

N A T U U R



T O E R I S M E

NATUUR EN UITGAAND TOERISME IN BESTEMMINGSLANDE



VISIE BETROKKEN ACTOREN

UITGAAND TOERISME BEZIEN VANUIT DE NATUURBESCHERMING
HET NEDERLANDS BELEID
VISIES VAN DE TOERISTISCHE SECTOR
WENSEN EN BEHOEFTE VAN DE TOERIST
INITIATIEFGROEP UITGAAND TOERISME, NATUUR EN MILIEU

CASES

DUURZAAM ALPENTOERISME VANUIT NEDERLAND
TOERISME IN HET TROPISCH REGENWOUD
TOERISME EN BESCHERMDE GEBIEDEN: HET IDEE VAN PAN PARKS

INFORMATIE EN EDUCATIE

ONTWIKKELINGEN IN HET ONDERWIJS
NATUURBESCHERMING EN DE LOKALE BEVOLKING
TOERISTISCHE MARKETING VAN ZEESCHILDPADDEN
NATUUR, INFORMATIE EN TOERISTEN IN COSTA RICA
NATUURINFORMATIE VOOR DE TOUROPERATOR

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

NETHERLANDS COMMITTEE FOR

IUCN

THE WORLD CONSERVATION UNION

**Natuur & Toerisme**

is een speciale uitgave van Ecologie & Ontwikkeling dat wordt uitgegeven door het Nederlands Comité voor IUCN (International Union for the Conservation of Nature). Het is bestemd voor personen en instellingen die zich bezighouden met internationale natuur- en milieubescherming en uitgaand toerisme.

Redactie:

Mr. Drs. Cas Besselink
Drs. Willem Ferwerda
Ir. Marc Hoogeslag

Met dank aan:

Ir. Roel Cosijn
Drs. Gerard Couvreur
Drs. Ton van Egmond
Prof. Nico Visser

Vormgeving:

Edith Cremers

Ecologie & Ontwikkeling is een uitgave van het Nederlands Comité voor IUCN

Plantage Middenlaan 2B
1018 DD AMSTERDAM
tel: (020) 6261732
fax: (020) 6279349
email: mail@nciucn.nl
website: www.nciucn.nl

Deze uitgave is tot stand gekomen met financiële steun van:

- Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij
- NC-IUCN Tropical Rainforest Programme
- Travel Unie Nederland
- ANWB

Ook hebben een geldelijke bijdrage geleverd:
Baobab Reizen,
SNP Naturreizen

Abonnementen:

Voor een abonnement E & O, gaarne contact opnemen met het secretariaat.
email: redactie@nciucn.nl

Abonnementsprijs f 35,- per jaar.

Verantwoording:

De artikelen zijn voor verantwoording van de auteurs. Overname van de artikelen (met bronvermelding) is toegestaan, mits een origineel hiervan wordt toegezonden aan de redactie.

Druk:

Heyt Amsterdam
gedrukt op chloorvrij papier

ISSN: 0928-6470

Omslag:

Voor: Een groepje toeristen verbaast zich over de omvang van een reusachtige kapokboom in de ontboste bufferzone van het Corcovado Nationaal Park, Costa Rica.
Achter: Wolfsmelk (*Euphorbia*) in savanne-hoogland, Centraal Tanzania
foto's: Willem Ferwerda

Voorwoord (Staatssecretaris G.H. Faber)

3

1 Inleiding (Cas Besselink en Willem Ferwerda)

4

I. Visie en beleid op natuur en toerisme van betrokken actoren**2 Natuur en uitgaand toerisme, gezien vanuit de optiek van de natuurbescherming (Cas Besselink en Willem Ferwerda)**

6

3 Beleidsontwikkelingen op het vlak van uitgaand toerisme in relatie tot biodiversiteit (Henk Eggink)

10

4 Visies van de toeristische sector op natuur (Marc Hoogeslag)

14

5 De wensen en behoeften van de toerist op het gebied van duurzaam toerisme (Robert Sinke)

18

6 Een gezamenlijk "polderinitiatief": de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu (Kike Olsder)

21

II. De interactie tussen natuur en toerisme: enkele cases**7 Toerisme in berggebieden: duurzaam Alpentoeerisme vanuit Nederland (Marnix Viëtor en Joop Spijker)**

23

8 Toerisme in het tropisch regenwoud: Kan toerisme regenwoud beschermen? (Roel Cosijn en Willem Ferwerda)

28

9 Toerisme en beschermde gebieden: Het idee van Pan Parks (Andre Brasser en Arnold van Kreveld)

36

III. Informatie en educatie: de noodzaak van bewustwording**10 Ontwikkelingen in het onderwijs: duurzaam toerisme in het hoger onderwijs (Nico Visser en Ton van Egmond)**

39

11 Natuurbeschermingsinformatie en de lokale bevolking in zuidelijke landen (Frans de Man)

42

12 Het belang van informatie bij de toeristische marketing van zeeschildpadden (Peter Rens)

45

13 Natuur, informatie en toeristen in Costa Rica (René van der Duim en Birgit Elands)

49

14 Natuurinformatie voor de touroperator (Maaïke de Wit)

56

IV Conclusies en Aanbevelingen voor de sector, natuurbeschermers en overheid

(Willem Ferwerda en Marc Hoogeslag)

Informatie over de auteurs en organisaties

60

De IUCN (International Union for the Conservation of Nature, ook wel de World Conservation Union), opgericht in 1948, is de grootste overkoepelende natuurorganisatie ter wereld. Het brengt 732 NGO's, meer dan 75 nationale overheden, 111 (semi-) overheidsinstellingen en 10.000 wetenschappers samen in een groen netwerk in 181 landen. De visie van IUCN is: "A just world that values and conserves nature".

Het hoofdkantoor van IUCN is gevestigd in Zwitserland:

Rue de Mauverney, 28, CH-1196 Gland, Zwitserland, website: www.iucn.org
tel: 00-41-22-9990001; fax: 00-41-22-9990002

Lidorganisaties van de IUCN in Nederland:

- Staat der Nederlanden (Ministerie van LNV)
- ANWB
- Koninklijke Nederlandse Natuurhistorische Vereniging
- Waddenzee Vereniging
- Vogelbescherming Nederland
- Nederlandse Vereniging van Dierentuinen
- Stichting tot Internationale Natuurbescherming
- Stichting Natuur en Milieu
- Wereld Natuur Fonds (WNF)
- Natuurmonumenten
- Stichting Reservaten
- Przewalskipaard Nederland
- Centrum voor Milieukunde Leiden
- Universiteit van Amsterdam
- SME MilieuAdviseurs
- IVN
- Prins Bernhard Leerstoel voor Internationale Natuurbescherming
- European Union for Coastal Conservation
- IPC Groene Ruimte
- Vereniging voor Zoogdierkunde en Zoogdierbescherming
- Tropenbos
- European Centre for Nature Conservation
- Stichting Nationale Parken Nederlandse Antillen
- Diergaarde Blijdorp



Voorwoord

Toerisme is de snelst groeiende economische sector ter wereld. Een booming business dus, maar ook een bijzondere business. Want het toeristisch bedrijfsleven "verkoopt" voor een belangrijk deel de cultuur en natuur elders. Het gaat de reiziger immers om de bestemming. De kwaliteit van die bestemming speelt daarbij een steeds belangrijker rol. Dit maakt ook de natuurlijke en landschappelijke omgeving, waar dan ook ter wereld, tot de welbekende kip met de gouden eieren voor het toerisme. De diverse landen (zo ook Nederland zelf) en het toeristisch bedrijfsleven profiteren ervan en dat is prima. Maar om te zorgen dat dit een blijvende inkomstenbron vormt, is het zaak om met de omgeving zorgvuldig om te springen. Daarom is duurzaam toerisme van groot belang.

Wat houdt dit duurzaam toerisme in? Naar mijn mening omvat dit vele aspecten. Aan de ene kant het bestrijden van de negatieve effecten van het toerisme, zoals milieuvervuiling, schade aan natuurgebieden of een hoog energieverbruik. De volgebouwde stranden aan de Middellandse Zee, lawines in de Alpen en overvolle vliegvelden stemmen tot nadenken. Toerisme veroorzaakt serieuze problemen waar we nu wat aan moeten doen.

Maar aan de andere kant gaat het ook om het versterken van de positieve effecten van toerisme. Want die zijn er wel degelijk. Toeristen kunnen bijdragen aan natuurbehoud, bescherming van het culturele erfgoed en natuurlijk aan de ontwikkeling van de lokale economie. Dat gebeurt direct, door geld uit te geven, maar ook indirect doordat toeristische belangstelling de natuur onmisbaar maakt. Een voorbeeld zijn de koraalriffen op Bonaire. Als die verdwijnen, verdwijnt ook het duiktoerisme, wat de doodsteek zou zijn voor de economie op dit eiland.

Het Nederlands Comité voor IUCN heeft het initiatief genomen om al deze aspecten rond natuur en toerisme in bestemmingslanden in een bijzondere publicatie te belichten. Ik ben zeer blij met deze uitgave. En met het grote aantal initiatieven die hierin beschreven staan van het toeristische bedrijfsleven, de overheid en een groot aantal niet-gouvernementele organisaties. De aandacht voor het thema is gelukkig sterk aan het toenemen, zowel nationaal als internationaal. Daarbij is veel te bereiken via een betere ruimtelijke planning op de bestemmingen door meer rekening te houden met natuur en milieu, betere informatie aan de toerist, introductie van keurmerken, alternatief vervoer, verbreding van onderwijs en een grotere betrokkenheid van de lokale bevolking. Deze ontwikkelingen kan ik vanuit het streven naar behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit volledig onderschrijven. De reiswereld speelt voor het bewerkstelligen van duurzaam toerisme een sleutelrol. Maar duidelijk is ook dat duurzaam toerisme een complexe zaak is die een gezamenlijke aanpak vergt van vele betrokkenen. Het is goed te constateren dat dit meer en meer via een brede samenwerking wordt opgepakt. Deze publicatie zal bij deze dialoog zeer behulpzaam zijn.

DE STAATSSECRETARIS VAN LANDBOUW,
NATUURBEHEER EN VISSERIJ,
G.H. Faber



Inleiding

In deze publicatie van het Nederlands Comité voor IUCN zullen verscheidene auteurs uit de Nederlandse uitgaande toerismesector, de overheid, natuurbescherming en wetenschap hun licht laten schijnen over het effect van de enorme, jaarlijks terugkerende volksverhuizing van toeristen naar kwetsbare natuurgebieden. Worden deze buitenlandse natuurgebieden erdoor bedreigd, of kan uitgaand toerisme een bijdrage leveren aan de bescherming van natuurgebieden en deze zelfs veilig te stellen voor andere ernstige bedreigingen? Is de internationale toerismesector bezig de kip met de gouden eieren te slachten, of kan de branche in samenwerking met natuurbeschermingsorganisaties, de onderwijssector en overheden juist een bijdrage leveren aan het beschermen van de natuur? Doel van deze publicatie is aandacht te geven aan de bijzondere relatie tussen natuur en toerisme, en te inventariseren welke mogelijkheden er zijn om een "natuurlijke alliantie" tussen beide tot stand te brengen. Door middel van bepaalde cases wordt aandacht besteed aan zowel de positieve ontwikkelingen als aan de schadelijke effecten van toerisme op de natuur. Bovendien zullen enkele concrete suggesties worden gedaan om enerzijds de schade van toeristische ontwikkelingen aan (kwetsbare) natuurgebieden te beperken, en anderzijds om die toeristische ontwikkelingen te stimuleren, die een bijdrage leveren aan natuurbehoud en het vergroten van lokale betrokkenheid en participatie. Tot slot worden aanbevelingen gedaan voor de toerismebranche in Nederland, de natuurbeschermings- en ontwikkelingshulporganisaties en de overheid.

IUCN & toerisme

Het Nederlands Comité voor IUCN vormt een onderdeel van de IUCN. IUCN staat voor International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources, ook wel de World Conservation Union, en is de grootste natuurbeschermingsorganisatie ter wereld. Zij heeft in haar 52-jarig bestaan regelmatig te maken gehad met het verschijnsel toerisme, vooral via haar lidorganisaties die verspreid zijn over de gehele wereld. Het is met name de wetenschappelijke IUCN-commissie, de World Commission on Protected Areas (WCPA), die zich met

De IUCN / World Conservation Union

De IUCN heeft meer dan 900 leden. Het is een koepelorganisatie met onder haar lidorganisaties zowel overheden (in 1999 waren dat er 74, waaronder landen als de Verenigde Staten, China, Japan, het Verenigd Koninkrijk en Brazilië; in Nederland is het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij aanspreekpunt voor de overheid), overheidsinstellingen (105, waaronder grote instellingen als het US Environmental Protection Agency en het Ministry of Tourism and Wildlife in Kenya), en meer dan 700 niet-gouvernementele organisaties (NGO's). Nederland telt 21 lidorganisaties waaronder de ANWB, Natuurmonumenten, het Wereld Natuurfonds (WNF), de Waddenzee Vereniging, de meeste Nederlandse diertuinen, Vogelbescherming en de Stichting Natuur en Milieu (zie colofon van deze uitgave). Daarnaast beschikt de IUCN via zes internationale wetenschappelijke commissies, die in totaal meer dan 8.000 leden hebben, over een unieke bundeling van wetenschappelijke kennis over de gesteldheid en het beleid ter bescherming van de natuur en verantwoord beheer en gebruik van de natuurlijke hulpbronnen. De IUCN publiceert regelmatig de Rode Lijsten (Red Data Books), waarin een actueel overzicht wordt gegeven van bedreigde planten en dieren. Voorts heeft de IUCN aan de wieg gestaan van tal van organisaties – ze is mede-initiatiefnemer tot de oprichting van het International World Wide Fund for Nature (WWF) – en andere natuurbeschermingsinitiatieven. Het Nederlands Comité voor IUCN is als platformorganisatie het aanspreekpunt van de Nederlandse IUCN-leden.

beschermde gebieden bezighoudt en een bijzondere belangstelling heeft voor de mogelijke betekenis van toerisme voor het beheer van bijvoorbeeld nationale parken. Maar alvorens daar op in te gaan, is het van belang de organisatie en de doelstelling van de IUCN toe te lichten, aangezien de IUCN in Nederland – en dat geldt zeker voor de toerismesector – een relatief onbekende is. De IUCN streeft er, in samenwerking met haar leden, naar "om de integriteit en de diversiteit van de natuur wereldwijd te beschermen en het behoud van natuurlijke hulpbronnen en de ecologische en sociale duurzaamheid van elk gebruik daarvan te bevorderen". Dit alles in het kader van de ruimere IUCN-visie: "A just world that values and conserves nature". Een gedetailleerde uitwerking van de beginselverklaring is te vinden in: de World Conservation Strategy (1980) en Caring for the Earth (1991).

Het terrein van natuurbeschermers, touroperators en toeristen valt in natuurgebieden steeds vaker samen, waarbij de IUCN regelmatig direct of indirect betrokken is. Een voorbeeld: bij bestemmingen als Costa Rica, Ecuador, Zuidelijk en Oost-Afrika en de Verenigde Staten heeft bijna elke touroperator die op natuurgebieden gericht is te maken met overheidsorganisaties die de nationale parken beheren; in bovengenoemde landen zijn dat vaak IUCN-lidorganisaties. Omdat, afgezien van de beschermde gebieden, toeristische ontwikkelingen steeds vaker plaatshebben in of nabij natuurgebieden, zal het duidelijk zijn dat toerisme en natuur onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. De IUCN erkent het enorme belang van toerisme voor de wereldeconomie, maar ziet tegelijkertijd de gevaren van toeristische ontwikkelingen voor de natuur. Zij streeft ernaar, dat alleen die vormen van toerisme, die met respect met natuur en de lokale bevolking omgaan, gestimuleerd kunnen worden. In deze context is het duidelijk dat een wereldwijde natuurbeschermingsorganisatie als de IUCN zeer betrokken is bij toeristische ontwikkelingen, bij de voorlichtings- en bewustwordingsprojecten gericht op de toerismesector, en (indien nodig via haar lidorganisaties), bij het bepalen van beleid dat betrekking heeft op de relatie tussen toeristische ontwikkelingen, natuur, en beschermde gebieden.



Het Nederlands Comité voor IUCN (NC-IUCN) neemt deel aan de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu, een groep waarin volgens een poldermodel de reissector, vervoerders, overheid en natuur- en ontwikkelingsorganisaties proberen initiatieven op dit gebied te stimuleren. Kike Olsder licht de activiteiten van de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu toe in hoofdstuk 6. Henk Eggink zal in hoofdstuk 3 nader ingaan op de rol van de overheid inzake toerisme, natuur en duurzaamheid.

Het is te hopen dat deze publicatie duidelijk maakt dat natuur en toerisme intens met elkaar verbonden zijn en welke gevolgen dat besef zou moeten krijgen voor de sector en andere betrokkenen. Een op natuur en duurzaamheid gericht beleid en voorlichting binnen de sector is dan ook van groot belang. De mening en positie van het Algemeen Nederlandse Verbond van Reisorganisaties (ANVR) en enkele Nederlandse touroperators wordt verwoord in hoofdstuk 4. Hierin wordt duidelijk welke initiatieven reisorganisaties nemen om hun product te verduurzamen, en hoe zij de toekomst van het toerisme zien. met de natuurlijke randvoorwaarden in hun product. De vraag is of de consument wel rekening wil houden met duurzaamheid, natuurwaarden en milieuvriendelijke maatregelen.

Robert Sinke van de ANWB behandelt dit vraagstuk naar aanleiding van een onderzoek van de ANWB in hoofdstuk 5. Naast eerder genoemde cases over de Alpen (hoofdstuk 7) en regenwouden (hoofdstuk 8), wordt in hoofdstuk 9 door André Brassier en Arnold van Kreveld van WNF het Pan Parksproject toegelicht, waarin duurzaam beheer van bepaalde natuurgebieden in Europa wordt uitgevoerd door middel van een geïntegreerde benadering van de toerisme-sector, natuurbeschermers en lokale overheden.

De noodzaak van informatie

Door de snelle toename van het aantal reizen naar exotische landen in de afgelopen jaren zijn zowel de toerist als de reisorganisator niet goed op de hoogte van allerlei zaken in deze landen wat betreft de natuur, zoals de kwetsbaarheid van

Visie van de IUCN/The World Conservation Union op toerisme (naar *Caring for the Earth*, IUCN, WWF, UNEP, 1991)

De IUCN roept overheden, natuurbeschermingsorganisaties en de toerismesector op om in samenwerking ernaar te streven dat:

- bij toeristische ontwikkelingen die worden gepland rekening gehouden wordt met het natuurlijk draagvlak, zodat de natuur in een bepaald gebied als zodanig blijft bestaan. Hierbij is het opstellen en uitvoeren van milieueffectrapportages (mer) noodzakelijk. Ook zullen toeristische ontwikkelingsplannen moeten worden geïntegreerd met andere landgebruiksystemen, vooral waar het beschermde gebieden betreft;
- betere controle verkregen wordt op de invloed en effecten van toerisme op lokale gemeenschappen en culturen. Culturele "erosie" door toerisme is wijdverspreid en alleen te voorkomen als lokale gemeenschappen betrokken worden bij de besluitvorming betreffende de ontwikkeling van toerisme in hun woongebieden. Lokale gemeenschappen moeten actief betrokken worden bij toeristische ontwikkelingen opdat ook zij hiervan economisch voordeel ondervinden;
- toeristische ontwikkelingen in een bepaald land de nodige aandacht krijgen op nationaal niveau (beleidsmakers). Nog te vaak worden toeristische ontwikkelingen over het hoofd gezien door overheden, wier primaire aandacht uitgaat naar extractie van grondstoffen (bijvoorbeeld: houtkap, mijnbouw en oliewinning). Indien toerisme goed wordt gepland en duurzaam ontwikkeld wordt, kan het een enorme bijdrage leveren aan een verantwoord beheer van beschermde gebieden, zoals nationale parken;
- er een balans is tussen de verschillende vormen van toerisme (bijvoorbeeld: geen skipiste aanleggen in een kwetsbaar berggebied, en geen hotelcomplex op een legstrand voor zeeschildpadden). Met andere woorden: streven naar de juiste toeristische ontwikkeling op de juiste plaats;
- het opzetten van voorlichtings- en educatieprogramma's voor touroperators, reisbureaus, reisonderwijsinstellingen, accommodatiehouders, vervoerders, beleidsmakers en toeristen, met betrekking tot de verantwoordelijkheden ten aanzien van het belang dat toerisme kan hebben voor natuur en natuurbehoud en vice versa.

bepaalde ecosystemen, beschermde natuurgebieden, beschermde en bedreigde diert- en plantsoorten en de wetgeving op dit gebied.

Informatievoorziening en educatie op dit terrein is van groot belang voor zowel de individuele toerist als voor de reisorganisator en onderwijsinstellingen. In hoofdstuk 10 wordt door Nico Visser (NHTV) aangegeven welke initiatieven de onderwijssector ontplooit op het gebied van duurzaamheid en natuur. Goede informatie wordt ook als marketingtool gebruikt. Peter Rens van de Natuur Stichting licht het toenemend belang van natuurinformatie in de marketing van het toeristisch product toe aan de hand van een case met zeeschildpadden (hoofdstuk 12). Het informeren van toeristen in het bestemmingsland zelf is van groot belang als onderdeel van de bewustwording. Het probleem is dat ze vaak maar eenmaal een bestemming aandoen, en geen vergelijking hebben met hoe de kwaliteit van de natuur was voor hun komst. Men heeft dus geen inzicht wat de schade aan natuur is omdat er slechts sprake is van een momentopname. Op sommige bestemmingen zoals in Costa Rica worden toeristen geïnformeerd over natuur en duurzaamheid. In hoofdstuk 13 beschrijven René van der Duim en Birgit Elands van de Universiteit Wageningen de rol van natuurinformatie om

gedragsverandering in dit land teweeg te brengen. Hoe natuurinformatie voor de reissector eruit zou kunnen zien wordt tenslotte beschreven aan de hand van het Natourdataproject door Maaïke Wit. Tot slot worden er richtlijnen en aanbevelingen voor de sector, natuurbeschermers en overheid gegeven, om in samenwerking te komen tot duurzaam beheer en behoud van natuur waarin plaats is voor toerisme. Ook wordt aangegeven hoe toerisme een belangrijke rol kan spelen om dit tot stand te brengen.

Cas Besselink
Willem Ferwerda
(Nederlands Comité voor IUCN)



Uitgaand toerisme in bestemmingslanden

Natuur en uitgaand toerisme gezien vanuit de optiek van de natuurbescherming

Cas Besselink en Willem Ferwerda
(Nederlands Comité voor IUCN)

Volgens het jaarboek van de World Tourism Organization (1998) zullen tegen 2020 per jaar anderhalf miljard toeristen op reis gaan naar een buitenlandse bestemming. Daarbij wordt een duizelingwekkend bedrag gespendeerd van fl. 10 miljard per dag. Dat betekent een geschatte verdrievoudiging van het aantal toeristen in 1998 en een vervijfvoudiging van de hoeveelheid geld die uitgegeven wordt.

Volgens de verwachting zal het leven in de 21e eeuw in ieder geval voor veel mensen in het westen high tech zijn. Technologie en automatisering zullen in vrijwel alle aspecten van het leven doordringen en het wordt in toenemende mate mogelijk om dagen door te brengen zonder in contact te komen met anderen. Juist toerisme wordt gezien als een belangrijke manier om aan dit solitaire leven te ontsnappen vanwege

de contacten met andere culturen en de natuur. Overigens zal verreweg het grootste deel van de wereldbevolking het eigen land nooit verlaten, ook niet in het jaar 2020. Het aantal mensen op de wereld dat daadwerkelijk een reis maakt is uitzonderlijk klein – in 1996 was dat 3,5% van de wereldbevolking en in 2020 zal dat misschien zijn gegroeid tot een magere 7%.

Waarom aandacht voor de relatie natuur en toerisme in bestemmingslanden?

Toerisme en natuur zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. "Natuur" is hét produkt van de reisbranche. Natuurgebieden, waaronder beschermde gebieden, zoals nationale parken en bosreservaten zijn een van de grootste trekpleisters voor het hedendaags toerisme. Voorbeelden zijn de nationale parken in de Alpen- en Middenlandse zee-landen (Camargue, Coto Donaña), de Verenigde Staten (Yellowstone), de Galápagos eilanden (voor de kust van Ecuador) of dicht bij huis de Waddenzee.

Toerisme in bijna al zijn vormen maakt op de een of andere manier gebruik van de natuur en is er van afhankelijk. Zelfs de

Schadelijke effecten op natuur door toeristische ontwikkelingen (naar Ceballos-Lascurain, IUCN, 1996):

op grond (verlies van grond door erosie en bebouwing, bodemvervuiling)

- op water (schaarste door overmatig gebruik, oppervlakte en grondwatervervuiling)

- op plantengroei (houtkap ten behoeve van aanleg infrastructuur, bedreiging door introductie van niet-inheemse plantensoorten, bedreiging door verzamelaars en souvenirjagers, toename van algengroei)

- op dieren (verstoring van hun natuurlijke gedrag (safari's, zwemmen met dolfijnen), verzamelen van dieren voor souvenirs, bedreiging door de introductie niet-inheemse dieren, verstoring van leefgebieden, zoals bijv. legstranden zeeschildpadden)

- op landschap (landschapsvervuiling door bebouwing, zoals aan de Spaanse costa's)

- door toename van de afvalstromen in moeilijk toegankelijke gebieden waar weinig of geen afval verwerking plaats vindt (credo: "leave only your foot prints")

- op de cultuur van de plaatselijke bevolking, hetgeen een weerslag heeft op de houding van deze bevolking ten opzichte van natuur

- door de mobiliteit (met name luchtvaart) een toename van de uitstoot van gassen, hetgeen invloed heeft op het klimaat (broeikas effect) en daarmee een schadelijk effect heeft op de natuur (bijv. afsmelten van gletsjers)

toerist in Spaanse toeristen- oorden als Benidorm of Torremolinos, nauwelijks natuurbestemmingen te noemen, heeft belang bij een schone zee en dito kust. Voor avontuurlijk ingestelde reizigers is de natuur een essentieel onderdeel van de reis. Maar juist deze vorm van toerisme kan op veel plekken diezelfde natuur bedreigen die een integraal onderdeel van een reis vormt. In de Himalaya is eigenlijk nog steeds betrekkelijk weinig toeristische druk als je alleen kijkt naar aantallen, alleen Nepal heeft aanzienlijke toeristenstromen te verwerken. Toerisme in het kwetsbare hooggebergte heeft echter wel een relatief zware impact. Nepal ontvangt nu jaarlijks ongeveer US\$ 170 miljoen per jaar aan inkomsten uit toerisme. Daar hebben de bergen, waar het de meeste toeristen om te doen is, overigens veel van te leiden. Buiten de 'normale' in

het oog springende vormen van vervuiling die de trekkers achterlaten – sommige treks in Nepal gaan langs paden die als bijnamen 'Coca-Cola trail' en 'Toiletpaper Trail' gekregen hebben – is er een veel verrekender invloed. Veel toeristen gebruiken na een dag wandelen ergens in een dorpje een warme maaltijd. Die werd tot voor kort altijd op een houtvuurtje klaargemaakt. Het effect ligt voor de hand, er heeft in de Nepalese Himalaya de laatste decennia enorme ontbossing plaatsgevonden die erosie en overstromingen benedenstrooms tot gevolg heeft gehad. Bangla Desh heeft de grote overstromingen die het recent heeft gehad ten dele te danken aan die verregaande ontbossing in de bovenstrooms gelegen Himalaya. Klimexpedities naar bijvoorbeeld de Mount Everest maken er helemaal een potje van. Grote hoeveelheden afval, van zuurstofcilinders tot complete kampeeruitrustingen en dode klimmers aan toe, worden jaarlijks door de vele klimexpedities achtergelaten. Opruimen van al die troep is vanwege de grote hoogte en de moeilijke bereikbaarheid bijzonder duur en wordt geschat op wel US\$ 10.000 per ton afval. Als alle kosten, van het opruimen van al het afval tot aan de effecten beneden-



strooms, naast de inkomsten uit het toerisme zouden worden gelegd, is het maar zeer de vraag of Nepal wel iets aan het toerisme over zou houden. Daar komt als overweging bij dat het vele geld dat de Nepalese staat ontvangt voor de klimexpedities, dat gebruikt zou moeten worden voor natuurbescherming en schoonmaak, zelden teugvloeit naar de gebieden waar de schade is aangericht.

Het probleem rijst dat als een bestemming succesvol begint te worden en het reële economische voordelen voor het ontvangende land gaat opleveren, het potentieel voor de negatieve invloed navenant groeit. Toerisme heeft doorgaans nogal wat infrastructurele voorzieningen nodig, als vliegvelden, wegen en hotels met alle negatieve effecten op het lokale milieu van dien. Een tweede nadeel hiervan is dat er ook overheidsmiddelen naar die voorzieningen gaat, wat vaak afgaat van de budgetten voor bescherming en management van het gebied. Als het voor de lokale bevolking niet duidelijk is wat de voordelen van het toerisme voor hen zou kunnen zijn, gaan ze al gauw de beschermde gebieden beschouwen als iets dat voor de rijke buitenlanders is opgezet waardoor de zo belangrijk geachte lokale steun voor natuurbescherming snel afneemt. Aangezien de belangrijkste overweging voor ontvangende landen met betrekking tot de voordelen van toerisme de harde valuta is, zullen de regeringen van die landen geneigd zijn te streven naar zo groot mogelijke projecten, ook als die niet passend zijn voor de lokatie waar ze worden gebouwd (i.t.t. "de juiste ontwikkeling op de juiste plaats"). Grote hotels, wegen, airstrips, golfbanen, die worden aangelegd om meer bezoekers te trekken, kunnen zo een ernstige aanslag op de natuur betekenen. Uiteindelijk kan zo'n lokatie geheel een massatoerisme bestemming worden, bescherming en behoud van de biodiversiteit is dan al lang uit het oog verloren. Bijkomend probleem is dat als de toeristenstroom uitblijft (door bijvoorbeeld dreiging van politieke instabiliteit) de overheid van dat land de aangelegde infrastructuur kan gaan gebruiken om inkomsten te genereren uit activiteiten die wel eens veel negatiever voor de natuur zouden kunnen zijn.

Berggebieden: populair bij toeristen, kwetsbare natuur

Aandacht voor de schade die het toerisme aan kan richten was er het eerste in de Alpenlanden. De onstuimige groei van de wintersport maakte daar ook wel heel duidelijk wat ongebreidelde groei van het aantal bezoekers voor effecten kon hebben. En de effecten van het wintersporttoerisme zijn sowieso groot. Zolang het bezoek aan de bergen beperkt bleef



Wolfsmelk (*Euphorbia*) in savanne-hoogland, Centraal Tanzania

tot veelal wandelende zomertoeristen, was dat makkelijk in het leven in de Alpen in te passen. Investerings en veranderingen bleven beperkt tot een aantal hotels en restaurants. Voor de wintersport waren echter investeringen van een geheel andere orde noodzakelijk. Omvangrijke installaties en kilometers skipisten werden in korte tijd uit de grond gestampt. Op grote hoogte gelegen nieuwe dorpen verrezen op plekken waar nooit iemand had gewoond, met alle problemen van afval en bereikbaarheid van dien. Er ligt in de Alpen nu naar schatting 40.000 kilometer skipiste. Hellingen werden hiervoor geheel of gedeeltelijk ontbost met erosie en overstromingen tot gevolg. In de zomer groeit op de skihellingen niet veel meer omdat de sneeuw te stevig wordt aangedrukt door de sneeuwmachines en de vele duizenden skieërs. Na een aantal jaren van ongebreidelde groei van de hoeveelheid wintersporters begint men nu maatregelen te nemen om de schade van het toerisme zoveel mogelijk te beperken. Dat was hoogst nodig want een aantal jaren geleden werden de Alpen al uitgeroepen tot het meest bedreigde berggebied ter wereld. In hoofdstuk 7 gaan Marnix Viëtor van het Nederlands Alpenplatform en Joop Spijkers van de Nederlandse Milieugroep Alpen in op hoe de toeristenstroom in goede banen kan worden geleid zodat de natuur er zo min mogelijk schade van ondervindt, en er mogelijk ook baat bij heeft.

Kustgebieden en eilanden: concentratie, lokale vervuiling

Het toerisme dat zich naar strandbestemmingen begeeft heeft voor de instandhouding van de natuur in een land vaak het voordeel dat de bezoekers zich concentreren op een paar locaties. Ze moeten er uiteraard wel naartoe, hetgeen wegen en andere vormen van infrastructuur nodig maakt, maar voor de rest wordt de natuur in het binnenland betrekkelijk met rust gelaten. Er zijn wel een aantal in het oog springende aspecten van dat strandmassatoerisme die moeten worden genoemd, ondermeer de bedreiging van allerlei dieren en planten die voor hun voortbestaan afhankelijk zijn van het strand en kustgebieden, zoals vogels, zeeschildpadden (legstranden), zeezoogdieren als, zeehonden en zeekoeien. In tropische landen komt het voor dat mangrovebossen gekapt worden om toegang te krijgen tot de kust voor het ontwikkelen van toerisme. Mangrovebossen zijn essentieel voor de lokale visserij, omdat ze een kweekkamerfunctie hebben. Voorts is er het probleem van de lokale vervuiling die al die geconcentreerde toeristen teweeg brengen en het vele water (zwembaden, golfbanen) dat ze gebruiken. Op veel plekken wordt er inmiddels al wel maatregelen genomen tegen de vervuiling in zee, dat raakt de uitbaters namelijk direct in de portemonnaie omdat de toeristen wegblijven als het ergens te smerig is. De sector heeft hierop gereageerd met de Blauwe Vlag, waarbij toeristen geïnformeerd worden over de kwaliteit van het zwembad. Het is een stap in de goede richting.

Het zoetwaterprobleem is een andere kwestie. Strandtoerisme vindt nogal eens plaats op plaatsen waar de zon regelmatig schijnt dan in Nederland en waar het water schaars is. Er zijn ook een aantal eilanden die bestemmingen voor het massatoerisme zijn geworden, zoals de Balearen, de Canarische, Griekse en Caraïbische eilanden. Op een aantal van die locaties is de waterconsumptie een groot probleem geworden en dreigt het binnenland te verdrogen of te verzilten door het ongebreidelde aftappen van grondwater. Juist deze eilanden zijn vanuit natuurbeschermingsoogpunt van groot belang, omdat ze een unieke (endemische) flora en fauna kennen. En de druk is



groot: op Mallorca, met maar liefst 75 miljoen overnachtingen per jaar, wordt het waterprobleem opgelost door water in tankschepen aan te voeren. Maar dat kan nauwelijks een duurzame oplossing worden genoemd. Ook de wereldwijde aanleg van golfbanen in recente jaren, veelal veroorzaakt door de Japanse golfobsessie, zorgt voor een enorme zoet waterconsumptie en vooral in Azië voor een aanslag op de natuur. Golfbanen worden aangelegd op mooie locaties, vaak in of bij beschermde gebieden als nationale parken. Het watergebruik van een golfbaan in warme streken is erg groot. Om het gras groen te houden heeft een gemiddelde golfbaan dan al gauw zo'n 2 miljoen liter water per dag nodig, water dat vaak schaars is. Het is al voorgekomen dat de lokale bevolking problemen kreeg met de verbouw van hun gewassen nadat er in de buurt een golfbaan werd aangelegd. In Vietnam dreigde een golfbaan aangelegd te worden midden in een tropisch regenwoud dat net het jaar daarvoor een beschermde status als nationaal park had gekregen.

Natuur als reisdoel: "ecotoerisme"

Naast de bovengenoemde effecten van toerisme op natuur, is nog meer dan voorheen de natuur zelf het reisdoel geworden. De definitie van ecotoerisme is in de laatste jaren in het algemeen gebruik verwaterd. Het wordt door velen gezien als toerisme dat op de één of andere manier aspecten van de natuur tot doel heeft, maar in de praktijk blijkt zelfs de relatie met de natuur steeds verder te zoeken te zijn. Het is nogal ver verwijderd van de originele definitie zoals die door Hector Ceballos-Lascurain (IUCN) in 1996 werd omschreven. In zijn definitie houdt ecotoerisme in: *tourism that involves travelling to relatively undisturbed natural areas with the objective of admiring, studying and enjoying the scenery and its wild plants and animals as well as any cultural features found there. It implies a scientific, aesthetic or philosophical approach.* Andere auteurs voegden daar nog aan toe dat ecotoerisme moet bijdragen aan behoud en bescherming van de natuur die het 'gebruikt'; door het genereren van geld om beschermde gebieden in stand te houden, door het creëren van werkgelegenheid voor lokale gemeenschappen en door zorg te dragen voor milieu-educatie. Sinds het einde van de jaren tachtig heeft het ecotoerisme, of in ieder geval het toerisme met de natuur als uitgangspunt, een grote vlucht genomen. Tijdschriften besteden nu uitgebreide reportages aan expedities naar nog ongerepte binnenlanden en geven tips over het reizen in de natuur. Die plotselinge populariteit van reizen naar de woeste natuur werd in 1992 verklaard via een ontwikkeling van de sociale paradigma's. Bestond er in de jaren vijftig en zestig nog het paradigma dat welvaart en vooruitgang belangrijker waren dan natuur, met alle negatieve consequenties vandien. Langzamerhand ontstond er in de jaren zeventig jaren een nieuw milieuparadigma dat uitging van een vijftal beginselen. Voor het eerst werd de intrinsieke waarde van de natuur herkend, risicobeheersing (van processen) werd ineens belangrijk gevonden en men ging zich realiseren dat er wel grenzen aan de groei waren. Er kwam erkenning dat misschien wel een nieuwe maatschappijstructuur zou moeten komen en men erkende voor het eerst dat ook individuen die niet in de regering of het bedrijfsleven actief waren, betrokken moesten worden bij de ontwikkelingen in de maatschappij. Juist het ecotoerisme zou bij uitstek geschikt zijn om deze nieuwe levensvisie tot uiting te kunnen brengen. Zeker wanneer de vier relevante groeperingen die met ecotoerisme te maken hebben (uitvoerders, tegenstanders, de ecotoeristen en diege-

ne die zijn betrokken bij de bescherming van de bezochte gebieden) erbij worden betrokken, zou ecotoerisme een belangrijke kracht kunnen worden voor verantwoorde bescherming en ontwikkeling. Dit blijkt in ieder geval op dit moment nog niet zo te werken, de ecotoerist is voornamelijk geen natuurbeschermer.

De toerist als natuurbeschermer?

Volgens McNeely (1997) vormt toerisme één van de beste manieren om de waarde van de biodiversiteit (de variatie aan levensvormen op aarde ook wel de totale verscheidenheid van dier-, plantsoorten en andere organismen - van Zoest, 1998) tot uitdrukking te brengen. Het kan daardoor natuurbescherming aantrekkelijk maken voor projectontwikkelaars. Het toerisme is een nog steeds groeiende economische kracht, terwijl het op de natuur gerichte (avontuurlijk) toerisme daarin steeds belangrijker begint te worden. In 1995 werd in die avontuurlijke toerisme sector wereldwijd al US\$ 260 miljard omgezet en sindsdien is de sector alleen nog maar sneller gegroeid (McNeely, 1997). Steeds meer toeristen willen een vakantie naar een verre bestemming, bijvoorbeeld een tropisch land, of willen een andere, actieve avontuurlijke vakantie, meestal gecombineerd met ontspanning: strand, golfen of bezoeken van culturele attracties. De toenemende interesse in avontuurlijke vakanties in de natuur zorgt ervoor dat grote stromen toeristen nu ineens verder dan de concentratieplaatsen naar tot op heden altijd weinig bezochte natuurgebieden zoals nationale parken komen; van de Himalaya tot de regenwouden van het Amazonegebied en de eilanden in de Indonesische archipel. Veel van deze locaties zijn essentieel voor het behoud van biodiversiteit. Onder invloed van groene organisaties als de IUCN, het Wereld Natuur Fonds en Conservation International zijn op veel plaatsen in de wereld nu nationale parken of andere vormen van beschermde gebieden ingericht. Er zijn ongeveer 8.000 beschermde gebieden met een totale oppervlakte van meer dan 1 miljard hectare, ruwweg een gebied met de grootte van Canada. Veel van deze gebieden zijn nu al de focal points voor het (inter-) nationale toerisme. Het probleem is dat veel van deze gebieden liggen in ontwikkelingslanden waar het aan geld ontbreekt om ze goed te beheren, zodat ongeremde schadelijke ontwikkelingen als stroperij, houtkap en mijnbouw, maar ook toerisme hier hun gang kunnen gaan. Voorts is de ironie van het toerisme hier dat juist datgene waar de toerist voorkomt: *wild life*, majestueuze bergen, geïsoleerde meertjes en witte zandstranden waar geen mens is, wordt bedreigd door het feit dat hij of zij er komt. Het is voor de ontwikkeling van een duurzaam toerisme dan ook de uitdaging



Rotshaantje in Peru: een natuurattractie



om de aantrekkingskracht van biodiversiteit te vergroten terwijl tegelijkertijd de gevaren van overgebruik worden vermeden. In hoofdstuk 8 gaan Roel Cosijn en Willem Ferwerda in op de mogelijkheden en onmogelijkheden van toeristische ontwikkelingen om het meest biodiverse ecosysteem ter wereld, het tropisch regenwoud, te beschermen en welke rol de verschillende betrokken partijen zouden kunnen spelen. De ideale situatie zou zijn als de betrokken partijen, te weten de toerisme-sector, de toerist, de lokale bevolking, de nationale en internationale overheden en de natuurbeschermingsorganisaties, het geld dat hier aan verdiend wordt meer ten goede laat komen aan natuurbescherming-onderwijs ter plekke in goed overleg en met deelname van de lokale bevolking (zie hoofdstuk 11 van Frans de Man). Pas dan kan er sprake zijn dat de toerist een werkelijke bijdrage kan leveren als natuurbeschermer.

Uitdaging voor de toekomst: toerisme in dienst van natuurbehoud?

De traditionele strandbestemmingen voor de Europese toeristen (met de Amerikanen en de Japanners maken zij meer dan driekwart van alle toeristen in de wereld uit) worden langzamerhand ingeruild voor exotischer bestemmingen in het Caraïbisch gebied en Azië. Er zal ook een soort polarisatie plaatsvinden tussen toeristen die luxe willen en degenen die avontuur en exotische bestemmingen prefereren. Tegelijkertijd krimpt de wereld nog steeds – het wordt makkelijker en goedkoper om op geïsoleerde plekken te komen en meer en meer toeristen gaan op zoek naar bestemmingen 'off the beaten track'. De trend die al enkele jaren te zien is is korter, vaker, verder weg en avontuurlijker reizen. Door de snelle groei in de jaren tachtig van het op natuurervaring gerichte individuele ecotoerisme werd een basis gelegd voor grootschaliger en meestal georganiseerde avontuurlijke reizen. Daarbij wordt een mix aangeboden van cultuur (bezoek steden en lokale markten), natuur (jungletrek, wandelen) een paar dagen relaxen op het strand en activiteiten als snorkelen of mountainbiken. Die snelle groei heeft een aantal effecten. De concurrentie in de branche is bijzonder groot geworden en door de mogelijkheden die het internet biedt om overal ter wereld tot op het laatste moment prijzen te vergelijken en (virtueel) accommodaties te bekijken, zal die concurrentie alleen nog maar toenemen. Dat heeft twee effecten; de prijzen zullen nog verder dalen en door die lage prijzen zal de consument nog meer de mogelijkheid hebben om frequent op reis te gaan. Deze ontwikkeling zal onvermijdelijk ook invloed hebben op de (nu nog) verre bestemmingen. Het gevaar is reëel dat een aantal van die bestemmingen die nu nog idyllisch of exotisch zijn, in een snel tempo zullen veranderen in een soort Torremolinos. In de eeuw die voor ons ligt wordt door de toeristenindustrie ook nog eens uitermate veel verwacht van enorme toeristenstromen uit landen als Vietnam, Taiwan, Thailand, Indonesië, China, Latijnsamerikaanse landen, Rusland en andere Oost-Europese landen. De extreme groei van het aantal reizigers dat daarmee samenhangt maakt het extra noodzakelijk dat er bij het groeiende toerisme aandacht komt voor het behoud van de natuur op of bij de toeristische bestemmingen. Het zal duidelijk zijn dat de toerisme sector nauwelijks op de hoogte is van de ecologische schade die ze veroorzaakt en dat ze dit uiteindelijk in de eigen portemonnaie zal voelen. Van Egmond (1999) geeft een futuristische beschrijving van de ontwikkelingen die komen gaan. Over de relatie tussen natuur en toerisme schrijft hij: "Er zijn veel beschermde natuurgebieden, maar door de grote toeristische druk op deze gebieden gaan de

meeste hard achteruit. ...Natuur is meer in beeld dan ooit. Alle Europese landen bejveren zich om hun natuurlijke erfgoed te beschermen..."

Sociaal economische effecten van toerisme in relatie tot natuur

Welke positieve effecten (zoals sociaal economische voordelen) kan avontuurlijk toerisme naar natuurgebieden een land opleveren. Een overzicht:

- het stimuleert het gebruik van en de waardering voor gebieden die rijk aan biodiversiteit zijn maar die bijvoorbeeld te marginaal voor landbouw zijn. Dat maakt het mogelijk dat grote stukken land bedekt blijven met natuurlijke vegetatie;
- het kan investeringen in infrastructuur en effectief beheer van deze natuurlijk gebieden stimuleren;
- doordat zowel de overheid als het publiek worden gedrongen van het feit dat het behoud van biodiverse gebieden van belang kan zijn vanwege de inkomsten die eruit kunnen komen, kan het toerisme beschermende maatregelen stimuleren;
- het zorgt er ook voor dat in landelijke streken mensen aan het werk kunnen waardoor de druk op de (maginale) landbouwgronden afneemt en de trek naar de steden vermindert;
- het stimuleert ook het ontstaan van kleine secundaire industrieën die het toerisme ondersteunen, verder moet er ook worden gezorgd dat voorraden op de toeristische accommodaties komen.

Gesteld kan worden dat toerisme een reëel alternatief kan worden – uiteraard in al min of meer door de toeristen ontdekte gebieden – voor de traditionele industrie die gebruik maakt van de natuur door er hout of mineralen aan te onttrekken. Zo kwam er tijdens een studie over de nationale bosreservaten van de zuidelijke Appalachen in 1994 (Georgia en North & South Carolina, Tennessee en Virginia, V.S.) uit dat het schone water, de wilde habitats en andere niet-hout producten veel meer aan de regionale economie bijdroegen dan de houtvoorraden van de streek. Er waren maar liefst vijf keer zoveel banen in de toerisme sector als in de houtkapindustrie en het toerisme bracht US\$ 379 miljoen op, meer dan tien keer de opbrengst van de houtkap (US\$ 32 miljoen) in dat jaar. (McNeely, 1997)

Literatuur:

- Caring for the Earth. A strategy for sustainable living. IUCN, UNEP WWF, Gland, Switzerland, 228 pp., 1991.
- Ceballos-Lascuráin, Hector. Tourism, ecotourism, and protected areas. IUCN Protected Areas Program, IUCN, Gland, Switzerland, 301 pp. 1996
- Egmond, Ton van., Het verschijnsel toerisme. Verleden, heden, toekomst. 213 pp. Toerboek, Leiden, 1999.
- McNeely, Jeffrey A., Tourism and Biodiversity: A Natural Partnership? Lezing op het Symposium on Tourism and Biodiversity, 17 April 1997, IUCN/SME Milieu Adviseurs, Utrecht.
- Sweeting, James E.N., Aaron G. Bruner and Amy B. Rosenfeld. The Green Host Effect. An integrated approach to sustainable tourism and resort development. 103 pp. CI Policy Papers. Washington. 1999.
- Swanson, Marilyn A. Ecotourism: Embracing the New Environmental Paradigm. 1992.
- The World Conservation Strategy, IUCN, Gland, Switzerland, 1980.
- Van Zoest, Johan (red.) Biodiversiteit. Koninklijke Nederlandse Natuurhistorische Vereniging en het Nederlands Comité voor IUCN, 211 pp., 1998.
- World Tourism Organization. Yearbook of Tourism Statistics, Madrid, 1998



Beleidsontwikkelingen op het vlak van uitgaand toerisme in relatie tot biodiversiteit

Henk Eggink

(Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij)

Het internationaal toerisme is de afgelopen jaren enorm gegroeid. Dit heeft zonder twijfel een bijdrage geleverd aan de economische ontwikkeling van diverse landen op de wereld. Maar ongebreidelde groei van het toerisme brengt ook aantastingen van de natuur en het milieu met zich mee. Het is dan maar de vraag hoe lang het economisch profijt kan doorgaan. Voor duurzame mogelijkheden op de lange termijn, met behoud van natuur en landschap, is een welafgewogen en zorgvuldige ontwikkeling nodig.

Wereldwijd reizen

Ook wij Nederlanders zijn een zeer reislustig volk. Altijd al geweest overigens: vroeger op ontdekkingsreis over de wereldzeeën, tegenwoordig volop op reis met avontuurlijke trektochten of leuke stedentrips. Twee op de drie Nederlanders gaan met vakantie naar het buitenland. Het aantal vakanties en de afstanden daarbij nemen snel toe.

De laatste jaren zijn ook ontwikkelingslanden in toenemende mate een toeristisch bestemming. De groei van het toerisme naar zulke verre bestemmingen bedraagt ca. 15% per jaar. Cijfers waar beursanalisten de vingers bij aflikken.

De meeste landen, net als Nederland zelf overigens, zien het binnenkomend toerisme als een belangrijke sector voor verdere economische ontwikkeling. In Nederland gebeurt ook veel om het eigen land aantrekkelijk te maken, voor zowel Nederlandse als buitenlandse toeristen: kwaliteitsverbeteringen aan de kust, musea en steden als cultuurtrekkers, nieuwe groengebieden, excursiemogelijkheden in natuurgebieden etc. Aan de andere kant trekt ons als westerse toeristen ook het bezoek aan andere culturen. Ontwikkelingslanden, met nog weinig industriële ontwikkeling, kunnen ons dit vaak precies geven: exotisch avontuur in een zonovergoten land met een prachtige natuur. Bovendien zijn er slechts beperkte investeringen nodig om het toerisme in deze landen te stimuleren. Met de reiziger vliegt letterlijk het kapitaal naar de Derde Wereld.

Toch blijft bijna de helft van de winst in westerse handen, via reisbureaus, hotelketens, luchtvaartmaatschappijen, autoverhuurbedrijven, etc. Wat in de landen zelf overblijft is vaak het afval, de platgetreden natuur of een woud van grote hotels aan voorheen idyllische stranden. Betwijfeld moet worden of de lokale bevolking hierop uiteindelijk zit te wachten en of zij nu een rechtvaardig deel van de winst ontvangen. Op den duur kan de milieuschade door toerisme juist datgene vernielen waar de toeristen voor komen: het fraaie landschap, de verlaten stranden, de oorspronkelijke natuur. En het verplaatsen naar nieuwe onbedorven gebieden kan niet oneindig doorgaan.

Gaan we te ver?

De sterke toename van het toerisme vanuit ons land en de daarmee samenhangende negatieve effecten voor de natuur en het milieu waren in 1995 voor de toenmalige Raad voor het Natuurbeheer (een adviesorgaan van de regering) de aanleiding om zich de vraag te stellen: "Gaan we te ver?" In het rapport met deze naam heeft de Raad verschillende aspecten rond het toerisme en het natuurlijk milieu geanalyseerd. Vooral de stelling dat een vliegretourtje Schiphol-Athene per persoon evenveel energie zou kosten als het een jaar lang verwarmen van een eengezinswoning heeft veel discussie opgeroepen.

Behalve toenemende mobiliteit en belasting voor het milieu werden nadrukkelijk ook positieve effecten onderkend van het (eco-)toerisme. Voor natuurgebieden wordt vaak een speciale bescherming ingesteld (stichting van nationale parken, voorzieningen voor begeleiding van toeristen, etc.). En er komen, hoewel vaak nog erg beperkt, gelden beschikbaar voor natuurbeheer. Bewakers, gidsen en andere voorzieningen kunnen uit dergelijke gelden worden betaald, wat werkgelegenheid en inkomsten voor de plaatselijke bevolking betekent. Daarmee wordt ook de economie op het platteland in deze landen ontwikkeld.

De Raad heeft indertijd echter ook de principiële vraag opgeworpen "of we wel zo nodig alles moeten zien en doen wat ons zo aantrekkelijk en interessant toeschijnt en tot welke prijs daartoe ruimte en vrijheid moet worden geboden". Op een aantal door de overheid geïnitieerde symposia (de naar het kasteel van handeling genoemde "Groeneveld-conferenties¹) was dit voor enkele deelnemers uit de toeristische sector en de milieuorganisaties aanleiding om op te merken dat moraliseren alleen geen resultaat heeft, maar dat concrete alternatieven moeten worden ontwikkeld. Het adviesrapport van de Raad heeft hiermee de beleidsontwikkelingen in gang gezet en de noodzakelijke discussie tussen alle betrokken partijen opgestart.



Op de conferenties werd geconcludeerd dat samenwerking van essentieel belang is om op het onderwerp "duurzaam toerisme" stappen vooruit te zetten. Toerisme omvat immers een breed scala van activiteiten (waaronder vervoer, verblijf, vermaak) met vele betrokkenen. Een van de resultaten na de Groeneveld Conferenties was de instelling van de "Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, natuur en milieu²". Deze groep speelt een centrale rol bij de discussie en activiteiten in Nederland over uitgaand toerisme en natuur. De toeristische sector zelf – de ANVR – bekleedt het voorzitterschap. De ANWB, als grootste consumentenorganisatie van recreanten en toeristen, voert het secretariaat. Verder nemen in de Initiatiefgroep deel vier Ministeries (LNV, VROM, Ontwikkelingssamenwerking), de vervoersector zoals KLM, de natuurorganisatie IUCN, het Alpenplatform, de CBI (Centrum Bevordering Import uit derde Wereldlanden), de NHTV (toeristisch onderwijs) en de NCDO (Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling). In de overige artikelen hebben een aantal van deze organisaties ook een bijdrage geleverd aan deze publicatie. Voor diverse projecten en programma's die in de hoofdstukken zijn toegelicht is binnen de Initiatiefgroep samenwerking gezocht. Dit zijn projecten als duurzame Alpen vakanties (zoals Wintersport 2005), voorlichtingsbrochures, het natuurinformatieproject Natourdata, uitwerken van een productgerichte milieuzorgsysteem in de toeristische bedrijven etc. Naast deze concrete initiatieven is verder ook de betrokkenheid voor het onderwerp binnen de organisaties zelf vergroot, net als de samenwerking over de grenzen heen.

Nederlands beleid

Duurzame ontwikkeling van het toerisme is voor de overheid een belangrijk onderwerp. Duurzaam toerisme omvat echter een groot aantal aspecten die meerdere terreinen van het overheidsbeleid raken: natuur, milieu, ontwikkelingssamenwerking, economisch beleid, verkeer en vervoer (waaronder luchtvaart) etc. In de afgelopen jaren is in een aantal beleidsnota's specifiek aandacht aan het onderwerp besteed waarmee voorgaande initiatieven ook op gang zijn gebracht en zijn ondersteund. De relatie van het toerisme met natuur en milieu ligt

vooral in het Programma Internationaal Natuurbeheer (PIN) en de Beleidsagenda Milieu, Toerisme en Recreatie. De overheid heeft hierin de richting en de doelen uiteengezet en speelt bij de uitvoering verder een initiërende en faciliterende rol.

Het Programma Internationaal Natuurbeheer gaat in op het uitgaand toerisme en de relatie met de internationale natuur. Behalve de ecologische relaties tussen de Nederlandse natuur en de natuur buiten onze landsgrenzen (via bijvoorbeeld trekvogels, rivieren etc.) wordt ook door ons economisch handelen invloed uitgeoefend op de natuur elders. Denk hierbij aan het gebruik van (tropisch) hout of invoer van grondstoffen. Maar ook bij het "uitgaand toerisme" maken we gebruik van natuur en landschap elders. Vanuit deze achtergrond geeft de regering aan met de betrokken sector het duurzaam toerisme te willen bevorderen gericht op vermindering van de druk van Nederlands toerisme op de natuur elders en vermindering van milieubelasting door transport. Ook alternatieven dichterbij huis en het genereren van opbrengsten voor natuurbeheer vormen hierbij mogelijkheden. Belangrijk uitgangspunt vormt het begrip "partnership". Uitgangspunt is hierbij dat niet de overheid alleen verantwoordelijk is voor zorg voor de natuur, maar dat dit vooral ook door actieve inzet vanuit de partners en economische sectoren moet worden gerealiseerd. In dit verband is ook de samenwerking gezocht middels de hiervoor genoemde "Groeneveld Conferenties" en het opstarten van de Initiatiefgroep.

In de Nota Milieu en Economie is in meer algemene zin het beleid uiteengezet ten aanzien van een duurzame economische ontwikkeling met minder milieubelasting. Te bereiken doelen in dit verband zijn meer energie-efficiënte producten, lagere milieubelasting in transport, efficiënt gebruik van grondstoffen en ruimte, duurzaam beheer in alle economische sectoren en doorbelasting van milieukosten in producten.

Voor de toeristische sector zijn deze beleidsuitgangspunten uitgewerkt in de 5-jarige "Beleidsagenda, Milieu Toerisme en Recreatie". Door overheid en toeristische en recreatieve organisaties wordt samengewerkt in 13 verschillende projecten, voornamelijk gericht op Nederland. Enkele voorbeelden zijn de bevordering van plattelandstoerisme in Nederland, een kwaliteitsverbetering van het toerisme aan de kust, stimuleren alternatief (openbaar) vervoer en milieumaatregelen in de pleziervaart. Binnen een periode van 5 jaar is een bedrag van 5 miljoen gulden beschikbaar voor de uitvoering.

De bevordering van plattelandstoerisme in Nederland, een kwaliteitsverbetering van het toerisme aan de kust, stimuleren alternatief (openbaar) vervoer en milieumaatregelen in de pleziervaart. Binnen een periode van 5 jaar is een bedrag van 5 miljoen gulden beschikbaar voor de uitvoering.

Internationale ontwikkelingen

Het afgelopen jaar is het onderwerp duurzaam toerisme breed op de internationale agenda gezet. Het begrip omhelst daarbij een bredere setting dan alleen de relatie van toerisme tot de natuur. In internationaal verband wordt binnen "duurzaam toerisme" onderscheid gemaakt in "economische", "ecologische/



Schiphol-platform, Amsterdam



milieu" en "sociaal-culturele" duurzaamheid. Zowel de Commissie voor Duurzame Ontwikkeling (CSD) van de Verenigde Naties als het Verdrag voor Biodiversiteit leveren het voornaamste internationale kader waarbinnen overheden, sector en NGO's samenwerken aan duurzaam toerisme.

Het onderwerp vormde één van de hoofdthema's tijdens de jaarlijkse bijeenkomst van de CSD in april 1999. Tijdens een breed open overleg is met ministers/overheden, sector en NGO's van gedachten gewisseld over de verschillende belangen. De CSD is er in geslaagd om een internationaal werkprogramma voor duurzaam toerisme op te stellen. Hiermee is invulling gegeven aan de opdracht van de speciale zitting van de Verenigde Naties (juni 1997). Belangrijke uitvoerders bij de uitwerking van dit werkprogramma zijn de WTO (World Tourism Organisation), UNEP (milieuprogramma van de Verenigde Naties), de ILO (International Labour Organisation) en voorts de toeristische sector, overheden en NGO's. In het werkprogramma zijn de aandachtspunten van Nederland en de EU over het algemeen goed vertegenwoordigd. Centrale onderwerpen zijn de ketenbenadering in het toeristisch product, gezamenlijke aanpak door de diverse betrokkenen voor het proces en specifieke verantwoordelijkheden van instanties als sector, overheid, NGO's of internationale organisaties voor onderdelen. De sociale aspecten (gender, werkomstandigheden, participatie) en milieuaspecten (certificering / ecolabeling, doorbelasting van milieukosten) krijgen daarbij nadrukkelijk aandacht.

De komende jaren zal de CSD aandacht besteden aan de uitvoering van het werkprogramma. Hierbij wordt ook gericht op 2002, het jaar dat door de Verenigde Naties is uitgeroepen tot het jaar van ecotoerisme en het jaar van de bergen.

Een tweede internationaal kader waarbinnen aandacht wordt besteed aan de relatie toerisme - natuur is het Verdrag voor Biodiversiteit. Dit verdrag is in 1992 tijdens de VN-conferentie over Milieu en Ontwikkeling in Rio de Janeiro ondertekend. Biodiversiteit is in dit verband de diversiteit van leven op aarde: de variatie van soorten en ecosystemen. Het verdrag heeft tot doel te komen tot behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit en een billijke verdeling van de voordelen die voortvloeien uit dit gebruik. Dit behoud van biodiversiteit is, behalve vanwege de intrinsieke waarde van al wat "groeit en bloeit", ook van essentieel belang voor economische ontwikkelingsmogelijkheden (landbouw, visserij, bosbouw, medicijnen etc.) nu en in de toekomst. Ook het toerisme krijgt binnen het Verdrag meer en meer aandacht als een economische sector die groot belang heeft in behoud en gebruik van biodiversiteit. Tijdens de bijeenkomst van Ministers bij deze Conferentie in Bratislava (april 1998) is het onderwerp in verkennende zin besproken. Als vervolg hierop is door het wetenschappelijk orgaan van het Verdrag een uitgebreid document opgesteld over de relatie toerisme-biodiversiteit die tijdens de conferentie in mei 2000 wordt besproken en vastgesteld. Dit document gaat in op de bedreigingen en kansen van

toerisme op biodiversiteit met aanbevelingen voor beleidsuitwerking.

Recente beleidsontwikkelingen

Het natuur- en biodiversiteitsbeleid in Nederland zal binnenkort worden geactualiseerd en aangescherpt in een nieuwe regeringsnota. Ter voorbereiding hiertoe is het "Project Biodiversiteit" uitgevoerd. Vanuit de overheid is de dialoog omtrent de relatie toerisme en biodiversiteit met alle betrokkenen geïntensiveerd.

Ook hierin is een analyse van de relatie toerisme-biodiversiteit gemaakt. Algemeen wordt de mening gedeeld dat beide zaken zeer nauw met elkaar verbonden zijn. De groene omgeving en het mooie landschap oefenen een belangrijke aantrekkingskracht uit op toeristen. Het vormt het basiskapitaal voor de sector, zowel voor recreatie en toerisme in Nederland als in het buitenland. Ook wordt breed onderkend dat toeristische ontwikkelingen en activiteiten grote invloed hebben op de groene omgeving en de natuur. De druk neemt op vele plaatsen toe, zoals door bebouwing, ruimtegebruik, afname areaal (kwetsbare) natuur, water- en energiegebruik, souvenirs van natuurlijke materialen en grotere belasting met afval of vervuiling door transport.

Anderzijds ontstaan ook kansen om met toerisme tot een duurzame ontwikkeling en veiligstelling van biodiversiteit te komen. Met zorgvuldig gepland toerisme kunnen directe middelen beschikbaar komen voor beheer van natuurgebieden en alternatieve inkomsten voor de lokale bevolking. Om het genereren van opbrengsten op langere termijn veilig te stellen zal ook de aandrang bij (lokale) overheden toenemen om beschermende maatregelen voor de natuurgebieden te nemen. Hiermee kan bijvoorbeeld worden voorkomen dat tot ander niet-duurzaam gebruik wordt overgegaan (zoals woningbouw, mijnbouw, houtkap, exploitatie koralen etc.). In hoofdstuk 2 is verder op deze problematiek ingegaan.

Het werken aan duurzaam toerisme vindt echter niet alleen plaats op de bestemming zelf. Juist de verschillende beslissingsmomenten in voorafgaande fases zijn erg belangrijk. Iedereen speelt hierbij een rol: de touroperators, vervoerders, nationale en lokale overheden, lokale agenten, natuurbeheerders en natuurlijk de toerist zelf.

Het toeristisch product kan als een keten worden beschouwd bestaande uit totaal zes stappen. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt in de ontwikkelingsfase (planning, product/marketing, voorlichting consument) en de gebruiksfase (vervoer, verblijf, vermaak).

Keten toeristisch product	fase
1 Planning (<i>ruimtelijke en toeristische planning in gebieden</i>)	ontwikkeling
2 Product (<i>samenstelling reis en marketing</i>)	
3 Voorlichting / Keuze consument	
4 Vervoer	gebruik
5 verblijf	
6 Vermaak (<i>activiteiten op bestemming</i>)	

Om tot duurzamere vormen van toerisme te komen is een aanpak in de gehele keten en door alle partijen noodzakelijk. Of anders gezegd: we hebben nog geen "duurzaam toerisme" wanneer in een hotel vanwege milieuoverwegingen de handdoeken een dagje later verwisseld worden als tegelijkertijd datzelfde hotel op één van de laatste legstranden van de bedreigde zeeschildpad is gebouwd. Duurzaam toerisme is dus een kwestie van "en en".

Voor de komende jaren is als beleidsdoelstelling geformuleerd dat er tot een duurzamer gebruik van de natuurlijke hulpbronnen in het toerisme wordt gekomen. Dit door vermindering van de negatieve effecten en het versterken van de positieve.

Meer concreet betekent dit doel voor de komende jaren:

- dat alle partijen in de toeristische keten hun eigen verantwoordelijkheid voor het behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit in relatie tot toerisme invullen. De sector heeft hierbij een speciale verantwoordelijkheid: met de natuur als basis voor het toeristisch product zal de sector zich ook vanuit het eigen belang nadrukkelijker als partner van het natuurbehoud gaan opstellen;
- dat duurzaamheid integraal wordt meegenomen in nationale en internationale toeristische planning, bij de toeristische ontwikkeling van gebieden en bij het maken van reisprogramma's;
- dat de betrokkenheid van lokale bevolking in de bestemmingslanden bij de ontwikkeling, management en opbrengsten uit het toerisme is versterkt;
- dat internationaal intensief wordt samengewerkt, zowel binnen de sector, tussen overheden, tussen herkomst- en bestemmingslanden en met NGO's;
- dat de consument een bewuste keuze maakt uit het aanbod, ondersteund door informatie en heldere kwaliteitskeurmerken.

Het beleid vanuit de overheid is daarbij gericht op de volgende onderwerpen:

- Een onafhankelijk en overkoepelend keurmerksysteem voor de gehele toeristische keten die rekening houdt met de biodiversiteitsaspecten, zoals een "Tourism Stewardship Council". Een dergelijk systeem zal aansluiten op bestaande criteria en keurmerken die voor onderdelen in de keten reeds ontwikkeld zijn, zoals voor accommodaties, vervoermiddelen of het PAN-parks initiatief voor natuurparken in Europa³;
- De kennis over milieu en biodiversiteit binnen de toeristische sector en het onderwijs dient te worden vergroot. Onderwijs programma's moeten hierop worden aangepast en/of ontwikkeld⁴;
- In internationaal kader, zoals bij World Tourism Organization, UNEP en EU, zal de Nederlandse overheid

zich richten op verdere samenwerking en uitwerking tot concrete afspraken. Dit ter uitvoering van het CSD-werkplan. Daarbij wordt ook gericht op doorwerking van milieukosten in het toeristisch product, zoals de instelling van een kerosineheffing. Tot slot zal de overheid zich ook inzetten op een goede toetsing op (milieu)effecten bij financiering van toeristische ontwikkelingsprojecten door ontwikkelingsbanken en multilaterale organisaties.

- In het ontwikkelingsbeleid zal de aandacht voor duurzame toeristische ontwikkeling worden uitgebreid, middels integratie in landen- en themabeleid, programma's en projecten. Het benutten van kansen en genereren van inkomsten voor lokale bevolking en natuur staan daarbij voorop. Ook kunnen lokale overheden worden ondersteund bij een verantwoorde toeristische en ruimtelijke planning. Zoals aangegeven is gezamenlijk inzet nodig van de toeristische sector, overheid en NGO's. Bij de uitvoering zal daarom de genoemde Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu een belangrijke rol spelen.

Al met al zijn in de afgelopen periode een aantal goede ontwikkelingen op gang gebracht. Maar het kan wat dat betreft niet snel genoeg gaan. Het belang van duurzaamheid binnen het toerisme groeit met de dag! Niet alleen groeit het Nederlands (uitgaand) toerisme snel; de effecten voor natuur en milieu zullen een nog groter punt van zorg worden als binnenkort ook andere wereldburgers hun deel van de welvaart op onze aarde opeisen en zich actief op de toeristenmarkt gaan storten. Ooit stilgestaan bij het beeld van een miljard Chinezen die vakantie komen houden in Nederland?

¹ Groeneveld I vond plaats in 1995, Groeneveld II in 1996 en Groeneveld III in 1999. Groeneveld IV in mei 2000 heeft als thema "Man and environment and tourism destinations"

² Zie hoofdstuk 6

³ In hoofdstuk 9 wordt op het Pan Parks initiatief in gegaan

⁴ Zie hoofdstuk 10



Cruiseschepen in Aruba



Visies van de toeristische sector op natuur

Langzamerhand zijn we er met zijn allen van overtuigd dat er iets moet gebeuren om te zorgen dat de draagkracht van de natuur op bestemmingen niet overschreden wordt.

Marc Hoogeslag

(Nederlands Comité voor IUCN)

De World Tourism Organisation (WTO) heeft in 1998 voorspeld dat in 2020 1,5 miljard mensen een buitenlandse reis gaan maken! Verduurzaming van het reisproduct is dus bittere noodzaak. In dit hoofdstuk wordt naast de visie van het Algemeen Nederlands Verbond van Reisondernemingen (ANVR) op toerisme in relatie tot natuur en specifiek natuurbehoud, ook het woord gelaten aan enkele Nederlandse reisorganisaties; Wat zijn de bedreigingen die zij zien en op welke manier dragen zij bij aan verduurzaming van de interactie tussen natuur en toerisme?

Effecten van toerisme op de natuur

Er zijn voorbeelden genoeg te bedenken over het desastreuze effect dat toerisme kan hebben op de natuur; bossen worden gekapt om plaats te maken voor golfbanen, hotels worden gebouwd op legstranden van schildpadden, de "Coca Cola"-trekroutes in de Himalaya etc. Toch benadrukken de geïnterviewden de positieve effecten, wanneer gevraagd wordt naar de invloed die toerisme kan hebben op de natuur en natuurbescherming op de bestemmingen. Peter van Maanen (Afrisch Reizen) ziet in Oost- en Zuidelijk Afrika goede voorbeelden van de rol die toerisme speelt in natuurbehoud; "Natuurlijk kan het door slecht management voorkomen dat de draagkracht van een park overschreden wordt, zoals in Amboseli, Kenia. In de regel is het echter zo dat wanneer natuur door toerisme een extra waarde krijgt, er eerder initiatieven genomen zullen worden om de natuur te behouden. Het nemen van maatregelen voor dit behoud krijgt draagvlak bij de lokale bevolking wanneer zij inzien dat het ook voor hen lucratief kan zijn." Ook Toine de Jong (SNP Natuurreizen) heeft, onder andere tijdens zijn werkzaamheden voor de EU op het gebied van plattelandontwikkeling, gezien dat toerisme natuurbehoud kan stimuleren: "Vooruitzichten op inkomsten uit toerisme kan mensen stimuleren natuur te behouden en beschermen. In Italië werd ter voorbereiding van het opzetten van een wandeltoerisme-project een oude vuilstort opgeruimd en werden oude wandelpaden weer opgeknapt. Hetzelfde geldt voor de verre bestemmingen, zonder toerisme zou er bij wijze van spreken geen olifant meer rondlopen in Kenia".

De consument

Verduurzaming gaat niet zonder een bewustwording bij de consument. Met name door de prijsontwikkeling, een toename van welvaart en vrije tijd en de betere toegang tot informatie wordt de wereld steeds kleiner en de drempel om te gaan reizen steeds lager. Vijf jaar geleden was een reis naar Nepal nog iets speciaals, nu kijkt niemand er meer van op en vliegen er dagelijks charters op Kathmandu. Volgens Rik Jan Viezee (Baobab) gaat men steeds vaker slecht voorbereid op vakantie en leeft duurzaam reizen niet echt bij de consument: "Reizen is een consumptiegoed geworden. Vroeger gingen de meeste mensen "gewoon" op vakantie naar Griekenland en maakten weinigen een rondreis door een land. Dat deden alleen de hoger opgeleiden die zich goed inlazen. Nu gaan meer mensen op rondreis, maar bereidt men zich slecht voor, door een gebrek aan belangstelling, een lagere algemene ontwikkeling en het feit dat men steeds minder (kan) lezen. Je hebt te maken met een MTV- en Internetgeneratie. We worden gebeld door mensen die het eind van de week weg willen, voor zo'n drie of vier weken. Als er dan alleen nog plaats is op bijvoorbeeld een reis naar China, wordt China de bestemming. Alsof je even een onsje ham haalt bij de slager." De Jong: "In Nederland is de laatste 20 jaar belangstelling voor duurzaam sterk toegenomen, biologische landbouw, gescheiden afval etc. er komen steeds meer auto's en we vervuilen minder. Zo is het ook in de toeristische sector. We constateren dat binnen Europa de snelle treinverbindingen in populariteit toenemen zelfs tot aan Barcelona. Komt waarschijnlijk ook omdat de doelgroep van SNP Natuurreizen al aardig "groen" is en open staat voor duurzame initiatieven."

Initiatieven ter verduurzaming van het reisproduct

In hun streven naar verduurzaming van hun producten richten de kleine touroperators zich voornamelijk op het geven van handelingsperspectief aan hun gasten door middel van do's en don'ts. Viezee: "Onze klanten krijgen do's en don'ts mee op het gebied van bijvoorbeeld het kopen van souvenirs en gebruik van water in schaarse gebieden. Naast deze do's en don'ts proberen we zelf ook verantwoord om te gaan met milieukwesties. Zo kopen we nooit "vers gekapt" brandhout of houtskool

maar alleen "dood" brandhout dat anders toch weg zou rotten. Daarnaast wijken we tijdens safari niet van de paden, ondanks dat lokale gidsen dat nog wel eens willen proberen om toeristen een beter plaatje te bieden. Hierin is een belangrijke taak weggelegd voor onze reisleiders die daarop geattendeerd worden tijdens hun training."

Ook Afriesj Reizen onderkent de rol van de reisleider. Naast het uitdelen van een reiswijzer met een hoofdstukje "natuur en milieu" wordt de reisleiding op het hart gedrukt toe te zien op natuurvriendelijk gedrag. SNP Natuurreizen gaat nog iets verder en deelt een wandelwijzer uit bij reizen naar kwetsbare gebieden, waarin niet alleen staat wat je wel en niet mag maar ook waarom je bijvoorbeeld niet de bochten van paden mag afsnijden. Verder is SNP Natuurreizen al jaren sponsor van het WereldNatuur Fonds en draagt het zo een steentje bij aan natuurbeschermingsprojecten in haar bestemmingslanden.

Bij de grote touroperator, Travel Unie Nederland (onder andere Holland International, Arke Reizen, Kras/Ster) staat reizigersvoorlichting over natuur en milieu hoog op de prioriteitenlijst van het beleidsplan 2002. Nico Visser (milieu manager Travel Unie en professor van de leerstoel Duurzaam Toerisme aan de NHTV in Breda) over de initiatieven van de Travel Unie: "Er wordt gewerkt aan een folder met *do's* en *don'ts* en in de brochures een uitwijding over natuur en milieu." Travel Unie kan het zich echter als een van de grootste, met 120.000 reizigers naar verre bestemmingen, veroorloven om meer te doen en maatregelen af te dwingen bij partners op het gebied van vervoer naar en accommodaties in bestemmingslanden.

Nico Visser: "In de keten vervoer, verblijf en vermaak zijn we het verst gevorderd met het zo duurzaam mogelijk maken van het verblijf in de accommodaties. Binnenkort worden alle accommodaties centraal door ons moederconcern TUI vanuit Zwitserland ingekocht, waarbij accommodaties moeten voldoen aan de eisen vermeld op een *checklist* waar onder andere gelet wordt op energie-, water- en afvalmanagement. Accommodaties kunnen daarnaast "Best Practice" vermeldingen of prijzen verdienen op basis van milieuvriendelijk management. Verder hebben we zo'n 170 eigen hotels eigen hotels waar een strikt milieuregime wordt gehanteerd. Bij vervoer naar verre bestemmingen kun je natuurlijk niet om het vliegen heen, er kan echter wel een keus gemaakt worden uit het aanbod van vliegtuigen. Onze eigen TUI-luchtvloot van zo'n 80 vliegtuigen is uitgerust met de nieuwste milieuvriendelijke toestellen. Verder wordt er bij de keuze van een andere luchtvaartmaatschappij mede gekeken naar de milieuvriendelijkheid van haar toestellen.

In het segment vermaak letten we speciaal op de bevindingen van de gasten, de

selectie van excursies kan aangepast worden naar aanleiding van commentaar van gasten. Onze Duitse tak is al een stap verder, daar krijgt iedere gast een enquête mee waarin ook vragen gesteld worden op het gebied van natuur en milieu. Daarnaast wordt van personeelsleden verwacht dat zij op hun vakantie naar de bestemmingen alles aan een (milieu)kritische blik onderwerpen." Ron Heeren, directeur van NS Travel Group, wil onder andere reizigers een alternatief bieden voor het autovervoer. "Nog steeds kiest 70 % van de mensen voor eigen vervoer bij een wintersportreis. Vooral op de "wisseldagen" is het een drukte van belang van en naar de populaire bestemmingen. Uitgeveride vakantiegangers maken op de zaterdag en masse plaats voor de nieuwe arrivées, met als gevolg gigantische files op de wegen, zonder dat men zich bewust lijkt te zijn van het effect hiervan op natuur en milieu. We willen consumenten de mogelijkheid bieden de drukte te omzeilen door op de vrijdagavond vanaf Utrecht te vertrekken met de nachttrein, om zo de consumenten uitgerust af te leveren zonder veel overlast voor het milieu."

Lokale participatie en natuurbescherming

Al eerder werd de noodzaak van de steun van de lokale bevolking bij natuurbeschermende maatregelen aangegeven. Door het betrekken van lokale bevolking bij toeristische activiteiten op de bestemmingen en hen zo te laten meeprofiteren, wordt draagkracht gecreëerd voor het behoud van de natuur.

"Local participation" is dan ook een term die in elke verhandeling of discussie over duurzaam toerisme voorkomt." Voor touroperators biedt samenwerking met de lokale bevolking de mogelijkheid om gasten een stukje authenticiteit te bieden, de lokale bevolking te steunen en indirect bij te dragen aan natuurbeheer.

Van Maanen vertelt dat tijdens rondreizen van Afriesj Reizen zoveel mogelijk gekocht wordt op lokale markten en overnachtingen plaatsvinden in middenklasse hotels in lokale handen.



Longido, Tanzania; wandelen met de Maasai



"Daarnaast bezoeken we tevens een aantal lokale hulpprojecten, bij voorbeeld die van het SNV (Stichting Nederlandse Vrijwilligers) in Afrika". Baobab Reizen gebruikt voor haar transport op de bestemmingen beginnende lokale ondernemers die soms met steun van Baobab Reizen een voertuig aanschaffen om zo de kost te verdienen. Zo ook op Costa Rica waar ze een chauffeur hebben die de groepen vervoert en de lunch verzorgt bij hem thuis. De chauffeur verdient zo een goede boterham en de gasten wordt een kijkje gegund in het privéleven van een Costaricaan.

Toch heeft lokale participatie niet louter positieve kanten. Contact met toeristen kan een ernstige bedreiging vormen voor het behoud van eigen cultuur en tradities. Viezee: "Baobab Reizen bezoekt al tientallen jaren een dorp in Noord-Kenia en de foto's uit al die jaren geven in chronologische volgorde het veranderende modebeeld weer." Natuurlijk is zo'n verandering niet altijd toe te schrijven aan alleen het toerisme, maar lokale participatie kan dus ook haar doel, vermindering van het negatieve effect van toerisme op het sociaal-cultureel milieu op de bestemming, duidelijk voorbij schieten.

De toekomst, wat moet er gebeuren ?

De meest simpele oplossing voor het voorkomen van te grote, draagkrachtoverschrijdende toeristenstromen naar bestemmingslanden, lijkt gewoon te zorgen dat er minder mensen kwetsbare gebieden bezoeken, regulatie dus. Dit zou kunnen door bij voorbeeld net als Bhutan jaarlijks maar een maximum van 6000 toeristen toe te laten die daarvoor US\$ 200,- per dag betalen. Op een ander (lokaal) niveau kan men de bezoekersaantallen van een park limiteren zoals bij de berggorilla's in Uganda. De meningen hierover zijn verdeeld. Van Maanen: "Doserend van het aantal bezoekers aan een nationaal park kan goed in het geval van de berggorilla's. Het is daar logistiek goed uitvoerbaar door de omvang en infrastructuur van betreffend park. Hetzelfde is echter beheer technisch moeilijker in grote parken zoals Maasai Mara of het Kruger Park. Landelijke quota lijken moeilijker haalbaar. Overheden zullen zichzelf niet graag in de vingers snijden en zichzelf de, soms broodnodige, toeristendollars ontzeggen." Het verhogen van de financiële drempel als regulatiemiddel werkt volgens van Maanen averechts:

"Het verhogen van de toegangsprijzen in de Nationale Parken in Tanzania heeft als gevolg gehad dat Afrijsj Reizen een park uit haar programma heeft moeten schrappen. Dit kan als gevolg hebben dat men alleen nog maar de highlights gaat bezoeken en andere parken geen toeristen meer trekken en hun waarde verliezen. Bovendien krijgt daardoor een kleiner aantal parken te lijden onder juist zwaardere druk."

Over de toekomst van het toerisme is Visser toch gematigd positief. Hij sluit regulering van de toeristen stroom niet uit als maatregel om te voorkomen dat er over 40 jaar geen goed product meer is om te verkopen. "Landen moeten echter wel af van een kortzichtig beleid en durven kiezen voor *low-impact high income* toerisme, zoals in Bhutan en niet proberen snel geld te verdienen zoals Nepal, ten koste van het milieu. Daarvoor is natuurlijk wel mondiaal overleg nodig tussen de touroperators hier en de bestemmingslanden. Moederbedrijf TUI heeft daarvoor al een aanzet gegeven met het *Tour Operators Initiative for Sustainable Tourism Development*¹, terwijl een eiland als Bonaire zelf het aantal aanwezige hotel-

kamers als quotum neemt en haar bedden capaciteit niet verder uitbreidt."

De Jong maakt nog een onderscheid tussen de verschillende vormen van toerisme en wie de verantwoording moeten nemen voor het nemen van maatregelen. "De maatregelen verschillen per type toerist; de fun, zon, zee, strand-toeristen die in grote enclaves verblijven vereisen maatregelen zoals Travel Unie die nu al neemt met betrekking tot duurzaam water-, afval-, en energie management. In het geval van de avontuurlijke reizigers op zoek naar natuur, is een belangrijke rol weggelegd voor mondiale, regionale en lokale natuurbeschermingsorganisaties. Zij zijn de verantwoordelijken om te zorgen dat de draagkracht niet overschreden wordt. Maatregelen zoals zoning en quoterend zijn daarbij noodzakelijk. Zoning werkt goed en neemt druk van andere gebiedsdelen af, veel mensen gaan toch niet verder dan de eerste picknicktafel. Quoterend zoals op de Galapagos en in geval van berggorilla's is absolute noodzaak om de draagkracht niet te overschrijden in deze kwetsbare gebieden."

Gerard Couvreur (ANVR) benadrukt de rol die de internationale reisbranche, naast de individuele reisorganisator, kunnen spelen om schade aan de natuur te beperken: "De reiziger en de reisorganisator worden met regelmaat geconfronteerd met berichten over grootschalige aanslagen op de natuur, die geen verband houden met het toerisme. Voorbeelden daarvan zijn onder meer de bosbranden in Indonesië, de ontstellend omvangrijke houtkap in Zuid-Amerika en de aanslagen op dieren in Afrikaanse landen. Bij deze aanslagen zijn vaak niet de belangen van de lokale bevolking gemoeid. Aan natuurgebieden zal evenwel ook op kleinere schaal geweld worden aangedaan zonder dat de Nederlandse en internationale reisbranche daarvan op de hoogte is. Een deel daarvan zal de oorsprong vinden in de economische situatie van de bevolking ter plaatse. De grootschalige aanslagen kunnen alleen via internationaal politiek beleid worden bestreden. De internationale reisbranche zal hier geen rol kunnen vervullen anders dan de Verenigde Naties en de WTO, namelijk het wijzen op de schade die het toerisme en daarmee de lokale bevolking van deze aanslagen ondervinden."

Bij het voorkomen van aanslagen op kleinere schaal kan de internationale reiswereld maar ook de individuele reisorganisator wel degelijk een rol spelen indien tenminste de omstandigheden van de lokale bevolking (mede) oorzaak zijn van de aantasting van de natuur. De internationale organisaties zoals bijvoorbeeld de International Federation of Tour Operators (IFTO) heeft hier tot taak de reisorganisatoren op hun mogelijke bijdrage aan het oplossen van de lokale problemen te wijzen. Die bijdrage kan dan bestaan uit het op bilaterale basis aangaan van overeenkomsten met lokale organisaties over het bezoek van toeristen aan natuurgebieden, waarbij de lokale bevolking diensten verleent, waarvoor de reizigers een redelijke vergoeding betalen. In de overeenkomsten moet ook zijn voorzien in de voorwaarden waaronder eventueel kwetsbare gebieden kunnen worden bezocht. De reisorganisator draagt zo bij aan het behoud van het natuurlijk gebied en het bestaansrecht van de bevolking, terwijl hij daar tegenover zijn reizigers een redelijke mate van zekerheid kan geven dat zij welkome gasten zijn.

De Nederlandse reisorganisatoren met "natuurlijke bestemmingen" zijn veelal goed in de lokale situaties ingevoerd om te

weten wat met dergelijke overeenkomsten wordt bedoeld. Er zijn echter ook gebieden die niet altijd als zodanig worden onderkend. Daarom is het belangrijk dat de Nederlandse reisorganisator in de gelegenheid gesteld wordt contact op te nemen met natuurorganisaties op de bestemming. Zodra contacten zijn gelegd is het een bilaterale zaak waarbij naar de mening van het ANVR de reisorganisator open moet staan voor redelijke commerciële voorstellen van lokale organisaties. Het ANVR steunt in dit kader initiatieven van natuurorganisaties om specifieke, op natuur gerichte, informatie door te geven aan reisorganisaties om zo bij te dragen aan een grotere bewustwording (zie ook hoofdstuk 14).

Conclusie

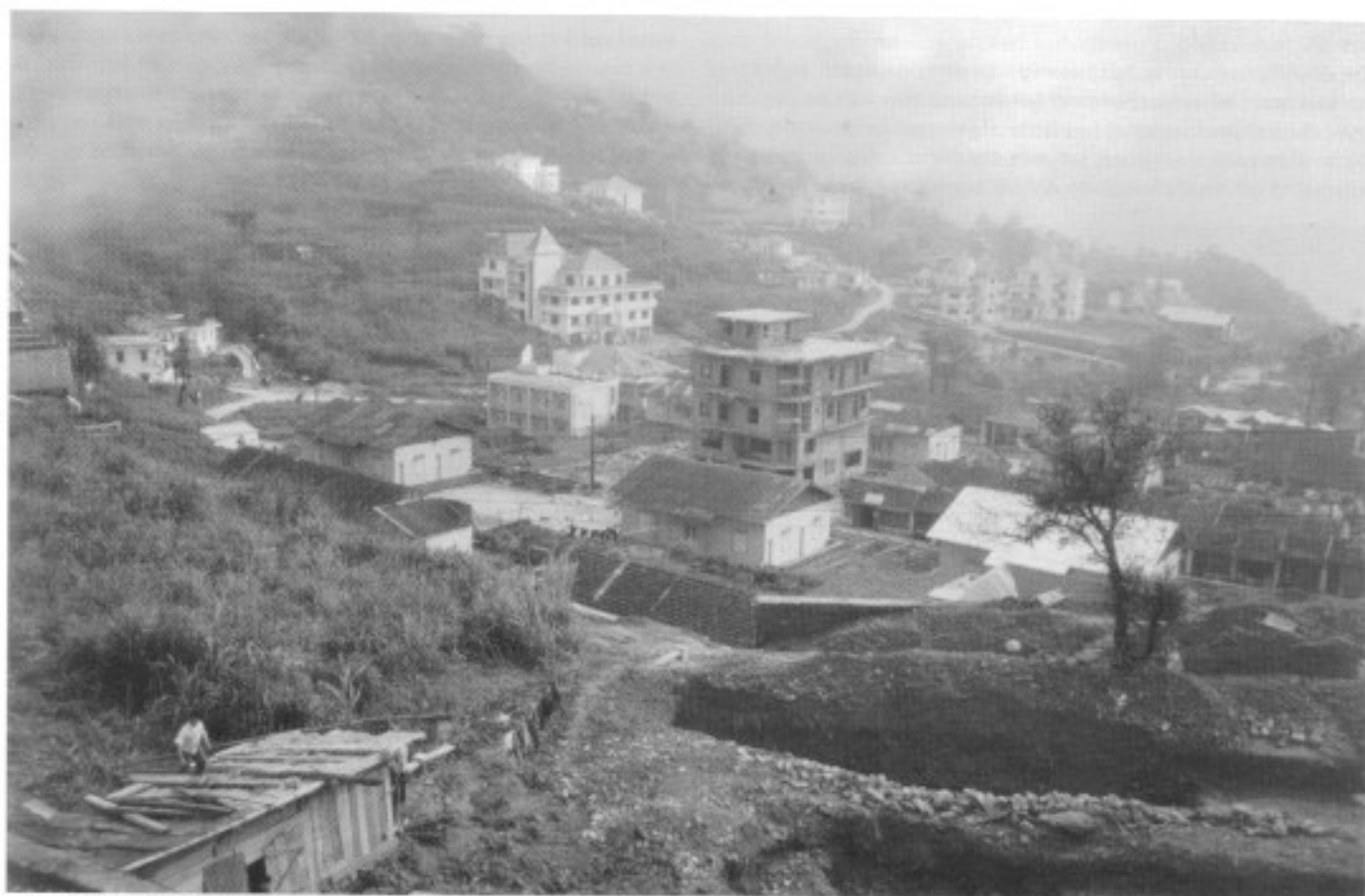
De reisbranche is zich er terdege van bewust dat maatregelen noodzakelijk zijn om in de toekomst nog een goed product te kunnen verkopen. De wil om de impact van hun reizen op de natuur te beperken is zeker aanwezig, maar de zware concurrentie op de markt en de geringe omvang van de kleine en middelgrote organisaties belemmert hen in het nemen van grootschalige maatregelen. Zij kunnen echter niet, zoals de Travel Unie, maatregelen afdwingen bij partners en moeten zich beperken tot kleinschalige initiatieven die echter op lokaal niveau erg succesvol kunnen zijn:

Ten eerste kunnen ze via toerisme de lokale bevolking een alternatief bieden voor meer destructieve vormen van gebruik van de bestaansbronnen. Indien door toerisme de natuur een extra waarde krijgt, motiveert dat de lokale bevolking om natuur te beschermen.

Ten tweede het bewust maken van de consument door het geven van handelingsperspectief. Wanneer de noodzaak tot verduurzaming duidelijk gemaakt wordt naar de consument toe, kan er draagvlak gecreëerd worden voor maatregelen om een te grote impact van toerisme op de natuur te voorkomen.

Gestuurd door overkoepelende nationale en internationale organisaties zoals de ANVR en IFTO kan verder gezocht worden naar mogelijkheden voor directe ondersteuning van natuurbeschermingsprojecten in bestemmingslanden. Het stimuleren van een alliantie tussen natuurbeschermingsorganisaties in bestemmingslanden enerzijds en de Nederlands touroperators anderzijds is een goede aanzet tot het verder ontwikkelen van mogelijkheden voor de reisbranche, om samen te zorgen dat de kip met de gouden eieren niet geslacht wordt.

¹ Het Tour Operators Initiative for Sustainable Tourism Development is een initiatief van onder andere UNEP (United Nations Environmental Program), UNESCO en WTO (World Tourism Organisation) en ruim 30 reisondernemingen. Deze voorlopers op het gebied van duurzaam toerisme hebben samen een verklaring opgesteld en ondertekend, waarin ze zich committeren om zich in te zetten voor de verdere ontwikkeling van duurzaam toerisme.



Bouw van hotels bij nevelwoud Tam Dao, Vietnam

De wensen en behoeften van de toerist op het gebied van duurzaam toerisme

in kaart gebracht door de ANWB

Robert Sinke
(ANWB)

Vanuit de optiek en de ervaringen van de ANWB, als toeristenbond met ruim 3 miljoen leden, wordt in dit artikel aangegeven hoe de wensen van de toerist op het gebied van duurzaam toerisme, vanuit het belang van de toerist zelf, worden ingepast binnen de activiteiten van de ANWB of binnen de activiteiten van onze partners in de vervoers- en toeristenbranche. Bij de discussie over duurzaam uitgaand toerisme zijn verschillende partijen betrokken. Aan de aanbodkant bevindt zich de aanbieder van accommodaties, vervoer, voorzieningen en activiteiten op de bestemming en als intermediair de touroperator. Aan de vraagkant bevindt zich de toerist. De ontwikkeling van toeristische producten wordt in het algemeen sterk bepaald door de zijde van het aanbod. De behoefte van de consument speelt daarbij geen grote rol, de consument volgt de markt. Er is sprake van aanbodeconomie, economie met meer aandacht voor het aanbod dan voor de vraag.

De ANWB, die vooral het belang van de consument behartigt en van meet af aan actief deel heeft genomen aan de discussie over duurzaam toerisme, heeft de afgelopen jaren verschillende initiatieven genomen om het thema duurzaam toerisme inhoud te geven. Zo heeft de ANWB een aantal grote nationale

en internationale publiekscampagnes gevoerd op het gebied van duurzaam en verantwoord toerisme naar de Alpen en de Middellandse Zee kust. Zowel uit het oogpunt van toerisme als vanuit het oogpunt van het behoud van de natuur en biodiversiteit zijn de Alpen en de Middellandse Zee kust buitengewoon belangrijke regio's. Per jaar gaan naar ieder van deze regio's ongeveer honderd miljoen toeristen. Het aandeel Nederlandse toeristen is ongeveer 2 miljoen naar de Alpen en ongeveer 2 miljoen naar de Middellandse Zee kust. Bij deze regio's hebben wij gezien de aard van de problematiek bewust gekozen om via voorlichting en educatie bij te dragen aan het meer duurzaam maken van het massatoerisme en bijvoorbeeld niet voor het stimuleren of ontwikkelen van ecotoerisme. Op deze wijze wordt een effectieve bijdrage geleverd aan het terugdringen van de macro effecten van het toerisme op natuur en milieu in deze gebieden. Ook is de ANWB nationaal en internationaal actief op het gebied van de Blauwe Vlag. Alleen kustgemeenten die voldoen aan gestelde eisen op het gebied van waterkwaliteit, veiligheid en afwezigheid van zwerfvuil krijgen een Blauwe vlag. In dit kader is de ANWB ook gestart met een project "Natuur- en milieubewust toerisme" ten behoeve van de Nederlandse Antillen en Aruba.

De ervaring met deze campagnes is dat de problematiek tussen toerisme en natuur en milieu bij de consument steeds meer wordt onderkend, maar dat een handelingsperspectief, waarbij concrete producten of arrangementen worden aangeboden die voldoen aan zekere criteria voor duurzaamheid, ontbreekt.

Bewustwording

Aan de bewustwording van de toerist is de afgelopen jaren hard gewerkt en zijn op dat terrein inmiddels ook resultaten geboekt. Uit Duits en Nederlands onderzoek blijkt onder meer dat de achteruitgang van natuur en landschap door toeristische activiteiten door veel toeristen wordt waargenomen. Bij



Natuurtoeristen in Sierra de Gredos, Centraal Spanje



de touroperators blijft het operationeel maken van het begrip duurzaamheid in de zin van concrete reisproducten achter, terwijl er bijvoorbeeld in de Alpenlanden een aanbod van groene vakanties beschikbaar is. Activiteiten als voorlichting en educatie die niet directe commerciële gevolgen hebben, maar wel een positieve bijdrage leveren aan het imago blijken in de praktijk makkelijker te realiseren dan reisproducten die voldoen aan de inzichten van duurzaamheid.

De ANWB onderzoekt de mogelijkheden voor het op beperkte schaal ontwikkelen van producten op het gebied van duurzaam toerisme. De ANWB staat daarbij niet alleen want in de toeristische bedrijfstak is sprake van sterk toenemende belangstelling en aandacht voor duurzaam toerisme. Er zijn tal van initiatieven, zowel branche breed, als van individuele bedrijven en specifieke platforms. In dit verband kan het Nederlands Alpenplatform, de Werkgroep Duurzaam Toerisme van de ANVR, initiatieven van Travel Unie Nederland en de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Natuur en Milieu worden genoemd.

Naar de mening van de ANWB zijn alle partijen mede verantwoordelijk voor hun aandeel in het veroorzaken van de negatieve effecten van toerisme op natuur en milieu. Deze partijen zijn echter ook verantwoordelijk voor het oplossen van deze problemen. De kansen liggen vooral in gezamenlijke actie en samenwerking. Een doorbraak kan alleen worden bereikt als de echte belangrijke spelers in het veld van toerisme zich met de aanpak inlaten.

Omnibusonderzoek

Indien men de belangen van de consument op het gebied van duurzaam toerisme wil behartigen is het noodzakelijk om allereerst de behoeften en wensen van de toerist in kaart te brengen. Daartoe heeft de ANWB een onderzoek uitgevoerd naar de wensen en behoeften van Nederlanders op het gebied van duurzaam toerisme met name voor wat betreft het Alpengebied. Dit onderzoek is onderdeel van het zogenaamde Omnibusonderzoek, een schriftelijk onderzoek onder een representatieve steekproef van Nederlanders. De resultaten van het onderzoek zijn representatief en betrouwbaar.

Hieronder volgt een overzicht van een aantal opvallende gegevens uit het onderzoek met daaraan te verbinden conclusies.

Aan de deelnemers van het onderzoek werd de volgende tekst voorgelegd: "Reeds lang wordt gesproken over de effecten die het toerisme zou hebben op de omgeving. Ook tijdens de zomer- en wintervakanties kan men keuzes maken die bijdragen aan een schone en mooie omgeving. Tijdens zogenaamde groene vakanties wordt zoveel mogelijk rekening gehouden met natuur en milieu. Bijvoorbeeld door milieubewuste keuze van vervoer voor de heen- en terugreis en vervoer ter plekke. Of door te kiezen voor milieuvriendelijke accommodaties en voor activiteiten zoals excursies onder begeleiding van een natuurgids."

1. Bij de vraag waarom men naar de Alpen met vakantie gaat blijkt 58 % van de Nederlanders vanwege de natuur te gaan. Dit betekent dat een substantieel aantal Nederlanders de aanwezigheid van de natuur als ambiance of als doel op zich, belangrijk vindt als voorwaarde voor vakantie. Dit betekent ook dat de aanwezigheid en de kwaliteit van de natuur mede voor het toerisme dient te worden veilig gesteld.

2. Van de personen die met vakantie naar de Alpen gaan, gaat 77 % per auto, 7 % per trein, 14 % per bus en 2 % per vlieg-

tuig. Hieruit blijkt dat het aandeel van de auto in het vervoer naar de Alpen hoog is. Omdat de automobilititeit in de Alpenlanden een groot milieu probleem vormt is het noodzakelijk dat trein en bus in de productontwikkeling en bij het samenstellen van reisarrangementen aanmerkelijk meer aandacht krijgen. Bij deze reisarrangementen dient wat het vervoer betreft uitgegaan te worden van de keten benadering. Met andere woorden het vervoer dient als keten van bus, trein en aanvullend vervoer van huisdeur tot hoteldeur, te worden aangeboden. Een dergelijk arrangement onder de naam "Laat u nu rijden, van huisdeur tot hoteldeur" is ten behoeve van het wintersportseizoen 96/97 ontwikkeld door Vrij Uit, de Nederlandse Spoorwegen, Salzburgerland in Oostenrijk en het Nederlandse Alpenplatform. In 1990, in het kader van de campagne "De Alpen, het meest bedreigde berggebied ter wereld", heeft de ANWB samen met de partners van het Alpenplatform, de NS en de Jong Intra vakanties onder andere op billboards op alle stations in Nederland al aandacht gevraagd voor reizen naar de Alpenlanden met alternatief vervoer onder het motto: "Bus en trein kunnen een uitkomst zijn".

3. Op de vraag in hoeverre tijdens de vakantie in de Alpen rekening wordt gehouden met milieu blijkt 65 % van de Alpenvakantiegangers veel tot heel veel rekening te houden met natuur en milieu. Rekening houden met natuur en milieu heeft voornamelijk betrekking op het scheiden van afval. Dit kan verklaard worden doordat men over het algemeen in eigen huishouding ook al afval scheidt en dat in de Alpenlanden in veel regio's behoorlijke voorzieningen voor afvalscheiding aanwezig zijn. Overige aspecten bij het rekening houden met natuur en milieu zoals, voorkomen van zwerfafval, minimaliseren van autogebruik, dieren niet verstoren en de natuur niet beschadigen, scoren aanmerkelijk lager. Wat dit punt betreft kunnen bijvoorbeeld de betrokken landen en regio's initiatieven nemen op het gebied van voorlichting, zonering van natuurgebieden en het vergroten en het versterken van het aanbod van alternatief vervoer. Vanuit Nederland kunnen deze initiatieven worden ondersteund.

4. Ook zijn er vragen gesteld over zogenaamde groene hotels. Dit zijn hotels in de Alpen die wat hun bedrijfsvoering betreft rekening houden met natuur en milieu zoals het scheiden en vermijden van afval, verantwoord energie gebruik, rioolwaterzuivering, aanbod van op natuurbeleving gerichte activiteiten. De vragen hadden betrekking op of men op de hoogte is met groene hotels en of men zijn vakantie in een groen hotel wil doorbrengen.

Van alle Nederlanders die met vakantie naar de Alpen gaat blijkt 11 % op de hoogte te zijn van groene hotels en geeft 62 % aan misschien, waarschijnlijk of zeker een vakantie in een van deze hotels te willen doorbrengen.

5. Op de vraag in welke onderdelen van een groene vakantie men interesse heeft en bereid is extra te betalen blijkt, dat van alle Alpenvakantiegangers 16 % geïnteresseerd is in een totaal arrangement van reis, verblijf en excursies en 18 % bereid is voor een groene vakantie extra te betalen. Bij Alpenvakantiegangers met interesse in een groene hotelvakantie is zelfs 46 % bereid hier extra voor te betalen. Deze percentages kunnen aanleiding zijn om meer aandacht aan groene hotels en groene vakanties te geven en arrangementen te ontwikkelen waarin reis, verblijf en excursie als een pakket wordt aangeboden. Er



ligt een kans om het bestaande milieu verantwoorde aanbod in de Alpenlanden op te nemen in de te ontwikkelen arrangementen. Dit betreft onder andere auto vrije dorpen, groene Hotels, milieu verantwoord vervoer en op de natuur gerichte activiteiten.

6. Er is ook een onderdeel van het Omnibusonderzoek dat betrekking heeft op de behoefte aan informatie over groene vakanties. Hieruit blijkt dat 42 % van de Alpenvakantiegangers geïnteresseerd is in informatie over een volledig arrangement van een groene vakantie. Op het gebied van groene vakanties is nog weinig gestructureerde informatie beschikbaar. Dit percentage is naar mijn mening een uitdaging om de informatie over bestaande en nog te ontwikkelen groene vakanties sterk te verbeteren.

Als eindconclusie kan worden geformuleerd dat er vanuit de wensen en behoeften van de Alpentoeurist voldoende aanleiding is om groene vakanties, inclusief milieu verantwoord vervoer en informatieproducten over deze vakanties, te ontwikkelen. Elke speler in het veld van het toerisme kan daar een bijdrage aan leveren. Het is echter ook goed om stil te staan bij de struikelblokken waarom het ontwikkelen van deze producten zo langzaam van de grond komt. In het toeristisch beleid, tijdens congressen en bij het onderzoek naar de relatie tussen toerisme en natuur en milieu wordt er al jaren gesproken over duurzaam toerisme. In deze gremia is iedereen ervan overtuigd dat duurzaam toerisme noodzakelijk is. Echter bij de vertaalslag naar het realiseren van duurzame reis-

produkten blijkt dat commerciële bedrijven of bedrijfsonderdelen nog weinig overtuigd zijn en vaak niet op de hoogte zijn van de kansen die er op dit terrein liggen. Bij de marketing van toeristische producten wordt zelden ingehaakt op duurzaamheid en wordt nog weinig rekening gehouden met de wensen en behoeften van de toerist op het gebied van groene vakanties. Om een andere houding te bewerkstelligen in de meer commerciële onderdelen van de reiswereld is er behoefte aan een aantal aansprekende proefprojecten die onder auspiciën van toonaangevende bedrijven en organisaties uit de toeristenbranche worden uitgevoerd. Uit de proefprojecten moet blijken dat er een markt is voor groene vakanties en dat de verkoop van dergelijke vakanties ook winstgevend is.

Ten behoeve van het inzichtelijk maken voor de consument in hoeverre hij te maken heeft met een echte natuur- en milieuverantwoorde groene vakantie, is er behoefte aan een groen keurmerk voor vakanties. In dit verband is het initiatief van de ANVR te noemen om te komen tot een milieukeurmerk voor touroperators. Hoewel in het Omnibus onderzoek geen vragen zijn gesteld over de behoefte bij de consument om inzicht te krijgen in het energiegebruik per reiziger kilometer bij de verschillende vervoersvormen, dient dit onderwerp een plaats te krijgen bij de reisinformatie over het vervoer naar de verschillende bestemmingen.

Op basis van de huidige impulsen bestaat er goede hoop dat duurzaam toerisme de komende jaren een eigen plaats in de toeristische wereld zal verwerven. Het is een proces van kleine stapjes dat niet van de ene op de andere dag tot resultaten zal leiden.



Camping in de Alpen, Gran Paradiso, Italië



Een gezamenlijk "polderinitiatief"

de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu

Kike Olsder

(Secretariaat van de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu)

Uit de voorgaande hoofdstukken blijkt dat veel verschillende organisaties zich bezighouden met vraagstukken over de relatie tussen natuur, milieu, cultuur en toerisme. NGO's, overheden en bedrijven starten projecten die een bijdrage moeten leveren aan het samengaan van toerisme, natuurbehoud en welzijn van lokale bevolkingsgroepen. Deze organisaties doen dit vanuit hun eigen specifieke invalshoek: natuurbescherming, rechten van inheemse volkeren of vanuit het idee van verantwoord (ethisch) ondernemen. Maar de doelstellingen die uit deze eigen invalshoeken voortkomen, vallen alle onder een gemeenschappelijk doel: toerisme zodanig sturen dat zij positieve (of minder negatieve) effecten op haar omgeving heeft, zowel in natuur en milieu, als in sociaal-cultureel en economisch opzicht.

In 1995 werd de eerste Groeneveld Conferentie georganiseerd door drie ministeries – het Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ontwikkeling en Milieu (VROM), Ministerie van Economische Zaken (EZ) en het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij (LNV) – n.a.v. het rapport "Gaan we te ver?" van de Raad voor Natuurbeheer. Deze conferentie had als thema duurzaam toerisme, hierbij waren veel Nederlandse organisaties die zich met het onderwerp duurzaam toerisme bezighouden of interesse in dit thema hebben vertegenwoordigd. Tijdens de conferentie bleek dat er behoefte was aan afstemming en overleg tussen deze organisaties. Het idee ontstond om een platform op te richten waarin informatie over initiatieven en projecten uitgewisseld zou worden. Er is besloten om dit platform op te splitsen in twee groepen: een groep voor inkomend toerisme en een groep voor uitgaand toerisme, de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu.

Doelstelling

Het doel van de Initiatiefgroep is "het stimuleren van de aandacht voor de relatie tussen toerisme en natuur en milieu binnen Nederland en met betrekking tot het Nederlands uitgaand toerisme". Sinds de oprichting van de Initiatiefgroep is naast toerisme in relatie tot natuur en milieu, ook toerisme in relatie tot lokale bevolkingsgroepen en sociaal-culturele aspecten een onderwerp van aandacht geworden. Vanwege de groeiende aandacht voor natuur- en cultuuraspecten van toerisme worden er veel initiatieven en projecten gestart die een bijdrage zouden kunnen leveren aan het duurzamer maken van de toeristische industrie. Deze initiatieven worden gestart door een aantal verschillende belanghebbenden (overheden, reisorganisaties, NGOs en adviesbureaus), en vinden vaak geïsoleerd van elkaar plaats. Afstemming van en communicatie over de initiatieven en projecten zou nuttig zijn. Hierin kan, en wil, de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu een rol

Leden van de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu

• Bedrijfsleven:

- Het Algemeen Nederlands Verbond van Reisonderningen (ANVR), voorzitter;
- De Algemene Nederlandse Wielrijders Bond (ANWB);
- De Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM);
- NS Travel;
- KNV (Koninklijk Nederlands Vervoer) Stichting Keurmerk Busbedrijf;
- Travel Unie Nederland;
- Image Travel.

• Niet-gouvernementele organisaties (NGO's):

- Het Nederlands Comité voor IUCN/the World Conservation Union;
- De Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling (NCDO);
- Het Nederlands Alpen Platform (NAP)
- SNV Nederlandse Ontwikkelingsorganisatie.

• Overheid:

- Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij (LNV);
- Het Centrum ter Bevordering van Import uit ontwikkelingslanden (CBI);
- Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ontwikkeling en Milieu (VROM);
- Ministerie van Economische Zaken (EZ).

• Onderwijs:

- De Nationale Hogeschool voor Toerisme en Verkeer (NHTV).

spelen. Als platform waarin de verschillende belanghebbenden vertegenwoordigd zijn, heeft zij een duidelijk coördinerende functie. Door informatie te verzamelen en te verspreiden, en partijen met elkaar in contact te brengen, kunnen initiatieven beter op elkaar afgestemd worden en zal het gemeenschappelijke doel -vermindering van de negatieve effecten op natuur en cultuur van de toeristische industrie- een stap dichterbij komen.

De taken die de Initiatiefgroep zichzelf hierbij heeft gesteld zijn:

- intermediair te zijn voor partijen die initiatieven willen nemen;
- informatie te beoordelen en te verschaffen;
- discussies te bevorderen en initiatieven te stimuleren.



Enkele initiatieven

Omdat de Initiatiefgroep een communicatieplatform is, voert zij zelf geen projecten uit. Zoals uit bovenstaande doelen en taken blijkt, heeft zij echter wel een duidelijk overzicht van projecten op het gebied van duurzaam toerisme. Hieronder volgt een overzicht van een aantal projecten dat momenteel in Nederland uitgevoerd wordt.

- **Productgericht Milieuzorgsysteem**

De ANVR is samen met adviesbureau CREM bezig met de ontwikkeling van een milieuzorgsysteem voor reisondernemingen. Het is de bedoeling dat alle bij de ANVR aangesloten reisondernemingen in de toekomst bij alle onderdelen en op alle niveaus van hun bedrijfsvoering rekening gaan houden met milieu-, natuur- en cultuuraspecten van het toeristisch product. Onderdelen hiervan zijn onder andere het voorlichten van het eigen personeel, informatie geven aan klanten over natuur en cultuur op bestemmingen en rekening houden met natuur- en cultuurgerelateerd gedrag van zakenpartners bij inkoop.

- **Mobiliteitsproject**

De ANVR en verschillende reisondernemingen zijn met behulp van een adviesbureau de milieubelasting van verschillende vormen van transport in kaart aan het brengen. De bedoeling is om deze informatie aan de klant te verstrekken, zodat hij of zij dit mee kan nemen in haar keuze voor een vakantie (of specifiek: voor een vorm van vakantie-transport).

- **Trees for Travel**

De stichting Trees for Travel zet zich in om de CO² uitstoot van vliegverkeer te compenseren door het planten van bomen. Reizigers die met het vliegtuig reizen, kunnen bij hun ticket certificaten kopen, voor de tegenwaarde waarvan bomen geplant zullen worden.

- **Natuurinformatie**

Het Nederlands Comité voor IUCN doet onderzoek naar de mogelijkheden om reisorganisatoren op structurele basis te informeren over natuur en milieu op vakantiebestemmingen. Het idee is om een on-line gegevensbestand te maken, waarin al dit soort informatie door reisondernemingen gevonden kan worden.

- **Alpenproject**

Het Nederlands Alpen Platform heeft een project gestart dat gericht is op de vermindering van de belasting van toerisme op de Alpen. Een van de speerpunten is het stimuleren van milieuvriendelijk transport. Er zijn inmiddels al twee workshops naar Oostenrijk en Zwitserland geweest, waarbij reisorganisatoren kennis konden nemen van duurzame ontwikkelingen in de praktijk. Er was aandacht voor autovrije wintersportdorpen, trein- en bagagetransport van en naar de Alpen, en specifieke maatregelen op de bestemming. Zo is er een dorp in Oostenrijk (Neukirchen), dat ter bescherming van de vegetatie op de pistes vóór de eerste sneeuwval stro op de pistes legt. Dit voorkomt beschadiging van vegetatie door de sneeuw, die compact gemaakt wordt wanneer er mensen overheen skiën.

- **Antillenproject**

In het Antillenproject van onder andere de ANWB is aandacht voor de wijze waarop informatie moet worden verstrekt aan de reiziger en de plaatselijke aanbieders, ter behoud van natuur en milieu op Antillenbestemmingen. In het zomerseizoen van 2001 zullen er concrete producten klaar zijn die reisorganisaties op kunnen nemen in hun informatieaanbod.

- **Vakantiemeter**

De NCDO heeft samen met de Stichting Retour een website gemaakt waarop informatie te krijgen is over de lokale bevolking op vakantiebestemmingen en hoe zij over toerisme en de Westerse toerist denken. Door deze invalshoek kan men een completer beeld van toeristische ontwikkeling krijgen.

De Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme en Milieu beoogt een aanspreekpunt te zijn voor initiatieven en projecten in Nederland op het gebied van uitgaand duurzaam toerisme. De initiatiefgroep zal binnenkort een zelfstandig secretariaat krijgen waar informatie met betrekking tot initiatieven op het gebied van duurzaam toerisme aangevraagd kan worden. Als u een initiatief of project onder de aandacht wilt brengen of informatie wilt, kunt u zich richten tot het secretariaat Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu in Amsterdam.



Kustlijn, Frans Guyana

Toerisme in berggebieden: duurzaam Alpentoeerisme vanuit Nederland

Marnix Viëtor

(Nederlands Alpenplatform)

Joop Spijker

(Nederlandse Milieugroep Alpen)

De gevarieerde natuur, het schone milieu en de nog volop aanwezige ruimte en rust zijn voor steeds meer toeristen belangrijke motieven om de Alpen als vakantiebestemming te kiezen.

De keerzijde is dat het toerisme door zijn massaliteit een bedreiging vormt voor de kwaliteit van de alpine natuur en cultuur. Ruim 100 miljoen toeristen, waaronder twee miljoen Nederlanders bezoeken jaarlijks de Alpen om er te skiën, de wandelen, te fietsen en te klimmen. Van de wereldomzet in toerisme neemt het alpengebied ruim 12% voor zijn rekening.

Het intensieve autoverkeer zorgt voor lawaaioverlast en luchtverontreiniging. Hotels en appartementen leggen beslag op de schaarse ruimte in de dalen, verbruiken energie en produceren afval. Toeristen verstoren buiten de gebaande pistes en routes de karakteristieke, maar kwetsbare alpine flora en fauna.

Ongecontroleerde en niet-duurzame uitbreiding van toeristisch vervoer, verblijf en vermaak zorgen voor een ontoelaatbare druk op het Alpenmilieu en maken het gebied op termijn als vakantiebestemming onaantrekkelijk. Dat brengt de continuïteit van het toerisme in gevaar en maakt de sociale en economische positie van allen die van het toerisme afhankelijk zijn, kwetsbaar. Om de Alpen als natuurgebied en als belangrijke bestemming voor het internationaal toerisme te behouden, is een breed scala aan maatregelen nodig.

Sinds de internationale conferentie over milieu en ontwikkeling in Rio de Janeiro (1992) krijgt duurzame ontwikkeling van berggebieden meer aandacht, zij het nog niet voldoende. M.b.t. toerisme en mobiliteit in de Alpenlanden en de EU vormt duurzaamheid echter wel een belang-

rijk beleidsuitgangspunt.

Om de bio- en culturele diversiteit in de Alpen te beschermen en daarmee de kwaliteit van de Alpen als toeristische bestemming te waarborgen, is de realisatie van duurzaam toerisme in al zijn facetten noodzakelijk. Een paar voorbeelden:

- 'Deur tot deur' transport per trein en bus van toeristen met ski's en bagage;
- Accommodaties die verantwoord omgaan met energie en afval;
- Activiteiten die toeristen op een inspirerende en leerzame manier in contactbrengen met natuur en cultuur van de Alpen.



De waarde van het alpenlandschap kan worden behouden door duurzaam toerisme



Om duurzaam toerisme te realiseren is samenwerking tussen de vraag- en aanbodzijde van Alpentoeerisme noodzakelijk. Alle partijen zijn medeverantwoordelijk voor het beperken van de schade, het bijdragen aan oplossingen en het meer duurzaam maken van toerisme.

Het huidige beleid in Nederland en in de Alpenlanden (zoals vastgelegd in de Alpenconventie) biedt daartoe tal van aanknopingspunten. Informatie, voorlichting en educatie aan partijen die zich bezighouden met toerisme in het Alpengebied spelen daarbij een wezenlijke rol.

Alpenbescherming en duurzaam toerisme vanuit Nederland

Het Nederlands Alpenplatform (NAP) is in Nederland trekker van een breed scala aan activiteiten en projecten. NAP vervult daarbij de rol van informatie- en communicatiespecialist en is 'makelaar' tussen herkomstland Nederland en Alpenlanden.

NAP is een samenwerkingsverband van de Nederlandse Milieugroep Alpen, de Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB, de Nederlandse Skivereniging en de Nederlandse Klim- en bergsport vereniging (NKBV) en vertegenwoordigt ruim 3,5 miljoen Nederlanders. NAP werd in 1991 opgericht op initiatief van de NMGA en ANWB. De doelstellingen van NAP zijn:

- Bewustmaking van consumenten en aanbieders van alpentoeerisme in Nederland van het belang van natuur, milieu en landschap van de Alpen voor toerisme;
- Bevordering van duurzame en natuurvriendelijke alpenvakanties en reizen.

De Nederlandse overheid steunt projecten van NAP omdat deze draagvlak creëren voor het beleid van de Rijksoverheid m.b.t. bescherming van natuur en milieu in Europa en duurzame ontwikkeling van toerisme.

De Nederlandse Milieugroep Alpen (NMGA) is onderdeel van de milieubeweging en als zodanig de milieuexponent van het Nederlands Alpenplatform. De NMGA benadert de problematiek van toerisme en milieu in de Alpen vanuit een milieukundige invalshoek en heeft een belangrijke inbreng in projecten van NAP. De NMGA heeft een eigen tijdschrift en richt zich vooral op de leden van de NKBV en het regulier en toeristisch onderwijs.

In den beginne was er voorlichting

Midden jaren '80 was er in Nederland voor de consument nauwelijks informatie beschikbaar over natuur, milieu en toerisme in de Alpen. De NMGA was in die tijd als enige actief en verspreidde op kleine schaal milieu-informatie, met name binnen de bergsportorganisaties KNAVen NBV. Eind jaren '80 kon de Nederlandse Milieugroep Alpen (NMGA) via samenwerking met de ANWB consumenten op grotere schaal informeren over de bedreigingen van het Alpengebied en de mogelijkheden om daar als toerist zelf iets aan te doen.

In 1990 werden besprekingen gevoerd tussen ANWB, NMGA, KNAV, NBV en NSV om te komen tot de formele oprichting van de stichting Nederlands Alpenplatform. Op 28 maart 1991 werd de missie van NAP als volgt geformuleerd: NAP stelt zich ten doel 'het via de gezamenlijke campagne *De Alpen ook onze zorg* geven van voorlichting, informatie, educatie en publiciteit ten behoeve van het bevorderen van- en het bijdragen aan een duurzaam en bewust toeristisch gebruik van de Alpen, uitgaande van het ecologisch en toeristisch belang van de Alpen, en ervan uitgaande dat natuur, landschap en milieu de basis vormen voor het toerisme naar de Alpen' (Citaat akte van oprichting Nederlands Alpenplatform).

D.m.v. de voorlichtingscampagne 'De Alpen, ook onze zorg!' werkte het NAP aan het in beeld brengen van de bedreigingen van het Alpenmilieu en het geven van gedragstips aan de Alpentoeerist.

NAP was toentertijd voortrekker en 'Einzelgänger': er waren behalve de NMGA nog geen andere spelers in het werkveld 'uitgaand toerisme en natuur en milieu'.

Dat veranderde midden jaren '90 met de zogenoemde 'Groeneveld conferenties' over uitgaand toerisme en natuur en milieu. Deze waren een initiatief van het Ministerie van LNV, geïnspireerd door het spraakmakende rapport 'Gaan we te ver' van de voormalig Raad voor Natuurbeheer. LNV organiseerde de conferenties in het kader van haar internationaal natuurbelief. NAP ondersteunde de totstandkoming van het rapport en participeerde in de uitvoering van de conferenties door inbreng van expertise, ervaring en haar Europese netwerk. Diverse onderzoeken (NHTV, KUB) wezen uit dat alpentoeeristen in Nederland ondertussen een redelijke kennis hebben van de Alpine milieuproblematiek als gevolg van toerisme. Dit is mede een verdienste van de projecten van NAP en NMGA. Het Brundtlandrapport en de grote UNCED conferentie in Rio de Janeiro over duurzame ontwikkeling (1992) gaven een impuls aan de uitwerking van het begrip duurzame ontwikkeling van toerisme, ook in het Alpengebied.

Voor NAP betekende dit een belangrijke accentverschuiving in de inhoud van haar activiteiten en campagnes. De consumentenvoorlichting van NAP werd minder gericht op de bedreigingen en wat men zelf kan doen en meer op inspanningen van overheden en Alpenorganisaties ter plaatse en de manier waarop reisorganisaties en toeristen deze initiatieven kunnen ondersteunen. NAP werd daarmee van 'gids' tot ondersteuner van 'good-practice' in het Alpengebied.

Met de inwerkingtreding van de Alpenconventie in 1995 -het Europese verdrag voor bescherming en duurzame ontwikkeling van het Alpengebied- drong bij veel betrokken partijen het besef door dat verwerkelijking van duurzaam toerisme alleen mogelijk is als herkomstlanden en bestemmingslanden gaan samenwerken.

Voor NAP betekende dit een intensivering van het overleg met Alpenpartijen. Dit resulteerde onder meer in de internationale conferentie van NAP en de organisatie Salzburgerland Tourismus in Oostenrijk. Doel van deze conferentie was het samenbrengen van partijen in herkomst en bestemmingslanden om kennis en ervaring uit te wisselen en projecten op te zetten. Het initiatief voor het project Duurzaam Alpentoeerisme van NAP (1996-2000) was hiervan een concreet resultaat.

Sinds 1996 is sprake van een stroomversnelling. Er is een Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu opgericht op initiatief van LNV. Daarin participeren toeristische en consumentenorganisaties (o.a. ANWB), vervoerders (KLM en NS), natuur- en milieuorganisaties en bij het thema betrokken ministeries. De ANVR is voorzitter van de Initiatiefgroep. De IG heeft tot doel duurzaam toerisme te stimuleren en partijen tot samenwerking te brengen. NAP participeert in de IG en heeft een belangrijke inbreng bij de beleidsvorming en het opstellen van werkplannen.

De ANVR ontwikkelt beleid m.b.t. duurzaam toerisme en is bezig met de uitvoering van diverse projecten. Via de ANVR zijn reisorganisaties medespelers op het werkveld. In de onderzoeksfase van het project Duurzaam Alpentoeerisme deed NAP onderzoek naar de rol, positie en mogelijke maatregelen die reisorganisaties kunnen nemen voor duurzaam Alpentoeerisme. Zoals uit bovenstaande blijkt, is het werkveld 'uitgaand toeris-

me, natuur en milieu' sterk in beweging. NAP is voortrekker, 'luis in de pels' en vervult een initiërende en ondersteunende rol t.a.v. de verdere ontwikkeling.

Vanwege het economische belang van recreatie en toerisme bij een gelijktijdige (inter)nationale erkenning van het belang van een duurzame ontwikkeling van deze bedrijfstak zal de maatschappelijke en politieke aandacht voor 'uitgaand toerisme en natuur en milieu' de komende jaren verder groeien.

Naar een integrale benadering: het project 'Duurzaam Alpentoeerisme'

probleemstelling en beleidskaders

De bio- en landschapsdiversiteit in Europa neemt af, evenals de milieukwaliteit. Een belangrijke veroorzaker daarvan is het toerisme. Dat geldt in sterke mate voor het alpengebied, een uniek maar kwetsbaar natuurgebied met een belangrijke functie voor het internationaal toerisme.

Aanleg en gebruik van toeristische voorzieningen leiden tot ernstige aantasting van kwetsbare ecosystemen, sterke achteruitgang van karakteristieke flora en fauna en verlies van culturele diversiteit. Naast natuur blijkt het gevarieerde cultuurlandschap voor toeristen een belangrijk motief om in de Alpen vakantie te houden.

Verlies van biodiversiteit – in dit kader: biologische, landschaps- en culturele diversiteit – vermindert de belevingswaarde van het Alpengebied. Dit maakt het gebied voor het internationaal toerisme op den duur onaantrekkelijk.

Toeroperators zijn voor de continuïteit van hun bedrijfsvoering gebaat bij een duurzaam gebruik van de biodiversiteit van het Alpengebied. Maatregelen die hiertoe moeten leiden zijn vastgelegd in de Raamconventie ter Bescherming van de Alpen (Alpenconventie, Salzburg, 1991). Deze is ondertekend door de zeven Alpenstaten en de Europese Unie. Volgens deze conventie dienen ook herkomstlanden van Alpentoeeristen hun bijdrage te leveren aan een duurzamer toeristisch gebruik van het Alpengebied.

Als medeondertekenaar van de Campagne Nederland voor de Europese Natuur (1995 - 1998) draagt NAP bij aan de uitvoering van de PAN-Europese biologische en landschapsdiversiteitsstrategie. NAP levert deze bijdrage d.m.v. haar internationale project 'Duurzaam Alpentoeerisme', een voorbeeldproject in de Programma's 'Internationaal Natuurbeheer' en 'Biodiversiteit en toerisme' van de ministeries van LNV, VROM, BuZa/OS, EZ, V&W, OC&W. 'Duurzaam Alpentoeerisme' is sinds 1996 in uitvoering en bevordert aandacht en verantwoordelijkheid van Nederlandse toeroperators voor de thema's biodiversiteit en milieu. Toeroperators krijgen via workshops in Nederland, Oostenrijk en Zwitserland kennis, ervaring, 'good-practices' en handelingsperspectieven aangereikt die hen in staat stellen de thema's te vertalen naar de eigen praktijk. In het project werken NAP en de internationale reissector samen aan de integratie van milieu en duurzame ontwikkeling in de reis- en vakantieproducten van reisorganisaties. Het project maakt naast het werkprogramma van de Initiatiefgroep 'Uitgaand toerisme en natuurlijk milieu' ook deel uit van het internationale 'Netzwerk *Europäischer Tourismus mit Sanfter Mobilität*' (NETS). Dit netwerk is een initiatief van het Oostenrijkse ministerie van milieu en heeft tot doel de kwaliteit van het Europees toerisme te bevorderen in samenhang met verbetering van natuur, milieu en leefbaarheid in de vakantieregio's.

Doelen, rol en partners

Dit voorbeeldproject heeft tot doel:

- samen met toeroperators, vervoerders en natuur- en milieuorganisaties een samenhangend aanbod van duurzame en natuurvriendelijke Alpenreizen en vakanties te ontwikkelen, aan te bieden en te promoten en deze te ondersteunen door inspirerend en klantvriendelijk informatiemateriaal;
- de opgedane kennis en ervaring door te geven middels een handleiding voor partijen die vergelijkbare producten en activiteiten willen aanbieden.

Het voorbeeldproject is gestart in oktober 1996 en loopt tot 2005. NAP fungeert als 'makelaar' tussen herkomstland Nederland en de ontvangende Alpenlanden en faciliteert en ondersteunt de ontwikkeling en vermarkting van groene reizen en vakanties.

land en de ontvangende Alpenlanden en faciliteert en ondersteunt de ontwikkeling en vermarkting van groene reizen en vakanties.

Organisatie en samenwerking

- Initiatief en projectleiding: Stichting Nederlands Alpenplatform.
- Partners: ANVR, Vrij Uit, Travel Unie Nederland, Toeristenbureau Alpenlanden, NS-Travel, NC-IUCN, Oostenrijks milieu-ministerie, CIPRA, NFI, Salzburgerland Tourismus GmbH, Partijen die deel uit maken van het EU-project 'Netzwerk *Europäischer Tourismus mit Sanfter Mobilität*'
- Subsidiëring/sponsoring: Ministeries van LNV en



Voor skipistes is veel waardevol Alpenlandschap opgeofferd. Tirol, Oostenrijk



VROM, NCDO (Kaderplan NME), ANWB, Nederlandse Ski Vereniging, NKBV, NMGA, Alpenpartijen.

– Advisering:

Begeleidingscommissie met vertegenwoordigers NAP-organisaties en ANWB, toeroperators, vervoersondernemingen, externe deskundigen.

Werkwijze/stappenplan

Het totale project 'Duurzaam alpentoeisme' is opgebouwd uit vier stappen.

1. creëren betrokkenheid;
2. concept-ontwikkeling;
3. Ontwikkeling en vermarkting 'groene' voorbeeld vakanties en reizen;
4. evaluatie en overdracht.

Stap 1. Creëren betrokkenheid (oktober 1996 tot februari 1997)

NAP heeft samen met reisorganisator Vrij Uit en Salzburgerland Tourismus een 'Huisdeur tot hotel'-service opgezet waarbij gezorgd is voor compleet transport van deur tot deur, gericht op wintersportbestemmingen in Oostenrijk. De dienstverlening stelde de wintersporter in staat te kiezen voor een vorm van reizen die natuur en milieu minder belast en tegemoetkomt aan de behoefte van wintersporters om comfortabel en veilig naar de sneeuw te reizen. Het biedt een oplossing voor de knelpunten van het huidige vervoer per trein (bagageprobleem, niet georganiseerd voor- en natransport).

Hoewel het experiment op grond van rentabiliteitsoverwegingen niet is voortgezet, vinden de betrokken partijen de service een unieke en noodzakelijke aanvulling op het concept 'autovrije en autoluwe vakantiebestemmingen' dat in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland is ontwikkeld. De betreffende gemeentelijke en regionale overheden willen graag samenwerken met Nederland om openbaar vervoer naar deze gebieden te versterken.

Stap 2. Conceptontwikkeling (oktober 1996 t/m juli 1998)

Doel van deze stap is de ontwikkeling van een concept voor duurzaam toerisme waarbij de Alpen als casus fungeren. Met behulp van dit concept kunnen reis- en vervoersorganisaties meer duurzame vormen van vervoer en toerisme ontwikkelen en op de markt brengen. Onderzoek speelde een belangrijke rol in deze stap.

Via literatuuronderzoek, interviews en workshops voor geselecteerde vertegenwoordigers uit de toeristen- en vervoerssector, alsmede de natuur- en milieubeweging werden belemmeringen, randvoorwaarden, streefbeeld en criteria voor duurzaam vervoer, verblijf en activiteiten in kaart gebracht. Het onderzoek resulteerde in een rapportage over de bijdrage van de toeristische sector aan een duurzame regionale ontwikkeling van het Alpengebied.

Stap 3. 'Groene' vakanties en reizen (1998-2005)

Doel van deze stap is het creëren van voorwaarden voor en ondersteunen van Nederlandse toeroperators bij de ontwikkeling en marketing van duurzame reizen en vakanties naar de Alpen.

Het beoogde eindresultaat is dat tenminste zes toeroperators reizen en vakanties naar diverse alpenbestemmingen op de markt brengen, in samenwerking met de partners van NAP. De aansluiting van de vraag van consumenten naar meer natuur- en milieuvriendelijk vakanties op het aanbod door de toeristenbranche en de bestemmingsgebieden wordt bevorderd.

Stap 4. Evaluatie en overdracht (2005)

In deze fase worden opzet, organisatie en uitvoering van het voorbeeldproject en de voorlichtingsactiviteiten geanalyseerd. De resultaten worden in een evaluatieverslag vastgelegd. De beoogde effecten zijn:

- Er komen criteria om toeristische producten (vervoer, verblijf en accommodatie) te toetsen op duurzaamheid.
- Toeristen kunnen kiezen voor natuurvriendelijke duurzame vormen van alpentoeisme.
- ANWB, NKBV, NSV en NMGA en de in het project deelnemende partners doen kennis en ervaring op met de ontwikkeling en uitvoering van duurzaam vervoer en toerisme.
- Het voorbeeldproject geeft impulsen aan de verdere ontwikkeling van duurzaam toerisme in Europa.

Welke resultaten zijn tot nu toe behaald ?

In Nederland is dankzij de activiteiten en projecten van NAP en NMGA bij de Rijksoverheid, toeristische-, vervoers- en consumentenpartijen bewustzijn gewekt voor de problemen van het Alpengebied, is beleid ontwikkeld en zijn projecten in gang gezet om alpenreizen en vakanties meer duurzaam te laten plaatsvinden.

In haar milieubeleid en de uitvoering daarvan besteedt de ANVR substantieel aandacht aan duurzame ontwikkeling van (Alpen)toerisme, o.a. door de consument voor te lichten en tips en suggesties te geven voor milieuvriendelijk gedrag.

Via deelname aan de workshops van stap 2 van het project, hebben de belangrijkste vertegenwoordigers van het Nederlands toeristisch bedrijfsleven zicht gekregen op hun rol, positie en mogelijke maatregelen m.b.t het duurzaam maken van alpenvakanties en reizen. De deelnemers, waaronder Travel Unie, Vrij Uit, Belvilla, Hotelplan, De Jong, SNP en anderen waren enthousiast over het programma, de interactieve aanpak en toonden een hoge mate van betrokkenheid en inzet.

In stap 3 zijn tot nu toe de volgende acties uitgevoerd:

- Via de ANWB werd onderzocht of er een markt is voor natuurvriendelijk en duurzaam toerisme. Uit representatief onderzoek onder leden en niet leden kwam naar voren dat ruim 30% behoefte heeft aan informatie waarin wordt verteld hoe men tijdens de vakantie rekening kan houden met natuur en milieu. 60% wil gebruik maken van milieuvriendelijke hotels en 40% van de ondervraagden zegt belangstelling te hebben voor groene vakanties, met name voor complete vakantiepakketten.
- NAP organiseerde in overleg met het Oostenrijkse Milieuministerie op de ITB 1999 in Berlijn de internationale workshop 'Samen werken aan duurzame alpenvakanties'. De workshop heeft aanbieders van groene Alpenregio's in contact gebracht met vertegenwoordigers van Nederlandse toeroperators met Alpenbestemmingen.. Doel was de verkenning van mogelijkheden en kansen om gezamenlijk duurzame vakanties op de markt te brengen. Tijdens de workshop werd de brochure 'wintersport 2005' gepresenteerd, een initiatief van Travel Unie Nederland in samenwerking met NS-travel, ANVR, NAP en een groot aantal andere partners in de reis- en milieusector, zowel in Nederland als in het Alpengebied. Als resultaat van de inspanningen bracht NS-Travel in overleg met NAP in het wintersportseizoen '99/2000 duurzame arrangementen naar Werfenweng en Bad Hofgastein in Oostenrijk op de markt.



Deze dorpen zijn proefregio's voor groen en kwaliteitstoerisme waar rust, ruimte en natuurbeleving centraal staan en die auto-luw zijn. Beide gemeenten maken deel uit van het 'Netzwerk Europäischer Tourismus mit Sanfter Mobilität' (NETS).

NAP verstrekt toeristen die de arrangementen hebben geboekt informatie over natuur en landschap van de te bezoeken gebieden.

Alle betrokken partijen zijn het over een ding eens: versterking van de inspanningen om duurzaam toerisme te realiseren is hard nodig vanwege de verdere achteruitgang van biodiversiteit en milieukwaliteit in de Alpen en de behoefte van de consument aan gevarieerde natuur, een schoon milieu en een kwalitatief hoogwaardig vakantieproduct.

Drie sporen naar een duurzame toekomst van de Alpen

Duurzame ontwikkeling van Alpentoeerisme vergt dus nieuwe impulsen en intensivering van de samenwerking tussen Rijksoverheid, toeristisch bedrijfsleven en NGO's in Nederland en de Alpen.

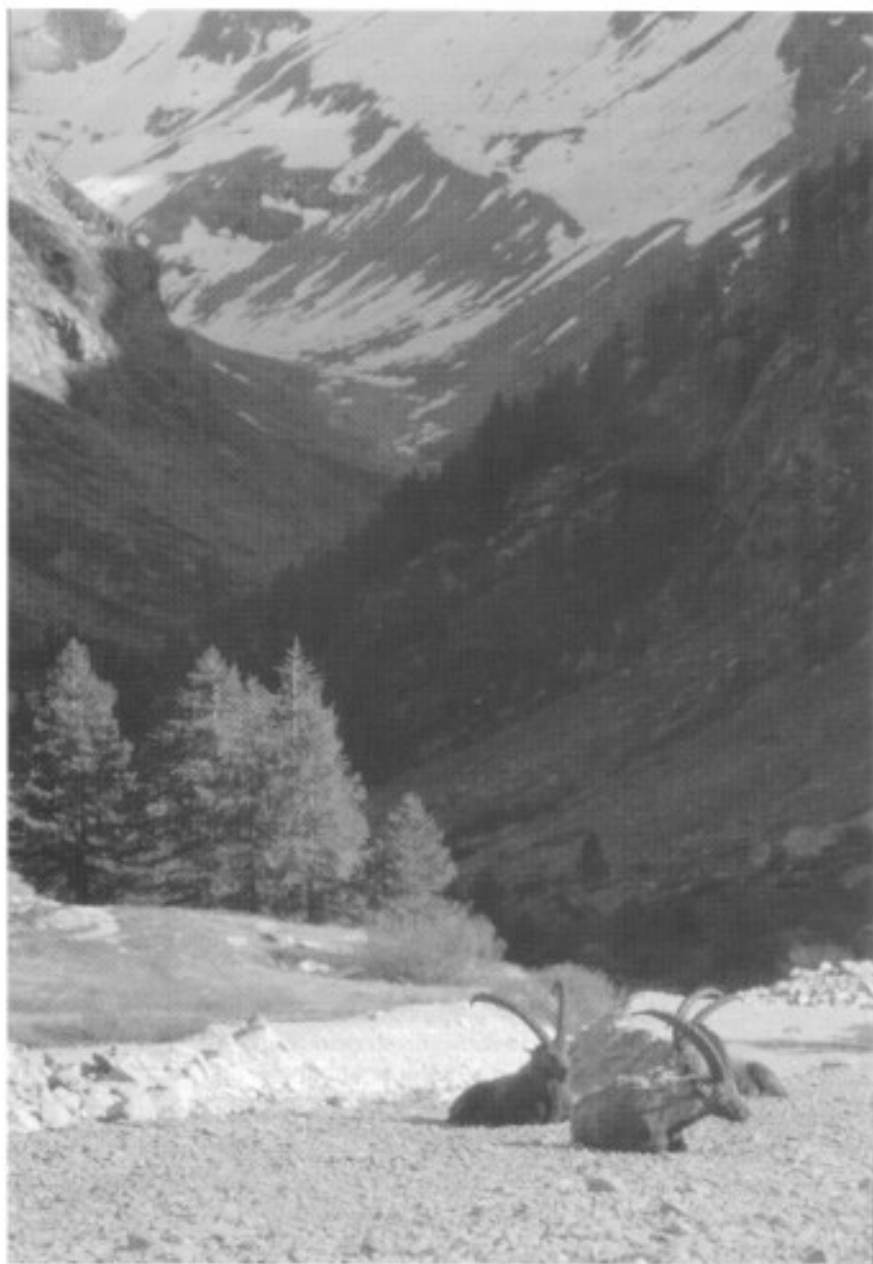
NAP is er klaar voor en zet in op drie-sporen:

- *Kwantitatieve en kwalitatieve versterking van natuurvriendelijke en duurzame vakanties en reizen naar de Alpen;* Als er één schaap over de dam is volgen er meer. Na Werfenweng en Badhofgastein hebben ook andere auto-vrije en groene gemeenten zoals Saas Fee en Riederalp in Zwitserland zich aangemeld als partners voor groene arrangementontwikkeling inclusief 'deur-tot-deur transport' van ski's en bagage. Om toeroperators bekend te maken met de kansen van groene alpenregio's voor hun produkt heeft NAP in december 1999 en maart 2000 zogenoemde Travelworkshops georganiseerd naar Oostenrijk en Zwitserland.
- *Bekend maken van Nederlandse toeroperators en vervoerders met het 'Netzwerk Europäischer Tourismus mit Sanfter Mobilität' (NETS) en de voordelen om daarin deel te nemen.* NS-travel heeft de eerste stap gezet. NAP stimuleert dat er meer organisaties volgen. Via NETS kan direct contact worden gelegd met ruim veertig groene Alpenregio's die voldoen aan strenge criteria m.b.t. milieu en kwaliteit en kan systematisch worden gewerkt aan ontwikkeling van groen en kwaliteitstoerisme. Bovendien biedt NETS deelnemende partijen producten en diensten zoals netwerk-meetings, een internet-site, markt-onderzoek en ondersteuning bij toeristische produktontwikkeling.
- *Onderzoeken en bevorderen van de invoering van een keurmerk voor duurzame vakanties en reizen naar de Alpen.*

Een recente enquête die NHTV in opdracht van NAP heeft uitgevoerd onder Nederlandse toeroperators heeft uitgezonden dat men positief staat tegenover een keurmerk voor duurzame Alpenvakanties. Travel Unie Nederland en Hotelplan hebben al concrete plannen en willen daarbij met NAP samenwerken.

- *On-line duurzaamheids-informatie beschikbaar stellen voor de reissector en de consument.*

Zowel de reissector als de consument hebben behoefte aan een makkelijk toegankelijk overzicht van groene bestemmingen, accommodaties, activiteiten en vervoerswijzen in het Alpengebied. Via de ontwikkeling van een on-line databank met toeristisch relevante natuur en milieu informatie zal NAP in samenwerking met haar partners in eigen land en de Alpenlanden aan deze behoefte tegemoet komen.



Steenbokken, Gran Paradiso, Italië



Toerisme in het tropisch regenwoud

Kan toerisme regenwoud beschermen?

Roel Cosijn (Ecovolunteer)
en Willem Ferwerda (NC-IUCN)

Tropisch regenwoud is het ecosysteem met de hoogste biodiversiteit ter wereld, een ecosysteem met een aureool in de publieke opinie. Dit is niet altijd zo geweest. Vroeger was de mens geneigd de natuur te zien als iets vijandigs. Acties van natuur- en milieuorganisaties in de tweede helft van de twintigste eeuw hebben de basis voor een ingrijpende verandering gelegd. Het ongerepte regenwoud en de daarin levende wilde dieren werden, naarmate het een schaarser goed werd, van het oude mysterieuze imago ontdaan. Zo veranderde de westerse publieke en politieke mening over het onherbergzame, donkere, gevaarlijke en het chaotische lijkende tropisch regenwoud in enkele decennia fundamenteel. Tropisch regenwoud wordt nu gezien als een fijnmazig, zelfregulerend ecosysteem met de hoogste biodiversiteit, dat samen met de oceaan functioneert



Boomkikker in bergbos in Ecuador

als de groene long van onze aarde. Regenwoudieren met een grote publieke bekendheid ondergingen een vergelijkbare gedaanteverwisseling. De gorilla transformeerde van een "agressieve King Kong" in de jaren dertig tot onze zachttaardige naaste verwant, en tijgers van roofdier en sluwe mensmoordenaar tot de toppredator die het ecosysteem gezond houdt. Als neveneffect hiervan werden het tropisch regenwoud en de regenwoudfauuna, mede door de snelle afname tengevolge van allerlei bedreigingen (zoals grootschalige houtkap, bosbranden, de omzetting van bos in landbouwgronden, mijnbouw en oliewinning, aantasting door grootschalige infrastructuur, etc.), daarmee onderwerp van een groeiende publieke belangstelling en daarmee tot potentieel toeristisch product. Vanwege die hoge biodiversiteit en het imago van de grootste zuurstofproducent ter wereld, is tropisch regenwoud als zodanig

1 Wat wordt verstaan onder tropisch regenwoud?

Wat is nu eigenlijk het tropisch regenwoud en waar bevindt het zich? Het zijn de natte, in de tropen gelegen bossen, waar het gemiddeld 2.000 tot 10.000 mm per jaar regent (ter vergelijking: in Nederland is dat gemiddeld 800 mm/jaar). Door de vochtigheid en hoge temperaturen is er in de loop van duizenden en soms zelfs miljoenen jaren een prachtig en gevarieerd bos ontstaan, waar een enorme hoeveelheid soorten zich thuis is gaan voelen, een zeer hoge biodiversiteit dus. Tropische regenwouden worden door wetenschappers onderscheiden naar de hoogte waar ze voorkomen. De vorm van neerslag is in bergen als de Andes anders dan in het laagland. Grofweg zijn er drie typen: laagland regenwoud (van zeeniveau tot ongeveer 800 m hoogte, bijvoorbeeld het Amazone regenwoud), het bergregenwoud (tussen de 800 m en 2000 m hoogte), en het mistige (de naam zegt het al) nevelwoud (van 2000 tot wel 4000 m hoogte, bekend van de berggorilla's: "Gorillas in the mist"). Hoewel mangrovebossen (de bossen in tropische wad- en kustgebieden) geen tropische regenwouden zijn, vormen ze wel een kwetsbaar oerbos, omdat ze zich vaak bevinden op plaatsen waar ook toeristische ontwikkelingen plaatsvinden. Het tropisch regenwoud is een complex en kwetsbaar ecosysteem, dat wil zeggen dat door bepaalde organismen te verstoren of weg te halen (zoals bijvoorbeeld door kap of jacht), het bos onherstelbaar kan worden verstoord of vernietigd. Alle planten- en diersoorten staan via allerlei relaties met elkaar in verbinding. Elke invloed op dit complexe systeem is in meer of mindere mate schadelijk. Daarnaast is het tropisch regenwoud een ecosysteem dat vele eeuwen nodig heeft om zich te herstellen als delen worden weggehaald (door bijvoorbeeld grootschalige kap). Naast het ecologische belang van het regenwoud is er het sociaal-culturele belang. De inheemse bevolking van de regenwouden heeft een rijke, met de natuur verbonden cultuur. Ze heeft in Latijns-Amerika (vele indiaanse bevolkingsgroepen), Centraal Afrika (o.a. de pygmeeën) en in Azië (o.a. Papoea's, Penang, Adivadi's en vele andere bevolkingsgroepen), slechte ervaring opgedaan met de culturen die het regenwoud ontdekten en daarna exploiteerden. Zorgvuldigheid in de omgang met deze volkeren, die het tropisch regenwoud nooit hebben geëxploiteerd, maar meesters zijn in het duurzaam gebruik ervan, is daarom van groot belang.

nig nu ontwikkeld tot een publieke en toeristische 'marker', hetgeen te zien is aan het succes van het Rainforest Café, de



snelst groeiende keten van thematische café-restaurants in de Verenigde Staten, nu ook expanderend naar Latijns-Amerika, Azië en Europa. In dit artikel wordt kort beschreven hoe de toeristische ontwikkelingen in tropisch regenwoud hebben plaatsgevonden, welke trends er zijn en hoe deze gerelateerd zijn aan behoud en beheer. De vraag of toerisme een bijdrage kan leveren aan het behoud van het regenwoud wordt in de laatste paragraaf behandeld.

Toeristische 'markers' van en in het tropisch regenwoud worden helaas niet op een presenteerblaadje aangeboden.

Het is voor de ongetrainde toerist, die voor het eerst kennismaakt met het tropische regenwoud vaak teleurstellend: het regenwoud lijkt een grote groene muur, waarin alles verscholen is en dus niets onmiddellijk te zien. Wilde dieren zijn er ogenschijnlijk minder prominent aanwezig dan bijvoorbeeld op de Afrikaanse savanne. Zonder een goede gids loopt en vaart men pardoos langs de meest wonderlijke en bijzondere flora en fauna. Daarom vereist het tropisch regenwoudtoerisme een vrij intensieve begeleiding en voorlichting. Allereerst is de vraag wat we verstaan onder dit complexe ecosysteem dat met de verzamelnaam tropisch regenwoud wordt aangeduid.

Een lichtpuntje?

Het gaat slecht met het tropisch regenwoud. De regenwouden worden in de meeste landen commercieel of illegaal gekapt, of het moet plaatsmaken voor landbouw, wegen, bewoning, stuwmeren en industrieën als mijnbouw en oliewinning. Al decennia lang neemt de oppervlakte met tropische regenwoud af door toename van bovengenoemde activiteiten. Hoewel er in de regenwoudlanden verschillende beschermde gebieden zijn aangewezen, blijken vele daarvan alleen op papier te bestaan, omdat er enerzijds geen geld voor is en anderzijds omdat ze geen direct economisch nut hebben voor de regeringen en bedrijven van deze landen. De gevolgen zijn inmiddels



Toeristen passeren boomleguaantje in regenwoud zonder deze op te merken. Nationaal Park Corcovado, Costa Rica

2 Tropisch regenwoud en toeristische bestemmingslanden

De landen met het grootste areaal regenwoud bevinden zich in het Amazonegebied en Midden-Amerika, Centraal-Afrika en Zuidoost-Azië. Daarnaast zijn er nog wat kleinere gebieden met regenwoud in West-Afrika, Oost-Afrika, India en Sri Lanka en op de eilanden in de Pacific en het Caribisch gebied.

Regenwoudlanden die van belang zijn als toeristische bestemming zijn: Indonesië, Maleisië, Thailand, Filippijnen, Mexico, Costa Rica, Ecuador, Peru, Brazilië en in mindere mate Kameroen en Madagascar. Daarnaast zijn er enkele Caribische eilanden met regenwoud, als Trinidad en Tobago, Jamaica, Puerto Rico, Martinique, Guadeloupe, Grenada en Saba (bovenwindse eilanden behorend tot de Nederlandse Antillen). In de Indische Oceaan en de Pacific zijn bekende toeristische regenwoudbestemmingen: Mauritius, de Seychellen, de Fiji-eilanden, Hawai en Tahiti.

wel bekend van de televisie en kranten. Jaarlijks verdwijnen er miljoenen hectares regenwoud. Allerlei economische korte termijn ontwikkelingen als commerciële houtkap ten behoeve van de lokale en internationale markt (tropisch hardhout), mijnbouw, oliewinning, het omzetten van tropisch regenwoud in enorme soja- en tapioca-akkers, oliepalmplantages en weidegrond, zijn de voornaamste oorzaken van deze schrikbarende snelle teruggang van het tropisch regenwoud. Hiermee verdwijnen ook vele bekende en minder bekende dieren- en plantensoorten. De bekende

soorten als de gorilla, honing- en brilbeer, bosolifant, tijger, jaguar, Indische neushoorn en orang oetang krijgen nog regelmatig aandacht in de media, de vele duizenden onbekende soorten sterven uit zonder dat een mens ze ooit gezien heeft. Wat voor alternatieven zijn er voor het regenwoud om het economisch zo aantrekkelijk te maken, dat het duurzaam kan worden behouden? Belangrijke economische en ecologische functies zoals water- en zuurstofvoorziening, het vastleggen van kooldioxide (in verband met het broeikaseffect), en het enorme potentieel aan grondstoffen voor medicijnen, landbouwgewassen (koffie, thee, ananas, cassave of tapioca, cacao, en vele tropische vruchten hebben hun oorsprong in het regenwoud), bouw- en constructiematerialen (hout) en de bosbijproducten (zoals bijvoorbeeld paddestoelen) liggen in deze bossen "opgeslagen". Daarnaast is er de laatste jaren een nieuwe economische activiteit die gericht is op het tropisch regenwoud: het toerisme. Hierbij kunnen drie belangen onderscheiden worden: de belangen van de inheemse en lokale bevolking, die van de natuur en die van de reisbranche. De touroperator ziet het regenwoud eerder als onderdeel van de zeer trendgevoelige reismarkt, en vraagt zich af hoe aantrekkelijk het tropisch regenwoud is als toeristisch product. De natuurbeschermers vragen zich van zijn kant af of toeristische ontwikkelingen de laatste resten tropisch regenwoud van de ondergang kunnen redden, of dat dit een versneld einde betekent van het maagdelijk bos. De lokale bevolking is vreemd genoeg nog het minst betrokken bij alle ontwikkelingen in "haar" eigen jungle. Wij zullen hier ingaan op de belangen van de natuur en van de toerismesector. Hoe kijkt het toeristische bedrijf tegen het gebruik van een kwetsbaar ecosysteem als het tropisch regenwoud aan, en welke ontwikkelingen dragen bij aan behoud en duurzaam toeristisch gebruik?

Het tropisch regenwoud als toeristisch product

In het algemeen kunnen in de toeristische productontwikkeling drie kaders worden onderscheiden:

1) de ontdekking; 2) de ontwikkeling; 3) de commercialisering. Voor de reisbranche is de context van ontdekking nauwelijks relevant, in elk geval niet voor de mainstream van de reisorganisatoren. Er is geen auteursrecht op reisprogramma's, waardoor reisorganisatoren onverschillig staan ten opzichte van die context van ontdekking. Degene die er het eerst bij is, kan er



een concurrentievoordeel of profilering mee bewerkstelligen, maar aangezien er geen auteursrechten op van toepassing zijn, kan zodra de ontdekking commercieel succesvol is, deze door anderen worden gekopieerd. Voor "moderne" wildernisgebieden, als bijvoorbeeld de Arctische regio, Antarctica, en ook de diverse tropische regenwoudgebieden, is de toeristische context van de ontdekking vaak rechtstreeks verbonden met wetenschappelijk onderzoek en natuurbeschermingsactiviteiten. Bekende voorbeelden van onderzoeksinstellingen in het regenwoud die een aanzuigende werking hebben gehad op toeristen, zijn La Selva en Rara Avis in Costa

3 Trees for Travel

Een bijzonder toeristisch initiatief, gericht op het met toeristische middelen oplossen van een door datzelfde toerisme gegenereerd probleem, is het Trees for Travel -initiatief. Dit initiatief zoekt mogelijkheden om, gekoppeld aan de verkoop van vliegtickets, de kooldioxide-productie (broeikas-effect), die door die vluchten veroorzaakt wordt, te (over)compenseren met boomaanplant en de bescherming van bos. Dergelijke projecten voor klimaatcompenserend vliegen bestaan al in de Verenigde Staten en Duitsland, en gaan in 2000 ook van start in Nederland. Trees for Travel richt zich bij uitstek op bos in de tropen, omdat door het mogelijk hoge groeitempo, en het feit dat de altijd-groene bomen in de tropen het gehele jaar door kooldioxide vastleggen (in tegenstelling tot bomen in andere klimaatzones die een zomer- of winterrust periode kennen), daar de hoogst mogelijke kooldioxide-compensatie wordt bereikt. Het is van belang dat de inkomsten die hieruit voortkomen, ook daadwerkelijk worden aangewend voor het behoud van tropisch bos.

Bron: Folder Trees for Travel (1999)

Rica, het Colorado Island in Panama, Manú in Peru en de onderzoeksstations voor de berggorilla's in Uganda en chimpansees in Gombe in Tanzania.

De context van ontwikkeling was lang weinig interessant voor de reisbranche, maar hier komt verandering in. De context van commercialisering is bij uitstek het traditionele werkgebied van de reisorganisatoren.

De vierde fase van toegankelijkheidsinnovatie begint zich sinds enkele jaren te ontwikkelen door marketing via Internet.

Nieuwe ontwikkelingen

Hoewel de context van ontwikkeling traditioneel niet relevant was voor het product

van de mainstream reisorganisatoren, lijkt hierin de laatste tijd snel verandering te komen onder druk van de noodzaak om een duurzame bedrijfstak te worden. Hierdoor begint de branche in de westerse landen meer aandacht te krijgen voor zaken als het tropisch regenwoud en het behoud ervan. Een markant aspect uit het ontwikkelingsstadium – overigens niet alleen in het regenwoud – is de zogenoemde habituatie van wilde diersoorten. Hiermee wordt het proces aangeduid dat sommige diersoorten hun schuwheid voor mensen verliezen. Dit gebeurt meestal als gevolg van de combinatie van twee processen. Enerzijds vindt er geen negatieve conditionering van de dieren jegens mensen meer plaats, doordat in een situatie van studie en bescherming er niet meer op de dieren gejaagd wordt. Anderzijds vindt een positieve conditionering van de dieren jegens mensen plaats, doordat mensen zich voorspelbaar zijn gaan gedragen, bijvoorbeeld vaste routes lopen, dieren voeren en dergelijke. Deze habituatie vindt veelal reeds plaats door onderzoekers en natuurbeschermers. Eenmaal zichtbaar geworden, want schuwe diersoorten zijn minder geschikt om als toeristische "hulpbron" te fungeren, kunnen de bezoekers de dieren daadwerkelijk van nabij waarnemen. Hier wordt graag op gekapitaliseerd door de reisbranche. De consequentie van habituatie wordt niet zonder dubbele gevoelens ervaren. Enerzijds zijn gehabituëerde dieren minder makkelijk te verstoren, en maken zij beter gebruik van hun leefgebied, anderzijds zijn natuurbeschermers soms toch geneigd hier met gemengde gevoelens naar te kijken als vervolgens het algemeen publiek er op afkomt. Ook het publiek is een zekere ambiguïteit in deze niet vreemd: aan de ene kant wil men namelijk dat de dieren zichtbaar zijn, aan de andere kant worden de gehabituëerde dieren vaak niet als echt wild ervaren. Blijft dat habituatie in combinatie met toerisme voor sterk bedreigde dieren zoals de gorilla een bijdrage levert aan het overleven van de soort (zie box 5 : bushmeat).

De context van commercialisatie: de toegankelijkheid van het regenwoud.

In het toeristische product zijn nieuwe ontwikkelingen (innovaties) waar te nemen, die geleid hebben tot toegang tot de



Canopy walk, Frans Guyana



gebieden met regenwouden. Deze innovaties, gepaard met de maatschappelijke ontwikkelingen en westerse welvaart, hebben geleid tot de ontwikkeling van het massatoerisme. Wie begin jaren zeventig van de twintigste eeuw naar een nu veelgevraagde tropische bestemming met hoge biodiversiteit als bijvoorbeeld Ecuador of Venezuela wilde vliegen met onze nationale luchtvaartmaatschappij, moest een lange en zware vlucht met talrijke stops ondergaan. De reis als zodanig was al een expeditie op zichzelf. Tien jaar later waren door het beschikbaar komen van grote passagiersvliegtuigen voor de lange afstand, en door de marktvraag, directe vluchten beschikbaar van Amsterdam naar alle vier continenten met tropisch regenwoud. Helaas gaat het vliegen vanuit Nederland naar deze tropische bestemmingen gepaard met een hoog energiegebruik en daarmee samenhangende vervuiling. Een innovatief initiatief dat hier iets aan wil doen, is het zogeheten Trees for Travel-initiatief.

Een belangrijk marketing-instrument ter stimulering van het toerisme naar tropisch regenwoud dat zich momenteel ontwikkelt, is de logistiek van het Internet. Met websites en e-mail kunnen kleinere ondernemingen in tropische regenwoudgebieden zich nu direct richten tot de consumenten. Er zijn al diverse voorbeelden van kleinschalige accommodaties, die vanwege hun schaal niet kunnen worden gepromoot via grotere reisorganisaties, maar die via Internet nu toch tot een commerciële bezetting kunnen komen. Dit type voorwaardenschepende ontwikkeling en innovaties met betrekking tot het tropisch regenwoud blijven in dit artikel verder buiten beschouwing. De innovaties die toegang hebben gegeven tot de levende natuur, het woud als zodanig en de dieren die daarin leven, komen meer in detail aan de orde. Daarna wordt ingegaan op de vraag wat deze ontwikkelingen werkelijk bijdragen aan behoud van het tropisch regenwoud.

De toeristische toegankelijkheid van het regenwoud

De moeilijke toegankelijkheid van het regenwoud, met name van de kroonlaag, heeft altijd een belemmering gevormd voor wetenschappers. In eerste instantie was dit de ideale bescherming van het bos, maar vooral sinds de jaren zestig van de twintigste eeuw is in toenemende mate gepioneerd met het openleggen van die kroonlaag voor wetenschappelijk onderzoek. Dit ging gepaard met de ontwikkeling van touwsystemen en op afstand bediende observatieplatforms. Uitgaand van deze technische voorzieningen voor wetenschappelijk onderzoek, werden veelal door diezelfde onderzoekers en door de natuurorganisaties zelf toeristische faciliteiten geboden met behulp van deze nieuwe systemen, om ook de belangstellende leek van nabij toegang te bieden tot de kroonlaag. Hier lag een (soms nog wat simplistische) vooronderstelling aan ten grondslag wat betreft het bieden van een alternatief voor niet-duurzame exploitatie van het woud.

De eerste vorm van toeristische toegankelijkheid van het regenwoud vond plaats vanaf het water, via de rivieren. Met korjalen en kleine passagierschepen werd het woud toegankelijk vanaf de rivieren, met innovaties als de varende hotels zoals het bekende Flotel in het Ecuatoriaanse Amazonegebied. Dergelijke reisprogramma's bieden trips in het bos, bezoek aan dorpen langs de rivier, het observeren van de natuur langs de rivier en nachtcursies. In een later stadium is de eerste toeristische landaccommodatie ontwikkeld, rainforest lodges, aanvankelijk traditioneel, nu steeds meer rekening houdend met eisen van ecologische inpassing en duurzaam beheer. Een voor-

4 Observatie-torens, kronendak walkways en gondels

De toegang tot de kroonlaag is in de eerste plaats ontwikkeld en later aangeboden door biologen en andere wetenschappers. Aanvankelijk maakten de biologen gebruik van inheemse inwoners, die in de bomen klommen om daar in de kroonlaag specimen te verzamelen van soorten.

In 1960 bouwden biologen voor het eerst een observatie-toren in het regenwoud nabij Kuala Lumpur (Maleisië). Deze toren verschaftte een inzicht in de kroonlaag, zij het nog zeer beperkt. Midden jaren zeventig volgde een Amerikaanse bioloog met het gebruik van klimtouwtechnieken, waarbij met een kruisboog, pijlen en vissnoer alpine klimtouwen over hoge, stevige takken konden worden aangebracht. Op deze wijze verschaftte hij zichzelf en zijn opvolgers een meer mobiele toegang tot de kroonlaag voor wetenschappelijke studies. Echter, niet alle tropische regenwoud(bomen) zijn geschikt voor deze techniek van de jungleklammers. Voor de meer dichte bossen en voor bomen met minder sterke takken werden vervolgens de touwbruggen van lichtgewicht materialen in de kroonlaag ontwikkeld, opgehangen tussen bomen die boven de kroonlaag uitsteken (de *canopy walkways*). In het spoor van de wetenschap vonden deze technieken vruchtbaar toeristische toepassing om toeristen de beleving van het tropisch regenwoud te kunnen verschaffen met *observation towers*, *canopy walkways* en *aerial tramways*. Door toegangsprijzen te heffen kon uit deze infrastructuur voor onderzoek een alternatieve inkomstenbron worden ontwikkeld. Niet zelden zijn internationale natuurorganisaties de financiers van dergelijke toeristische infrastructuur, zoals bijvoorbeeld medio jaren negentig de Amerikaanse IUCN-lidorganisatie Conservation International de eerste *canopy walkway* in het Afrikaanse regenwoud liet aanleggen².

Ook andere *airborne* technologieën worden toegepast. De innovatie van de *canopy walkways* was zo krachtig dat het idee nadien als puur toeristische infrastructuur geïmporteerd werd in de gematigde zone, in Nederland door het Staatsbosbeheer in Drenthe, waar echter de beleving van de tropische *canopy walkways* (biodiversiteit, hoogte) ontbreekt. Een variatie op de *canopy walkways* zijn de *aerial tramways*. Met gebruik van een *aerial tramway* kan een bezoeker een 'ritje maken' met de *Rain Forest Aerial Tram* door de kroonlaag van het woud. Ook *aerial tramways* zijn inmiddels op diverse continenten aan te treffen³. De *tramways* bieden een comfortabele tocht met een klein aantal bezoekers per gondola (ca. zes) door de kroonlaag van het woud, hoewel men daarbij doorgaans maar weinig wilde dieren kan observeren. Tijdens de rit zijn er diverse haltes voor passagiers om in- en uit te stappen. Overigens zijn de wilde dieren in tropisch regenwoud vooral in de vroege ochtenduren actief (rond zes uur 's morgens) als er in de verste verte nog geen ecotoerist te bekennen is. *Canopy walkways* en *aerial tramways* bieden niet alleen een leuke mogelijkheid tot beleving van de kroonlaag. Dit type faciliteiten biedt reisorganisatoren een handvat voor het aanbieden van excursiemogelijkheden in programma's - mogelijkheden die doorgaans van harte worden aangegrepen. Als gevolg daarvan trekken dergelijke faciliteiten bezoekers aan en leveren inkomsten en werkgelegenheid op die eventueel kan worden aangewend ter bescherming van het kwetsbare regenwoud en ten behoeve van de lokale bevolking. De variant op deze vorm van toegankelijkheid tot in de kroonlaag is het aanbod van een accommodatie in de kroonlaag: *canopy accommodation*. Het is niet te verwachten dat dit een hoge vlucht zal nemen. De aanwezigheid van dergelijke faciliteiten heeft vaak een grote betekenis voor de informatievoorziening van toeristen en voor het feit dat de lokale bevolking hun bos met andere ogen gaat aanschouwen.



beeld van de moderne ontwikkeling hierin, is bijvoorbeeld de Rainforest Ecotourism Award¹ in Westelijk Samoa (in 1997 winnaar van de South Pacific Ecotourism Award). Een volgende innovatie is gericht op het openen van de kroonlaag van het bos (canopy). In het regenwoud is de primaire productie en de ongelooflijke biologische rijkdom vrijwel volledig geconcentreerd hoog boven de grond in de kroonlaag van het woud – onzichtbaar en niet beleefbaar voor de traditionele toerist. De biodiversiteit van het regenwoud lijkt daarmee nauwelijks toeristisch toegankelijk.

Bij de toegang tot dergelijke faciliteiten is er vaak een informatiecentrum, worden briefings verzorgd, folders verspreid, een tentoonstelling aangeboden en relevante souvenirs verkocht, alle met betrekking tot het tropisch regenwoud en de lokale cultuur. Het is van groot belang dat de lokale mensen bij het opzetten en uitvoeren van deze zaken goed wordt betrokken. De kennis die zij hebben van het regenwoud is van groot belang. De manier waarop inheemse volkeren het regenwoud ervaren, in veel culturen is dit als een kosmische macht, moet in toeristische ontwikkelingsprojecten niet alleen worden gerespecteerd, maar hun visie moet ook in deze projecten tot uiting komen. Daartoe zal de toeristische industrie met geduld en respect moeten handelen.

De toeristische 'markers' van het tropisch regenwoud

Er zijn enkele algemene kenmerken van tropisch regenwoud die ongeacht de locatie van het tropisch regenwoud kunnen worden beschouwd als de toeristische markers van regenwoud bij uitstek. Hiertoe behoren in de eerste plaats de volgende kenmerken van het tropisch regenwoud:

- het ecosysteem met hoogste biodiversiteit ter wereld;
- de functie als een van de groene longen van onze planeet;
- de magische aantrekkingskracht van de inheemse bevolking en hun op het regenwoud gebaseerde cultuur;
- het ervaren van het avontuur in een niet door mensen aangetaast gebied;

Ook onder de tropische regenwoudfauna zijn er sterke toeristische markers, die veelal dienst doen als boegbeeld op de reisprogramma's, de *flagship species*. Deze soorten met een markant publiek profiel zijn meestal regionale markers, bijvoorbeeld: tijgers zijn het boegbeeld voor natuurreizen naar India en Sumatra, toekans en ara's voor het Zuidamerikaanse regenwoud, de quetzal voor het Midden-Amerikaanse nevelwoud, enzovoorts. Als groep kunnen de primaten als de marker bij uitstek worden beschouwd voor tropisch regenwoud: voor Zuidoost-Azië orang oetan en gibbons, voor continentaal Afrika de gorilla en chimpansee, voor Madagascar de lemuren en voor het Amerikaanse tropisch regenwoud de diverse soorten capucijner- en brulapen. Andere tropische dieren in reisbrochures zijn de exotisch gekleurde vlinders en boomkijkers. Soms zijn tropische regenwouddieren bron van toeristische belangstelling, als bij het lemurencentrum van Duke University in de Verenigde Staten, de 'ferme aux crocodiles' te Pierrelatte in Frankrijk, en in Nederland, de investeringen zoals het Azië-huis in Diergaarde Blijdorp (Rotterdam), de vlindertuin in de dierentuin te Emmen en Burgers Bush (Arnhem). Dit verschijnsel blijft hier buiten beschouwing.

Tropisch regenwoud in reisbrochures

Hoe correct is de informatie die reisorganisatoren hun klanten geven ten aanzien van het fenomeen tropisch regenwoud? Hierbij moet wel onderscheid gemaakt worden tussen specialis-

ten en generalisten. Een niet gepubliceerd onderzoek aan de hand van reisbrochures voor het seizoen 1996⁴ liet het volgende beeld zien: In de vele tientallen Nederlandse reisprogramma's naar Indonesië en Maleisië behoort het bezoek aan de diverse rescue- & rehabilitatiecentra voor orang oetans op Sumatra, Kalimantan en Maleisisch Borneo tot de standaard-elementen in de reizen. Over de orang oetans op zich worden geen grove onjuistheden gemeld in de reisgidsen, hoewel wel vaak duidelijk is dat de brochureschrijver toch eigenlijk geen voeling met het onderwerp heeft. Naast diverse incorrecte naamgevingen, situatiebeschrijvingen en dergelijke wordt aan deze solitaire, zwijgzame reuzenaap bijvoorbeeld gerefereerd als 'Tussen de lianen en tropische planten hoor je ze schreeuwen ...'⁵ of '...waaronder een orang oetan-kolonie...'⁶ en volgens diverse organisaties bewegen de dieren zich voort, slingerend aan lianen⁷. Madagascar komt slechts als bestemming in een zeer beperkt aantal Nederlandse reisprogramma's voor, maar altijd zijn lemuren de *flagship species*, het boegbeeld van het reisprogramma met vaak ook een foto erbij. Doorgaans

5 Bushmeat: de consumptie van apen in Centraal Afrika

In de meeste landen van Centraal-Afrika, zoals bijvoorbeeld Kameroen, de beiden Congo's en Gabon worden zoogdieren gejaagd voor de consumptie. Opvallend is dat het hier ook gaat om mensaapsoorten als gorilla's en chimpansees, die in alle landen een officiële bescherming genieten. In Oost-Afrikaanse landen gelden deze soorten als *flagship species* voor toerisme en natuurbescherming. De illegale jacht in Centraal-Afrika op deze apen, die is toegenomen door de grootschalige houtkap, met als gevolg dat er wegen in het bos zijn aangelegd, heeft er toe geleid dat de dieren steeds zeldzamer en schuwer worden. Opvallend is dat de overheden van deze landen de jacht op deze dieren oogluikend toestaan (en zelf ook nuttigen). Als gevolg hiervan verwachten wetenschappers dat deze apen binnen enkele jaren hier in het wild zullen zijn uitgestorven. Hiermee slacht men ook de kip met de gouden eieren. In Oost-Afrika is aangetoond dat duurzame toeristische exploitatie van mensapen door ze als toeristische marker te laten fungeren een enorm toeristisch potentieel heeft.

Bron: Martha Klein en Mark van der Wal in *The Congo Basin* (1998)

ook hier weer allerlei kleine misverstanden omtrent naamgeving en dergelijke, zonder dat er grove onjuistheden worden vermeld. Een enkele maal staat een verkeerde soortnaam onder een foto⁸. De meest markante Afrikaanse tropisch regenwoud-primaten voor de reiswereld zijn de gorilla en chimpansee. Afrikareizen waar gorilla's of chimpansees in voorkomen, zijn vrijwel altijd reizen waarin excursies zijn opgenomen die hierop speciaal zijn gericht, voor chimpansees zijn dat met name bezoeken aan het Kibale Forest National Park. Berggorilla's werden in politiek rustiger tijden hoofdzakelijk bezocht op drie locaties, maar meest in het Kahuzi-Biega National Park in de Democratische Republiek Congo (voormalig Zaire). Opmerkelijk is dat informatie over gorilla's door reisorganisaties altijd uitgebreider en beter is dan chimpansee informatie, hoewel ook daar soms onrealistische en om diverse redenen ongewenste verwachtingen worden gewekt zoals het zinspelen op de mogelijkheid om' bijna rug-aan-rug' zitten met de vriendelijke berggorilla's⁹. Saillant was een advertentiecampa-



pagne van een grote Nederlandse reisorganisatie waarbij onder andere met inzet van een foto van een gorilla werd geadverteerd voor reizen naar Kenia, waar geen gorilla's en nauwelijks tropisch regenwoud voorkomen.

In reisgidsen wordt meestal niet ingegaan op de problemen die in bepaalde bestemmingslanden plaatsvinden, zoals het probleem van de *bushmeat*, zoals dat voorkomt in landen van Centraal-Afrika bij mensapen (box 5) en in Zuidoost-Azië, waar allerlei bedreigde en niet bedreigde dieren worden bejaagd en gegeten.

Van alle 54 Nederlandse reisgidsen voor 1996 met Midden- en Zuidamerikaanse bestemmingen werden in precies de helft van de programma's reizen aangeboden waarin apen werden genoemd. In alle landen van de regio komen apen voor. Echter de primaten van de Nieuwe Wereld hebben een minder markant publiek profiel dan de mensapen van de Oude Wereld. De meest genoemde aap is hier de brulaap (*howler monkey*), en het zal duidelijk zijn waarom. Ook voor deze aap bestaan projecten met bezoekerscentra, zoals het beroemde Community Baboon Sanctuary in Belize. Bij reizen naar Amerika spelen primaten echter geen duidelijke rol, veelal staan zij slechts genoemd in opsommingen van diersoorten om de kwaliteit van het te bezoeken gebied aan te duiden. Het informatiegehalte van reisgidsen over Amerikaanse primaten is minimaal.

Het belang van toerisme voor regenwoudbescherming

De aan het begin van dit artikel geschetste bedreigingen kunnen door toeristische ontwikkelingen moeilijk een halt worden toegeroepen. Regelmatig komt het tegenovergestelde voor en worden tropisch regenwoud, mangroves of tropische stranden opgeofferd aan grootschalige toeristische infrastructuur. Wat toerisme wel kan doen is het tropische regenwoud een economische waarde geven die voorheen afwezig was. Deze waarde is van groot belang voor de lokale bewoners, die het bos eerst

als vanzelfsprekend ervoeren. Het zien van buitenlanders die een verre reis maken om het regenwoud te bezoeken, zorgt voor vragen over hun eigen woonomgeving. Kennelijk heeft het regenwoud waar men in woont iets bijzonders. Voorwaarde is wel dat dit gebeurt op basis van een duurzame ontwikkeling waarbij de aandacht voor lokale participatie van groot belang is. Touroperators en nationale overheden zullen daarin moeten investeren. Voorbeelden waarbij toeristische ontwikkelingen regenwoud hebben behouden zijn er legio. Het Monteverde Cloudforest Reserve in Costa Rica haalt het merendeel van de inkomsten die nodig zijn voor het beheer van het nevelwoud reservaat uit het toerisme. Hiertoe is een entreeprijs geheven om het oerbos te bezichtigen en is slechts een klein deel van het bos met paden toegankelijk gemaakt. Deze zonering zorgt ervoor dat 90% van de toeristen blijft in de concentratiegebieden die voor de toeristen zijn gemaakt en zo niet voor verstoring zorgt. Het concept van zonering komt uit de Amerikaanse visie op nationale parken. Dat een gebied potentieel interessant kan zijn en daarom een beschermde status krijgt, bewijst wel het feit dat de Amerikaanse organisatie Conservation International ervoor gezorgd heeft dat in Suriname een groot beschermd bosgebied is ontstaan: het Centrale Nationale Park. De mogelijke ontwikkeling van natuurtoerisme heeft de Surinaamse overheid overtuigd van de noodzaak van het beschermen van dit gebied en voorlopig af te zien van kap.

Helaas is het onzin om te geloven dat toeristische ontwikkeling in het algemeen een alternatief kan zijn voor de korte termijn economische ontwikkelingen die het bos bedreigen. Commerciële houtkap, mijnbouw, en ontginning voor landbouw zijn te grootschalig om door toeristische ontwikkelingen te worden tegen gehouden. Maar opmerkelijk zijn de specifieke stukken tropisch regenwoud en diersoorten die door toeristische ontwikkelingen behouden zijn gebleven en waar toerisme tot de

belangrijkste gebruiksvorm van het woud is uitgegroeid. Het meest bekende voorbeeld van regenwoudier betreft de berggorilla's in Rwanda, waar in de jaren tachtig en begin jaren negentig het toerisme de landgebruiksvorm is geweest die de stopzetting van de aantasting van het leefgebied van de diersoort alsook de anti-stropers-patriouilles financierde. Het meest bekende "bos"-voorbeeld is het private nevelwoudreservaat Monteverde (10.000 ha) in Costa Rica, waar toerisme de op een na belangrijkste inkomstenbron is en dat zonder toeristen al lang zou zijn opgegeven door de mensen die het in de jaren vijftig hadden gekocht. De inkomsten uit het toerisme worden ingezet voor beheer en meer aankoop van nevelwoud. Hoewel Costa Rica flink is leeggekap, zijn de meeste beschermde bosgebieden



Ecologie voor nationaal toerisme, El Chicaque, Colombia



6 Hotelbouw en mangrovebossen in Cuba

Met de ineenstorting van het Sovjetblok in 1989 verviel de "sugar cane for oil" deal met Cuba hetgeen rond 1990 ertoe leidde dat het Castro regime koos voor een geheel nieuwe bron van inkomsten: het toerisme.

En deze bron heeft het eiland geen windeieren gelegd: in rap tempo werden grote hotels op de toeristisch meest aantrekkelijke plaatsen gebouwd en jaarlijks groeit het aantal buitenlanders fors dat Cuba bezoekt. Alleen al Martinair heeft nu zo'n 8 vluchten per week naar de hoofdstad La Habana en plaatsen zoals Varadero, Holguin en Ciego de Avila. Met de inkomsten (in 1997: 1,5 miljard dollar) restaureert Cuba nu ook haar prachtige "Habana vieja", de oude koloniale stad, die tot het begin van deze eeuw onder de Spaanse overheersing, en door geldgebrek als gevolg van het Amerikaanse embargo gelukkig niet aan nieuwbouw ten onder is gegaan. Als de talloze koloniale gebouwen uit de 19e en begin 20e eeuw eenmaal zijn gerestaureerd, zal La Habana het Parijs van Centraal-Amerika worden. Maar er is natuurlijk ook een keerzijde aan deze schitterende medaille: grote hotelketens, waaronder het Spaanse Mélia, bouwen hun hotels nu in het noordelijk deel van de toeristische trekpleister, het schiereiland Varadero. Dit was ooit een uitgestrekt natuurgebied met uitgestrekte mangrovebossen en in de kop de vogelrijke meren Mangón en Mangóncito. Toegegeven: men bouwt er geen torenflats zoals langs de oostkust van Florida, maar daartegenover lijkt men aan alle wensen van het golfpubliek te willen voldoen: uitgebreide golfbanen "sieren" nu het schiereiland, zoals de baan van het Hotel Mélia Las Americas. Daarnaast hebben projectontwikkelaars recentelijk forse delen van de mangrovebossen verwijderd voor hotelfaciliteiten. Gelukkig is de Cubaanse regering zich ook bewust van de noodzaak van natuurbehoud, en heeft men op het Varadero-schiereiland een ecologisch reservaat, Varahcacos, ingericht. Of de flora en fauna, die nu in het reservaat voorkomen zich in de toekomst zal weten te handhaven omringd door campings, hotels, het autoverkeer, zeil- en motorbotenrecreatie en de toeristen op het strand, is natuurlijk de vraag. Elders in Cuba zijn inmiddels zo'n 23 nationale parken en beschermde gebieden ingesteld om met name de grote diversiteit aan flora met ong. 6300 soorten, 51% daarvan inheems, te beschermen. In Cuba komen 42 soorten zoogdieren, 350 vogelsoorten, 121 soorten reptielen en 46 amfibieën voor. Behalve mangrovebossen, bevinden zich in de Sierra del Cristal in het oostelijk deel van Cuba verschillende vormen van tropisch regenwoud, met name in het Alexander von Humboldtpark. De ecotoerist kan dus in Cuba goed aan z'n trekken komen, getuige ook de speciale natuurritten die Nederlandse reisbureaus naar deze parken organiseren. Maar men dient zich wel te realiseren dat waar het puur commerciële toerisme de kop opsteekt, ook in Cuba de natuur veelal als gevolg daarvan het loodje moet leggen.

Julian T. Bakker (Latin America Environmental Society). email: julianbakker@wxs.nl

dankzij het toerisme intact gebleven. In Ecuador hebben particuliere natuurbeschermingsorganisaties als Fundación Maquipucuna en Fundación Jatun Sacha in hun regenwoudgebieden lodges opgezet om toeristen te ontvangen. Maar de aandacht is niet altijd alleen te danken aan de inkomens en aandacht van buitenlandse toeristen. Nationaal toerisme wordt steeds belangrijker, zoals in het bergbos van Fraser's Hills in Maleisië waar naast toeristische voorzieningen een educatie-centrum is ingericht waar scholieren dankbaar gebruik van maken. Een ander voorbeeld is het al jaren onrustige Colombia waar zich nabij de hoofdstad Santa Fé de Bogotá een toeristische lodge bevindt van de NGO Fundación Chicaque (zie foto) midden in het nevelwoud. Ook het project is opgezet voor en door lokale mensen. Andere voorbeelden zijn er uit Uganda en Kenia, Thailand en Indonesië. In onder andere Vietnam (onder de rook van Saigon), Pakistan (vlakbij Karachi) en Venezuela (Isla Margarita) worden mangrovebossen toeristisch geëxploiteerd en blijven ze duurzaam behouden. Helaas zijn er ook voorbeelden hoe het niet zou moeten: de Spaanse hotelgigant Sol Meliá, die vooral bij Nederlandse touroperators bekend is als "leverancier" van hotelbedden op massabestemmingen als de Canarische eilanden laat echter zien hoe het de kip met de gouden eieren slacht. In Mexico wil het ondanks vele protesten een hotel bouwen op een legstrand van zeeschildpadden¹⁰ en Cuba moeten mangrovebossen wijken voor de toerismemultinational. (box 6).

Toerisme kan een wezenlijke bijdrage betekenen voor het behoud van het tropische regenwoud, hoewel bossen met *flagship species* prevaleren boven de regenwouden zonder deze kenmerkende dieren of planten.

Naast de hierboven genoemde toeristische markers zijn een aantal andere voorwaarden nodig om verstoring van het regenwoud te voorkomen, en om optimaal gebruik te maken van de kansen die toeristische ontwikkeling voor het behoud en duurzaam beheer kan betekenen. Deze zijn:

- voor de planning van toeristische infrastructuur zal een milieu- en sociale effectrapportage moeten worden opgesteld door onafhankelijke deskundigen, hierbij moet worden uitgegaan dat de investeringen aangepast worden aan de ecologische condities van het tropisch regenwoud, waarbij duurzaamheid (ten aanzien van accommodaties, transport en vermaak) vooropstaat;
- Alle inspanningen van de betrokkenen moeten gericht zijn op het minimaliseren van negatieve effecten van toerisme en het optimaliseren van de positieve effecten op het regenwoud;
- er is behoefte aan een betere afstemming van producten van touroperators en de diensten van NGO's. Touroperators zullen met overheden en lokale organisaties moeten overleggen over hun behoeften betreffende het gebruik van het regenwoud op locaties en vice versa;
- touroperators zullen daarbij rekening moeten houden met de wensen van de inheemse en lokale bevolking bij de planning van hun activiteiten in of bij het bos, waarbij respect voor de inheemse cultuur vooropstaat, en zij op een *fair trade*-basis betrokken worden bij de inkomsten die uit toerisme worden verkregen. Deze inkomsten moeten bijdragen aan de verbetering van de levensstandaard;
- het wordt aanbevolen dat de lokale en/of nationale overheden beheersplannen opstellen (samen met andere actoren), waarbij het concept van zoning wordt uitge-

werkt en waarbij behoud en duurzaam beheer van het regenwoud wordt gefinancierd uit onder meer inkomstenheffing uit toerisme dat in overleg met de lokale bevolking en toeristische sector tot stand is gekomen. Op basis van wetenschappelijk veldonderzoek zullen de zones moeten worden vastgesteld, waarbij bepaalde delen niet toegankelijk zouden moeten worden gemaakt;

- de toeristische ontwikkeling van regenwoud moet een bijdrage leveren aan educatie en bewustwording zowel naar de toerist toe als naar de lokale bevolking
- nationale overheden zouden door internationale organisaties en processen als de Commission on Sustainable Development, Wereldbank en organisaties als World Wide Fund for Nature (WWF), IUCN en Conservation International en vele anderen versterkt moeten worden om de mogelijkheden van duurzaam toerisme in het kader van behoud van de regenwouden te stimuleren;
- alternatieven, waaronder Trees for Travel, het tot stand komen van (financiële) samenwerking van touroperators en lokale natuur en inheemse organisaties (zoals het initiatief van het Nederlands Centrum voor Inheemse Volkeren Going Native¹¹), die het regenwoud willen beschermen en duurzaam beheren, kunnen een waardevolle bijdrage geven aan het bewustzijn van de toerist en de touroperator en de daadwerkelijke bescherming van het regenwoud 'for the benefit of all'.

Gebruikte literatuur:

- Bongers, F. & F.J. Sterck. 1991. Kroonjuwelen. De verborgen weelde van het regenwoud. *Natuur en Techniek*, 59(8): 576-589.
- Ceballos-Lascurain, Hector. Tourism, ecotourism, and protected areas. IUCN Protected Areas Program, IUCN, Gland, Switzerland, 301 pp. 1996
- Klein, M & M. van der Wal. About tropical hardwood, hunters and gorillas. Conservation of forest fauna in South Cameroon. In: the Congo Basin/Le bassin du Congo, pp: 110-119. NC-IUCN, Amsterdam. 1998.
- Omland, Mari. Exploring Ghana's tree tops. In *People & the Planet*, pp. 28-29. Volume 6 no. 4. 1997.
- Steck, Birgit. Sustainable Tourism as a Development Option. Practical Guide for Local Planners, Developers and Decision Makers. 56 pp. GTZ, Eschborn, 1999.
- Sweeting, James E.N., Aaron G. Bruner and Amy B. Rosenfeld. The Green Host Effect. An integrated approach to sustainable tourism and resort development. 103 pp. CI Policy Papers. Washington. 1999.
- Urquico, Corazon T. Community Based Tourism. A reader. 176 pp. ASSET. Quezon City, Philippines.

Noten

- ¹ Eco-Tour Samoa <ecotour@talofa.net>
- ² De Kakum Canopy Walkway is de eerste Afrikaanse canopy walkway. Hij is te vinden in het laatste tropisch regenwoudrelict van Ghana (West-Afrika), het Kakum National Park, en hij is in eerste aanleg 293 meter lang met zes observatie-platforms, en een maximale hoogte van 45 meter.
- ³ De meest bekende aërial tramway is die in Costa Rica aan de noordkant van het Braulio Carillo National Park, aangelegd in 1994. Aangelegd op 450 hectare particulier reservaat op een uur afstand van de hoofdstad San Jose, met een capaciteit van veertig deelnemers per uur. Een andere aërial tramway is nabij Cairns in Queensland, Australië, aangelegd in 1995, een maar liefst 7,5 kilometer lange tramway.
- ⁴ Timmermans, S. 1996.
- ⁵ Ashraf 95/96. Avontuurlijke rondreizen, expedities, trekkings. Amsterdam. (pp. 28).
- ⁶ Smaragd Reizen. 1996. Indonesië en Thailand. (blz 16).
- ⁷ Lito Reizen. 1995. Betaalbaar Reizen naar 95 96. (blz. 7). Peter Stuyvesant Travel. Reisprogramma 1995. Amsterdam. (blz. 103). World Select Travels. (blz. 25 & 27).
- ⁸ De Cross Country reisbrochure vermeldt onder een foto van een Roodkopmaki de naam van een andere soort, de Roodbuikmaki.
- ⁹ SNP Natuurreizen. 1996. Individuele Reizen, bijlage 2. Nijmegen.
- ¹⁰ In Nederland voert Vereniging Milieudefensie actie tegen deze ontwikkeling
- ¹¹ Het Nederlands Centrum voor Inheemse Volkeren (NCIV) heeft in dit kader een brochure uitgegeven, getiteld: De Alternatieve Reisgids. Toerisme bij inheemse volkeren (dec. 1999).



Olifantentrek, Thailand



Toerisme en beschermde gebieden

Het idee van PAN Parks: de toerist als natuurbeschermer

Andre Brassler en Arnold van Kreveld
(Wereld Natuur Fonds)

Zolang het bedrijfsleven geen werk maakt van duurzaam toerisme, is de toerist een ramp voor de natuur. Het Wereld Natuur Fonds en recreatie onderneming Molecatengroep bieden het bedrijfsleven binnenkort een alternatief. PAN Parks biedt de sector de kans om de eigen verantwoordelijkheid te nemen. Inmiddels zijn velen er zich van bewust dat de mens de natuur in hoog tempo vernietigt. En dat toerisme – als een van 's werelds grootste en snelst groeiende bedrijfstakken – een belangrijke oorzaak is. Legstranden van zeeschildpadden worden volgebouwd met hotels, touroperators smijten met energie om mensen van en naar exotische bestemmingen te vervoeren en respect voor de lokale cultuur is niet iets waar iedere gids zich mee bezighoudt. Het toerisme is dus een ramp voor de natuur. Maar het is niet zo dat het bedrijfsleven geen enkele verantwoordelijkheid neemt. Bij een recente, in opdracht van het Wereld Natuur Fonds uitgevoerde quickscan¹, werden maar

liefst 48 environmental assessment systems voor toerisme gevonden. Doel van de meeste initiatieven is het terugbrengen van het water- en energiegebruik en het beperken van de schade op andere manieren. Schade verminderen is op zich natuurlijk een loffelijk streven, maar de plaatselijke bevolking en het bedrijfsleven zullen ook hun verantwoordelijkheid moeten nemen en zich actief inzetten voor het behoud en herstel van ons natuurlijk erfgoed.

PAN Parks is een concept dat 3 jaar geleden is verzonnen door het Wereld Natuur Fonds, en vanaf dat moment samen met recreatieonderneming de Molecatengroep wordt uitgewerkt. Het biedt bedrijven de mogelijkheid om actief bij te dragen aan natuurbescherming en lokale economie. En dat op een manier waar ze zelf op de langere termijn nog beter van worden ook. In Box 1 staat een overzicht van drie jaar PAN parks.

¹ deze is op te vragen o.v.v. 'quickscan' bij mgrootten@wwfnet.org (o.v.v. uw adres)

1. Drie jaar PAN Parks

1997:

- Eerste verkenning WNF naar kansen voor PAN Parks
- Samenwerking met Molecaten Groep van start
- Aanstelling regionale coördinator in Oost-Europa

1998:

- Samenwerkingscontracten met Bialowieza (Polen), Slovenski Raj (Slowakije), Sumava (Tsjechië), Donau Drava (Hongarije), Dardia (Griekenland) en Abruzzo (Italië)
- Samenwerking met lokale accommodatiehouders in Bialowieza
- Eerste aanzet principes en criteria

1999:

- Oprichting Stichting PAN Parks, aanstelling "founding director"
- Gezamenlijke PAN Parks presentatie 6 parken met regionale foto-exposities
- Samenwerking contract met Biebrza (Polen)

2000:

- Test concept PAN Parks principes en criteria in 17 gebieden in 14 landen
- Afronding certificatie en verificatiesysteem

In navolging van Yellowstone

Het idee van PAN Parks is het bij elkaar brengen in een herkenbaar netwerk van Europa's mooiste en best beheerde nationale parken. PAN Parks zullen open zijn voor bezoekers. Sterker nog, bezoek – mits het in goede banen kan worden geleid – wordt aangemoedigd. PAN Parks moet helpen om de Europese natuur bekend te maken. Immers, vraag een Nederlander naar een bekend buitenlands nationaal park en hij noemt Yellowstone, Masai Mara of Kruger. Europese equivalenten als Bialowieza (zie box 2) of Abruzzo zijn onbekend, en als gevolg daarvan onbemind. De bezoekers zullen de ambassadeurs worden van PAN Parks. Zij halen de Europese natuur uit de anoni-



mititeit. En zij geven de plaatselijke bevolking economisch belang bij een nationaal park (zie box 3: 'Abruzzo'). Dit is cruciaal, want nog steeds worden de laatste restjes natuur in Europa omgehakt, leeggejaagd en volgebouwd (zie kader 'ons natuurlijk erfgoed'). En nog steeds zien de meeste Europeanen een nationaal park in hun achtertuin als een bedreiging. Bedrijven kunnen partner worden van PAN Parks. Zij moeten daarvoor aan een aantal eisen voldoen (zoals het beperken van de schade). Daarnaast betalen ze voor het gebruik van het PAN Parks -logo. Op die manier wordt een deel van de opbrengst teruggestuurd richting de bron (het PAN Park). Bovendien zullen PAN Parks-partners uit het bedrijfsleven nauw gaan samenwerken met elkaar en het PAN Park. Dat kan betekenen dat mensen die overnachten bij een PAN Park-partner, voorrang krijgen bij excursies in het park. En dat partners informatie over het park verspreiden. Het kan ook dat verschillende PAN Parks en hun partners gezamenlijk activiteiten ontwikkelen. Zo was vorig jaar in zeven Europese nationale parken een prachtige, door Canon gesponsorde foto-expositie te bewonderen over het PAN Parks-idee. PAN Parks is zeer interessant voor bedrijven die zich willen manifesteren. In het groeiende marktsegment van "groen toerisme". Het PAN Parks-logo biedt geloofwaardigheid, herkenbaarheid, en toegang tot een netwerk met specifieke marketing- en communicatiekanalen naar een nieuwe, vaak moeilijk te traceren toerist.

Principes, Criteria & Indicatoren

De basis van PAN Parks is vastgelegd in Principes, Criteria & Indicatoren¹. Het gaat o.a. om bescherming van de natuur, omgaan met bezoekers en samenwerking met de plaatselijke bevolking en bedrijven. Het beschermde gebied staat centraal. Daarmee wijkt PAN Parks zoals gezegd af van veel bestaande initiatieven binnen het toerisme waar met name gelet wordt op het beperken van de schade van bijvoorbeeld een hotel. Bij PAN Parks moet toerisme een motor gaan worden voor betere bescherming. Op dit moment zijn er nog geen PAN Parks. Wel is de PAN Parks organisatie opgericht. In samenwerking met deskundigen – in Nederland o.a. de NHTV te Breda en de Landbouw Universiteit Wageningen – wordt gewerkt aan de meest geschikte toeristische aanpak. De Molecategroep heeft een innovatief commercieel plan ontwikkeld waardoor het mogelijk wordt de geïnteresseerde, verantwoordelijke investeerders mee te laten participeren in deze vorm van duurzame



Bialowieza Polen, Oerbos (foto James Leuven)

2 Bialowieza Nationaal Park, oerbos in Europa

Zelf beseften ze het niet, maar de Russische tsaren en de Litouwse vorsten waren de eerste natuurbeschermers van Polen. Hun favoriete jachtterreinen lagen in het bos van Bialowieza langs de huidige grens van Polen met Wit-Rusland. Het was daarom ten strengste verboden om zich in het gebied te vestigen, landbouw te bedrijven of bomen te kappen. Zo bleef het oerbos van Bialowieza gespaard. Het Poolse deel van het woud is in 1921 uitgeroepen tot beschermd gebied. Sinds 1932 is het een Nationaal Park. Dat was nodig ook, want de wisent of Europese bizon, begeerd jachtobject, stond toen op het randje van uitsterven in het park. Het grootste zoogdier van Europa kon zich herstellen. Er komen enige honderden voor in wat nu een van de laatste restanten van het Europese oerbos is. Naast de bizon wonen er onder meer wolven, lynxen, bevers, korhoenders en zwarte ooievaars. Ondanks het unieke karakter is het bos slecht beschermd. Het 10.000 ha. grote park is grotendeels onbekend, beschikt over weinig mensen en middelen, en de bufferzone wordt bedreigd door houtkap en jacht. De economie in de dorpjes rond het park draait op marginale landbouw en bosbouw. Duurzame vormen van toerisme, gericht op het nationale park, zouden de streek een economische impuls kunnen geven, maar de weerstand is groot. De bosbouwlobby is sterk, en mensen die generaties lang in de bosbouw werkzaam zijn geweest, schakelen niet zomaar over op toerisme. Toch is het Bialowieza Nationaal Park een van de Europese gebieden die sinds 1998 experimenteren met PAN Parks. Circa 30 kleine lokale ondernemers hebben een proefcontract getekend met de PAN Parks-organisatie. Daaronder zitten bed en breakfast-voorzieningen, maar ook lokale gidsen, handsnijwerkers, paardenverhuurders en een fotograaf. Zij hebben zich achter de PAN Parks-doelstellingen geschaard. In ruil daarvoor legt de PAN Parks-organisatie contacten met potentiële partners uit de toeristensector die bezoekers naar het gebied brengen. Het gaat om beperkte aantallen. Het effect kan echter groot zijn, omdat de bezoekers bewijzen dat de natuur in het park inderdaad nieuwe bedrijvigheid kan genereren. Dat is nodig om de steun voor de instandhouding van het park te vergroten. De eerste voorzichtige effecten zijn merkbaar. Uitbreiding van het park, tot voor enkele jaren ondenkbaar, staat nu op de agenda.

ontwikkeling (de zgn. 'PAN Parks Village'). En heel veel werk zit uiteraard in het opstellen en uittesten van de Principes, Criteria & Indicatoren. Recent zijn twee workshops gehouden met externe deskundigen. Al eerder dit jaar gaven 25 organisaties hun commentaar. Bovendien werden de Principes, Criteria & Indicatoren in de praktijk uitgetest in 17 nationale parken in 14 Europese landen. PAN Parks claimt niet het antwoord te zijn op alle problemen die worden veroorzaakt door toerisme. Wat PAN Parks wel probeert is het prachtige, maar helaas nogal abstracte, begrip 'duurzame ontwikkeling' naar de praktijk te vertalen. Alleen door samenwerking tussen natuurbeschermers, bedrijven en andere geïnteresseerden, zal het mogelijk zijn de voortschrijdende aantasting van de Europese natuur een halt toe te roepen, en mogelijk zelfs terug te draaien.

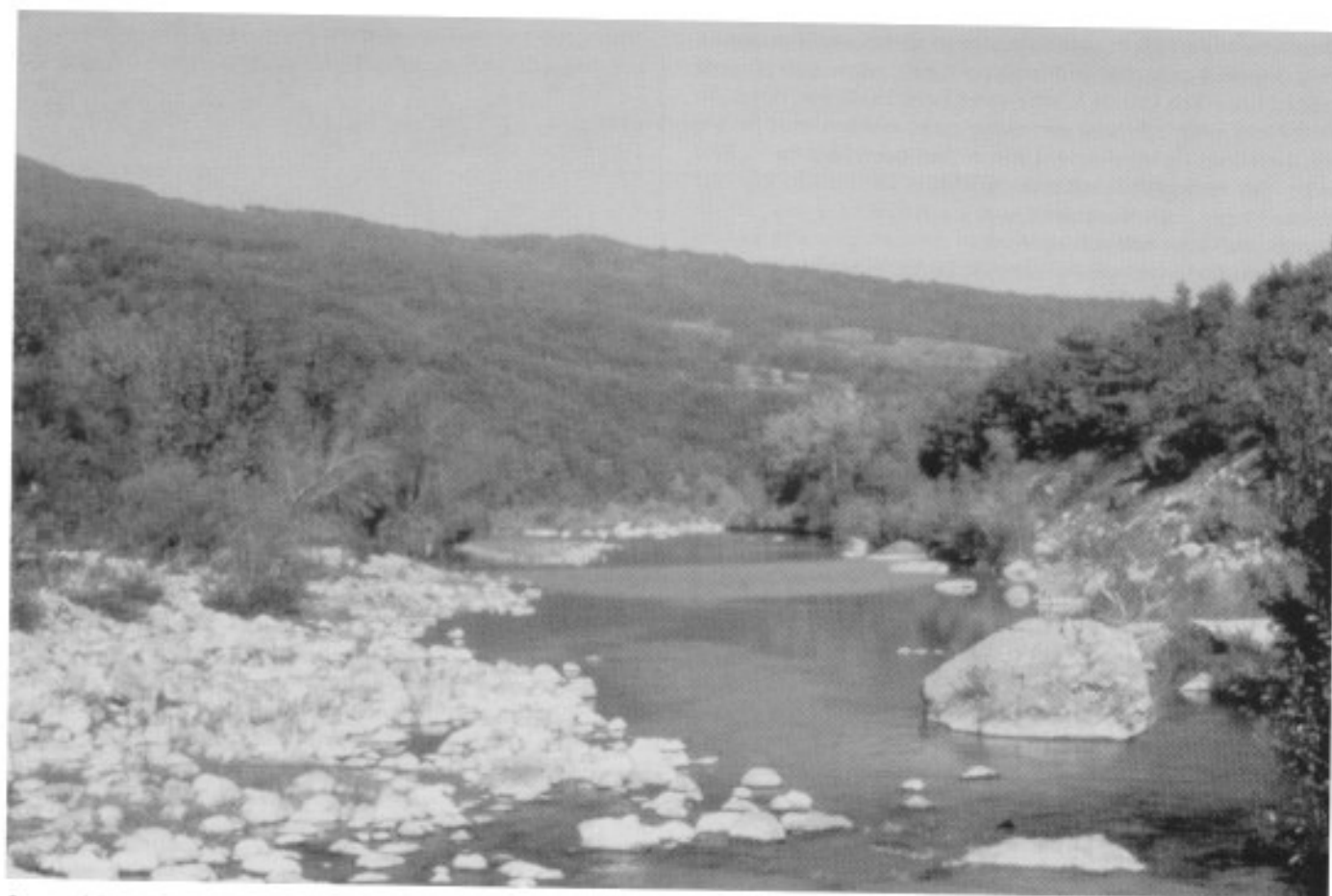
² deze is op te vragen o.v.v. 'Principes, Criteria & Indicatoren' bij mgrooten@wwfnet.org (o.v.v. uw adres)



3: Abruzzo, PAN Park avant la lettre

Elk jaar komen 2 miljoen mensen naar Abruzzo Nationaal Park. Die komen bijna allemaal voor de wolven, de beren en de prachtige landschappen. Dat heeft een groot effect op het leven in het 70.000 hectare metende park in de Appenijnen halverwege tussen Rome en Napels. In een generatie tijd zijn dorpjes als Civitella Alfedena en Villetta Barea overgeschakeld van een agrarische gemeenschap naar een dorp waarvan de lokale economie draait op natuurgerichte vormen van toerisme. Antonio Antonucci is een van de mensen die van deze ontwikkeling heeft geprofiteerd. Hij is hotelhouder in Civitella Alfedena, een van de dorpjes in het park. "De meeste van mijn vrienden trokken weg. Rome, Napels, Duitsland, Amerika, daar was kans op een baan. Ons dorp liep leeg, al jarenlang. Maar wij bleven. Mijn vader was 65 toen hij eind jaren zeventig de boerderij eraan gaf en een jeugdherberg begon." Antonio Antonucci veranderde de jeugdherberg van zijn vader in een goedlopend hotel met 26 kamers. Hij heeft vijf mensen in dienst en ontvangt jaarlijks vele honderden gasten. Door dit soort voorbeelden heeft Abruzzo zich een positie kunnen verwerven in de lokale politiek. Veel parken in Italië en elders in Europa zijn alleen op papier beschermd. Mensen en overheden in de beschermde gebieden laten zich weinig gelegen liggen aan de regels. Zij zien een nationaal park als een sta-in-de-

weg voor commerciële bosbouw of grootschalige bouwprojecten. Zonder steun van de lokale mensen komt er van natuurbescherming weinig terecht. Franco Tassi, directeur van het park: "Er blijven mensen die het park nog steeds als bedreiging zien. Projectontwikkelaars en andere partijen die op korte termijn geld willen maken, spelen daar op in. Het enige wat echt indruk maakt, zijn harde bewijzen. Als de bewoners zien dat er mensen van heinde en verre komen en hier geld spenderen om naar onze wolven te kijken, realiseren zij zich dat zij iets waardevols bezitten dat behouden moet blijven. Sterker nog, dat zij slechter af zijn als het verdwijnt." Geremia Cianchetti, burgemeester van het enkele honderden zielen tellende dorpje Villetta Barea. "De helft van de mensen is afhankelijk van het toerisme. Er zouden hier hooguit dertig tot veertig mensen leven als we niet van het Nationaal Park hadden geprofiteerd". De vergelijking met landelijke regio's die het zonder goed beheerd Nationaal Park moeten doen, leert dat de bevolking in de Abruzzo-dorpen jonger is en de werkloosheid beduidend lager (14% tegenover 21% elders). Abruzzo Nationaal Park is ook betrokken in de eerste fase van het PAN Parks-project. De ervaringen die daar opgedaan worden, kunnen via PAN Parks elders in Europa benut worden. Abruzzo Nationaal Park is een PAN Park avant la lettre.



Sangro rivier, Abruzzo National Park, Italië (foto WWF/Canon/Abruzzo N.P.)



Ontwikkelingen in het onderwijs: duurzaam toerisme in het hoger onderwijs

Nico Visser

(ETTA Chair for Sustainable Tourism Development, NHTV)

Ton van Egmond

(Senior Lecturer tourism studies, NHTV)

Op 8 December 1999 werd op de Nationale Hogeschool voor Toerisme en Verkeer (NHTV) in Breda een leerstoel opgezet voor duurzame toeristische ontwikkeling. Deze leerstoel, een initiatief van de zes Europese hogescholen en universiteiten die samenwerken in het "European Tourism Management (ETM) Programme", wordt financieel gesteund door het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij (LNV), de NCDO, Travel Unie Nederland en de NHTV. De achtergronden en activiteiten van de leerstoel worden hieronder beschreven.

Toerisme is een gegeven waar we niet omheen kunnen. Vermoedelijk spreken we over de grootste bedrijfstak van de eenentwintigste eeuw. Dat toerisme ongewenste effecten kan hebben op natuur en milieu, op cultuur en bevolking is in de voorbije decennia in brede kring duidelijk geworden. De jaren negentig stonden niet alleen in het teken van het denken over oplossingen, maar ook van het denken over kansen. In *Destinations for Generations*¹ wordt in grote lijnen een schets gegeven van de problemen, oplossingsrichtingen en kansen, maar ook de partijen die betrokken zijn in het proces van duurzame ontwikkeling, namelijk de bestemming, de toerist en de reissector.

De kansen die het toerisme biedt liggen op het gebied van:

- het behoud van of zelfs het terugwinnen van natuurgebied;
- het behoud van of zelfs het revitaliseren van cultuur;
- het creëren van banen en het genereren van inkomsten in bestemmingsgebieden;
- het ontwikkelen van lokale gemeenschappen in economisch achtergebleven gebieden;
- het ontwikkelen van 'empowerment' in lokale gemeenschappen in het algemeen en onder vrouwen in het bijzonder;
- het verschaffen van bijzondere ervaringen of zelfs geestelijke verrijking aan de toerist;
- het met elkaar in contact brengen van mensen met verschillende culturele achtergronden of zelfs het bevorderen van wederzijds begrip.

¹ Inaugurele rede van de deeltijdhoogleraar Prof. Nico Visser (NHTV, 8 december 1999)

² In samenwerking met SME MilieuAdviseurs

Het bestrijden van de problemen en het benutten van de kansen vraagt om weloverwogen beleid en een gerichte aanpak, in veel gevallen een andere dan de bestaande. Voor weloverwogen beleid en een gerichte aanpak is inzicht nodig in de effecten van toerisme en in de mogelijke oplossingsstrategieën, is samenwerking nodig tussen de (vele) betrokken partijen, zowel in de publieke als de private sector, alsmede ontwikkeling van instrumenten.

1: Onderwijsinstellingen en de relatie toerisme, natuur en milieu

In het Nederlandse toerismeonderwijs wordt zowel op MBO-, HBO- en academisch niveau aandacht besteedt aan de relatie tussen toerisme en recreatie en natuur- en milieu. Het is het resultaat van diverse projecten die sinds 1994 zijn uitgevoerd door landelijke organen voor het beroeps onderwijs, opleidingscentra en (hoge)scholen². De onderwijsinstellingen die zich met het onderwerp toerisme bezighouden groeien snel, momenteel zijn dit onder andere (niet compleet):

- Academisch onderwijs: Erasmus Universiteit (Rotterdam), Katholieke Universiteit Brabant (Tilburg), Wageningen Universiteit (Leerstoelgroep Sociaal-Ruimtelijke Analyse).
- Hogere Scholen (HBO): NHTV (leerstoel voor duurzame toeristische ontwikkeling). In de andere HBO-instellingen worden de programma's niet landelijk vastgesteld maar per school. Hier geldt dat actuele ontwikkelingen gevolgd moeten worden. Stages en eigen onderzoek van studenten vormen daartoe een goede mogelijkheid.
- MBO: In het MBO (en met name de speciale toeristische opleidingen, zoals MTRO) is het onderwerp stevig verankerd door de weg te kiezen van het opnemen in eindtermen, uitwerking in lesmaterialen en scholing van docenten.

Michiel van Ieperen (SME MilieuAdviseurs)



Doel van de leerstoel

De leerstoel *sustainable tourism development* (duurzame toeristische ontwikkeling) van de NHTV stelt zich ten doel:

- inzicht te ontwikkelen en te verspreiden in de problemen gerelateerd aan het toerisme;
- oplossingsstrategieën te ontwikkelen en ter discussie te stellen;
- modellen en instrumenten te ontwikkelen om oplossingen te implementeren;
- een kweekvijver te zijn voor nieuwe ideeën en een laboratoriumfunctie te vervullen voor nieuwe oplossingen;
- betrokken partijen bij elkaar te brengen en een ontmoetingsplaats te zijn voor belangstellenden;
- als opinieleider te fungeren in het ontwikkelingsproces richting duurzaam toerisme.

Er is een *leerstoelteam* dat gevormd wordt door hoogleraar Nico Visser, deeltijd docent aan de NHTV en milieu manager bij Travel Unie, en docenten van de NHTV. Vooralsnog zijn dit Ton van Egmond (coördinator), Niek Beunders en Frans Schouten.

Middelen van de leerstoel

De leerstoel bedient zich van de volgende middelen om genoemde doelen te bereiken:

1. het verzorgen van regulier onderwijs aan de NHTV aan studenten vanuit Nederland en het buitenland op undergraduate niveau en op termijn op Master's niveau
2. het verzorgen van *tailor-made à la carte* onderwijs in binnen- en buitenland, voor zowel publieke als private sector;
3. het opzetten van een onderzoeksprogramma waarmee studenten, zowel vanuit het reguliere onderwijs aan de NHTV als van buitenaf, bijdragen aan het vergroten van kennis en inzicht, en aan implementatie van oplossingen;
4. het leveren van adviezen aan overheden, bedrijven, NGO's en anderen;
5. het ontwikkelen van een documentatiecentrum;
6. het organiseren van workshops, symposia en conferenties;
7. het deelnemen aan overleg met de betrokken partijen, nationaal en internationaal;
8. het publiceren van artikelen, tekstboeken en ander onderwijsmateriaal.

Hieronder vindt u een toelichting op bovenstaande middelen:

1. Het verzorgen van regulier onderwijs aan de NHTV aan studenten vanuit Nederland en het buitenland op undergraduate niveau en op termijn op Master's niveau.

In het studiejaar 2000-2001 start de NHTV via de leerstoel een afstudeerjaar voor studenten uit binnen- en buitenland, gewijd aan duurzame toeristische ontwikkeling. De deelnemers moeten een gedegen basis hebben in toerisme of aan toerisme gerelateerde terreinen (geografie, antropologie, ontwikkelingseconomie, hotelmanagement), teneinde verdieping moge-

lijk te maken. Het afstudeerjaar bestaat uit een theoretisch gedeelte en een onderzoeksgedeelte, beide met de duur van een semester.

Het theoretische gedeelte bestaat uit een aantal afzonderlijke modules, die elk apart op de markt gebracht kunnen worden, respectievelijk apart door vierdejaarsstudenten van de opleiding toerisme en recreatie van de NHTV gekozen kunnen worden. Deze modules zijn:

- *nature-oriented tourism and nature management in destination areas*
- *tourism as a tool for community development*
- *cultural heritage management*
- *social aspects of sustainable tourism*
- *rural tourism*
- *tourism industry and environment*
- *towards sustainable transportation*

Voor studenten met een niet-toeristische achtergrond kan een 0-module the tourism system worden aangeboden als inleiding in toerisme en toeristische planning. Een reader met basisliteratuur is voor alle deelnemers beschikbaar. In het studiejaar 2001-2002, of zo spoedig mogelijk daarna, start de NHTV via de leerstoel een éénjarig post-graduate programma, dat moet leiden tot de titel *Master in Sustainable Tourism Development*. Deelname hieraan zal openstaan voor Nederlanders en buitenlanders die ofwel een toeristische opleiding op hoger niveau genoten hebben, ofwel een aan toerisme verwante opleiding. Daarnaast zal deelname openstaan voor professionals die door hun beroepspraktijk ervaring met toerisme hebben en streven naar verdieping van kennis en inzicht. Op termijn zal dit Master's programma ook d.m.v. afstandsonderwijs worden aangeboden aan de markt. Ook het Master's programma zal uit afzonderlijke modules bestaan.

2. Het verzorgen van *tailor-made à la carte* onderwijs in binnen- en buitenland, voor zowel publieke als private sector.

Aan duurzame toeristische ontwikkeling gerelateerde vraagstukken komen steeds centraler te staan in de toeristische sector, zowel bij overheden als in het bedrijfsleven. Daarnaast spelen zij steeds vaker een rol in het dagelijks werk van professionals die zich met beheer, bescherming en ontwikkeling van natuur en landschap bezighouden, in dat van professionals die zich met armoedebestrijding, *community development* en duurzame economische ontwikkeling in het algemeen bezighouden en in dat van professionals die cultureel erfgoed beheeren en conserveren. Aldus ontstaat er vraag naar cursorisch onderwijs, al of niet op afstand, dat hun van dienst kan zijn bij het omgaan met deze vraagstukken. Het gaat dan als regel om op maat gesneden korte cursussen. De modules die voor het reguliere onderwijs (onder Ad 1. genoemd) worden ontwikkeld, vormen de basis voor het cursorische onderwijs dat aan de markt wordt aangeboden.

Daarnaast is er mondiaal vraag naar *train-the-trainer* en *train-the-teacher* programma's, d.w.z. naar het opleiden van opleiders in duurzaam toerisme. Vanwege de grote *spin-off* die dit heeft, wordt hier prioriteit aan gegeven.



3. *Het opzetten van een onderzoeksprogramma waarmee studenten, zowel vanuit het reguliere onderwijs aan de NHTV als van buiten af, bijdragen aan het vergroten van kennis en inzicht en aan implementatie van oplossingen.*

De bestaande financiële structuur van het HBO biedt weinig ruimte aan docenten om eigen onderzoek te verrichten. Het leerstoelteam streeft naar soelaas op basis van sponsoring door overheid, bedrijfsleven of NGO's en van contractonderzoek. Vooral nog zal onderzoek vooral door studenten worden verricht, onder begeleiding van leden van het leerstoelteam. Om optimaal rendement uit studentenactiviteiten te halen is een onderzoeksbeleid nodig dat specificeert waar de leemten in kennis en inzicht te vinden zijn en hoe studenten kunnen bijdragen aan het opvullen ervan. Met name afstudeeractiviteiten moeten synergie opleveren die de ontwikkeling van het werkveld bevordert.

Het onderzoek is gericht op het vergaren van kennis en inzicht in toeristische ontwikkeling en ontwikkelingsmogelijkheden in de wereld, waarbij om praktische redenen de focus op een select aantal landen gericht wordt, overigens per aandachtsgebied verschillend. Het gaat om landen die redelijk goed toegankelijk zijn voor onderzoekers en/of waarmee Nederland, c.q. de NHTV samenwerkingsverbanden onderhoudt.

4. *Het leveren van adviezen aan overheden, bedrijven, NGO's en anderen.*

Het leveren van adviezen aan overheden, bedrijven, NGO's en anderen kan op een aantal manieren plaatsvinden:

- via stageverslagen of afstudeerprojecten, die onder supervisie van het leerstoelteam tot stand komen;
- via de hoogleraar of docenten van het leerstoelteam die daarvoor worden ingehuurd;
- via het bij elkaar brengen door het leerstoelteam van expertise, door middel van symposia, workshops, gastcolleges;
- via het deelnemen aan overleg met de betrokken partijen;
- via publicaties en het ter beschikking stellen van documentatie.

5. *Het ontwikkelen van een documentatiecentrum.*

Het ontwikkelen van een documentatiecentrum gebeurt in samenwerking met de bibliotheek van de NHTV en wellicht andere bibliotheken of mediatheken. Het behelst een aantal stappen:

- het inventariseren van relevante publicaties, zowel gedrukte als digitale;
- het ordenen en overzichtelijk maken van deze publicaties;
- het intern digitaal toegankelijk maken ervan, te beginnen met de meest geraadpleegde bronnen, zoals afstudeer-

scripties, de belangrijkste tekstboeken, naslagwerken, case studies en guidelines;

- het tegen betaling extern digitaal toegankelijk maken van afstudeerscripties en -projecten en interne publicaties.

6. *Het organiseren van workshops, symposia en conferenties.*

Het organiseren van workshops, symposia en conferenties biedt de leerstoel bij uitstek de mogelijkheid om zich als opinielider te profileren en tegelijkertijd partijen bij elkaar te brengen en deel te nemen aan overleg. De Groeneveld-conferenties over uitgaand toerisme en milieu gelden als voorbeeld van relatief grote conferenties, de workshop keurmerken in toerisme (december 1999) geldt als voorbeeld van een kleinschalige workshop.

7. *Het deelnemen aan overleg met de betrokken partijen, nationaal en internationaal.*

Leden van het leerstoelteam, de hoogleraar voorop, moeten deel uitmaken van de voornaamste overlegcircuits met zowel publieke als private sector, zowel nationaal als internationaal. Voeling houden met de nieuwste ontwikkelingen, waar mogelijk de ontwikkelingen sturen, het vergroten en versterken van het netwerk met het oog op contracten, gastdocenten, onderzoeksplaatsen e.d. zijn de voornaamste redenen.

8. *Het publiceren van artikelen, tekstboeken en ander onderwijsmateriaal.*

Publiceren van artikelen en tekstboeken moet grote prioriteit krijgen. Een leerstoel moet met publicaties naar buiten treden, niet alleen om geloofwaardig te zijn, maar ook om het grootst mogelijke rendement van de activiteiten te krijgen. De reguliere taken van HBO-docenten laten publiceren in de regel niet toe. Sponsorgelden zullen dan ook met prioriteit hiervoor aangewend worden.

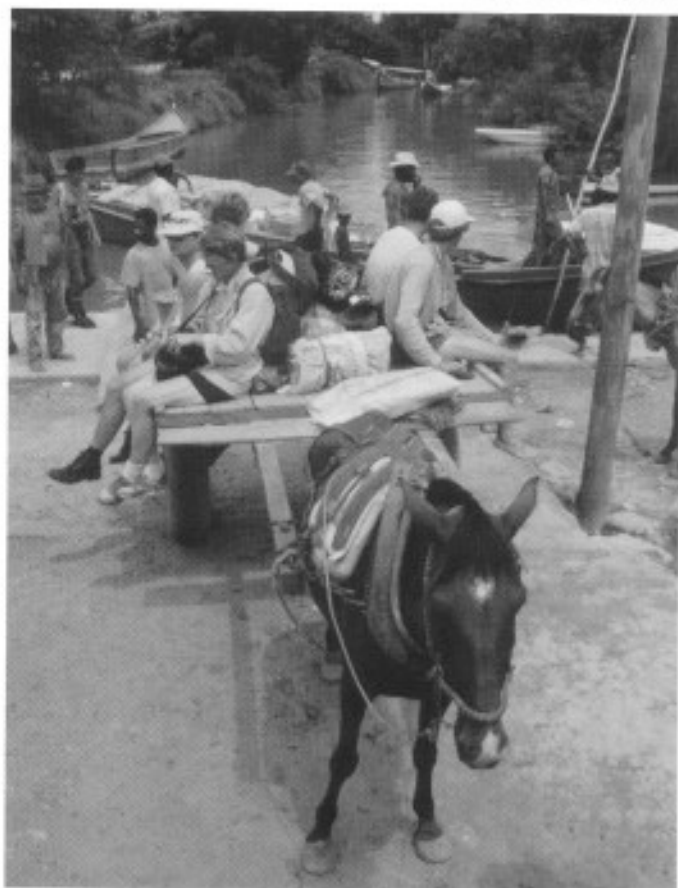


Natuurbeschermingsinformatie en de lokale bevolking in zuidelijke landen

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de relatie toerisme en natuurbeschermingsinformatie met voorbeelden uit ontwikkelingslanden, om aan te tonen dat bij het ontwikkelen van natuurbeheer en -beschermingsbeleid sociale aspecten niet over het hoofd zouden mogen worden gezien.

Frans de Man¹
(Stichting Retour)

Met de groei van het toerisme en de groeiende aandacht voor duurzaam toerisme, nam in de afgelopen jaren ook het aantal ecotoerisme projecten en betrokken organisaties flink toe. Mede daardoor was er grote belangstelling voor de conferentie in april 1999 van de VN Commission for Sustainable Development (CSD), waar duurzaam toerisme voor het eerst op een echte VN-agenda stond. De Nederlandse Commissie voor Duurzame Ontwikkeling (NCDO) en stichting Retour deelden daar hun ervaringen in toerisme projecten en voorlichting daarover met tientallen betrokken organisaties uit het



Locaal transport, Amazonegebied, Ecuador

1. Lessen van de Maasai

Totdat de Britten in Oost Afrika arriveerden leefden een fantastische overvloed aan dieren en de nomadische veehoudende Maasai zij aan zij. In de gebieden waar de Maasai woonden bleef de natuurlijke rijkdom aan diersoorten behouden in tegenstelling tot andere delen van Afrika waar Europese jagers er al vroeg in slaagden om soorten uit te dunnen en uit te roeien. In de Tweede Wereldoorlog werden ook nog eens honderdduizenden dieren afgeslacht om de Britse troepen te voeden. En toen kwamen in de jaren vijftig de natuurbeschermers. Zij kwamen erachter dat de Maasai hun wild goed geconserveerd hadden en in 1959 creëerden ze in het Serengeti gebied in Noord-Tanzania een nationaal park. En om te beginnen werd de Maasai verboden hun kuddes daar nog te laten grazen. Ze werden verbannen naar de Ngorongoro Conservation Area (NCA), of gingen naar de Maasai Mara in Kenia, waar ze in 1960 opnieuw werden weggejaagd. In 1974 mochten ze niet meer afdalen in het vruchtbare kratergebied van de NCA en in 1975 werden alle landbouw activiteiten in de gehele NCA verboden. Vanaf 1976 mochten ze Olduvai Gorge, een archeologisch monument in het gebied niet meer binnen en in 1980 werd hen verboden om hars te tappen, dat ze tot dan toe als "cash crop" verzamelden. Al die tijd kregen toeristen, touroperators en jagers steeds meer toegang tot het gebied en waren het niet-Maasai die daar geld aan verdienden. Sinds het midden van de tachtiger jaren staan bedelende kleuters en Maasai meisjes met blote borsten langs de weg door de NCA om zo ook iets aan het toerisme te verdienen. En volwassen Maasai worden weggestuurd als er toeristen komen want die willen dieren zien, en waar een Maasai is, is geen leeuw. Of het beeld, dat de Maasai ons voorschotelde, nu vertekend is of niet, zij zullen onze natuurbeschermingsinformatie altijd in die context interpreteren.

Bron: Stichting Retour



Zuiden. In dit hoofdstuk wordt verslag gedaan van de lessen die daar werden geleerd met betrekking tot de relatie tussen natuurbescherming (en informatie) en de lokale bevolking in ontwikkelingslanden, met name rond natuurparken. Om te beginnen echter eerst een schets van de ervaringen van de Maasai in Tanzania. Toen stichting Retour in 1995 met hen de eerste stappen zette in een toerisme ontwikkelingsproject kreeg ze eerst een geschiedenislesje voorgeschoteld (box 1).

Tegenwoordig is eigenlijk iedereen het er wel over eens dat het anders moet. De discussie over duurzame ontwikkeling zoals die sinds de United Nations Conference on Environment and Development (UNCED) vergadering in Rio 1992, in het verlengde daarvan door de eerdergenoemde VN-commissie gevoerd wordt, komt dan ook juist voort uit het feit dat men zich realiseerde dat natuurbescherming niet kan zonder de mensen erbij te betrekken die erdoor geraakt worden. Naast de ecologische bronnen zullen bij het creëren van een beschermd gebied ook hun economische en sociale bronnen om te overleven in stand moeten worden gehouden. Het voorbeeld geeft aan dat voor de meeste mensen in ontwikkelingslanden, de sociale en economische aspecten van duurzame ontwikkeling minstens zo belangrijk zijn. Uiteindelijk gaat het er om dat de lokale bevolking moet inzien hoe hun eigenbelang gediend wordt met natuurbescherming. Natuurbeschermingsinformatie dient daar steeds rekening mee te houden.

Fundamentele problemen

Maar dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Er zijn enkele fundamentele problemen die tijdens de CSD-conferentie in april 1999 dan ook ruimschoots aan bod kwamen. Hier volgt daaruit een greep:

- Het begrip "de lokale bevolking" kan verhullend werken. De lokale bevolking is in feite een samenraapsel van verschillende groepen, met verschillende belangen en met meer en minder macht. Een van de kenmerken van ontwikkelingslanden is dat de macht tussen deze verschillende groepen nogal scheef verdeeld is. Daarom speelt in discussies met betrekking tot toerisme en ontwikkelingslanden zoals die tijdens de CSD gevoerd worden, het begrip empowerment een centrale rol: het weerbaar maken van de mensen met minder ten opzichte van mensen met meer macht. Vanuit dat perspectief is het van belang dat men zich realiseert hoe behalve betrokkenheid, de zeggenschap is geregeld. Nog maar al te vaak hebben beslissers weinig of geen oog voor alle betrokkenen of alle schakels in de toerisme keten. Het is in het belang van natuurbescherming en zeker wanneer er ook nog een relatie bestaat met

toerisme, dat men zich daar rekenschap van geeft. Dat heeft natuurlijk ook gevolgen voor de informatie die over natuurbescherming gegeven wordt.

- Ecologische, maar ook sociale en economische bronnen zijn schaarse goederen. Het gaat erom die zo goed mogelijk te beheren en te behouden, maar vooral daar waar armoede heerst, gaat het er ook om die zo goed mogelijk te verdelen. Daarbij kunnen belangenconflicten optreden en moeten er vaak keuzes gemaakt worden, zoals met betrekking tot landgebruik in het Keniase voorbeeld. Waar natuurbescherming leidt tot verlies van inkomsten en mogelijkheden om inkomsten te verwerven, kunnen natuurbeschermers als bedreigend worden ervaren. En zij worden vervolgens niet als partners, maar als vertegenwoordigers van een vijandige autoriteit beschouwd. Dat komt de voedingsbodemp voor goede natuurbeschermingsinformatie niet ten goede. Deels is dit probleem te sturen door een goede planning en voorbereiding maar voor een groot deel gaat het ook over onoverkomelijke belangentegenstellingen en scheve machtsverdeling.
- In ontwikkelingslanden bestaat er naast bescherming "van" de natuur ook nog een grote behoefte aan bescherming "tegen" de natuur zoals tegen wateroverlast en tegen bijvoorbeeld bavianen en olifanten (in Afrika wordt daarvoor meestal het woord vermin gebruikt, red.) die akkers vertrapen. Probeer een vader wiens kind door een tijger is geroofd maar eens uit te leggen dat het voor alle mensen beter is dat die tijger gespaard blijft.
- Natuur en cultuur hebben in veel Derde Wereld landen een veel nauwere relatie met elkaar dan hier. Denk aan de rol die land en bos spelen in sommige culturen, aan natuurgodsdiensten, aan het feit dat veel mensen midden in de natuur leven. Als we het hebben over natuurbescherming



Pygmeeen in Kribi, Kameroen



dan leidt dat daarom niet zelden tot veranderingen in de cultuur en sociale patronen zoals de geschiedenis van de Maasai in het voorbeeld leert. Dat gaat zeker op voor de relatie tussen natuurbescherming en toerisme, omdat toerisme culturen ook sterk beïnvloedt.

- Toerisme is voor de lokale bevolking in Derde Wereld-bestemmingen niet wat het voor ons is: wij kennen allemaal het plezier van toerist zijn, zij niet. Wij kunnen ons bij toerisme ook iets leuks voorstellen. Wij denken daarbij immers vooral aan vakantie, en aan ons eigen vertoeven in een paradijselijk oord. Bovendien bestaat er voor ons ook nog zoiets als een recht op vakantie en op reizen, een luxe waarbij de meeste mensen in ontwikkelingslanden zich weinig kunnen voorstellen. Voor hen is toerisme alleen maar een zaak van werk en inkomen.

Consequenties voor natuurinformatie

Als we nu kijken wat deze overwegingen betekenen voor natuurbeschermingsinformatie, gericht op de lokale bevolking in de Derde Wereld, dan leidt dat tot de volgende conclusies. Het is niet genoeg om slechts een groep van *stakeholders* te benaderen met natuurbeschermingsinformatie. Alle belanghebbenden spelen een rol in de ontwikkeling van duurzaam toerisme en moeten actief benaderd worden. Vooral daar waar het gaat om toerisme is dat belangrijk omdat daar een hele keten van belangen bij betrokken is. We moeten ons bij natuurbeschermingsinformatie voor de lokale bevolking de volgende vragen stellen:

- Hoe ziet de belangen- en machtsverdeling binnen de lokale bevolking eruit
- Wie zijn de *stakeholders* in toerisme?
- Wat willen we met natuurbeschermingsinformatie precies bereiken?
- Welke doelgroepen moet je rechtstreeks en welke kun je ook via tussenpersonen of 'train-the-trainers' programma's benaderen?

- Welke *stakeholders* kunnen we het beste benaderen om informatie en voorlichting zo efficiënt mogelijk in te zetten voor natuurbescherming?

Als we zoeken naar de doelgroepen en tussenpersonen die relevant zijn in toerisme moeten we onder andere kijken naar: lokale informele leiders, lokale overheden, lokale touroperators, lokale gidsen, opleidingen en belangengroepen voor milieu, cultuur, ondernemers, inheemse volken, vakbonden, jongeren, vrouwen, ouderen. Wederom omdat toerisme zo'n complexe sector is en omdat sociaal-economische aspecten voor de lokale bevolking zo belangrijk zijn, kan niet worden volstaan met enkel en alleen informatie over de natuur en de waarde daarvan. Ook moet daarbij ook het min of meer directe belang van de doelgroep worden aangegeven, en niet alleen op lange termijn. Elementen die daarin een rol kunnen spelen zijn: de kosten en baten van toerisme, juridische kaders, rechten en plichten, eigendomsrechten, integratie van toerisme in de eigen economie, het verdiepen van de eigen kennis van de natuur, etc. Natuurlijk moet er ook voor worden gezorgd dat er op deze punten iets positiefs te melden is! Dus moet er in het proces van toerisme ontwikkeling in dienst van natuurbescherming, al vanaf de eerste fase rekening worden gehouden met de participatie en informatie van de lokale bevolking. Als daar pas tegen het einde mee wordt begonnen is het te laat. Bovendien moet dat proces ook bestaan uit het wederzijds uitwisselen van informatie: wij kunnen ook leren van de bewoners van het gebied, daar waar het gaat om toerisme ontwikkeling en daar waar het gaat om natuurbescherming.

Vakantiemeter

Hoewel er onder andere door de CSD, bij veel *stakeholders* bij het toerisme (ook de industrie) steeds meer aandacht komt voor de participatie van de lokale bevolking, zal het nog wel even duren voordat die ook daadwerkelijk voldoende gerealiseerd is. De NCDO en stichting Retour zijn daarom begonnen met een project onder de naam "de Vakantiemeter". Hiermee worden meningen van verschillende belangengroepen binnen de lokale bevolking in bestemmingsgebieden geïnventariseerd en gedocumenteerd. Deze gegevens worden vervolgens aan de toerisme industrie en aan toeristen beschikbaar gesteld via een website².

Dit om mogelijk te maken en te stimuleren dat men in toerisme rekening houdt met de wensen van lokale bevolking.

¹ Met dank aan Patricia Collette (NCDO)

² Het internet-adres is: <http://www.vakantiemeter.nl>



Embèra indianen, Panama



Het belang van informatie bij de economische waardering van zeeschildpadden

Peter Rens
(Natour Stichting)

Dikkopschildpadden (*Caretta caretta*) zijn een attractie van formaat. Tientallen Nederlandse reisorganisaties ontleen aan het voorkomen van de zeeschildpadden een gratis marketinginstrument en vermelden de zeeschildpadden in hun brochures met bestemmingen op alle continenten. Talloze vakantiegangers en natuurliefhebbers genieten van het aan land komen, het eieren leggen van de zeeschildpadden en het uitkomen van de jongen, terwijl zij zich er niet van bewust zijn hoezeer de dieren in hun voortbestaan bedreigd worden. Niet alleen in de Middellandse Zee, maar in vele delen van de wereld leidt dit *free rider* gedrag tot problemen, die uiteindelijk het uitsterven van de zeeschildpad tot gevolg kunnen hebben.

Uit het toenemende gebruik van de natuur en de daarin voorkomende wilde diersoorten in toeristische producten blijkt dat fauna steeds vaker gezien wordt als productiefactor (collectief goed). In dit hoofdstuk wordt bekeken hoe men met behulp van de *contingent-valuation methode* een *monetaire waarde* toe kan kennen aan collectieve goederen en dus ook aan wilde dieren zoals zeeschildpadden.

De onderzoeksmethode

De methode maakt gebruik verschillende onderdelen:

- *De monetair-toeristische waarde van zeeschildpadden*

Natour Stichting gebruikt de *contingent-valuation methode* om het belang van 'dikkopschildpad' in de toeristische productie te economisch te kunnen waarderen. De methode is toegepast om de relatie te kunnen leggen tussen het voorkomen van de dikkopschildpad en de economische kosten en baten die verbonden zijn aan de bescherming en het toeristisch gebruik van deze diersoort. Het saldo van baten en lasten kan uitgedrukt worden in het begrip monetair-toeristische waarde.

- *De intrinsieke waarde van zeeschildpadden*

Naast de monetaire waarde van wilde dieren staat de *intrinsieke waarde*. De erkenning van een *intrinsieke, op zichzelf staande, eigen waarde* van wilde dieren hangt samen met de visie van mensen op de plaats van de mens ten opzichte van de natuur en vindt zijn grond in filosofische en religieuze beschouwingen. In een dergelijke opvatting zijn dieren geen neutraal 'materiaal'. Het is goed voor ogen te houden dat dieren, dus ook zeeschildpadden, niet op een voor mensen verstaanbare wijze toestemming kunnen verlenen voor het gebruik van zichzelf als toeristische hulpbron. In een tijd waarin de kostenbaten verhouding steeds meer gewicht in de schaal legt en de vrije markt steeds meer aanspraak maakt op publieke goederen, dwingt het bestaan van de *contingent-valuation* methodiek zijn toepassing af. Als die toepassing plaatsvindt in een situatie waarin natuurbehoud geen prioriteit heeft, worden ethische vragen over het behoud en de intrinsieke waarde van de levende natuur opzij gezet. Andere *contingent-*

valuation studies gericht op *wild life* onderschrijven dit. Een monetaire benaderingswijze mag alleen zin hebben als middel binnen een context van natuurbehoud. De monetaire benaderingswijze is niet geschikt voor commerciële prijsstelling van collectieve goederen.

Toepassing van de *contingent valuation methode*

De toepassing van de *contingent-valuation methode* op het voorkomen van dikkopschildpadden heeft een experimenteel karakter. Om de monetair-toeristische waarde van dikkopschildpadden te achterhalen heeft de Natour Stichting een pilotstudy opgezet. Het onderzoek heeft plaats gevonden met een diersoort op twee verschillende bestemmingen van verschillende segmenten van de Nederlandse vakantiemarkt. Het gaat om Nederlandse toeristen bij Laganas op Zakynthos (Griekenland), een bestemming voor verblijfstoeristen, en Dalyan (Turkije) een bestemming voor dagtoeristen. Op deze wijze is een vergelijking mogelijk tussen de diverse toeristische marktsegmenten en hun houding ten aanzien van natuurbehoud. Als de resultaten van Dalyan en Zakynthos voor dezelfde diersoort niet dezelfde zijn, wat ligt dan aan het verschil ten grondslag en wat betekenen die verschillen voor de mogelijkheden tot bescherming van wilde dieren?

Natour Stichting heeft de *contingent-valuation methode* uitgewerkt in een enquête om die monetair-toeristische waarde van zeeschildpadden te kunnen onderzoeken. Enquêteurs van Natour Stichting hebben deze vragenlijsten in de zomer van 1995 aan Nederlandse toeristen bij Laganas en Dalyan voorgelegd. Zij vroegen de respondenten of zij bereid waren bijdragen te leveren aan de bescherming en het behoud van de dikkopschildpadden, door te vragen wat de toeristen bereid waren te betalen voor het behoud van zeeschildpadden, respectievelijk om de zeeschildpadden voor uitsterven te behoeden. De vakantiegangers verstrekten zo hun mening over de waarde van de dikkopschildpadden voor hun vakantiebeleving. Anderzijds werd naar kenmerken van de vakantie van de toeristen gevraagd om dieper inzicht te verkrijgen in hun achtergronden. De onderliggende hypothese voor deze studie is dat bestemmingen toeristisch minder aantrekkelijk zijn als dikkopschildpadden zouden verdwijnen, dat toeristen dus nadeel van het verdwijnen van zeeschildpadden ondervinden en dat als gevolg daarvan vakantiegangers bereid zijn financiële bijdragen te leveren om dit uitsterven te voorkomen.

Wanneer de vakantieganger tevoren door de touroperator of het reisbureau wordt geattendeerd op de aanwezigheid van de zeeschildpad wordt het dier als toeristisch product neergezet en verkrijgt het als gevolg daarvan een monetair-toeristische waarde. Hetzelfde gebeurt wanneer de hostess de vakantieganger op zijn vakantiebestemming informeert over de aanwezigheid van de zeeschildpad. Het spreekwoord 'onbekend maakt onbemind' zou van toepassing kunnen zijn! De mone-



tair-toeristische waarde van wildlife hangt dus nauw samen met de kennis van het publiek. Goede informatie en de juiste kennis kunnen grote monetaire gevolgen hebben.

Onderzoek op locatie: Dalyan en Laganas

Het onderzoek richtte zich op de bestemmingen Dalyan (Turkije) en Laganas/Kalamaki op Zákynthos (Griekenland). Deze beide bestemmingen zijn zo interessant voor deze studie omdat veel Nederlandse touroperators in hun reisbrochures uitdrukkelijk melding maken van de aanwezigheid van zeeschildpadden op juist deze beide bestemmingen. Wij verwachten daarom dat een groot deel van de Nederlandse toeristen op beide bestemmingen vooraf op de hoogte is van het voorkomen van Dikkopschildpadden op hun vakantiebestemming. Ook nemen wij aan dat de diersoort een rol kan hebben gespeeld bij de vakantieselectie.

Een vergelijking tussen de beide bestemmingen is vooral interessant, omdat de beide bestemmingen zich richten op verschillende marktsegmenten. Dit blijkt uit de reisbrochures van de touroperators op deze bestemmingen. Ook het toeristisch-recreatief aanbod op beide bestemmingen geeft grote verschillen te zien. Wij nemen aan dat er verschillen bestaan in de achtergrond en vakantiemotivatie van de toeristen op de beide bestemmingen. Wij verwachten dat er een relatie bestaat tussen het 'soort' toeristen en de monetair-toeristische waarde van zeeschildpadden op beide bestemmingen. De vragenlijst was verdeeld in zes delen: (A) Algemeen, (B) Stellingen, (C) Zeeschildpadden, (D) Contingent-valuation, (E) Persoonlijk en

(F) Mondelinge vragen. In het eerste, algemene deel van de enquête worden aspecten van de verscheidene typen vakanties geïnventariseerd. Om de monetair-toeristische waarde te verklaren die Nederlandse toeristen toekennen aan Dikkopschildpadden, waren in deel B van de enquête stellingen opgenomen die refereerden aan variabelen met een hoog verklarend vermogen. Op grond van eerder onderzoek is gekozen voor vier verklarende variabelen: (1) *betrokkenheid* bij zowel de bestemming als ook bij Dikkopschildpadden, (2) *vakantiemotivatie* (push-, pull- en participatiemotieven) (3) *novelty-seeking* en (4) *socio-demografische toeristische kenmerken*.

In deel C werden vragen gesteld om te meten in hoeverre de vakantiegangers al waren geïnformeerd, en zo ja op welke wijze zij waren geïnformeerd over de zeeschildpadden.

In de enquête zijn in deel D vragen opgenomen om de *willingness to pay* te achterhalen. De respondenten konden in een tabel met uiteenlopende opties hun maximale *willingness to pay* aankruisen. De *willingness to pay* bestaat uit een 'hypothetische' gebruikswaarde en een niet-gebruikswaarde: er wordt gevraagd of toeristen gebruik zullen maken van de nieuwe situatie waarin de dieren kunnen worden bezocht. De gebruikswaarde wordt nog meer concreet gemaakt door te vragen naar het bedrag dat men bereid is jaarlijks te betalen voor de informatie (foto, waarnemingen, nieuwsbrief) die men krijgt bij de eventuele adoptie van een zeeschildpad.

In deel E werd gevraagd naar de meest gebruikelijke sociaal-demografische kenmerken: geslacht, leeftijd, beroep, opleiding, groeps karakter en kosten van de vakantie.

Resultaten

• Algemeen

In de zomer van 1995 werden 381 toeristen door enquêtrices ondervraagd, waarvan 43% in Laganas en 57% in Dalyan. De meest interessante kenmerken zijn in de volgende tabel opgenomen.

Tabel 1. Kenmerken toeristen

Bestemming	Zakynthos (Laganas)	Dalyan
Educatie	Middelbaar beroepsonderwijs	Hoger beroepsonderwijs
Leeftijd	Twintigers	Twintigers
Vakantiebestedingen	E 450 < < E 1350	E 450 < < E 900
Type vakantie	Strandvakantie, vooral door jongeren	Strandvakantie, rondreis en culturele vakantie.
Boeking	Hoofdzakelijk geboekt via reisbureau	Naast boeking via reisbureau, vooral zelf georganiseerd
Verblijfsduur	Lange vakantie	Korte vakantie en dagtocht vanuit andere verblijfplaats
Activiteiten	Zwemmen en zonnen	Naast zwemmen en zonnen, twee maal zoveel interesse in cultuur en natuur

Interessant zijn ook enkele verschillen tussen verblijfstoeristen en dagjesmensen.

Tabel 2: Relatie verblijfstoeristen en dagjesmensen

Verblijfstoeristen	Dagjesmensen
Zakynthos / Laganas	Dalyan
Grotere betrokkenheid	Lagere betrokkenheid
Niet aan thuis hoeven denken, in een rustgevende omgeving zijn, in een natuurlijke omgeving zijn	Geestelijk ontspannen
Grotere bereidheid donaties te doen	Lagere bereidheid donaties te doen.

Belang van informatie

Ruim 50% van de toeristen waren reeds op de hoogte van de aanwezigheid van zeeschildpadden voordat ze naar Laganas en Dalyan toekwamen. 26,2% van de toeristen hadden dit vernomen via de Nederlandse reisbrochures. 11,9% had het uit opgemaakt uit de reisbescheiden die hun touroperator of reisbureau had gegeven.

Ondanks het feit dat tweederde van de Nederlandse toeristen wist van het bestaan van de zeeschildpadden op hun vakantiebestemming, liet meer dan 60% zich in Dalyan en in Laganas nog beter op de hoogte stellen. Tijdens hun vakantie zijn de mensen blijkbaar erg nieuwsgierig naar wetenswaardigheden over hun vakantiebestemming, en willen zij meer weten dan zij thuis hadden kunnen voorbereiden. In Laganas en Dalyan wordt informatie over de zeeschildpadden verstrekt door de hostesses en de gidsen. Voor de overdracht van informatie zijn deze Laganas belangrijker dan in Dalyan. Beïnvloedde hun kennis over de aanwezigheid van de zeeschildpadden hun beslissing om naar een van deze vakantiebestemmingen te gaan? Een overgrote meerderheid van de toeristen (84,1%), liet zich daardoor niet beïnvloeden.

Wel betekende de aanwezigheid van de zeeschildpadden voor bijna 20% van de ondervraagden een extra boekingsmotief. Vooral voor toeristen die aan Dalyan een bezoek brachten bleek het een extra motief om er heen te gaan ($F=7,71; p<0,01$), terwijl de dieren juist in Laganas beter zichtbaar zijn. De meerderheid van de Nederlandse toeristen wil meer informatie over de zeeschildpadden (67,8%). Vooral mensen met een hogere opleiding zijn hierin geïnteresseerd.

De overgrote meerderheid van de Nederlandse toeristen willen helpen met de bescherming van de zeeschildpadden (gemiddeld 63,7%). De variabelen leeftijd, educatie, herhalingsbezoek, vakantiebestemming en geslacht hebben geen invloed hierop. Wel is interessant te vernemen dat naarmate mensen langer op hun vakantiebestemming verblijven, zij meer interesse tonen om de zeeschildpadden te helpen. Naarmate zij de zeeschildpadden meer wensen te helpen is het bedrag dat zij beschikbaar stellen als donatie hoger.

Willingness to pay

In zowel Dalyan en Zakynthos zegt de meerderheid van de ondervraagden dat zij bereid zijn de bescherming van zeeschildpadden te ondersteunen, bijvoorbeeld een donatie te geven aan een speciaal fonds dat bescherming van zeeschildpadden ondersteunt, zoals de onderstaande tabel laat zien.

Bereidheid tot doneren	Zakynthos		Dalyan		N =	
	n	%	N	%	n	%
Yes	111	74,0	157	75,1	268	74,7
No	39	26,0	52	24,9	91	25,3
N =	150	100,0	209	100,0	359	100,0

Er is een significant verschil tussen Dalyan en Laganas ten aanzien van het bedrag dat mensen zeggen te willen doneren, zoals blijkt uit de volgende getallen.

De gemiddelde donatie bedraagt 10 Euro. Voor alleen Zakynthos is de gemiddelde donatie 13 Euro en voor alleen Dalyan 8,50 Euro. Verblijfstoeristen dragen relatief meer bij dan dagtoeristen ($F=11,13; p<0,05$), gemiddeld 8,70 Euro respectievelijk 3,75 Euro.

Een kwart van de ondervraagden wilde geen donatie doen. De belangrijkste reden is dat zij bescherming van de zeeschildpadden een taak vinden voor de overheid (42%). Andere motieven zijn 'het is geen zaak voor toeristen' (30%) en 'ik geef nooit aan goede doelen' (6%). Andere toeristen zeggen dat zij al bijdragen aan natuurbescherming in Nederland.

Kenmerken van toeristen

Aan de hand van de uitkomsten hebben we gezocht naar kenmerken van toeristen die van invloed zijn op bereidheid bepalen op een of andere wijze een bijdrage te verstrekken aan de bescherming van zeeschildpadden.

Monetair toeristische waarde:

Uit ons onderzoek naar de verklarende variabelen blijkt bovendien dat naarmate de scores op interesse, plezier en symbolisme hoger zijn, het bedrag dat beschikbaar gesteld wordt voor donaties hoger is. Naarmate de scores op interesse, plezier en symbolisme aspecten van de zeeschildpadden hoger zijn:

- Is het bedrag dat gegeven wordt als donatie hoger;
- Is het bedrag dat gegeven wordt voor adoptie hoger;
- Is de bereidheid geld te geven voor donatie en adoptie groter.



Natuur, informatie en toeristen in Costa Rica

René van der Duim en Birgit Elands
(Wageningen Universiteit)

Costa Rica is de laatste twintig jaar een 'rising star' in het internationaal toerisme geweest. In zo'n dertig jaar is het aantal toeristen gestegen van ongeveer 65.000 in 1964 tot iets meer dan 800.000 in 1997. De 'natuur' heeft daarbij een belangrijke aantrekkingskracht gehad. Op dit moment heeft meer dan een kwart van het grondgebied van Costa Rica een beschermde status in de vorm van Nationale Parken en Natuurreservaten. Dat trekt veel toeristen. Toch komen toeristen niet alleen voor de natuur naar Costa Rica. Ook de prachtige stranden, de aanleg van allerlei toeristische voorzieningen (golfbanen, jachthavens, etc.) of luxe hotelcomplexen doen veel toeristen besluiten naar Costa Rica te gaan. Met andere woorden: ook in het geval van Costa Rica bestaat 'de' toerist niet. Er bestaan verschillende typen toeristen die met verschillende motieven naar Costa Rica komen en die verschillende wensen hebben ten aanzien van het genieten van de natuur. De Costaricaanse markt is een gesegmenteerde markt.

In dit artikel wordt aan de hand van een aantal recente onderzoeken allereerst nagegaan welke vormen van (natuur)toerisme er in Costa Rica zijn, welke motieven eraan ten grondslag liggen, en welke betekenissen worden toegekend aan de natuur. Dit zal in verband worden gebracht met de informatiebronnen die toeristen hanteren bij hun reis naar en gedurende het verblijf in Costa Rica. Aan de hand daarvan zullen we enkele conclusies formuleren over de rol van informatie bij de ontwikkeling van toerisme in Costa Rica in het algemeen, en over de rol die het Natourdata-project zou kunnen spelen in het bijzonder.

Ontwikkeling van toerisme in Costa Rica

Om een beeld te krijgen van de toeristen die Costa Rica bezoeken, is het van belang om een kort overzicht te geven van het ontstaan van het toerisme in dit land (zie ook Van der Duim en Philipsen, 1996). De ontwikkeling van het internationaal toerisme naar Costa Rica is in belangrijke mate terug te voeren op de belangstelling van biologen, geologen, bodemkundigen, geografen en andere wetenschappers voor de in Costa Rica aanwezige natuurlijke hulpbronnen. Deze belangstelling is sinds de jaren zeventig sterk gegroeid. Enerzijds heeft dit geleid tot initiatieven op het gebied van de natuurbescherming; in twee decennia heeft bijna een kwart van het grondgebied van Costa Rica een beschermde status gekregen, als nationaal park of als particulier natuurreservaat. Hiermee is bewust of onbewust tevens een groot aantal toeristische attracties in het leven geroepen. Anderzijds hebben de resultaten van wetenschappelijk onderzoek, via bijvoorbeeld verhalen, kran-

tenartikelen, televisie en tijdschriften als de National Geographic de belangstelling voor deze natuurgebieden bij een groot publiek aangewakkerd. Zo zijn door de gemiddeld 250 onderzoekers per jaar, die gebruik maken van de faciliteiten van het onderzoeksstation La Selva van de Organisatie voor Tropische Studies (OTS), inmiddels meer dan 1600 artikelen en 250 (doctoraal-)scripties geproduceerd. Vooral hierdoor werd Costa Rica op de buitenlandse markt gepositioneerd als een van de toeristische bestemmingen voor ecotoerisme (Laarman en Perdue, 1989).

Met de sterke groei van de internationale aankomsten, werd ook het herkomstgebied van toeristen naar Costa Rica steeds groter. Tot 1989 kwamen de meeste toeristen uit Centraal Amerika. Vanaf 1989 werden Noordamerikaanse landen (vooral de Verenigde Staten) en Europa belangrijker. In 1994 kwam al eënderde van alle toeristen uit de Verenigde Staten. Nederland neemt nog maar een bescheiden plaats in, maar het aantal toeristen is gestegen tot meer dan 10.000 per jaar. De sterke groei van het toerisme gaat gepaard met een verschuiving in de aard van het toerisme. De eerste toeristen in Costa Rica waren wetenschappelijke onderzoekers en een groep mensen, die daar qua belangstelling niet erg veel van afweken. De toenemende bekendheid van Costa Rica als toeristische bestemming brengt echter steeds meer toeristen met een afwijkend profiel. Weliswaar zegt zeker 60% van de toeristen naar Costa Rica te komen om een of meer van de nationale parken te bezoeken (vgl. o.a. Boo, 1990), hun bezoekmotieven zijn zeer uiteenlopend. Natuur heeft voor verschillende typen toeristen een verschillende betekenis.

De 'natuur' als motief voor toeristen

Wat is nu eigenlijk de 'natuur' van en voor toeristen? In veel studies wordt gevraagd naar het motief van de bestemmingskeuze. Dit kan vanuit het individu worden beargumenteerd, zoals de behoefte aan rust of zelfontplooiing. Het motief kan ook vanuit de specifieke kwaliteiten van een gebied worden beredeneerd, zoals het regenwoud, de tropische stranden en de veiligheid. Het laatste geeft met name de preferenties van toeristen weer voor bepaalde productkenmerken. Natuurlijk kunnen ook innerlijke beweegredenen worden gekoppeld aan het toeristische imago van Costa Rica waarin tropische ecosystemen en biodiversiteit centraal staan.

Toerisme is bij uitstek een fenomeen waarbij doorbreking van de dagelijkse routine centraal staat. Deze breuk met de alledaagse werkelijkheid kan op verschillende manieren gestalte



krijgen. Lengkeek (2000) onderscheidt – geïnspireerd door Cohen (1979) en Schutz (1990) – vijf modaliteiten, die hij in de relatie van de mens tot de natuur 'liefdes voor de natuur' noemt:

Ten eerste is er de toerist op zoek naar *amusement*. Voor hen is er bijvoorbeeld Playa Papagayo, Jacó of Manuel Antonio. Luft en Wegter (1990) merken over deze laatste bestemming op: 'het water is blauw, helder en koel. Zou er een toptien worden opgesteld met daarop de mooiste stranden ter wereld, dan horen die van Manuel Antonio daar zeker bij'. In het openbaar toegankelijke gedeelte (10% van het totale oppervlak) van het nabijgelegen nationaal park kan -ter afwisseling- van een grote variëteit aan flora en fauna genoten worden. Doodshoofdaapjes en leguanen zijn daar regelmatige strandbezoekers. Maar ook de introductie en ontwikkeling van recreatiehulpmiddelen, zoals vierwielgedreven terreinwagens of terreinfietsen en geavanceerde uitrustingen voor zeevissers, sportklimmers of diepzeeduikers speelt een steeds grotere rol bij het zoeken naar amusement. De wijze waarop door reclamemakers en andere media aandacht wordt besteed aan buitensport heeft een invloed op de totstandkoming van deze voorkeuren en de zoektocht naar 'Camel Trophy'-achtige ervaringen.

Een tweede is de *verandering*. Het alledaagse leven is stressverwekkend en gejaagd, en in Costa Rica ben je er eens 'even helemaal uit'. Een wandelingetje door een nationaal park, een bezoek aan een van de vulkanen, afgewisseld met een dagje surfen of strand, doet je 'gesterkt' weer thuiskomen. De zware tocht in de vochtige hitte van het regenwoud vraagt om een concentratie op het lichamelijke en doet je 'even alles vergeten'.

Maar Costa Rica is ook het land voor de *interesse* voor de natuur. Buiten de alledaagse horizon liggen interessante dingen, waarover men wil horen en lezen. Soms is daarbij het verhaal sterker dan waarmee toeristen in werkelijkheid geconfronteerd worden. Zo zijn de verwachtingen van een bezoek aan het reservaat Monteverde bij bezoekers vaak hooggespannen. Het reservaat is bekend van vele televisiedocumentaires en kleurrijke artikelen in tijdschriften. Echter, de gouden pad uit de documentaire van de National Geographic is onlangs officieel uitgestorven verklaard, en een ontmoeting met de quetzal (een van de meest kleurrijke vogels in Costa Rica) is vooral een kwestie van geluk.

Maar vindt de ontmoeting wel plaats, dan is er even de vervoring. De niet of niet helemaal voorziene confrontatie met de quetzal, pia pia, luiaard of boa constructor veroorzaakt een shokeffect, alsof de 'echte natuur' zich even laat zien en zich vervolgens weer terugtrekt in het ongrijpbare.

Ten slotte zijn er de biologen en ecologen die de natuur niet alleen willen zien of horen, maar ook willen kennen en begrijpen en ermee 'getrouwd' zijn. Bij hen leeft het verlangen naar de *beheersing*, waarbij de soorten moeten worden bepaald. Ze zijn gaan studeren of werken bij de Organization for Tropical Studies of INBIO, en zullen nooit meer (voorgoed) weggaan.

Uitgaande van deze verschillende 'liefdes', varieert de confrontatie met de natuur van een kortstondig vreemdgaan, via een allesoverweldigende en unieke verliefdheid, tot een gouden huwelijk (vgl. Lengkeek, 2000). Voor toerisme in Costa Rica blijven alle vormen van verliefdheid aanwezig, en dus beleidsmatig relevant te zijn. Hoe is deze diversiteit aan motieven en verliefdheden nu in empirisch onderzoek terug te vinden?

Toeristen in Costa Rica: bezoekmotieven en informatie

Heykers en Verkooijen (1997) hebben toeristen die op individuele basis naar Costa Rica reizen, benaderd tijdens hun vakantie en verblijf in een van de dorpen Quepos of Manuel Antonio, centraal gelegen aan de Pacificische kust. Ruim de helft van de respondenten is afkomstig uit Noord-Amerika (40% USA, 13% Canada) en iets minder dan de helft uit westelijk Europa (44%). De leeftijd ligt voornamelijk tussen 20 en 40 jaar; maar liefst 71% van de toeristen behoort tot deze leeftijdsgroep. De rest is ouder. Met name hoger opgeleiden kiezen voor Costa Rica als vakantieland (zie ook Cramer en Van Lierop, 1995). Alhoewel de meeste toeristen gezamenlijk reizen met hun partner (40%), met vrienden of kennissen (26%), of in gezins- of familieverband (11%), reist een vrij grote groep (27%) alleen. Het herkomstland is van invloed op de vakantieperiode: naarmate de reisafstand tot de bestemming groter is, verblijft men er langer. Toeristen vanuit Midden- of Zuid-Amerika verblijven het kortst, gevolgd door de USA (17 dagen) en Canada (21 dagen). Europeanen verblijven gemiddeld het langst (23 dagen).

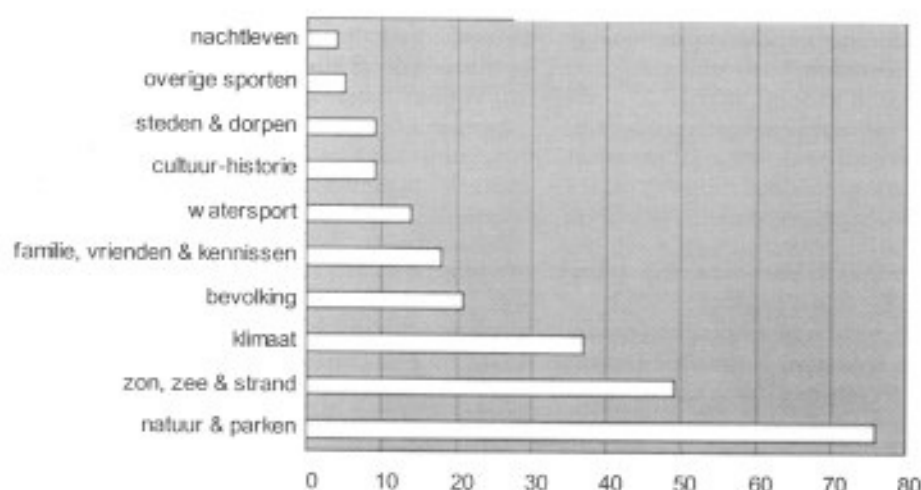
Aangezien georganiseerde groepen niet tot de operationele onderzoekspopulatie behoren, is het dus niet verwonderlijk dat men in het algemeen zijn vakantie zelf heeft ingedeeld en geregeld. Ruim de helft heeft zijn vakantie helemaal zelf ingedeeld (54%), een kleinere groep heeft minder dan de helft uit handen gegeven (29%), en de rest heeft of meer dan de helft of alles voor vertrek door derden laten organiseren (resp. 9 en 8%). Geconstateerd kan worden dat naarmate men de vakantie meer zelf organiseert, deze vakantie ook langer duurt. Zo duurt een volledig thuisgeboekte reis gemiddeld 15 dagen, en een volledig zelf samengestelde reis 22 dagen. Een op de zeven respondenten is al eerder in Costa Rica geweest. Gemiddeld heeft men dan dit land ruim drie keer eerder bezocht. Het thuisland van de toerist is niet van invloed op het al dan niet vaker in Costa Rica geweest-zijn. Het blijkt dat naarmate het aantal keren dat iemand reeds eerder in dit Midden-amerikaanse land is geweest toeneemt, men steeds vaker zelf de totale reisorganisatie in handen heeft.

Toeristentypen in Costa Rica gebaseerd op motieven

De toeristen is een aantal gebiedsgerichte *motieven* voorgelegd en gevraagd welke daarvan de belangrijkste waren (figuur 1). Het blijkt dat natuurlijke omgevingsfactoren als 'natuur en parken', 'zon, zee en strand' en 'het klimaat' erg hoog scoren. Toch speelt een aantal andere factoren ook een grote rol, zoals de al dan niet bevriende inwoners van Costa Rica en het sporten. Slechts enkelen komen voor nachtliefen en amusement.

Omdat wordt verwacht dat motieven een belangrijke indicator vormen voor het activiteitenpatroon van vakantiegangers, zijn de respondenten gegroepeerd op grond van overeenkomstige gebiedsmotieven. Het feit dat bijna vier op de vijf toeristen de natuur en de Nationale Parken als motief noemt om Costa Rica te bezoeken, beïnvloedt de typologie in belangrijke mate. De zes toeristentypen kunnen als volgt worden gekarakteriseerd (zie ook Elands, 2000):

1 *Natuurtoeristen* (22%): deze groep toeristen komt specifiek voor de Costa Ricaanse natuur. Tot dit toeristentype behoren relatief veel Europeanen en veel mensen die samen met hun partner reizen. Voor bijna alle vakantiegangers is dit het eerste bezoek aan Costa Rica. Een op de zeven toeristen

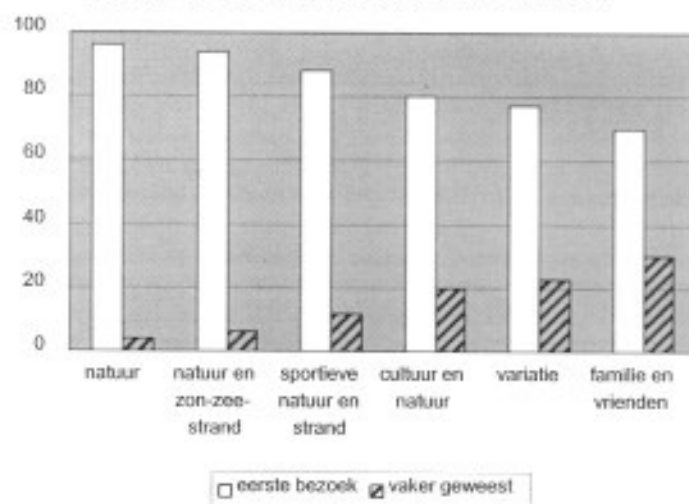
Figuur 1 Motieven om naar Costa Rica te komen (%)


heeft zijn hele vakantie voor vertrek met behulp van een reisorganisatie samengesteld en nog eens 10% heeft dit voor ruim de helft laten organiseren.

- II *Natuur- & Zon-zee-strandtoeristen* (21%): deze groep toeristen komt behalve voor de natuur ook om te genieten van de tropische stranden en zeeën. Voor de meeste toeristen is dit de eerste keer dat ze Costa Rica bezoeken. Ze zijn relatief vaak in gezinsverband op vakantie en ook bestaan er 'veel' gecombineerde gezelschappen van gezin, vrienden en familie. Zij hebben hun vakantie voor een belangrijk deel laten organiseren.
- III *Cultuur- & Natuurtoeristen* (9%): deze groep wordt ook aangetrokken door de Costaricaanse bevolking en cultuur-historie, alsmede de steden en de dorpen. Eén op de vijf toeristen is al een keer eerder op vakantie geweest in dit land. Evenals de vorige twee toeristentypen heeft ook van dit type een kwart zijn vakantie meer dan de helft door anderen laten samenstellen. Qua herkomst wijken ze niet af van het vorige type en ook zij zijn vaak met het gezin op reis.
- IV *Familie- & Vriendentoeristen* (14%): er is een groep die speciaal voor bezoek aan familie, vrienden, en kennissen komt.

Verder kunnen de bevolking en het klimaat als argument een rol spelen. Dit type organiseert zijn vakantie zelf. Eén op de drie toeristen is reeds eerder in dit land geweest. De toerist gaat meestal alleen op vakantie.

- V *Sportieve Natuur- & Strandtoeristen* (15%): naast de watersport, motiveert deze groep haar komst met de natuur, de zon, de zee, het strand en het klimaat. Twee op de drie toeristen komen uit noordelijk Amerika en meer dan de helft is woonachtig in de USA. Een kleine groep heeft het land al eerder bezocht (12%). Qua leeftijd is het van de reizigers het jongste reisgezelschap, voorzover er geen kinderen bij zijn, en bestaat meestal uit vrienden. Evenals de eerste drie typen laat een kwart van dit type (een deel van) de reis door een reisagent of -bureau samenstellen.
- VI *Variatie-toeristen* (19%): deze groep combineert in meer of mindere mate de hiervoor genoemde motieven en is niet duidelijk profileerbaar op een enkel motief. De herkomst van dit type bevindt zich ook relatief vaak in Noord-Amerika, maar wat minder vaak dan het vorige type. Voor driekwart van de toeristen is dit het eerste bezoek. Het betreft een voornamelijk zelfgeorganiseerde vakantie.

Figuur 2 Toeristentypen en bezoek aan Costa Rica


Het gebruik van informatiebronnen

Uit figuur 2 blijkt dat het bezoekmotief in belangrijke mate samenhangt met het al dan niet eerder bezocht hebben van dit Middenamerikaanse land. Mensen die nog nooit in Costa Rica zijn geweest, behoren vaker tot het Natuur-toeristentype en tot het Natuur & Zon-zee-strand-toeristentype, terwijl mensen die er al meerdere keren geweest zijn, juist vaker tot het Cultuur & Natuur-toeristentype, het Variatie-toeristentype

Naarmate men vaker komt, zijn de motieven meer gerelateerd aan de levende cultuur en minder omgevingsgebonden. Ook blijkt het zo te zijn dat Amerikanen en Canadezen minder vaak voor natuur en parken komen dan Europeanen, en vaker voor de (water)sport en het strand. Ten slotte blijkt de organisatiegraad samen te hangen met het motief. Indien men puur voor de natuur of juist voor (water)sporten komt, is de reis verhoudingsgewijs in grote mate thuis met behulp van een reisorganisatie samengesteld. Naar gelang men minder georganiseerd



reist, worden deze motieven minder frequent genoemd. Komt men voor familie of vrienden, dan is de vakantie niet ingevuld met door reisbureaus georganiseerde tripjes.

Veelal worden wel enkele informatiebronnen geraadpleegd tijdens het besluitvormingsproces om naar Costa Rica te gaan. Hier is in algemene zin naar gevraagd, zonder rekening te houden met de verschillende stadia van vakantiekeuzen.

Gemiddeld noemt men twee informatiebronnen. Een aantal informatiebronnen wordt vaak genoemd (zie tabel 1): de alom bekende mond-tot-mond reclame via bekenden in het eigen land (56%), de reisgids (46%), informatie uit de media, met name kranten en tijdschriften (22%), informatie via familie en vrienden in Costa Rica (16%), informatie verkregen uit eerder bezoek (13%) en het reisbureau wordt regelmatig genoemd (12%). Ook Internet als informatiebron wordt aangehaald (10%).

Het aantal informatiebronnen dat men hanteert als men voor de eerste keer Costa Rica bezoekt, is groter dan wanneer men het land al beter kent. Tevens varieert het type informatie: terwijl voor de eerste keer-bezoekers vrienden en familie in het eigen land centraal staan, blijken juist de regelmatige Costa Rica-gangers lokale vrienden en familie te raadplegen. Tevens blijkt een afname van de organisatiegraad van de reis gepaard te gaan met een afname van het aantal gebruikte reisbronnen.

Uit een factoranalyse (Elands, 2000) blijkt dat de volgende informatiebronnen in combinatie met elkaar worden genoemd: (i) informatie verkregen via directe contacten met Costa Rica (eigen ervaringen of vrienden), (ii) informatie gevonden op Internet, via een reisgids of ambassade; dergelijke informatie heeft een sterk informatief karakter, is meestal niet direct op verkoop gericht en men moet er actief naar op zoek gaan (iii) informatie uit de klassieke mediabronnen (kranten en radio/TV) die veelal min of meer toevallig wordt gelezen of gehoord en (iv) informatiebronnen gericht op persoonlijk contact (reisagent, vrienden/bekenden eigen land).

TOERISTENTYPEN

	%	Natuur	Natuur en zon-zee- Strand	Sportieve natuur en strand	Cultuur en Variatie	Varieta	Familie en vrienden
Via familie, vrienden in eigen land	56	0	+	+	0	+	—
Via een reisgids	46	++	++	0	—	-	—
Via familie, vrienden in Costa Rica	16	—	—	-	0	0	++
Via krant of tijdschrift	13	0	+	0	0	0	—
Via eigen ervaring door eerder bezoek	13	—	-	0	+	+	++
Via een reisbureau	12	0	++	+	0	0	—
Via Internet	10	-	+	0	0	0	-
Via radio of TV	6	+	0	0	0	0	-

++ of — meer dan 10% verschil; + of - tussen de 5 en 10 %;
0 minder dan 5 % ten opzichte van het gemiddelde

De Natuur- & Zon-zee-strandtoeristen hanteren de meeste informatiebronnen, waaronder relatief vaak een reisgids, een reisagent, Internet, familie en vrienden in het thuisland en een krant of tijdschrift. Natuurtoeristen gebruiken met name reisgids en radio/TV als informatiebronnen en niet zozeer mond-tot-mond reclame. Het Familie- en Vriendentype informeert bij familie en vrienden in Costa Rica en put uit eigen ervaringen opgedaan in een eerder bezoek. Overige informatiebronnen spelen nauwelijks een rol. Het Sportieve type zoekt de informatie dicht bij huis bij bekenden en 'gemakkelijker' bij een reisbureau. Tenslotte maakt het Variatietype relatief vaak gebruik van het brede palet aan eigen ervaringen vanuit een eerdere vakantie en bekenden uit het eigen land.

Toeristen in Costa Rica: informatie en de liefdes voor de natuur

Ook uit onderzoek van Savrij Droste (1998) blijkt een verband tussen toeristisch gedrag en gebruik van informatiebronnen. Uit een kwalitatief onderzoek onder 40 individuele toeristen (20 Europeanen en 20 Amerikanen) die in februari/maart 1998 Manuel Antonio en Quepos bezochten, zijn enkele conclusies te trekken over de rol van informatie in het besluitvormingsproces van toeristen die naar Costa Rica gaan.

In de eerste plaats blijkt dat het inwinnen van informatie met name een rol speelt nadat men de bestemmingskeuze heeft gemaakt. Die bestemmingskeuze vindt vooral plaats op basis



van verhalen van vrienden of familie, 'toevallige' mediaberichten of contacten met Costa Rica via werk of school. Na het maken van de bestemmingskeuze speelt bewust informatiezoekgedrag een grote(re) rol. Daarbij zijn volgens Savrij Droste vier patronen te ontdekken:

- I *De Thuisplanners.* Deze kleinste groep (3 respondenten) maakt vooraf een vaste planning van de vakantieonderdelen waarbij vooraf veel informatie wordt gezocht in bibliotheken, boekhandels, reisbureaus of via vrienden en kennissen. Eenmaal in Costa Rica aangekomen, wordt nauwelijks of geen informatie meer gezocht. Blijkbaar is men voldoende voorbereid.
- II *De Uit-en-Thuisplanners.* Deze grootste groep (16 respondenten) raadpleegt zowel bronnen thuis als in Costa Rica, waarbij het informatiegebruik in Costa Rica kleiner is naarmate het thuis groter is en andersom. Men is flexibel in de reisplanning, heeft een zeer gevarieerd activiteitenpatroon en zoekt dan ook vooral op de plek zelf naar additionele informatie (mondeling, foldertjes etc.).
- III *De Uit-planners.* Deze kleine groep (8 respondenten) Europeanen raadpleegt weinig bronnen, en dan nog vooral in Costa Rica zelf, andere reizigers of Costaricanen.
- IV *De Niet-planners.* Deze grote groep (13 respondenten), vooral Amerikanen, vaak herhalingsbezoekers, komt vooral voor het strand en heeft een minimale informatiebehoefte.

De meest gebruikte informatiebronnen zijn - zoals gezegd - reisgidsen, verhalen van vrienden en familie en de media (zowel kranten als televisie). Europeanen gebruiken vaker het reisbureau, Internet wordt relatief vaker door Amerikanen gebruikt.

Liefdes voor de natuur

In het onderzoek zijn de ervaringswerelden van de toeristen, waarin de liefde voor de natuur een rol speelt, ook aan de orde gekomen.

De *Thuisplanners* zijn met name op zoek naar de oorspronkelijke natuur van Costa Rica. Door zich breed te informeren kunnen ze zich goed voorbereiden op het vakantieland. Ze zoeken naar een zekere en veilige omgeving om van daaruit het regenwoud in te trekken, vulkanen te bezoeken, maar ook de Costaricaanse cultuur te proeven. Vaak noemen ze criminaliteit als een onverwachte tegenvaller op hun vakantie.

De *Uit-en-Thuisplanners* en *Uit-planners* stellen de natuur ook centraal binnen hun vakantie. Genoemd worden het regenwoud, 'wildlife', de vogels en de natuurparken. Daarnaast oefenen de tropische stranden en de cultuur van Costa Rica een grote aantrekkingskracht uit. Costa Rica heeft in hun ogen een zeer divers karakter, wat zich ook uit in een gevarieerd activiteitenpatroon. Zij zijn echter minder gericht op een grondige voorbereiding van hun vakantie. Binnen de groep *Uit-en-Thuisplanners* wordt ook het vaakst de natuur fysiek uitgedaagd door te 'raften', te duiken of lange survivaltochten te ondernemen. Dergelijke activiteiten vergen vaak een degelijke voorbereiding, zodat men 'genooddaakt' is dit thuis te doen. Echter, men plant de vakantie niet totaal.

De *Uit-planners* lijken in veel opzichten ook op de *Niet-planners*. Deze vakantiegangers willen opgaan in de leefwijze en de lokale cultuur van Costa Rica. Ze associëren het land met gastvrijheid, aardige mensen, paradijselijk en exotisch. Ze zijn in mindere mate op de natuur georiënteerd. Over het algemeen

kent men het land vrij goed. Voor hen is de natuur geen object voor bezoek, maar een onderdeel van een andere cultuur. Daarnaast speelt het vinden van rust een belangrijke rol: men ontvlucht de stress en de sleur van het alledaagse bestaan. De twee extreme natuurliefdes: 'kortstondig vreemdgaan' of 'getrouwd zijn' met de natuur komen niet voor in deze respondentengroepen. Dominant is de *interesse* voor de natuur, waarin een enkeling tot *vervoering* zal geraken. Deze vervoering zal met name bij de *Uit-en-thuis* en de *Uit-planners* optreden. Zij hebben nog ruimte in hun programma om vervoering toe te laten. Bij de eerste groep overheerst zekerheid en veiligheid, risicovermijdend gedrag, bij de laatste is de natuur op de achtergrond geraakt en vindt vervoering plaats in het zich thuis voelen in de Costaricaanse samenleving.

Enkele gevolgtrekkingen

Het in dit artikel besproken onderzoek laat zien dat de meeste toeristen die Costa Rica bezoeken niet alleen voor de natuur komen, ondanks alle pogingen Costa Rica als dé bestemming voor ecotoerisme te profileren. De meeste toeristen die Costa Rica bezoeken wisselen een aangename vakantie in een *niet-alledaagse* omgeving af met het bezoeken van nationale parken en vulkanen. Slechts één op de vijf toeristen komt specifiek voor de natuur naar Costa Rica en nog eens éénvijfde combineert een natuurvakantie met een strandvakantie.

Op zich biedt het feit dat natuurtoeristen en toeristen die natuur afwisselen met zon-zee-strand relatief veel informatiebronnen gebruiken, en dat veel van de in het onderzoek van Verkooyen en Heykers (1997) ondervraagde toeristen in Costa Rica op zoek zijn naar kennisvermeerdering op het terrein van natuur (en cultuur), belangrijke aanknopingspunten om doelstellingen op het gebied van natuurbescherming te realiseren. Zeker als we aanvaarden dat natuur niet alleen een ecosysteem is, maar gelijktijdig een ervaringswerkelijkheid voor mensen, zijn er belangrijke aanknopingspunten voor beleid (vgl. Lengkeek, 2000; Caalders e.a., 1999).

Natuurinformatie, zoals in de vorm van *Natourdata*, zou onderdeel van dat beleid kunnen zijn. Alhoewel de primaire doelgroep voor *Natourdata* gevormd wordt door organisaties uit de toeristische bedrijfskolom (touroperators en reisbureaus), zal een belangrijk deel van de informatie uiteindelijk ook terecht moeten komen bij de secundaire doelgroep: consumenten, c.q. de toeristen (vgl. Cosijn en Rens, 1999).

Dit artikel heeft in dat verband enkele 'mitsen en maren' laten zien:

- Uit het voorafgaande blijkt o.a. de grote diversiteit in motieven en gedrag en (dus ook) in informatiezoekgedrag. Er zijn vele 'liefdes' voor de natuur, en bij die liefdes horen verschillende 'verhalen' over de natuur. De (beschrijving van de) natuur van de bioloog of ecooloog is een geheel andere dan die van de toerist op zoek naar verandering en zelfs anders dan van de natuurgeïnteresseerde. Dat vraagt om een flexibel systeem van informatie, begrijpelijk en aantrekkelijk voor verschillende doelgroepen, of -misschien nog beter- om verschillende systemen voor verschillende doelgroepen. Het is maar de vraag welke liefdes (of 'verhalen') de touroperator en het reisbureau kan en wil uitdragen;
- Verder blijkt het informatiezoeken thuis, voorafgaande aan de reis, maar een beperkte rol te spelen, en de rol van het reisbureau daarbij van gering belang te zijn. Kranten en tele-



visie, reisgidsen en verhalen van vrienden en bekenden spelen een veel grotere rol. Het is dan ook de vraag in hoeverre de touroperator of het reisbureau het meest adequate kanaal van informatieoverdracht is, en of natuurinformatie niet ook via andere kanalen 'aan de toerist gebracht' moet worden;

- Bij de toeristen die Costa Rica vooral voor de natuur bezoeken, blijkt de 'reisgids' de belangrijkste informatiebron te zijn. Dat roept meteen de vraag op welke rol Natourdata kan spelen bij het samenstellen van reisgidsen en wat de meerwaarde van Natourdata als medium is;
- Een deel van de informatie wordt tijdens de reis, ter plekke, vergaard. Om natuurinformatie effectiever te laten zijn, zou de toerist de informatie (ook of juist) ter plaatse (in het hotel, in het bezoekerscentrum e.d.) moeten kunnen raadplegen.

Uitgaande van een *digitale* toepassing van Natourdata, zou daarom wellicht toch meteen gezocht moeten worden naar informatiedistributie die verder gaat dan reisbureaus en touroperators. Mogelijkheden tot raadpleging door het publiek op de plaats van bestemming zou op zijn minst op haalbaarheid getoetst moeten worden. De natuurbeschermingsorganisaties en andere belangengroepen in de bestemmingsgebieden zouden dan niet alleen betrokken kunnen zijn bij de productie, maar ook bij de verspreiding van natuurinformatie. Een Internet-toepassing ligt daarbij zeer voor de hand. Amerikaanse toeristen, zo blijkt uit genoemde onderzoeken, raadplegen al regelmatig het internet. Waarom zouden Europese toeristen dit voorbeeld niet volgen?

Meer in het algemeen dient het relatieve belang van natuurin-

formatie niet overschat te worden. Verhalen van vrienden en kennissen, 'toevallige' mediaberichten e.d. spelen vaak een grotere rol dan 'degelijke' natuurinformatie. Verder blijkt keer op keer uit onderzoek dat voorlichting en informatie alléén zelden tot gedragsverandering leiden (SCP, 1996). In het beste geval heeft het een ondersteunende of voorwaardenscheppende functie en kan er een draagvlak mee worden gecreëerd voor (eventueel verdergaande) structurele beleidsmaatregelen, zoals bijvoorbeeld gedeeltelijke afsluiting van nationale parken (zoals veelal het geval is in Costa Rica), hoge(-re) toegangsprijzen, of – om een heet hangijzer te noemen – BTW op vliegtickets en accijs op kerosine te heffen waardoor het vliegen naar Costa Rica duurder wordt.

Tot slot, de relatie toerisme-natuurbescherming in Costa Rica gaat vanzelfsprekend veel verder dan de vraag welke informatie, wanneer, hoe en aan wie moet worden verstrekt (zie ook Van der Duim en Philipsen, 1996; Caalders e.a., 1999). Toerisme levert in Costa Rica inmiddels ontegenzeggelijk een aanzienlijke en onmisbare financiële bijdrage aan de instandhouding van nationale parken en particuliere natuureservaten. In die zin heeft toerisme in belangrijke mate bijgedragen aan het terugdringen van de grootschalige ontbossing, die sinds de jaren vijftig geleid heeft tot het verdwijnen van zo'n tweederde van het tropisch bos in Costa Rica. Maar daar staat tegenover dat toeristische ontwikkelingen in de directe omgeving van deze natuurgebieden tot zorgwekkende negatieve effecten op natuur en milieu leiden. Deze effecten kunnen vooral door het ontbreken van effectieve ruimtelijke ordening en wetgeving onvoldoende worden bestreden. De Costaricaanse overheid blijkt voorsnog geen eenduidig beleid te voeren. Om op

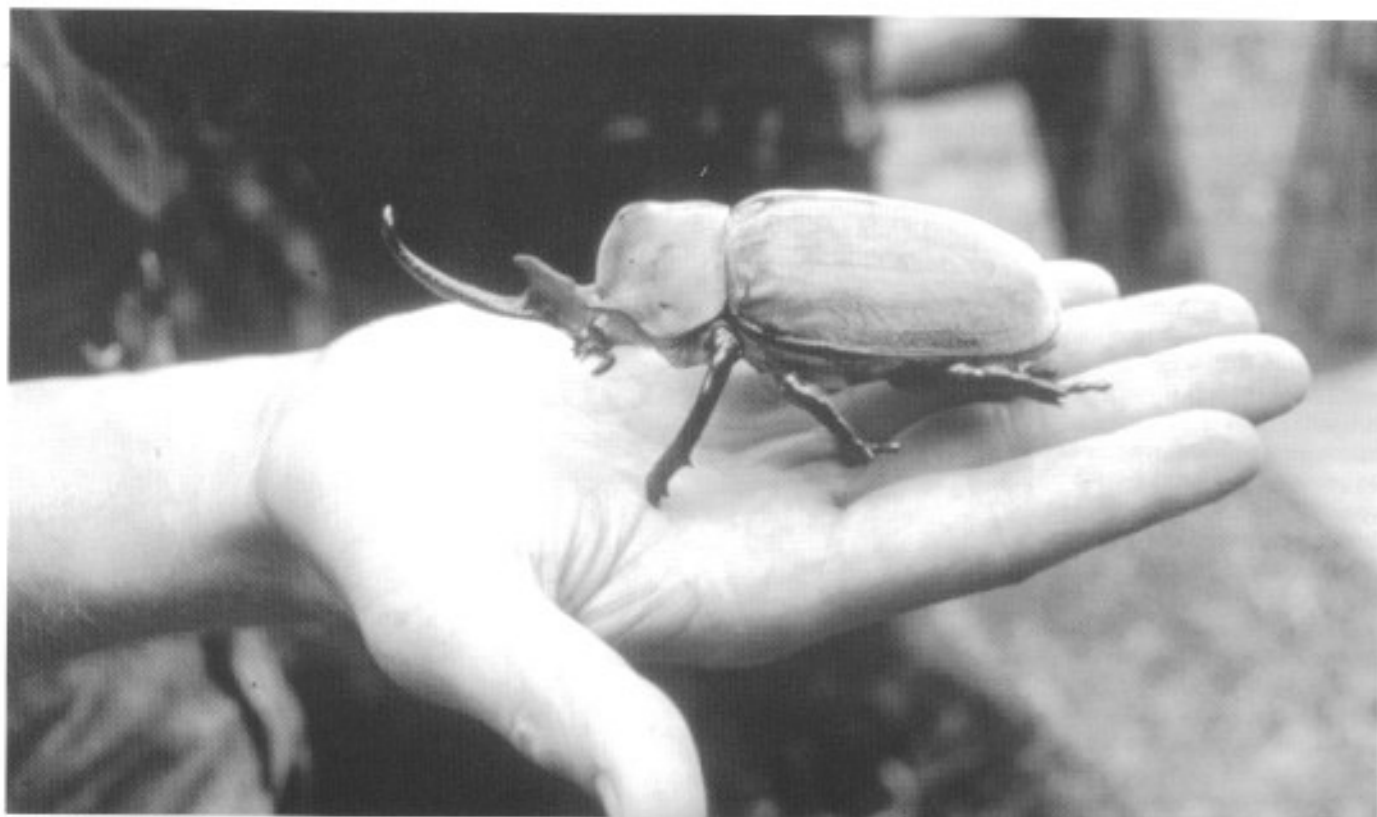


In beslag genomen Ara's

korte termijn economische baten veilig te stellen worden feitelijk tevens traditionele vormen van (zon-zee-strand) toerisme tot ontwikkeling gebracht. Selectieve werving van toeristen die primair voor de natuur van Costa Rica komen, blijkt meer een wensdroom dan praktijk te zijn. De inkomsten uit toerisme komen bovendien nog onvoldoende ten goede aan de lokale bevolking. De toeristische bedrijfstak is reeds voor een groot deel in handen van buitenlandse ondernemers. Ook wordt de lokale bevolking veel te weinig betrokken in de besluitvorming over nationale parken. Hierdoor ontbreekt vaak de emotionele en economische basis om zich in te zetten voor de instandhouding hiervan.

Literatuur

- Boo, E. (1990). *Ecotourism: the Potentials and Pitfalls*. WNF, Washington.
- Caalders, J.D.A.D., V.R. van der Duim, G. Boon en H. Quesada Rivel, (1999), *Tourism and biodiversity. Impacts and perspectives on interventions in the Netherlands and Costa Rica*. Rapporten Sociaal Ruimtelijke Analyse / Recreatie en Toerisme, no. 3. Arnhem/Wageningen: Bureau BUITEN / Wageningen University and Research Centre, Socio-spatial analysis and recreation and tourism.
- Cohen (1979), A phenomenology of Tourist Experiences. In: *The Journal of the British Sociological Association*, 8 (2): 179-201
- Cosijn, R en P. Rens (1999), *Natourdata. informatie voor natuur, informatie voor toerisme*. Een haalbaarheidsonderzoek naar de opzet van een database voor toeristisch-relevante natuurinformatie in opdracht van het Nederlands Comité voor IUCN, Ecology & Tourism 3, Hengelo.
- Cramer, M. en M. van Lierop (1995), *Round the world in five experiences, motives of tourists in Monteverde and Manuel Antonio, Costa Rica*. Doctoraal-scriptie Landbouwuniversiteit Wageningen.
- Duim, V.R. van der en J. Philipsen (1996). Hoe eco is Costa Rica 's ecotoerisme? In: *Derde Wereld*, 15 (1): 59-71.
- Elands, B.H.M. (forthcoming in 2000). *Speurtocht naar toeristische complexen*. Dissertatie. Wageningen: Wageningen University.
- Heykers, J. en R. Verkooyen (1997), *Costa Rica! Puur natuur ... of Zon, zee, strand?* Een onderzoek naar het tijd-ruimte gedrag van toeristen in Costa Rica. Doctoraal-scriptie Landbouw Universiteit Wageningen
- Laarman, J.G. en Perdue, R.R. (1989). Science Tourism in Costa Rica. In: *Annals of Tourism Research*, 16 (2): 205-15
- Lengkeek, J. (2000), Liefdes voor natuur. In: *Vrijtijdstudies*, 18(1):42-44.
- Luft, A. en Wegter, I. (1990). *Reishandboek Costa Rica*. Elmar Reishandboeken, Rijswijk
- Lumsdon, L.M. en J.S. Swift (1998), Ecotourism at a Crossroads: the Case of Costa Rica. *Journal of Sustainable Tourism*, 6 (2), 155-172.
- Savrij Droste, E (1998), *Vakantieplannen naar Costa Rica. Een onderzoek naar het markergebruik in het besluitvormingsproces van toeristen in Costa Rica*. Doctoraal-scriptie Landbouw Universiteit Wageningen.
- Schutz, A. (1990), *Collected Papers I The Problem of Social Reality*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- SCP (1996), *Milieurelevant consumentengedrag. Ontwikkeling conceptueel model*. Cahier 127 Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag.



Neushoornkever als toeristische attractie



Natuurinformatie voor de touroperator

Natuur voor toerisme, toerisme voor natuur?

Maaïke de Wit

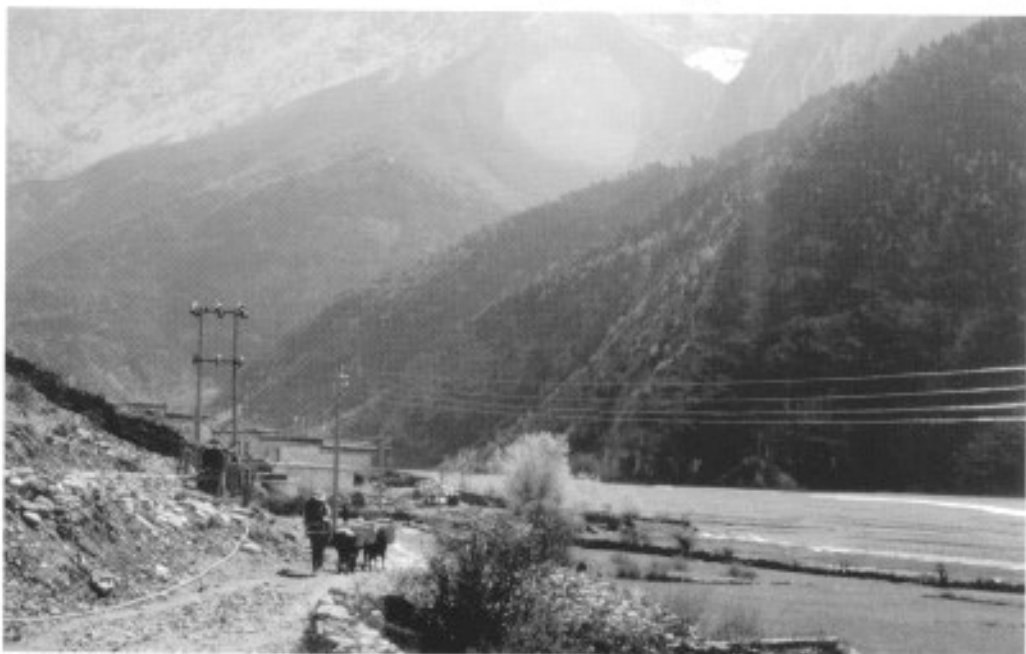
(oud medewerker Natourdata, NC-IUCN)

Natuur is misschien wel het belangrijkste product van de reisbranche, men denke aan bergen, strand, zee en bos. Echter de branche mist ten aanzien van haar product expertise en aansluiting bij die organisaties die deze expertise kunnen geven: de natuurorganisaties. Zoals al eerder in deze uitgave werd geconstateerd heeft toerisme ook negatieve effecten voor natuur. Het Algemeen Nederlands Verbond van Reisondernemingen (ANVR) heeft echter de intentie uitgesproken om hier iets aan te doen. Het verschaffen van Natuurinformatie voor touroperators is hiervoor van groot belang. In dat kader heeft de Natuur Stichting in opdracht van Nederlands Comité voor IUCN een haalbaarheidsstudie uitgevoerd. Dit onderzoek richtte zich op het opzetten van een toeristisch informatiesysteem ten behoeve van natuurbewustwording en natuurbescherming en werd Natourdata genoemd.

Doelstelling Natourdata

Het doel van Natourdata is: 'het verschaffen van objectieve informatie over de toeristische waarde van natuur op de vakantiebestemming, met als doel bescherming en behoud van die natuur' (Cosijn & Rens, 1999). Als vervolg daarop zijn enkele vakantiebestemmingen pilot-projecten uit. Gekeken wordt naar de mogelijkheden die een natuurinformatiesysteem als bijvoorbeeld Natourdata kan bieden om toeristen aan te moedigen zich natuur- en milieuvriendelijker te gedragen. Zijdellings wordt ook aandacht besteed aan natuur- en milieuvriendelijker vervoer. Een systeem als Natourdata is echter vooral bedoeld als instrument om informatie te verschaffen over natuurwaarden, en over mogelijkheden en beperkingen van de natuur op de vakantiebestemming. Natourdata zal indien de middelen daarvoor worden gevonden eerst als communicatief instrument worden bekeken. De database heeft als uiteindelijk doel het

gedrag van toeristen op hun vakantieplek in een natuur- en milieuvriendelijker richting aan te moedigen. De opzet en uitwerking van de informatie, en de acceptatie ervan door de toeristische sector, zijn van cruciaal belang voor het welslagen. Het is dan ook de bedoeling dat Natourdata zal gaan functioneren binnen een raamwerk van verschillende actoren. Deze hebben zeer uiteenlopende motieven en belangen, factoren genaamd, om de natuur al dan niet te behouden (Brussel & Tomassen,). Deze directe belanghebbenden kunnen heel grofweg worden onderverdeeld in de toeristische sector (onder meer touroperators, toeristen en lokale bevolking), en de natuurbeschermingssector (de natuur zelf vertegenwoordigd door natuurbeschermingsorganisaties, in samenwerking met de lokale bevolking). Deze actoren zijn aanwezig op verschillende ruimtelijke niveaus; van de lokale en inheemse gemeenschappen tot internationale reis- en natuurbeschermingsorganisaties, met elk hun eigen belangen ten aanzien van de natuur. Hier wordt eerst gekeken naar Natourdata uit het oogpunt van natuurbescherming. In aansluiting daarop wordt de waarde van Natourdata als toeristisch product onder de loep worden genomen, waarbij het vooral gaat 'hoe kan de natuurinfor-



Annapurna regio, Nepal



matie zo kan worden gepresenteerd dat Natourdata een interessant product wordt voor de toeristische sector'. Tenslotte wordt in de discussie ingegaan op verschillende mogelijkheden en beperkingen van Natourdata als instrument voor touroperators en natuurbeschermers. Hierbij wordt rekening gehouden met de verschillende functies van de natuurinformatie-database. Hierbij zal ook de potentiële rol van de huidige toerisme databases, zoals Toeristiek Online, worden bekeken.

Natourdata als communicatief instrument

Natuur- en milieuvorlichting wordt wel omschreven als 'een communicatieve activiteit met de vooropgezette bedoeling bij een bepaalde doelgroep natuur- en milieubesef en een duurzamer gedragspatroon te bevorderen' (van Meegeren, 1995). Deze definitie geeft twee belangrijke aspecten weer, waarmee bij de invulling van de Natourdatabase rekening gehouden dient te worden. Ten eerste kan de voorlichting gericht zijn op het besef van de doelgroep en op het veranderen van zijn gedragspatroon. Natourdata biedt voor beiden kansen. Het ultieme doel blijft een natuur- en milieuvriendelijker gedrag van toeristen op de vakantiebestemming. Het gevaar van informatieverstrekking kan echter zijn, dat Natourdata ongewild een reclameproduct wordt voor een bepaalde bestemming. In sommige gevallen kan Natourdata juist leiden tot een grotere belasting van een locatie, doordat ze meer toeristen aantrekt. Deze mogelijke neveneffecten kunnen gezien de doelstelling van Natourdata en als product van een natuurorganisatie als NC-IUCN niet worden verwaarloosd.

Ten tweede heeft van Meegeren het over de 'bepaalde doelgroep' voor wie de informatie bedoeld is. De uiteindelijke doelgroep die Natourdata wil bereiken zijn toeristen. Deze doelgroep in zichzelf is al divers, van de niet-georganiseerde toerist, de rugzaktoerist en kampeerder, tot de georganiseerde toerist, de mensen die een volledig verzorgde reis boeken. Om de laatste groep te bereiken, blijkt dat de reisbureaus en touroperators een onmisbare schakel vormen in de ontwikkeling van Natourdata. Zij vormen het medium, dat in staat is om Natourdata onder de aandacht van toeristen te brengen. Natourdata moet uiteindelijk een aantrekkelijk toeristisch product worden. Touroperators zijn goed op de hoogte van de wensen en eisen die hun klanten, de toeristen, stellen. Daarom is een goede samenwerking tussen de natuurbeschermingsorganisaties en de touroperators onontbeerlijk voor het welslagen van Natourdata en haar doelstelling: groen en duurzaam toerisme. De eisen die vanuit zowel de natuurbescherming als de toeristische sector aan Natourdata worden gesteld zijn dus veelzijdig, en dienen te worden geïnventariseerd en afgewogen. De meest relevante aspecten van beide groepen voor Natourdata worden hieronder toegelicht.

Natourdata als instrument ten bate van natuurbescherming

Om relevante informatie over natuurbescherming te kunnen geven, zijn verschillende aspecten van belang. Enerzijds dient onderzocht te worden welke negatieve impact toerisme kan hebben op een bepaalde locatie. Vervolgens dient te worden bekeken hoe deze invloed kan worden verminderd door het verschaffen van informatie. Anderzijds zou een juiste informatievoorziening zelfs kunnen leiden tot betere natuur en milieu op de vakantiebestemming, door actieve (financiële) steun van toeristen.

Hiertoe dienen voor een bepaalde locatie eerst een aantal kernvragen te worden gedefinieerd; welke uitingen van toeris-

me zijn schadelijk voor natuur en milieu en dienen te worden vermeld?; hoe zou toerisme kunnen bijdrage aan bescherming van die natuur? Daarbij is het van belang te onderscheiden welke delen van de natuurlijke omgeving door het toerisme worden beïnvloed. Zo wordt de rol van natuurbeschermingsorganisaties, en het NC-IUCN als koepelorganisatie in het bijzonder, bij de ontwikkeling van Natourdata duidelijk. Zij kunnen informatie verschaffen over de consequenties van toerisme op de natuurlijke omgeving. Daarnaast kunnen zij aangeven hoe de druk van het toerisme kan verminderen, en welke kansen er liggen om de natuur zelfs te verbeteren.

Uit het voorgaande blijkt, dat de belangrijkste partner bij het ontwikkelen van de database te vinden is in de toerisme branche. Om van Natourdata een succes te kunnen maken, is het noodzakelijk dat de database ook een grote toeristisch-attractieve waarde heeft.

Natourdata als toeristisch aantrekkelijk product

Net als de natuurbeschermingssector, is ook de toeristische sector zeer veelzijdig. Aan de ene kant is er de gevarieerde vraag van toeristen. Aan de andere kant staat een hele diverse groep van aanbieders van toeristische producten. Gedacht kan worden aan de touroperator die reisprogramma's organiseert, de lokale agent in het vakantieland, de hostess en de lokale bevolking op de bestemming, die via het toerisme inkomen verdient. Het is de bedoeling dat de informatie uit Natourdata in eerste instantie door betrokken touroperators aan toeristen wordt verstrekt. De informatie wordt aan de balie aan de toerist verstrekt, dus in de uitgaande regio, voor aanvang van de reis. Van cruciaal belang is dat de informatie zowel aan natuurbeschermingsbelangen als aan toeristische aspecten voldoet. Vanuit de optiek van de natuurbescherming kan informatie verantwoord zijn. Echter, om het doel daadwerkelijk te bereiken, is meer nodig. Natourdata dient een aantrekkelijk product te worden voor de touroperator om aan zijn klanten te verstrekken, dit kan op papier maar zal gezien de snelle digitale ontwikkelingen on line plaats vinden.

De overwegingen om de informatie uit Natourdata te gaan aanbieden aan toeristen kunnen verschillend van aard zijn. Zo kan op ethische gronden besloten kunnen worden om mee te doen. In Nederland zijn op deze basis al meer initiatieven ontstaan, bijvoorbeeld door de VEBON¹. Recreatieondernemers kunnen vrijwillig een overeenkomst tekenen, waarmee zij zich verplichten goede zorg voor de natuurlijke omgeving te dragen. Door de VEBON vindt regelmatige controle plaats op de naleving van de overeenkomst (VEBON, 1999). Ook zullen economische overwegingen een belangrijke rol spelen om het systeem in gebruik te nemen. Natourdata kan aantrekkelijke informatie verschaffen over vakantiebestemmingen. Deze informatie over de natuurlijke omgeving kan een toegevoegde waarde geven aan een bepaalde vakantiebestemming. Enerzijds dient de informatie in de database dus vanuit het oogpunt van natuurbescherming verantwoord te zijn, terwijl anderzijds de eisen waaraan de informatie vanuit toeristisch perspectief moet voldoen, niet moeten worden onderschat. De centrale vraag is nu, hoe beide belangen in Natourdata in overeenstemming kunnen worden gebracht.

Waar een wil is, is een weg: de noodzaak van samenwerking

Om de doelstellingen van Natourdata te verwezenlijken, maakt het bovenstaande duidelijk dat een goede samenwerking tussen de sectoren natuurbescherming en toerisme onontbeerlijk



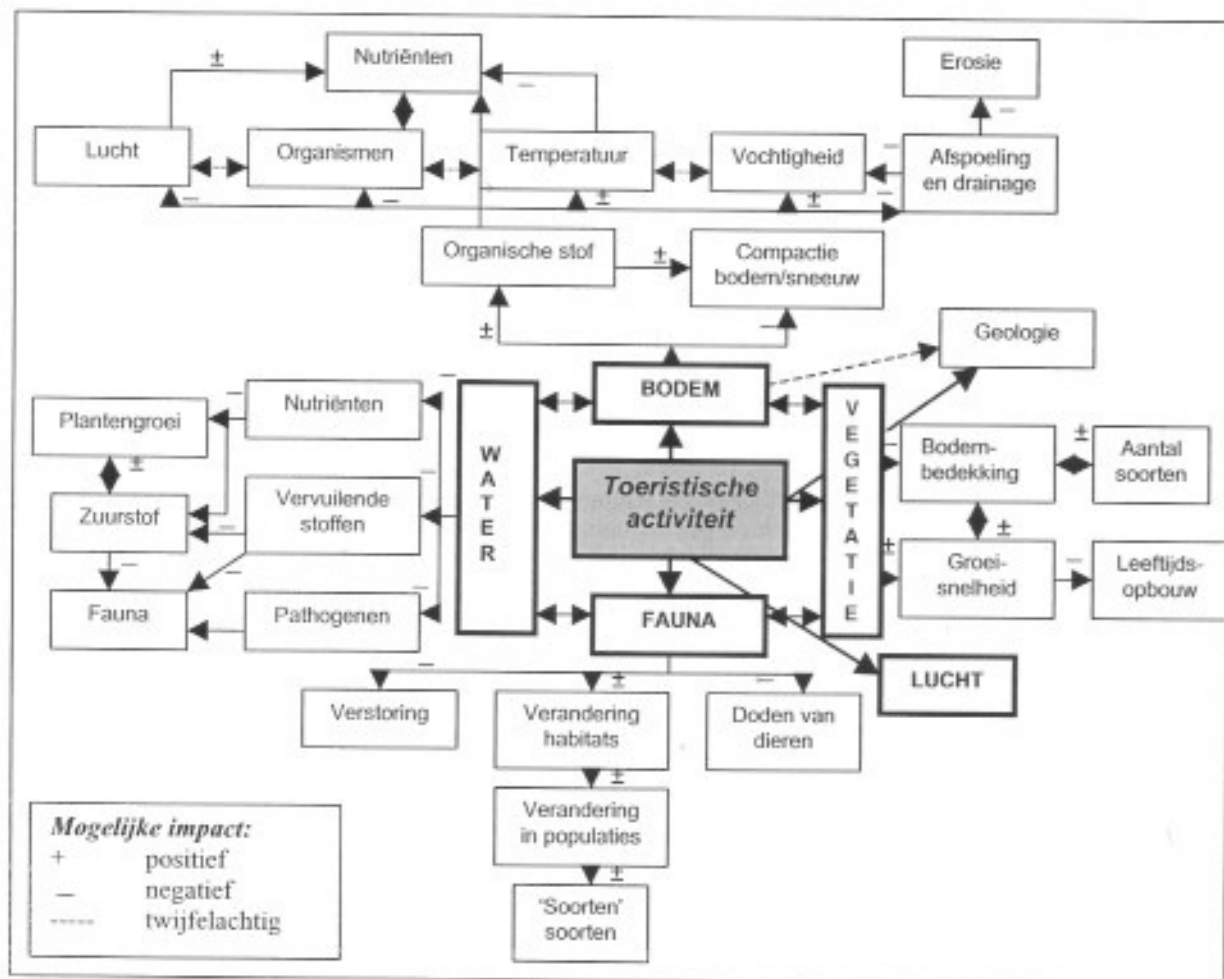
is. In dit geval gaat het dus om de natuurbeschermingsorganisatie NC-IUCN als vertegenwoordiger van natuur en milieu en Nederlandse touroperator als vertegenwoordigers van hun branche, met toeristen als hun klanten.

Tijdens onderhandelingen tussen beide partijen zou het NC-IUCN kunnen aangeven welke natuurlijke waarden op een bepaalde vakantiebestemming speciale beschermingspogingen vereisen. Het is van belang om uit te leggen waarom deze natuurwaarden behouden dienen te worden. Tijdens de

besprekingen kunnen touroperators een beeld schetsen van de manier waarop voor hen Natourdata een toeristisch-attractieve waarde kan krijgen. Zij kunnen antwoord geven op de vraag hoe de inhoud van de database toegankelijk kan worden, vanuit een toeristisch perspectief.

Om te komen tot een invulling van de Natourdatabase die voor iedere partij acceptabel is, zou onderstaand schema van Liddle (1997) een bruikbaar hulpmiddel bij de onderhandelingen kunnen zijn.

Relaties tussen de effecten van toerisme op de natuurlijke omgeving



Bron: Liddle, 1992, p.4

Figuur 1 : Impact van toerisme op de natuurlijke omgeving (naar: Liddle, 1997, p.4).

In dit schema worden de toeristische activiteiten als uitgangspunt genomen. De mogelijke gevolgen op de natuurlijke omgeving worden weergegeven, zowel positief als negatief. Voor de natuurlijke omgeving refereert Liddle aan bodem, water, atmosfeer, vegetatie en fauna. Het schema lijkt vrij uitgebreid, maar is vooral bedoeld om de gecompliceerde relatie tussen toeristische activiteiten en de impact op de natuurlijke omgeving te concretiseren. Aan de hand van dit schema zou de database kunnen worden ingevuld. Beide partijen, zowel NC-IUCN als de touroperators, kunnen aangeven welke soort informatie, over welk aspect van de natuurlijke omgeving, van

belang zijn om weer te geven. Op deze manier kunnen beide partijen zich een beeld vormen van elkaars belangen. Vervolgens kan worden geprobeerd om overeenstemming dan wel een compromis te bereiken over de invulling.

Een voorbeeld. De dolfijn die voorkomt rond de Balearen valt onder de categorie 'Wildlife' in Liddle's schema. Vanuit een natuurlijk perspectief behoort de dolfijn tot de kwetsbare, bedreigde soorten in de archipel. Uit toeristisch oogpunt kan deze dolfijn worden aangemerkt als een flagship species: een populaire en charismatische diersoort, die goed kan dienen als symbool voor grotere beschermingsinitiatieven. Voor beide partijen is de dolfijn dus aantrekkelijk om op te nemen in de database. Extra winstpunt is, dat deze soort eveneens een para-

plu-soort is. Dit betekent dat hij een groot oppervlakte leefgebied nodig heeft, waarin ook vele andere soorten aanwezig zijn (Noss, 1990). Pogingen de dolfijn te beschermen, hebben dus invloed op een veel groter gedeelte van de natuurlijke omgeving, zoals bodem en water. Natuurlijke factoren die minder aantrekkelijk zijn voor de toerist hoeven op deze manier dus niet altijd expliciet te worden vermeld, maar zijn wel 'gedekt' als de beschermingsinitiatieven gericht op de dolfijn effect hebben.

Conclusie

De Natourdatabase kent drie belangrijke aspecten: milieu- en natuurvriendelijker gedrag van toeristen, een toeristisch-attractief aspect en een communicatief aspect. In de eerste plaats is het belangrijk te overwegen wat precies met de informatie bereikt zou moeten worden; is het de bedoeling om het bewustzijn van de toeristische sector te vergroten door het verstrekken van informatie over natuurlijke waarden? Of is het meer de bedoeling om direct het gedrag van toeristen op hun vakantiebestemming te veranderen. Misschien is het zelfs mogelijk dat toeristen een actieve rol gaan spelen in het behoud van de natuur op tijdens de vakantie, door directe steun (vrijwilligerswerk, donaties).

Hieruit blijkt des te meer het belang van de locatie-specifieke informatie. Contacten met natuurbeschermingsorganisaties ter plekke, en met de betrokken lokale bevolking is onontbeerlijk. Om een objectief beeld te krijgen van de toestand van de natuur, is een netwerk van lokale actoren een voorwaarde. Ook kunnen zij informatie verschaffen over lokale acties gericht op natuurbescherming, en de (on)wenselijkheid van toeristen in hun gebied. Met zijn internationale netwerk van leden, kan de IUCN hierin een belangrijke rol vervullen. Om Natourdata te kunnen verwezenlijken, is in de eerste plaats gedegen overleg tussen natuurbescherming en touroperators nodig. Het zal dan

ook niet verbazen dat de organisatie die van oudsher hierin de meeste expertise heeft in toeristische (vooral accommodatie-) informatie, Toeristiek, de meest aangewezen partner zal zijn om Natourdata te gebruiken. Inmiddels wordt er gewerkt aan deze constructie, waarbij een unieke samenwerking tussen een toeristische database en een natuurdatabase ondersteund door veldinformatie van lokale organisaties tot stand kan komen. Hopelijk kan na een proefperiode waarin verkenning van elkaars wensen kan worden uitgetoetst zo concreet mogelijk tot overeenstemming te komen wat betreft de inhoud van Natourdata. Of, zoals de ondertitel van Natourdata luidt:

'Natuur voor toerisme, toerisme voor natuur'

Literatuur:

- Brussel, A. en H. Tomassen, eds (...). *Inleiding milieuproblematiek*. Rijkshogeschool Usselland.
- Cosijn, R. en P. Rens (1999). *Haalbaarheidsstudie Natour Data@ project* in opdracht van het NC-IUCN. Natour Stichting.
- Liddle, M. (1997). *Recreation Ecology*. London: Chapman & Hall.
- Meegeren, P. van (1995). *Milieuvoorlichting. Model voor een planmatige voorbereiding*. Amsterdam: Boom. Derde druk.
- Noss, R. (1990). *Indicators for monitoring biodiversity: a hierarchical approach*. *Conservation Biology*. Volume 4, no. 4, pp.355-364.
- VEBO (1999). *Mondelinge mededeling*. Op Pad Beurs Den Haag.
- Wit, M. de (1999). *Natourdata@ 1999. A view at some possibilities and constraints of the NatourData project*. Stageverslag NC-IUCN.

¹ VeBON: de Vereniging van Buitensport Ondernemingen Nederland. De VeBON adviseert en ondersteunt haar leden bij het organiseren van sportieve activiteiten en vakanties. Het VeBON-lidmaatschap is een garantie voor kwaliteit. VeBON-bedrijven werken met respect voor natuur en milieu. Ongewenste zaken als het achterlaten van afval, het veroorzaken van geluidsoverlast en het beschadigen van bomen of struiken worden voorkomen. Indien onverhoopt toch schade ontstaat, wordt dit zo goed mogelijk hersteld.



Landschap Oost-Turkije

Duurzaam plattelandstoerisme

ECEAT, het Europees Centrum voor Eco Agro Toerisme, is de enige internationale organisatie, die gespecialiseerd is in het bevorderen van duurzaam plattelandstoerisme.

ECEAT (opgericht 1993) staat voor een Europees netwerk van NGO's en beschouwt het als zijn missie duurzaam toerisme in het landelijk gebied in Europa te bevorderen.

ECEAT wil op die manier een bijdrage leveren aan een beter plattelandsmilieu, duurzaam landgebruik en behoud van waardevolle cultuur- en natuurlijke landschappen.



Conclusies en aanbevelingen

Willem Ferwerda, Marc Hoogeslag

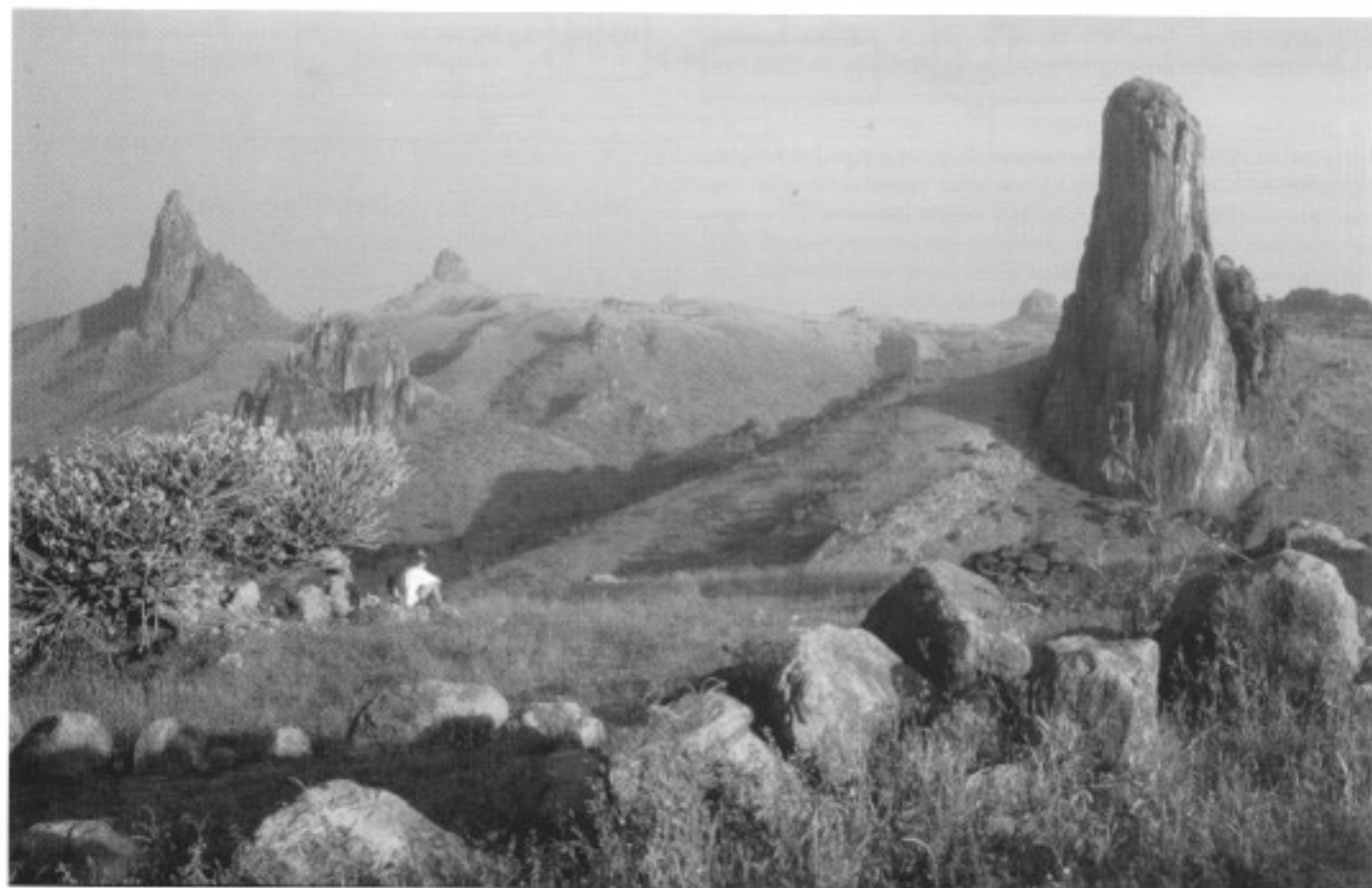
Uit de verschillende artikelen in deze uitgave komt duidelijk naar voren dat de reisbranche en daaruit voorkomende toeristische ontwikkelingen voor een belangrijk deel afhankelijk zijn en gebruik maken van (ongerepte) natuur. Dit heeft regelmatig geleid tot onherstelbare schade aan tal van ecosystemen en lokale, inheemse culturen en haar bevolking. Gelukkig begint hierin de laatste jaren verandering in te komen. Er begint binnen de toeristische sector meer aandacht te komen voor duurzaamheid, dat bijdraagt aan behoud van biodiversiteit en inheemse culturen en mensen respecteert. Alle actoren zullen er naar moeten streven om de negatieve effecten van toerisme op natuur, inheemse bevolking en hun cultuur te minimaliseren. Daarnaast wordt toerisme geacht bij te dragen aan duurzaam beheer en behoud van natuur en het stimuleren van de lokale economische en sociale ontwikkeling. Tot op heden gebeurt dit slechts in een klein aantal gevallen. Om dit te bereiken is volledige bereidheid nodig van de reisbranche en een toename van de bewustwording van de toeristen – op basis van een gelijkwaardige samenwerking met andere actoren, zoals

overheid en niet-gouvernementele organisaties, zowel in het nationale als internationale veld.

Bij de toerist zelf is het begrip 'duurzaam toerisme' en de noodzaak tot handelen nog onvoldoende doorgedrongen; toch ook de toerist kan door zijn keuze van vakantie en zijn manier van handelen op vakantie bepalend zijn voor het behoud en de actieve bescherming van natuur en cultuur. Daarom is het van groot belang om ook de toerist hierover te benaderen en actief van de noodzaak van duurzaam toerisme te overtuigen en hem daarin ook te laten participeren, onder meer door het bieden van een handelingsperspectief.

Aanbevelingen

De belangrijkste aanbeveling is dat er gestreefd moet worden naar samenwerking op alle niveaus en voor alle actoren, zowel in de nationale en internationale context. Toerisme is internationaal: zonder internationale samenwerking is er geen vooruitgang.



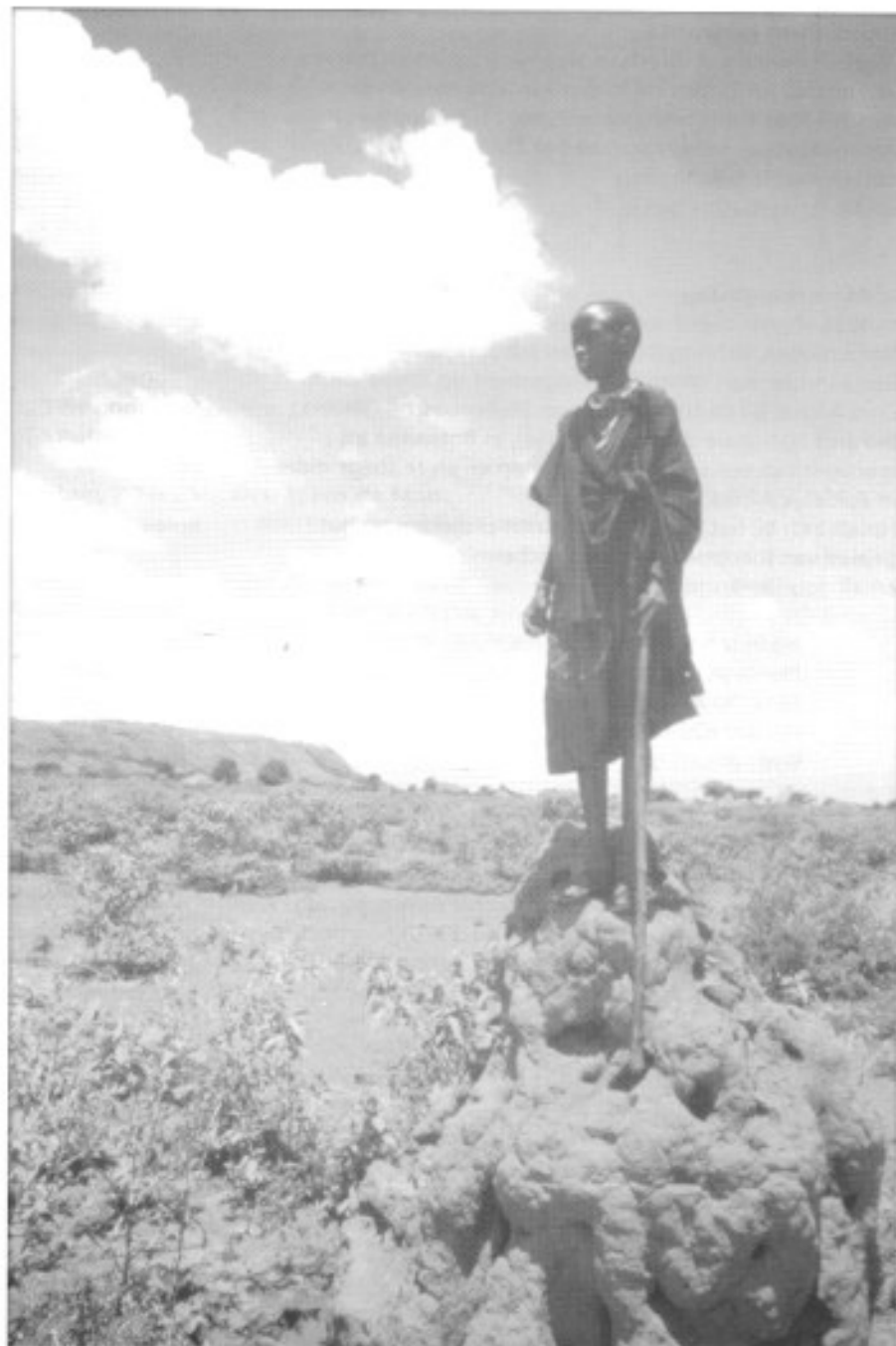
Landschap bij Rumsiki, Kameroen

Verder wordt aanbevolen dat:

- alle partijen in de toeristische keten hun eigen verantwoordelijkheid invullen als het gaat om behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit in relatie tot toerisme;
- de reisbranche – vanuit een lange termijn visie – partner in natuurbehoud wordt, waarbij de betrokkenheid van de lokale bevolking in de bestemmingslanden en de ontwikkeling, management en opbrengsten uit het toerisme worden versterkt. Hierbij kan gedacht worden aan het instellen van financiële mechanismen (die bijvoorbeeld geld van de toerist naar de lokale NGO's kunnen laten vloeien voor aankoop en beheer);
- de hoeveelheid kennis over milieu en biodiversiteit binnen de toeristische sector (en het onderwijs), te gebruiken bij voorlichting van de consument, wordt vergroot (onderwijs, natuurinformatie);
- het begrip 'duurzaamheid' integraal moet worden meegenomen in nationale en internationale toeristische planning, bij de toeristische ontwikkeling van gebieden (in eerste instantie bij Nederlandse betrokkenheid, maar zo spoedig mogelijk internationaal) en bij het maken van reisprogramma's;
- koepelorganisaties binnen de toeristische sector hun leden zullen wijzen op, en informeren over niet-duurzame activiteiten (die vaak schadelijk zijn voor natuurgebieden) en die leden hulp verlenen bij het opzetten van duurzame alternatieven;
- samenwerking binnen toeristische sector op nationaal en internationaal niveau, dat een voorwaarde is om duurzaam toerisme en natuurbehoud met behulp van toerisme tot een succes te maken (bijvoorbeeld het *tour operator initiative for sustainable tourism development* en de *IFTO environmental policy*, wordt gestimuleerd);
- natuur- en milieuorganisaties samenwerken met de reisbranche, vooral op het gebied van informatie, netwerken en diensten, ten behoeve van natuurbehoud ter plekke, maar ook ten behoeve van kwaliteitsverbetering en verduurzaming van het reisproduct;
- ondanks genoemde samenwerking natuurorganisaties aan de bel trekken indien vertegenwoordigers van de reisbranche en/of nationale overheden toeristische activiteiten ondernemen die aantoonbaar het milieu en/of de biodiversiteit op een bepaalde bestemming schaden (overschrijding *carrying capacity*, aantasting zonerings, vervuiling, infrastructuur). Idem voor inheemse volkeren en hun organisaties;
- NGO's en overheden aandringen op een onafhankelijke en deskundige

toetsing ten aanzien van ecologische en sociale effecten (milieu effect rapportage) bij financiering van toeristische ontwikkelingsprojecten door ontwikkelingsbanken en multilaterale organisaties;

- goede samenwerking op zowel nationaal (Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu) als internationaal vlak (in het kader van de conventies als CBD, CITES, Antarctica, Kyoto, het CSD proces en organisaties als World Tourism Organization, IFTO, UNEP, EU en IUCN), zowel binnen de sector, tussen overheden, en NGO's en tussen herkomst- en bestemmingslanden van groot belang is;
- verbetering van de voorlichting gericht op de consument over milieu, natuur en toerisme gerealiseerd zal worden, waarbij gestreefd moet worden naar kwaliteitskeurmerken die zullen moeten aansluiten op bestaande initiatieven.



Maasai, Longido Tanzania



Auteurs:

Mr. Drs. Cas Besselink

Internationaal jurist. Is werkzaam bij het Nederlands Comité voor IUCN (NC-IUCN) als hoofdredacteur van de uitgave 'Ecologie & Ontwikkeling' en is sinds begin januari 2000 hoofd publiciteit en personeel en adj. directeur.
email: casb@nciucn.nl

Drs. Willem Ferwerda

Tropisch ecooloog. Is directeur algemene zaken en secretaris van het NC-IUCN. Werkte in een aantal landen en in verschillende functies in het toerisme (in Europa en Latijns Amerika) en als beheerder van een fonds om tropisch regenwoud te beschermen.
email: ferwerda@nciucn.nl

Ir. Marc Hoogslag

In 1996 afgestudeerd aan de Landbouw Universiteit te Wageningen, richting Beheer van Natuurlijke Bestaansbronnen (Wildlife Management op Aruba en in Zuid-Afrika, bij de Universiteit van Stellenbosch). Gewerkt in Parco Nazionale d'Abruzzo (Italië), in Botswana als manager van een safari-hunting camp en als reisbegeleider in Zuidelijk Afrika.
Houdt zich bij het NC-IUCN bezig met projecten op het gebied van toerisme en natuurbescherming.
email: tourism@nciucn.nl

Nederlands Comité voor IUCN
Plantage Middenlaan 2B
1018 DD Amsterdam
tel. 020 626 1732
www.nciucn.nl

Ir. Henk Eggink is als senior beleidsmedewerker werkzaam bij de Directie Natuurbeheer van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij. Hij is actief op het vlak van internationaal natuurbeheer, waaronder coördinator voor het thema "natuur en uitgaand toerisme".

Ministerie van LNV
Directie Natuurbeheer, afd. Internationale Zaken
Postbus 20401
2500 EK Den Haag
tel. 070 378 5009
email: h.j.eggink@n.agro.nl

Drs. Gerard Couvreur

Algemene Nederlandse Vereniging voor Reisorganisatoren
Secretaris afdeling Reisorganisaties en voorzitter
Initiatiefgroep Natuur en Milieu

Postbus 55
3453 ZH de Meern
tel. 030 669 7033
email: gcouvreur@anvr.nl

Professor Nico Visser

Is hoogleraar Duurzame Toeristische Ontwikkeling bij de NHTV en manager Duurzaam Toerisme Travel Unie (TUI).
Volmerlaan 3
Po box 157
2280 AD Rijswijk
tel. 070 307 6436
email: nico.visser@travelunie.nl

Drs. Ton van Egmond

Senior Lecturer Tourism Studies NHTV
Postbus 3931
4800 DX Breda
email: egmond.a@nhtv.nl

Drs. Toine De Jong

Bioloog en directeur SNP Natuurreizen
Postbus 1270
6501 BG Nijmegen
tel. 024 327 7090
www.snp.nl

Dhr. Peter van Maanen

Directeur Afriesj Reizen
C. Krusemanstraat 9
1075 NB
Amsterdam
tel. 020 662 3953
www.afriesj.nl

Dhr. Rik Jan Viezee

Directeur Baobab Reizen
Haarlemmerstraat 24-26
1013 ER Amsterdam
020 627 5129
www.baobab.nl

**Dhr. Ron Heeren**

Directeur NS Travel Group
 Jaarbeursplein 17
 Postbus 2513
 3500 GM Utrecht
 tel. 030 297 7140
 email: ronheeren@nstravel.nl

Dhr. Robert Sinke

Beidsmedewerker Algemeen Ledenbelang
 en vertegenwoordigt het
 ANWB-lidmaatschap bij de IUCN

ANWB/ALB
 Postbus 93200
 2509 BA Den Haag
 tel: 070 314 6944
 email: rsinke@anwb.nl

Drs. Kike Olsder

Milieukundige. Werkte een jaar bij the Ecotourism Society in Vermont, momenteel werkzaam op de afdeling Duurzaam Toerisme van Travel Unie Nederland. Daarnaast werkzaam voor Plantations Porto Mari (ontwikkeling van een duurzaam vakantie-oord op Curaçao) en secretaris van de Initiatiefgroep Uitgaand Toerisme, Natuur en Milieu.
 email: duurzaamtoerisme@travelunie.nl

Drs. Marnix Viëtor

Is secretaris en projectleider van de stichting Nederlands Alpenplatform, (NAP), een samenwerkingsverband van ANWB, Nederlandse Skivereniging, Nederlandse Klim en Bergsportbond (NKBV) en de Nederlandse Milieugroep Alpen. NAP bevordert d.m.v. Europese samenwerking duurzame ontwikkeling van bergtoerisme.
 Stichting Nederlands Alpenplatform

p/a ANWB/ALB
 Postbus 93200
 2509 BA Den Haag
 tel: 070 314 6944
 email: mviëtor@anwb.nl

Ir. Joop Spijker

Voorzitter van de Stichting Nederlandse Milieugroep Alpen (NMGGA). De NMGGA bevordert bescherming van natuur en milieu in de Alpen. Verder werkzaam bij Alterra, Research-Instituut voor de Groene Ruimte, als wetenschappelijk onderzoeker stedelijk groen.

Secretariaat NMGGA
 Teucheniusshof 15
 5631 NG Eindhoven
 tel. 040 281 4784
 email: j.h.spijker@alterra.wag-ur.nl

Ir. Roel Cosijn

Bioloog en directeur van Ecovolunteer. Cosijn werkte in de jaren tachtig voor diverse natuurorganisaties en overheden en instellingen. In de jaren negentig was hij manager van Wolftrail Natuurreizen waar hij het Ecovolunteer programma ontwikkelde. Sinds medio 1998 is hij eigenaar-directeur van de nu onafhankelijke organisatie Ecovolunteer Program. Ecovolunteer draagt concreet bij aan natuurbehoud.
www.ecovolunteer.nl

Drs. André Brasser

Is werkzaam als Communicatie Manager Bossenprogramma van het Wereld Natuur Fonds
 email: abrasser@wvfn.net

Drs. Arnold van Kreveld

Bioloog en werkzaam als programma manager Bossen van het Wereld NatuurFonds en Bestuurslid PAN PARKS
 email: akreveld@wvfn.net

WNF
 Postbus 7
 3700 AA Zeist
 tel. 030 693 7382
www.wnf.nl

Drs. Frans de Man

Is directeur van de Retour Stichting.

Postbus 1570
 6501 BN Nijmegen
 tel. 024 360 6224
www.do.nl/retour

Drs. Peter Rens

Is voorzitter van de Natour Stichting. De Natour Stichting stimuleert innovaties op het raakvlak van ecologie en toerisme. Natour houdt zich bezig met onderzoek en bevordert de ontwikkeling van nieuwe ideeën, die zij helpt uitvoeren.

Natour Stichting
 Meijersweg 29
 7553 AX Hengelo
 email: p.g.rens@natour.org

**Ir. Birgit Elands**

Is als post-doc onderzoeker verbonden aan de leerstoelgroep Bosbeleid en Bosbeheer van Wageningen Universiteit. Ze is coördinator van een Europees onderzoek naar de (potentiele) rol van bos en bosbouw in plattelandsontwikkeling. De mate waarin een samenhang kan worden geconstateerd tussen toeristische motieven en hun tijd-ruimte gedrag c.q. het toeristische gebruik van een regio staat in haar promotieonderzoek centraal.

Wageningen Universiteit
Leerstoelgroep Bosbeleid en Bosbeheer
Postbus 342
6700 AH Wageningen
tel. 0317 478018 / 478008

Drs. Rene van der Duim

Is als universitair docent verbonden aan de leerstoelgroep Sociaal-ruimtelijke Analyse (met bijzondere aandacht voor recreatie & toerisme) van Wageningen Universiteit. Hij coördineert projecten in Kenia en Costa Rica en houdt zich vooral bezig met de relatie tussen toerisme en duurzame ontwikkeling.

Wageningen Universiteit
Leerstoelgroep Sociaal-ruimtelijke Analyse
Gen. Foulkesweg 13
6703 BJ Wageningen
tel. 0317 485395

Drs. Maaïke de Wit

Studeerde sociale geografie met als afstudeerspecialisatie milieugeografie van midden en hoge inkomenslanden aan de Universiteit van Amsterdam. Ze deed haar stage bij NC-IUCN over NatourData is tijdelijk werkzaam geweest bij het European Centre for Nature Conservation in Tilburg.
email: tourism@nciucn.nl



Organisaties actief op het gebied van duurzaam toerisme en natuurbescherming:

SNV

Bezuïdenhoutseweg 161
2594 AG Den Haag
tel. 070 344 0139
email: informatie@snv.nl
www.snv.nl

European Centre for Eco Agro Tourism (ECEAT)

Postbus 10899
1001 EW Amsterdam
tel. 020 463 7624
email: eceat@antenna.nl
www.pz.nl/eceat

SME MilieuAdviseurs

Australiëlaan 14
Postbus 13030
3507 LA Utrecht
tel. 030 280 2444
email: sme@sme.nl
www.sme.nl

Nederlands Centrum voor Inheemse Volken (NCIV)

Postbus 94098
1090 GB Amsterdam
tel. 020 69 38625
email: nciv@antenna.nl
www.nciv.net

Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling (NCDO)

Postbus 18184
1001 ZB Amsterdam
Tel. 020 550 3555
www.ncdo.nl

Tour Operators Initiative for Sustainable Tourism Development

Info: Tour Operators Initiative
United Nations Environmental Programme
email: Unep.tie@unep.fr
www.unepie.org

The Eco Tourism Society

www.ecotourism.org

EcoNETT

European Community Network for Environmental Travel & Tourism
www.econet.org

Tourism Concern

For responsible and sustainable tourism
www.tourismconcern.org.uk

Conservation International

The Eco tourism Program
www.conservation.org

Fotoverantwoording:

Jan Jansen: bladzijde 8, 20, 22, 27, 30, 43, 60

Henk Eggink: bladzijde 13, 35, 48

Cas Besselink: bladzijde 11, 17, 18, 42, 56, 59

SNV: bladzijde 15, 61

Willem Ferwerda: bladzijde 7, 18, 28, 29, 33, 54, 55

Marnix Viétor: bladzijde 23, 25

Petra van Veelen: bladzijde 44





Natuur & Toerisme is een speciale uitgave van Ecologie & Ontwikkeling, een tweemaandelijks verschijnend tijdschrift van het Nederlands Comité voor IUCN.

In een aantal bijdragen wordt in Natuur & Toerisme ingegaan op de problematiek rond uitgaand toerisme in relatie tot natuur en wordt de visie van de verschillende betrokken actoren weergegeven; er worden enkele specifieke cases besproken waarbij ook wordt gekeken naar de positieve effecten die het toerisme zou kunnen hebben op behoud en bescherming van natuur en milieu. In een apart deel wordt verder ingegaan op de noodzaak van bewustwording en de functie die informatie en educatie daarin kunnen hebben.