

CONFERENTIE GROENEVELD 2

verslag van de bijeenkomst van
donderdagmiddag 30 mei 1996
in kasteel Groeneveld, Baarn

** Aan de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Natuurlijk Milieu wordt deelgenomen door de Ministeries van EZ, van LNV en van VROM en door de organisaties ANWB, ANVR, Toerisme & Recreatie/AVN, SME Milieu adviseurs, Nederlands Alpen Platform, KIC/Stichting Recreatie.*

Inleiding

De "Groeneveld 1" conferentie, gehouden in 1995, werd afgesloten met de door alle aanwezigen onderschreven conclusie, dat het initiatief een vervolg zou moeten krijgen.

In die context kan ook deze, door de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Natuurlijk Milieu georganiseerde conferentie geplaatst worden. Logischer wijze kreeg de bijeenkomst dan ook de naam "Groeneveld 2".

De onderwerpen en de opzet van de bijeenkomst werden aangepast aan de fase, waarin het proces zich bevond. De doelgroep werd uitgebreid en het was verheugend al vooraf te kunnen constateren dat die uitbreiding, gericht op met name de touroperators, daadwerkelijk gestalte kreeg in de feitelijke deelname van deze groep.

Hierna volgt het feitelijke verslag van de conferentie. Dit is ingedeeld conform het programma zoals dat in de prettige en inspirerende congress-
lokatie kasteel Groeneveld werd uitgevoerd.

Inhoudsopgave

Openingstoespraak

*Ir. J. Barkhof, Plaatsvervangend Hoofddirecteur van de
Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB*

Toespraak Middellandse Zee

*Dhr. P. Pascual, Directeur Generaal IBATUR en
Dhr. G. Couvreur, Secretaris Touroperating van de ANVR*

Toespraak Alpen

*Mr. E. Pals, voorzitter Stichting Nederlands Alpen Platform
(NAP)*

Verslag Workshop Middellandse Zee

*olv Mr. P. Post, Ministerie van Landbouw Natuurbeheer en
Visserij (LNV)*

Verslag Workshop Alpen

olv Mr. F. Meiresonne, Stichting Recreatie (KIC/SR)

Slotconclusies

olv de dagvoorzitter Ir. J. Barkhof

Deelnemerslijst

Openingstoespraak

uitgesproken door de dagvoorzitter van de "Groeneveld 2" conferentie, de heer ir. Jan Barkhof, Plaatsvervangend Hoofddirecteur van de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB

Dames en Heren,

Gaarne heet ik u allen namens de initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Natuurlijk Milieu van harte welkom op deze zogenaamde "Groeneveld 2" conferentie. Eigenlijk spreek ik dit welkom ook uit namens de voorzitter van de ANVR, de heer Ed van Thijn. Wij zouden deze bijeenkomst samen leiden, maar in verband met internationale verplichtingen in Bosnië is hij helaas verhinderd.

"Groeneveld 2" is een logisch vervolg op de conferentie die vorig jaar juni door de drie departementen LNV, EZ en VROM werd georganiseerd. Voor het eerst boog de overheid zich samen met het toeristisch bedrijfsleven, met consumenten organisaties, met adviesraden, met natuur- en milieuorganisaties, met het onderwijs en met diverse kenniscentra over het te bewandelen traject richting duurzaam toerisme. Er kwam een groot aantal zaken aan de orde die wij vanuit Nederland zouden kunnen ... of mogelijk zelfs wel zouden moeten aanpakken.

Het organiseren van de "Groeneveld 1" conferentie werd ingegeven door het streven "samen op weg te gaan naar een duurzaam toerisme in een realistisch perspectief". Het was een zeer geslaagde bijeenkomst.

Om de draad vandaag weer op te kunnen pakken wil ik graag een aantal algemene conclusies van de vorige conferentie in herinnering brengen. Ze verklaren enerzijds waarom wij vandaag weer bij elkaar zijn en anderzijds geven ze aan dat de tijd rijp is om tot concrete initiatieven te komen.

Een van de conclusies van vorig jaar was, dat er een platform moest komen om elkaar op de hoogte te houden en om activiteiten op elkaar af te stemmen, een platform om de vele en onderling sterk verschillende organisaties bij elkaar te brengen en te houden, ... een platform dat zich richt op belanghebbende en belangstellende organisaties. Deze conclusie heeft inmiddels geleid tot de oprichting van de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Natuurlijk Milieu. De groep met een voorlopige samenstelling heeft de uitdaging aanvaard om uitgaand toerisme en natuurlijk milieu meer in evenwicht te brengen. Suggesties die daartoe kunnen bijdragen worden door de Initiatiefgroep zeer op prijs gesteld. Ze kunnen worden aangedragen in de plenaire discussie.

"Groeneveld 1" sprak ook de wens uit om te komen tot een praktische uitwerking van het thema duurzaam toerisme. De Initiatiefgroep heeft ervoor gekozen, dit thema vanmiddag met elkaar te concretiseren aan de hand van twee voorbeelden.

Het eerste voorbeeld betreft een presentatie over de milieu- en natuurmaatregelen op Mallorca als exponent van het Middellandse Zeegebied. De heer Gerard Couvreur, secretaris Touroperating van de ANVR, zal als plaatsvervanger van de heer Pedro Pascual, Directeur-Generaal van IBATUR, ingaan op de redenen die overheden en IFTO bewogen tot het opzetten van het zogenaamde ECOMOST-project, onder andere Mallorca. De heer Pascual is vandaag helaas verhinderd.

U krijgt een beeld van de praktische invulling die Mallorca aan het project heeft gegeven en van de conclusies die er, zowel op beleidsmatig als op commerciële vlak, aan verbonden kunnen worden. Interessant is het te weten of het ECOMOST-model ook in andere gebieden tot succes kan leiden, hoe de aanpak gestimuleerd kan worden en welke organisaties dit kunnen doen.

Het tweede voorbeeld is de campagne van het Nederlands Alpenplatform. Dit unieke samenwerkingsverband timmert al ruim 8 jaar concreet en effectief aan de weg om toerisme naar de Alpen zo duurzaam mogelijk te maken. Daarbij is er aandacht voor vervoer, voor verblijf en voor toeristische activiteiten.

In de inleiding van voorzitter Erik Pals van het Alpenplatform en in enkele stellingen wordt ingegaan op de verantwoordelijkheid van alle schakels in de toeristische keten. Ook wordt besproken hoe deze schakels meer betrokken kunnen worden bij concrete activiteiten die het toeristisch produkt duurzamer maken en tevens een meerwaarde geven. Er zijn zeker successen te melden, maar niet alle verwachtingen en wensen zijn waargemaakt en ingevuld.

Met de Alpen en het Middellandse Zeegebied hebben wij een tweetal interessante voorbeeldgebieden. Ze behoren immers tot de belangrijkste toeristische bestemmingen in de wereld. Ook zijn het bestemmingen waar wij ons in Nederland bij betrokken voelen, zowel zakelijk (vanuit de reisindustrie) als persoonlijk (als toerist).

Het zijn ook belangrijke gebieden vanuit het oogpunt van natuur en milieu. Dat wordt onderkend in de Europese Biologische en Landschappelijke Diversiteitsstrategie, die recentelijk door de Nederlandse regering is geratificeerd. Daarin worden een aantal berggebieden met inbegrip van de Alpen en ook de kustgebieden van de Middellandse Zee gerekend tot de prioritaire gebieden als het gaat om bescherming. Duurzaam toerisme is daarbij het strategisch uitgangspunt.

Dames en Heren, ik sluit af met een oproep. Ik daag u allemaal uit om vanmiddag in de workshops en later in de plenaire discussie de lijn van "Groeneveld 1" door te trekken. Laten wij met elkaar, ieder vanuit de eigen verantwoordelijkheden en mogelijkheden, komen tot het nader ontwikkelen van concrete activiteiten.

Ik wil niet vooruitlopen op de gedachtenwisseling in de workshops, maar voor de beeldvorming zou ik persoonlijk denken aan voorbeeldprojecten op het gebied van vervoer, verblijf en activiteiten . We kunnen denken aan produkt-informatie, aan een energie- en milieu-vervoersbalans in reisbrochures, aan milieu- en natuurparagrafen in Toeristiek en aan consumenten- en producentencodes. Er kan ook aan samenwerking met natuur-, milieu- en toeristenorganisaties en met Nederlandse landbouwwattachés in bestemmingslanden gedacht worden.

"De overheid wil in dit proces als smeerolie fungeren". Deze mededeling kregen wij vorig jaar van Secretaris-Generaal Joustra van het ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij in diens openingswoord tijdens "Groeneveld 1". Nu de tijd rijp is voor concrete initiatieven kunnen degenen die betrokken zijn bij het uitgaand toerisme kunnen zich verzekerd weten van kwalitatief hoogwaardige beleidsolie.

Ik wens u een goede conferentie.

Toespraak "Milieu en Toerisme; Realiteit op de Balearen"

uitgesproken door de heer Gerard Couvreur, Secretaris Touroperating van de ANVR

Dames en Heren,

Aan het begin van deze toespraak wil ik de heer Pascual, President van IBATUR verontschuldigen. Door een belangrijke afspraak in zijn land is hij helaas verhinderd de inleiding zelf te houden.

Toerisme is een van de meest significante sociale en economische verschijnselen van deze eeuw. Het is een belangrijk onderdeel geworden van wat wel genoemd wordt de "quality of life", tenminste in de economisch ontwikkelde landen. Was het vroeger alleen weggelegd voor een bevoorrechte groep, vandaag de dag is het gelukkig een behoefte waaraan velen een praktische invulling kunnen geven.

Toerisme is een economische activiteit, die voor een groot gedeelte in de openlucht plaats vindt. Het is misschien wel de menselijke activiteit die het grootste raakvlak heeft met het milieu. Een natuurlijk, goed behouden milieu is daarom essentieel indien een gebied een toeristische bestemming wordt.

De versnelde groei van massaal toerisme legt een zware druk op de natuur en de mens in de bestemmingsgebieden. Dat was zo en dat is nog steeds zo, hoewel er een groot verschil is tussen de situatie nu en die van 10 jaar geleden. Aan de andere kant vormt het economisch effect van het toerisme op vakantiegebieden het enige tegenwicht om de balans recht te trekken. Er is geen ontwikkeling mogelijk zonder bescherming van de omgeving terwijl anderzijds het milieu niet zonder economische groei kan. Met andere woorden "in de meeste gevallen is armoede een dodelijke vijand voor de ecologie".

Het proces bevindt zich in het stadium van waarmaken van duurzame ontwikkeling. Het begon als theoretisch concept, voorgesteld in Rio in 1992. Dat concept is de afgelopen jaren omgevormd tot een aanvaard model met allerlei variabelen.

Hoe hebben de vele vragen de Balearen beroerd?

Het antwoord luidt; die beroering was zodanig indringend dat, waar de Balearen in de jaren '60 de dramatische hoofdpersoon vormden in de revolutie van het massatoerisme, er nu sprake is van een situatie waarin diezelfde Balearen de voorstellen voor een duurzaam economisch model in praktijk kunnen brengen.

De eilanden vormen geen groot maagdelijk gebied waarvoor vanuit het niets een toeristisch model kan worden gestart, zoals dat nu in sommige exotische gebieden plaatsvindt. De Balearen vormen de resultante van een geweldig aanbod van vakanties in verschillende vormen, ontwikkeld gedurende een periode van bijna 50 jaar en met in de beginfase een model dat ten koste ging van het milieu. Daarnaast vormen de Balearen evenwel ook een groot natuurlijk, landschappelijk en cultureel erfgoed, dat behouden is gebleven ondanks de geweldige ontwikkeling.

Bij de beoordeling van het evenwicht tussen de economische ontwikkeling en het milieu worden de Balearen geconfronteerd met een aantal in het oog springende situaties, namelijk;

- Toerisme is inmiddels een niet terug te draaien fenomeen in de economie, de werkgelegenheid en de sociale structuur. Er is geen keuze, daarom zal er mee moeten worden geleefd.
- Toerisme heeft bronnen en land geconsumeerd en doet dat nog, maar het heeft ook gezorgd voor een significante economische ontwikkeling voor deze gemeenschap en het niveau van ontwikkeling is essentieel om een model naar duurzaamheid te omarmen.
- De overheid van de Balearen heeft gezorgd voor een grondig gewijzigde aanpak van het toerisme en is zich bewust van de noodzaak hiervan, met name gezien de vereisten die duurzaamheid stelt.
- Het was nodig een nieuw model te promoten, dat overeenkomt met de aspiraties van de bewoners van de Balearen, met hun landschap en hun cultuur, en dat bovendien iets nieuws biedt met meer kwaliteit en meer diversiteit.
- Het was nodig de invloed van toerisme op landschap en op natuurlijke hulpbronnen terug te dringen.
- Het was tenslotte nodig de instellingen, de bedrijven, de werkers en de werkelijke gebruikers van het milieu opnieuw op te voeden. Toerisme moet geen muur tussen twee tuinen zijn.

In dit verband richt de overheid zijn operaties in twee richtingen, te weten op operaties met een breed werkterrein (macro operaties) en op specifiek gerichte activiteiten. De meeste daarvan maken deel uit van het "kwaliteitsplan" dat de komende jaren zal worden gepresenteerd en dat een reeks maatregelen zal vervangen.

Het essentiële uitgangspunt is zonder twijfel het wettelijke kader waaraan elke nieuwe onderneming zich zal moeten houden. Een paar voorbeelden;

- Zo is er de wet op de natuurlijke ruimte, die zorgt voor de bescherming van 40% van het grondgebied. (Ter vergelijking, het gemiddelde percentage in de OECD-landen ligt op 8%).
- Daarnaast is de wet op de planning van toeristische accommodaties het noemen waard. Deze schrijft voor dat nieuwe accommodaties moeten voorzien in 60 m² groen per bed.
- Tenslotte verdient het recente toeristenplan op Mallorca een vermelding. Dat plan voorziet in een ruimtelijke planning van toeristische gebieden.

Het geheel vormt een stuk wetgeving dat de spelregels aangeeft, regels die bij alle maatregelen in relatie tot milieu-aspecten moeten worden nageleefd. Er zijn ook anderen, die waardering hebben voor dit wettelijk stelsel, zoals de Britse expert David Bellamy, die de Balearen noemt als voorbeeld van een bestemming die van haar fouten heeft geleerd.

Er is veel gedaan, maar er moet zonder twijfel nog veel meer worden gedaan. Daarom heeft de overheid een aantal actieplannen opgesteld.

- Zo is 167 miljoen dollar uitgetrokken om er voor te zorgen dat er geen druppel ongezuiverd water meer de zee in gaat.
- Voor een actieplan om de Balearen te verfraaien is 120 miljoen dollar uitgetrokken.
- De private sector heeft, in het kader van het hotel-moderniseringsplan, 830 miljoen dollar uitgetrokken voor het renoveren van de hotels van voor 1984.

Financieel zijn de inspanningen om de zaken ten goede te keren enorm. De uitdaging is niet om te beschermen, maar om te behouden, wat ook betekent dat voor het behoud van natuurlijke gebieden permanent het vraagstuk van de financiering speelt. Moeten de schaars bezochte nationale parken worden betaald door de gebruikers, door middel van een ecotax of via ecologische heffingen?

Het antwoord op dit soort vragen is moeilijk te geven, vooral omdat rekening moet worden gehouden met de commerciële gevolgen in een markt, die zo internationaal is als de toeristische markt. Vast staat wel dat de bescherming en het behoud van het natuurlijk erfgoed alleen mogelijk is door het aanboren van financiële bronnen.

Er moet ook op gewezen worden dat de maatregelen van de overheid van de Balearen gebaseerd zijn op een concept van de "Global Nature". Een voorbeeld daarvan is genoemd moderniseringsplan, dat ruimte zal bieden voor initiatieven in het binnenland in aanvulling op specifieke operaties in toeristische gebieden (zoals het vervangen van verlaten gebouwen en ruïnes door groene zones).

De maatregelen om op de Balearen toerisme en milieu in een goed evenwicht te brengen zullen zich niet mogen beperken tot landschappelijk gerichte initiatieven. Zij zullen ook de bewoners moeten respecteren. Het tijdperk van toeristische "omheiningen", de "closed-circuit gebieden", zal moeten worden afgesloten om plaats te maken voor een algemene benadering. Dat houdt ondermeer in dat er een link zal moeten worden gelegd tussen de primaire sector en de dienstensector, door middel van een intersectoraal pact. De maatregelen zullen op alle niveaus evenwichtig moeten zijn.

Het eerder genoemde kwaliteitsplan, dat de komende jaren zal worden uitgevoerd, heeft als uiteindelijk doel om een kwaliteitslabel toe te kennen aan die eenheden, die aan een samenstel van vereisten voldoen. Het plan is gebaseerd op de aanvaarde mening, dat milieu verder reikt dan het landschap en ook betrekking heeft op het opgeruimd uitzien van gebieden, op geluidsniveau, op energieverbruik, afvalverwerking, architectuur en het informeren van de toerist.

Zodra de maatregelen van het kwaliteitsplan zijn uitgevoerd, zal deze kwaliteitsanalyse worden ondersteund door de ontwikkeling van het ECOTUR programma, dat in de Balearen zal worden uitgevoerd in relatie tot de algemene richtlijnen voor toeristen- en milieuplanning. Het doel van dit programma op de eilanden zal niet anders zijn dan het ontwikkelen van methoden en bruikbare instrumenten om het gehele toeristische netwerk in het milieu te integreren. Dit alles in overeenstemming met het beleid van de Europese Unie.

Tenslotte mag niet worden voorbijgegaan aan het culturele aspect, aan het behoud en de promotie van de eigen culturele waarden. Ook dat vormt onderdeel van het toeristische milieu.

Samenvattend mag worden geconstateerd dat een belangrijk basis-element in het overheidsbeleid de samenhang tussen toeristische activiteiten en het milieu is. Het is een commitment naar de huidige samenleving op de Balearen, maar ook naar de toekomstige generaties, die de gevolgen dragen van de besluiten, die vandaag worden genomen.

Het ECONOMOST rapport "planning for sustainable tourism" geeft aan dat er 4 vereisten zijn om ook op lange termijn als toeristische bestemming succesvol te blijven;

- 1 De bevolking moet welvarend blijven en zijn culturele identiteit behouden.
- 2 De bestemming moet aantrekkelijk blijven voor toeristen.
- 3 Niets mag de ecologie schade toebrengen.
- 4 Er is een effectief politiek kader nodig. Dat vereist wetten, planning, procedures en brede zeggenschap bij het vaststellen van het toeristisch beleid.

Een aantal van deze elementen vormt onderdeel van het geschetste beleid, zeker het politieke kader, de wetgeving, de planning en procedures. Allen zijn gericht op het doel de ecologie te sparen en de bestemming aantrekkelijker te maken voor de toerist, Ook de bevolking en het behoud van de culturele identiteit vinden hun plaats.

Zo brengt de inleiding van de heer Pascual de aandacht op de rol van de reisorganisatoren en van de reisindustrie in het algemeen, voorzover verenigd in het ANVR. Vorig jaar kon worden gemeld dat binnen het ANVR een concept beleidsplan ter discussie was gesteld, gebaseerd op een 10-tal uitgangspunten die in eerdere instantie binnen de vereniging van ANVR-reisorganisatoren waren geadopteerd.

Hoe staat het nu met de voornemens? Blijven het voornemens of gaan de gezamenlijke reisorganisatoren daadwerkelijk tot maatregelen in de praktijk?

Dat laatste is het geval. In de ledenvergadering van 9 mei j.l. is tot een aantal maatregelen besloten, die nader zullen worden uitgewerkt en gerealiseerd met behulp van een werkgroep waarin zoveel mogelijk geledingen zullen zijn vertegenwoordigd teneinde het draagvlak zo breed mogelijk te houden.

Toespraak "Kunnen 2 miljoen Nederlanders in de 21ste eeuw nog verantwoord genieten van een Alpenvakantie?"

uitgesproken door de heer Mr. Erik Pals, voorzitter van de Stichting Nederlands Alpen Platform

Dames en Heren,

Als motto van deze toespraak wil ik u graag volgende zin meegeven;

Zukünftig wird es nicht mehr darauf ankommen, daß wir überall hinfahren können, sondern ob es sich lohnt dort an zu kommen.

1 Het wat, hoe en waarom van het NAP.

Het NAP is opgericht in 1991 en omvat de volgende 5 organisaties, die de Alpen mede als werkterrein hebben;

- Stichting Nederlandse Milieu Groep Alpen
- Nederlandse Bergsportvereniging
- Koninklijke Nederlandse Alpenvereniging
- Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB
- Nederlandse Skivereniging

Het is een uniek en zeer succesvol samenwerkingsverband, ondanks de ten dele concurrerende belangen van de verschillende participanten. Daarbij dient te worden aangetekend dat de betrokken organisaties samen 3,25 miljoen leden vertegenwoordigen.

Aanleiding tot de oprichting van het NAP was een rapport van IUCN - 's wereld grootste natuurbeschermingsorganisatie - waaruit bleek dat de Alpen het meest bedreigde berggebied ter wereld is met daarbij de constatering dat de hoge toeristische druk een belangrijke oorzaak is van aantasting van de Alpeennatuur.

De doelstelling van het NAP is het verzorgen van voorlichting, educatie en publiciteit ter bevordering van duurzaam Alpentoeerisme.

Uitgangspunt daarbij is het ecologisch én toeristisch belang van de Alpen en het gegeven dat daarbij natuur, landschap en milieu de basis vormen voor het toerisme.

Het programma van activiteiten wordt op diverse wijzen gefinancierd,

- Diverse Toeroperators
- Ministerie van LNV
- Wereld Natuur Fonds
- Participerende Organisaties

Voor meer informatie over de resultaten van het NAP verwijst ik graag naar de brochure (bij dit verslag gevoegd).

2 Ontwikkelingen Alpen

Een korte karakteristiek van het Alpengebied:

- Het is 1200 km lang en 50-250 km breed
- Het omvat 8 landen en 11 miljoen inwoners
- Geologisch gezien een relatief jong gebergte dat nog steeds in beweging is
- Gevarieerd landschap met bijzondere planten- en diersoorten
- Natuur is zeer kwetsbaar voor verstoring, heeft te maken met extreme temperaturen en kent een kort groeiseizoen
- Sinds 1950 heeft het Alpentoeurisme een enorme vlucht genomen, met name door populariteit van de wintersport
- De infrastructuur werd ongekend snel uitgebreid en vandaag de dag is werkelijk alles in de Alpen afgestemd op toerisme

Een indicatie van belang en omvang van het toerisme in de Alpen;

- De wereldomzet in toerisme bedraagt ca. 200 miljard dollar en hiervan wordt 25% in de Alpen gerealiseerd.

De effecten en invloeden op de Alpen;

- De massaliteit van het toerisme leidt in de kwetsbare hoogalpine omgeving tot aantasting en vervuiling van het berglandschap.
- De effecten van de aanleg en het gebruik van infrastructuur zijn alarmerend. Toeristendorpen herbergen soms 5x zoveel gasten als inwoners, waardoor het gebruik van water en energie omhooggestuwd wordt. Dit leidt in veel bergdalen tot een onverantwoorde milieu-hygiënische

verontreiniging. Daarbij komt de milieubelasting van het verkeer. Hierdoor is 60% van de bossen aangetast door verzuring en fotochemische vervuiling.

- Het broeikas-effect wordt zichtbaar in het afsmelten van de gletsjers. Sinds 1850 is hun omvang gehalveerd en is de sneeuwgrens honderd meter omhoog geschoven. Als de opwarming van de aarde in dit tempo doorzet zullen 600 van de huidige 925 gletsjers verdwijnen. Het spreekt voor zich dat dit economische gevolgen voor met name het wintersporttoerisme zal hebben.
- Ten behoeve van piste-aanleg en de bouw van accommodatie zijn de afgelopen decennia tienduizenden hectare hellingbos gekapt. Er zijn nu ruim 40.000 skipistes, 15.000 banen en liften en 200.000 sneeuw-kanonnen. Erosie, aardverschuivingen en lawines komen steeds vaker voor.
- Ook relatief milieuvriendelijke sporten als bergwandelen en bergbeklimmen zorgen voor problemen. Alleen al in Oostenrijk bieden de gezamenlijke berghutten ruimte voor 70.000 dagbezoekers. Er is eens berekend dat alleen al voor het treffen van maatregelen voor de afvalwaterreiniging een investering van 160 miljoen noodzakelijk is.
- De enorme populariteit van nieuwe vrijetijdsactiviteiten als mountainbiking, raften, paragliding en survival, zorgen voor verdere degradatie van de alpine ecosystemen.

We moeten bij al deze cijfers en feiten bedenken dat de Alpen van levensbelang zijn voor vele miljoenen Europeanen als:

- onmisbare drinkwaterleverancier
- leverancier van energie d.m.v waterkracht
- bron van kostbare grondstoffen (mineralen, ertsen, landbouwprodukten
- leverancier van natuur en landschap voor de toerist

Korte historie van de bescherming van de Alpen en de bijbehorende actoren:

- Alpenverenigingen en particuliere natuurbeschermingsorganisaties onderkennen al vroeg de kwetsbaarheid van de Alpen. In 1906 wisten natuurbeschermers te verhinderen dat er kabelbanen werden aangelegd naar de Matterhorn en de Grossglockner.
- Ook overheden namen initiatieven. Al in 1909 werd het Zwitserse Nationale Park opgericht.
- In 1980 onderzocht UNESCO het Alpengebied
- CIPRA, de belangrijkste en meest invloedrijke Europese natuur-beschermingsorganisatie die zich richt op de Alpen, startte in 1988 initiatieven die leidden tot de Alpenconventie. Deze Alpenconventie is een verdrag tussen alle Alpenlanden en de Europese Unie en richt zich op bescherming van de Alpen en de duurzame ontwikkeling ervan. Het verdrag heeft kracht van wet in alle Alpenstaten, wat hen verplicht hun wetgeving in overeenstemming te brengen met deze conventie, die is opgesplitst in een aantal protocollen waarvan toerisme en verkeer twee belangrijke zijn. De Alpenconventie trad in 1995 in werking.

De huidige stand van zaken m.b.t. duurzaam toerisme:

- Op nationaal, regionaal en lokaal niveau blijkt implementatie van de Alpenconventie erg moeizaam. De ratificatie van de protocollen toerisme en verkeer loopt ernstig vertraging op, dit terwijl met name de gevolgen van het toerisme en het transitverkeer zorgen voor een enorme milieu-belasting.
- Op de achtergrond spelen de belangentegenstellingen tussen economie en ecologie, die in sommige alpenregio's onoverbrugbaar lijken. Desondanks worden telkens heel kleine stapjes vooruit gezet, waarbij echter wel sprake is van een bedenkelijke afvlakking van de oorspronkelijk geformuleerde maatregelen.
- Toch gebeurt er ook veel goeds. Een voorbeeld: "In Zwitserland heeft de centrale overheid onlangs besloten om enkele nieuwe tunnels door het centrale massief te bouwen om de milieu- en lawaaioverlast van het wegverkeer door de Alpen te verminderen. Vrachtauto's gaan op de trein, wat bijdraagt aan de leefbaarheid in de dalen.

- Maar in vele andere alpenregio's zal de overlast voorlopig voortduren, omdat de besluitvorming nog niet zover is.
- Voor wat betreft het toerisme zijn de hete hangijzers onder andere de sneeuwkanonnen, de helikoptervluchten en de uitbouw van de voorzieningen voor met name de wintersport.
- Zoals gezegd verschilt de stand van zaken per Alpenregio zeer. In een aantal Alpen-regio's zoals Salzburgerland in Oostenrijk en Graubünden in Zwitserland geldt duurzaamheid sinds 1989 als leidraad voor de verdere ontwikkeling van het toerisme. Zowel de overheden als een groot aantal particuliere organisaties nemen initiatieven. Er worden inmiddels wettelijke grenzen gesteld aan de uitbouw van voorzieningen en er wordt een breed scala aan maatregelen uitgevoerd;
 - * van energie en waterbesparing in hotels
 - * tot reductie op skipassen en attracties voor toeristen die per openbaar vervoer aanreizen.
- Ook de plaatselijke bevolking laat zich niet onbetuigd. De lasten van het toerisme domineren steeds vaker de lusten. Zij willen het toerisme niet weren. Het gaat hen om vormen van toerisme waarvan de regio profiteert zonder dat de leefbaarheid in gevaar komt. Vanuit deze invalshoek lukt het heel vaak om ook de politiek mee te krijgen.
 - * zo zijn er talloze projecten op het terrein van regionaal openbaar vervoer (bussen op zonne-energie).
 - * ecologische hotels die door boeren uit de regio worden voorzien van streekgebonden produkten.
 - * natuurorganisaties die toeristen via excursies en andere activiteiten intensief in contact brengen met natuur en cultuur van de streek.
- Werd een en ander tot nu toe veelal beschouwd als een puur binnenlandse aangelegenheid, een nieuwe dimensie vormt het besef in de Alpenlanden, dat het duurzaam toerisme daar alleen kan worden bereikt door samenwerking met donorlanden, de herkomstlanden van alpentoeeristen

3 Ontwikkelingen van invloed op duurzaam toerisme in de Alpen

De afgelopen jaren is bij recreanten, die steeds meer vrije tijd krijgen, een groeiende belangstelling ontstaan voor natuur en landschap.

Voorbeelden in eigen land zijn;

- het toenemend bezoek van recreanten aan natuurgebieden.
- het succes van de campagne "Nederland 2 keer zo mooi", die wordt gevoerd door WNF, NS, ANWB en enkele verwante organisaties.
- de sterke groei van de ledenaantallen van organisaties als Natuurmonumenten, Wereld Natuurfonds e.d.

Vergelijkbare trends zijn waar te nemen in de wijze van vakantiebesteding in het Alpengebied;

- actieve vakanties in de bergen maken een spectaculaire groei door.
- denk aan skiën, klimmen, wandelen, fietsen en nieuwe activiteiten zoals parapente, mountainbike e.d.

De groei blijkt ook uit de toename van het aantal leden van bergsportorganisaties en de groei van het aanbod van toeroperators van actieve en avontuurlijke vakanties. Ook steeds meer VVV's en plaatselijke aanbieders bieden produkten en diensten aan die aansluiten bij de zojuist genoemde trends.

Door deze trends, deze groeiende interesse, zal er meer draagvlak ontstaan voor maatregelen die natuur en milieu beter beschermen. Toeristen zijn makkelijker aanspreekbaar op beperkingen die omwille van de natuur noodzakelijk zijn.

Maar voor duurzaam Alpentoeerisme is meer nodig dan maatschappelijk draagvlak. Er zal in de sfeer van beleid, politiek en communicatie in Europees verband én in samenwerking tussen alpenlanden en donorlanden nog heel veel moeten gebeuren.

Laten we even stilstaan bij ontwikkelingen die de komende jaren op dit gebied te verwachten zijn. Op het niveau van de Europese Unie en de individuele Alpenlanden krijgt reductie van de milieubelasting door toerisme steeds meer aandacht. Het beleid is er op gericht om het massatoerisme beter te beheersen en toerisme te plannen en te ontwikkelen binnen ecologische randvoorwaarden. In de Alpenlanden zullen op grond van de Alpenconventie maatregelen worden genomen om de negatieve effecten van toerisme in te dammen en om impulsen te geven aan duurzame vormen van toerisme.

Voorbeelden zijn;

- beperking van autoverkeer in toeristendorpen en natuurgebieden tgv collectief vervoer.
- afzien van de aanleg van nieuwe skigebieden in beschermde gebieden en gletsjergebieden.
- ontwikkelen en verzorgen van visitors management in natuurgebieden.
- versterking van educatie en communicatie gericht op toeristen.
- de ontwikkeling en invoering van ecokeurmerken voor toeristische producten.

De nederlandse reisinindustrie zal op grond van de in gang gezette maatregelen te maken krijgen met een beperking van bewegingsvrijheid omdat vervoer, verblijf en activiteiten aan bepaalde randvoorwaarden zullen moeten voldoen.

Op grond van het beleid van de Nederlandse overheid zullen in de periode tot 2000 ook maatregelen te verwachten zijn die duurzaamheid van de toeristische bedrijfstak dichter bij zullen moeten brengen. Het gaat daarbij vooral om het creëren van condities en voorwaarden waarbinnen de verschillende doelgroepen de eigen verantwoordelijkheid zo goed mogelijk kunnen oppakken.

Wettelijke maatregelen kunnen daarbij ook aan de orde zijn als blijkt dat andere instrumenten niet het gewenste effect hebben.

4 Duurzame ontwikkeling kan kansen en voordelen bieden.

De ervaring leert dat de reiswereld nog niet zover is en dat het denken in termen van duurzaam toerisme nog in de kinderschoenen staat. Maar bedacht moet worden dat duurzame ontwikkeling de reisbranche kansen en voordelen kan bieden.

Er zijn enkele praktijkvoorbeelden waarin de toeristenindustrie "duurzaamheid" succesvol en met volle overtuiging heeft opgepakt.

- Ik denk aan de "Groeneveld 1" conferentie waarbij de heer Iwand van TUI, een onderneming die zich als geen ander realiseert dat duurzame ontwikkeling juist binnen de reisindustrie onmisbaar is, heeft laten zien hoe een toeroperator werk kan maken van duurzaam toerisme.
- Maar ook Hotelplan Zwitserland en andere toeroperators in de Alpenlanden zien in dat ecologie en economie geen tegenstellingen hoeven te zijn.

Toerisme is immers afhankelijk van een gevarieerde natuur en een gezond milieu. Hoe beter de kwaliteit van de natuur van een bestemmingsland, hoe hoger het kwaliteitsniveau van de toeristische dienstverlening en des te meer kansen voor een succesvolle ondernemen in de toekomst.

Er is een tendens waarneembaar dat consumenten milieuproblemen op hun bestemming steeds beter waarnemen en reeds bij het vaststellen van hun vakantiedoel bewust kiezen voor groene en schone bestemmingen.

Met andere woorden; Groen toerisme kan van een sympathieke ideologie een commercieel aantrekkelijk produkt worden. Rekening houden met het milieu kan imagoversterkend werken en de reisindustrie kan er haar maatschappelijke betrokkenheid mee tonen. Voorbeelden zijn;

- de autovrije dorpen in de Alpenlanden die niet meer lastig worden gevonden maar die hun marktaandeel de laatste jaren fors hebben weten te vergroten. Klanten zullen op den duur ook bereid zijn hiervoor meer te betalen.
- "Vol = Vol" beleid

Het implementeren van duurzaamheid binnen de bedrijfstak omvat echter veel meer en vergt ook een brede aanpak en inzet van de branche.

- Bedrijfsinterne milieuzorgsystemen zijn hiervan onderdeel.
- Net als het vergroten van het aanbod van trein- en busreizen en het bij de inkoop voorkeur geven aan accommodaties die het milieu minder belasten.
- Ook de informatieverstrekking aan de klant over het zogenaamde energie- en vervuilingbudget van reisprodukten, zodat de klant zelf verantwoorde keuzes kan maken.

In de Alpenregio's is men, door de omstandigheden gedwongen, vrij ver gevorderd. Dat is vooral te danken aan een kritische publieke opinie en aan overheidsbeleid dat met betrekking tot toerisme veel strikter is dan wat wij in eigen land kennen.

5 Hoe maakt NAP werk van duurzaam toerisme ?

Het NAP hanteert de volgende uitgangspunten ten aanzien van Duurzaam Toerisme;

- Het is noodzakelijk vanwege aantasting van het milieu, leefbaarheid en de kwaliteit van de vakantieomgeving.
- Het krijgt slechts handen en voeten als elke actor in de keten hieraan invulling geeft. Alle actoren hebben eigen mogelijkheden en een eigen verantwoordelijkheid. Bovendien geeft samenwerking synergie vanwege bundeling van expertise, kwaliteit en netwerken.
- Het biedt commercieel gezien een kans vanwege de bijdrage aan verbetering van het toeristisch produkt, versterking van imago en zorgen voor instandhouding van voorwaarden voor toerisme in de toekomst.

Voor het NAP is nu de fase aangebroken dat initiatieven in Nederland moeten worden verbonden met - en moeten worden afgestemd op - de initiatieven in de Alpen. Bundeling van kennis en ervaring is de weg die leidt naar duurzaamheid. Het gaat daarbij om activering van de vraagzijde in Nederland (consument) en om het creëren van voorzieningen (vervoer, accommodatie en activiteiten) voor het in de praktijk kunnen brengen van duurzaam toerisme.

- Het NAP zal met haar activiteiten de Intentieverklaring "Nederland voor de Europese Natuur" ondersteunen en zo bijdragen aan de uitvoering van de Europese Landschap en Bio Diversiteitsstrategie.
- Door de inmiddels opgebouwde ervaring en expertise en de bijzondere vorm van samenwerken fungeert NAP als voorbeeld voor organisaties in de Alpen en andere donorlanden. Het NAP probeert haar kennis en ervaring uit te dragen tbv soortgelijke projecten.
- De NAP-organisaties nemen hun (maatschappelijke) verantwoordelijkheid jegens natuur en milieu en de bewoners in de Alpen door bij te dragen aan een verantwoorde economische ontwikkeling van de Alpen. Het moge duidelijk zijn dat welbegrepen eigenbelang hierbij een belangrijke rol speelt. Niet alleen de huidige generatie Nederlandse toeristen moet van de Alpen kunnen genieten, ook hun kinderen hebben daar recht op.

- Het NAP heeft inmiddels de outlines voor een nieuw project opgesteld. Dit project heeft als werktitel "van huisdeur tot hoteldeur" en zal onder andere gericht zijn op het optimaal integreren van het openbaar vervoer in het reizen naar en in de Alpen. Uiteraard ziet het NAP geen ondernemersrol voor zich weggelegd. In samenwerking met toeroperating Nederland zal dit project een gezicht moeten krijgen. En het NAP nodigt dan ook de Nederlandse reisbranche van harte uit om op korte termijn van gedachten te wisselen over een mogelijke participatie in het nieuwe project.

Samenvatting Workshop Middellandse Zee

de discussie stond onder leiding van de heer Mr Paul Post (Ministerie van LNV) en het verslag werd opgesteld door de heer Gerard Couvreur (ANVR)

De discussie vond plaats aan de hand van stellingen.

Stelling 1

Achteruitgang van de natuur is slecht voor het toerisme. Natuur en milieu vormen de voorwaarde voor het toerisme in de Alpen. De huidige vooruitgang van de kwaliteit van de vakantie-omgeving bedreigt het toerisme in de Alpen. De reisindustrie in Nederland dient daarom zelf te investeren in natuur- en milieumaatregelen en niet te wachten op maatregelen in de bestemmingslanden.

- Van KLM-zijde wordt meegedeeld dat door Professor Bellamy aan IATA is voorgesteld om in het kader van een imago-verbetering bepaalde projecten in bestemmingslanden te sponsoren. Dit in goed overleg met de betrokken overheden of semi-overheden. Lufthansa heeft dit voorstel opgepakt en maakt daarvan melding in het milieu-jaarverslag. KLM staat in principe open voor een concreet voorstel op dit terrein.
- De voorzitter ziet deze mededeling als een voorbeeld van het aanvaarden van verantwoordelijkheden en een verdergaand pro-actief optreden. De vertegenwoordiger van ICN waarschuwt daarbij dat overheden binnen een korte termijn planning nog wel eens het geld vooropstellen. Hij pleit daarom in dit soort samenwerkingsverbanden voor een ook goede afstemming tussen industrie en natuurbescherming.
- De heer Goote (NS Travel Groep) is n.a.v. een opmerking van oordeel, dat de reisindustrie niet zozeer zelf in bestemmingslanden moet investeren, doch zich meer moet richten op het vastleggen van normen waaraan die landen moeten voldoen. Gebeurt dat niet, dan zouden die landen uit het aanbod moeten verdwijnen. Op de vraag van de voorzitter of die normen er wel zijn verwijst de heer Couvreur naar het IFTO-rapport "Planning for Sustainable tourism".
- De voorzitter legt vervolgens de vraag voor wie in feite bepaalt of een bestemming wordt gemeden, de vraagkant of de aanbodzijde? In de reacties wordt gewezen op de informatie-functies van de reisorganisator en op het belang van door de bestemmingslanden gestelde normen. Collectieve boycots door reisorganisatoren worden beschouwd als een negatieve vorm van inmenging die niet werkt. Van ANWB-zijde wordt de primaire verantwoordelijkheid van de bestemmingslanden bevestigd.

- De voorzitter concludeert dat de stelling wordt onderschreven, zij het dat kennelijk sprake moet zijn van een samenwerking tussen betrokken partijen. Hij legt daarbij de vraag voor of de plaatselijke overheid daarbij zal zoeken naar ook een voldoende draagvlak bij de lokale bevolking. Deze vraag wordt bevestigend beantwoord, waarbij nog wordt gewezen op het belang van deze toetsing omdat op lokaal niveau interesse in duurzaamheid aanwezig mag worden geacht.

Stelling 2

Oog voor het milieu versterkt het imago van de reisorganisatie. Het nemen van milieumaatregelen en klanten stimuleren tot natuurvriendelijk gedrag laat een maatschappelijke betrokkenheid zien en dat is goed voor het milieu, maar dat is ook goed voor het imago en het commercieel belang van het bedrijf.

- De voorzitter stelt dat bij de consument de prijs dominant is en niet het milieu en dat is daarmee geen verkoopargument.

- Van NHTV-zijde wordt meegedeeld dat onder 500 Nederlanders telefonisch navraag is gedaan naar de bereidheid meer te betalen voor een verantwoorde vakantie. De vraag werd door 48% positief beantwoord, 34% antwoordde ontkennend, de rest had geen mening.

- De heer Couvreur stelt dat uit die gegevens geen positieve conclusie kan worden getrokken.

- De vertegenwoordiger van de Consumentenbond vraagt zich af of het publiek geïnteresseerd zal zijn in de informatie van de reisorganisator en of voldoende harde gegevens beschikbaar zullen komen.

- Door de vertegenwoordigers uit de luchtvaartsector wordt de problematiek rond een algemeen aanvaarde concretisering onderschreven. De vergadering onderkent de noodzaak dat informatie uit een aanvaarde bron afkomstig is zoals bijvoorbeeld de Blauwe Vlag.

Stelling 3

Samenwerking is de sleutel voor duurzaam toerisme. Dat gaat ook op voor Nederland en de Alpenlanden. Natuur en toerisme in de Alpen zijn op dit moment het meest gebaat bij voorbeeldprojecten op het gebied van milieuvriendelijk vervoer, verblijf en milieuvriendelijke activiteiten.

- De Stichting Recreatie geeft in overweging ons voor de Middellandse Zee tot een soortgelijke organisatie te komen als het Alpenplatform.

- De heer Couvreur ziet hiervan de noodzaak niet in. De commerciële druk is voldoende om de bestemmingen de nodige aandacht te doen geven aan het aspect duurzaamheid van het milieu.
- De voorzitter veronderstelt dat mogelijk reisorganisatoren en reisbestemmingen samen wat doen.
- Waar de voorzitter aandacht vraagt voor het lokale vervoer reageert een van de reisorganisaties met de stelling dat voor "dichtbij-bestemmingen" waar mogelijk voor de trein moet worden gekozen. Daar wordt echter door de spoorwegen nog onvoldoende op ingespeeld.
- De heer Goote bevestigt dat de actieradius van de trein beperkt is en wijst op het verschil in BTW tussen het vliegtuig en de trein. Van ANWB-zijde wordt opgemerkt dat het simpel duurder maken van het vliegen niet werkt. De vakantie start zodra de deur dicht valt. Vervoer maakt essentieel deel uit van de vakantie.
- De voorzitter peilt nogmaals of ten aanzien van de Middellandse Zee een bundeling van krachten gewenst wordt bevonden. Een suggestie om initiatieven van de Europese Commissie af te wachten met betrekking tot de Middellandse Zee wijst hij af, de vergadering komt in deze niet tot een gezamenlijk standpunt.

Samenvatting Workshop Alpen

de discussie stond onder leiding van de heer Mr Fien Meiresonne (KIC/SR) en het verslag werd opgesteld door de heer Marnix Viëtor (NAP)

Na een korte samenvatting van de essenties van de lezing van de voorzitter van het Nederlands Alpenplatform de heer E. Pals door de workshopvoorzitter volgt een uitwisseling van ideeën en meningen n.a.v de workshop-stellingen.

Stelling:

Natuur en milieu vormen de voorwaarde voor het toerisme in de Alpen. De huidige achteruitgang van de kwaliteit van de vakantieomgeving bedreigt het toerisme in de Alpen. De reisindustrie in Nederland dient daarom zelf te investeren in natuur- en milieumaatregelen en niet te wachten op maatregelen in de bestemmingsgebieden.

- Flexibilisering van de vaste wisseldagen kan een bijdrage leveren aan spreiding van de toeristenstroom. Dat is goed voor het milieu en voor de klant. Toeroperators willen wel meer wisseldagen maar lopen aan tegen de leveranciers die moeilijk beïnvloedbaar zijn. Dit vraagt om een oplossing die slechts mogelijk is door gemeenschappelijke afspraken van alle betrokkenen. - Vakantiespreiding is het meest effectief als die in Europees verband wordt aangepakt. Afstemming tussen de verschillende landen blijkt in de praktijk echter een erg moeizaam proces. Dit issue heeft politiek momenteel weinig prioriteit.
- Nederlandse vervoerders en bustoeroperators worden belemmerd door parkeerheffingen en belastingen. Vaak is onduidelijk voor welk doel dit geld wordt ingezet. In de Alpenlanden wil men collectief toeristische vervoer bevorderen om de milieubelasting te reduceren. Dit is niet met elkaar te rijmen. Communicatie tussen de toeroperator, ANVR en lokale en regionale overheden in de bestemmingslanden is nodig om oplossingen hiervoor te vinden. De EU zou hierin een rol moeten spelen.
- Nederlandse toeroperators die in bestemmingslanden hun dienstverleners aanspreken op duurzaam toerisme zullen als bedrijf zelf het voorbeeld moeten geven. Anders zijn ze niet geloofwaardig. Dit kan door milieudoelstellingen op te nemen binnen de bedrijfseconomische doelstellingen (b.v. interne milieuzorg)

Stelling:

Reisorganisaties die milieumaatregelen nemen en hun klanten stimuleren tot natuurvriendelijk gedrag tonen maatschappelijke betrokkenheid. Dat is goed voor het milieu en goed voor het imago en commercieel belang van het bedrijf.

- Er zijn nog geen cijfers beschikbaar vanuit de Nederlandse toeroperators die aangeven dat milieuzorg ook het commercieel belang dient van een toeroperator. In Zweden zijn er voorbeelden van grote industrieën waar zorg voor het milieu ook commercieel wat oplevert.
- Er is bij enkele kleine aanbieders van duurzame vormen van toerisme een groeiende vraag naar duurzame vakanties (ecotoerisme).
- Voor toeroperators is duidelijk dat milieuzorg steeds belangrijker zal worden. Je moet daar nu op anticiperen om straks niet achter te lopen.
- De omschakeling als toeroperator naar een duurzame bedrijfsvoering en milieuvriendelijke producten en diensten is een complexe aangelegenheid. Dit vergt een brede, integrale aanpak. TUI is een toeroperator die hiervoor heeft gekozen en hiermee inmiddels veel kennis en ervaring heeft opgebouwd.
- Om duurzaam toerisme te ontwikkelen worden in de discussie twee vertrekpunten genoemd:
 1. aanpassing van het toeristisch product en vraag naar dit product stimuleren
 2. investeren in bevordering van milieuvriendelijk gedrag waardoor de vraag naar duurzame producten en diensten toeneemt.

Dit zijn twee kanten van dezelfde medaille (de kip - ei vraag) die beiden nodig zijn. Omdat milieu bij grote groepen vakantieconsumenten nog weinig leeft is bij aanbieders veel creativiteit nodig en moet allereerst worden geïnvesteerd in een aansprekend aanbod.

Stelling:

Samenwerking tussen Nederland en de Alpenlanden is de sleutel voor duurzaam toerisme. Natuur en toerisme in de Alpen zijn op dit moment het meest gebaat bij voorbeeldprojecten op het gebied van milieuvriendelijk vervoer, verblijf en activiteiten.

- Voorbeeldprojecten zijn in deze ontwikkelingsfase van duurzaam toerisme nodig. De vraag is waarin de branche moet investeren gezien de problematiek en de te verwachten effecten (vervoer; verblijf; activiteiten). Er is behoefte aan criteria om verantwoorde keuzes te kunnen maken. De Alpenlanden leggen in deze prioriteit bij duurzaam vervoer en een verruiming van de wisseldagen. Vanuit Nederland zou moeten worden aangesloten bij ontwikkelingen en projecten in de Alpen. Om te participeren in voorbeeldprojecten hebben toeroperators behoefte aan kennis m.b.t duurzaam toerisme, willen ze weten wat de klant wil en hebben ze behoefte aan prioritering van thema's en projecten.

- Bij voorbeeldprojecten is samenwerking tussen actoren (ANVR en NAP) nodig. Daarmee kan de voor duurzaam toerisme noodzakelijke expertise wordt gebundeld, de vraag naar duurzaam toerisme worden gestimuleerd en een gewenst aanbod worden gerealiseerd.

- Er bestaan al veel acties, initiatieven en activiteiten op het terrein van vervoer, verblijf en vermaak. Een voorbeeld dat werd genoemd is het toekennen van een keurmerk aan accommodaties die voldoen aan milieunormen. Uniformering hiervan is een mogelijkheid om de klant inzicht en houvast te geven bij zijn keuze. Er zijn ook checklists voor de toeroperator t.b.v de keuze van milieuvriendelijke accommodatie. Daarmee kan de branche nu al verantwoordelijkheid nemen, i.p.v te wachten op een uniform label.

Plenaire discussie en Slotconclusies

de discussie stond onder leiding van de heer Ir. Jan Barkhof (ANWB) en het verslag werd opgesteld door de heer Bouwe Taverne (SME)

Allereerst worden de resultaten van de twee workshops heeft weergegeven.

Er blijken, ondanks verschillende probleemstellingen in de twee workshops, overeenkomstige conclusies getrokken te zijn. Daarvan volgt hierna een opsomming, waarbij zij aangetekend dat de volgorde geenszins een indicatie is voor prioriteit of samenhang.

- * Zo is men het eens over de noodzaak van verdere vakantiespreiding en spreiding van wisseldagen. Aanbevolen wordt deze kwestie op de agenda te doen plaatsen van het EU-voorzitterschap van Nederland in 1997.
- * Verder moeten bespreekwijzen en gesprekspartners worden gevonden voor het feit dat bestemmingslanden soms maatregelen nemen die tegenstrijdig zijn met het gevoerde milieubeleid (denk aan plaatselijke parkeerheffingen voor bussen à HFL 100,00 tegenover het stimuleren van de inzet van bussen vanuit ons land). Het NAP kan hierbij wellicht een rol spelen voor wat betreft de Alpenlanden.
- * Touroperators die milieu in hun vaandel willen voeren doen er goed aan hun eigen milieuhuishouding op orde te hebben. Diverse touroperators inmiddels bedrijfsinterne milieuzorg ingevoerd of zijn daar mee bezig.
- * Het is van belang dat cirkelredeneringen (wachten tot je buurman in actie komt) worden doorbroken. Vanuit dat motief wil de KLM in bestemmingslanden projecten sponsoren die als voorbeeld kunnen dienen en kunnen laten zien "dat het kan". Vandaaruit kan de sneeuwbal verder rollen. Een essentiële voorwaarde voor succes is daarbij de betrokkenheid van de lokale bevolking en het streven naar "win-win situaties".
- * Belangrijk is de vraag "wat milieumaatregelen opleveren?". Er zijn weinig betrouwbare data voorhanden, te weinig doorgerekende voorbeelden en er is geen inzicht in prioriteitstellingen (welk issue eerst, welk daarna). Het genereren van milieudata lijkt een vitaal element te zijn ter

ondersteuning van die ondernemers die zelf aan de slag willen gaan, bijvoorbeeld met milieugericht inkoopbeleid.

- * Er moet inzicht ontstaan in nut en bereikbaarheid van (inter)nationale instellingen en netwerken die zich op de materie van duurzaam toerisme richten. Het KIC/St. Recreatie voert momenteel een inventarisatie uit en rapporteert hierover op korte termijn.
- * De kip-ei-vraag; "de consument of het aanbod" kan slechts benaderd worden door aan beide zijden te beginnen. Geen aanbod zonder vraag. Het NAP heeft daarom ten doel de publieke opinie te beïnvloeden. Het aanbod kan gestoeld worden op, of ontleend worden aan, de milieudata, waar in het voorgaande punt sprake van was.

De heer Post reageert op de suggestie uit de zaal, dat de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Natuurlijk Milieu nu de handschoen op kan pakken.

- * De Initiatiefgroep zal met deze zaken verder gaan. Niet door ze zelf uit te voeren, maar eerder door;
 - als contactpunt op te treden tussen degenen in de markt die vragen of ideeën hebben of initiatieven wensen te nemen.
 - voorbeelden aan te reiken en data te doen genereren.
 - een rol te spelen in netwerkvorming (zoals vandaag).
 - discussies te entameren en de ruimte voor nieuwe initiatieven te verkennen.
- * De IG zal de vakantiespreiding niet concreet zelf aanpakken. Wel mag verwacht worden dat zij de vandaag naar voren gebrachte punten oppikt en ervoor zorg draagt dat ze terecht komen in die gremia en instellingen waar ze thuis horen. De deelnemers van vandaag hebben er recht op te weten hoe de IG dat doet en daarover zullen de deelnemers dus informatie ontvangen.

De heer Leenheer (Baobab) brengt een tweetal punten in;

- * Bekend, maar lastig bespreekbaar, is de kwestie van de oneigenlijke concurrentie tussen de prijzen van luchtvaart en andere vormen van transport.

- * Het is buitengewoon lastig om als reisorganisatie die treinreizen wil promoten, informatie te vinden over de juiste, de meest handige of de meest voordelige internationale verbindingen.

De heer Barkhof reageert met de opmerking dat daarover zeer recent een gesprek heeft plaatsgevonden tussen de directies van ANWB en NS, maar dat er nog veel zal moeten gebeuren wil deze kwestie opgelost zijn.

Vervolgens rondt de heer Barkhof de discussie af.

- * Het is een geweldig pluspunt van de conferentie van vandaag dat er veel partijen die voorheen als vijanden te boek stonden, nu samen naar oplossingen en initiatieven streven.
Om de openingszin van de heer Pals te citeren; "Het gaat er niet om hoe we ergens komen, maar wel om het feit dat het de moeite waard is er te zijn".

Tot slot reikt de heer Verheijen van LNV, namens de aanwezigen, passende presentjes (een set "Jeu de Boule" ballen) uit aan inleiders, voorzitters en rapporteurs van de twee workshops.

Deelnemerslijst

onderstaande personen namen deel aan de Groeneveld 2 Conferentie

Bedrijf of instelling	m/v	Volledige naam	Woonplaats
	v	Mr. C.J. Wouters	Velp
Air Holland	m	J. Cocheret	Hilversum
ANVR	m	G.J.N. Couvreur	Hoofddorp
ANWB	m	Ir. J. Barkhof	Den Haag
"	m	R. Sinke	Den Haag
"	m	C. van Hoogdalem	Den Haag
"	m	P.A. Jansen	Den Haag
"	m	Ing. A.W.M. Rubrech	Den Haag
Aruba Turism Authority	m	R.F. Estrada	Den Haag
Baobab Reizen	m	R.J. Viezee	Amsterdam
Belvilla	m	D. Hakkenbroek	Alkmaar
Consumentenbond	v	M. van Burk	Den Haag
Ecoplan	m	W. Reijnders	Willemstad
Hotelplan	m	T. v.d. Haar	Rijswijk
IUCN	m	W. Bergmans	Amsterdam
IVON	v	S. Brouwer	Wageningen
KLM	m	Drs. P. Offermans	Schiphol
KU Noord Brabant	m	Drs. R. van der Duim	Tilburg
Ministerie van EZ	m	van der Tuin	Den Haag
"	v	Q.M. Prenger	Den Haag
Ministerie van LNV	m	Mr. P.E.T.M. Post	Den Haag
"	m	C.J. Verheijen	Den Haag
"	m	R.F. Eggink	Den Haag
Ministerie VROM	m	Balnikker	Den Haag
Stichting Nederlands Alpen Patform	m	Mr. E. Pals	Den Haag
"	m	M. Viëtor	Amsterdam
Nederlands Bureau voor Toerisme	m	K. van der Most	Leidschendam
NBV	v	L. Withaar de Jong	Leeuwarden
NCVR Reizen / Image Travel	m	H.A.F. Brouwer	Aalsmeer
Nederlandse Milieugroep Alpen	m	H. Blanken	Arnhem
NS Travelgroup	m	Drs. H.J. Groote	Utrecht
Platform Toerisme en Zeeschildpadden	m	P. Rens	Den Haag
Provincie Noord Holland	m	F.J. Seekles	Haarlem
Raad voor Natuurbeheer	m	Drs. J. Walter	Utrecht
Recreatie & Toerisme	m	J. Janssen	Voorschoten
Raad voor de Openlucht Recreatie	m	H.G. Waveren	Amersfoort
RVU Televisie	v	M. Hartsuiker	
NHTV sector Toerisme en Vrije Tijd	m	R. Hermans	Breda
SME adviseurs	m	Drs. B. Taverne	Utrecht
Stichting Recreatie/KIC	m	Mr. F. Meiresonne	Den Haag
Toerisme en Milieu	m	N. Kusters	Amsterdam
Stichting Toerisme en Recreatie/AVN	m	Drs. F. Jansen	Voorschoten
Vrij Uit	m	H. Kok	Hoofddorp