

At være sin turisme bekendt

I den internationale presse har der været skrevet meget om turisme og miljø. Før denne problemstilling for alvor kommer til Danmark, er det på sin plads at klargøre, hvad de forskellige begreber står for. I Danmark er bæredygtig udvikling og økologi »in«, vi køber økologiske varer som aldrig før, der er stor fremgang i økologisk byggeri osv. Men når vi rejser, tænker vi så over om den strand, vi ligger på, har kapacitet til så mange mennesker? Hvor forsvinder affaldet hen, når der bliver gjort rent på hotel- værelset? Hvor meget vand er der til rådighed til de lokale i den kommune vi besøger? Hvor meget vand bruger vi selv? Det er nogle af de spørgsmål, vi som turister må lære at stille, før vi rejser ud.

Turisme er et bredt begreb. Det er kun inden for de sidste år, at der er blevet enighed om, hvordan man definerer, hvad en turist er. Man kan statistisk sige, at en turist er en person, som rejser uden for sine vante omgivelser, dog ikke i mere end et år. Det bliver til en del mennesker, fra interrail over andet rygsækfolk i Nepal og Chile til griseftest-turister på Gran Canaria. Men inkluderet er også erhvervs-turister, pilgrimsrejser og besøg hos venner og bekendte.

Alle typer turister belaster på en eller anden måde miljøet. Et stort problem er, at flere og flere af os rejser. På grund af det store volumen kan det føre til en væsentlig forringelse af turistens oplevelse og ødelægge netop det, som turisten rejser til for at opleve. Et godt eksempel herpå er Venedig. Et kig på statistikken viser, at turismen mellem 1970 og 1990 er steget med næsten 300 pct. Ca. otte pct. af verdens befolkning rejser, men 80 pct. af alle internationale rejser udgår fra kun 20 lande. Ser man på Middelhavet, Europas foretrukne feriested, kommer der 100 millioner feriegæster hvert år. Det betyder et kolossalt pres på eksisterende rejsemål og en evig jagt på nye.

En rejsearrangør skriver endda i en annonce: »Besøg Kenya før det er for sent.« Rejsebureauer konkurrerer med hinanden for at komme først, uden hensyn til kundens eller værtslandets behov og glemmer at sørge for en acceptabel profitmargin. Der er ofte mere profit at hente ved salg af en tur til Gran Canaria end til Thailand.

De fleste ferieturister rejser med pakkerejser, eller charterrejser som det før hed. I Danmark, som i de fleste nordeuropæiske lande, har markedet for pakkerejser ikke ændret sig de sidste mange år. Produktet fra de store operatører er stort set det samme. Det eneste, de konkurrerer på, er pris, og lav profitmargin giver mindre kapital til produktfornyelse. Martin Brackenbury fra det engelske Tour Operators Study Group sagde allerede tilbage i 1991 at »det engelske rejsemarked har nået et smagløst niveau uden differens i produkterne.« Dette afspejles også i de nutidige danske forhold, eksempelvis var Calypso Verdensrejsers eneste slogan »lave priser og god service« - intet nyt under Solen.

Rejsearrangørerne kan og skal være med til at

skabe en bæredygtig udvikling. Bæredygtig i bred forstand så at vort forbrug af ressourcer, investeringer, teknologisk udvikling og forandringer gøres med henblik på vore og fremtidige generationers behov. Når man ser rejsekatalogerne igennem, må man konstatere, at de er langt fra dette. Lige meget hvor i verden man befinder sig, ligner de store betonhoteller hinanden. Mad og drikke er ofte importeret, hvilket giver mindre indtjening for værtslandet. Mange hoteller ejes af store koncerner med hovedsæde langt borte. Ejerne er ikke interesseret i værtslandets velfærd, men ser det som en investering, der skal give et afkast, hvorefter pengene flytter til et nyt og eksotisk rejsemål.



Effekten af dette er, at flere og flere destinationer bliver overrendt og rejsearrangørerne flytter i takt hermed, for eksempel fra Phuket til Krabi i Thailand. Natur-turisme er, til forskel fra sol og badeferie, rejser til forskellige natur-

... OG TAK
FOR DENNE
GANG!..



Niels Riis Jensen

har en universitetsgrad i Service Management fra University i Birmingham.

attraktioner, for eksempel safariture til Kenya. Økologisk turisme, som er en stærkt begrænset form for turisme, er en specialiseret del af natur-turisme. Det skal foregå på de lokales betingelser, i form af små turgrupper der rejser til

skrøbelige natur- og kultursteder, som ofte befinder sig i den tredje verden. Grupperne er på maks. 10-15 personer, som kun bruger lokale transportmidler og bor hos lokale.

Brian Wheeler, lektor fra University of Birmingham, har engang sagt til mig, at »Eco tourism means Ego-centric tourism, not Ecological tourism.« (Øko-turisme betyder egocentrisk turisme og ikke økologisk turisme). De få, som rejser til for eksempel regnskoven i Belize, kan have en lige så stor negativ indflydelse på lokalbefolkningen som andre former for turisme. Der skal ikke meget til for at en lille landsby bliver overrendt, også selv om det er med små grupper. Der er også en »ad on effect«. Store rejsearrangø-

rer følger efter, og på kort tid er miljøet ødelagt med store hoteller etc. Det er Phi Phi Island i Thailand et klassisk eksempel på. Dermed er øko-turismens mål, at turisme skal foregå på de lokales betingelser, blevet ødelagt.

Økologisk turisme har sin plads i turisme-systemet, men man skal være opmærksom på, som ovenfor omtalt, at flere og flere rejser, og derved bliver presset også større på naturområderne. Det skal hermed fastslås, at økologisk turisme ikke er det samme som natur-turisme. Økologisk turisme er nødvendigvis heller ikke det samme som bæredygtig turisme. Spørgsmålet er - har vi ret til at rejse ud til sårbare egne, eller skal disse områder fredes? Antarktis er et godt eksempel. David Attenborough konkluderede i en BBC udsendelse for et par år siden, at vi snart ikke har mere natur tilbage. Den natur der er, er ikke vild, men skal bevares, som vi i dag bevarer parker. Nogle områder kan betrædes, andre ikke.

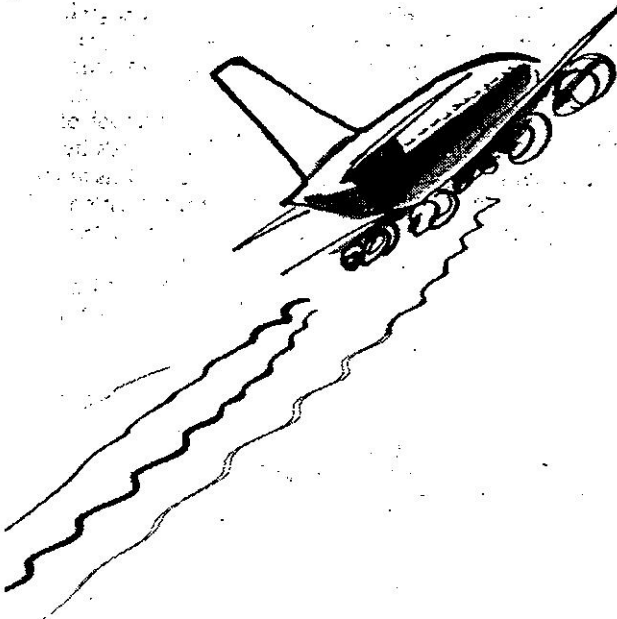
Ser man på den danske rejsebranche, er der få rejsearrangører som kommer med et bud på bæredygtige rejser eller miljøvenlige hoteller. Branchen kører på den gamle opfattelse om, at turisme kun er sol, sand og vand, og at branchen ikke behøver at tage et ansvar, som andre industrier har taget, eller er blevet nødt til at tage.

Dog sker der lidt i den rigtige retning. Albatros Rejser og Best Western Hotels Danmark samarbejder med Verdensnaturfonden om mindre belastning af miljøet. Dansk Folke Ferie har fået Varefakta på sine hoteller, det er dog i princippet ikke noget revolutionerende, da de fakta, der indgår, er almen for branchen.

Et alvorligt bud på bæredygtig udvikling er Den Grønne Nøgle, et dansk projekt, der stiller store krav til hotellers miljøpolitik, for eksempel gæste- og personaleinformation om miljø, krav til vandforbrug, vask og rengøring, affald, energi, levnedsmidler, in-

deklima og udenomsarealer. Dette burde være normen. Det er jo nemmere sagt end gjort, og det koster penge, men som en begyndelse kunne for eksempel ti pct. af hotellerne i rejsearrangørens program blive miljøvenlige, og efter en sæson kan man bedømme hvad der solgte mest, og derefter udvide dette koncept til hele produktionen.

Vi som forbrugere har en pligt til at hjælpe med at forbedre vilkårene. Det kan ikke være rigtigt, at vi finder os i at blive spist af med de samme miljøbelastende produkter i rejsekatalogerne, og det gælder uanset om vi skal på sol- og badeferie eller på en naturrejse. Vi forbrugere må få rejsebranchen og især de store arrangører til at indse, at der er et marked for bæredygtig turisme, og at det er i deres egen interesse at udvikle det. Rejsebranchen bør klassificere nogle rejsemål og hoteller som miljøvenlige, så vi som forbrugere har et valg. Tiden vil derefter vise, om vi vil betale ekstra, ligesom vi er villige til at betale ekstra for andre miljøvenlige produkter. Så husk, når det nu er tid til at bestille en rejse, hvad enten det er en charterrejse eller ej: Spørg efter grønne hoteller, fly, transferbusser. Rejs til et sted hvor kommunens spildevand bliver renset og affaldet deponeret på en betryggende måde. Informationen får du hos dit rejsebureau.



Tegning: Jens Hage

Kronikforslag må være 140 linjer à 60 anslag. Send gerne print med DOS-formatet diskette forsynet med programnavn til: Kronikredaktør Niels Houkjær Berlingske Tidende Pilestræde 34 1147 København K