



door
Jef Van Eyck

HOE DUURZAAM IS REIZEN MET EEN LONELY PLANET IN JE HAND?

Een interview met Tony Wheeler.

'Onze Wereld' is het tijdschrift van het Nederlandse Novib (vergelijkbaar met 11.11.11 in Vlaanderen). Enkele maanden geleden publiceerden zij een interview met Tony Wheeler, de oprichter van Lonely Planet, het machtigste reisgidsenimperium ter wereld. Ruim dertig jaar geleden maakte hij zijn eerste reisgids, samen met zijn vrouw aan de keukentafel. Sindsdien heeft Tony Wheeler meer dan vijftig miljoen gidsen verkocht. Journaliste Iris Pronk legde hem enkele prangende vragen voor. Hoewel we het niet altijd eens zijn met Wheeler's antwoorden krijgen we wel een beter zicht op de Lonely Planet-filosofie. Handig als je geregeld met zo'n reisgids rondloopt.

Kunt u het Lonely Planet-gevoel beschrijven? Met welke ogen kijkt Lonely Planet naar de wereld?

"Wij denken dat toerisme een positieve zaak is. Het stimuleert de werkgelegenheid, het is een van de belangrijkste industrieën in de wereldeconomie. Maar de invloed van het toerisme gaat veel verder dan de economie. Vooral het contact tussen mensen uit verschillende culturen is ongelooflijk belangrijk. Daarom willen we reizigers graag helpen, informeren. Lonely Planet is een vriend: we kijken niet op reizigers neer maar moedigen ze aan."

Vertegenwoordigt Lonely Planet de westerse blik op de wereld?

"Nee, toerisme is een internationale branche geworden, het is geen éénrichtingsverkeer meer. Zuid-Koreanen gebruiken onze Engelstalige boeken en Indiërs reizen met een Lonely Planet-gids door Australië. Ook in China is een reislustige middenklasse ontstaan voor wie ik dolgraag gidsen zou willen maken. Of we de Lonely Planet voor een Chinees publiek zouden moeten aanpassen? Natuurlijk, elke groep stelt weer andere eisen. Voor Franse gebruikers van de Lonely Planet is de informatie over eten en restaurants

heel belangrijk, terwijl voor de Duitsers vooral de vertrektijden moeten kloppen."

Voor veel rugzaktoeristen is de Lonely Planet een onfeilbare bijbel. Ze sjokken in lange rijen achter elkaar aan en laten een spoor achter van budgethotels en bananenpannenkoeken. De wereld als één groot backpackerspark, made by Lonely Planet, volgens critici.

"Er zijn plekken op de wereld waar we inderdaad veel invloed hebben. En sommige reizigers volgen onze boeken veel te slaafs. Als wij zeggen: logeer in dat hotel, dan doen ze dat ook. Dat is niet per definitie slecht: deze mensen gaan toch reizen en ze moeten érgens slapen.

Op een gegeven moment zijn we wel waarschuwingen gaan plaatsen voorin onze gidsen: dit is geen bijbel, geen instructie die je moet opvolgen, dit zijn suggesties. Mensen moeten leren zelf hun weg te vinden. Maar bedenk wel: de meeste mensen volgen de kudde. Ze gaan naar dezelfde films, dragen dezelfde kleren, luisteren naar dezelfde muziek. Het is een kleine minderheid die iets anders onderneemt. En wij kunnen er niets aan doen als een hoteleigenaar ontdekt dat backpackers dol zijn op bananenpannenkoeken. We kunnen toeristen ook niet een ander gerecht voorschrijven.

Meer info over Novib en het tijdschrift Onze Wereld?

Klik op
www.novib.nl &
www.onzewereld.nl

Overal waar je komt, zie je daarom bananenpannenkoeken op het reizigersmenu staan. Maar tegenwoordig kun je ook overal Thais eten, de Thaise keuken is ook globaliseerd.”

Staat een mooie onontdekte plek eenmaal in de Lonely Planet, dan breidt de ziekte van het toerisme zich snel uit. Eerst komen de backpackers, dan de massatoeristen. En dan is het paradijs verloren. Dat is de strekking van The Beach, de roman van Alex Garland. Wat vindt u daarvan?

“Ik vond het boek en de verfilming met Leonardo di Caprio grappig, we hebben er erg om gelachen, het is een mooie fantasie. Maar kijk om je heen in Thailand, naar alle toeristen, alle hotels en restaurants: hebben wij dat gecreëerd, hebben wij al die 747's gebouwd? Wij zijn één invloed, naast vele andere.

Op dit moment werkt één van onze auteurs aan een gids over Afghanistan. Daar ontmoette hij een soldaat en die zei: o jee, als Lonely Planet hier komt, dan is het afgelopen! Maar veel oudere inwoners van Afghanistan kijken juist met veel plezier terug op de tijd dat er nog toeristen naar hun land kwamen. Dat zogenaamde paradijs gaat vaak alleen in onze, westerse, ogen verloren. Wij willen dat het simpel en primitief blijft, dat de wegen onverhard blijven, dat mensen te voet en niet per auto reizen, want dat vinden we pittoresk. Maar mensen willen auto's, elektriciteit, scholen, ze willen alle dingen die voor ons dat paradijs zouden ruïneren.”

Hoe zou u het Lonely Planet-effect beschrijven?

“Ik geloof dat we met onze gidsen vooral een positief effect hebben. Mensen zijn betere bezoekers, sympathieker reizigers als ze meer weten over de godsdienst in een land en hoe dingen er werken. Zo gaat het ook bij het kopen van souvenirs: als je er iets van weet, dan koop je geen toeristenrommel maar iets veel mooiers. Dan ben je ook een betere, kritischer klant: je moedigt mensen aan om ambachtelijke, mooie dingen te maken. Zonder toerisme zouden veel van die ambachten uitsterven. En individuele reizigers die met onze gidsen op stap gaan, geven hun geld vaak uit in kleine, lokale tentjes. Zeker jonge reizigers, die investeren juist in de kleinschalige, lokale economie.”

Hoe definieert u duurzaam toerisme?

“Duurzaam toerisme betekent: nadenken over de effecten van je verblijf in een land. Niet als een massatoerist rondhangen op het strand en in airconditioned bars, maar gaan lopen of fietsen, iets anders gaan doen. Je geldt op de juiste plekken uitgeven, slapen in een klein hotel, eten in een lokaal restaurant en niet bij McDonald's. Het toerisme verspreiden, zodat het niet geconcentreerd is in één streek. Ik denk dat veel bedrijven in de toeristenindustrie zich tegenwoordig zeer bewust zijn van hun invloed en verantwoordelijkheid. Ze realiseren zich dat ze een bijdrage moeten leveren aan de lokale werkgelegenheid. Tegenwoordig zie je ook steeds vaker bordjes in hotels: moeten uw handdoeken écht elke dag gewassen worden? Dat is een goede zaak. Ik denk dat verantwoord toerisme zich op allerlei niveaus kan afspelen.”

Hoe brengt Lonely Planet duurzaam toerisme zelf in praktijk?

“Ik hoop dat we mensen helpen bij het maken van goede keuzes. Wat doe ik vanavond: ga ik naar de bar om te drinken of besteed

ik vijf euro aan een Balinese dansvoorstelling? Doe je dat laatste, dan is dat goed voor de werkgelegenheid, maar ook voor het culturele leven op Bali. Op die manier kan een gids mensen beïnvloeden: door ze te informeren. Mensen kunnen interesses ook ontwikkelen doordat ze erover lezen. Dat is de verantwoordelijkheid van een reisgids: die moet reizigers iets bijbrengen.

Of de Lonely Planet-auteurs speciaal gericht zijn op verantwoord toerisme? Het is één van de vele thema's die we benadrukken. Al onze gidsauteurs moeten een hele checklist met vragen afwerken: kun je hier reizen met je kinderen? Is het hier veilig voor alleen reizende vrouwen?”

Leert Lonely Planet ook hoe je milieuvriendelijk kunt reizen?

“Wij adviseren. Als je kunt kiezen tussen een ventilator en airco, kies dan voor de ventilator. En koken op zonne-energie is beter dan koken op houtvuur. Met het maken van dit soort bewuste keuzes beïnvloeden reizigers ook de hotelmanagers en restauranthouders ter plekke. Kijk maar eens naar Nepal. Als je de bergen in gaat, zie je piepkleine hotels met grote reclameborden: we verhitten ons water met zonne-energie! Hoteleigenaars realiseren zich dat zonne-energie een pluspunt is voor je accommodatie, dat je er klanten mee trekt.

En natuurlijk: vliegen is enorm slecht voor het milieu. Maar thuisblijven doen we niet, dat is niet realistisch. We gaan niet terug naar een tijd waarin we onze eigen groenten gaan verbouwen, we kunnen alleen proberen de schade te beperken.”

