



IMSA AMSTERDAM

ENVIRONMENTAL CONSULT & INNOVATION

M. Vietor

**Over de bijdrage van de
toeristische sector aan een
duurzame regionale
ontwikkeling van het
Alpengebied**





IMSA AMSTERDAM
ENVIRONMENTAL CONSULT & INNOVATION

Duurzamer Alpentoeerisme

Over de bijdrage van de
toeristische sector aan een
duurzame regionale
ontwikkeling van het
Alpengebied

Rapportage stap 2, 1998

A.M. Jørgensen
H.A. Visée



Inhoud

blz.

3	Ten geleide
4	Inleiding
6	Leeswijzer
7	<u>Deel 1: Duurzamer Alpentoeisme</u>
7	1. Het probleem van niet-duurzaam Alpentoeisme
11	2. Wie is verantwoordelijk en wie kan wat doen?
15	3. Hoe kunnen toeroperators het initiatief nemen? - een denkkader
24	Samenvattende conclusies
27	<u>Deel 2: Aanbevelingen</u>
30	Bijlage 1: Matrix om mogelijke maatregelen te kunnen beoordelen en te kunnen vergelijken
31	Bijlage 2: Gebruikte literatuur



Ten geleide

De Stichting Nederlands Alpenplatform (NAP) is opdrachtgever van IMSA die de opdracht heeft uitgevoerd.

Het NAP-project "Duurzaam Alpentoeerisme" wordt een voorbeeldproject genoemd. Als doelen zijn onderscheiden:

- "samen met toeroperators, vervoerders en milieu-organisaties een samenhangend aanbod van duurzame producten en activiteiten te ontwikkelen, aan te bieden en te promoten in de vorm van een voorbeeldarrangement in het Alpengebied en dit te ondersteunen door milieuvoorlichting;
- de opgedane kennis en ervaring door te geven in een handleiding voor actoren die vergelijkbare producten en activiteiten c.q. arrangementen willen aanbieden".

NAP onderscheidt vijf stappen. IMSA is ingehuurd voor stap 2. Onderdeel van de omschrijving van stap 2 is "In ... ontwikkelingssessies voor geselecteerde vertegenwoordigers uit de toeristen- en vervoerssector en de natuur- en milieubeweging worden belemmeringen, randvoorwaarden, streefbeelden en criteria voor duurzaam vervoer, verblijf en activiteiten in kaart gebracht". Stap 3 die mede op basis van deze rapportage zal worden uitgevoerd staat omschreven als "Op basis van de handvatten ... wordt een duurzaam voorbeeldarrangement ontwikkeld ...".

IMSA heeft met door het NAP aangezochte vertegenwoordigers uit de toeristen- en vervoerssector en de natuur- en milieubeweging een tweetal workshops gehouden. Van beide workshops is een verslag uitgebracht.

Dit rapport sluit aan bij de ervaringen die in de workshops zijn opgebouwd en bevat de nodige handvatten als in Fase 3 een voorbeeldarrangement wordt ontwikkeld. Het rapport eindigt met samenvattende conclusies en aanbevelingen. Belangrijk onderdeel daarvan is het wijzen op de vele valkuilen die bij het niet onderkennen daarvan grote bedreigingen vormen. Bij het tijdig onderkennen ervan liggen daarin echter ook de kansen besloten.

Fase 2 is uitgevoerd door de IMSA-consultants Anne-Mette Jørgensen en Henk Visée (projectleider). Erik Pals was contactpersoon namens NAP.



Inleiding

In de toeristische sector groeit het besef dat aan de huidige vorm van Alpentoeerisme niet alleen inkomsten zijn verbonden, maar ook kosten. Het Alpentoeerisme zal bij ongewijzigd beleid leiden tot een minder aantrekkelijke vakantiebestemming en daarmee tot afnemend toerisme. Voor de toeroperator lijkt dat op het eerste gezicht niet zo'n probleem; andere bestemmingen zijn immers volop voorhanden. Maar de toeroperator die zich medeverantwoordelijk voelt voor een duurzamer toerisme, vraagt zich af wat hij kan doen. Hij bedenkt tevens dat in het onderkennen van een bedreiging eveneens een kans besloten ligt.

Duurzaam toerisme is een *contradictio in terminis*, een tegenstelling in zichzelf. Maar het is niet zinvol om nu stil te staan bij de vraag of zoiets wel bestaat. Van belang is dat partijen zich realiseren dat er wat moet worden gedaan om het huidige toerisme duurzamer te maken. In de workshops stelden wij dat het van belang is om als branchepartijen een visie op het onderwerp te ontwikkelen.

Van even groot belang is het om een visie te ontwikkelen op een aanpak en op valkuilen daarin. Niets is slechter dan al bij voorbaat te gaan roepen dat je duurzaam bezig bent, dan wel om meteen maatregelen te nemen. Systematisch te werk gaan is nodig.

Noodzakelijk is daarbij om samen te werken. Goed bedoelde maatregelen die niet zijn ingebed in een gezamenlijke aanpak, leveren geen structurele bijdrage aan de oplossing van het probleem. Partijen zullen zich overigens realiseren dat het veelal zinloos is om als enige maatregelen te nemen. Als anderen niet meedoen zijn de effecten nihil en de gevolgen voor de initiatiefnemer nadelig. We spreken van een prisoners' dilemma, waardoor er niets gebeurt. Alleen het besef van ketenverantwoordelijkheid biedt mogelijkheden.

In het zoeken naar openingen moet men zich realiseren dat duurzame ontwikkeling meer behelst dan alleen milieu. Het gezamenlijk uitwerken van deze benadering biedt mogelijkheden voor consensus.



De workshops in stap 2 (van de NAP-aanpak) zijn gericht geweest op het belang van een systematische aanpak. In vervolgstappen zullen de branchepartijen deze aanpak moeten uitwerken. Als begeleiders hebben we slechts willen wijzen op de vele valkuilen van een oppervlakkige benadering.

Alleen het besef van ketenverantwoordelijkheid en de noodzaak van een ketenaanpak kan in de komende jaren zorgen voor een ommekeer in de afbraak van het Alpengebied. We zijn bezig de kip met de gouden eieren te slachten. Duurzame ontwikkeling van het gebied is niet alleen een uitdaging en een kans, maar ook een noodzaak voor zowel het gebied als voor de toeristische sector hier.

Leeswijzer

Dit rapport is opgebouwd uit twee delen. Het eerste deel gaat over duurzamer Alpentoeerisme; wat is het probleem en hoe zou het kunnen worden aangepakt. De informatie is uitvoerig aan de orde geweest in de workshops die onder verantwoordelijkheid van NAP door IMSA zijn vormgegeven. Het tweede deel bevat enkele aanbevelingen van IMSA. Deze zijn zowel gebaseerd op algemene ervaring als op de tijdens het project opgedane ervaring.

Deze rapportage heeft betrekking op stap 2 van het NAP-project (zie het Ten geleide). Van de twee gehouden workshops zijn aparte verslagen uitgebracht. De belangrijkste elementen worden opnieuw gepresenteerd.

Het rapport bevat belangrijke handreikingen voor partijen in de branche, maar is géén *manual*. Het is te vroeg om reeds nu een manual uit te brengen. Enerzijds omdat na stap 2 nog vervolgstappen door NAP worden gezet. Anderzijds omdat het niet in het belang van partijen is om volgens richtlijnen en vuistregels te werken als de visie nog erg "dun" is. Proces en inhoud moeten samengaan. Als in dit rapport vuistregels staan, zijn deze vooral procesmatig van aard.

Het rapport richt zich vooral op de toeroperator. Die keuze ligt besloten in de opzet van NAP. Natuurlijk zijn toeroperators niet de enige partij die iets moet doen, maar zij worden aangesproken. Natuurlijk hebben toeroperators al stappen gezet op de weg naar een duurzamer Alpentoeerisme. Maar zij worden aangespoord om zich systematischer en diepgaander te bezinnen. Toeroperators worden aangesproken omdat zij op weg zijn gegaan op het lastige pad van herijking. Dat verdient lof en steun. Dat ze worden aangespoord is om het proces te versterken, niet om te beschuldigen. Kennisnemen van het rapport vanuit deze invalshoek is de beste garantie om er iets uit te leren. Zij die lezen dat alleen de toeroperator iets zou moeten doen, lezen niet goed!

Deel 1: Duurzamer Alpentoeerisme

1. Het probleem van niet-duurzaam Alpentoeerisme

1.1. De kip met de gouden eieren

De Alpen worden al sinds de negentiende eeuw door veel problemen geteisterd. De oorsprong hiervan is te vinden in de beperkingen die het Alpine ecosysteem aan de landbouw oplegt. Maar terwijl de landbouw in de dalen en de rest van Europa grootschaliger en efficiënter werd, bleven de Alpenboeren landbouw op de traditionele manier bedrijven: aangepast aan de steile hellingen, beperkte ruimte en het gevaar voor bodemerosie en lawines. Met de ontsluiting van het Alpengebied is deze vorm van landbouw echter onrendabel geworden en zoeken veel boeren naar alternatieven in of buiten de Alpengebieden.

Toerisme biedt een oplossing voor de economische problemen in de Alpen. Boeren kunnen hun grond verkopen aan aannemers die bijvoorbeeld skipistes of hotels willen aanleggen, ze kunnen zelf een hotel openen of andersoortige inkomensbronnen zoeken in de toeristische sector. Inmiddels is de werkgelegenheid in veel Alpengebieden voor meer dan 50% afhankelijk van de toeristische sector. Ook de toerist zelf vaart wel bij de mogelijkheden om in de Alpen op vakantie te gaan. Voor wintersport blijven de Alpen nog altijd een van de favoriete bestemmingen, met een brede variëteit aan mogelijkheden, van snowboarding tot bezoek aan culturele bezienswaardigheden. *'s zomers vormen de schone lucht, de rust, de ruimte en de bijzondere flora en fauna een trekpleister voor de actieve natuurgenieter. Voor zowel de toerist als de Alpenbewoners is het Alpengebied dus een kip die gouden eieren legt. Momenteel wordt echter het gevaar steeds groter dat de kip met de gouden eieren wordt geslacht.*

1.2. De kip met de gouden eieren op weg naar het slachthuis?

Zoals overal ter wereld kwamen de eerste toeristen in de Alpen uit de Europese elite. Het waren er niet veel en ze waren vooral geïnteresseerd in de rust, de ruimte, het heilzame klimaat en het bijzondere karakter van het Alpengebied. Ze konden uitstekend bij de lokale boeren of in kleine gelegenheden logeren. Al lange tijd worden de Alpen echter door een geheel ander soort toerist bezocht: de zogenaamde massatoerist.



Deze toerist komt 's winters vooral voor de wintersport en logeert in hotels, pensions of vakantiecentra, waaromheen een grote bedrijvigheid ontstaat met winkels, banken, ziekenhuizen, restaurants, parkeerterreinen, wegen en vooral skiliften en sneeuwkanonnen. Massatoerisme brengt, meer nog dan het kleinschalige elitetoerisme, inkomsten en werkgelegenheid met zich mee. Maar het draagt ook bij aan grote problemen, die op termijn de waarde van het Alpengebied ondermijnen.

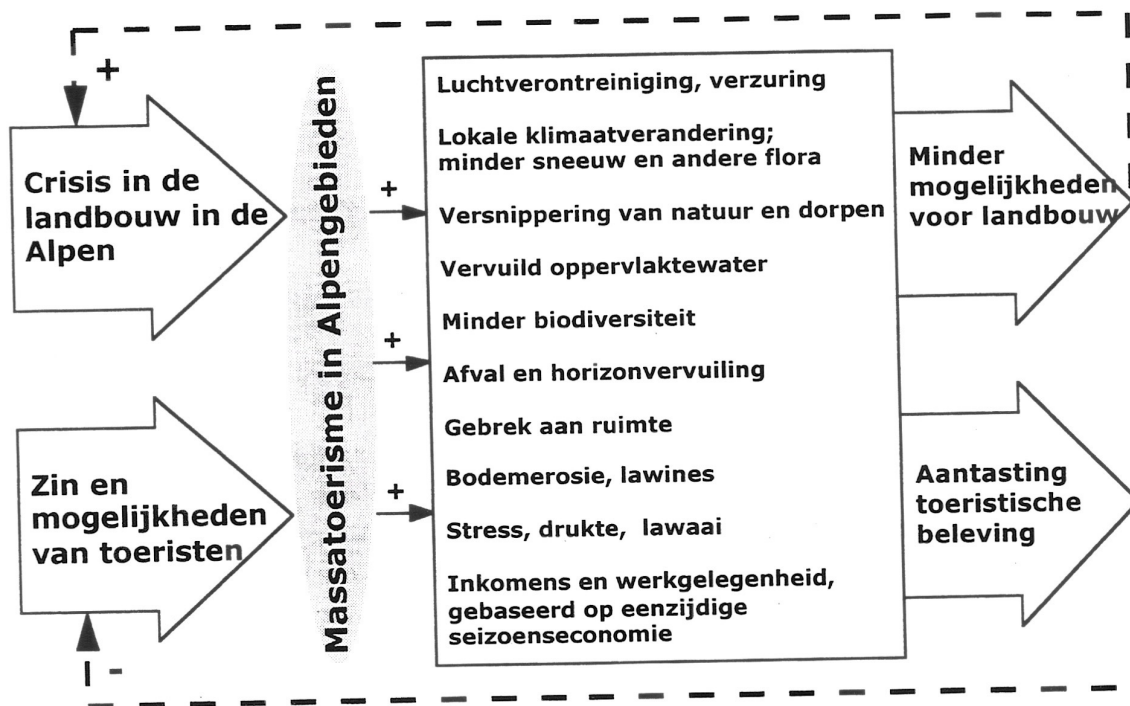
Door het grootschalig aanleggen van infrastructuur, hotels en skifaciliteiten daalt de waarde van de unieke toeristische beleving van de Alpen. In plaats van een rinkelende koeienbel in een kleinschalig cultuurlandschap, nu het geraas van auto's; in plaats van groene weiden, nu ontboste hellingen met skiliftconstructies en grote hotels. Tegelijkertijd worden de mogelijkheden om landbouw te bedrijven verminderd, waardoor het landschap verder achteruitgaat. Zo wordt de economische afhankelijkheid van toerisme versterkt met als gevolg dat nog meer toeristen worden aangetrokken. Zo ontstaat een vicieuze cirkel die de leefbaarheid en uiteindelijk weer de welvaart van het gebied bedreigen. In figuur 1 wordt dit proces schematisch weergegeven.

Bijna alle aspecten van massaal Alpentoeerisme dragen bij aan de problemen die in figuur 1 zijn genoemd.

Het *vervoer* van toeristen op grote schaal draagt bij aan vrijwel alle problemen:

- De uitstoot van auto's, vliegtuigen, bussen en treinen draagt bij aan klimaatverandering (lokaal en internationaal), verzuring en -in extreme gevallen- tot gezondheidsproblemen. Klimaatverandering leidt weer tot minder sneeuw en een verandering van de flora. Verzuring leidt tot ontbossing en vervuiling van het oppervlaktewater.
- De aanleg van wegen, parkeerterreinen, stations en sporen leidt tot versnippering van de natuur, waardoor de biodiversiteit wordt aangetast. Ook betekent het grote ruimtebeslag van deze infrastructuur dat er minder ruimte is voor landbouw of andere economische activiteiten.
- De vervoersmiddelen zelf maken lawaai en veroorzaken daardoor stress bij zowel dieren als mensen.

Het slachten van de kip met de gouden eieren



Figuur 1. Op termijn ondermijnt de huidige vorm van massatoerisme de toeristische waarde van het Alpegebied en daarmee op termijn welvaart en welzijn in de regio; de bron van alle inkomsten wordt aangetast

De effecten van het *verblijf* en vooral van de *activiteiten* van toeristen zijn echter niet minder ingrijpend:

- Hotels en andere toeristische faciliteiten nemen evenals de infrastructuur zeer veel ruimte in beslag. Ruimte die bovendien door onvolkomen vakantiespreiding niet het hele jaar door efficiënt wordt gebruikt.
- Tijdens hun verblijf gebruiken toeristen veel energie en water en produceren ze afval en afvalwater. Daardoor worden lokale gebieden genoodzaakt electriciteitscentrales uit te bouwen, stromend water aan te leggen in afgelegen gebieden, waterzuivering te installeren en afvalinzameling te regelen. Dit zijn allemaal kostbare en uiteindelijk ook wel milieubelastende activiteiten, die bovendien vaak een verdere uitbreiding van de infrastructuur vereisen.



- Het aanleggen van skiliften en pistes vereist ontbossing van grote gebieden en regelmatig ook het “uitgladden” van hellingen, waardoor het gevaar op lawines en bodemerosie toeneemt. Zo worden ook gebieden om de pistes en liften heen aangetast.
- Het samendrukken van de sneeuw op de pistes en het gebruik van sneeuwkanonnen (die het winterseizoen kunstmatig verlengen) tasten de onderliggende flora aan.

Conclusies:

- Toerisme draagt bij aan de welvaart en het welzijn van bewoners van de Alpenlanden. Via aantasting van de regio en daarmee van de bron van inkomsten ondermijnt de huidige vorm van toerisme op termijn echter ook deze welvaart en dit welzijn. Zonder structurele maatregelen wordt de kip met de gouden eieren geslacht.
- Alle aspecten van toerisme - vervoer, verblijf en activiteiten - dragen bij aan problemen in de Alpen. Het resultaat is dat de Alpen èn hun schoonheid èn hun economische waarde verliezen.

2. Wie is verantwoordelijk en wie kan wat doen?

We zeggen niet dat er niets gebeurt. Er is inmiddels een Alpenconventie. Het ANVR heeft een brochure over duurzaam toerisme uitgebracht. Het NAP is opgericht en actief op zoek naar een strategie en maatregelen. Enzovoorts. Maar in het licht van de bedreiging die uitgaat van de voortgaande aantasting van het Alpengebied, gebeurt er te weinig. Als er iets gebeurt, is er onvoldoende samenhang. Coördinatie ontbreekt. Maatregelen zijn onvoldoende ingebed in een visie.

2.1. Waarom gebeurt er zo weinig?

Wie erkent dat het Alpentoeisme zichzelf ondermijnt, gaat zich afvragen wie hiervoor verantwoordelijk is en wie er iets aan kan doen. *Als massaal toerisme uiteindelijk niet in het belang is van de lokale bevolking, de lokale economie en ook niet van de toerist, waarom gaat het dan op deze niet duurzame manier door?*

Waarom gaan de *overheden in de Alpenlanden* door met het bevorderen van verdere uitbreiding van de toeristische sector en het verhinderen van initiatieven als autovrije gebieden? Waarom in- en verkopen *toeroperators* reisarrangementen zonder daarbij consequent op duurzaamheidscriteria te letten? Waarom doet de *Nederlandse overheid* zo weinig om de reisbranche te ondersteunen in haar poging duurzamer te worden? Realiseert de *Europese Unie* zich wel voldoende wat voor een belangrijke rol zij kan spelen door duurzaamheidscriteria binnen de Europese reisbranche te coördineren? En waarom blijft de *consument* meer letten op prijs en comfort dan op duurzaamheid, terwijl hij zegt milieubewust te zijn?

In de eerste fase van het NAP-project is onderscheid gemaakt tussen de partijen: overheden op verschillende niveaus in de Alpenlanden, toeroperators, de Nederlandse overheid, de Europese Unie en de consument. Daarnaast spelen natuurlijk ook vervoerders en reisbureaus een belangrijke rol in de keten. *Van fundamenteel belang is het besef dat iedereen medeverantwoordelijk is. Uiteindelijk moet iedereen dus ook meewerken om het tij te keren. Ook de ongeorganiseerde consument! Naast medeverantwoordelijkheid van alle*



partijen zijn die partijen afhankelijk van de voortzetting van de bloei van het Alpentoeerisme.

Hierdoor wordt het moeilijk voor individuele partijen iets te doen en komen initiatieven niet van de grond omdat ze op de korte termijn de groei van de toeristische sector kunnen bedreigen. Ook lopen toeroperators die alleen "duurzame" reizen gaan aanbieden, het gevaar dat anderen meteen in het ontstane gat springen of dat ze geen of te weinig echt "duurzame" vakanties van hoge kwaliteit kunnen aanbieden en dat ze om die reden klanten verliezen.

Ook de andere partijen zijn in vergelijkbare situaties gevangen. *Er is sprake van een prisoners' dilemma: doordat het risico van individueel handelen te groot is als de anderen niet meewerken, wordt de optimale situatie (duurzaam Alpentoeerisme) nooit bereikt.*

2.2. Wie kunnen de voortrekkers zijn?

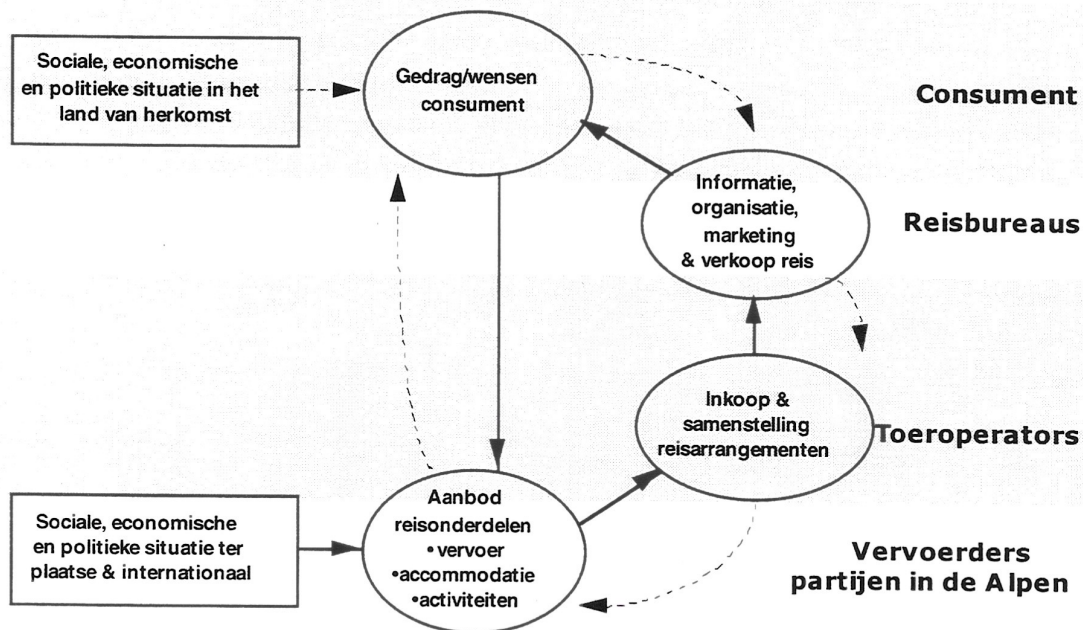
In figuur 2 geven we weer wie welke onderdelen van een reisarrangement kunnen beïnvloeden. Dit weerspiegelt de interactie en wederzijdse afhankelijkheid binnen de keten.

Opvallend is dat toeroperators een grote rol spelen in het centrale deel van de keten. Niet alleen kopen zij de onderdelen van de reis in en brengen zij de wensen van consumenten over aan onderaanbieders. Zij hebben ook, in samenwerking met reisbureaus, directe toegang tot de consument en kunnen hem informeren over bijvoorbeeld de duurzaamheidsaspecten van een reisarrangement.

Ook de overheden in de Alpenlanden spelen een cruciale rol. Zij staan aan de bron van het probleem, in die zin dat zij het kader bepalen waarbinnen onderaanbieders vervoer, accommodatie en activiteiten kunnen aanbieden. In zekere zin kunnen zij zelfs beter reguleren dan de toeroperators, omdat veel toeristen zelf hun reis -onafhankelijk van reisbureaus en toeroperators- organiseren.

Vanwege hun centrale posities kunnen toeroperators en overheden in de Alpenlanden voortrekkers zijn in het proces naar duurzamer Alpentoeerisme. Hierbij is het van belang dat toeroperators proberen aan te sluiten bij al bestaande initiatieven van de overheden in de Alpen, bijvoorbeeld in het kader van de Lokale Agenda 21. Uiteindelijk moeten alle delen van de keten meewerken om duurzamer Alpentoeerisme te bevorderen.

Interactie in de



Figuur 2. Partijen in de keten kunnen verschillende aspecten van de reis beïnvloeden

Omdat het proces in de greep is van een prisoners' dilemma, moet iemand het voortouw durven nemen. Wie dat is, is niet van belang. Een doorbraak wordt echter alleen bereikt als de echt belangrijke spelers zich met de aanpak inlaten. Belangrijke voortrekkers zijn ongetwijfeld de toeroperators. Zij kunnen in samenwerking met overheden voor een doorbraak zorgen in de duurzame regionale ontwikkeling van het Alpengebied.



Conclusies

- Iedereen is mede-verantwoordelijk (ketenverantwoordelijkheid).
- Alle partijen in de keten moeten samenwerken om het probleem op te lossen, maar doen uiteindelijk niets wezenlijks omdat ze gevangen zijn in een prisoners' dilemma.
- Toeroperators en overheden in de Alpenlanden zijn de voortrekkers die samen veranderingen in de hele keten kunnen teweegbrengen. Toeroperators kunnen de eerste stap zetten.

3. Hoe kunnen toeroperators het initiatief nemen? - een denkkader

3.1. Wat zijn de ideeën voor maatregelen en wat zijn de valkuilen?

In het kader van de workshops van het NAP hebben toeroperators, vervoerders en de milieubeweging gesproken over wat toeroperators kunnen doen om duurzamer Alpentoeerisme te bevorderen. Dit leidde tot een lijst van mogelijke maatregelen (zie het kader op pagina 17).

De genoemde maatregelen hebben betrekking op vrijwel alle onderdelen van de reisketen en kunnen, wanneer gecombineerd, een flinke zet geven in de richting van duurzamer Alpentoeerisme. Wat opvalt in de genoemde maatregelen is de radicaliteit van een groot aantal daarvan, zoals een ecotax op reizen, bulkafspraken, milieukeuren, ontwikkelingsprojecten en rangschikking van toeroperators naar hun milieuvriendelijkheid. Aan de andere kant zijn er ook veel zeer "kleine" meer communicatieve maatregelen, zoals het bekendheid geven aan reeds genomen maatregelen, kennisvergroting ten aanzien van de consument en het geven van meer informatie aan betrokkenen bij het vervoer. Karakteristiek voor beide soorten maatregelen is echter dat ze veelal de verantwoordelijkheid naar anderen doorschuiven: andere partijen worden geïnformeerd (en moeten vervolgens zelf iets doen) of maatregelen zijn zo ingrijpend dat ze onmogelijk kunnen worden uitgevoerd zonder in ieder geval de gehele branche op Europees niveau erbij te betrekken.

Zo ontstaat het gevaar dat de individuele toeroperator hard over duurzaamheid gaat roepen, maar uiteindelijk niets substantieels voor elkaar krijgt. Dit ondermijnt de geloofwaardigheid van de initiatieven van toeroperators.

Andere valkuilen:

- De bedrijfsinterne milieuzorg. Praten over duurzamer Alpentoeerisme is gevaarlijk als de toeroperator niet ook intern over de gehele linie een goed milieubeleid voert.
- De relatie tot het verdere reisaanbod. Duurzamer Alpentoeerisme gaat niet goed samen met niet-duurzame vliegvakanties naar andere bestemmingen.
- Oppervlakkigheid. Maatregelen die het probleem niet effectief bij de bron aanpakken kunnen al gauw als opportunistisch worden gezien.
- Resultaten verwachten op te korte termijn. Het duurt vaak lang voordat men het effect van maatregelen kan zien. Om teleurstelling en onbegrip te voorkomen is het van belang ook hierover te communiceren.



- Te geïsoleerd aan de slag gaan. Als een enkeling iets aan duurzaamheid doet zal dat weinig effect sorteren. Het is daarom cruciaal anderen bij het initiatief te betrekken.
- Onvoldoende betrokkenheid van het netwerk. Duurzaamheidsinitiatieven kunnen in conflicten uitmonden als het netwerk van opinieleiders hier en in het bestemmingsgebied onvoldoende wordt geraadpleegd en geïnformeerd.
- Beweren dat duurzaam toerisme mogelijk is. Duurzaam toerisme is een *contradictio in terminis*. Duurzaam is het vooral als de toeristen thuis blijven.
- Duurzaamheid gelijkstellen met milieu. Dan wordt men er al gauw van beschuldigd het welzijn van de natuur boven het welzijn van de mens te plaatsen.
- Duurzamere Alpenvakanties als een "project" beschouwen. Werken aan duurzaamheid moet meer zijn dan dat. Meer duurzaam worden moet uiteindelijk in alle takken van het bedrijf doordringen.
- Losse maatregelen nemen die niet in een bredere visie zijn ingebed.
- Verantwoordelijkheid naar anderen toeschuiven en zelf niets doen. Op termijn zal de overheid met zeer harde maatregelen moeten ingrijpen. Zo niet, dan kunnen natuurrampen of consumentenacties tot discontinuïteit leiden.



Voorbeelden van maatregelen die zijn genoemd tijdens de workshops

Verandering van gedrag reiziger/consument

- Kennisvergroting ten aanzien van de consument; het beter "marketen" van de milieuproblematiek.
- Het uitreiken van een duidelijke prospectus aan ieder vakantieganger die de Alpen bezoekt, met daarin milieuvriendelijke tips.
- Bekendheid geven aan reeds genomen maatregelen; bijvoorbeeld Umweltspiegel.
- Komen tot een sterke promotie van voor- en naseizoen in samenwerking met overheden uit Alpenlanden; maatregelen voor vakantiespreiding ondersteunen.

Inkoop reisarrangementen

- Kwetsbare gebieden uit het assortiment halen (als internationale branche).
- Prijs van de reis afstemmen op gebruik van energie (ter plaatse) - ecotax.
- Keuze van accommodatie in dorp/stad met milieu/kwaliteitsbeleid (rust/natuur) om overdruk tegen te gaan - vol is vol.
- Gebiedskeur door de branche of overheid ≈ "Blauwe vlag".
- Keuze van accommodatie met milieu/kwaliteitsbeleid.
- Accommodatie milieuvriendelijk maken (druk op verschaffer).
- Milieukeurmerk door overheid voor accommodatie.

Schoner vervoer naar de bestemming en ter plaatse

- Het autovrij maken van de bestemming stimuleren.
- Grotere eenheden en meer onderlinge afstemming van buspassagiers.
- Meer informatie aan betrokkenen (toeringcarondernemers, chauffeurs en reisleiders).
- Milieuvriendelijker vervoer naar bestemming stimuleren:
⇒ nadruk op collectief, besloten vervoer bagageservice, vraag naar schone motoren, schoon vervoerproduct.
- Het gebruik van openbaar vervoer ter plaatse stimuleren:
⇒ gratis skibussen, korting op arrangementsprijs, accommodatie, liftpas, frequentie & optimale bereikbaarheid skigebieden, transfer/shuttlebus.

Activiteiten ter plaatse

- Verbod op mega-attracties ter plaatse en meer aandacht voor natuurattracties.
- Geen gletsjer/heli-skiën en off-piste.
- Eco-activiteiten, doelgroepgericht
- ATB (begeleid), wandelpaden, natuurexcursies/cursussen; cultuur.
- Gebiedszonering in verband met activiteiten.
- Het stimuleren van/druk uitoefenen op lokale aanbieders (collectief).

Voorbeelden van maatregelen die zijn genoemd tijdens de workshops - *vervolg*

Niet productgerelateerde maatregelen

- Compensatie van veroorzaakte milieuschade door het stimuleren van natuurontwikkeling in de Alpen (financieel of anderszins).
- Bulkafspraken - quota - internationale afspraken binnen de branche.
- Rangschikking van toeroperators naar milieuvriendelijkheid.
- Afspraken tussen internationale branche en regionale overheden.
- Steun voor "ontwikkelingsprojecten" ter plaatse - milieuprijs voor groene gebieden.
- Europees convenant.

3.2. Denkkader

Aan minstens vier voorwaarden moet worden voldaan om valkuilen te vermijden zijn. Wat betreft de *inhoud*, is dat het besef dat duurzaamheid veel meer omvat dan natuur en milieu. Wat betreft het *proces*, zijn dat:

- een duidelijke visie op duurzamer toerisme en de beoogde uitkomst van een initiatief;
- een uitgebreide dialoog met het netwerk van opinieleiders alvorens maatregelen te nemen;
- een grondige analyse van maatregelen en hun relatie tot de algemene visie.

In de volgende paragrafen worden alle vier de voorwaarden besproken.

3.2.1. Duurzaamheid omvat meer dan natuur en milieu

Een vaak gehoord argument tegen maatregelen die zich richten op duurzamer toerisme is, dat strenge milieuregels de economische groei en de werkgelegenheid remmen. In verband met het Alpentoeerisme is dat ongetwijfeld een van de belangrijkste redenen waarom overheden in de Alpenlanden zo weinig doen. In veel toeristische gebieden rust een taboe op maatregelen die de toeristenstroom zouden kunnen remmen. *Men let uitsluitend op de gouden eieren, maar merkt niet dat de kip die ze legt wordt geslacht.*

Toeroperators kunnen door deze misvatting heen breken als ze de overheden ter plaatse laten zien dat duurzamer Alpentoeerisme meer is dan milieuvriende-



lijk Alpentoeerisme. Het betekent ook meer werkgelegenheid, meer sociale cohesie, etc. De Alpenbewoners en hun overheden varen er dus wel bij. In figuur 3 presenteren we een model dat aangeeft waar duurzame ontwikkeling allemaal mee te maken heeft.

Duurzame ontwikkeling betekent dat alle vier kapitaalvoorraden in balans zijn; welvaart ontstaat alleen als men met alle vier rekening houdt. In het geval van duurzamer Alpentoeerisme, betekent dit dat de Alpen niet gevuld kunnen worden met grote skihotels, pistes en liften (geproduceerd kapitaal), als dit betekent dat:

- het welbevinden en de waardigheid van de lokale bewoners (menselijk kapitaal) verminderen, doordat ze bijvoorbeeld geen landbouw meer kunnen bedrijven of hun lokale producten verkopen;
- natuurgebieden en de waterkwaliteit (*natuurlijk kapitaal*) worden aangetast;
- men dit allemaal moet beslissen en implementeren zonder noemenswaardige steun van de burgers die op of vlak naast de toekomstige skigebieden wonen (*sociaal kapitaal*) of men door versnippering van gebieden de sociale cohesie ondermijnt.

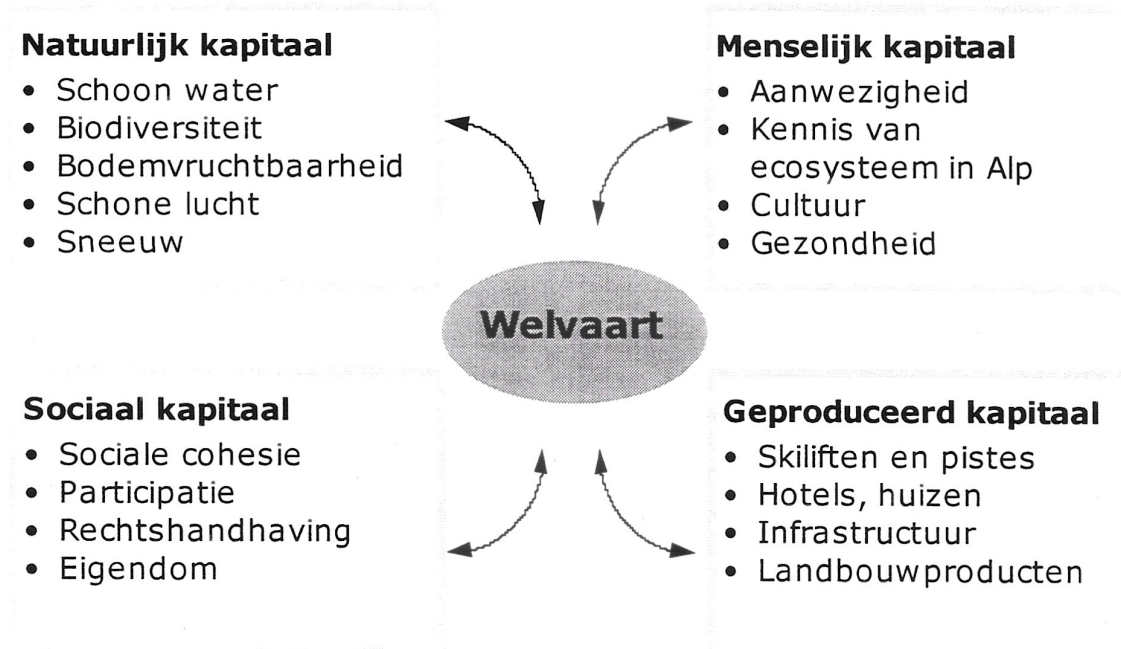
Op termijn leidt een dergelijk beleid tot ontvolking van het gebied en het weg-blijven van toeristen.

Anderzijds kunnen toeroperators en overheden in de Alpenlanden ook geen initiatieven op gang zetten waar de natuur en het milieu beter van worden, wanneer:

- de economische basis voor het bestaan van de Alpenbewoners (*geproduceerd kapitaal*) verdwijnt;
- de bewoners naar elders vertrekken (menselijk kapitaal);
- of er zulke sociale conflicten en weerstand ontstaan, dat het onmogelijk wordt om de rechtshandhaving (*sociaal kapitaal*) te bewaren.

Wanneer je -ook als toeroperator- nadenkt over initiatieven voor duurzamer Alpentoeerisme moet het effect op alle vier de kapitaalvoorraden worden overwogen. Pas dan snap je in het geding zijnde belangen en optredende effecten en onderken je voorwaarden voor succesvolle verandering. Dan ook ontstaat ruimte voor een bredere aanpak dan alleen van het milieu-aspect en ruimte voor een rol van andere partijen dan alleen de toeroperator.

Het model van de vier kapitaalvoorraden



Bron: Ekins; bewerking IMSA

Figuur 3. Duurzame ontwikkeling betekent dat de welvaart in ieder geval op peil blijft en dat alle vier kapitaalvoorraden in balans zijn

3.2.2. Een algemene visie

Wanneer je als toeroperator nadenkt over hoe je aan duurzamer Alpentoeisme kunt bijdragen, zijn de eerste vragen wat je ermee wil bereiken (doel) en hoe je het wil doen - alleen of in samenwerking met anderen?

In de workshops van het NAP-project werd uit discussies in kleine werkgroepen duidelijk dat individuele toeroperators maar heel weinig kunnen doen. Ze kunnen hun reisarrangementen samenstellen op basis van een set van duurzaamheidscriteria, voor zover er een markt is en er voldoende duurzame reisonderdelen bestaan. Een vaak genoemd probleem hierbij is dat "duurzame" reizen vaak duurder zijn dan niet-duurzame reizen. Bovendien kan het moeilijk zijn de consument van de duurzaamheid van een reisarrangement te overtuigen.



gen, wanneer de overheid in het betreffende gebied niet op alle fronten bezig is met verduurzaming. In dat geval zijn de voordelen en het effect van een duurzamer reisarrangement onzichtbaar, terwijl de toerist wel de nadelen (geen gletscherskiën, geen auto, etc.) ervan merkt.

Efficiënter is het als toeroperators het probleem samen aanpakken door bijvoorbeeld afspraken te maken (mogelijk een "Code of Best Practice" met heldere duurzaamheidscriteria). Ook hieraan zijn voorwaarden verbonden:

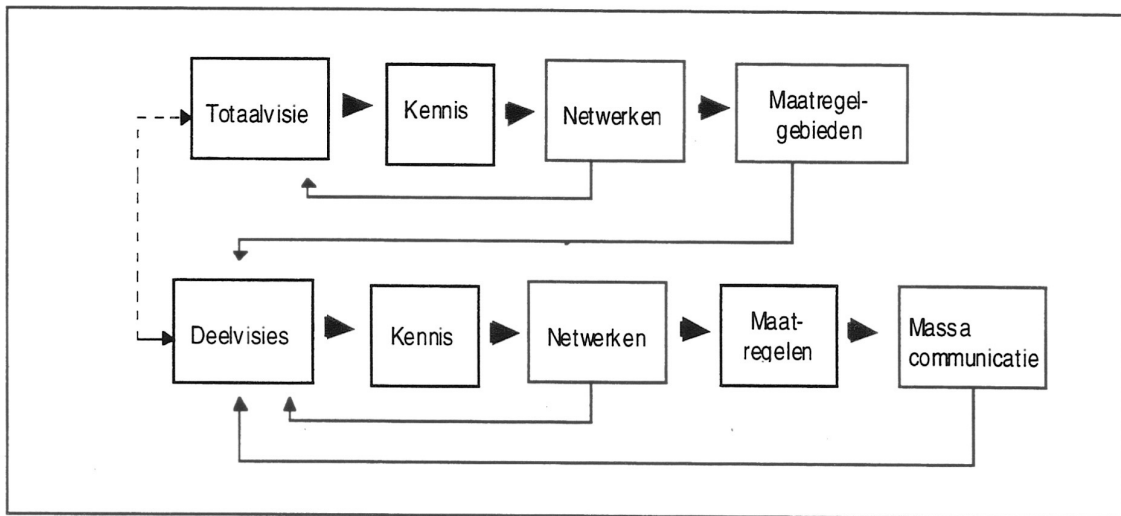
- De overheden in de Alpen moeten meewerken om voldoende aanbod van duurzame reisonderdelen te creëren.
- Consumenten moeten worden overtuigd van het belang van duurzamere vakanties of duurzamere vakanties moeten een hoge kwaliteit combineren met een lage prijs.
- Een grote meerderheid van de toeroperators moet meewerken, ook in het buitenland. Dit kan eventueel worden bereikt met behulp van internationale en Nederlandse overheden.

Hoe je ook aan de gang gaat, alleen of in samenwerking met andere toeroperators en overheden, het is cruciaal je eerst af te vragen wat het doel van het initiatief of programma is. Wat is de algemene visie op duurzamer toerisme binnen het eigen bedrijf?

Al te vaak beginnen mensen meteen maatregelen te bedenken: "We gaan voortaan onze klanten alleen met de trein sturen!" De ervaring leert dat zulke initiatieven uiteindelijk op niets uitlopen, omdat ze niet zijn ingebed in een breder kader en daardoor bijvoorbeeld slecht communiceren of de consument niet aanspreken. Als je eerst een algemene visie bedenkt, kun je daarover communiceren en kun je ook een pakket van maatregelen verzinnen waarin de onaantrekkelijke aspecten, zoals het sjouwen met veel bagage, worden geminimaliseerd en opgevangen door aantrekkelijke bijzonderheden, zoals gratis skilessen en bezoek aan een nabijgelegen stad of dorp.

Een ander aspect is dat als in Alpenlanden maatregelen worden genomen, dat de toeroperators met hun toeristen niet ergens anders heen gaan. Dit vraagt om commitment en afspraken.

In figuur 4 geven we weer hoe het nemen van feitelijke maatregelen goed kan worden voorbereid.



© IMSA Amsterdam, 1998

Figuur 4. De IMSA-(milieu)beleidscyclus als tweetrapsraket

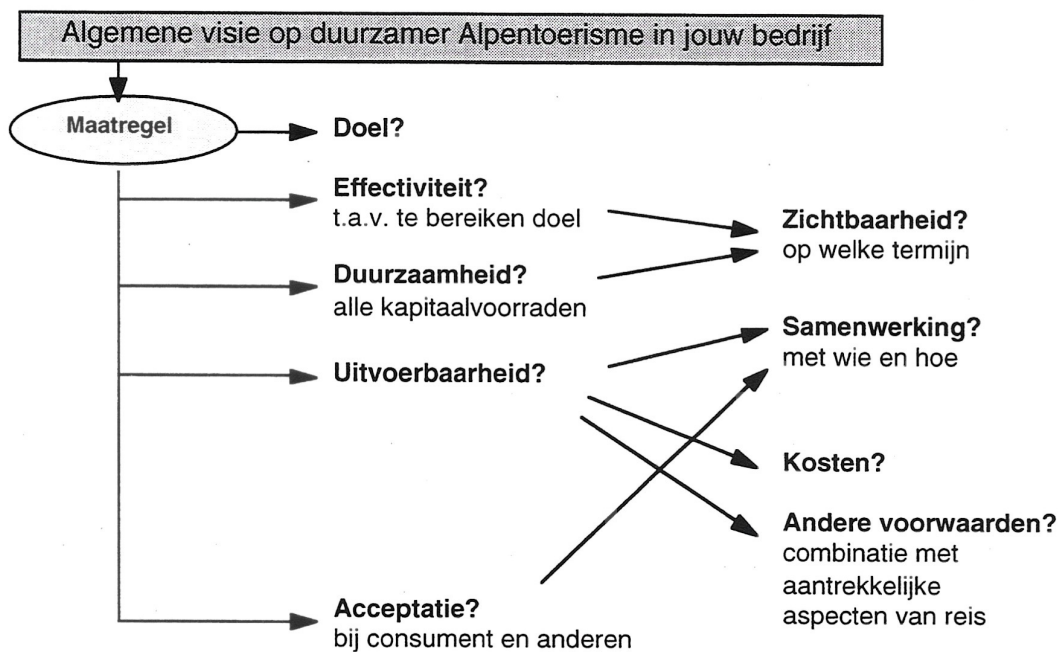
De essentie van figuur 4 is dat je eerst een duidelijke visie definieert, die vervolgens met kennis onderbouwt en daarna een dialoog aangaat met betrokken partijen en opinieleiders (het netwerk). *Pas wanneer je consensus hebt bereikt met het netwerk ga je over tot het bedenken van maatregelen.*

3.2.3. Analyse van maatregelen

In eerste instantie is het nuttig om na te gaan op welke gebieden je eigenlijk maatregelen kan en wil nemen. Vervolgens beschrijf en analyseer je iedere maatregel die in de algemene visie past, zoals beschreven in figuur 5 hieronder. Zonder deze analyse blijft het onmogelijk om andere partijen erbij te betrekken en om het eigen personeel te motiveren: als niemand weet waarom een maatregel goed is en hoe die inwerkt op de situatie van anderen, zal ook niemand meewerken. Tijdens de analyse is het van belang dat je ook let op samenhangen tussen verschillende maatregelen. *Maatregelen kunnen het best zodanig worden gebundeld dat ze elkaars effectiviteit en duurzaamheid versterken en tegelijkertijd ook de uitvoerbaarheid en de acceptatie bij consumenten en andere partijen verhogen.* Voor de analyse kan je, behalve van figuur 5, gebruik maken van de invulsheets die zijn gebruikt tijdens de workshop van januari 1998 (zie bijlage 1). Hierin staan specifieke vragen die je helpen nadenken over doel, effectiviteit, duurzaamheid, uitvoerbaarheid en acceptatie.

Na een grondige analyse van de maatregelen die binnen jouw visie passen, kun je ze evalueren en de maatregelen kiezen die het probleem daadwerkelijk aanpakken. Hierbij is het belangrijk voortdurend naar je analyse te kijken om bijvoorbeeld te zien hoe een pakket van maatregelen in zijn geheel zal werken. Ook gebruik je je analyse om na te gaan welke partijen en opinieleiders je bij het initiatief moet betrekken en op welke manier.

Vragen die belangrijk zijn bij het beoordelen en implementeren van maatregelen



Figuur 4. Voor dat je maatregelen gaat nemen moet het duidelijk zijn waarom je juist die maatregelen wilt nemen, wat het effect ervan is en hoe je met betrokken partijen en consumenten erover kan communiceren

Samenvattende conclusies

1. De kip met de gouden eieren wordt geslacht

Toerisme draagt in beginsel bij aan de welvaart en het welzijn van bewoners van (in dit geval) de Alpenlanden. Door aantasting van de regio -onder meer door de massale variant van datzelfde toerisme- worden op termijn echter de verworven welvaart en het welzijn in de Alpenregio juist weer ondermijnd. De bron van alle inkomsten wordt aangetast. De kip met de gouden eieren is op weg naar het slachthuis.

Alle aspecten van toerisme - vervoer, verblijf en activiteiten - dragen bij aan problemen in de Alpen. Het resultaat is dat de Alpen en hun schoonheid en hun economische waarde verliezen.

2. Niets doen is een risico

Het vrije maatschappelijke verkeer laat toe dat toeristenstromen zich verleggen. Daarmee lijkt uitputting van een gebied een begaanbaar traject. Maar op enig moment zal de publieke opinie zich keren tegen de veroorzakers. Aanleidingen kunnen liggen in natuurrampen, incidenten, publiciteit, wetenschappelijke studies. Actiegroepen zullen reageren. Maatschappelijke- en consumentenactie alsmede overheidsbeleid zijn het gevolg. Dat geldt zowel in de Alpenregio als nationaal. Maatregelen zullen worden afgedwongen. Een negatief imago voor de toeristensector is nog het minste gevolg.

Niets doen is daarmee een risico.

3. Probleem wordt inmiddels onderkend, dat biedt kansen

Trendbreuken zijn een risico zolang ze niet worden onderkend. Eenmaal onderkend is sprake van een kans. De toeristische bedrijfstak ziet dit inmiddels in. Er is sprake van tal van initiatieven, zowel branche-breed in ANVR-kader als van bedrijven. De oprichting van het Nederlands Alpen Platform is ook zo'n initiatief. Het project *duurzaam Alpentoeerisme* is daarvan een uitvloeisel.

4. Ieder is medeverantwoordelijk

Alle partijen zijn medeverantwoordelijk. Zeker niet alléén de toeristische bedrijfstak. En binnen de bedrijfstak zeker niet alleen de toeroperators. Binnen de bedrijfstak dragen alle geledingen medeverantwoordelijkheid voor hun aandeel; zowel in de veroorzaking als in de oplossing. Gesproken kan worden van ketenverantwoordelijkheid.



5. Niemand kan iets alleen; samenwerken is noodzakelijk

In alle workshops is heel helder gebleken dat sprake is van wat wordt genoemd: een *prisoners' dilemma*. Degene die probeert individueel voordeel te behalen, loopt vast als anderen niet meewerken of zelfs tegenwerken. Daarom komen maatregelen niet van de grond. Het risico van alléén handelen is te groot omdat niet het vertrouwen bestaat dat anderen zich dezelfde beperkingen zullen opleggen. Kansen liggen alleen in de gezamenlijke actie. Zonder samenwerking van de gehele keten geen oplossing. Samenwerking tussen bedrijfsleven onderling en met overheden in de meest brede zin, zowel hier en daar als internationaal.

6. Toeroperators kunnen een belangrijke voortrekkende rol vervullen

De vraag wie in zo'n *prisoners' dilemma* de eerste stappen zet, is niet van belang. Een doorbraak wordt echter alleen bereikt als de echt belangrijke spelers zich met de aanpak inlaten. Belangrijke voortrekkers zijn ongetwijfeld de toeroperators. Zij kunnen in wisselwerking met overheden voor een doorbraak zorgen in de duurzame regionale ontwikkeling van het Alpengebied. En daarmee het Alpengebied duurzaam behouden voor toerisme.

7. Verkeerd doen is ook niet goed

Niets doen is niet goed. Alleen opereren ook niet. En gezamenlijk optreden is een noodzakelijke maar onvoldoende voorwaarde voor succes. De materie is complex en nieuw voor de bedrijfstak. *Duurzame regionale ontwikkeling vraagt overigens om betere concepten dan nu gangbaar zijn.* Toeroperators die stappen op deze weg gaan zetten, moeten zich bewust zijn van de vele valkuilen. Geconcludeerd is dat er dringend behoefte bestaat aan systematisch te werk gaan. Het ontwikkelen van een visie is daarin een belangrijke eerste stap.

8. Natuurlijk zijn er volop maatregelen te bedenken

Hoewel nog weinig maatregelen zijn uitgetoetst, laten inventarisaties bij de deelnemers van de workshops zien dat een keur aan maatregelen valt te bedenken. De ontwikkelde matrix leidt bij toepassing tot het inzicht dat voordat maatregelen worden gekozen, duidelijk moet zijn waarom juist voor een bepaalde maatregel gekozen zou moeten worden. Enkele van de criteria in de matrix (aan maatregelen te stellen vragen) zijn: doel, effectiviteit, duurzaamheid, uitvoerbaarheid, acceptatie. Belangrijkste winstpunt van de matrix is dat het invullen van de matrix leidt tot het systematisch stellen van vragen en daarmee via inzicht tot strategisch handelen.



9. Nu nog systematisch aanpakken

Eerdere conclusies over mede-verantwoordelijkheid en de noodzaak tot samenwerking in het besef van de vele valkuilen leidt tot de conclusie dat om effect te bereiken en dus een win-winsituatie te creëren, systematisch handelen geboden is. Alleen dan kan de Alpenregio duurzaam behouden worden voor toerisme.

10. Dus niet starten met maatregelen

Voorbeelden in de workshops maakten duidelijk dat veranderingsprocessen mislukken als met maatregelen wordt gestart. Aan het nemen van maatregelen gaan cruciale stappen vooraf. Gebruik van de (*milieu*)*beleidscyclus* voorkomt dergelijke valkuilen.

11. Duurzamer Alpentoeisme

Duurzame ontwikkeling van de Alpenregio is niet alleen een uitdaging en een kans, maar ook een noodzaak voor zowel het gebied als voor de toeristische sector hier.



Deel 2: Aanbevelingen

Verwacht niet op korte termijn resultaten

Externe druk (regelgeving, consumentenactie, natuurramp, etc.) zal de noodzaak om te handelen zeker in een stroomversnelling brengen. Bij het uitblijven daarvan is er tijd om op een breed terrein actie te ondernemen. Gelet op de veelheid aan partijen die nodig zijn om maatregelen effectief te laten uitwerken, moet niet te snel op resultaat worden gerekend. Dat lijkt een geruststelling, maar is een aansporing om de eigen verantwoordelijkheid nu verder vorm te geven.

Wees niet te defensief

Als de bedrijfstak zich ten doel stelt een substantiële bijdrage te leveren aan het duurzaam behoud van de Alpenregio voor toerisme, is dat geen gemakkelijke opgave. Het is ook nieuw voor de bedrijfstak om een dergelijk doel gezamenlijk te willen realiseren. In zo'n proces kan geleerd worden van ervaringen uit andere bedrijfstakken. Ook daar wordt in eerste instantie gewezen op de onmogelijkheid om iets te kunnen doen, op de verantwoordelijkheid vooral van anderen, op ... etc. Angst en ontkenning zijn slechte raadgevers.

Kies voor een open dialoog

Een bedrijfstak die zich gewetensvol op een moeilijke weg begeeft, kan kritiek pareren. In een open dialoog zal het overigens nodig zijn om met de critici om de tafel te zitten. Belangrijker echter dan een focus op de critici, is de gang naar het relevante netwerk. Dat zijn de opinieleiders die werkelijk van belang zijn voor de aanpak van het probleem. Wie de opinieleiders zijn moet zorgvuldig worden nagehouden.

Doe het wel consciëntieus, systematisch en gezamenlijk

Dat alleen een gezamenlijke aanpak kans van slagen heeft, was een belangrijke conclusie. Maar ook als advies kan niet voldoende worden benadrukt dat het streven naar individueel voordeel gedoemd is om te mislukken. Als initiatieven niet zijn ingebed in een brede en breed gedragen aanpak, leveren ze nooit iets substantieels op. En een brede aanpak is per definitie een aanpak waarbij alle relevante partijen zijn betrokken. Het belang van coördinatie dringt zich nadrukkelijk op.

Dergelijke processen zijn niet eenvoudig en slagen alleen als ze systematisch worden opgezet en afgewerkt. Het hanteren van de IMSA-(milieu)beleidscyclus kan een adequaat en inspirerend hulpmiddel zijn, zowel voor de branche in de



breedte als voor individuele spelers. Mits consequent toegepast is het niet alleen een heel eenvoudig hulpmiddel maar ook een effectief, want gebaseerd op veel conflictsituaties en veranderingsprocessen.

Milieu is een valkuil

Het begrip duurzaam wordt meestal gezien als een andere term voor milieu. Dat is een valkuil, om meerdere redenen. De neiging om milieu als niet meer in de mode te verklaren, versluiert, want het probleem blijft. De problematiek in de Alpen is breder dan alleen milieu. De sociale en economische problematiek zijn er direct mee verbonden. En ook in de oplossing is het noodzakelijk om die breedte erin te betrekken. Het verdient aanbeveling om op basis van het kapitaalvoorradenmodel voor duurzame ontwikkeling een eigen variant te ontwikkelen: *het kapitaalvoorradenmodel voor duurzame ontwikkeling in de Alpen*. Dat kan een noemer zijn om in gesprek te komen met regio's ter plaatse. Ook kan worden aangesloten bij initiatieven van de Lokale Agenda 21, die ook in het Alpengebied aan de orde is.

Een aspect van geheel andere orde is dat verantwoord ondernemerschap niet toelaat dat een bedrijf de mond en de brochures vol heeft over duurzaam toerisme, als het eigen bedrijfsbeleid op milieugebied daarmee niet in overeenstemming is. Dat leidt terecht tot ongeloofwaardigheid. Bedrijfsinterne milieuzorg zou hand in hand moeten gaan met uitspraken over duurzaam toerisme. Bedrijfsinterne milieuzorg kan dan de interne drager zijn van de bewustwording over externe zaken.

Zorg voor strategische begeleiding

De valkuilen zijn vele en worden veelal niet tijdig ontdekt. Dit terwijl ze toch niet onvermijdbaar zijn. Gelet op de onervarenheid van de bedrijfstak met dit soort processen is het goed zich te verzekeren van strategische ondersteuning.

Zie het NAP-initiatief als een pilot

Het NAP-initiatief is een voorbeeldproject, een pilot voor het toetsen van de aanpak van duurzamer toerisme. Het mag niet het enige project zijn. Partijen zijn immers niet geloofwaardig als van duurzamer toerisme slechts sprake is bij Alpenvakanties. Maar het heeft ook geen zin over de gehele linie te zoeken naar mogelijkheden. Het kan juist een teken van kracht zijn als gezamenlijk wordt geconcentreerd op een pilot.



Geef het NAP-initiatief voldoende support

Het initiatief dat NAP heeft ingezet, verdient brede steun van de gehele bedrijfstak. Het initiatief is een zoektocht op weg naar duurzamer Alpentoeerisme. Het initiatief mag niet worden gemarginaliseerd. Wel moet het kritisch worden begeleid opdat voldoende analytisch en strategisch inzicht verbonden blijft aan effectief handelen. Er is een extra impuls nodig om draagvlak te waarborgen. Die begeleiding en steun zijn nodig vanuit de top van de bedrijven en de bedrijfstak, maar ook vanuit de overheid.

Centrale vragen

Zijn de branchepartijen bereid tot het ontwikkelen van:

- een gezamenlijke aanpak; en
- een systematische aanpak;
- die duurzame ontwikkeling van de te bezoeken gebieden mede tot doel heeft?

Is de overheid bereid om samen met de branche structureel en substantieel te zoeken naar wegen die toerisme duurzamer maken?

Is de consument bereid de branchepartijen constructief en dus ook kritisch te volgen alsmede initiatieven die gericht zijn op duurzame ontwikkeling van te bezoeken gebieden te honoreren?

**Bijlage 1**

Matrix om mogelijke maatregelen te kunnen beoordelen en te kunnen vergelijken (Zie voor gebruik het verslag van de *Tweede intensieve gedachtenwisseling over duurzaam Alpentoeerisme; Verslag van 13 januari 1998*)

	Maatregel 1	Maatregel 2	Maatregel 3
Maatregel			
Criteria			
Doel van de maatregel; welke problemen moeten worden verholpen/voorkomen?			
Waarom heeft u juist deze maatregel genoemd?			
Welke delen van het product zullen worden beïnvloed?			
Effectiviteit van de maatregel ten aanzien van het milieuprobleem dat hij verhelpt/voorkomt?			
Zichtbaarheid : op welke termijn leidt de maatregel tot zichtbare effecten?			
Uitvoerbaarheid : kunnen de touroperators de maatregel gemakkelijk invoeren (afgezien van het kostenaspect)?			
Duurzaamheid : effectgericht of brongericht			
Communicatie : leent de maatregel zich voor communicatie met klanten?			
Acceptatie : hoe zullen de consument en andere actoren erop reageren?			
Samenwerking : in welke mate is samenwerking met andere actoren nodig en realistisch?			
Totaalscore/beoordeling			



Bijlage 2: Gebruikte literatuur

"Sanfte Mobilität in Tourismusorten und -regionen". Werkstattbericht zum EU-Projekt im Alpenraum. Ecotrans report '97

"Symposium uitgaand toerisme en natuurlijk milieu, 27 juni 1995, Kasteel Groeneveld te Baarn", Ministerie van EZ, Ministerie van VROM, Ministerie van LNV

"Management des europäischen Tourismus; Erfahrungen - Konzepte - Visionen", Martin L. Fontanari, /Sven Rohte (Hrsg.), Sonderdruck

"Umweltorientiertes Tourismus-management; Strategien, Checklisten, Fallstudien", Waldemar Hopfenbeck/Peter Zimmer, Süddeutsche Zeitung, 1993

"Prospects for tourism - a practitioner's view", Alan Jefferson, in: Tourism Management, Vol. 16, No. 22, pp. 101-105, 1995

"Ecotourism in the 21st century", Stewart Moore and Bill Carter, in: Tourism Management,, jrg. 14 (1993), Nr. 2 (april.), pp. 123-130

"Die Alpenkonvention; Leben und Wirtschaften mit der Natur", Informationskampagne

"Bergregionen; DRV-Umweltempfehlungen für touristische Zielgebiete", Herausgeber: Deutscher Reisebüro Verband e.V., Frankfurt

"Toerisme grootste industrie in 2000 of gaan we te ver; pleidooi voor bezinning", drs. J. Walter, in: Recreatie & Toerisme, januari 1995

"Het milieu op vakantie; Reis- en milieuorganisaties zoeken samen naar duurzaam toerisme", Margit Warmink, in: Natuur en Milieu, Nr. 10, mei 1995

"Reisen und Umwelt mit SSR", Umwelt-Beilage Fernreisen 92/93

"ANVR tegen keurmerk ecoreizen" en "Bestedingen buitenlandse vakanties groeien minder snel", DIT 4 / Actueel Reisvakmagazine, 16 februari 1995



"Toerisme", Profiel, NRC Handelsblad, 9 januari 1997

Recreatie & Toerisme, Themanummer Eco-toerisme, maart 1993

"Literatuuroverzicht en Inhoudelijke Evaluatie Toerisme & Milieu", SME MilieuAdviseurs, Marjolein Udo, Bouwe Taverne, Utrecht, 9 januari 1997

Tip 8 - tip 10, ANWB-Rijopleiding, E. van Lierde, 19 mei 1995

"Milieubeleid bij Buitensportorganisaties en Touroperators; Waarom en Hoe?", Verslag NMGA Symposium 1993

"Conferentie Groeneveld 2; verslag van de bijeenkomst van donderdagmiddag 30 mei 1996 in kasteel Groeneveld, Baarn", Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Natuurlijk Milieu

"De Alpen, ook jouw zorg!; Wat trekt meer dan 50 miljoen toeristen elke winter naar de Alpen?", brochure Stichting Nederlands Alpenplatform

"Wintersport", commentaar, De Kleine Aarde nummer 100

"Zo riant... was reizen nog nooit", brochure Vrij Uit

"Der umweltbewußte Hoten- und Gaststättenbetrieb; 2., überarbeitete und erweiterte Auflage; Ein Leitfaden für das Gastgewerbe", Bayerisches Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen, 1993

"Alpen; Grünbuch Alpen, die Alpen - Prüfstein Europas", Naturfreunde, Wien 1996

"Gaan we te ver? Pleidooi voor een bezinning op de relatie toerisme - duurzaamheid - milieu", Raad voor het Natuurbeheer

"The Pan-European Biological and Landscape Diversity Strategy; A Vision for Europe's Natural Heritage", Council of Europe, European Centre for Nature Conservation, 1996

"Programme Internationaal Natuurbeheer (PIN), 1996-2000; 1996, Tweede Kamer der Staten-Generaal, vergaderjaar 1995-1996



Recreatie & Toerisme, Themanummer Duurzaam Toerisme, maart 1997

ADAC-Planungshilfen; Eine Schriftenreihe für Touristikpraktiker, 1995

“Laten we verder gaan... Een onderzoek naar de aanbevelingen uit het rapport “Gaan we te ver?” van de Raad voor het Natuurbeheer, Katholieke Universiteit Brabant, mei 1995

“Agenda 21 for the travel & tourism industry; Towards Environmentally Sustainable Development”, World Travel. OMT/WTO/BTO, Earth Council

“Informatie over natuur, milieu en toerisme in de Alpen”, NMGA publikatie, 1995

“Vrij Uit op weg naar duurzaamheid”, eindexamenscriptie van K. Beerling, studente aan de Nationale hogeschool voor toerisme en recreatie, afstudeerrichting inkomend toerisme, PR en voorlichting, mei 1994

“Milieuschade & recreatie en toerisme; kansen en bedreigingen”, Nationale hogeschool voor toerisme en verkeer, zilverboek, december 1991

“Milieu, Natuur en Toerisme”, Samenvatting, Ministerie van EZ, DG voor Diensten-, Midden- en Kleinbedrijf en Ordening, december 1990

“Fragen und Antworten” Ein Schnellführer zum ECoNETT”, brochure

Studiosus Umweltbericht

Nota “Duurzaam Toerisme”, ANVR, 1997

“Het milieu: wat doen we er aan?”, Nota Duurzaam Toerisme II, ANVR, juni 1998

“Reiswereld en de zorg voor het milieu”, brochure ANVR