

Op weg naar duurzaam alpentoeerisme

Sinds de jaren vijftig hebben bergwandelen, alpinisme en vooral alpineskiën een stormachtige ontwikkeling doorgemaakt. De Alpen werden ontsloten met een fijnmazig wegennet en toeristische voorzieningen. In de Alpen wordt 25% van de wereldomzet in het toerisme gerealiseerd; meer dan 200 miljard dollar. Het alpentoeerisme groeit nog steeds met gemiddeld 4% per jaar. De massaliteit van het toerisme leidt tot aantasting en vervuiling van het berglandschap. De effecten van aanleg en gebruik van de toeristische infrastructuur zijn alarmerend. Het Nederlands Alpenplatform tracht door middel van campagnes de consument -maar ook touroperators en vervoerders- te informeren en te stimuleren de Alpen op duurzame wijze te gebruiken. Dit moet de zorgwekkende ecologische achteruitgang van het alpengebied een halt toeroepen.

A.J. Molenberg,
drs. M. de Graaf,
drs. M.C. Viëtor

Toeristendorpen herbergen soms zeven keer zoveel gasten als inwoners, waardoor het gebruik van water en energie omhoog wordt gestuwd. Dit leidt in veel bergdalen tot een onverantwoorde milieuhygiënische verontreiniging. Daarbij komt de milieubelasting, veroorzaakt door het transit- en bestemmingsverkeer. Jaarlijks passeren ongeveer 50 miljoen personen per auto en vele honderden miljoenen ton vracht de Alpen. Mede door de sterke groei van de toeristische mobiliteit lijden de Alpen onder ernstige luchtvervuiling: 60% van de bossen is aangetast door verzuring en fotochemische vervuiling.

Alpen: goed voor 25% van wereldomzet in toerisme.

Draagkracht Alpen uitgangspunt

De auteurs zijn respectievelijk werkzaam als hoofdbestuurder Nederlandse Bergsportvereniging (NBV), vertegenwoordiger Nederlandse Ski Vereniging (NSV) in het Alpenplatform, voorlichter Nederlandse Milieugroep Alpen (NMGA)

Het broeikaseffect wordt zichtbaar in het smelten van de gletsjers. Sinds 1850 is de omvang gehalveerd en is de sneeuwrens honderd meter omhoog geschoven. Indien de opwarming van de aarde doorzet, zullen 600 van de huidige 925 alpengletsjers de komende eeuwen verdwijnen.

Het broeikaseffect zorgt voor verschuiving van de klimaatzones. Dat heeft niet alleen ecologische consequenties, maar ook gevolgen voor het wintersporttoerisme omdat de sneeuwrens hoger komt te liggen.

Voorzieningen gevaar voor eco-systeem

Ten behoeve van piste-aanleg en de bouw van accommodaties zijn de afgelopen tientallen jaren tienduizenden ha hellingbos gekapt. Er zijn nu ruim 40.000 skipistes en 15.000 banen en liften. Daarvoor worden berghellingen met bulldozers vlakgeschoven. Erosie, aardverschuivingen en lawines nemen hierdoor toe. Een nieuw probleem zijn de sneeuwkanonnen, die het wintersportseizoen moeten verlengen. De installatie ervan ondermijnt de berghellingen en voor het gebruik zijn grote hoeveelheden water en energie nodig.

Ook relatief milieuvriendelijke sporten als bergwandelen en bergbeklimmen zorgen voor problemen. Alleen al in Oostenrijk bieden de gezamenlijke berg hutten, gelegen aan de rand van of in het kwetsbare hoogalpine gebied, 55.000 slaappleatsen en ruimte voor 70.000 dagbezoekers. Dat resulteert in 5 tot 6 miljoen bezoekers per jaar, waarbij circa 2,5 miljoen overnachtingen worden geboekt. De hiervoor noodzakelijke milieumaatregelen -vooral de afvalwaterreini-





© MARK VETOR

Nieuwe vrijetijdsactiviteiten degraderen alpine eco-systeem.

ging- vergen in de komende jaren een investering van 160 miljoen gulden.

De enorme populariteit van nieuwe vrijetijdsactiviteiten als mountainbiking, raften, 4-wiel-drive-avonturentochten, paragliding en survival zorgen voor verdere degradatie van de alpine eco-systemen.

Ook de rust- en stiltegebieden krijgen steeds meer toeristen te verwerken. De aantasting van kwetsbare flora en fauna neemt drastisch toe. Meer dan 100 plante- en diersoorten worden met uitsterven bedreigd, waaronder voor de Alpen karakteristieke soorten als klokjesgentiaan, mannetjesorchis, lammergier en alpensalamander.

Ecologie en economie integreren

Om de ecologische ramp die zich in de Alpen voltrekt te keren zijn op veel niveaus concrete maatregelen vereist. Het uitgebreide internationale UNESCO onderzoeksprogramma 'Man and Bio-sphere', dat in de jaren tachtig in de Franse, Duitse, Zwitserse en Oostenrijkse Alpen plaatshad, geeft inzicht in de gecompliceerde wisselwerking tussen milieu, economie en maatschappij. De resultaten leveren de basis voor beleid en politiek met betrekking tot milieu en toerisme.

Om de Alpen als woon-, werk-, en leefomgeving voor miljoenen bewoners en toeristen veilig te stellen, dienen economische ontwikkelingen zich te baseren op de draagkracht van de alpine eco-systemen.

De hamvraag is hoe natuur, milieu en landschap -als belangrijkste resources voor het toerisme- kunnen worden beschermd en ontwikkeld en tegelijkertijd benut voor recreatie en toerisme. Alleen als dat lukt is duurzaam alpentoerisme mogelijk; ofwel toerisme, waarbij welzijn en inkomen voor de bevolking veilig gesteld, de alpine eco-systemen intact blijven en de kwaliteit van de leefomgeving toeneemt.

Toeristische activiteiten die het milieu te veel belasten, moeten worden beperkt of verboden. Toeristische activiteiten die de resources zo veel mogelijk intact laten, moeten worden bevorderd. Voor alle ingrepen is een milieu-effectrapport vereist.

Overheden, ondernemers, toeristische belangenorganisaties en natuur- en milieu-organisaties zullen moeten samenwerken om bovenstaande te realiseren, met name bij het:

- vaststellen van grote gebieden, waarbinnen elke toeristische ontsluiting ontoelaatbaar is, zoals gletsjers en bijzonder kwetsbare eco-systemen;
- ontwikkelen van kleinschalige toeristische initiatieven, die zich baseren op de draagkracht van natuur, milieu en landschap;
- beperken van de schade tengevolge van wintersportvoorzieningen en vrijetijdsactiviteiten, die natuur en milieu belasten.

Evaluatie 'Alpen, ook onze zorg'

Het slagen van een voorlichtingscampagne is afhankelijk van een groot aantal factoren. Onderstaand worden kennis en ervaring, die tijdens de campagne 'De Alpen, ook onze zorg!' zijn opgedaan en weergegeven in gelijknamig evaluatierapport, kort beschreven.

De Stichting Nederlands Alpenplatform (NAP) is een projectgebonden samenwerkingsverband van de ANWB, NMGA, NSV, KNAV en NBV, dat wordt ondersteund door een projectmedewerker. Het platform is een nuttig en effectief instrument gebleken voor initiëring, coördinatie en begeleiding van grootschalige campagnes als 'De Alpen, ook onze zorg!'. Het NAP heeft een meerwaarde voor de organisaties die dit platform hebben opgericht. Kennis en ervaring van de vijf organisaties worden gebundeld en gericht ingezet bij het opzetten en uitvoeren van de campagne. Doordat het NAP gebruik maakt van het uitgebreide netwerk van de participanten en hun buitenlandse zusterorganisaties, wordt het aantrekken van sponsors, de distributie van voorlichtingsmateriaal en het verzorgen van publiciteit vergemakkelijkt.

Krachten bundelen

Oprichting en instandhouding van een platform, waarin organisaties met verschillende doelstellingen en activiteiten participeren, maakt het mogelijk de soms tegengestelde belangen van de individuele organisaties te overbruggen en de krachten te bundelen ten aanzien van het gemeenschappelijke belang van de participanten: duurzaam alpentoerisme.

Grootschalige voorlichting in toeristische donorlanden, gericht op gedragsverandering van alpentoeristen, blijkt vooral effectief als tegelijkertijd andere beïnvloedingsinstrumenten worden ingezet. Een voorbeeld hiervan is het creëren van faciliteiten voor duurzaam gebruik van de Alpen, zoals een fijnmazig openbaar vervoersnetwerk en wet- en regelgeving in de Alpenlanden zelf (bijvoorbeeld de Alpenconventie). De inhoud van de voorlichting dient aan te sluiten en te worden afgestemd op de maatregelen die de 'toeristenontvangende' landen nemen.

Integratie

De impact van grootschalige voorlichtingscampagnes kan worden vergroot wanneer de campagne-thema's worden geïntegreerd in de reguliere (toeristische) activiteiten van de organisaties: informatieverstrekking, publiciteit en scholing en opleiding van medewerkers.

De campagne wordt benut als stimulans tot verdere beleidsontwikkeling. Met name ten aanzien van integratie van milieudoelstellingen in de bedrijfsvoering en in de toeristische activiteiten van de deelnemende organisaties.

In het kader van de campagne betekent dit dat leden van het NAP in platform-verband informatie en ideeën uitwisselen over de ontwikkeling en het beleid van duurzaam alpentoerisme.

ANWB, Skivereniging en de bergsportorganisaties KNAV en NBV dienen in dit kader het vervoer naar en het verblijf van hun leden in de Alpen kritisch te analyseren. Bergwandelen, -beklimmen en skiën dienen te worden getoetst aan uitgangspunten en criteria van duurzaamheid.

In dit licht is het opmerkelijk dat de Duitse regering

Vrijetijdsactiviteiten ondermijnen alpine eco-systeem

Vervolgproject Alpenplatform

Dit jaar start het Nederlands Alpenplatform - opgericht door ANWB, Nederlandse Skivereniging, Alpenverenigingen KNAV en NBV en de Milieugroep Alpen- de campagne 'Op weg naar een duurzaam alpentoeerisme'. Het project voorziet in de ontwikkeling van een audio-visueel (met ondersteunend voorlichtingsmateriaal) over duurzaam alpentoeerisme en in internationalisering van de campagne 'De Alpen, ook onze zorg!'. De voorlichting wordt gegeven in treinen en bus- sen naar wintersportgebieden, bij voorlichtings- en scholingsbijeenkomsten voor reisbegeleiders en via reisbureaus

Internationalisering van de campagne 'De Alpen, ook onze zorg' in Europa heeft plaats in samenwerking met de zusterorganisaties van de leden van het Alpenplatform. Doel is vergelijkbare campagnes in een aantal belangrijke toeristische donor- landen te bevorderen en te komen tot internationale afstemming van voorlichting en educatie gericht op alpentoeeristen. Milieuvorlichting aan toeristen zal worden gekoppeld aan de ontwik- keling van een milieuvriendelijk toeristisch aanbod op de vakantiebestemming. Toeristen worden in staat gesteld te profiteren van aantrekkelijke ver- bindingen naar en in de Alpen met het openbare vervoer.

Bij de uitvoering van het project wordt in eigen land en in internationaal verband samengewerkt met het toeristische bedrijfsleven, toeristische organisaties, vervoerders, overheden en natuur- en milieuoorganisaties.

**Internatio-
nale samen-
werking
vereiste**

Sneeuwkanonnen: water- en energieverslindend.



© JAAP DE HAAS

vindt dat trendy sporten als parapente, rafting, mountainbiken en heli-skiën slechts op zeer beperkte schaal zouden mogen worden beoefend.

Reductie toeristische autoverkeer

Duurzaam alpentoeerisme vraagt daarnaast een zeer sterke reductie van de belasting van natuur en milieu door het toeristische verkeer. Beperking van het aantal autokilometers is noodzakelijk en het openbaar vervoer moet voorrang krijgen. Het autovrij maken van toeristendorpen, maar ook van kwetsbare bergda- len en natuurgebieden, moet met kracht worden door- gevoerd. De resultaten van een aantal experimenten stemmen hoopvol.

Succes blijkt alleen mogelijk als de attractiviteit van het openbaar vervoer ten opzichte van de auto toe- neemt en met name voor- en natransport sterk wor- den verbeterd. Een fijnmazig openbaar vervoersnet- werk van 'de eigen woning tot de hoteldeur' -dat bovendien financieel concurrerend is- moet een aan- sprekend alternatief bieden voor het comfort en gemak van de eigen auto.

Geografische spreiding toeristenstromen

Er moet worden onderzocht in hoeverre de overbelas- te Alpen kunnen worden ontlast door geografische spreiding van de toeristenstromen over Midden- en Oosteuropese berggebieden. Indien deze streken ver- der voor het toerisme zouden worden ontwikkeld, dient dit op duurzame wijze te gebeuren en onder voorwaarden zoals die voor het alpengebied zijn aan- gegeven.

Internationale samenwerking

Met name in de jaren tachtig is duidelijk geworden dat zonder internationale samenwerking, tussen alle bij het alpengebied betrokken landen en partijen, het samengaan van ecologie en economie onmogelijk is. De Europese binnenmarkt, die sinds januari dit jaar een feit is, verscherpt de bestaande conflicten door de toename van mobiliteit, handel en toerisme.

Voor de toekomst van de Alpen blijkt 7 november 1991 een historische dag te zijn geweest. Toen werd het raamverdrag voor een Alpenconventie onderte- kend door de milieu-ministers van de zeven alpenlan- den en de milieucommissaris van de Europese Gemeenschap. De Alpenconventie -die werd geïni- tieerd door de internationale Alpenbeschermings- commissie CIPRA- is een verdrag met wettelijke sta- tus, waarin de alpenlanden en de EG zich verplichten ecologie en economie in het alpengebied met elkaar te verzoenen. Dit verdrag vormt de basis voor een gemeenschappelijke milieu- en ontwikkelingspolitiek voor het gehele alpengebied.

Milieu, economie en maatschappij staan in onderlinge wisselwerking en kennen een wederzijdse afhanke- lijkheid. Alleen vanuit dit besef kunnen de enorme ecologische problemen worden aangepakt. Daarom komen in het verdrag zowel landbouw, verkeer, ruim- telijke ordening, natuur- en landschapsbescherming als toerisme aan bod. Deze vakgebieden worden thans in zogenoemde protocollen verder uitgewerkt. Deze protocollen bevatten wettelijke maatregelen en bepa- lingen voor het totale alpengebied.

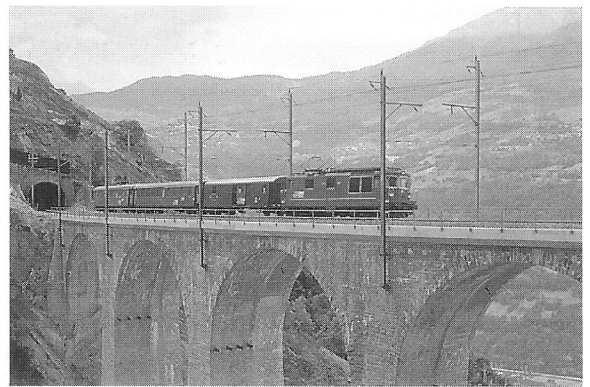
De totstandkoming van de conventie en de op termijn te ratificeren protocollen zijn een geslaagd voorbeeld van internationale politieke samenwerking. Voor de daadwerkelijke doorvoering en handhaving is veel politieke wil nodig.

Voorlichting en educatie

Voor het doorvoeren van de maatregelen van de con- ventie is naast politieke aandacht ook een breed draagvlak nodig bij beleidmakers, bevolking, toeris- ten en hun organisaties. Om dit te creëren wordt in de



Bouw van toeristische accommodaties ten koste van hellingbos.



'Van eigen woning tot hoteldeur' met openbaar vervoer?

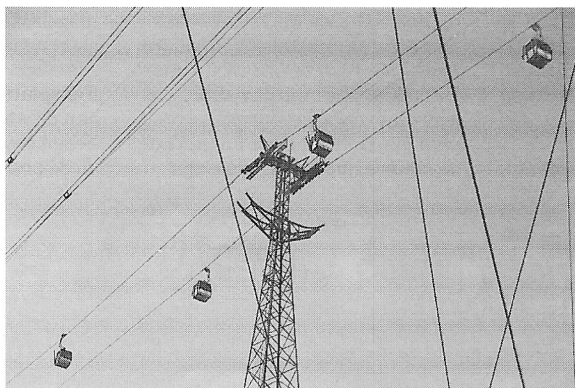
© MARINX VIÉTOR

© MARINX VIÉTOR

Alpenconventie veel belang gehecht aan informatie, voorlichting en educatie. Deze instrumenten moeten niet alleen worden gericht op doelgroepen in de alpenlanden zelf, maar ook op gebruikers van de Alpen afkomstig uit de zogenoemde toeristische donorlanden, waaronder Nederland. Een belangrijke 'gebruikersgroep' vormen de ruim twee miljoen Nederlandse toeristen, die jaarlijks de Alpen voor een zomer- of wintersportvakantie bezoeken. Zij zorgen samen met de 98 miljoen andere toeristen immers voor 'brood op de plank' in de toeristische sector en dragen daarmee wezenlijk bij aan werkgelegenheid en welvaart in het alpengebied. Diezelfde toeristen zorgen echter ook (vaak onbewust) voor de schrikbarende ecologische achteruitgang van het gebied. Zij vormen daarom een heel belangrijke doelgroep voor voorlichting en educatie. In Nederland bestaat al ruim 10 jaar ervaring met natuur- en milieuvorlichting aan alpenoeristen. Begin 1982 startte de Nederlandse Milieugroep Alpen haar activiteiten.

Deze werden in 1988 versterkt en uitgebreid met de grootschalige publiekscampagne 'De Alpen ook onze zorg' van ANWB, Nederlandse Skivereniging, de alpenverenigingen KNAV en NBV en de Milieugroep Alpen. Deze vijf organisaties richtten de stichting Nederlands Alpenplatform op, die de campagne coördineert en begeleidt. De campagne wordt ondersteund door het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Nederlandse Spoorwegen, touroperator De Jong Intra Vakanties en het Wereld Natuur Fonds. De campagne richt zich vooral op de alpenconsument, die via voorlichtingsmiddelen als folders en affiches wordt geïnformeerd en gestimuleerd om de Alpen duurzaam te gebruiken. Ten aanzien van touroperators en vervoerders heeft de campagne een beleidsinitiatieerende functie. De voorlichtingsmaterialen worden op zeer grote schaal onder de doelgroep verspreid, zowel door de leden van het Alpenplatform als door de NS-reisbureaus en De Jong Intra.

Duurzaam alpenoerisme: in de lift?



© JAAP DE HAAS

Alpen- campagne boek resultaat

Effecten alpencampagne

In de alpenlanden bestaat bij overheden en belangenorganisaties op het terrein van toerisme en milieu grote belangstelling voor de campagne van het Alpenplatform. De lopende campagne eindigt in de zomer van 1993. Op basis van een tussentijdse evaluatie kan worden geconcludeerd dat mede onder invloed van de campagne:

- kennis en inzicht van de consument in effecten van alpenoerisme op natuur en milieu is toegenomen;
- toeristen meer oog hebben voor milieuproblemen in het alpengebied en grotere bereidheid tonen hiermee rekening te houden bij vervoer naar en verblijf op de vakantiebestemming;
- concrete gedragsveranderingen bij toeristen ten aanzien van vervoer en verblijf nog nauwelijks waar te nemen zijn. Een gunstige uitzondering vormt het mee terug nemen van eigen afval en het beter op de paden en routes blijven door wandelaars en bergsporters.

Verder blijkt de campagne effect te hebben op de aanbieders van toerisme in Nederland:

- Touroperators beginnen in te zien dat een gezond milieu en landschap in de bestemmingslanden een noodzakelijke basis vormen voor de eigen bedrijfsvoering. Hieraan worden echter nog geen feitelijke consequenties verbonden. Bovendien wordt de verantwoordelijkheid voor de kwaliteit van de vakantieomgeving vrijwel uitsluitend gelegd bij overheden en organisaties in de bestemmingslanden.
- Enkele touroperators zijn bezig met de integratie van milieudoelstellingen binnen de bedrijfsvoering. De resultaten daarvan worden zichtbaar in schriftelijke informatie en voorlichting gericht op toeristen, het opzetten van scholingsprogramma's voor medewerkers en reisbegeleiders en het verminderen van afval van reisdeelnemers.

Vervolgproject

Om het rendement van de campagne te verhogen, zullen in het vervolgproject 'Op weg naar een duurzaam alpenoerisme' (zie kader) toeristen niet alleen worden voorgelicht, maar tevens in staat worden gesteld om daadwerkelijk gebruik te maken van aantrekkelijke openbaar vervoerverbindingen en een milieuvriendelijk toeristisch aanbod op de vakantiebestemming in de Alpen. Daartoe zal met een aantal gezaghebbende organisaties in de Alpen worden samengewerkt, zoals de internationale Alpenbeschermingscommissie CIPRA, het Salzburgerland Tourismus Gesellschaft en de Zwitserse organisatie Alp-Action van Prins Sadruddin Aga Khan. □