijnse president Fidel Ramos de World Tourism Leaders in zijn pleidooi voor een eerlijker en sociaal verantwoord toerisme. Er zou, bevestigde de vroegere president Corazon Aquino, een beter evenwicht moeten komen tussen het commercieel gebruik door de toeristenindustrie en de belangen van de lokale bevolking die met de sociale gevolgen van het toerisme moet leven. Daarvoor zou een, zo staat in de Manilla-verklaring, Global Code of Ethics ontwikkeld moeten worden.

WTO bereidt momenteel een nieuw model van berekening voor, waarin naast commerciële baten van toerisme ook de kosten van het toerisme betrokken worden.

*Bron: 'Manilla Declaration on the Social Impact of Tourism', 22-5-1997; WTO-Pressrelease, 23-5-1997.*

#### **Klanten milieubewuster dan reisbureaus denken**

In hun gesprekken met de reisbranche horen de medewerkers van Retour vaak het argument dat de touroperators het allemaal wel anders zouden willen, maar dat de klanten nog niet rijp zijn voor duurzamere vormen van reizen. Een Zwitsers onderzoek bracht echter aan het licht dat de reisindustrie het milieubewustzijn van haar klanten onderschat en een mogelijkheid laat schieten om het reisaanbod milieuvriendelijker te maken.

Tot deze conclusie kwam een onderzoeksbureau na een enquête onder 550 trein-, auto- en vliegtuigreizigers. De meerderheid van de ondervraagden zou bij de keuze uit twee gelijkwaardige hotels kiezen voor het meest milieuvriendelijke, en zou ook bereid zijn daarvoor meer te betalen. 46% verklaarde een meerprijs van 10 tot 30% te willen betalen. Er is niet alleen een grote vraag naar ecologisch verantwoorde producten, maar ook naar informatie. 70% van de klanten en 60% van de ondernemers in de reisbranche wensen meer informatie over milieuproblemen (afval-, lucht- en waterverontreiniging, uitputting van water), maar ook over socio-culturele aspecten. De informatieplicht, zo vinden de reizigers, ligt bij de reisbureaus. Een meerderheid van de reizigers zou prijs stellen op een ecologisch keurmerk.

Reisbureaus geloven echter niet dat hun klanten ecologisch vriendelijker producten willen en ook bereid zijn daarvoor te betalen. Het vermoeden rijst dat dat ook een kwestie van desinteresse zou kunnen zijn, want slechts een kwart van de reisondernemers retourneerde de enquête met vragen daarover. *Bron: Arbeitskreis und Entwicklung, juli 1997, Retour.*

#### **Wereld Toerisme Dag 1997**

Misschien hebt u het niet gemerkt, maar 27 september was het weer Wereld Toerisme Dag. In 1980 stelden de Verenigde Naties deze dag in om de toerisme-industrie een steun in de rug te geven. Terwijl de westerse, toeristenzendende landen aan deze dag nauwelijks aandacht hebben besteden, is de dag voor ontwikkelingslanden van grote betekenis.

Ter gelegenheid hiervan geeft de WTO (World Tourism Organisation) deze dag elk jaar een motto mee, waarop feestelijkheden als folkloreshows, parades en recepties afgestemd kunnen worden. De slogan voor dit jaar is als volgt: 'Toerisme speelt in de 21e eeuw een voorhoederol bij het scheppen van arbeidsplaatsen en de bescherming van het milieu'.

Volgens gegevens van de WTO moeten de feestelijkheden duiden op het 'belang van het toerisme en de bijdrage ervan tot ontwikkeling, internationale samenwerking en wereldvrede'. *Bron: Tourism Watch.*

#### **Boerenfamilies moeten wijken voor hotel**

Zoals zo vele eilanden in het Caribisch gebied zet Grenada alle kaarten op het toerisme. Het Ritz Carlton-hotel wordt het grootste hotel van het kleine eiland met 94.000 inwoners. Volgens de hoteldirectie wordt door dit project niet alleen de marktpositie van het eiland verbeterd, maar heeft het ook een katalysatorfunctie voor het luchtverkeer en buitenlandse investeerders. Er zullen naar schatting driehonderd vaste arbeidsplaatsen ontstaan.

Het hotel wordt gebouwd op de Mount Hartman, ten zuiden van de hoofdstad St. George. Dr. Winston Thomas, leider van de afdeling politiek en onderzoek van de milieuoorganisatie Friends of the Earth benadrukt dat het hier gaat om een kwetsbaar ecosysteem waarin de landbouw harmonisch geïntegreerd is. Friends of the Earth is bezorgd over de toekomst van tweehonderd boerenfamilies die vanwege het hotel moeten verhuizen. Premier Keith Mitchell betreurt de gedwongen verhuizing, maar noemt het nieuwe hotel een zekere afnemer van agrarische producten. Er hebben al demonstraties plaatsgevonden, maar de boeren zijn het onderling oneens over de gevolgen van de voorgenomen hotelbouw. De laatste vijf jaar is het toerisme de landbouw voorbijgestreefd als bron van deviezen in Grenada. In dit tijdsbestek is door de Europese Commissie 812.000 ecu gestoken in een toeristisch ontwikkelingsprogramma voor Grenada. Nog eens 21.800.000 ecu (25,3 miljoen dollar) gingen naar de ontwikkeling van het toerisme in het hele Caribisch gebied.

*Bron: Latin America Press, 23-1-1997.*

# De mythe van het toerisme

Frans de Man

**Iedereen heeft wel eens een reis gemaakt. Iedereen weet ook wel wat hij leuk vindt aan reizen. In die zin heeft iedereen verstand van toerisme. Maar iemand die precies weet welke koekjes hij lekker vindt, heeft daarmee nog geen verstand van koek maken. Zo hoeft een toerist geen verstand te hebben van de werking van de toerisme-industrie.**

Meestal heeft een toerist geen idee van wat er achter de schermen van het product 'vakantie' afspeelt. Sterker nog, om als toerist van je vakantie te kunnen genieten, is het soms zelfs beter om de waarheid achter het toerisme niet te kennen. Voor veel toeristen is het bijvoorbeeld niet leuk te moeten horen dat de lokale bevolking in Costa Rica liever een Nederlandse varkensboer op bezoek heeft dan een betrokken intellectueel. Of dat je door een bezoek aan Bangkok met een fatsoenlijke touroperator meer kinderen schade kunt berokkenen dan één kinderseks-toerist doet.

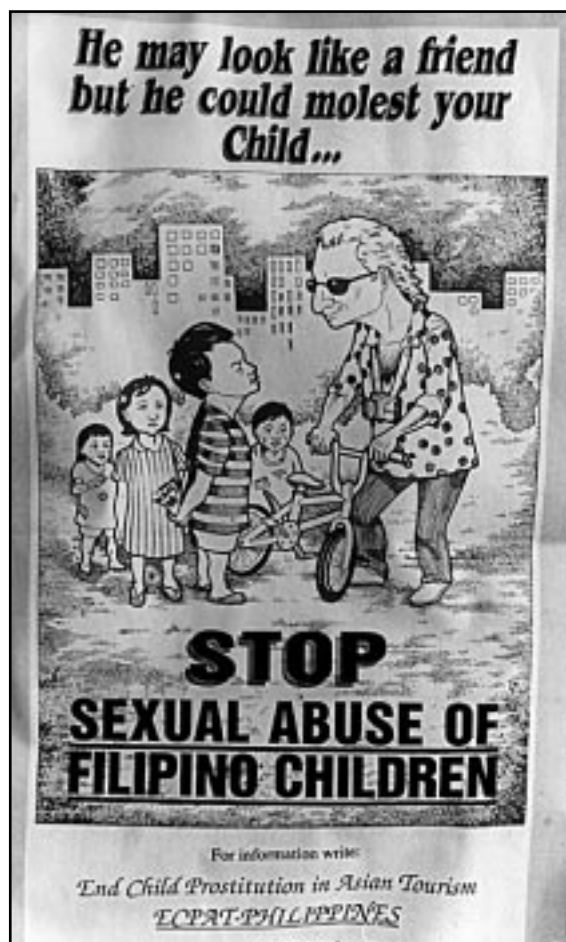
Hoewel er geen twijfel over bestaat dat kinderseks-toeristen misdadigers zijn, is het veel te simpel om ervan uit te gaan dat door het oppakken van een kindermisbruiker het kinderseks-toerisme zal verdwijnen. Het groeiend aantal kinderen dat slachtoffer wordt van buitenlandse mannen die een land voor seks bezoeken, zal alleen afnemen als we de relatie tussen dit probleem en de seks- en toerisme-industrie blootleggen.

Om die relatie duidelijk te maken, moeten we door de mythen heenbreken die de toerisme-industrie omhullen en haar bekijken als een commerciële bedrijfstak die ons dromen verkoopt. Vervolgens moeten we vaststellen welke partijen bij het kinderseks-toerisme betrokken zijn en welke verantwoordelijkheden zij hebben. Op basis daarvan kunnen we een actieplan maken om het kinderseks-toerisme definitief de wereld uit te helpen.

## De toeristische sector

De internationale toerismesector is een complexe economische 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 uit 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. Het is nog een vrij jonge sector, die vanaf de jaren zestig in opkomst is. Maar inmiddels is het internationale toerisme uitgegroeid tot een belangrijke schakel in de wereldeconomie: het levert ongeveer driehonderdvijftig miljard dollar aan ontvangsten op en is de grootste werkverschaffer. Volgens insiders zal het in 2000 de belangrijkste economische sector wereldwijd zijn.

Steeds vaker reizen toeristen naar een derde wereldland en daar levert het toerisme dan ook vaak een groot aandeel in de economie en in de werkgelegenheid. In veel ontwikkelingslanden levert het een groot aandeel van de voor ontwikkeling noodzakelijke deviezen, een aanzienlijke bijdrage in het BNP, veel arbeidsplaatsen en is het voor veel kleine ondernemers van cruciaal belang.

### Het toeristisch product

Hoewel je bij toerisme denkt aan (je eigen) vakantie en aan exotische avonturen en tropische stranden met een mystieke kracht, gaat het ook gewoon om een economisch bedrijf als ieder ander. Als bedrijfstak verschilt het toerisme niet wezenlijk van andere sectoren.

Zoals bij elke transnationale industrie gaat het om internationale krachten en grote economische machten die werken volgens de wetten van de wereldeconomie die ook gelden voor andere industrieën en voor de landbouw. Het toerisme is een dienstensector en zoals overal in de dienstensector ontstaat er contact tussen de dienstverlener en de klant. Voor de werkende mensen in de Derde Wereld gaat het om banen, met voor- en nadelen, met mogelijkheden en bedreigingen voor persoonlijke en gezamenlijke ontwikkelingen en met de problemen van ongelijke verhoudingen en onderdrukking. Zoals in andere industrieën die zich in de Derde Wereld gevestigd hebben, consumeren de arbeiders zelf nauwelijks mee in de door hen geproduceerde diensten.

Maar er zijn ook verschillen met andere economische sectoren. Zo gaat de consument het product niet in een winkel in de buurt ophalen, maar reist hij naar het gebied waar het product wordt

geproduceerd, en gebruikt het ter plekke. Het directe contact tussen de producent van het toeristisch product en de consument (de toerist) is vaak een belangrijk onderdeel van de reis en van de ervaring van die toerist. In de reis die je uit de brochure koopt, wordt vrijwel altijd de mogelijkheid geboden om culturen te leren kennen.

Het gevolg hiervan is dat de klant duizenden guldens uitgeeft aan een product dat hij niet kent, maar waarin een fysieke ontmoeting met culturen en mensen wordt voorgespiegeld, terwijl zowel de toerist als de bezochte bevolking niet weten hoe die ontmoeting eruit zal zien, en of het wel leuk is. De lokale bevolking heeft vaak zelf niet gekozen voor dat contact. Dit alles gebeurt in een situatie waarin de structurele en culturele ongelijkheid de kansen op een voor beide groepen bevredigend contact niet bevorderen. Om deze onwerkelijke ontmoeting te verwerklijken, maakt het toerisme en de toerisme-industrie gebruik van mythen.

### De mythen van het toerisme

De toerisme-industrie zegt van zichzelf dat ze handelt in illusies. Dezelfde bedrijven die ons op een steenworp afstand van Parijs de wereld van Disney aanbieden en ons laten kennismaken met de mens achter Mickey Mouse, introduceren ons in Tanzania in de duizend-en-één-nacht van Zanzibar en verzorgen een contact met de bloedorstige Maasaikrijgers. Ze nemen je mee naar de religieuze heiligdommen van Boeddha en laten je vrienden maken onder de wonderlijke bergvolken in de Gouden Driehoek. En de toerisme-industrie groeit door en perfectioneert de illusies. Tegenwoordig wordt alles op maat gemaakt: men reist kleinschalig, met oog voor het milieu en wederzijds begrip, de toerisme-industrie laat graag haar betrokkenheid zien bij maatschappelijke problemen en men beroept zich op deskundigheid. En de toeristen lusten wel pap van die illusies. Nu hoeven we ons tijdens onze vakantie niet meer druk te maken, want de touroperator heeft niet alleen de reis, maar ook ons geweten georganiseerd. Om de realiteit van het toerisme onder ogen te zien, zullen we die door de toerisme-industrie gebruikte mythen eens kritisch bekijken.

*Kleinschaligheid*

Veel touroperators profileren zich met kleinschalige reizen: de reis wordt slechts twee keer per jaar gemaakt, men reist 'in kleine groepen' met kleine busjes en men slaapt in kleine pensionnetjes. Nu geldt dat misschien wel voor die ene aangeboden reis, maar het probleem is vaak dat er meerdere touroperators zijn die de betreffende route rijden. Een Nederlandse touroperator maakt deze reis twee keer per jaar, een Belgische ook twee keer, vanuit Duitsland gaan er tien, vanuit de Verenigde Staten veertig enzovoort. Omdat er niet zoveel wegen zijn in ontwikkelingslanden, en deze bovendien maar een paar maanden per jaar begaanbaar zijn, is de kans groot dat je niet alleen met je eigen kleine groep die attracties bezoekt, maar dat er veel meer kleine groepen zijn. Gezamenlijk vormen zij een massa toeristen. Voor de lokale bevolking rond die attracties maakt het niet zoveel uit of toeristen reizen in vijf kleine groepjes van tien of in grotere groepen, zoals bij andere vormen van toerisme waarbij bussen van vijftig personen worden ingezet: het nettoresultaat blijft hetzelfde (en voor vijf groepen van tien moeten ze waarschijnlijk meer werk leveren voor dezelfde inkomsten).

*Milieu*

Het milieu lijkt een hot item in de reisindustrie. Met de komst van ecotoerisme lopen de touroperators voorop in het ontwikkelen van producten die een milieuvriendelijk karakter dragen. Maar hoe milieuvriendelijk is het ecotoerisme zoals wij dat kennen?

Om te beoordelen of een product het predikaat 'eco' verdient, zou men moeten kijken naar de consequenties ervan voor natuur en milieu. Maar een dergelijke milieu-effectrapportage wordt voor de zogenaamde ecoreizen nauwelijks verricht. Bij ecotoerisme denkt men daardoor eerder aan een reis naar de jungle van Brazilië dan aan een busreis naar de Costa Brava. Dat, 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 de toeristenghetto's in Spanje een degelijke water- en afvalhuishouding hebben die in Thailand ontbreekt.

*Begrip*

Een groot aantal Nederlandse touroperators pronkt met een van de positieve kanten van het toerisme, namelijk dat het toerisme het wederzijdse begrip doet toenemen. Onderzoek wijst uit dat het niet zozeer om groeiend begrip gaat, maar meer om bevestiging van vooroordelen. Als iemand denkt dat alle Afrikanen lui zijn, dan ziet hij op zijn reis door Tanzania alleen maar mensen met hun handen in de zakken die langs de weg hun tijd staan te verdoen. Als hij daarentegen de Afrikaanse levenswijze bewondert, ziet hij overal mensen met hun handen in de zakken, die genieten van de rust die wij in het Westen ontberen. En als er dan al contact plaatsvindt, loopt het toch soms anders dan verwacht.

Een Nederlandse touroperator uit het verguisde massatoerisme biedt aan zijn 'ordinaire' zon-, zand- en zeetoeristen een eendaagse excursie aan naar een varkensboer ergens in Latijns Amerika. Diezelfde boer wordt ook bezocht door een touroperator uit het alternatieve circuit, die met zijn min of meer verlichte toeristen dit soort kleine projecten bezoekt. Anders dan je zou verwachten, verkiest de boer de eerste groep verguisde toeristen, omdat daar elke keer wel weer iemand met een boerenachtergrond tussen zit met wie hij met handen en voeten over de kwaliteit van de varkens kan praten. Bij de groepen van de tweede soort duikt er steeds wel weer een geëngageerde intellectueel op die, vanuit een 'vegetarische betrokkenheid', in gebrekkig Spaans aan de boer uitlegt dat de hokken veel te klein zijn.

*Betrokkenheid*

De internationaal opererende touroperators hebben natuurlijk veel kennis over de internationale problemen. Een aantal voelt zich daar ook medeverantwoordelijk voor en probeert die verantwoordelijkheid uit te stralen door betrokkenheid met het lot van mens en dier aan de dag te leggen. Zij steunen organisaties als Amnesty International

en het Wereld Natuur Fonds, moreel en financieel. Omdat steeds meer toeristen kiezen voor verantwoorde producten, is het logisch dat deze touroperators daarvan profiteren. Maar diezelfde organisaties die Amnesty steunen, verdienen zonder blikken of blozen hun geld met reizen naar notoire mensenrechtenschenders als Turkije, Indonesië en Birma. Daarop aangesproken hullen ze zich in vage termen als 'het voorkomen van isolement' en 'de bevolking een kans geven op contacten met het Westen'. Valse argumenten, want in de probleemgebieden van die landen mogen en willen touroperators niet komen: de veiligheid van toeristen is dan niet gewaarborgd en de overheden hebben er geen doeltreffend beleid om oppositie en toeristen uit elkaar te houden. Touroperators sluiten daarbij de ogen voor de financiële en morele bijdragen die ze bieden aan de regimes.

### **Kindersekstoerisme**

In veel gevallen zijn de toeristen zelf de grootste slachtoffers van de mythen die de touroperators verkopen. Als zij daar geen problemen mee hebben, is er eigenlijk niets aan de hand. Maar er is één soort mythe die andere slachtoffers maakt en die dan ook met alle mogelijke middelen bestreden moet worden. Dat is de mythe die leidt tot seksuele uitbuiting van kinderen.

Het is al jaren zo dat westerse toeristen naar derdewereldlanden reizen omdat ze het idee hebben dat mensen daar makkelijker tot seks te verleiden zijn en omdat ze zich daar anoniem aan seks te buiten kunnen gaan. Dat is tot daar aan toe. We zien echter steeds vaker dat kinderen daarvan het slachtoffer worden. Een groeiend aantal kinderen wordt, over de gehele wereld, commercieel seksueel misbruikt door mensen die speciaal daarvoor naar een ander land reizen: kindersekstoerisme.

Bij kindersekstoerisme gaat het niet alleen om de vraag of de toerist voor seks naar zo'n land reist; het gaat erom of toerisme bijdraagt aan de commerciële seksuele uitbuiting van kinderen. Het gaat om alle situaties waarin kinderen seksuele diensten (moeten) aanbieden aan toeristen: prostitutie, go-go-bars, massages, peepshows en

dergelijke. Zodra toeristen die plaatsen bezoeken, is er in principe sprake van kindersekstoerisme.

### **De verantwoordelijken**

Om dit kindersekstoerisme aan te pakken, hebben we de steun van de toerisme-industrie hard nodig. Maar om die te verwerven, zullen we het kindersekstoerisme moeten ontleden. Vervolgens moeten we de betrokken partijen op hun verantwoordelijkheden aanspreken en gezamenlijk het probleem aanpakken. Wie zijn de betrokkenen? Naast de overheden zijn er drie belangrijke groepen verantwoordelijk.

#### *Reizigers (toeristen en zakenreizigers)*

Als mensen van huis zijn, staan ze om een aantal redenen open voor seks: de anonimiteit en het gebrek aan sociale controle, de aanname dat er een andere (vrijere) seksuele moraal geldt, de drang naar het exotische, motieven met een racistische aard, het machtige gevoel van economische rijkdom of de vlucht van een ongelukkig seksleven thuis. Dit leidt tot twee hoofdgroepen reizigers die zich schuldig maken aan kindersekstoerisme.

De eerste groep bestaat uit mensen die zich de seksuele diensten laten welgevalen met boter op hun hoofd: zij letten niet op de leeftijd van de man of vrouw die seks aanbiedt, of zij vragen zich met verwondering of afgrijzen af waarom kinderen naakt staan te dansen, maar betalen wel entree en bier in de discotheek, waarvan de winsten aangewend worden om kinderen te ronselen.

De tweede groep is de bewuste sekstoerist waarvan een gedeelte met voorbedachte rade afreist om kinderen seksueel te misbruiken en een ander deel door het aanbod ter plekke in de verleiding wordt gebracht. Deze categorieën groeien omdat het toerisme naar de Derde Wereld snel groeit en de vervolging in eigen land sterk toeneemt. Kindersekstoeristen vinden we onder alle soorten reizigers: georganiseerde en individuele reizigers, zee-lui, zakenreizigers, diplomaten, hulpverleners, militairen en truckers.

#### *De seksindustrie*

Waar vraag is, is een aanbod. De vraag die de seksindustrie in leven houdt, komt van verschillende



kanten. Natuurlijk is er een lokale markt van kindermisbruikers, maar zodra er buitenlanders arriveren, richt de seksindustrie zich ook daarop. Vaak wordt daar veel meer geld verdiend, omdat de prijzen aanzienlijk hoger liggen. In de landen waar het toerisme groeit, grijpen de seksbazen hun kansen en bieden een breed assortiment aan diensten aan. Vaak gaat het daarbij om een goed georganiseerde maffia met goede contacten binnen de overheid. Steeds vaker worden kinderen ingezet. Deels omdat er een aparte markt voor bestaat, maar vooral ook omdat ze goedkoper zijn en makkelijker te manipuleren, te ronselen en te ontvoeren. De kinderen kennen vaak de grote stad en zijn taal niet en durven niet naar de politie.

#### *De reisindustrie*

Ten eerste overlappen de seksindustrie en de toerisme-industrie elkaar. Ze leveren vaak hun diensten aan dezelfde klanten. Kinderseksuïsten kopen hun reis bij een touroperator, vliegen met een luchtvaartmaatschappij, slapen in een hotel, gebruiken de informatie die de toerismemarketeers

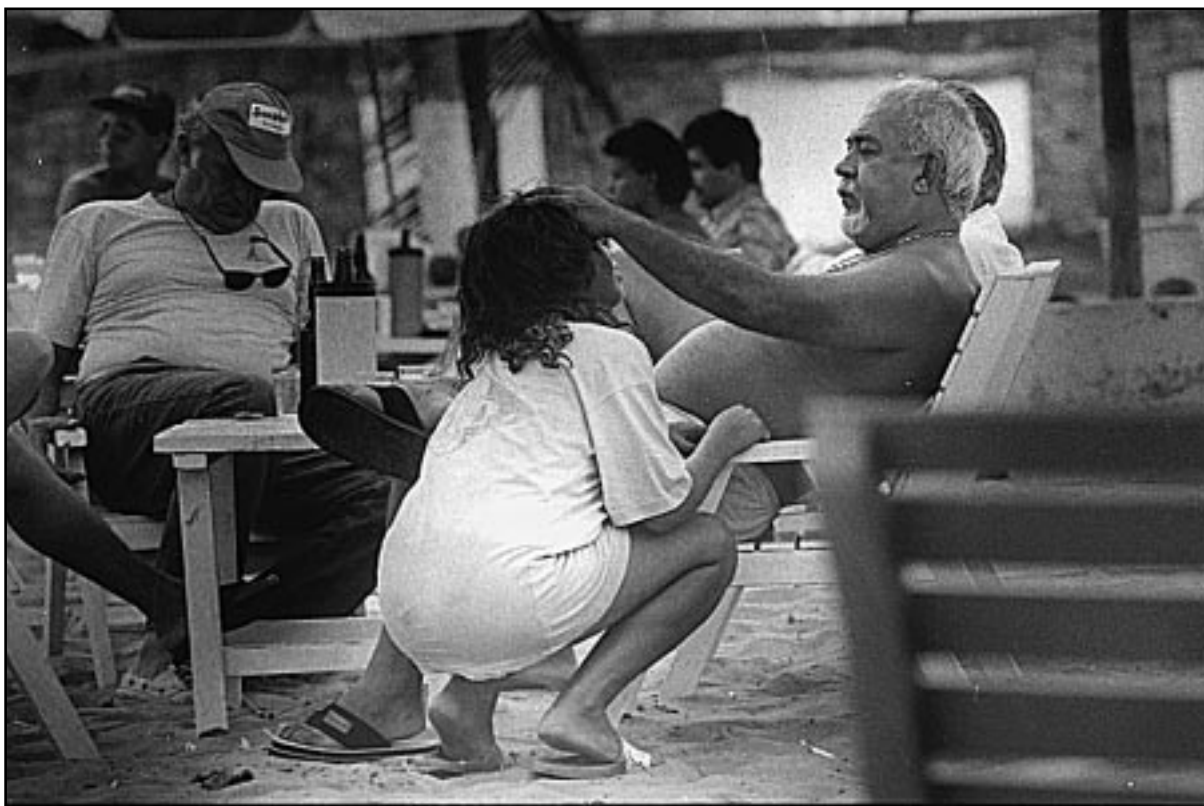
uitgeven en maken gebruik van andere diensten die voor toeristen bestemd zijn. Zo verdient de toerisme-industrie mee aan het kinderseksuïstisme.

Maar soms gaat het ook verder. Er zijn ook onderdelen van de toerisme-industrie die bewust het seksueel misbruiken van kinderen toelaten: hotels die het in hun kamers toestaan, discotheken die kinderen laten dansen, reisleiders die hun gasten vertellen waar ze heen moeten voor hun speciale wensen of commissie krijgen van bordelen waar kinderen werken.

#### **Wat te doen?**

Om het probleem van kinderseksuïstisme uit te bannen, is samenwerking nodig tussen alle verantwoordelijken. Iedere betrokken partij heeft zo zijn eigen verantwoordelijkheden. Daar moet je ze op aan spreken.

Dat betekent in het geval van de seksindustrie: één keer de regels goed uitleggen en vervolgens zwaar straffen als kinderen het slachtoffer van hun praktijken zijn.



Toerisme dat leidt tot seksuele uitbuiting van kinderen.

Overheden moeten via wetgeving ervoor zorgen dat het commercieel seksueel misbruik van kinderen (ook als dat in het buitenland gebeurt) zwaar bestraft wordt en vervolgens die wetten streng toepassen en afdwingen via meer aandacht bij de politie en douane. Informatie erover moet actief aan reizigers, touroperators en andere betrokkenen verspreid worden. Het onderzoek naar de seksuele uitbuiting van kinderen moet gestimuleerd worden en de personen die onder verantwoordelijkheid van de overheid reizen (diplomaten, militairen, hulpverleners) moeten goed worden voorgelicht. Dit alles is echter zinloos als niet de hoofdoorzaak van het probleem wordt aangepakt: de armoede. Kinderen moeten alternatieven in werkgelegenheid en scholing krijgen aangeboden via hulpprogramma's en internationale economische aanpassingen. Daarnaast moet de overheid bijdragen aan opvangprogramma's voor de slachtoffers.

De toerisme-industrie zal ten eerste iets moeten doen aan de voorlichting van reizigers. Via folders bij reisbureaus, hotels, vliegvelden, GGD's en

beurzen moet het probleem kenbaar gemaakt. Ook moeten zij hun personeel beter informeren en opleiden, vooral daar waar het gaat om de reisleiders ter plekke. In hun handelingen als tour-operator kunnen ze een bijdrage leveren door in het adverteren minder nadruk te leggen op het aanbod en het gemak van seks in de bestemmingen, en door daar in ieder geval geen kinderen in te betrekken. Men kan onderling gedragscodes afspreken en zulke contacten met hotels sluiten dat elke bijdrage aan kinderseks uitgesloten wordt. Zelfregulering en het actief lobbyen bij overheden om te laten zien dat de reisindustrie niets met kinderseks-toerisme te maken wil hebben, complementeren het pakket van maatregelen.

Uiteindelijk zal dit ertoe moeten leiden dat toeristen zich anders gaan gedragen. Bij hen ligt dan ook de eindverantwoordelijkheid. Zich beter informeren is een goed middel, maar het einddoel moet zijn een ander gedrag, en toeristen moeten daar zelf de verantwoordelijkheid voor nemen.

## In het kort Nieuws, feiten en meningen

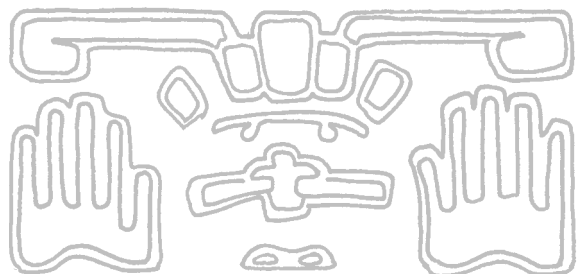
### Experiment rond kwaliteitskeurmerk afgerond

Het experiment rond het ANVR Kwaliteitskeurmerk voor reisbureaus is afgesloten met een vierde bijeenkomst van ANVR, IMK (Instituut Midden en Kleinbedrijf) en acht reisbureaus, waarbij gemeld werd dat er een 'elegant systeem' is ontwikkeld dat aansluit op de werkwijze van de meeste Nederlandse reisbureaus.

Tijdens deze laatste bijeenkomst werd het Handboek Kwaliteitssysteem ANVR hoofdstuk voor hoofdstuk doorgewerkt om onvolkomenheden te verwijderen en knelpunten te signaleren. Zo bleek het nodig om een passende oplossing te vinden voor het vastleggen van de vaak waardevolle reiservaringen. Er werd niet gekozen voor een volledig uitgewerkte handleiding, omdat de reisagenten ook inzicht moeten hebben in het proces op hun eigen bureau. Het ANVR-keurmerk vraagt in de toekomst ook van de reisbureaus dat ze hun kwaliteit registreren. Het is nog onduidelijk welke meetpunten hiervoor gebruikt moeten worden, maar als voorbeeld werd een tevredenheidsonderzoek onder klanten genoemd.

De invoering van het kwaliteitssysteem zal nog wel wat voeten in de aarde hebben. De ANVR heeft regiobijeenkomsten gepland, waarin reisagenten uitleg krijgen over het hoe en waarom en de gevolgen van de kwaliteitseisen. Ook kunnen daar vragen gesteld worden. Naar aanleiding van deze bijeenkomsten zal over de voortgang besloten worden. Als het systeem geaccepteerd wordt, betekent dat ook dat de invoering goed begeleid gaat worden. Vast staat ook dat afhankelijk van de grootte van het reisbureau flink wat tijd geïnvesteerd zal moeten worden.

*Bron: Reisrevue, 23-7-1997.*



# REACTIES

**U kunt uw reacties sturen naar:**

**Montezuma**

**Postbus 1570 • 6501 BN Nijmegen**

**E-mail: retour@do.nl**

Anette Groth

*Naar aanleiding van het artikel over toerisme en ontwikkelingssamenwerking in de vorige Montezuma stuurde Anette Groth, de directeur van ECTWT (Ecumenical Coalition on Third World Tourism) de volgende reactie. ECTWT is een wereldwijde coalitie van organisaties uit de Derde Wereld die zich bezighouden met toerisme.*

Geachte redactie,

Ik ben het met jullie eens dat ontwikkelingsorganisaties meer aandacht moeten schenken aan het feit dat ontwikkeling in veel landen verband houdt met het opkomend toerisme. De Wereldbank, de Verenigde Naties en andere internationale organisaties zijn hier al enkele jaren van overtuigd. Het lijkt erop dat ook enkele Non-Gouvernementele Organisaties overtuigd raken en dorpsgemeenschappen steunen met de ontwikkeling van toeristische projecten in het kader van duurzame ontwikkeling.

Onlangs bezocht ik enkele campesinos in Mexico, waar ik met de dorpingen de mogelijkheden besprak om met een toeristisch ontwikkelingsproject het inkomen uit andere economische activiteiten aan te vullen. Omdat het inkomen uit de landbouw onvoldoende is, willen sommige dorpen toeristen aantrekken. Hun voorbehoud daarbij is dat het gaat om ecotoerisme.

Het lijkt erop dat in Oaxaca inmiddels een succesvol project voor de hele regio loopt. De bevolking is niet afhankelijk van toerisme alleen. De campesinos in het bergachtig gebied produceren koffie die verwerkt wordt tot chocolade, en

vrouwen zijn een fabriekje begonnen dat natuurlijke cosmetische producten maakt (op advies van Anne Rodrick, stichtster van de Body Shop). Dorpjes aan de kust zijn begonnen met kleinschalig (community based) toerisme. De projecten zijn onderling verweven en toeristen die verblijven in de dorpjes aan de kust, kunnen deelnemen aan verschillende activiteiten.

Hoe belangrijk empowerment van mensen is, blijkt ook uit het volgende voorbeeld. In april bezocht ik een workshop over toerisme in Costa Rica. Onder de deelnemers waren twee vertegenwoordigers van de lokale bevolking die ons vertelden van hun ervaringen met toerisme. Een verhaal betrof een zeer indrukwekkende, zelfverzekerde vrouw die voorheen werkte voor een reisbureau. Ze realiseerde zich dat de dorpjes die werden bezocht door toeristen zonder dat de bewoners daar iets aan verdienen, eigenlijk werden uitgebuit. Ze besloot te stoppen met haar werk, omdat ze er niet tegen kon dat haar eigen volk werd uitgebuit door toeristen en toeristenbureaus, en begon – na overleg met haar dorp – een eigen bureau. Ze rekent tien dollar voor een rondwandeling van twee uur en verdeelt het inkomen onder de bevolking van het dorp. Er worden niet meer dan tien toeristen toegelaten tot het dorp, omdat daardoor het leven in de gemeenschap negatief beïnvloed kan worden. Het dorp is niet afhankelijk van toerisme; er is een leguanenfokkerij en een kruidentuin.

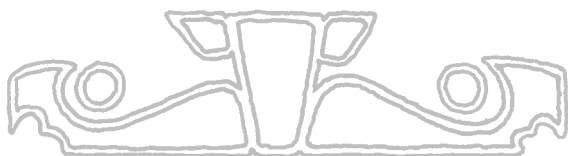
In schril contrast met haar verhaal stond dat van de andere lokale vertegenwoordiger. Hij krijgt hetzelfde bedrag, tien dollar, voor iedere Amerikaanse student die drie dagen op basis van vol pension in zijn dorp verblijft en daarbij twee uur Spaanse les per dag krijgt. Je kunt je voorstellen hoe verbaasd hij was toen hij hoorde dat Gloria hetzelfde bedrag verdient in twee uur. Hij woont in een afgelegen regio in Costa Rica en tekende een eenjarig contract met een tussenpersoon uit San José die zorgt voor een regelmatige stroom Amerikaanse toeristen naar zijn

dorp. Ik vraag me af hoeveel de studenten deze tussenpersoon betalen voor het verblijf van drie dagen in het dorp, en ik zou de winstmarge van deze persoon willen weten. Die moet enorm zijn. Dit is een schaamteloze uitbuiting van de lokale bevolking die wanhopig op zoek is naar extra inkomen.

Dit voorbeeld onderschrijft niet alleen de mate van uitbuiting van de lokale bevolking, maar ook de samenhang tussen toerisme en ontwikkeling. Een ontwikkelingsorganisatie of NGO die de lokale bevolking steunt in het zoeken van nieuwe markten voor hun handwerk en hen adviseert over een eerlijke vergoeding voor toeristisch bezoek, zou erg gunstig zijn voor de mensen. Hun inkomen zou erdoor stijgen en hun zelfvertrouwen en eigenwaarde zouden toenemen. En dat is precies het doel van ontwikkelingsorganisaties, of niet?

Het verbaasde me deze toestanden tegen te komen in Costa Rica; een land waar honderden NGO's en ontwikkelingsorganisaties actief zijn in talrijke projecten. Maar zoals in het artikel terecht werd opgemerkt: zolang toerisme wordt gezien als een activiteit ter ontspanning en vermaak voor rijke westerlingen en niet als een belangrijk deel van economische ontwikkeling, worden toeristische projecten niet ondersteund. Het is echter een feit dat men in de ontwikkelingsstrategie voor veel landen zich niet meer kan toespitsen op een activiteit, bijvoorbeeld landbouw, zonder toerisme erbij te betrekken.

ECTWT vindt het daarom ook belangrijk te blijven vechten tegen destructieve ontwikkelingsprojecten. Daarbij is een van onze speerpunten de snelle opkomst van golfbanen als gevolg waarvan de agrarische productie in een aantal gebieden sterk is afgenomen. Ik zou graag een verzoek doen aan mensen die hier meer informatie over hebben om dat ons te laten weten (eventueel via stichting Retour).



Antje Velthuis

### Positieveverbetering voor reisleiders

Het is hoog tijd dat de functie van reisleider een volwaardige benadering krijgt. Dat stelt Silvia van der Cammen in haar artikel over de professionalisering van reisleiders (Montezuma – herfst 1996). De werkomstandigheden van reisleiders worden nog steeds gekenmerkt door het ontbreken van arbeidsovereenkomsten en een slechte financiële beloning. Bovendien kunnen reisleiders zich, zo stelt de auteur, nauwelijks kwalificeren door een gebrek aan gespecialiseerde opleidingen. Dat het met de positie van de reisleider slecht is gesteld, is ook onder reisleiders al geruime tijd bekend. Een nieuwe ontwikkeling is dat een aantal reisleiders tot het besef is gekomen dat ze zichzelf moeten organiseren, om daadwerkelijk iets te kunnen veranderen. In januari van dit jaar is daarom de vereniging voor reisleiders Harmattan (VVR Harmattan, voorheen Odysseus) opgericht. In zeer korte tijd is deze vereniging uitgegroeid tot een vereniging met meer dan tweehonderd leden.

### Harmattan

Voor de nieuw opgerichte vereniging is het van groot belang een duidelijk beeld te krijgen van de huidige positie van reisleiders en de problemen waarmee ze te kampen hebben. De meeste reisleiders die met het werk beginnen, zien het als een droombaan. Zodra je weet hoe laag het loon is en hoe slecht de arbeidsvoorwaarden zijn, schrikt men zich een hoedje.

Slechts weinig toeristen realiseren zich dat hun manasje van alles, die zo veel voor ze doet, slechts duizend gulden per maand verdient. De betaling is vaak in de vorm van onkostenvergoedingen en vaak wordt er zelfs zwart uitbetaald. Een reisleider is daarmee niet alleen slecht betaald, maar bouwt ook weinig rechten op, bijvoorbeeld wat betreft een werkloosheidsuitkering of de ziektewet. En wie realiseert zich anno 1997 nog dat er mensen zijn die zonder schriftelijk contract voor zes maanden in de tropen lopen te zweten? Of dat iemand zonder

goede arbeidsongeschiktheidsverzekering vrolijk de Kilimanjaro beklimt? Jarenlang is de reisbranche in Nederland over de hoofden van de reisleiders groot gegroeid. Het wordt hoog tijd dat een vereniging opkomt voor de belangen van deze reisleiders. Maar wie zijn deze reisleiders en om welke belangen gaat het nu precies?

### Verbetering arbeidsomstandigheden

De groep van reisleiders is zeer divers. Zo reist de een met een touringcar door Frankrijk, en de ander voornamelijk met kleine jeeps door het oerwoud van Sulawesi. Ook de taken kunnen verschillen: de een werkt bijvoorbeeld als reis-leider/chauffeur, de ander als reis-leider/berggids. Veel reisleiders doen jaar in jaar uit steeds meer ervaring op in hun werk en zijn betrokken met wat ze doen. Anderen zien reisleiden meer als een manier om nog even veel en goedkoop te reizen alvorens over te stappen naar een 'echte' baan. VVR Harmattan behartigt de belangen van alle reisleiders en voornamelijk is hun belang eenduidig: onder de CAO van de reisbranche vallen én de arbeidsomstandigheden verbeteren. Via de vakbonden worden de eisen kenbaar

#### Geen behoefte aan vakexamen reisbegeleiding

Onderzoek in opdracht van het Onderwijscentrum Toerisme & Reizen (OTR) onder alle ANVR-touroperators (157) heeft uitgewezen dat het overgrote deel van de 39 ANVR-touroperators, met reisleiders in dienst, geen behoefte heeft aan een vakexamen reisbegeleiding. Wel willen de meeste van deze reisorganisaties een gecertificeerde cursus EHBO voor reisleiders, waarin vooral het omgaan met reanimatie, hitteproblemen, hulp bieden onder moeilijke omstandigheden en sportblessures onderwezen moeten worden.

Enkele ontwikkelingen waren voor het OTR aanleiding om te onderzoeken in hoeverre in de reisbranche behoefte is aan een vakdiploma Reisbegeleiding en een gecertificeerde cursus EHBO.

Sinds de invoering van het Nieuw Burgerlijk Wetboek zijn touroperators aansprakelijk voor fouten van derden en daarnaast moeten zij vanaf 1 januari 1998 aangesloten zijn bij een Arbodienst. Hetgeen voor reisleiders betekent dat zij een EHBO-cursus moeten hebben gevolgd.

Bron: DIT, nummer 5, 1997.

gemaakt in het CAO-overleg. De nadruk ligt op een betere financiële waardering, een goede verhouding tussen loon en onkostenvergoeding (die vaak zwart wordt uitbetaald), een goede verzekeringspositie (ziekte, ongevallen, werkloosheid en pensioen) en een uitbetaling van wachtdagen tussen twee reizen en van toegezegde reizen die geannuleerd worden.

Dit is een uiterst moeilijke klus. Door gebrek aan regulering in de reisbranche hebben touroperators jarenlang de vrijheid gehad hun zaken zelf te regelen en die vrijheid zullen ze niet zomaar prijsgeven. Bovendien is er geen loonruimte. Touroperators hebben maar een kleine winstmarge, vaak niet meer dan één procent. Om de kosten zoveel mogelijk te beperken, worden reisleiders slecht betaald en worden zij bij voorkeur buiten de sociale premies en belastingen gehouden. Eventuele loonsverhoging zal leiden tot een verhoging van de reissom. Hier zijn de touroperators zeer huiverig voor; ze zijn bang om klanten te verliezen.

### Kwaliteitsverbetering

Touroperators zouden zich meer rekenschap moeten geven van de belangrijke rol die de reis-leider vervult en het belang van de daarbij horende kwalificaties. Zeventien procent van de klachten bij de Geschillencommissie Reizen gaat over de reisleiding. Reisleiders schieten, geweld of ongewild, tekort. De verantwoordelijkheid hiervoor moet niet aan de reisleiders overgelaten worden. Bij de touroperators zou het besef moeten groeien dat het reisleiderschap steeds meer een volwaardige functie is geworden die om een duidelijke invulling vraagt.

Silvia van der Cammen benadrukt in haar artikel het belang van scholing om aan de bij de functie horende eisen te voldoen. Goed opgeleide reisleiders kunnen volgens haar vervolgens eisen gaan stellen. Dat is natuurlijk zo, maar dat is niet voldoende. Gezien de huidige, haast middeleeuwse, arbeidsomstandigheden kunnen reisleiders ook nu, zonder extra opleiding, hun eisen stellen. Het gaat er in eerste instantie om dat touroperators hun reisleiders gezamenlijk betere arbeidsvoorwaarden bieden. Scholing zou

wel een hele goede aanvulling kunnen zijn. Wanneer touroperators de reisleader een betere financiële beloning en betere scholingsmogelijkheden bieden, kunnen ze de reisleader meer aan de organisatie binden. Hiermee zal veel kennis meer deel gaan uitmaken van de organisatie en niet iedere keer weer wegvloeien. Een positief effect van een beter gekwalificeerde reisleader is een tevredener, beter werkende werknemer en het ontstaan van meer verantwoord toerisme. Zowel de reisleader als de touroperator zijn beter af met een betere beloning en betere scholing.

De vraag is: Waarom zijn touroperators dan niet bereid meer te betalen en meer aandacht aan kwaliteitsverbetering te schenken? Waarom willen de touroperators deze moeite niet nemen om een reisleader langer te houden?

Allereerst kost dit geld. Touroperators bekijken hun situatie niet vanuit het perspectief van de reisleader, maar baseren zich in hun beleid op de enorme onderlinge concurrentie. Het gaat bij de touroperators duidelijk om de kosten op korte termijn. Voor de touroperator en reisleader die wel tot extra inspanningen bereid zijn, biedt het een mogelijkheid zich duidelijk te onderscheiden van de concurrenten. Binnen Harmattan wordt er gesproken over een keurmerk voor een goed functionerende en volgens nieuwe afspraken werkende touroperator. Reizigers kunnen kiezen voor een touroperator die zich duidelijk profileert op kwaliteit. De reiziger zal meer betalen, maar dat hoeft niet meer te zijn dan bijvoorbeeld honderd gulden per geboekte reis. Ze krijgen daarvoor een reisleader die

werkelijk meerwaarde geeft aan hun reis. Rest de spannende vraag of een reisleader bereid is om langer te blijven werken. Hoe groot is uiteindelijk de groep die het werk serieus neemt en door betere betaling zich meer verbonden voelt met het werk en de werkgever. Een belangrijke basisvoorwaarde hiervoor is dat de touroperator en de reiziger de functie van reisleader en de daaraan verbonden consequenties serieus nemen.

Wat opvalt is dat juist reisleaders van touroperators die al vorm geven aan een kwaliteitsbeleid, het initiatief hebben genomen voor de vereniging voor reisleaders. Voor Harmattan ligt er nu de belangrijke taak om te strijden voor betere arbeidsvoorwaarden en de bij de touroperators ontstane financiële impasse als gevolg van de verstikkende concurrentie te doorbreken. Het is belangrijk dat touroperators het belang van een gekwalificeerde en goedbetaalde reisleader inzien en zich daar samen sterk voor maken. Dit is met name de verantwoordelijkheid van de reisleaders zelf. Reisleaders moeten zich gaan inzetten om hun eigen positie te verbeteren en andere collega's bewust te maken van hun omstandigheden. Ze moeten zichzelf en elkaar mobiliseren. De kracht van de vereniging is dat iedere reisleader zich, geschoold of ongeschoold, kan aansluiten. De groei tot meer dan tweehonderd leden in een paar maanden tijd bewijst het succes van Harmattan.

Antje Velthuis is Sociaal Geograaf van Ontwikkelingslanden en werkzaam als reisleidster (Baobab Reizen). Tevens is zij bestuurslid van de Vereniging voor Reisleaders Harmattan.

## In het kort Nieuws, feiten en meningen

### Filippijnen wil af van seksimago

De Filippijnse overheid wil graag af van het seksimago dat het land de afgelopen jaren kreeg. Het land trok erg veel aandacht als paradijs voor sekstoeristen. In veel landen, waaronder Nederland, wordt actie gevoerd tegen seksueel misbruik van kinderen door toeristen. Ruim een jaar gelden werd door de Filippijnse regering de doodstraf ingevoerd voor kindersekstourisme.

Ter vernieuwing van het imago heeft het ministerie van Toerisme onlangs een campagne gelanceerd die een totaal andere kant van de Filippijnen onder de aandacht van de buitenlanders moet brengen: godsdienstige feesten en tradities. Het ministerie wil hiervoor zelfs de katholieke kerk inschakelen. Zo worden bedevaarten speciaal onder de aandacht gebracht met de hulp van organisaties van pelgrimsreizen.

Bron: de Volkskrant, 26-7-1997.

# Is de groei van de cruisemarkt verantwoord?

Theo Noten

**In het jaar 2000 zullen wereldwijd ongeveer 8,9 miljoen mensen een cruise maken. Op dit moment zijn dat er 6,5 miljoen, een groei van maar liefst 37%, aldus het Londense onderzoeksinstituut Travel & Tourism Intelligence.**

Van deze reizigers is net als nu het grootste gedeelte afkomstig uit de Verenigde Staten (6,75 miljoen), maar bijvoorbeeld op de Engelse markt wordt een groei verwacht van 422.000 naar 735.000 passagiers rond de eeuwwisseling. En voor Azië wordt een verdubbeling voorspeld. Ook als bestemming zal Azië overigens in het middelpunt van de belangstelling staan.

Nieuw is ook de opkomst van de mega-cruiseschepen: ligt de gemiddelde capaciteit van de huidige schepen op 1800, verwacht wordt dat ze nog 15% groter zullen worden. De totale capaciteit op de markt zal in 2000 met 27% gegroeid zijn. En er zal voor 8 miljard dollar in schepen geïnvesteerd zijn.

Weinig mensen stellen vragen bij de duurzaamheid of het ecologische gehalte van een zee cruise. Daarom doen wij het:

*De cruise-industrie groeit met een snelheid in knopen, wat toch goed nieuws zou moeten zijn voor al die kleine, met zichzelf worstelende eiland-economieën?*

Er gaat zeker veel geld om in cruises, iedere zes weken wordt een nieuw schip in de vaart genomen en wereldwijd is er jaarlijks meer dan 9,5 miljard gulden aan inkomsten. Maar van dat geld komt slechts erg weinig terecht in de handen van de bevolking van de aanlegplaatsen.

Wanneer het schip verlaten wordt, gaat dat namelijk meestal als volgt: een grote groep passagiers ontscheept zich, bezoekt in ganzenpas

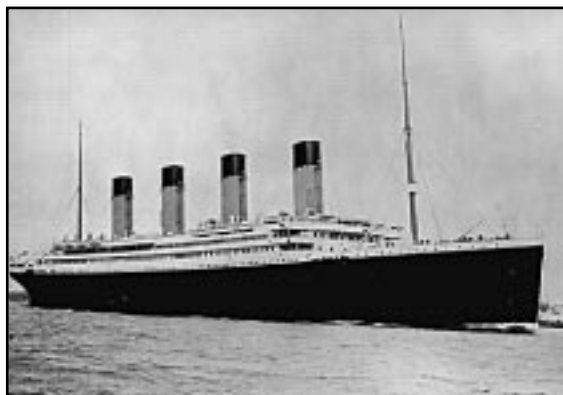
de lokale bezienswaardigheden, laat wat rotzooi achter en keert in slagorde weer terug naar het schip om van eten en drinken voorzien te worden. En dat is toch niet echt de manier om een vreemde cultuur op waarde te schatten.

*Je zou kunnen zeggen dat dit voor allerlei soorten georganiseerde reizen geldt?*

Wanneer toeristen in hotels verblijven en gebruik maken van lokale transportmiddelen, leveren ze op zijn minst een kleine bijdrage aan de lokale economie. Passagiers van cruiseschepen maken echter gebruik van faciliteiten en attracties van verschillende, meestal arme landen, zonder daarvoor maar iets te betalen.

*De landen die zo gastvrij zijn, moeten toch iets overhouden aan die bezoeken?*

Ze blijven in ieder geval zitten met een ongelooflijke berg rotzooi. Cruisepassagiers houden ervan flink te consumeren en elke passagier aan boord, van baby tot en met oude van dagen, produceert gemiddeld ruim 3 kilo rommel per dag. Lloyd's uit Londen gaat ervanuit dat alleen al in de Caribische zee, cruiseschepen jaarlijks meer dan 70.000 ton afval achterlaten, zoals resten van het



overdadige eten en niet te vergeten plastic, blik, glas en papier.

*Dit wordt toch niet zomaar allemaal overboord gegooid?*

Officieel niet, nee, maar afval van cruiseschepen spoelt regelmatig aan op stranden in het Caribisch gebied en eigenlijk overal ter wereld. De scheepvaartmaatschappijen ontkennen hevig hiervoor verantwoordelijk te zijn, maar toch gebeurt het.

*Is er niets dat hen kan tegenhouden?*

Internationale wetgeving is moeilijk van de grond te krijgen, en de toepassing daarvan op open zee is nog lastiger. Milieubeschermers willen dat de Internationale Maritieme Organisatie het Caribisch gebied de status geeft van Speciaal Gebied, waarmee het lozen van nagenoeg alle vaste afval verboden zou worden. Maar eerst zouden alle 22 landen in het gebied geld moeten vinden om moderne afvalverwijderingsinstallaties te bouwen, en dat zal nog wel even duren.

*Kunnen de scheepvaartmaatschappijen al die installaties niet betalen?*

De cruise-industrie is weliswaar gigantisch, maar de winstmarges zijn maar klein en het risico is groot. Ook al groeit de markt flink, dan nog blijven de prijzen laag vanwege de concurrentie.

*Brengt die groei dan niets positiefs met zich mee?*

Nee, niet echt. Elk jaar worden de schepen groter en groter om het nog gezelliger te maken en sommige havens hebben de grootste moeite om de schepen te kunnen verwerken. Het planten-

dierenleven wordt verstoord (zelfs de kwetsbare Galapagos-eilanden liggen op de route van sommige cruises) en koraalriffen worden vernietigd door enorme ankers.

*Zou dit niet verboden moeten worden?*

Het is ook verboden, evenals het dumpen van afval. Als je het ziet, kun je ook gerust een klacht indienen bij de touroperator of bij de scheepvaartmaatschappij. Al ben je van hen afhankelijk wat ermee gebeurt. Lang niet iedereen is gevoelig voor dergelijke klachten, maar sommige ondernemers zijn dat wel. Door British Airways Holidays wordt bijvoorbeeld gewerkt aan een milieubeleidsnota ten aanzien van cruises. Als de reizigers maar genoeg van zich laten horen dan gaat de industrie uiteindelijk wel luisteren.

*Hoe zit het eigenlijk met het personeel op cruiseschepen, dat moet toch wel goud verdienen?*

Dat verschilt nogal per schip en is vooral afhankelijk van de vlag waaronder het schip vaart. De Europese rederijen hebben allemaal behoorlijke cao's afgesloten, maar bij de zogenaamde goedkope-vlagrederijen is niets geregeld. Zo betalen sommige rederijen hun stewards, meestal zo van straat gepikt in een derdewereldland dat net gepasseerd wordt, niet meer dan 50 dollar per week, kost en inwoning gratis, en zijn deze verder afhankelijk van 'tips' oftewel fooien van de gasten die ze bedienen. De meeste schepen in het Noorden en Midden-Amerika varen onder zo'n goedkope vlag. De Internationale Transportworkers Federation voert dan ook actie om aan dit soort praktijken een eind te maken.

## In het kort Nieuws, feiten en meningen

### Openbaar vervoer verleidt recreanten

In mei 1996 werd de Veluwe Reispas geïntroduceerd, een gezamenlijk initiatief van het Gelders Bureau voor Toerisme (GBT), de NS, het vervoersbedrijf Midnet, het ministerie van Economische Zaken, de provincie Gelderland en Landal Green Parks. Met de Veluwe Reispas konden vakantiegangers die op

een van de vijf vakantieparken van Landal Green Parks verbleven gratis gebruikmaken van de Veluwe busdiensten. Het aantal uitgegeven passen (37.000) was twee keer zo groot als voorspeld was, terwijl de introductie niet eens gepaard was gegaan met een promotiecampagne. Dit jaar is het experiment voortgezet en uitgebreid met een tiental campinghouders. Dat



ondernemers van de pas profiteren, staat al vast. Veel potentiële bezoekers van Landal Green Parks stelden dit jaar hun boeking uit, totdat er zekerheid was of de Veluwe Reispas er weer kwam. Uiteindelijk heeft het bij Landal Green Parks in 1997 geleid tot een toename met twintig procent van het aantal bezoekers.

De meewerkende ondernemers geven hun klanten de Veluwe Reispas gratis en zorgen voor het transport van en naar de dichtstbijzijnde bushalte. Het project bevindt zich eigenlijk nog steeds in een experimentele fase, maar de resultaten zijn veelbelovend, en het is de bedoeling dat uiteindelijk alle ondernemers op de Veluwe meedoen en dat de Veluwe Reispas een vast onderdeel van een vakantiepakket Veluwe wordt.

*Bron: Recreatie, april 1997, Gelders Bureau voor Toerisme.*

### Reizigers stellen steeds vaker zelf reis samen

Het vakantiegedrag verandert. Niet alleen is dat te zien aan het boekingsgedrag van de reiziger, maar ook aan de wijze waarop men vakantie houdt. Zon, zee en strand voeren steeds minder de boventoon. Vakantiegezers lijken zich steeds meer te interesseren voor de lokale cultuur van een bepaalde plaats. Touroperators bieden inmiddels een scala aan mogelijkheden om individueel en op maat te reizen, soms zelfs in een speciaal daarvoor gemaakte gids.

Groot voordeel bij een individuele rondreis is dat de reiziger alles naar eigen inzicht en wensen kan bepalen. Er zijn rondreizen met overnachtingen in hotels langs een vaste route, of gedeeltelijk georganiseerd met lokale begeleiding. Ook kan de reiziger ter plekke een keuze maken uit de mogelijkheden. De reiziger heeft alle vrijheid, hoeft geen rekening te houden met een groep, kan gemakkelijker van de route afwijken, bepaalt zelf de tijd die aan het bezoeken van bezienswaardigheden besteed wordt en kan sneller en gemakkelijker contact leggen met de lokale bevolking. Het inspelen op individuele wensen, initiatieven en budgetten is niet alleen meer weggelegd voor gespecialiseerde touroperators, maar meer en meer een standaard reisproduct.

*Bron: Reisrevue, nummer 3, 1997.*

### Trein moet grotere rol spelen in toerisme

De stichting Natuur en Milieu wil een grotere rol voor de trein in het toerisme in Europa. Dat bleek op het Europa-debat Transport en Milieu. Reizen per trein zou meer gestimuleerd moeten worden. 'Als je met de trein wil reizen, moet je vaak alles zelf uitzoeken, terwijl bij vliegvluchten het hotel, een goede verbinding en andere zaken voor de reiziger geregeld worden. Vliegvluchten zijn zelfs soms goedkoper dan de trein. De reiziger moet de

keuze voor milieuvriendelijker vervoer terugzien in de portemonnee,' aldus mevrouw Slebos van stichting Natuur en Milieu.

Volgens de heer Noorzij van Transport en Logistiek Nederland is het belangrijk dat de bron aangepakt wordt en de vervoermiddelen schoner worden. Volgens de heer Schmitz van de ANVR speelt het toerisme slechts een marginale rol bij vervuiling van het milieu. Hij benadrukt dat slechts twee procent van het totale vervoer uit toeristisch verkeer bestaat. Wat de luchtvaart betreft, zit de grootste groei in het vliegverkeer binnen Europa en vanuit Japan. Kleinere luchthavens kunnen volgens Schmitz een gedeelte van de capaciteit van Schiphol overnemen.

*Bron: Recreatie & Toerisme, juli/augustus 1997.*

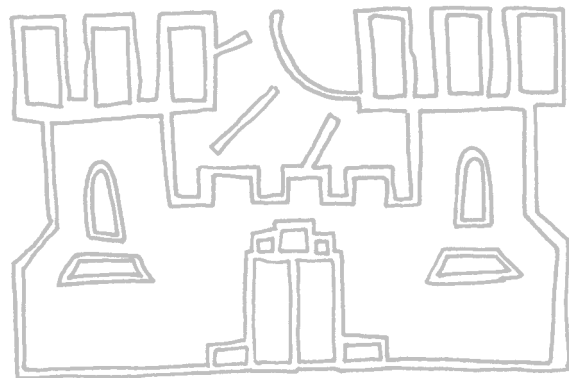
### Zeeschildpadden kunnen niet anders

De zeeschildpadden van de Middellandse Zee kunnen door het overweldigende succes van de zandstranden rond de Middellandse Zee geen kant meer op. Temeer omdat biologen bij de onechte karetschildpad ontdekten dat een vrouwtje, dat op twintigjarige leeftijd drachtig is, precies dat strand zal opzoeken waar ze geboren is. Deze plek zit namelijk in haar genen verankerd. Mocht dit strand inmiddels bezet zijn door een hotel of een surfschool, dan is dat jammer voor de jongen in haar eieren. Men heeft geprobeerd de schildpadden naar naburige, rustige strandjes te begeleiden, maar dat blijkt niet te werken. Misschien moet toch die surfschool of dat hotel dan maar verhuizen.

*Bron: Grasduinen, augustus 1997.*

### Irritaties in de lucht

Fodors Travel Publications deed een onderzoek onder luchtreizigers met de vraag wat hen het meest irriteerde tijdens een vlucht. De grootste bron van ergernis was voor velen (bijna 40%) 'een onfris ruikende medepassagier'. Als tweede werd



genoemd 'huilende baby's' of kinderen die maar niet stil te krijgen zijn' (19%). Boosheid en irritatie is er ook over dikke passagiers die veel ruimte in beslag nemen en doorgaans de hele armleuning 'pakken', types die te veel praten of (te) veel drinken. Maar ook mensen die niets zeggen en mensen die regelmatig naar het toilet gaan, worden niet echt gewaardeerd.

*Bron: Travelscoop, nummer 48.*

### Visit Myanmar Year geflopt?

Het militaire regime in Birma (Myanmar) hoopte op de komst van een half miljoen toeristen toen het jaar 1996 uitgeroepen werd tot Visit Myanmar Year. Het verwachte aantal bezoekers voor het met veel aplomb aangekondigde Visit Myanmar Year 96 lag eerst op 500.000 bezoekers. Dit aantal werd al gauw bijgesteld tot 250.000, hoewel voor de voorbereiding geen middel werd geschuwd. Aanhoudende onlusten vertraagden de opening van het 'bezoekjaar' tot half november 1996.

Eind juli 1997 werd tijdens een persconferentie in Rangoon door het regime verklaard dat in het winterseizoen 1996–1997 200.000 toeristen Birma bezocht hebben. Uit statistische gegevens van de wto, verzameld sinds 1990 en gericht op alle reizigers (inclusief zakenreizigers) die het land binnenkomen, blijkt dat er in 1996 uiteindelijk slechts 164.000 bezoekers zijn geweest (ter vergelijking: in 1995 waren het er 110.000). Anderen twifelen zelfs aan die cijfers. Hoteleigenaren schatten het aantal toeristen slechts op enkele tienduizenden, zonder dit hardop te zeggen.

Oppositieleidster Aung San Suu Kyi, die onder huisarrest staat, verklaarde dat zij vanuit haar huis zes grote hotels kan zien, waarvan de lichtreclames meestal uit waren. In juli werd ook bekend dat Duitse touroperators geen chartervluchten meer inzetten op Birma. Bij hen was het aantal boekingen duidelijk achtergebleven op de verwachtingen.

Vanwege de op grote schaal voorkomende schendingen van mensenrechten wordt door vele mensenrechtenorganisaties over de hele wereld een bezoek aan Birma afgeraden. Duizenden families moesten gedwongen verhuizen om plaats te maken voor toeristische nieuwbouw en velen verrichten – ook nu nog – dwangarbeid aan wegen, spoorwegen en vliegveld. Myanmar, de naam die de generaals aan Birma gaven, werd in 1995 lid van de toerismeorganisatie van de Verenigde Naties terwijl de omvangrijke schendingen van mensenrechten in samenhang met de ontwikkeling van het toerisme al duidelijk waren.

Ook cda-Europarlementariër Hanja May-Weggen (Ontwikkelingssamenwerking) roept op Birma te mijden als vakantieoord: 'Ik zou onze Europese burgers op willen roepen Birma te mijden. Het gewelddadige, ondemocratische regime wordt direct gesteund door het toerisme en dat is een hele slechte zaak'. Geconfronteerd met de toeristenpolitiek van lidstaat Birma, antwoordt wto secretaris-generaal Francesco Frangialli dat wto zich beperkt tot technische samenwerking en dat politieke inmenging wordt vermeden. 'Wanneer het toerisme zich ontwikkelt, komt het militaire regime toch ten val'.

Medewerkers van wto houden verder vol dat er geen instelling is die zich met mensenrechten in relatie tot toerisme bezighoudt. Men hoopt wel, met de in Manila in mei 1997 in het vooruitzicht gestelde Global Code of Ethics, een beleidsinstrument in handen te krijgen.

Bij uitgeverij Bzztoh verscheen het boek *Birma – de glimlach van een dame*, waarin journalist Thijs Heslenfeld de indrukken beschrijft die hij opdeed tijdens een reis door het land, inclusief een gesprek met oppositieleidster en Nobelprijswinnaar Aung San Suu Kyi.

*Bron: Tourism Watch; Recreatie & Toerisme, juni 1997; Azië, juni/juli 1997; Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung; Mise au Point: Pagan, Television Suisse Romande (tsr) 15-6-1997; Statistieken van wto; gesprekken Retour met wto.*

### Opmerkelijk

Uit een onderzoek dat het blad *Psychologie* ter gelegenheid van het vijftienjarig bestaan liet uitvoeren, blijkt dat jongeren tussen 18 en 24 jaar tegenwoordig over steeds minder vrije tijd beschikken. In vergelijking met twintig jaar geleden hebben ze gemiddeld per dag twee uur minder tijd voor tv, muziek, vrienden en uitgaan.

*Bron: Recreatie & Toerisme, juni 1997.*



### Fietsvakantiebeurs trekt 20% meer bezoekers

De Fietsvakantiebeurs trok met 7500 bezoekers dit jaar 20% meer publiek dan vorig jaar en de organisatie is van plan ook in België een dergelijke beurs op poten te zetten. Men was zeer tevreden over het publiek dat zeer gericht informatie kwam vragen.

Grote afwezigingen volgens de organisatie waren de nationale verkeersbureaus van Frankrijk, Ierland en Denemarken, die toch aangemerkt kunnen worden als fietslanden bij uitstek. Blijkbaar hebben ze minder vertrouwen in een kleine, maar duidelijk doelgroep gerichte beurs dan in grootschalige, meer algemene beurzen.

Bron: DIT nummer 5, 1997.

## 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.
- totstandkomt 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.

**Ondanks de problemen in het vredesproces, bereiden de Palestijnen zich voor op een zelfstandige toekomst. Een belangrijke voorwaarde daarvoor is het ontwikkelen van een gezonde economie en de daarbij behorende activiteiten. Zoals in veel ontwikkelingslanden vestigen de Palestijnen veel hoop op het toerisme. Duurzame ontwikkeling lijkt daarin een belangrijke rol te spelen, getuige de twee volgende projecten.**

### Alternative Tourist Group

Ghassan Andoni, docent aan de Birzeit-universiteit op de Westelijke Jordaanoever en directeur van ATG (Alternative Tourist Group) in het daargelegen Beit Sahour, was in Nederland om reisorganisaties ertoe te bewegen reizen naar de Palestijnse gebieden in hun programma op te nemen. Andoni zet zich al jarenlang in voor de belangen van de Palestijnen en poogt hun armoede te bestrijden. Op dit moment reizen diverse Nederlandse groepen onder deskundige begeleiding in de Palestijnse Gebieden om de gastvrijheid, de rijke geschiedenis en de cultuur van de Palestijnen te ervaren. Andoni wil op deze wijze een ander beeld van de Palestijnen scheppen; toeristen kunnen hun eigen mening vormen over de mensen in dit gebied en hun problematiek. Andoni wil economische activiteiten stimuleren om armoede van de Palestijnen te bestrijden en hij wil de frustratie van de Palestijnen omzetten in positieve activiteiten.

Andoni is ook directeur van het Study Centre for Rapprochement, een ontmoetingscentrum voor Palestijnen, joden en buitenlanders in Beit Sahour.

*Bron: ICCO, voor meer informatie: (030)6 92 78 20.*

### International Centre of Bethlehem

Op de grote toerismebeurs van Berlijn (ITB) werd in het voorjaar het International Centre in Bethlehem uitgeroepen tot prijswinnaar van de TODO!-prijs 1997. Deze prijs wordt uitgereikt aan sociaal verantwoorde toerismeprojecten. Het centrum draagt bij aan de sturing van het toerismebeleid en de sociaal-culturele ontwikkeling van het gebied. Tegelijkertijd probeert men onder de afhankelijkheid van de Israëlische toerisme-industrie uit te komen. Het centrum is een 'guesthouse' en een ontmoetingsplaats waar ook aandacht besteed wordt aan het vredesproces en het werk van vrouwen. Het dient als tentoonstellingsruimte en winkel voor artikelen van ambachtslui uit Bethlehem, maar ook van de West Bank. Het is door Palestijnen met lokaal materiaal gebouwd en zowel individuele reizigers als kleine groepen toeristen zijn welkom. Het centrum wil een toeristenindustrie ontwikkelen die de Palestijnen ten goede komt. Men doet dit door gasten te verwijzen naar kleine hotels en naar families die een kamer beschikbaar hebben voor logies en ontbijt, en door buitenlandse bezoekers te verwijzen naar Palestijnse touroperators en gidsen.