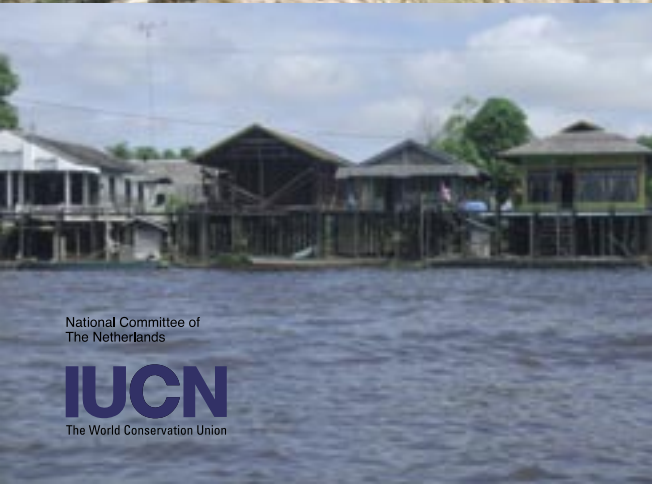




Bestemming Natuur

Lessen voor touroperators en natuurbeschermers

Waarom zou een touroperator met een natuurbeschermingsproject in zee gaan? Wat zijn sleutels tot succes en wat zijn garanties voor mislukking? Waar hebben toeristen en natuurbeschermers iets aan elkaar? Lees hier in vogelvucht de lessen uit de steun die IUCN NL gaf aan kleinschalig natuurtoerisme tussen 2004 en 2006.



National Committee of
The Netherlands

IUCN
The World Conservation Union

Toerisme als ei van Columbus?

Belangrijke natuurgebieden liggen vaak in ontwikkelingslanden, waar het geld ontbreekt om de biodiversiteit effectief te beschermen. Tegelijkertijd zijn (internationale) touroperators op zoek naar nieuwe uitdagingen voor toeristen die ver willen reizen voor een unieke ervaring.

Is kleinschalig natuurtoerisme het ei van Columbus voor beide belangen?

BERGGORILLA

Het lijkt de ideale oplossing: toeristen betalen om de zeldzame berggorilla in zijn natuurlijke omgeving te zien of een voettocht door het tropische regenwoud te maken. Met dat geld kan de gorilla beter beschermd worden tegen stropers die het op zijn vlees hebben gemunt en de illegale houtkappers kunnen voortaan hun brood verdienen door toeristen te gidsen.

NUANCES

De kleinschalige natuurtoerisme-

projecten die IUCN NL tussen 2004 en 2006 ondersteunde, vertellen een iets genuanceerder verhaal. Als het onder de juiste voorwaarden gebeurt, kunnen natuur en toeristen inderdaad veel plezier aan elkaar beleven. Maar de komst van toeristen op zich is geen enkele garantie voor de effectieve bescherming van een waardevol natuurgebied. En het biedt ook niet vanzelfsprekend voldoende inkomen aan de mensen die er wonen en werken. Hoewel toerisme dus geen ei van Columbus is, kan het natuurbeschermingsprojecten wel ondersteunen of zelfs mogelijk maken.

VERHELDERENDE INZICHTEN

IUCN NL beschrijft in deze brochure haar ervaring met 27 projecten in ontwikkelingslanden, die natuurbescherming combineren met natuurtoerisme. Hoewel het allemaal kleinschalige projecten zijn en de steun nooit langer dan een jaar heeft geduurd, bieden hun ervaringen toch verhelderende inzichten: hoe werkt de combinatie natuurbescherming en toerisme in de praktijk? Waarmee moet je rekening houden als touroperator die overweegt met een natuurbeschermingsorganisatie in zee te gaan?



KAMPEERTERRAIN

In het nationaal park Tangkoko, op Noord-Sulawesi (Indonesië) vormden toeristen een groeiend probleem. Ze haalden de begroeiing weg om hun tentjes te kunnen opzetten en verjoegen met hun kampvuuren de schildpadden, die hun eieren op het strand legden. Bovendien voerden ze de groep zwarte kuifmakaken die in het gebied leeft, waardoor ze hun natuurlijke mensenschuwheid verloren. De makaken reageerden zelfs agressief op toeristen. Om het tij te keren richtte een groep jonge mensen een aantrekkelijk kampeerterrein in, compleet met afvalcontainers en sanitaire voorzieningen. Toeristen trekken steeds vaker naar dit terrein en richten daardoor elders minder schade aan. Ook gaven de initiatiefnemers lokale bewoners een training als gids, zodat ze wat kunnen verdienen aan het rondleiden van toeristen. Bijkomend effect is dat de illegale stropers niet langer ongestoord hun gang kunnen gaan in het oerwoud. Een aantal stropers heeft eieren voor zijn geld gekozen en ondersteunt nu de natuurbeschermers.



Succes of falen: de lokale bevolking

'Dankzij de ontwikkeling van het toerisme hier, is de lokale bevolking de dolfinen meer gaan waarderen. Met als resultaat: bescherming van de populatie en haar leefomgeving.'

Danielle Krebs, projectleider bij YK-RASI, Kalimantan, Indonesië.

De kleinschalige natuurbehoudprojecten die IUCN NL ondersteunde laten zien dat lokale natuurbeschermers onder bepaalde voorwaarden heel goed kunnen samengaan met westerse touroperators. Sommige projecten wisten succesvol toeristen aan te trekken én de biodiversiteit te beschermen. Maar andere pogingen zijn ondanks veel inspanningen mislukt. Wat zijn belangrijke slagingskansen en faalfactoren?

SLEUTEL TOT SUCCES

Voor de initiatiefnemers is misschien wel de belangrijkste sleutel tot succes: vergeet nooit de lokale bevolking te betrekken bij het project. Projecten die dat over het hoofd zien, of die mensen onvoldoende of te laat een rol laten spelen, zijn gedoemd te mislukken. Bewoners dragen vaak zelf bij aan natuurvernietiging, omdat ze het belang van natuurbescherming niet zien of omdat ze hun geld verdienen met stropen, houtkappen of vissen met schadelijk visgerei. Allereerst moet voor de bewoners duidelijk worden wat het belang is van natuurbescherming in hun omgeving. Maar ook: welk voordeel zij ervan kunnen verwachten.

FALSE VERWACHTINGEN

False verwachtingen zijn dodelijk voor het project. Wat een leuk

plan is voor de ene bewoner, hoeft dat helemaal niet te zijn voor een andere. Vaak weten mensen niet hoeveel tijd en moeite ze moeten investeren, voor ze eventueel een inkomen overhouden aan het toerisme. En als het toerisme niet voldoende oplevert, zullen ze gewoon doorgaan met stropen, kappen of vissen, hoe bewust ze zich inmiddels ook zijn van de schadelijke gevolgen.

DRAAIEND HOUDEN

Dat legt veel verantwoordelijkheid bij de natuurbeschermings- of ontwikkelingsorganisaties of de touroperators die het initiatief nemen voor een natuurtoerisme-project. Arme gemeenschappen zijn



vaak te slecht georganiseerd en hebben te weinig ervaring om zelf zo'n project op te zetten. Maar als de initiatiefnemers vertrekken, zal de lokale bevolking de boel wel draaiend moeten houden. Doet ze dat niet, omdat ze het belang ervan niet inziet of omdat ze niet weet hoe, dan stort de toeristische trekpleister in en is het afgelopen met de natuurbescherming.

TROTS EIGENDOM

Een eigen stichting of commercieel bedrijf, gerund door de lokale gemeenschap, dat het beheer van een toerisme-project op zich neemt vergroot de overlevingskansen aanzienlijk. Het toerisme-project is dan hun trotse eigendom én hun eigen verantwoordelijkheid. Als het dan ook nog lukt om overheden en officiële instanties enthousiast te krijgen voor het natuurtoerisme, zijn het effect en de reikwijdte van het project in een klap een stuk groter.



MABAMBA-BUSI

Niet ver van de Oegandese hoofdstad Kampala ligt het natuurgebied Mabamba-Busi. Hier hebben lokale touroperator Shoebill Safaris en organisatie SCORE de handen ineen geslagen om tegelijkertijd meer toeristen te trekken én de bedreigde schoenbek ooievaar te beschermen. Met succes. Ze staken veel tijd in voorlichting aan en training van de lokale bevolking. Dat moest ook wel: de bewoners waren half analfabeet, wisten nauwelijks iets van toerisme en dachten al snel dat de trainingen niks voor hen waren of te veel tijd kostten. Maar het werkte. Na verloop van tijd bleek zelfs dat veel bewoners de trainingen die ze kregen in teamwork, leiderschap en rondleidingen belangrijker vonden dan het geld dat ze aan toeristen verdienden. Vrijwilligers organiseerden zich in comités die allemaal een onderdeel van het project onder hun hoede hadden. Zo werd het terrein een stuk schoner nadat een van de comités regels uitvaardigde over het verzamelen en verbranden van afval.

De bevolking was trots op het succes van het project en de waardering die ze kreeg. De marketing verbeterde, er kwamen aanwijsborden langs de weg te staan, de sanitaire voorzieningen werden opgeknapt. De gidsen leerden dat toeristen het heel onprettig vinden als ze gaan staan ruziën over wie de groep mag rondleiden. Ze vonden een praktische oplossing: een rouleersysteem en een vaste prijs. Toeristen die het project bezochten merkten de verbeteringen en de vriendelijker behandeling door de gidsen: ze gaven grotere fooien, kwamen nog eens terug of vertelden thuis enthousiaste verhalen over Mabamba-Busi.

Succes of falen: beheer en marketing

Een andere sleutel tot succes is eigenlijk heel voor de hand liggend: een goede planning en beheer. Hoe manage je groepen toeristen in een natuurgebied? Hoe zorg je ervoor dat ze de natuur niet beschadigen, dat ze zich aan de regels houden en zich toch uitstekend vermaken? Dat ze goed te eten krijgen, het sanitair op orde is en ze hun afval kwijt kunnen? Waar kan toerisme wel en waar echt niet?



NATUURSCHADE

Als je een bezoekerscentrum bouwt en wegen aanlegt, gaan er altijd bomen of andere begroeiing tegen de vlakte, worden dieren opgeschrikt en ecosystemen vernietigd. Toeristen vertrappen de planten, nemen 'souvenirs' mee en laten afval achter. Ze verstoren de rust van dieren. Bovendien zijn ze grootverbruikers van water, voedsel en andere grondstoffen.

Initiatiefnemers moeten zich vooraf afvragen: weegt die schade door toeristen op tegen de schade die bijvoorbeeld houtkappers of stroppers nú aanrichten?

HOEVEEL TOERISTEN?

Ook als de toeristen eenmaal zijn gearriveerd, moet het management in de gaten houden hoeveel toeristen de natuur aan kan. Zo worden de prijzen voor bootexcursies naar de bedreigde Irrawaddy dolfijn, als YK-RASI

merkt dat het gedrag van de dolfijnen verandert door de boottochten. Het aantal bezoekers daalt dan vanzelf. Elders probeert een organisatie toeristen te trekken buiten het hoogseizoen, om zo de druk op de natuur te verminderen. Ze passen de wandelroutes en voorzieningen aan, zodat een bezoek toch aantrekkelijk blijft.

GETEMPERDE VERWACHTINGEN

Overspannen verwachtingen van toeris-

WITTE WOESTIJN

De Witte Woestijn in Egypte heeft te lijden onder het toenemend aantal toeristen dat hier rond raast in een jeep. De jeepsafari's worden aangeboden door de lokale bevolking, die graag een graantje meepikt van de groeiende populariteit van hun woestijn. De safari's gaan niet alleen ten koste van de biodiversiteit, de toeristen verliezen ook het gevoel dat ze iets bijzonders meemaken: in het zand zien ze de vele sporen van jeeps die hen zijn voorgegaan en 's avonds stikt het van de kampvuurtjes in de 'verlaten woestijn'. De organisatie Al Hayah heeft daarom samen met overheidsinstanties een managementplan gemaakt. Na gedegen onderzoek is de Witte Woestijn ingedeeld in drie zones: een ongerept gebied waar niemand in mag, een hoogwaardig natuurgebied waar een klein aantal toeristen - te voet of per kameel - mag komen en een zone waarin toeristen welkom zijn. De managementmethoden verschillen per gebied: in het eerste wordt vooral gepatrouilleerd, in het tweede wordt het aantal toeristen streng gereguleerd en in het derde ligt de nadruk op onderhoud van het gebied en beperking van de negatieve gevolgen voor de natuur.



ten dienen bijtijds te worden getemperd. Zoals in Nieuw-Zeeland, waar bezoekers verwachtten dat ze de zeldzame koningsalbatrossen konden aanraken en broodkruimels voeren. Maar hun lawaai en flitslichten verstoorde het broed-gedrag van de vogels. De organisatie had dit gelukkig op tijd in de gaten en lichtte de toeristen uitvoerig voor over de kolonie albatrossen. Gidsen waakten ervoor dat de bezoekers zich aan de regels hielden en de vogels niet stoorden. Zo bleef toerisme naar deze bijzondere plek mogelijk.

WAAR ZIJN DE TOERISTEN?

Vol enthousiasme gaan sommige projecten van start: voor je het weet staat er een mooi bezoekers-centrum. Bewoners zijn omgeschoold tot lokale gidsen die de

toeristen van alles kunnen vertellen over hun bijzondere omgeving. Maar waar zijn de toeristen? Dat hebben de initiatiefnemers even over het hoofd gezien: de toeristen weten nog niet dat het project bestaat. Laat staan dat ze warm zijn gemaakt voor een reis daar naartoe.

MARKETING

Marketing is een essentiële voorwaarde om een duurzaam toerisme-project tot een succes te maken.

DE LOKALE TOERISTENMARKT

De natuurbeschermers die een toerismeproject starten, richten zich vaak vanzelfsprekend op de internationale toeristenmarkt. Daar zit immers het grote geld. Maar soms is de lokale markt veel interessanter én beter bereikbaar. Bezoekers kunnen een dagtocht maken – dan heb je veel minder faciliteiten nodig. Toeristen uit eigen land stellen vaak lagere eisen aan comfort en kwaliteit dan de verwende westerse toerist. Taalproblemen zijn er niet. Bovendien stort deze markt niet meteen in als een land wordt geteisterd door politieke onrust of natuurgeweld.

Al tijdens de ontwikkeling van het project moeten de initiatiefnemers zich afvragen wat de wensen en behoeften van hun toekomstige bezoekers zijn. Komt dat wel overeen met het aanbod? Of verzinnen ze een project waar straks niemand op afkomt? Als het aanbod klopt, moeten ze vervolgens nog bedenken hoe ze potentiële klanten gaan bereiken. Twee vragen dus: wat bied je toeristen en hoe zorg je ervoor dat ze weten hoe aantrekkelijk je project is?



HOUTKAPPERS WORDEN GIDSEN

In Noord-Sumatra, Indonesië lukte het om zowel de situatie voor de lokale bevolking te verbeteren als de biodiversiteit te beschermen. Aan de rand van het nationaal park Gunung Leuser in een van laatste resterende laagland regenwouden, ligt het dorpje Tangkahan. Tot ergernis van de parkwachters kapten veel bewoners illegaal bomen in het park. Na het zoveelste conflict richtten bewoners – met steun van het Indonesische Netwerk voor Ecotoerisme INDECON - in overleg met de parkleiding een toerismeorganisatie op. Ze spraken af dat het dorp ruim 10.000 ha. grond onder zijn beheer kreeg, waarvan slechts 300 ha. voor ecotoerisme gebruikt mocht worden. In ruil daarvoor stopten ze met de illegale houtkap. De voormalige houtkappers gingen aan de slag als gids en zetten wandelroutes uit in het nationaal park.

Maar in de eerste jaren bleef hun inkomen lager dan ze met de illegale houtkap hadden verdiend. INDECON startte daarom een nieuw project, dat de marketing én het toeristische aanbod moest verbeteren. Met succes: inmiddels zijn maar liefst 73 mensen fulltime aan het werk dankzij het toerismeproject: gidsen, stafmedewerkers voor de lodges en het restaurant, maar ook boeren die voedsel leveren aan de toeristen. Om onderlinge conflicten te voorkomen is de helft van de winst voor de bewoners en gaat de andere helft naar gemeenschapsfondsen voor de twee dorpen die erbij zijn betrokken.



Reizen naar ongerepte natuur

Survival in een tropisch woud, **raften** op een woeste rivier, dolfijnen kijken, jeepsafari's of reizen voor botanisch geïnteresseerden: 'exotische' natuur staat garant voor een keur aan interessante bestemmingen. Maar natuur heeft meer te bieden voor een touroperator die zich wil onderscheiden op de markt van 'avontuurlijke' reizen.



UITDAGENDE NICHE

Kleinschalig natuurtoerisme biedt een uitdagende niche in deze markt: toeristen bezoeken een bijzonder natuurgebied, waar ze zonder die reis niet snel zouden komen.

Bovendien profileert de reisorganisatie zich als een maatschappelijk verantwoorde onderneming. De komst van toeristen helpt immers mee aan de verdere bescherming van het gebied.

MAATSCHAPPELIJKE VERPLICHTING

Steeds meer touroperators zien natuurtoerisme ook als een maatschappelijke verplichting. Ze organiseren immers reizen naar kwetsbare gebieden. Hoe robuust een tropisch oerwoud er ook uitziet, hoe woest de oceaangolven ook tegen de rotsen beuken... natuur is niet onkwetsbaar. Met natuur moet je zorgvuldig omgaan.

WELBEGREPEN EIGENBELANG

Maar natuurbescherming door reis-

organisaties is niet alleen een kwestie van maatschappelijke verantwoordelijkheid. Op langere termijn speelt ook welbegrepen eigenbelang een rol. Zonder schone, ongerepte natuur ben je als organisator van exotische reizen je belangrijk reisdoel kwijt. Verdwijnt de zeldzame dolfijn of het vertederende neusbeertje, verdroogt een populaire vogeltrekplaats of razen bismachines door het tropische oerwoud – dan verdwijnen ook de toeristen.

DE IRRAWADDY DOLFIJN

In de Mahakam-rivier in Kalimantan, Indonesië leeft een zelfdzame populatie zoetwaterdolfijnen. Van deze Irrawaddy-dolfijn waren in 2000 nog maar zeventig exemplaren over: het zoogdier staat op de rode IUCN-lijst van bedreigde diersoorten. Ook in de Mahakam-rivier was het dier zijn leven niet zeker. De dolfijnen raakten verstrikt in de netten van vissers of stierven door vistechnieken als vergiftiging of elektrische schokken. Bovendien hadden ze veel last van het lawaai van speedboten en kolenschepen. De organisatie YK-RASI greep in: ze concentreerde zich op bewustwording van de lokale bevolking en het opzetten van een infrastructuur voor toerisme.

Het gebruik van drijfnetten werd aan banden gelegd, maar tegelijkertijd kregen vissers alternatieve vismethoden aangereikt. YK-RASI vroeg de vissers bovendien regelmatig hun netten na te kijken en liet zien hoe ze een verstrikte dolfijn konden bevrijden. Als een net daardoor kapot ging, kregen ze een vergoeding die werd betaald uit de toerismeinkomsten.

Maar YK-RASI deed meer: de vissers kregen een opleiding als gids en namen toeristen mee op bootexcursies naar de dolfijnen. Ook schoolkinderen werd uitgelegd waarom dolfijnen belangrijke dieren zijn. Inmiddels kwamen meer toeristen af op de zeldzame dolfijnpopulatie, waardoor ook de lokale bevolking de dolfijnen met andere ogen ging bekijken. De voorlichting van YK-RASI wierp zijn vruchten af: de lokale autoriteiten en de visindustrie waren voor beschermende maatregelen. Zeker nu ze inzagen dat de dolfijnen ook economische voordelen opleverden. Alle betrokken partijen kwamen regelmatig bij elkaar en concludeerden dat de lawaaischepen en hun afval botsten met de visserij, dolfijnen en het natuurtoerisme. Ze werken nu samen aan een verbod op de kolentransporten over de rivier.

De rol van touroperators

‘Soms is het lastig om een goed project te vinden. Onderschat niet hoeveel tijd en werk het kost om een excursie naar zo’n project in ons programma op te nemen. Af en toe zetten we samen met de organisatie excursies op, ondersteunen bij de training van gidsen of helpen verbeteringen door te voeren die onze toeristen hebben gesuggereerd.’

Saskia Griep, Sawadee Reizen

De hamvraag is natuurlijk: is het mogelijk? Kun je natuur daadwerkelijk beschermen door toeristische activiteiten te organiseren? En zo ja, is het dan ook nog interessant voor touroperators?

BEWUSTE BEVOLKING

De voorzichtige conclusie uit de 27 projecten die IUCN NL heeft ondersteund is: ja, het is mogelijk. De periode is te kort om definitieve conclusies te trekken. Maar duidelijk is dat de grote winst bij de bevolking ligt: die is zich vaak veel bewuster geworden van, en zelfs trots op, de waarde van haar natuurlijke omgeving én van het belang om die natuur te beschermen. Toch zijn er ook klinkende concrete resultaten, zoals in het dolfijnenproject van YK-RASI: sinds de start van het project is geen enkele dolfijn gestorven in de netten van de vissers!

GOEDE VOORBEREIDING

Koploper Sawadee heeft zich voorgenomen in elke reis minimaal één kleinschalig maatschappelijk of natuurbeschermingsproject op

te nemen. Touroperators als Sawadee kunnen aanzienlijk bijdragen aan de bescherming van de natuur en het welzijn van de bevolking. Maar uit welbegrepen eigenbelang én voor het welslagen van het natuurbeschermingsproject, moeten ze er wel goed voorbereid aan beginnen.

VALKUILEN

Waarmee moet je rekening houden als touroperator die in zee wil gaan met een natuurbeschermingsorganisatie? Onderzoek de potentiële valkuilen en houd rekening met (on)aangename verrassingen. Wees bereid tijd en moeite te investeren in de samenwerking met lokale, vaak onervaren organisaties. En denk goed na over de opbouw van de reis en de plaats die het project daarin krijgt: laat de toeristen geen mangrovebos bezoeken aan het eind van een trip vol spectaculair oerwoudavontuur.

WELKOME PARTNER

Touroperators kunnen voor natuurbeschermingsorganisaties een zeer welkome partner zijn. Niet alleen omdat de reisorganisatie de kans vergroot op een constant bezoekersaantal - en dus op een geregeld inkomen voor de lokale bevolking. Maar ook omdat de touroperator waardevolle management- en marketingervaring met zich meebrengt, die de lokale ngo's lang niet altijd in huis hebben.

GAT IN DE MARKT

Als een touroperator goed voorbereid aan de samenwerking begint, is de slagingskans groot. Dan blijkt kleinschalig natuurtoerisme een unieke mogelijkheid om tegelijkertijd de natuur te beschermen én toeristen een onvergetelijke ervaring te bezorgen. Een gat in de markt, dat nog lang niet is gevuld!



DESTINATION CONSERVATION

In het boekje **Destination Conservation** gaat IUCN NL uitgebreid in op de ervaringen van de 27 kleinschalige projecten die ze steunde in de afgelopen jaren. Wat kan zo'n project succesvol maken en wat zijn garanties voor een mislukking? **Destination Conservation** is geschreven voor touroperators én voor de initiatiefnemers van natuurbeschermingsprojecten. De Engelstalige publicatie is verkrijgbaar bij het IUCN Nationaal Comité voor Nederland.

✕ INTERESSE?

Neem dan contact op met het Toerisme Team van IUCN NL. Mail naar tourism@iucn.nl of kijk op www.iucn.nl

✕ COLOFON

IUCN NL, november 2006
Research: Kike Olsder, Mylene van der Donk
Tekst: Tekstproducties Jacqueline Schuiling
Vormgeving: De Buuf, Karin Buurma
Foto's: Mylene van der Donk,
Marielies Schelhaas, Guido van Es,
Anneke Hoogendijk, Ron Wagter, CODESTA,
A Rocha Kenya, Pro Bosque, Amartya,
Stichting Nederland-Batam, Kike Olsder

✕ MET DANK AAN

Stichting Doen
Ministerie van Buitenlandse Zaken



National Committee of
The Netherlands

IUCN

The World Conservation Union