

REIZEN naar *morgen* ...



Op weg naar een
florerende bestemming

Vernieuwers
schrijven toekomst



INDEX

HALLO	2
Peter De Wilde over 'reizen naar morgen ...'	
TOERISME TRANSFORMEERT	4
Waar het begon. Het verhaal.	
FEITEN & CIJFERS	6
Toerisme is groei en economie.	
LUISTERONDERZOEK	8
De transformerende kracht van Toerisme ontdekken.	
VAN VERANDERING NAAR TRANSFORMATIE	10
Het einde van een tijdperk? – Toerisme Expert Anna Pollock.	
DE TOEKOMST VAN TOERISME IS ...	12
Leo Van Broeck & Jan Rotmans.	
OP WEG NAAR EEN FLORERENDE BESTEMMING	16
Vier uitdagers aan het woord.	
ACTIVEREND BEELD	18
Van een toeristische bestemming naar een florierende gemeenschap.	
VERNIEUWERS SCHRIJVEN TOEKOMST	21
Vier transformerende stappen en een pak inspirerende praktijken.	
DIE FLORERENDE PLEK, DIE MAKEN WE SAMEN	30
Ondernemers en overheid samen naar de toekomst.	
EXPERIMENTEREN	35
Proeftuinproject in het Meetjesland.	
VAN HET OUDE SYSTEEM NAAR HET NIEUWE	36
De transitie: welke rol past jou?	
AAN DE SLAG	38
Literatuur, filmpjes, online.	
SAMEN REIZEN NAAR MORGEN ...	39
Het woord is aan jou.	

COLOFON

Verantwoordelijke Uitgever:

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen,
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

Wettelijk depot:

D/2018/5635/24/1

Design:

Mathias Timmermans / Sharon Neiryck

Redactie:

Mia Lammens (Toerisme Vlaanderen),
Marianne Schapmans (Toerisme Vlaanderen),
Anne Laure Léger (Toerisme Vlaanderen),
Griet Bouwen (Nieuwmakers),
Eva De Groote & Filip Standaert
(Handelsreizigers in ideeën),
Kristof Lataire (Kapittel).

Werkgroep Toerisme Transformeert:

Geertje Bernaerts (Karvansera),
Christophe Roose (Historium),
Wendy Carnier (Toerisme Provincie Antwerpen),
Jan Korthoutd (Vlaams Departement
Buitenlandse Zaken),
Bart Rondas (VisitGent),

Louise Derre, Griet Geudens, Hans Hemelaer,
Sjouke Kuipers, Mia Lammens, Vincent Nijs,
Marianne Schapmans en Greet Vandenrijt
(Toerisme Vlaanderen).

Procesbegeleiding:

Handelsreizigers in ideeën / Kapittel

Interviews:

Eva De Groote / Griet Bouwen

Cartoons:

Kim Duchateau

Contact:

info@reizennaarmorgen.be



REIZEN naar *morgen* ...

“It’s the economy, stupid!” . Deze campagne-oneliner uit 1992 van voormalig Amerikaanse president Clinton heeft de afgelopen decennia beheerst. In tijden van economisch onweer, met druk op de arbeidsmarkt en op ieders huishoudbudget, blijft het economisch belang en ‘groei – groei – groei’ als een geloofsdogma voorop staan.

Voor alle duidelijkheid: met natuurlijke groei op zich is niks fout. Maar ... gras groeit niet sneller door eraan te trekken. En dat laatste hebben we in toerisme wereldwijd te vaak gedaan. De gevolgen zijn bekend en op sommige plekken pijnlijk zichtbaar: Amsterdam, Venetië, Dubrovnik, Barcelona ... Er gaat de laatste tijd geen vakantieperiode voorbij zonder dat kranten bladzijden vullen met rampartikels waarin bewoners de ongewenste bezoekersstroom verwensen.

In Vlaanderen zijn we godzijdank nog niet zo ver. Hier kunnen we nog een gezonde groei (ver)dragen. En eerlijk: de harde arbeid van al wie gedreven in het ruime toerismeveld staat, heeft ons de laatste jaren geen windeieren gelegd. De herdenkingsperiode van de Grote Oorlog is – volgens de maatstaven die we hanteren – een waar succes, en het Vlaamse Meestersprogramma is goed op weg nóg beter te doen. Vlaanderen, de steden, regio's en lokale besturen investeren in de publieke ruimte, en dat komt – naast de bewoners en de ondernemers – ook de bezoekers ten goede. Jaar na jaar noteren we méér aankomsten, méér ontvangsten en méér omzet.



Volgens de geldende succescriteria is het toerismebeleid in Vlaanderen zeer succesvol. Ook al slagen we er (nog) niet in om ook àlle mensen in armoede te bereiken, om hen het basisrecht dat vakantie is te helpen garanderen. Maar we stellen ons sinds enige tijd wel fundamentele vragen: hoe zorgen we ervoor dat de balans tussen de belangen van bewoners en bezoekers een **gezond evenwicht** behoudt? Hoe kunnen we de **natuurlijke rijkdom** en de **historische authenticiteit** van onze bestemmingen in ere houden? Hoe kunnen we de tekenen van de tijd lezen om ervoor te zorgen dat ons geliefde Vlaanderen een aangename plek blijft om te wonen, te ondernemen, te bezoeken? Hoe kan toerisme er mee voor zorgen dat onze lokale gemeenschappen op al die mooie plekken blijven bloeien zodat oprechte gastvrijheid een vanzelfsprekendheid blijft?

Het is net die liefde voor ons plekje op de wereld die maakt dat we met grote nieuwsgierigheid en open blik samen met jou op zoek willen gaan naar de antwoorden op al die vragen. Want ja, ik moet bekennen dat bij de overheid hét antwoord niet in de schuif ligt.

Daarom hebben we vooral geluisterd. In een heel brede luisteroefening peilden we naar de meerwaarde van reizen en vakantie; wat heeft tijdens je vakantie een zodanige indruk gemaakt dat je er letterlijk door bent 'getransformeerd'? Wat heeft jouw kijk op iets veranderd, je mening bijgesteld, je gedrag aangepast? Naast het meten van de bezoekersaantallen aan Flanders Fields, wat ze deden en hoeveel ze spendeerden, zou het immers de moeite lonen om te weten wat op hen een zodanige indruk heeft gemaakt dat ze er als mens een gevoel van meer-

waarde aan hebben overgehouden. Dat kan schuilen in een ontmoeting met een lokale bewoner, een dienstverlener of organisatie; in een beklivende ervaring, individueel of in groep, op een betekenisvolle plek. Op zijn beurt kan dit betekenis toevoegen aan die plek zelf, ervoor zorgen dat bewoners door de ogen van de bezoeker met een nieuwe blik naar hun omgeving kijken. En (her)ontdekken waarom ze zo fier zijn op en houden van hun plek, die ze thuis noemen.

Wat zou er nu gebeuren als we die **positieve kracht van toerisme** kunnen versterken? Zodat bezoekers zich een welkom deel voelen van de lokale gemeenschap en met een warm gevoel huiswaarts keren, met een verlangen ook om nog eens terug te gaan? Zodat bewoners de genoegens van gastheerschap naar waarde schatten en trotse ambassadeurs worden voor hun plekje op de wereld? Van Adinkerke tot Zoutleeuw wonen mensen die zich verbonden weten met andere mensen in hun liefde voor de plek waar ze wonen. Die positieve energie aanboren kan ervoor zorgen dat ook morgen reizen naar Vlaanderen een verrijkend gebeuren kan zijn.

In 'Toerisme Transformeert' zijn we samen met partners uit gans Vlaanderen aan de slag gegaan. Het (voorlopig) resultaat van dit bijzonder en cocreatief proces is dit magazine. Wij hopen dat het jou kan inspireren en dat het je, in de oefeningen met jouw 'plekhouders', kan ondersteunen. In ieder geval is het een blijvende uitnodiging om samen op weg te gaan en te bouwen aan het **toerismebeleid van morgen**.

Peter De Wilde
Toerisme Vlaanderen

PS: Ere wie ere toekomt: ook al is het huidige beleid volgens de momenteel gehanteerde maatstaven succesvol, en hebben we nog geen idee hoe we succes gaan meten in het 'nieuwe model', toch geeft onze minister ons de ruimte om die nieuwe horizon te verkennen. Heel wat toerismeprofessionals en gepassioneerde ondernemers hebben tijd genomen om onze uitnodiging om samen 'niet te weten' aan te nemen en van daaruit aan de slag te gaan. Het zijn moedige, maar wel de enige juiste keuzes. Oprechte dank daarvoor.



138

DEELNEMERS OP DE
INSPIRATIEDAG
IN BRUSSEL

5

DENKTANKS WAAR

379

MENSEN AAN
DEELNAMEN

56

MENSEN

SCHREVEN MEE AAN
DIT TOEKOMSTBEELD
OP DE SCHRIJF-
TWEEDAAGSE

296

INTERNATIONALE
REIZIGERS VERTELLEN
WELKE REISERVARING
EEN STERKE INDRUK
NALIET

1348
BELGEN

VERTELLEN WELKE
REISERVARING EEN
STERKE INDRUK
NALIET

9

DIEPGAANDE
INTERVIEWS

3

PROEFTUINEN

DIE MOMENTEEL
EXPERIMENTEREN MET
DIT TOEKOMSTBEELD

11

NATIONALE EN
INTERNATIONALE
DESKUNDIGEN ZORGDEN
VOOR HET THEORETISCH
ONDERBOUWEN VAN DIT
TOEKOMSTBEELD

24

STUDENTEN

VAN DE KU LEUVEN,
MASTERS TOERISME,
WERKTEN MEE ALS 'OOR'
IN HET GROOTSCHALIG
LUISTERONDERZOEK



TOERISME *transformeert*

14

GEDREVEN LEDEN
VAN DE WERKGROEP
TOERISME
TRANSFORMEERT

13

BETEKENISVOLLE
VAKANTIEVERHALEN
IN BEELD GEBRACHT

18

MAANDEN DUURDE
HET PROCES TOERISME
TRANSFORMEERT TOT
WE KWAMEN TOT DIT
TOEKOMSTBEELD

20

MEDEWERKERS VANUIT
TOERISME VLAANDEREN
WERKTEN MEE ALS 'OOR'
AAN HET LUISTER-
ONDERZOEK

MEER DAN

60

MEDEWERKERS VAN
TOERISME VLAANDEREN
TRAPTEN HET
PROCES TOERISME
TRANSFORMEERT AF

Reizen naar morgen Toerisme kan de wereld veranderen, zegt Peter De Wilde. "Als we ons – nu overwegend 'harde' economisch geïnspireerde – verhaal completeren met aandacht voor het sociale weefsel waarin het toerisme plaatsgrijpt." In de ontmoeting tussen reiziger, plaats en bevolking dus. We komen daarmee op terrein dat niet afgepaald is, dat geen vaste structuur heeft. En dat is best spannend. Lokale besturen, ondernemers en bewoners hebben sleutels in handen om de kracht van hun plaats in te zetten zodat de reiziger kansen krijgt om geraakt, wijzer, rijker en met een sense of place weer naar huis te gaan. Met die hoop vatte Toerisme Vlaanderen haar reis naar morgen aan. Een zoekende reis, barstensvol verhalen en ontmoetingen. Een reis die op talloze momenten provocatief en inspirerend was.

De eerste etappe Toerisme Transformeert startte in april 2017. Medewerkers van Toerisme Vlaanderen kwamen samen voor een zoektocht naar de kracht van reizen. Ze vertelden elkaar reisverhalen en ontdekten de transformerende kracht van reizen in hun persoonlijk leven.

Het reisgezelschap groeit Op 3 oktober 2017 luisterden ruim 130 professionals in de sector toerisme naar elkaars reiservaringen. Ze vertelden elkaar over ogenblikken die impact hadden op hun leven. Anna Pollock daagde het denken uit en lanceerde het concept van de florerende bestemming.

Vragen stellen onderweg Reizigers uit binnen- en buitenland vertelden verhalen van impactvolle reiservaringen in het grootschalig luisteronderzoek.

Begrijpen wat we beleven Tussen januari en juni 2018 ontmoetten toerisme professionals elkaar tijdens vijf denktanks. Geprikkeld door experts onderzochten de deelnemers de kracht van reizen, de florerende bestemming. Ze dachten na over leiderschap en acties die het toerisme in Vlaanderen kan helpen transformeren.

Durven experimenteren Na vertellen en nadenken volgt actie. Het Krekengebied duikt de praktijk in en start in maart 2018 met een workshop rond 'Werken aan de toekomst'.

Thuiskomen en reiservaringen integreren Op 10 en 11 september 2018 schreven Toerisme Vlaanderen en haar partners samen het toekomstbeeld voor toerisme in onze regio. Hun werk werd aanleiding en input voor dit magazine.

Opnieuw vertrekken Nu bereikt dit magazine jou. We bieden je frisse inzichten en inspiratie. We nodigen je uit mee te reizen naar morgen.



1 800 000 000 wereldwijde internationale aankomsten in 2030
10 000 000 internationale aankomsten in Vlaanderen in 2030



toeristen dragen 2,5% aan de Vlaamse economie



volgens 8 op 10 inwoners versterkt toerisme de lokale economie



een recreatieve verblijfstoerist besteedt gemiddeld 150 euro per nacht in de kunststeden



toerisme draagt volgens > 75% van de bewoners bij tot behoud van de culturele identiteit en het restaureren van historische gebouwen



meer dan 250 000 jobs in de toeristische sector in Vlaanderen



3 op 10 toeristen in de kunststeden vindt het op bepaalde plaatsen te druk



toerisme staat voor 8% in de globale CO2-uitstoot

IEDEREEN WELKOM

Hou je vast: het internationaal toerisme zal tegen 2030, tot 1,8 miljard internationale toeristen toenemen. Dat is een gevolg van het feit dat veel meer mensen in de wereld de (financiële) mogelijkheden krijgen om te reizen. Vooral het aantal toeristen uit zogenaamde nieuwe markten zoals China en India zal sterk groeien.

De bezoekersstromen zijn vaak niet goed verdeeld. Sommige bestemmingen hebben moeite om bezoekers aan te trekken, andere kreunen onder 'overtourisme'. Hoe gaan we om met die (toekomstige) uitdaging? Is de groei een bedreiging voor onze bestemming of zitten er ook kansen in? Enkele toerisme-experten (deelnemers van de schrijftweedaagse) lieten er hun licht over schijnen. Ze zijn er alvast gerust in: door te kiezen voor het concept van een florerende bestemming, een bewuste omgang met infrastructuur, een toeristisch aanbod geënt op ons DNA en met gerichte promotie, kunnen we invloed uitoefenen op het soort en aantal bezoekers in onze bestemmingen.

Massatoerisme is een complex samenspel van infrastructuur, prijszetting en aanbod. Toeristische massastromen ontstaan niet zomaar. Overtourisme is vaak een gevolg van de wisselwerking tussen lokale besturen die bepaalde investeringen faciliteren of betalen én een private sector die zijn brood verdient door precies op dit type van klanten te mikken.

Als de capaciteit van de infrastructuur (cruiseterminals, hotels, luchthavens...) de draagkracht van de lokale bestemmingen overstijgt, creëren we ons eigen toekomstig probleem. We moeten dus in overleg gaan met lokale besturen en infrastructuurbeheerders om te vermijden dat er stromen ontstaan die nefast zijn voor bewoners maar ook voor de beleving van onze bezoekers.

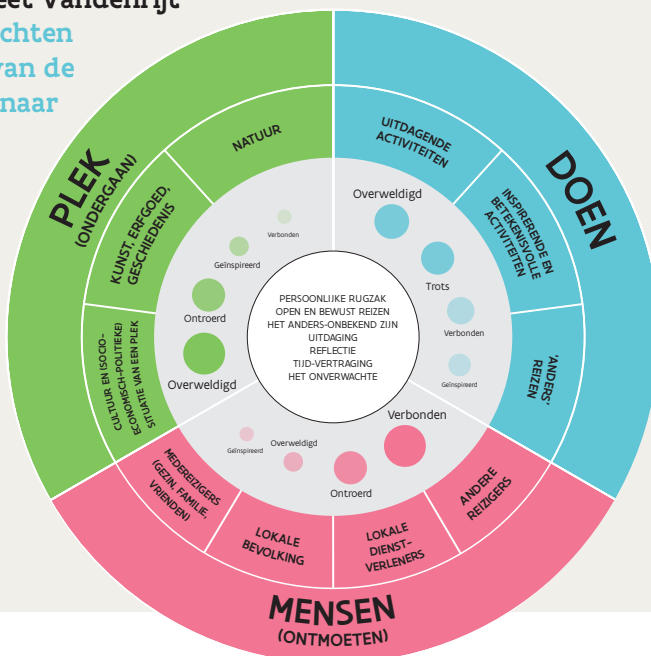


De transformerende kracht van toerisme ontdekken

1600 impactvolle reiservaringen inspireren de toekomst van toerisme

Reizen doet iets met ons. Vakantie, op reis gaan, toerisme... de gedachte alleen al spreekt tot de verbeelding. We verlangen naar die momenten en denken er vaak aan terug. Sommige ervaringen laten een groter spoor in ons leven na dan andere. Wat of wie speelt hierin een rol? Wat maakt dat sommige ervaringen voor altijd bij ons blijven? Om te leren uit echte verhalen gingen 24 studenten en 20 medewerkers van Toerisme Vlaanderen op pad om hun oor te luister te leggen en meer dan 1600 ervaringen te sprokkelen.

Vincent Nijs en Greet Vandenberg lichten enkele inzichten toe die het beeld van de kracht van reizen naar boven brengen.



De intense beleving van een plek

De belangrijkste factor voor een krachtige reiservaring is **de intense beleving van een plek**. Dat blijkt uit 50% van de reisverhalen. In de eerste plaats spreekt de cultuur (levensstijl en waarden) en socio-politieke-economische situatie (22%) het meest aan. Daarnaast laat het beleven van de natuur (18%) en van kunsten en erfgoed (11%) ook een zeer sterke indruk na. Reizigers worden getroffen door de overweldigende schoonheid van de natuur, door de kunde van de mens, door de aantrekkelijkheid van een levensstijl... Maar ook de confrontatie met armoede, oorlog en terreur, onveiligheid en milieuschade maken diepe indruk. Het **anders en/of onbekend** zijn speelt een centrale rol in de intensiteit van de beleving van de plek. De verhalen leren ons dat ons 'anders zijn' vaak in heel kleine dingen zit, die wij als gewoon of alledaags beschouwen zoals leren fietsen, een pakje friet eten op straat, het multiculturele straatleven... Het helpt ons ook om die kleine dingen, die wij niet meer zien, terug te waarderen.

Warme ontmoetingen met mensen

Ontmoetingen spelen in 30% van de verhalen een centrale rol. Het zijn niet de bombastische ervaringen die memorabele momenten maken, maar **de kleine, warme momenten en**

Uit de analyse van de meer dan 1600 ervaringen blijkt dat 3 elementen bepalend zijn voor een impactvolle reiservaring:

1. de beleving van een **plek**
2. de ontmoeting met **mensen**
3. **activiteiten** of reisformules die inspireren, uitdagen of uitnodigen tot het 'anders' beleven van een plek en zijn bewoners.

Deze bevindingen zijn slechts een inleiding tot de resultaten van het grootschalige luisteronderzoek. Benieuwd naar de rest van het onderzoek en de verhalen?

Lees het volledige rapport op: www.reizennaarmorgen.be



ontmoetingen met andere reizigers, bewoners, gidsen, taxichauffeurs of andere mensen uit de toeristische dienstverlening. Ook al is het contact vaak kort, toch kan er een sterke verbondenheid ontstaan tussen mensen. Er worden soms banden gesmeed die tot lang na de reis standhouden. Wat verast is het anders zijn van de mensen die men ontmoet, maar vooral ook de hartelijkheid. Een oprechte verwelkoming, betrokkenheid en behulpzaamheid die verder gaat dan verwacht. De houding van de gastheer of -vrouw maakt dus een enorm verschil. Mensen die hun plek kennen, daar fier op zijn en er graag gasten ontvangen laten een sterke indruk na. Deze luisteroefening toont dat in toerisme elke ontmoeting een significant moment kan zijn dat zich in de herinnering van een reiziger nestelt.

Ook de **nauwere band met het eigen reisgezelschap** staat centraal. Heel wat verhalen gaan over hoe het doorbreken van routine en de tijd en context voor lange gesprekken, ertoe leiden dat men elkaar anders leert kennen. De reizigers doorbreken oude rollenpatronen en ontdekken nieuwe kanten van elkaar.

Uitdaging, inspiratie, anders kijken, vertraging, reflectie

In 1 op 5 verhalen is de activiteit of de reisformule een bepalende factor in de impact van de reiservaringen. Het gaat

hier over activiteiten die ons uitdagen om fysieke of mentale grenzen te verleggen of die ons inspireren en bijdragen tot persoonlijke groei of een betere wereld. Reisformules die aanzetten tot ontspanning, tot ontmoeting en onderdompeling in natuur en cultuur, die ons anders laten kijken naar een plek en mensen, werken een impactvolle reiservaring in de hand. Het kan gaan over fietsen en wandelen, lange boot- en treinreizen, rugzakreizen... Tijd hebben om letterlijk 'even stil te staan' bij wat men beleeft en te reflecteren is daarbij van cruciaal belang.

De kracht van het reizen

Impactvolle reiservaringen gaan gepaard met sterke emoties. Mensen voelen zich overweldigd, verbonden, ontroerd, geïnspireerd, trots... Deze sterke emoties zorgen ervoor dat de ervaring ook lang blijft nazinderen na de reis. De impact is overwegend positief (92%) en vaak groot. 4 op de 10 ervaringen hebben tot op vandaag nog 'heel veel' of 'veel' impact. Nog eens bijna 4 op de 10 hebben 'redelijk veel' impact. Reizigers krijgen nieuwe inzichten, een ander wereldbeeld, meer zelfkennis en zelfvertrouwen. Ze voelen een grotere verbondenheid met anderen. Op basis daarvan gaan ze soms andere levenskeuzes maken en anders handelen. Reizen draagt dus de kracht in zich om diepe en positieve veranderingen teweeg te brengen bij mensen én hun omgeving.

Reiservaring: Zingeving in de Noorse natuur "Op een beeldschone wilddkampeerplek in Noorwegen zat ik 's avonds alleen aan de oever van een stroompje te mijmeren. Plots werd ik bevangen door een gevoel van overweldiging. Ik realiseerde mij dat ik op een plek zat — rotsen, water, mos, waterval — die daar al vele eeuwen, misschien zelfs millennia was. Ik voelde mij opgaan in een groter geheel, de kosmos. Een heel mooi, dankbaar en vervullend gevoel. Deze ervaring heeft mij nadien ook doen inzien dat het wel degelijk mogelijk is om een spirituele ervaring op te doen, los van geloof en religie. Het sterkt me nu zelfs bij mijn werk in het ziekenhuis waar ik zorg voor zieke mensen."

Reiservaring: Al fietsend nieuwe ervaringen opdoen "Na een zware ziekte stelde ik als doel om in enkele dagen van bij ons thuis in Limburg naar zee te fietsen in groepsverband. De fietstocht was een hele uitdaging, ook omdat het weer niet ideaal was. Toen we na 3 dagen in de gietende regen in Cadzand aankwamen, gaf dat mij een overweldigend gevoel van blijdschap om dit fysiek terug te kunnen. Sindsdien gaan we vaak op fietsvakantie, als koppel of met een groep, en ontdekken we de wereld op een andere manier. Het koppelen van het sportieve aan het ontdekken van nieuwe plaatsen is voor mij erg verrijkend."

Zware kost voor het ontbijt "We zijn met de vrienden op reis geweest naar Kroatië. Tijdens het ontbijt in ons appartementje zijn we op het onderwerp 'grootouders' gekomen. Iedereen vertelde zijn verhaal: oma met alzheimer, grootouders nooit gekend, opa die altijd ruzie maakt, ... Na een paar traantjes weg te pinken, voelden we ons allemaal opgelucht. Ik denk dat we op die reis allemaal een andere kant van elkaar hebben leren kennen. We waren al meer dan 6 jaar bevriend met elkaar en toch waren dit dingen waar niemand van ons eerder over had gepraat."

STILVALLEN

Neem ons mee naar een ogenblik tijdens een reis dat voor jou belangrijk was. Vertel ons over een moment dat je vandaag nog koestert. Wat gebeurde er? Wie was bij jou? Waar was je? Welke klanken, geuren en kleuren waren er? Was er schoonheid, kunst, natuur? Wat voelde je? Wat voel je nu je er weer over vertelt? Welke impact heeft die ervaring nog op je leven vandaag?



Van verandering naar transformatie

Het einde van een tijdperk?

Er is wereldwijd ontzettend veel in beweging in de reis- en gastvrijheidssector. Onder meer door de digitale revolutie, de deeleconomie en de steile groei van het aantal reizigers is de sector onafgebroken in verandering. “Maar het operating system verandert niet mee”, zegt de Britse toerisme-expert **Anna Pollock**. De groei gaat intussen pijlsnel de hoogte in, met in het kielzog een enorme impact op de aarde en de lokale gemeenschappen. Anna pleit voor een ander, een beter toerisme. Ze spreekt over een florierende bezoekerseconomie die geen kost meebrengt voor de aarde.

Het bestuursstelsel van de sector toerisme is geworteld in het traditionele industriële model, zegt Anna Pollock. Het verbruikt op grote schaal energie en grondstoffen voor verplaatsing en verblijf van reizigers, neemt ruimte in en doet een beroep op de gastvrijheid van de lokale gastheer. Het lijkt er bovendien op dat er amper op lange termijn werd gedacht. Anna ziet dat als een karaktertrek van het naoorlogse economische model. De industriële machine die toen doorbrak, had immers nood aan meegaande arbeidskrachten enerzijds, en doorgedreven expertise anderzijds. Dat zien we ook in de sector toerisme, zegt Anna, die daar de oorzaak legt van het gebrek aan een visie op lange termijn.

Systemfouten en hun gevolgen

Anna: “Wat we eigenlijk gedaan hebben is dit: we hebben een succesvol

productie- en consumptiemodel gekopieerd naar een ander domein. Maar er is een belangrijk verschil: in het domein van toerisme gaat het niet over goederen maar over diensten. Lange tijd ging dat goed maar nu beginnen we grote problemen te zien. Niet alleen zijn er intrinsieke zwaktes in het systeem zelf, het is ook zo dat de planeet aardig vol begint te raken en dat we ook met andere sectoren uit de economie moeten concurreren voor dezelfde grondstoffen. Los daarvan zijn we ook niet ter verantwoording geroepen voor de volle kost die het reizen veroorzaakt. En dan zijn er natuurlijk ook nog factoren zoals klimaatverandering en technologie.”

Toerisme werd massaproductie, en in dat model vermindert het rendement voor alle betrokkenen, denkt Anna Pollock. Omdat zo'n model gedreven wordt door een zo hoog mogelijke productie aan zo laag mogelijke kosten.



Anna: "Bijvoorbeeld: Als mijn B&B kamer om vijf uur nog niet verhuurd is, zal ik de neiging hebben de prijs te laten zakken. Ander voorbeeld: er komt een nieuwe concurrent op je terrein. Je eerste reactie kan zijn: lagere prijzen. Maar natuurlijk moet dat verlies op een andere manier worden goedge-maakt. Lonen kunnen omlaag gaan, en daarmee ook de motivatie van werknemers en uiteindelijk de service. Uiteindelijk gaat het welbevinden van de gast, de werknemer en zelfs de investeerder er op achteruit. Dit is een tendens die we tot nu toe hebben genegeerd."

"Het probleem is: we hebben net iedereen overtuigd dat reizen goed is, dat het een recht is en dat het vele voordelen oplevert. Ontelbare organisaties zijn erop gericht toerisme te doen ontwikkelen en groeien. De vraag is dus: hoe stop je daarmee en wat breng je in de plaats?"

Van overtoerisme naar bloeiende lokale gemeenschappen

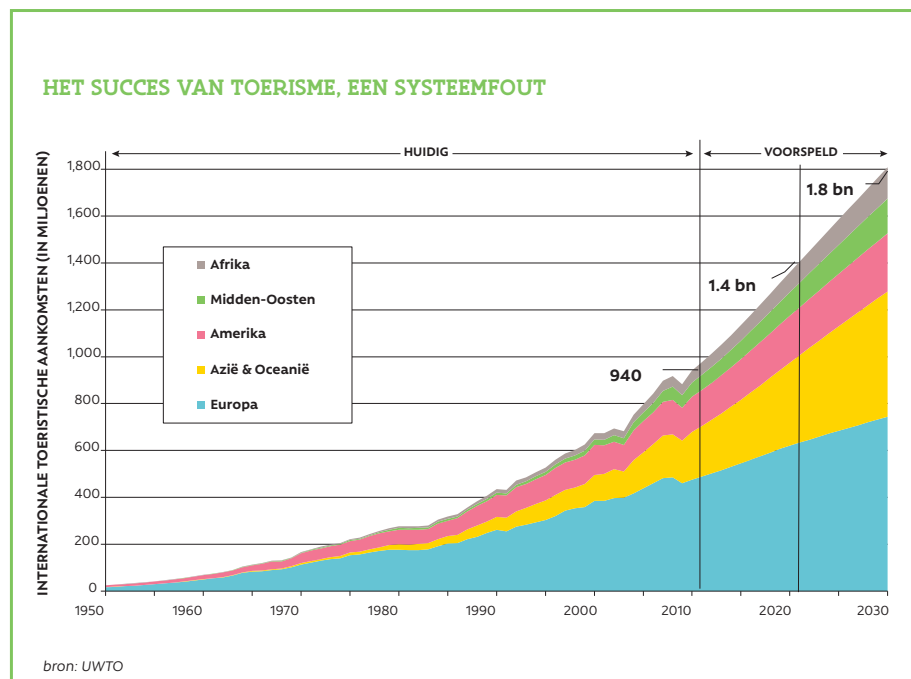
Inmiddels doen de gevolgen van pijlsnelle groei zich voelen. De signalen knippen oranje, en op sommige plekken op de aarde rood.

Anna: "Tot nu toe was groei van bezoekersaantallen zowat het doel van iedere toeristische bestemming. Maar zoals we de voorbije jaren op verschillende plaatsen hebben gezien – Amsterdam, Barcelona, Venetië, Machu Pichu, om er een paar te noemen – kan succes pijn doen en zelfs vernietigen. Als groei het enige doel is, stevenen we af op een ramp." De Britse toerisme-experte legt geen claim op de antwoorden. Ze waarschuwt de sector om beter niet te kiezen voor de snelle fix-its van de huidige problemen want die zullen de diepere oorzaken niet adresseren, zegt ze. De oplossing zit ook niet in een loutere focus op afremmen van groei en verduurzaming van de reiseconomie.

"We hebben geen verandering, maar een transformatie nodig. De dingen anders gaan doen, zal niet genoeg zijn. Er is een shift nodig in onze waarden, onze manier van zijn."

Noch in oplossingen die enkel door experts (en zonder partnerschap met lokale gemeenschappen) worden bedacht en geïmplementeerd. We hebben meer ambitie nodig, zegt Anna Pollock. Meer focus ook op wat toerisme kan bijdragen aan het floreren van de bestemmingen, ingebed in bloeiende lokale gemeenschappen.

Lees het integrale artikel van Anna Pollock op www.reizennaarmorgen.be



STILVALLEN

Het toerisme van de toekomst staat niet los van het leven, zegt Anna Pollock. Het zal floreren als de bestemming mee floreert. Had jij al een ervaring waarbij je vaststelde dat toerisme ook een donkere zijde heeft? Dat het toerisme iets van waarde dreigt stuk te maken? Vertel ons meer: waar was je, wat zag je gebeuren, welke bezorgdheid kwam bij je op? Welke wens schuilt achter die bekommernis? Als verandering niet voldoende is, maar transformatie zich opdringt... wat kunnen we dan doen, denk je?



WAT ALS ... we onder de 750 km niet meer zouden vliegen?

Ben je een vegetariër die z'n vlees laat staan vanwege het klimaat? Eén retourtje Brussel-New York is net zo schadelijk als het eten van duizend Big Macs. Heb je al twee jaar een waterbesparende douchekop? Eén retour naar Londen en de CO2 die je bespaarde, is alweer uitgestoten. Of heb je alleen nog milieuvriendelijke led-lampen in je huis? De CO2-winst die je daar in 5,5 jaar mee boekt, is met één retourtje Barcelona vervlogen. Jelmer Mommers van De Correspondent is hier aan het woord [*].

Hij gooit wat cijfers aan tegen de ongemakkelijke waarheid dat vliegen een ramp is voor de planeet. "Het valt mij telkens opnieuw op hoe mensen gaan schuiven op hun stoel als dit onderwerp aan bod komt. Het is toch normaal dat ik mijn kinderen een stukje van de wereld wil laten zien? Het is toch normaal dat ik een welverdiende break neem naar de zon? Als je kijkt naar de impact die het vliegverkeer heeft op het klimaat is dat eigenlijk niet normaal. Over die impact steken we vandaag en masse onze kop in het zand. Moeten we dan helemaal niet meer vliegen? Dat is niet het punt dat ik wil maken. Wel is

mijn punt om er met gezond verstand mee om te gaan. Bijvoorbeeld ervoor kiezen om niet te vliegen onder de 750 kilometer. Om slimme investeringen te doen met het oog op de toekomst (dus geen nieuwe luchthavens voor korte vluchten maar investeringen in trein- en busverbindingen). Om vliegreizen op te sparen voor langere vakanties (dus niet verschillende keren per jaar in een vliegtuig te springen voor een city trip.) Dit is het soort van uitdagingen waar onze samenleving vandaag vol van zit. Een baanbrekende verschuiving met grote impact is echter absoluut mogelijk als voldoende mensen een klik maken. We hebben de systemen waarin we leven immers zelf gemaakt, we hebben ook elk een stukje kracht in handen om ze te veranderen. Klik. Van consument tot beleidsmaker. Klik. Van touroperator tot vliegtuigmaatschappij. Klik."

Eva De Groote,
auteur van 'Na de regen'

**[*] Lees het integrale artikel
van Jelmer Mommers op
www.reizennaarmorgen.be**





DE TOEKOMST VAN TOERISME IS MINDER MAAR BETER

Leo Van Broeck, Vlaams Bouwmeester sinds 2016, joeg heel wat mensen op de kast met zijn ambitieuze plannen voor de creatie van meer natuur en aansporingen tot kleiner en dichter wonen. “Elke lokale beslissing moet je kaderen in een perspectief van verantwoord omgaan met de planeet. You can’t act locally without thinking globally”, stelt hij.

Wanneer hij dit principe toepast op toerisme, komt hij tot een aantal interessante inzichten. Zo ziet hij synergiën op het vlak van infrastructuur: “Waarom het zwembad van een hotel niet openstellen voor de locals? Of het restaurant van een bejaardentehuis zou een toeristenrestaurant kunnen zijn.”

Leo Van Broeck pleit ook voor een échte ‘sharing economy’ die zorgt voor meer gelijkheid en een herverdeling

van kapitaal. Daarbij worden de winsten van bijvoorbeeld Airbnb geïnjecteerd in de lokale economie.

“Als winsten gedraineerd worden naar een paar rijken aan de overkant van de oceaan, dan krijgt de lokale economie enkel het afval en het fijn stof te verwerken.”

Totale transportbehoeften worden volgens hem best verminderd. “Kan je het aantal verplaatsingen dat je doet proberen te beperken?” Korte vluchten, onder de 1000km moeten eruit: “We moeten niet wachten op de hyperloop van Elon Musk, de hogesnelheidstrein is goed genoeg.”

Wanneer hij naar de toekomst kijkt, zowel in stedenbouw als toerisme, concludeert de Vlaamse Bouwmeester: “We zullen op alle vlakken moeten minderen.”

[Lees het integrale artikel van Leo Van Broeck op www.reizennaarmorgen.be](http://www.reizennaarmorgen.be)



WAT ALS ... de zomervakantie maar 7 weken zou duren in plaats van 9?

11% meer boekingen bij Belgische touroperators. Minder auto-ongelukken. Minder stress en burn-outklachten bij leerkrachten. Leerlingen die beter presteren. Dit zijn volgens een onderzoek van de Vlerick Management School [*] enkele van de voordelen die een betere spreiding van de vakanties in België met zich mee zou brengen. In hun onderzoek werden de voor- en nadelen van een alternatieve vakantiekalender in kaart gebracht. Het voorstel? Verkort de zomervakantie van 9 naar 7 weken, maak de herfstvakantie 1 week langer, creëer 1 extra week vakantie in mei en zorg dat de vakanties in Vlaanderen en Wallonië slechts deels samenvallen.

In de zomervakantie zou er 3 weken overlap zijn, in de herfstvakantie 1. Alle mogelijke betrokken partijen werden tijdens het onderzoek bevraagd: mobiliteit, onderwijs, leefmilieu, toerisme, gezondheidszorg... Hoewel er ook enkele nadelen zijn aan het voorstel, was de conclusie dat dit idee overwegend positieve economische én sociale effecten zou teweegbrengen. Toch eens het overwegen waard dan?

Louise Derre,
Toerisme Vlaanderen

[*] In opdracht van
Thomas Cook Belgium



DE TOEKOMST VAN TOERISME IS MAATWERK

Nederlands hoogleraar Jan Rotmans is een in binnen- en buitenland druk bevraagd expert op het vlak van transitiekunde en duurzaamheid. Als 'progressor' maakt hij bovendien de vertaalslag van de theoretische transitiewetenschap naar concrete acties en adviezen voor bedrijven, overheden en organisaties. De meest geciteerde zin van Rotmans is: "We leven niet in een tijdperk van verandering, maar in een verandering van tijdperk."

Jan Rotmans ziet vandaag specifieke uitdagingen voor toerisme. "Het is een van de snelst groeiende sectoren wereldwijd, maar we komen er stil aan achter dat het een van de meest schadelijke sectoren is op het vlak van ecologie en milieu." Toch stellen de reissector noch de consumenten dit model vandaag ter discussie.

"Het idee dat ze minder of anders op vakantie zouden gaan, is een heel lastige sprong", observeert hij. Volgens hem missen we in het toerisme *kantelaars*, zeg maar helden, wiens gedrag navolging kan krijgen.

In het toerisme verwacht Jan Rotmans dat de grote transitie zal gebeuren tussen nu en vijf jaar. In andere sectoren, zoals energie en zorg, is die al volop bezig. De ondergang van een derde tot de helft van de bedrijven is het gevolg. Hij waarschuwt dat het overgrote deel van de operators en de toeristische organisaties het ook niet zal redden.

"Ze zijn te log, te bureaucratisch, hebben te veel overhead en spelen onvoldoende in op de signalen van buitenaf. Dat is dus het einde van de grote touroperators en reisbureaus zoals we ze vandaag kennen." Organisaties die heelhuids door de transitie zullen komen, zijn organisaties die zeer wendbaar zijn en maatwerk kunnen verrichten. Volgens Jan Rotmans is dat het toerisme van de toekomst: "Veel meer divers dan nu. Met oneindig veel meer mogelijkheden, van dichtbij tot heel ver weg. Voor een groot deel gepersonaliseerd, op maat. Voor een groot deel ook duurzaam en circulair. Kwaliteit zal steeds belangrijker worden, men wil daar voor betalen maar wil dan ook gegarandeerd kwaliteit krijgen."

Lees het integrale artikel
van Jan Rotmans op
www.reizennaarmorgen.be



Op weg naar een florierende bestemming

Vier uitdagers aan het woord

Het toerisme van morgen zal anders zijn, of we dat nu willen of niet. Welk toerisme kunnen we creëren dat past bij de uitdagingen van de toekomst en een positieve balans brengt voor de reiziger, gastheer en plek? Minstens even prangend is de vraag: hoe bewegen we in die richting, wat moeten we dan anders gaan zien, anders gaan doen? In de denktanks kwamen diverse stemmen aan het woord. De Canadese organisatie-deskundige **Gervase Bushe** graaft dieper naar hoe transformatie werkt en stelt een nieuwe visie op leiderschap voor. **Stefaan Vandist** stelt voor om toeristische concepten te ontwerpen vanuit nieuwe evenwichten. **Jan van der Borg** vraagt aandacht voor de lokale draagkracht. En **Anna Pollock** lanceert het concept van florierende bestemmingen.



Gervase Bushe
leiderschap in
transformerende tijden

Gervase Bushe, Canadees expert leiderschap en organisatieontwikkeling, gaat dieper in op het hoe van transformatie en de rol die leiders daarin opnemen. Bushe stelt dat het eerst en vooral nodig is duidelijk te stellen waarom transformatie nodig is. "Stop met die nadruk op groei, en herdefinieer het succes van toerisme", zegt Gervase. "Ontwerp een aantrekkelijk activerend toekomstbeeld en start met vele kleine experimenten die in dit toekomstbeeld passen. En, belangrijk, verwelkom mensen en organisaties die mee willen transformeren."

Welk leiderschap is er nodig om ons met vertrouwen naar de toekomst te brengen?

- > Erken dat verandering & vernieuwing van onderuit komt
- > Besef dat partnerschappen floreren op de basis van gelijkwaardigheid
- > Stel vragen (in plaats van antwoorden te geven)
- > Verwelkom experimenten als een leerkans (en zie ze niet als een bedreiging)
- > Besef dat mensen zich aangemoedigd voelen door de vraag "Hoe kan wat ik doe een oplossing zijn voor waar jij tegenaan loopt?"
- > Zie en koester het potentieel, de kwaliteiten en talenten van mensen
- > Wees je ervan bewust dat niemand verantwoordelijk is voor de interpretatie van een ander
- > Besef dat verandering en innovatie gebeurt waar mensen een doel en een identiteit delen
- > Weet dat alles context is en elke situatie een andere aanpak nodig heeft (het kopiëren van een model of een aanpak werkt niet)




Jan van der Borg
De lokale draagkracht als ankerpunt

De draagkracht is het belangrijkste ankerpunt voor het beleid van elke toeristische bestemming, zegt Jan van der Borg, professor geografie en toerisme aan de KU Leuven. Een bestemming kan zich maar duurzaam ontwikkelen als de totale collectieve baten van toerisme groter zijn dan die van de kosten. Als de kosten groter zijn dan de baten, bereikt een bestemming haar omslagpunt. Dan brengt elke verdere groei de bestemming schade toe. Dit collectieve omslagpunt definieert de draagkracht van de bestemming. Bijv.: toerisme kan ertoe bijdragen dat waardevol erfgoed bewaard blijft, dankzij inkomsten die van bezoekers komen. Wanneer diezelfde plek te veel bezoekers over de vloer krijgt, zal het erfgoed daaronder lijden. Of bijv.: bezoekers kunnen een gezellige drukte en sfeer meebrengen, maar wanneer ze met te veel zijn, leidt dat tot irritatie. Professor van der Borg stelt dat de grote uitdaging van toeristische bestemmingen bestaat uit het begrijpen van dat collectieve omslagpunt. Het is aan de lokale gemeenschappen om te ontdekken wanneer het evenwicht op een plek in gedrang komt, welke meer- en minderwaarde het toerisme bijbrengt en welke invloeden van buitenaf daartoe bijdragen.



Stefaan Vandist
Ontwerpen vanuit nieuwe evenwichten

Aan trendwatcher en innovatie-expert Stefaan Vandist, vroegen we hoe we (toeristische) belevingen kunnen vormgeven die leiden tot meerwaarde voor bewoners, bezoekers, andere stakeholders en plek? Stefaan introduceert daarvoor een kompas. Dat geeft richtingen weer om innoverende toeristische belevingen te ontwerpen. In die ontwerpen staat het zoeken naar nieuwe evenwichten centraal. Dan wordt de vraag: wat ontstaat er in de balans tussen technologie en traditie? Tussen winst en zingeving? Tussen concurrentie en samenwerking? Op die manier werd bijvoorbeeld het idee van Jo&Joe hotels ontworpen. Een hotel bedacht voor millennials, door millennials. Dat concept is gebaseerd op het stimuleren van ontmoeting tussen bewoners en bezoekers en bezoekers onderling.



Anna Pollock
De florerende gemeenschap is de basis

Het toerisme van de toekomst ont-springt in florerende lokale gemeenschappen, benadrukt de Britse Anna Pollock. Ze omschrijft die toeristische bestemmingen als plekken waar reizigers welkom zijn en de ontmoeting tussen gasten en gastgemeenschap een positieve impact nalaat op het gehele systeem. We moeten onze aandacht richten op de gastheer, stelt Anna. We kunnen lokale gastheren en -vrouwen aanmoedigen een relatie op te bouwen met de plek waar ze wonen en werken. Hun liefde voor de plek opwekken, hen helpen bij de bewustwording van de unieke kwaliteiten ervan. "Dat zal de bezoeker aansteken met verwondering en zorgzaamheid, die dan met die gast kan meereizen naar huis." In die ontmoeting tussen gast en gastheer zit de potentieel transformerende kracht. En dat kan je niet op een gestandaardiseerde manier organiseren. Anna: "Als je het talent van gastheren kan engageren om mensen te verwelkomen, zal toerisme ontzettend verrijken. Wat je dan creëert is dan niet langer iets dat moet groeien maar iets dat gewoon moet leven." Anna nodigt de sector uit tot een breed vizier op de werkelijkheid. We moeten het systeem – net als elk levend systeem in de natuur – in haar samenhang bekijken en van daaruit een waarden-bewuste plek in de wereld innemen en verantwoorde-lijke actie te nemen. Niet alleen om het goed te doen als bedrijf of sector. Ook om het goede te doen zodat het geheel van de aarde, de gemeenschappen en de mensen kunnen bloeien.

STILVALLEN

Het toerisme van de toekomst is van iedereen. Van reizigers, bewoners, ondernemers en beleid. Vernieuwing, schoonheid, verbinding en gastvrijheid kan op elke plek in de samenleving ontstaan. Kijk om je heen. Luister naar de plek waar je woont of werkt. Waar hou jij van? Wat vraagt die plek van jou? Wat is jouw droom? Welke verwondering wil jij in actie omzetten? Met wie? Leiderschap is iets anders dan baas zijn. Leiderschap betekent ergens in geloven, ergens voor durven gaan. Welk initiatief vraagt jouw leiderschap? Welke kwaliteit kan jij inzetten om mee te bouwen aan een florerende gemeenschap en bestemming?

Meer media over
onze vier uitdagers op
www.reizennaarmorgen.be



De Linde, hart van een florerende plek

Symbool voor reizen naar morgen

Het toerisme van morgen zal geworteld zijn in lokale gemeenschappen. In buurten, dorpen en steden die floreren en net daardoor enthousiast bezoekers willen verwelkomen. Een florerende gemeenschap is stevig verbonden met haar plek, waar mensen samenwerken, bezoekers kunnen thuiskomen en bewoners hun liefde voor de plek koesteren en doorgeven.

Lindeboom

In het hart van bijna elk dorp in Vlaanderen staat een Lindeboom. Onder zijn bladerdak spraken voorouders recht. Tegen zijn stam gaven ze Maria een plek en in zijn schaduw vierde het dorp feest. Het is de plek waar mensen samen aan herinneringen bouwen.

Een boom staat stevig geworteld op zijn plek. Hij staat in verbinding met andere levende organismen en maakt deel uit van een groter geheel. De boom bloeit als alle onderdelen voldoende zon, zuurstof en water krijgen.

De Linde als symbool voor florerende bestemmingen vertelt over verbondenheid van mensen met plek en tussen bewoners, ondernemers en bezoekers. De lokale gemeenschap is op haar beurt deel van een grotere wereld en ermee verbonden.

Plekhouders onder de Linde

Een florerende gemeenschap ontstaat waar mensen en organisaties zich verbonden voelen met hun plek en met elkaar. Ze zetten zich in voor hun plek en de gemeenschap. Hun acties vormen de wortels van de Linde.

Het gaat om bewustzijn van deze verbondenheid, verantwoordelijkheid nemen, samenwerken, connectie tussen mensen en plek creëren en ondernemen vanuit passie en creativiteit.

Plekhouders noemen we hen, de mensen die vanuit verbondenheid met plek en elkaar samenwerken en initiatief nemen voor hun florerende gemeenschap. Ze zijn de sterkhouders van een florerende gemeenschap, de stam van onze boom. Ze verdienen aanmoediging, ondersteuning en ruimte om te experimenteren.

Op de volgende pagina's vertellen we meer. Je ontdekt experimenten, stappen en praktijken die je kunnen helpen om ja te zeggen. Ja, om mee te reizen naar morgen. Ja, om je nek uit te steken en plekhouder te worden.





DE PLEK

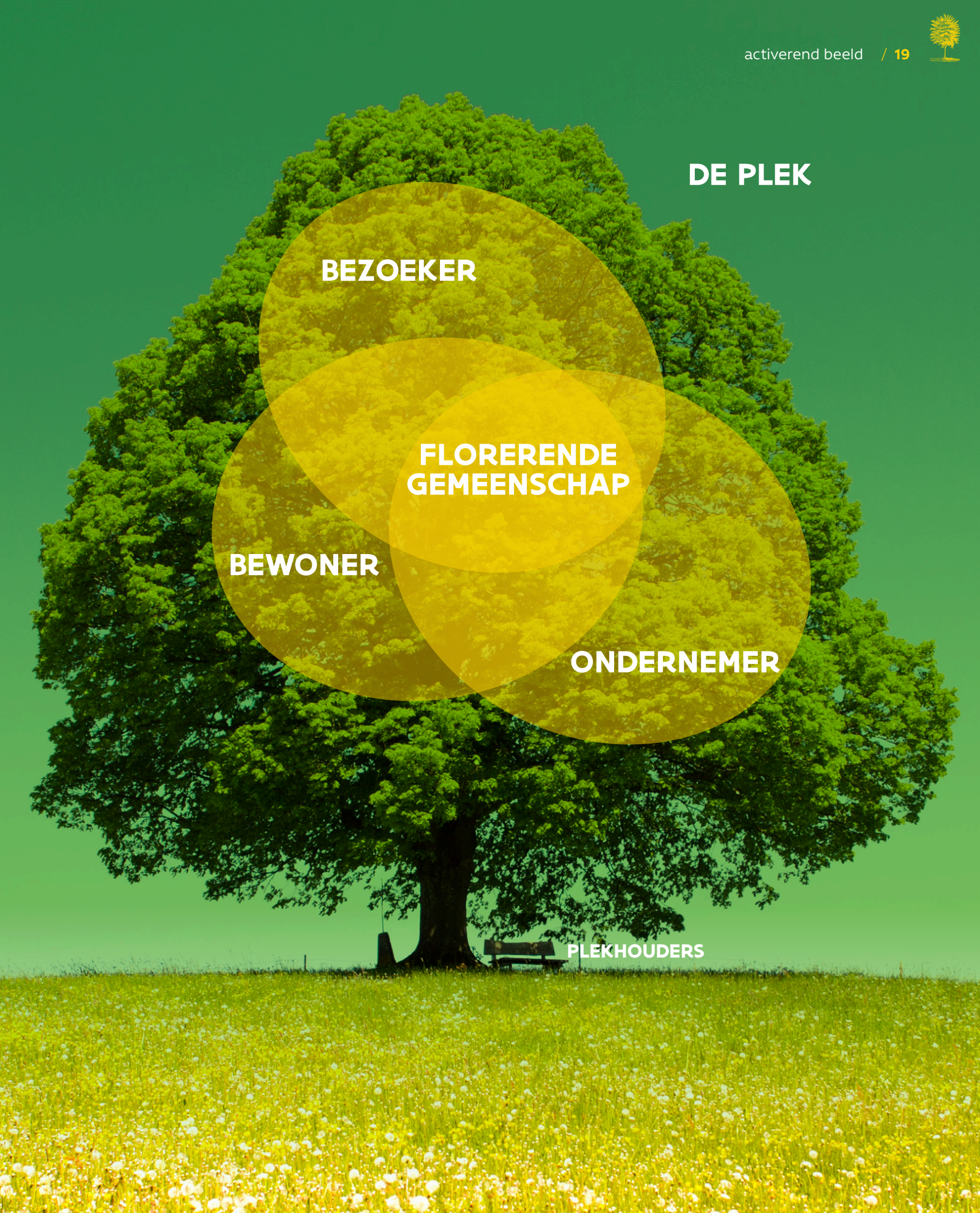
BEZOEKER

**FLORERENDE
GEMEENSCHAP**

BEWONER

ONDERNEMER

PLEKHOUDERS





In een florerende gemeenschap ondervinden alle deelnemers meerwaarde van het toerisme. Wat kan deze meer-waarde inhouden? Evenwicht is een gemeenschappelijk streven. Wat betekent 'floreren' voor de plek, zijn bewoners, ondernemers en bezoekers? Uit de denktanks groeide al heel wat inspiratie, maar vul vooral zelf in wat dit betekent voor jou, voor jouw gemeenschap en jouw plek!

Een gemeenschap floreert wanneer de bezoeker

- > zich hartelijk welkom voelt
- > het DNA van de plek ten volle kan beleven
- > een positieve impact van zijn verblijf ondervindt: nieuwe energie en inspiratie, persoonlijke groei, verbondenheid met de plek en de mensen die hij/zij ontmoet
- > respect toont voor natuur, cultuur en voor de eigenheid van de plek
- > de plek en de mensen in zijn hart draagt, zich betrokken voelt en graag zal terugkeren of de plek aanbevelen aan anderen
- > ...

Een gemeenschap floreert wanneer de ondernemer / dienstverlener

- > vitaal en rendabel is en veerkrachtig kan omgaan met verandering
- > goede arbeidsvoorwaarden en waardering geniet/krijgt
- > gepassioneerd en innovatief/creatief bezig is met zijn product of dienst en daarbij waakt over zijn eigenheid
- > ambassadeur is van de plek waar hij/zij werkt
- > naar hoge tevredenheid streeft door oprechte gastvrijheid en professionaliteit
- > rekening houdt met de impact van zijn activiteiten op de andere plekhouders en de plek
- > positief wil bijdragen aan de samenleving/gemeenschap/plek
- > ...

Een gemeenschap floreert wanneer de plek

- > aantrekkelijk, aangenaam en veilig is
- > uitnodigt tot ontmoeting tussen bewoners, ondernemers en bezoekers en daarbij niemand uitsluit
- > zijn uniek karakter laat spreken, zijn identiteit, zijn natuurlijk en cultureel erfgoed bewaart
- > ruimte biedt voor creativiteit en experiment
- > uit de intelligentie van de lokale gemeenschap put
- > zich aan de rest van de wereld connecteert en positief bijdraagt aan een florerende planeet
- > ...

Een gemeenschap floreert wanneer de bewoner

- > graag op zijn/haar plek woont, de plek kent en er trots op is
- > betrokken wordt bij het (toerisme)beleid van de plek zodat hij/zij zich mee schaart achter de gewenste ontwikkeling van hun plek
- > van de positieve effecten van het toerisme geniet: behoud en versterking van voorzieningen, erfgoed, cultuur, inkomsten, jobs, interculturele ontmoetingen ...
- > geen overlast ondervindt van het toerisme
- > ...





VERNIEUWERS SCHRIJVEN TOEKOMST

Vier transformerende stappen en een pak inspirerende praktijken

Onze ontdekkingsreis in een wereld vol verandering is een zoektocht naar ingrediënten voor een florierende bestemming. Vijftig mensen verzamelden voor een tweedaags schrijfavontuur. Ze keken terug op de ontdekkingen gedaan in onderzoek, workshops, gesprekken en denktanks. Ze identificeerden vier sleutelementen voor een transformerend toerisme. Niet als lineair op elkaar volgende stappen, maar onderling verweven. Transformatie is dan ook geen lineair proces, leerden we van de transitiedeskundigen. De kunst is: kijken naar wat beweegt en ondersteunen wat al bloeit. We delen hier onze ontdekkingen en reflecties. Onvolmaakt en onvolledig.

De vier sleutelementen dan. Die gaan om **bewust worden**, dat het anders kan, dat alles met elkaar verbonden is en dat iedereen een impact kan hebben. Van daaruit kan je **verantwoordelijkheid nemen** om wat we graag zien te laten floreren en om te beginnen waar je kan. Dat kan alleen maar samen. **Samenwerken** is nodig. Want de beste manier om de toekomst te voorspellen, is deze samen te creëren. We merken dat **connecteren** iets bijzonders brengt voor een toeristische beleving met impact: mensen verbinden met mensen en mensen verbinden met plekken.



bewust worden



verantwoordelijkheid nemen



samenwerken



connecteren



© Jan D'Hondt

Het bewustzijn dat het anders kan en de wil en bereidheid om te veranderen zijn sleutels in verandering. Hoe vinden we vertrouwen in de onzekere stappen die we zullen zetten? Wat willen we dat er niet verandert, wat mag er grondig anders? Wat gaat er nu al goed en willen we meenemen naar de toekomst?

Meer bewuste reizigers én toeristische ondernemers

(Toeristische) ondernemers ontmoeten een steeds groter wordende groep bewuste consumenten. Meer mensen

zoeken een leven dat betekenisvol is voor zichzelf en de omgeving. De World Tourism Organisation (UNWTO) spreekt van een groeiende groep van cultural creatives die de voorbije jaren een belangrijke shift maakten in wereldbeeld, waarden en cultuur. Zij gingen meer belang hechten aan milieu, menselijke relaties, samenwerking, vrede, sociale rechtvaardigheid, spiritualiteit, persoonlijke groei en authenticiteit. Als toerist vragen zij duurzamer en ethischer reisaanbiedingen, waardoor het aanbod diverser wordt. Aan de andere kant zien we ook sociaal- en milieubewuste gastheren.

Koen van den Bosch van de Vlaamse Vereniging voor Reisbureaus (VVR) beaamt dat touroperators zich bewuster worden van de noodzaak van

duurzaam reizen en dat het aanbod evolueert. "Het is daarbij belangrijk om een betaalbaar duurzaam aanbod te ontwikkelen. Uit onderzoeken blijkt immers dat de klant vandaag graag duurzamer wil reizen op voorwaarde dat dit niet meer kost."

Dat de toerist op zoek gaat naar betekenisvolle reizen voor hemzelf én voor de wereld, blijkt ondertussen ook overduidelijk uit de trendrapporten. Reizen wordt meer en meer een middel tot persoonlijke groei en zelfverwezenlijking. In een onderzoek, uitgevoerd door SKIFT, bij 1350 reizigers, gaf 54% een waarde van 7 op 10 aan het belang van transformerend reizen, 52% gaf aan hier toenemend belang aan te hechten. Transformatie, verruiming van het wereldbeeld en leren zijn de top 3 van de reismotivatatie



van de avontuurlijke reiziger, toont een onderzoek uit 2017.

Wat als we die veranderkracht, die transformerende kracht van het reizen zouden inzetten om de wereld beter te maken, voor een duurzamer toerisme?

Uit de 1600 reisverhalen van ons luisteronderzoek blijkt kristalhelder dat reizen een heel positieve impact kan hebben op reizigers én hun omgeving. Yvette Reisinger van Temple University Philadelphia ziet alvast heel wat kansen. Reizen is bij uitstek een activiteit die ons uitdaagt. Gebeurtenissen, ervaringen en ontmoetingen op reis vragen van de reiziger een andere aanpak, een andere manier van denken. Reiziger en gastheer/plek hebben een impact

op elkaar. De reiziger neemt zijn ervaringen als herinneringen mee naar huis. De gastheer kijkt door de bril van zijn gasten op een andere manier naar zijn bestemming. Ze besmetten elkaar met nieuwe ideeën.

"Er is geen veranderkracht groter dan een gemeenschap die ontdekt waarvoor ze zorg willen dragen"

— Margaret Wheatley,
auteur *Walk out Walk on*

Reizen draagt in zich een beloftevol potentieel om positieve verandering teweeg te brengen, stellen toerisme-experten. Meer mensen zijn er zich van bewust dat verandering nodig is. De reismotivatie van de toerist verschuift naar meer diepgang en betekenis. De tijdsgeest is er rijp voor.

Alles is met alles verbonden

"Als je mij vraagt naar de kansen op het vlak van het toerisme van de toekomst dan denk ik: toerisme is een deel van een grotere transformatie in de wereld. Het is terugkomen bij de verbinding met elkaar, terugkomen bij de verbinding met de aarde. Dan wordt toerisme terug deelnemend burgerschap."

Chéné Swart,
auteur *Re-authoring the world*





VERANTWOOR- DELIJKHEID NEMEN





Toerisme draagt bij tot florerende gemeenschappen wanneer er oog is voor het evenwicht tussen de meer- en de minderwaarde van het toerisme voor de plek, de bewoners, ondernemers en bezoekers. Professor van den Borg spreekt in dat verband over de draagkracht van de gemeenschap én van de plek.

Zorg dragen voor waar je om geeft

Verbonden met de andere spelers en bewust van de impact op de omgeving, engageert iedereen zich positief voor de gemeenschap en neemt verantwoordelijkheid op voor de (fysieke) plek.

Moet alles in één keer anders? 'Il faut cultiver son jardin' schreef Voltaire. Laten we doen wat binnen onze mogelijkheden ligt om verandering en verbetering in de wereld te brengen en laten we dichtbij beginnen: met onze eigen tuin.

Wat kunnen we zelf al in handen nemen? Waar zien we het al gebeuren?

Verantwoordelijkheid nemen is: engagement in woord en daad ...

"Wanneer Koen De Weerd, directeur van vakantieverblijf Vayamundo, vertelt over z'n passie, roept dat bij ons veel respect op. Gelijkwaardigheid en diversiteit zijn er geen holle begrippen, het zijn de dagelijkse werkwoorden om het recht op vakantie waar te maken. Door een doordacht ontwerp stelt het gebouw zich letterlijk open voor iedereen, ook als je een beperking hebt. En binnen wordt iedereen zonder onderscheid warm onthaald. Een beperkt budget? Met een all-in prijsformule sta je nooit voor verrassingen. Niet alleen als toerist ben je er welkom. Lokale verenigingen vinden er een vergaderstek, lokale handelaars afzet van hun producten. Kortom, Vayamundo weet aan sociaal toerisme een eigentijdse invulling te geven, met tegelijk veel waardering voor de historische wortels."

Eva Vynckier,
Netwerk Iedereen Verdient Vakantie

... en ambitieus inzetten op wat toekomstgericht en duurzaam is

"Tegen alle verwachtingen in werd ik verrast door het concept 'Village Nature' waarmee Euro Disney en Pierre&Vacances-Center Parcs naar buiten kwamen. Nabij Parijs bouwden en runnen ze in samenwerking met partners een eco-resort waar milieuvriendelijkheid voorop staat. Het is zeer interessant hoe ze massa-toerisme op een duurzame manier organiseren en hoe ze de ecologische voetafdruk van een vakantiepark zo klein mogelijk proberen te maken."

Mia Lammens, Toerisme Vlaanderen

"Ook Center Parcs en Sunparks België nemen verantwoordelijkheid en trekken de kaart van het maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zij stellen een aanbod ter beschikking voor mensen met een laag inkomen en hechten ook heel wat belang aan duurzaam bosbeheer, welzijn op de werkvloer, kansen geven aan jongeren uit kwetsbare milieus om ze te laten doorstromen naar de reguliere arbeidsmarkt."

Carine Geboers, Netwerkverbinder Iedereen Verdient Vakantie

"Bovenstaand voorbeeld doet me denken aan mijn bezoek aan Thon hotel EU in Brussel. Ook dit hotel wist me te verrassen met acties rond maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit hotel kiest voor het verlagen van zijn ecologische voetafdruk en zet met het gebruik van lokale producten en Fairtradeproducten in op duurzame voeding. Daarnaast zijn ze ook een inclusieve werkplek."

Kristof Lataire, Kapittel

"In Palau, een klein eilandengroep in Oceanië, mag je pas binnen nadat je een contract hebt ondertekend waarop staat dat je geen afval zal veroorzaken en je engageert om het eiland niet te vervuilen. Dat is een krachtig statement. Toeristen verbinden zich ertoe om zorg te dragen voor de plek die ze bezoeken. Tegelijk ontstaat er een verbinding tussen de bezoekers en de gastheer. Vreselijk dat Palau zopas is getroffen door een tsunami. Hopelijk vinden de inwoners veel veerkracht en krijgen ze alle hulp."

Elke Dens, Toerisme Vlaanderen



SAMENWERKEN

© Beeldbank Toerisme Vlaanderen

Gastblijheid

"Het is een bijzonder woord. Het vertelt iets over de blijdschap van mensen die zich gezien en welkom voelen. En het zegt iets over de vreugde die gastvrijheid brengt voor wie gastheer of -vrouw mag zijn. Daar toont zich de kern van het plezier te mogen werken in de toeristische sector. Is er iets mooier dan dat?"

Hilde De Laet, Hidrodoe

Bouwstenen voor een impactvolle toeristisch beleving en voor een florerende bestemming liggen niet allemaal of alleen in één afgebakende sector. Cultuur, erfgoed, natuur, bewoners, ondernemers: alles hangt samen met alles. Zoveel mensen, organisaties, gebeurtenissen en plekken hebben impact.

Toerisme draait om gastvrijheid, en dat is iets tussen mensen. Of een bezoeker zich welkom voelt, hangt niet af van alleen ondernemers of beleidsmakers. Het ligt in de handen van iedereen die een toerist ontmoet, van de kwaliteit van de ontmoeting en de kracht van de plek.

"Het begint allemaal bij het stellen

van de juiste vragen", zegt Jan Rotmans. "Daarbij helpt het enorm om friskijkers en dwarsdenkers aan boord te hebben. Natuurlijk moet je met de mensen vanuit het toerisme aan de slag om toekomstbeelden te maken, maar dat is niet voldoende. Je moet ook mensen van buitenaf uitnodigen, mensen die ook in andere velden en sectoren opereren. Die friskijkers en dwarsdenkers zullen alles wat gangbaar is ter discussie stellen. Alles wat vanzelfsprekend is moet ter discussie kunnen komen. Je moet kijken van buiten naar binnen in plaats van binnen naar buiten. Je moet zien wat er in de wereld aan de hand is. Anders kom je met standaardvragen en obligate oplossingen en daar komen we echt nergens mee."

Waar zien we het al gebeuren?



Samenwerken om natuur te vrijwaren...

"Het Nationaal Park Hoge Kempen is een uniek natuurgebied van meer dan 5 700 hectare heide en bos in het Regionaal Landschap Kempen en Maasland, waar vele partners – elk in hun werkveld – topresultaten willen halen. Door samenwerking en mede-eigenaarschap is het Nationaal Park een succes voor natuur, toerisme, erfgoed, ruimtelijk ordening en wetenschap. Om dit te realiseren wordt samengewerkt met vele partners waaronder negen gemeentebesturen, het provinciebestuur, agentschappen en diensten van de Vlaamse overheid (infrastructuurwerken voor ontsnippering, aankoop en beheer van bos en heide, toerisme...), de diensten voor toerisme, natuur- en milieuverenigingen, horecaondernemers en bewoners (onder andere voor vrijwillig terreinbeheer en rangers). Zo is het gebied uitgegroeid tot een florerende plek die meer is dan de som van de delen. Toerisme is er het resultaat van investeren in de kwaliteit van een gebied."

Johan Van Den Bosch, Regionaal Landschap Kempen en Maasland

Als we de bestemming ruimer bekijken dan enkel in termen van actoren die er geld aan verdienen, heb je al een extra win. Dan komt ineens de gemeenschap in beeld waar de activiteit zich afspeelt en deze mogelijk maakt.

– Marianne Schapmans, Netwerkverbinder Iedereen Verdient Vakantie

... en om unieke sites open te stellen voor de buurt

"De Buren van de Abdij is een straf staaltje van burgerparticipatie. In 2007 stak een aantal burens in de Machariuswijk in Gent de koppen bij elkaar over de Sint-Baafsabdij. Het is een intrigerende site met een prachtige tuin in het midden van de stad die op dat moment al vijf jaar was afgesloten voor publiek. De burens kregen het voor elkaar dat ze de site opnieuw mochten openstellen voor publiek. Een tijd later streek TRACK neer in de buurt (kunsthappening van SMAK in 2012 op verschillende locaties in de stad). Het poortgebouw van het oude slachthuis grenzend aan de Abdijsite werd herboren als tijdelijke ontmoetingsplek onder de naam Herberg Macharius. De Buren van de Abdij zetten hun tanden in deze kans en maakten er na afloop van TRACK een bruisend

permanent activiteitencentrum van, voor en door de buurt. Ook is het inspirerend om te zien hoe samenwerken rond een plek verdere initiatieven kan doen ontspruiten. Een aantal Buren van de Abdij beten zich vast in de uitdaging van hernieuwbare energie. Ze vroegen zich af of ze dit vanuit de sterke buurtalliantie konden realiseren. Intussen is er een coöperatieve ontstaan om de overgang naar hernieuwbare energie te versnellen. De energiecoöperatie EnerGent ging vier jaar geleden van start en werd een samenwerking op stedelijk niveau die vandaag al heel wat resultaten kan voorleggen. Wat een paar wakkere burens allemaal teweeg kunnen brengen!"

Eva De Grootte, auteur





Mensen verbinden met elkaar

Impactvolle reiservaringen hangen vaak samen met ontmoetingen met mensen: kleine, warme momenten met andere reizigers en bewoners, ontmoetingen met gidsen, taxichauffeurs en andere mensen uit de toeristische dienstverlening. Hartelijkheid, een oprechte verwelcoming, betrokkenheid en behulpzaamheid dragen bij tot impactvolle reiservaringen. De aantrekkelijkheid van een bestemming wordt dus voor een groot deel gemaakt door de gastheren (inwoners en dienstverleners) en door de interactie tussen de bezoekers en de bewoners. Daarbij draait het om de ervaring van een relatie van mens tot mens. Trotse gastheren delen met plezier hun plek met bezoekers. Fierheid op de eigen plek is een belangrijk ingrediënt van de florerende gemeenschap.

Verbinding met de kracht van de plek

Uit het grootschalig luisteronderzoek (p. 8) blijkt dat een krachtige reiservaring vaak samenhangt met een intense beleving van de plek. Het gaat om het beleven van de specifieke identiteit van een plek: de levensstijl en waarden, de socio-politieke situatie, de natuur, kunsten en erfgoed. De plek laat zijn eigen unieke karakter spreken, heeft een eigen DNA en bewaart zijn natuurlijk en cultureel erfgoed. Hierdoor onderscheidt een plek zich van andere en wordt ze aantrekkelijk. Bewoners zijn er trots op, bezoekers verrast. Ze worden geïnspireerd en uitgedaagd, voelen zich betrokken en verbonden. De plek blijft plakken. Plekken zijn bezielde, ze zijn de thuis van mensen. In de strengen van het DNA van de plek schuilen de verhalen, de geschiedenis, de belangrijke momenten, de functies, de erfgoedwaarde, tradities, de cultuur, het

gemeenschapsleven. Het DNA is wat elke plek zo uniek maakt. De identiteit van mensen, gemeenschappen en organisaties bepaalt mee hoe het DNA van de plek wordt benaderd, ervaren, hoe ermee wordt omgegaan.

Het is belangrijk om het DNA van de plek te ontdekken en er eerlijk over te communiceren. Zo doe je aan 'expectation management'. Dat wil niet zeggen dat je de plek moet aanpassen aan de verwachtingen, wensen of gevoeligheden van een publiek. Wel is het zo dat een plek evolueert, ja zelfs muteert. Een plek is een dynamisch geheel dat zich steeds verder ontwikkelt.

De plekhouders(s)

De meeste plekken hebben behalve een juridische eigenaar nog talrijke andere eigenaars. Zij voelen zich verbonden met de plek, ze leven erin, beheren en koesteren haar. Deze plekhouders kunnen bewoners, ondernemers, verenigingen, organisaties en overheden zijn. Zij beleven het DNA van de plek en laten het voortleven. Een plekhouders kan verschillende rollen vervullen. Hij kan de plek versterken, bewaken of uitdragen door erover te vertellen. Een plekhouders kan de plek een stem geven en haar toekomstmogelijkheden versterken, zodat mensen de plek sterker kunnen beleven, diepgaander leren kennen en de gemeenschap meer baten beleeft van de plek. Een plekhouders kan de grenzen van de plek bepalen en er over waken, zodat het DNA behouden blijft en met respect wordt behandeld. Voorbeelden van plekhouders: Rangers van Nationaal Park Hoge Kempen, de bevolking van Venetië, een stadsbestuur dat een maximum aantal bezoekers per gids oplegt...



Mensen met plekken en met elkaar verbinden bijvoorbeeld via kunst...

"Een mooi voorbeeld van een cultuurproject waarbij de toeristen met de bewoners worden verbonden, is de Triennale van Brugge.' Doorheen de stad vind je moderne kunstwerken die je kan 'aanraken' en die discussie uitlokken. Tijdens de Triennale krijg je een vermenging van bezoekers en bewoners op het parcours. Bijvoorbeeld: de plek waar je in de Reien mag zwemmen trekt de lokale jeugd aan, maar evengoed toeristen die het kunstwerk komen bezoeken.' De kunstenaars werden trouwens uitgenodigd om samen te werken met de bewoners voor hun project. Dit project brengt daarenboven een ander, hedendaags Brugge naar voor. Het verbindt het oude Brugge met hedendaagse kunst. Het past bij het DNA van de stad en belicht tegelijk het feit dat de stad niet alleen een openluchtmuseum is maar ook een levende plek."

Vincent Nijs, Toerisme Vlaanderen

Of deze biermakers...

"Ik vertel graag over Jazz Bilzen Bier. In 2017 nam een groep vrienden het initiatief om — ter herinnering aan het festival Jazz Bilzen en het koesteren van de verhalen hierover — een biertje in de wereld te zetten. Jazz Bilzen, the legend, werd in april 2018 gelanceerd. Rond het bier is er een gemeenschap ontstaan van mensen die het bier — en de herinnering aan het festival — een warm hart toedragen, ermee uitpakken bij bezoekers, klinken op de verhalen van toen. Elk jaar — zeventien jaar lang — zal een speciaal bier gebrouwen worden. Dat bier verwijst telkens naar een editie van het festival. Hiermee kan ook iets gedaan worden op toeristisch vlak. Het uitwerken van een Jazz Bilzen-beleving: rond de verhalen, muziek, de plek, tentoonstellingen, bier brouwen en proeven... En bijzondere is: er is geen strak plan, geen leider. Er zijn geen subsidies mee gemeoid, geen gigantische investeringen. Jazz Bilzen Bier is het resultaat van goesting, verbinding en vrijwillige inzet, en met goodwill van een paar ondernemers die er hun schouders en investering onder willen zetten."

Griet Bouwen, Nieuwmakers

Hoe versterk je de plek? Waar zien we het al gebeuren ?

- > **Experimenteer met andere vormen** en nieuwe mogelijkheden van (toeristische) beleving en vertrek daarbij van het DNA van de plek. Op die manier leren bezoekers de plek op een andere manier waarderen. Voorbeelden: blote voetenpaden, paalkamperen, kanovaren in de stad...
- > **Ondersteun traditiedragers** die het DNA tot leven brengen. Voorbeelden: The Last Post aan de Menenpoort, de garnalenvissers in Koksijde...
- > **Betrek nieuwe mensen, voeg nieuwe elementen toe, verdiep bestaande elementen** om de plek dynamischer te maken of te herbronnen. Voorbeelden: Bulskampveld, t'ij in Kruibeke-Bazel, De smaak van Jazz Bilzen Bier...
- > **Zorg voor financiële investeringen** in de plek. Voorbeelden: Flanders Meeting & Convention Center Antwerp, Engels klooster, cultureel Hostel Bed Muzet...
- > **Zet nieuwe vormen van investeringen op:** publiek-privaat waarbij het publieke aandeel ook van verschillende organisaties of burgers kan komen zoals coöperaties en crowdfunding in de lokale gemeenschap. Voorbeelden: de picknickmanden op hoeves (Westtoer), cinema Roma...
- > **Maak plekken virtueel toegankelijk.** Voorbeelden: de erfgoedapp Faro, het Historium...
- > **Ontwikkel beleving op een multi-sectoriële en -sensoriële manier.** Voorbeelden: kunstproject Palingbeek, Kunst in het Landschap, Triennale Brugge...
- > **Zet het aanwezige vakmanschap in om het DNA te versterken.** Voorbeelden: molen en bakkerij in Bokrijk waardoor ambachtelijke traditie verder leeft in hedendaagse economie...





Die florierende plek, die maken we samen

Ondernemers &
overheid samen
naar de toekomst



Toerisme is meer dan economie. Als bezoeker word je zinderingen van creativiteit gewaar op bepaalde plekken en diepe bezieling op andere. De passies van de bewoners maken dat sommige plekken doordrongen zijn van begeestering en daarom blijven 'plakken.' Ondernemers staan niet naast de gemeenschap maar er midden in. Zij kunnen de motor zijn van duurzame verandering. Toeristische ondernemers vonden elkaar in de loop van het zoekproces Toerisme Transformeert. Ze praatten met elkaar en met de overheid. In die gesprekken borrelden inzichten op die voor zowel ondernemers als de overheid een leidraad naar morgen kunnen vormen.

"Geloven in de kracht van een plek is houden van het DNA van de plek, daarrond wil ik werken met partners. Maar ik kijk ook goed rond hoe anderen dat doen. In het tv-programma 'Columbus' trok Wim Lybaert elke week erop uit met een bekende gast op zoek naar het goeie leven onderweg. Hoe fijn zou het zijn om een rijdend hotelletje te hebben, vroeg ik me toen af. Je niet op één plek vestigen, maar met je gasten kiezen welke bijzondere plek je bezoekt. Ideeën hangen blijkbaar in de lucht. Want toen botste ik op het verhaal van Tim en Valerie uit Antwerpen. Ze kochten een 12 meter lange gele Amerikaanse schoolbus en bouwden die om tot hostel met alles erop en eraan! Dakterras, uitgeruste keuken en vrijetijds materiaal zoals vishengels, sportgerief en gitaar inclusief. Vandaag trekken ze samen met hun dochtertje, hond en hun bezoekers van de ene plek naar de andere. Hoe fantastisch is dat?"
Kristof Lataire, Kapittel

Nathalie Boyden van Park Costa, een camping in Bredene, wil actief meewerken aan een warme toekomst. Haar drijfveer is het maatschappelijke belang. Marcel Buelens van de regionale luchthaven Oostende-Brugge & Antwerpen zegt: "Als wij het niet doen, gaat iemand anders het doen. We moeten het zelf in handen nemen." Veerle De Boeck van de Federatie van Belgische Autobussen en Autocarondernemers stelt het nog scherper: "Als ondernemer moet je bezig zijn met de toekomst. We moeten onszelf heruitvinden om er later nog te zijn. Als je gewoon voordoet zoals je bezig bent, dan verdwijnt je." Katelijne Haelters, van Hotel The Pand in Brugge, verwoordt het als kiezen tussen weerstand of weerbaarheid. Weerstand is vaak de eerste reflex. "Maar dat is, vind ik, niet meer van deze tijd. Bovendien is het niet alleen aan de overheid om de toekomst uit te stippelen. Ondernemers lopen meestal voor en hebben dus ook een invloed op hoe zaken evolueren."

Hoe komen we tot een florerende plek?

Volgens Katelijne Haelters begint alles met participatie en inspraak. Voor elke stad of bestemming zijn er heel specifieke uitdagingen. Mocht elke gemeenschap bepalen wat de top 3 uitdagingen zijn, dan kunnen ondernemers, bewoners en overheid aan de slag met de uitdagingen waarvoor het draagvlak het grootst is. Nathalie Boyden ziet een belangrijke rol voor de overheid. Die moet mee zorgen dat het ondernemingsvuur kan blijven branden. Nu is het vaak zo dat ondernemers en hun initiatieven vastlopen op onduidelijkheden of tegen trage of tegenstrijdige procedures aanlopen.

Transparantie is een sleutelwoord voor Marcel Buelens: "Binnen welke lijnen kan ik werken en er vol voor gaan? En het moet eerlijk zijn, voor iedereen dezelfde regels."

Overheid en ondernemers samen in de boot

De ondernemers zijn het hierover eens: overleg is de eerste stap. Overleg betekent luisteren naar elkaar, samen bepalen wat belangrijk is, samen het evenwicht tussen verschillende belangen vasthouden. Katelijne: "We zouden met alle partners een oefening kunnen maken: wat zijn de uitdagingen en problemen op een bepaalde plek? Kunnen we met de verschillende partijen rond de tafel gaan zitten om te kijken welke keuzes er kunnen gemaakt worden?" Marcel vult aan: "Met aandacht voor transparante regelgeving en een eerlijk speelveld."

Het is nodig dat de overheid de kaders aangeeft, op basis van die gesprekken met bewoners en ondernemers. Er zijn trouwens al goede praktijken daaromtrent, van goed werkende adviesraden los van de politiek. Nadine De Weirde, van het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen, haalt het belang van informatie aan. Goed geïnformeerde partners kunnen goede beslissingen nemen. Inspraak zonder informatie en inzicht werkt niet. De overheid kan hierbij een belangrijke rol spelen. Zij kunnen de toeristische sector inspireren en ondersteunen, onder andere door het aanmoedigen en opzetten van netwerken en kennisdeling. Ook advies en financiële ondersteuning van experimenten lijkt een belangrijke rol voor de overheid.



VIJF TRANSFORMATIES VOOR ONDERNEMERS



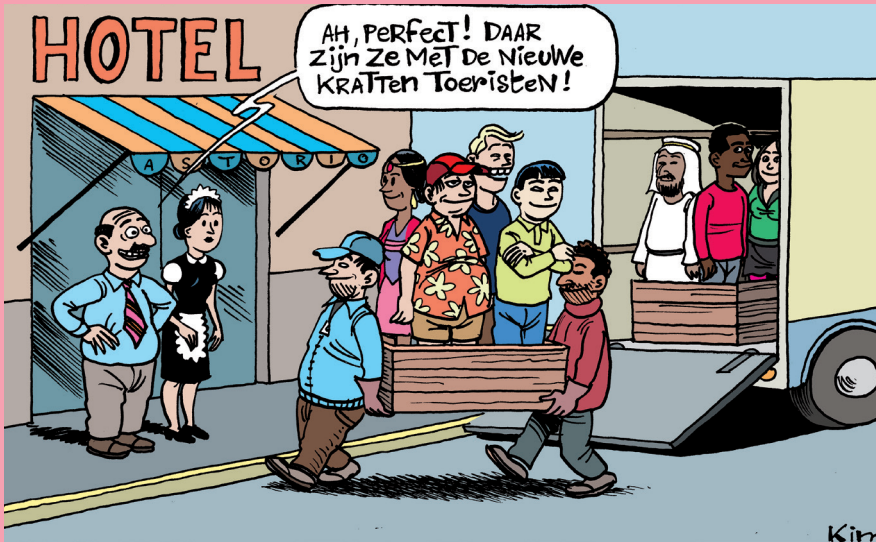
1. DE BELEVING STAAT CENTRAAL

We moeten anders gaan denken, en daarbij vertrekken vanuit de bezoeker, vinden de ondernemers. De beleving van de bezoeker staat centraal. De grote disruptieve spelers binnen het toeristisch landschap hebben dat ook begrepen. Hun aanbod vertrekt vanuit de klant. Airbnb faciliteert een lokale

"Ik ben fan van de sfeer die Hotel Bitter&Zoet brengt! En van de manier waarop ze de geschiedenis van de plek integreren in hun bedrijf." Het hotel bestaat uit prachtige, historische panden genaamd 'Toewijding', 'Bitter en Zoet', 'Plichtgevoel' en 'Vertrouw op God'. De panden zijn met elkaar verbonden door een moderne constructie. Hotel Bitter&Zoet is een zorghotel zonder de 'ziekenhuisachtige' sfeer die je daarmee vaak associeert. De uitbaters zijn echte pleitbezorgers voor 'hospitality' volgens de regels van de kunst: gastvrij, vriendelijk, zorgzaam, oprecht en transparant, en dit voor elke gast. Het zijn bovendien geëngageerde ondernemers die hun ziel in hun bedrijf stoppen en daarbij heel

beleving voor de toerist: bij de inwoners thuis overnachten, de inwoners die de bezoeker op sleeptouw nemen om hem hun plek te laten zien. Uber faciliteert transparant en efficiënt personenvervoer. Wat kunnen we nog meer leren van deze nieuwe spelers? De nieuwe verdienmodellen richten zich op een persoonlijke en menselijke aanpak, een op maat gemaakt aanbod met ruimte voor flexibiliteit. Die dingen duiken alsmaar meer op in het toeristische landschap. Het belang ervan neemt toe.

veel oog hebben voor de omgeving. Ze zetten in op duurzaamheid en op 'korte keten', op een heel vanzelfsprekende no-nonsense manier. Ze werken samen met een heleboel kleine ondernemers uit de buurt. Ze hebben ook een actieve rol in Veenhuizen, een redelijk afgelegen dorpsgemeenschap. Zo bakt het hotel brood voor de eigen gasten, maar kunnen ook buurtbewoners brood en patisserie kopen in het hotel. En ze nemen initiatief! Zo hebben ze deze zomer een reeks culinaire erfgoedinars, naar aanleiding van de verjaardag van 200 jaar Koloniën van Weldadigheid. Daarbij maakten ze de verbinding tussen een specifieke plek, historische menu's en hedendaagse gastronomie." Geertje Bernaerts, Karvansera



2. VERANDEREND TAALGEBRUIK, TERUG NAAR DE ESSENTIE

Van welke woordenlijstje word jij het meest warm?

logiesaanbieders	gastheren
consumenten	reizigers
kamers	belevingen
verkopen	mogelijk maken
producten	plekken
pakketten	ervaringen
consumenten	gasten
leverancier	gastheer
groothandelaar	partner
efficiëntie	vervulling
prijs	waarde
...	...

De ondernemers spelen met nieuwe begrippen. Gastheerschap in plaats van toeristische aanbieders. Verwelkomen in plaats van aanbieden. Woorden die de sector voordien vooral vanuit een

economische logica kleurden, maken een verschuiving door. Daardoor komen die typische passie en bezieling van toerisme meer centraal te staan.



3. BREDER DENKEN, BELANGEN VERBINDEN

'Een andere kijk op reizen en toerisme? Dat vond ik bij touroperator Joker toen ik zelf naar werk zocht in de toeristische sector in de jaren negentig. Zowel op de werkplek als in het reisaanbod stond duurzaamheid, beleving en mens (collega's, lokale ondernemers in de bestemming en de toerist) centraal. Aangemoedigd worden verwonderd te blijven en steeds in dialoog te gaan werden als waarden naar voor gedragen. Bezieler Bob Elsen creëerde zo een plek waar iedereen zich goed bij voelde. Ook de toerist, want het vernieuwde reisconcept werd en wordt door steeds te blijven vernieuwen, erg gesmaakt.'
Griet Geudens, Toerisme Vlaanderen

Hoe kan toerisme verbinden? Hoe kunnen verschillende werkvelden samenkomen? Wat stimuleert de kruisbestuiving? Multifunctionaliteit en herbestemming zijn termen die daarbij geregeld terugkomen. Op meerdere plekken gebeurt het al. Een erfgoedlocatie geeft sociale tewerkstelling een boost terwijl de gast er kan genieten van een unieke beleving. Internationale bezoekers beleven iets

extra wanneer ze een meeting of congres bijwonen op een bijzondere locatie. Ondernemers werken samen met sociale organisaties om het recht op vakantie voor iedereen waar te maken. En buurtbewoners kunnen ook van de hotelfitness of het zwembad genieten. Er zijn al voorbeelden, maar er is nog zoveel meer mogelijk. "We moeten niet in ons hokje blijven", zeggen de ondernemers.



Een succesvol ondernemer kijkt en reflecteert op wat er beweegt in de samenleving. Hij kijkt verder dan zijn bedrijf en sector. De deeleconomie, waarbij gebruik het wint van bezit, floreert. Dat zijn interessante evoluties, ook voor ondernemers in de sector: Licht kopen in plaats van lampen bijvoorbeeld. Zo is de leverancier gemotiveerd om materiaal te leveren dat lang meegaat en herstelbaar is, en krijg

je een inherent duurzaam systeem. Vernieuwing brengt onzekerheid en angst mee. Het vraagt veerkracht en durf om verandering aan te grijpen als een kans, als een opportuniteit om te leren. Een open blik om te experimenteren, veranderingen omarmen, complexiteit en onzekerheid toelaten: dat vraagt om een nieuwsgierige, open en flexibele ingesteldheid, ook van ondernemers.

4. EXPERIMENTEREN MET NIEUWE BUSINESSMODELLEN

"Ik word helemaal vrolijk van het Jo&Joe initiatief van Accorhotels. Grote ondernemers die durven luisteren naar hun toekomstpubliek, dat geeft mij hoop. Samen met jonge studenten werd een nieuw concept ontwikkeld én in de markt gezet. Het concept is op maat voor en door reizigers en bewoners gemaakt. Het is ontworpen om het ontmoeten te vergemakkelijken en 'goed samenleven' te bevorderen. Er zijn gemeenschappelijke ruimtes binnen en buiten. Townsters en Tripsters kunnen er elkaar treffen. Of je nu alleen reist, of als paar, in een familie of als een groep, iedereen kan hier iets vinden dat past. Het doet me denken aan een gelijkaardig initiatief in de Brugse Hostel De Snuffel. Ook hier staat ontmoeting tussen reizigers en locals voorop." Jeroen Marijsse, Netwerkverbinder Iedereen Verdient Vakantie



5. KENNIS DELEN IS VERMENIGVULDIGEN

Om de toekomst te kunnen verkennen en vorm te geven hebben ondernemers plekken nodig waar ze elkaar en andere sectoren kunnen ontmoeten. Ze willen ervaringen en kennis uitwisselen, inzichten delen en samenwerken over klassieke sectorgrenzen heen. Ze willen samenwerken met de overheid, het onderwijs, beroepsorganisaties en federaties, gebruikers en bezoekers. Samenbrengen van kennis is het begin van oplossingen. Durven niet weten en van daaruit samen onderzoekend leren is een eerste stap naar een aantrekkelijke toekomst.



Experimenteren in het Meetjesland

Betekenis geven aan de florerende plek

Geïnspireerd door zijn deelname aan het traject Toerisme Transformeert bracht Erik Hennes van Toerisme Meetjesland een kerngroep samen om het gesprek over het toerisme van morgen ook op gang te brengen in het Meetjeslandse krekengebied.

Anders dan anders zou het eerste gesprek niet alleen met de vertegenwoordigers uit de regio zijn. Iedereen mocht mee aan tafel, om samen te zoeken naar wat verbindt. De uitnodiging was eerder vaag en werd breed verspreid in de gemeenten Assenede en St Laureins. "We wisten niet wie er zou komen" vertelt Erik. Heel leuk was dat de eerder vage uitnodiging om samen na te denken ook nieuwe mensen aanbracht. "De helft van het aanwezige publiek was nieuw voor ons, mensen die we anders niet bereiken, allemaal met een hart voor toerisme in het krekengebied."

EXPERIMENTEREN OM TE LEREN

Experimenteren doen ze ook al in **De Kempen** en in **Mechelen**. Wil je ook van gedachten wisselen, zoek je naar een klankbord? Laat van je horen. Dan zoeken we samen wat mogelijk is en verbinden we onze contacten.

45 mensen waren aanwezig en deelden vol enthousiasme hun ervaringen, wensen en dromen.

"Samen nadenken over het toerisme van morgen genereerde veel energie bij de aanwezigen en initiatiefnemers. Het brengt ons terug bij de essentie, waar we het allemaal voor doen. Het dwingt ons in een nieuwe positie: geen voorstellen formuleren, maar vragen wat bij de mensen leeft, wat zij zelf willen realiseren. Vandaag trekken de deelnemers aan onze mouw dat het traject zeker niet mag stilvallen".

De kerngroep reflecteert zorgvuldig over het traject en leert voortdurend bij. Stap voor stap en soms ook een stap terug. Als het te snel gaat, dan vertragen we, op het ritme van de groep, een stapje terug wanneer het nodig is.

'Werken aan Toerisme van Morgen', ging van start met een presentatie van Anna Pollock over 'Flourishing destinations'. Dan volgde een interactief deel met als vraag 'Hoe maken we van het Krekengebied een florerende bestemming?' In kleinere groepen, bespraken de deelnemers ideeën en initiatieven voor de toekomst. Waar wil je als bewoner, regio/gemeente en bedrijf over vijf jaar staan? En wat zijn de voorwaarden om deze droomscenario's te vervullen?

Het thema wordt ook verweven in een internationaal project 'Flourishing Destinations' met Schotland en Roemenië. Benieuwd hoe verloopt? Leg je oor te luister in het Meetjesland.

Meer info over het
experiment in het Meetjesland
erik.hennes@toerismemeetjesland.be



Van het oude systeem naar het nieuwe

De transitie: welke rol past jou?

Bewust worden, verantwoordelijkheid nemen, verbinden en samenwerken: de vier ingrediënten om de transitie te maken van een toeristische bestemming naar een floreerende plek en gemeenschap. Ondernemers dragen graag bij, vertelden we. De overheid luistert en zoekt hoe ze haar rol kan versterken. En dan zijn er al die mensen die trots zijn op hun plek, die gastvrijheid hart en handen geven. Bewoners, ondernemers, beleid: allemaal plekhouders. Jij ook?

OdeGand, © Thijs de Lange

Bewustzijn dat alles met elkaar verbonden is...

"As simple as that. Het beleid in Vlieland, één van de Waddeneilanden in het noorden van Nederland, is eerlijk en eenvoudig. De lokale economie van Vlieland rust voornamelijk op de pijler recreatie en toerisme. Het succes van Vlieland is het natuurlijke, kleinschalige, rustige en auto-arme karakter. De bewoners houden van de weidse zichten en het spel van zand, wind en water. Ze delen hun persoonlijke band met het eiland desgevraagd met de toerist. Om dit karakter te bewaren nam het gemeentebestuur een simpel maar verstrekkend besluit. Er geldt een stop op het bouwen van nog meer overnachtingsaccommodaties. Als de beschikbare tenten en hotelbedden vol zijn, moet je maar op een ander

moment komen. Dit is even stoutmoedig als rechtdoorzee. Wat mij betreft, een krachtige beslissing waardoor de relatie tussen Vlieland en zijn toerisme geen schipbreuk zal leiden."

Bart Rondas, VisitGent

En dat iedereen iets teweeg kan brengen

Anderen tonen hoe je als bewust individu grootse dingen kan teweeg brengen: Lanzarote bleef authentiek dankzij de visie van één man.

"Dankzij de invloed en de moed van de kunstenaar, architect én bewoner van Lanzarote, Cesar Manrique, is er geen hoogbouw, zijn de kleuren van de gebouwen traditioneel en zie je geen schreeuwerige reusachtige reclameborden." Daarom vind ik het zo'n mooi

voorbeeld. Door deze krachtige visie heeft Lanzarote zijn authentieke stijl en unieke landschap niet verloren. En laat dit nu net de troeven zijn waarom zoveel toeristen van het eiland houden. Lanzarote is een ruw, dor en ruig eiland met talloze schattige en ingetogen dorpjes. Ondanks het feit dat Lanzarote afhankelijk is van het toerisme voor zijn economie onderging het eiland niet het lot van vele andere zonnige bestemmingen: een kustlijn vol hoge buildings met schreeuwerige kleuren en vormen. Cesar Manrique geloofde in duurzaam toerisme lang voor het een modewoord werd. Hij heeft aangetoond dat je de eigenheid en het authentieke karakter van een plek kan behouden zonder toeristen te weren van je toeristische bestemming.

Filip Standaert, Handelsreizigers in ideeën



Die 'iedereen', daartoe behoort ook jij

Transitie brengt veel onzekerheid met zich mee en is complex om te bevatten. Auteur Deborah Frieze ziet twee bewegingen die in de transitie van oude naar nieuwe, alternatieve manieren van zijn en doen. Ze geeft die bewegingen bevatelijk weer in twee curves. (zie schema). Links zie je het ontstaan, de groei en het ondergaan van huidige systemen. Denk bijvoorbeeld aan een economie die zich voedt met aardolie of de industriële productie van voeding. Massatoerisme is daarvan ook een voorbeeld. Rechts begint een nieuwe curve: de opkomst van alternatieven, zoals hernieuwbare energie, biologisch voedsel en een toerisme dat bloeit in florerende bestemmingen. We zitten vandaag ergens tussenin stromingen, midden in transitie.

Deborah Frieze brengt met dit schema in beeld hoe mensen en organisaties elk een eigen bijdrage kunnen leveren aan dit proces van transitie tussen oud en nieuw. Ze roept alle mensen op om op hun eigen plek actie te ondernemen die – in verbinding met anderen – tot verandering leiden. En, iedereen kan deelnemen, zegt ze. Want in elke grote overgang hebben we baanbrekers nodig, net als mensen die baanbrekende initiatieven zichtbaar maken en verbinden. Er zijn mensen nodig die zorg dragen voor de oude systemen tot de vernieuwing sterk genoeg is, en mensen die bruggen bouwen tussen wat nu is en wat aan het ontstaan is.

Wat zijn die rollen in veranderende tijden? En welke past jou?

Baanbrekers experimenteren met alternatieve manieren van denken en doen. Zij doen nieuwe initiatieven of systemen ontstaan, die anders werken dan de dominante stromingen. Baanbrekers worden vaak lang niet begrepen, voelen zich alleen en onzichtbaar omdat mensen rond hen nog niet begrijpen wat ze bedoelen en doen. Daarom is verbinding tussen baanbrekers zo belangrijk.

Uitlichters helpen de alternatieven zichtbaar maken. Door hun aandacht en verhalen kunnen anderen de nieuwe dingen ontdekken, begrijpen en er enthousiast over worden. Niet alleen de best practices verdienen hierbij aandacht. Uitlichten is ook bedoeld om te leren, te delen en te verbinden. Uitlichters zijn nieuwsgierig, vertellen graag verhalen en hebben een beeld van hoe de nieuwe wereld zou kunnen worden. Ze helpen ons om wijzere beslissingen te nemen.

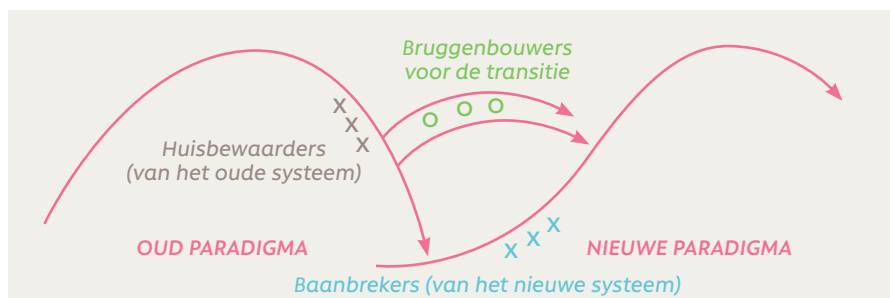
Beschermers bieden de baanbrekers ruimte, kansen en veiligheid om hun ideeën uit te broeden en te testen. Fases van transitie vragen om broedplekken waar kan worden geëxperimenteerd en gefaald, waar kan worden geleerd en geïnspireerd. Diep binnen instituties en organisaties bieden ze baanbrekers genoeg bescherming voor hun experimenten.

Huisbewaarders begeleiden systemen in transitieperiodes. Terwijl er wordt geëxperimenteerd en geleerd zijn er ook mensen nodig die het licht aanhouden zodat er geen vacuüm ontstaat tussen wat is en wat het zal worden. Huisbewaarders zorgen ervoor dat het leven vandaag ook doorgaat en zorgen voor de overgang van het oude naar het nieuwe. Ze houden de huidige systemen overeind tot de nieuwe sterk genoeg zijn. Ze hebben oog voor de pijn van mensen in de oude systemen, en dragen zorg voor wie lijdt onder onzekerheid, verlies en verandering.

“Rather than identifying what the change will be, leaders need to identify and lead processes for engaging the necessary stakeholders in emergent change processes.”

– Gervase Bushe

De bedenker van dit transitie-schema zegt dat we met z'n allen te lang hebben gedacht dat verandering van anderen komt. “Maar in levende systemen hebben we iedereen nodig. Alle vier de rollen helpen de transitie te maken. Dan wordt de vraag voor de plek, bewoners, ondernemers en plekhouders: als de huidige manier van werken de oplossingen niet kan creëren en nieuwe dingen nodig zijn, welke bijdrage kan ieder van ons dan doen?”



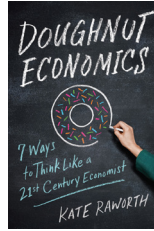
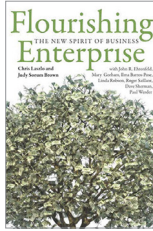
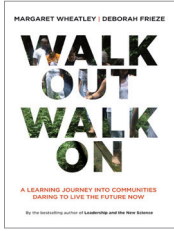
STILVALLEN

Waar wil jij naartoe?
Welke rol zit jou als gegoten?
Wat heb jij nodig om die op te pakken?
Wie kan jou inspireren of steunen?



AAN DE SLAG

Literatuur



Walk Out Walk On – Meg Wheatley & Deborah Frieze

"Als de toekomst donker en de opdracht onmogelijk lijkt, dan neem ik dit boek ter hand. Het is een bijzonder en hoopvol boek over mensen en gemeenschappen overal in de wereld die schijnbaar onoverkomelijke uitdagingen samen overkwamen door hun gezamenlijke inzichten en kracht te verbinden. Het geeft zicht op hoe de toekomst zou kunnen zijn. Een leerrijke reis op weg naar veerkrachtige gemeenschappen. Prachtig toch?" **Marianne Schapmans, Netwerkverbinder Iedereen Verdient Vakantie**

Flourishing Enterprise – Chris Laszlo & Judy Sorum Brown

Dit boek omvat vele redenen en voorbeelden waarom we in het bedrijfsleven moeten verschuiven van duurzaamheid naar floreren. *Floreren – het streven dat mensen en het leven in het algemeen voor eeuwig op de aarde zullen gedijen – zou voor elk bedrijf van vandaag een belangrijk doel moeten zijn.* **Anna Pollock, Conscious travel**

Wie (niet) reist is gek – Ap Dijksterhuis

"Vanuit verwondering kan een mens oprecht blij worden. Ik trof een gelijkgezinde in deze Nederlandse psycholoog: 'Van alle manieren om onze geest te masseren, is reizen de meest weldadige en meest natuurlijke manier'. Ik treed dat volledig bij. Dijksterhuis licht zes redenen toe. Meer inlevingsvermogen, het schept ruimte, het prikkelt je creativiteit, je tijd lijkt langer, reizen maakt gelukkig. Volgens mij zou het deel moeten uitmaken van het leerplan van 10- tot 18-jarigen: om de 'anatomie van de verwondering' te leren kennen, reizen als ritueel in de ontwikkeling, om een kaap alleen te nemen... Waar wachten we op om 'leren reizen' écht in het onderwijs onder te brengen?" **Filip Standaert, Handelsreizigers in ideeën**

Doughnut Economics – Kate Raworth

Hierin worden zeven opties beschreven om te denken als een 21ste eeuwse economist. *Economie is gelijk aan groei? "There is no alternative" wordt hier krachtig weerlegd. Raworth stelt andere doelen voorop: het behoud van een leefbare wereld en sociale aspecten. Als van beide kanten de grenzen – vandaar de donut – niet overschreden worden, is het evenwicht beter. Je kan de donut trouwens perfect toepassen op toerisme: doelen voor de bevolking, voor de reizigers, maar ook doelen voor de planeet, voor de bevolking wie in de sector werkt. Het sociaal statuut is niet overal bepaald sterk. Ook daar mogen we vragen over stellen.* **Sepepe Dams, Netwerkverbinder Iedereen Verdient Vakantie**

Filmpjes



Chené Swart

Hoe kunnen verhalen toerisme transformeren? Via verhalen leren we echt begrijpen wat voor zowel bezoekers als gastheren belangrijk is. Chené Swart vertelt erover in dit filmpje.



Gervase Bushe

Hoe kan een leider toerisme helpen transformeren? Alles begint met het detecteren en ondersteunen van kleine, lokale vernieuwingen (of experimenten). Gervase Bushe geeft zijn visie in dit filmpje.



Taleb Rifai

Taleb Rifai, voormalig secretaris generaal van de UN World Tourism Organization, vertelt over hoe toerisme het leven van gastheren op een toeristische bestemming kan transformeren.

Online

www.reizennaarmorgen.be

Om dit magazine en nog veel meer media online te lezen.

www.connectyourstory.org

Verhalen over de kracht van reizen in heel de wereld.



samen REIZEN naar *morgen* ...

Een jaar na de start van de reis zijn sommige antwoorden onderweg. Ja, toerisme kan mensen en plekken transformeren. Ja, om dat mogelijk te maken staat de sector voor transformerende tijden. En neen: die transformatie kan niet gestuurd worden door de overheid, hooguit gefaciliteerd. Zoals een boswachter geen bomen kan doen groeien, maar wel voorwaarden kan scheppen waarin de biodiversiteit in het bos het werk doet. We hebben je nodig. Jouw liefde voor de plek waar je woont en werkt. Je begeestering voor reizen. Je gastvrijheid. Je kennis en engagement. En je vertrouwen in morgen.

Wat is jouw hoop of droom?

Vertel erover!

Zijn daar concrete ideeën bij?

Kies er één!

Met wie zou je willen samenwerken om dit idee te verkennen?

Durf minimum één ervan aan te spreken!

Voilà, je bent vertrokken.



Het woord is aan jou

Wat heeft je geraakt bij het lezen van dit toekomstbeeld?

Wat is je hoop of droom bij dit toekomstbeeld?

Welke concrete ideeën borrelen er op bij het lezen van dit toekomstbeeld?

Met wie zou je hiervoor willen samenwerken?

Reageer op dit toekomstbeeld via deze lezersbrief:
tav Peter De Wilde, Grasmarkt 61, 1000 Brussel
lezersbrief@reizennaarmorgen.be of via www.reizennaarmorgen.be





REIZEN
naar
morgen

