

RED DE WERELD, BLIJF THUIS

‘DOOR HET TE VINDEN VERNIELT DE TOERIST WAT HIJ ZOEKT’

Toeristen, dat zijn de anderen. Wij zijn reizigers, met meer kilometers, een grotere rugzak en zwaardere Immodium-pillen op zoek naar authenticiteit en avontuur. Echte ontmoetingen, nog echtere restaurantjes, de echtste doodlopende straatjes. Maar waar zijn de locals gebleven?

Ann-Sofie Dekeyser, foto Carl De Keyser

Mijn vriendin en ik zijn de voorbije jaren al in landen als Albanië, Kosovo, Iran, Sri Lanka, India en Tadzjikistan geweest. U begrijpt het, wij zijn geen liefhebbers van package-formules. Ongerepte natuur, authenticiteit, verlaten uithoeken en oprechte ontmoetingen zijn wat ons lokt. De (massa) toeristen, daar voelen wij ons weinig mee verbonden. Nee, wij zijn reizigers.

Schotland, onze bestemming van deze zomer, mag dan al wat minder exotisch klinken: we vatten de tocht toch aan volgens onze gebruikelijke principes. Voor ons geen hotels (enkel B&Bs), geen gegidste rondvaarten en geen (monster van) Loch Ness. We mijden elke Starbucks of Pizza Hut en als we iets kopen, doen we dat in kleine Schotse winkeltjes.

We gaan op zoek naar wat in *Lonely Planet* onder een aparte rubriek 'de verborgen pareltjes' heten. 'Voor zij die de begane paden willen verlaten en op verkenning trekken; naar verborgen hoeken, afgelegen doodlopende straatjes en rustige vlaktes waar je het gevoel hebt dat je de plek als eerste ontdekt'.

Overmachten deden we onder meer in Talmine, in het noordwesten van de Schotse Highlands. Zelfs de reisgids rept met geen woord over het kustdorpje, zo authentiek is het. Koeien lopen er vrij in de voortuintjes, wandelen doe je er op de eendelose schapenweiden en zwemmen kan in een Atlantische baai. Het woord 'ongerept' lijkt te zijn uitgevonden om deze plek te beschrijven. Je waant je alleen op de wereld, genietend van de adembenemende zonsopgang.

Tenminste, als je niet eerst bent gaan eten in een van de drie restaurants, waar de tafels naast je zijn ingenomen door Nederlanders en Duitsers, en de Fransen aan de tafel voor je klagen over de tarte tatin die ze net hebben

besteld en die godbetert in een glas wordt geserveerd. 'Dit heeft niets te maken met tarte tatin. Die Schotten hebben het echt niet begrepen.'

Spookdorp

We benijden de gastvrouw. Wat een geluk, om in zo'n prachtige streek te wonen. Ze beaamt aarzeld. Ja, prachtig, maar veel te veel toeristen. Eén geluk hebben we, dat het hier haast altijd slecht weer is. Anders hadden ze het al volgebouwd met flats. 'We knikken instemmend: veel toeristen, ja, we zijn er ook geen voorstander van. Een bevriendend gesprek: een vrouw die leeft van toerisme en twee toeristen die samen neerkijken op... het toerisme.'

Maar doet u het zelf ook niet, u een betere toerist wanen dan de anderen? Ik wel. Ik dacht dat ik goed bezig was. Dat ik geen schade aanbracht. Niet ecologisch, niet cultureel en al zeker niet economisch. Maar het is een illusie, de goede toerist bestaat niet. Elke reiziger heeft een impact op het authentieke. Al was het maar omdat er sinds kort tarte tatin op het menu staat in Schotland. En de Schotten waren heus geen vragende partij. Maar ook omdat de prijzen in het restaurant in een paar jaar zijn verdrievoudigd, zodat onze B&B-eigenares en haar dorpsgenoten het zich niet meer kunnen permitteren. Dat ze eigenares is, daar prijst ze zich wel gelukkig om. 'Sinds de Duitsers hier zijn beginnen kopen, zijn

Vorig jaar gingen wereldwijd meer dan één miljard mensen in het buitenland op vakantie

de lokale bewoners uit de immobielmarkt geprijsd.' Ze begrijpt wel dat de oorspronkelijke bewoners gretig waren, toen ze hun huis voor het dubbele van de normale prijs konden verkopen, maar nu wordt Talmine een spookdorp. 'Die Duitsers verblijven hier maar drie weken per jaar, voor de rest staat alles leeg.' Ook de plaatselijke winkeltjes zijn verdwenen en omgetoverd tot hotels en restaurants.

Ayurvedisch koken

Het laat zich op veel plaatsen in de wereld niet meteen opmerken, maar wie reist heeft sowieso een impact op de plaats, de cultuur en de mensen die hij bezoekt. Ook al doet hij dat met de beste bedoelingen. Het onderscheid tussen de toerist en de reiziger is een illusie. Vorig jaar gingen voor het eerst in de geschiedenis wereldwijd meer dan één miljard mensen in het buitenland op vakantie. Ter vergelijking: in 1950 reisden 25 miljoen mensen internationaal. De Wereld Toerisme Organisatie van de VN verwacht dat het aantal internationale reizigers in de nabije toekomst elk jaar nog met 3,8 procent zal toenemen. Dat maakt toerisme een van de snelst groeiende, zo niet de snelst groeiende, industrieën ter wereld. Die democratisering van het toerisme klinkt sociaal rechtvaardig, maar wat betekent het voor de wereld als we ons straks met z'n zeven miljard naar het buitenland verplaatsen? De impact op ecologisch, sociaal-cultureel en economisch vlak zal niet te overzien zijn. En wat zal dat met het cultureel erfgoed doen? Bedenk dat de hiërogliefen in Luxor nu al dreigen te vergaan, door de adem van de vele bewonderaars.

Ook als u ecotoeristisch met de knapzak op de rug door Amerikaanse natuurschatten trekt, ayurvedisch kookt in Bangalore, met dolfijnen



zwemt in Hawaï of een cursus tulbandknopen volgt in Lahore, heeft dat zo zijn gevolgen. Misschien wel meer dan de zonnebadende package-toeristen die de terreinen van hun Spaanse megahotel met permanente animatie niet verlaten.

Utopie

Want u bent niet alleen. We zijn met z'n allen op zoek naar authenticiteit, het modewoord binnen de toeristische sector. De *Lonely Planet* mag dan wel pretenderen dat u dankzij hen 'verborgen pareltjes' als eerste kunt ontdekken, tienduizenden anderen lezen mee. U gaat de Kilimanjaro beklimmen omdat u op zoek bent naar de ervaring van uw leven? Weet dat u erin de file zal staan. U gaat naar indianendansen kijken om dicht bij de *native Americans* te komen? Weet dat die mensen na hun *pow-wow* hun kleurrijke veren en traditionele kledij weer

U gaat de Kilimanjaro beklimmen omdat u op zoek bent naar de ervaring van uw leven? Weet dat u erin de file zal staan

ruilen voor de confectiejeans waarin ze zich zo lekker voelen. De tijd van de ontdekkingsreizen is voorbij. Er zijn geen uithoeken genoeg in deze wereld om iedereen een unieke ervaring te bezorgen. De reiziger is, net als de toerist, een consument geworden. Landen presenteren zich als merken, de natuur is een te bezoeken object geworden, tradities zijn geregisseerde reality shows, cultureel erfgoed is een pretparkattractie en volkeren doen zich voor

als koopwaar. Op zoek gaan naar een plek die nog niet is aangetast door het toerisme, is op zoek gaan naar een utopie.

Elk gebied maakt zich klaar om bereid te worden, om aan de verwachtingen van de consument te voldoen. De wereld is een *tourist trap*, want de toerist bedriegt zichzelf. Met uitwassen als georganiseerde tours met busjes westerlingen naar de sloppenwijken in Zuid-Afrika. Met een mantra als gewetenssusser: dat het goed is voor de lokale economie, dan profiteren die armen mee van onze welvaart. Een bijna neokoloniale gedachte.

Mijn excuses als ik wat moraliserend klink. In alle eerlijkheid, ik pleit medeplichtig. Hoe graag ik het ook doe, als reiziger ben ik frustrerend en gefrustreerd. Door wat de Duitse schrijver Hans Magnus Enzensberger al langer wist: 'De toerist vernielt wat hij zoekt door het te vinden.'

