



Capita Selecta

Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

**De Kayan in Thailand: van menselijke dierentuin naar
gemeenschapstoerisme**

Brigitte Nitsch en Charlotte Louwman-Vogels



Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Capita Selecta

Waardevol toerisme vraagt allereerst om kennis

Diana Korteweg Maris en Harm IJben

'Nederland van boven': het gebruik van satellietbeelden voor toerisme en recreatie

Jasper Heslinga, Ben Wielenga en Stefan Hartman

Wetenschap als legitimatiefabriek? Hoe onderzoek beleidsvernieuwing in milieuvraagstukken in de weg zit en wat we daaraan kunnen doen

Eke Eijgelaar en Harald Buijtendijk

Meten van dagbezoek: Van vergeten onderwerp naar urgentie

Jeroen Klijs, Jalal Atai, Jorrit Bijl, Diana Korteweg Maris en Jeroen Weppner

Waar is de steun van inwoners voor toerisme het grootst?

Harm IJben & Kalina Mikolajczak-Degrauwe

Leven-de-Hanze! Storytelling als instrument voor een inspirerende beleving van de Hanzesteden

Bertine Bargeman, Moniek Hover, Juriaan van Waalwijk, Elizabeth Stoit, Rinze Kaatman, Nicky Greven

De integrale aanpak van duurzame ontwikkeling: Parktheater Eindhoven

Ger Pepels

Inclusief toerisme geeft waarde aan professionaliteit

Karin Stikma en Brigitte Nitsch

Hopen op een vakantie: De coronacrisis en geplande vakanties

Coen van Bendegom, Ondrej Mitas, Kim Hogenelst, Tigo Vermeer

Het verkennen van sociale media als potentiële gegevensbronnen voor het begrijpen van toerisme en recreatie in Friesland

Jasper Heslinga

Het belang van kleur in de kwaliteit van toeristische bestemmingen

Lambert Rozema

Balanceren tussen het beschermen en benutten van natuurgebieden: architourism als instrument

Ben Wielenga

Hoe gastvrij zijn we in ons taalgebruik?

Leanne Schreurs

Cultuur is zeg maar niet mijn ding: Cultuurbeleving van jongvolwassenen die zelden of nooit cultuur bezoeken

Coen van Bendegom, Ondrej Mitas, Wilco Boode, Pieter de Rooij & Marcel Bastiaansen

Esports als glimp van de toekomst: digitale sportervaringen tijdens COVID-19

Samuel van Kiel & Mathijs van der Kroft

De Kayan in Thailand: van menselijke dierentuin naar gemeenschapstoerisme

Brigitte Nitsch en Charlotte Louwman-Vogels

De Kayan in Thailand: van menselijke dierentuin naar gemeenschapstoerisme

De Kayan: ze zijn wereldberoemd om de goudkleurige ringen die ze om hun nek dragen. Toeristen willen ze graag in het echt zien en foto's maken, maar echte interactie is er vaak niet. Vraagtekens over voyeurisme, objectificatie en uitbuiting steken de kop op. Kan het ook anders? Het antwoord is een volmondig JA! Dit artikel gaat in op hoe de reisbranche verantwoord en betekenisvolle reispakketten kunnen aanbieden. In de crisis van COVID-19 blijkt er namelijk een groeiende vraag naar juist kleinschalige en waardevolle ervaringen.

AUTEURS

Brigitte Nitsch en Charlotte Louwman-Vogels

De Kayan bergstam komt oorspronkelijk uit Myanmar, maar een groot gedeelte is naar Thailand gevlucht in de jaren tachtig en negentig, om te ontkomen aan het geweld door de militaire junta. De meeste Kayan en andere subgroepen van de Karenni bergstam, kozen voor een bestaan in de dorpen Huay Pu Keng, Huay Sua Thao en Nai Soi. Toeristen uit de hele wereld werden agetrokken door de bijzondere goudkleurige ringen om de nek. Dat succes bleef niet onopgemerkt door Thaise zakenlieden die gebruik maakten van het feit dat de Kayan geen Thais staatsburgerschap hadden. In de dorpen werd entreegeld gevraagd en het zien en fotograferen van de Kayan, en andere bergstammen, werden wereldberoemde toeristische attracties. Sterker nog, vanaf 2008 werden meerdere soortgelijke 'nep' dorpen opgericht vlakbij de toeristische highlights, zoals Chiang Mai, Chiang Rai en zelfs Pattaya.

Sindsdien is er negatieve publiciteit ontstaan omtrent deze uitbuiting en wordt op sociale media zelfs afgeraden de Kayan te bezoeken. Toeristen vermijden contact omdat zij van mening zijn dat dit een vorm van exploitatie, objectificatie en

voyeurisme is. Logischerwijze willen de Nederlandse reisorganisaties niet geassocieerd worden met deze uitbuiting.

Al deze negatieve ontwikkelingen betekenen de doodsteek voor de originele dorpen in Mae Hong Son: het toerisme is duidelijk afgenomen. Met behulp van de Nederlandse stichting Fair Tourism, hebben de Kayan in Huay Pu Keng zich daarom gericht op reizigers die op zoek zijn naar een betekenisvolle ontmoeting met hen. Ze verwachten dat deze bezoekers oprecht geïnteresseerd zijn in hun vaardigheden, omgeving en cultuur. Dit doen zij door als gemeenschap op hun eigen manier, op het juiste tempo en met behoud van hun waarden en normen, gasten te ontvangen. En daar heeft de internationale reisindustrie wél interesse voor.

De oplossing ligt mogelijk in het co-creëren van reisonderdelen of excursies met lokale gemeenschappen zoals de Kayan. Dit gaat niet vanzelf. De gemeenschap zal de gevolgen van het toerisme in positieve en negatieve zin moeten inzien. Voor de reisbranche specifiek is professionalisering, marketing, communicatie vaardigheden en het zoeken naar binnenlandse en buitenlandse reisorganisaties die direct met hen zaken willen doen, noodzakelijk. Cruciaal is dat reisorganisaties er op toezien dat de ontwikkeling leidt tot zelfbeschikkingsrecht. Het draait om een verbetering van welvaart én welzijn. Een bezoek draagt bij aan het behouden van de cultuur en natuurbescherming. Daarmee kent community-based tourism (CBT) grenzen aan capaciteit. Maar doordat de gemeenschap niet totaal afhankelijk is van het toerisme, is er een blijvende gastvrije openheid en kunnen er authentieke ervaringen opgedaan worden.

CBT project in Huay Pu Keng

Sinds 2016 is dit het eerste en enige Kayan dorp in Thailand dat de transitie heeft gemaakt van menselijke dierentuin naar CBT. De bewoners bieden workshops aan zoals hout- en bamboe

bewerken, weven en messing sieraden maken. Daarnaast kan men wandelen in de weelderige natuur, onder leiding van een lokale gids, die vertelt over medicinale planten. Uit recent enquête onderzoek door Fair Tourism blijkt dat een hoge tevredenheid van toeristen grotendeels wordt bepaald door de lokale gids. Zo kunnen bezoekers bijzondere plekken ontdekken en verhalen horen, die onbekend zijn voor de meeste bezoekers. Bijvoorbeeld dat er niet alleen Kayan, maar ook Kayaw, Red Karen, Pakayor en Tai Yai wonen, die allemaal hun eigen cultuur, rituelen en tradities hebben, die bezoekers kunnen ervaren en ondergaan.

Bezoekers kunnen ook actief meehelpen aan een gezamenlijke schoonmaakactie of bij het oogsten van sesam en champignons. Hoogtepunten zijn de culturele festiviteiten, waarvan de grootste het Kay Htoe Boe (Karenni Nieuwjaar) festival is. Voor wie meer tijd heeft en zich wil onderdompelen in de Karenni culturen, is een homestay mogelijk. De ontmoetingen dragen bij aan een transformerende ervaring en kan er zelfs voor

zorgen dat toeristen zich “één gaan voelen met de Karenni”, of dat ze zich tijdelijk “onderdeel voelen van de gemeenschap”.

Gasten worden geacht zich wel aan een aantal richtlijnen te houden (code of conduct), zoals schoenen uit bij het betreden van lokale huizen en toestemming vragen voor het maken van een foto.

Meerdere Nederlandse reisorganisaties hebben de CBT activiteiten in Huay Pu Keng in hun reis opgenomen. Dit zijn vooralsnog Fox Reizen, Better Places, Sawadee Reizen en Footprint Travel. Ook de inkomende reisorganisaties in Thailand (zoals Destination Asia, Panorama en Travel Exclusive Asia) weten Huay Pu Keng te vinden. Daarnaast bieden ook OTAs zoals I Like Local, Socialbnb en Low Season Traveller, het aan. De feedback van hun klanten zijn lovend: ze zien het als één van de hoogtepunten van hun reis. Er ontstaat wederzijds begrip en respect tussen reizigers en dorpelingen. Het kan nieuwe inzichten geven, anders denken en organiseren, dáár

Artisan Muang Pai.





Myo Khin weaving.

en thuis. Enkele gepassioneerde toeristen willen zich na hun bezoek blijven inzetten voor (deze) humanitaire problematiek.

Onbekend maakt onbemind

De provincie Mae Hong Son is nog niet bekend bij het grote publiek. Voor de Kayan en andere Karenni gemeenschappen is bewustwording over deze bestemming hard nodig. De Kayan en andere Karenni gemeenschappen willen niet meer gerepresenteerd worden als attractie en voor het maken van een selfie, maar als aanbieder van een betekenisvolle ervaring. Onbekend maakt helaas onbemind en daarom zullen de verschillende partijen, zoals het verkeersbureau van Thailand (TAT), de Pacific Asia Travel Association (PATA), vervoersbedrijven (zoals luchtvaartmaatschappijen), reisorganisaties en (i)NGO's zoals Doister en Travelife, de handen ineen moeten slaan om Mae Hong Son op de kaart te zetten als dé CBT bestemming van Thailand. De TAT heeft hier al een voorzet in gedaan door Mae Hong Son te promoten in hun "Amazing Thailand Go Local" campagne.

Vanwege het succes van CBT in Huay Pu Keng, hebben ook andere Karenni dorpen, zoals het nabijgelegen Huay Sua Thao, interesse getoond

om ook CBT te initiëren. Door samen te werken met reisorganisaties die beide dorpen aanbieden, is er in plaats van concurrentie juist samenwerking mogelijk. Het is tijd om de Global Code of Ethics, gepubliceerd door de Wereld Toerisme Organisatie in 1999, in te zetten voor de ontwikkeling van een verantwoord toeristisch product dat niet alleen het gedachtegoed van 'planet' en 'profit' maar ook 'people' omvat. Het is essentieel om antwoord te geven op de vragen: Waarom willen toeristen hiernaartoe gaan, terwijl het meer tijd kost om er te komen? Hoe kan ik mijn reis meer betekenis geven voor gast en gastheer? Zal toerisme naar inheemse gemeenschappen veranderen na de Coronacrisis? Verandert het businessmodel van de reisindustrie?

CBT lessen voor de reisbranche

Duurzaamheid en inclusiviteit zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden en dus is samenwerking van partijen, ook buiten de reisindustrie, cruciaal. Deze inclusiviteitsgedachte relateert aan de Sustainable Development Goal 10, waarin gestreefd wordt naar gelijkheid en toegang tot economische ontwikkeling. De Kayan problematiek is hét voorbeeld als het gaat om economische ontwikkeling maar ook om humaniteit, gelijkheid en tolerantie.

Een verantwoorde industrie die daadwerkelijk bijdraagt aan de economische ontwikkeling van de Karenni of andere lokale gemeenschappen, kan door training en certificering gestimuleerd worden. Dit in samenhang met de bescherming van biodiversiteit, onlosmakelijk verbonden aan hun levensonderhoud. Door samen te werken met (i)NGO's kan de hele keten profiteren van een gecertificeerd én authentiek toeristisch aanbod. Elke reisaanbieder is op de hoogte van CBT en kan potentiële klanten overtuigen van de meerwaarde van een (deel van de) reis naar de Karenni dorpen, zoals Huay Pu Keng. Met de juiste lokale contacten, kan een reisaanbod worden samengesteld voor elke doelgroep. Het zullen klanten zijn die best meer willen betalen voor verborgen kosten, zoals emissies, afval, druk op natuurlijke hulpbronnen en gebruik van infrastructuur. Want uiteindelijk krijgen ze er een betekenisvolle reiservaring voor terug!

Buitenlands versus binnenlands toerisme

De wereldwijde interesse voor CBT heeft de laatste jaren een hoge vlucht genomen. Deze trend wordt versterkt door de wereldwijde pandemie waarin we nu verkeren, waarin hopelijk geen plek meer is voor overtoerisme, maar juist wel voor een holistische aanpak van duurzaam toerisme. Een interessante ontwikkeling is dat er tijdens de Coronacrisis meer aandacht is voor gezondheid, gelijkheid en mindfulness. In toenemende mate willen toeristen meer tijd aan minder activiteiten besteden, maar wel betekenisvolle ontmoetingen met bewoners hebben. Onderzoek wijst uit (Postma, 2020) dat massale budget vakanties minder aantrekkelijk worden en dat potentiële toeristen serieus overwegen om sociale en milieu impacts te compenseren door een extra bijdrage te leveren aan een betere, gelukkige wereld door geld of actie. Gaat deze welwillendheid zorgen voor "slow tourism" en "experiential travel"? Toeristen die niet alleen aanschouwen maar daadwerkelijk, op welke wijze dan ook, willen bijdragen aan ontwikkeling en/of milieu? Wellicht ligt hier een kans voor reisorganisaties om in de productontwikkeling aandacht aan te besteden en een organisatie, zoals Fair Tourism, te raadplegen bij de ontwikkeling en uitvoering.

De veranderingen in de maatschappij zijn gunstig te noemen voor de ontwikkeling van CBT over de hele wereld en dus ook voor de Karenni. Gezien veel inwoners van deze dorpen vluchtelingen zijn en geen officiële status hebben, kan CBT het zelfbeschikkingsrecht stimuleren. Natuurlijk leidt het ook tot meer inkomsten. En die zijn hard nodig, nu er tijdens de COVID-19 lockdown geen enkele buitenlandse toerist op bezoek kan komen. Door alle reisrestricties in verband met de Coronacrisis zal de focus de komende tijd op het binnenlands toerisme liggen. Thaise toeristen zijn een belangrijke markt voor Huay Pu Keng, maar komen vooral om de Kayan te aanschouwen en souvenirs te kopen. Wel heeft Thailand een heel sterke vrijwilligerscultuur, van jong tot oud. Huay Pu Keng kan hier op inspelen.

Mensenrechten in het toerisme

Door COVID-19 lijkt een besef te ontstaan dat het in een vakantie niet alleen meer gaat om een budget en een oppervlakkige ontmoeting. Het beïnvloedt de toeristische ondernemingen waarbij niet alleen welvaart, maar ook welzijn (people) een belangrijke drijfveer wordt. Het is anno 2020 zorg dat een duurzame reisbranche aan-

Karenni Nieuwjaar site.



dacht schenkt aan de tot nu toe nog nauwelijks ontwikkelde humanitaire kant van toerisme. Onder druk van de UNHCR heeft Thailand “zero stateless people in 2024” beloofd. Dat wordt een extreem lastige uitdaging gezien er ongeveer een half miljoen mensen in Thailand staatloos zijn. Dit aantal is alleen maar groeiende, gezien er door de pandemie dagelijks vele vluchtelingen van onder andere Myanmar naar Thailand komen, voor betere gezondheidszorg en toekomst. Des te belangrijker dus dat vluchtelingen Thais staatsburgerschap kunnen aanvragen, zodat zij zeggenschap hebben over hun leven. Dat ze zelf kunnen kiezen wat voor werk ze willen doen, in het toerisme of in een ander werkveld. Dat ze toegang hebben tot gezondheidszorg en onderwijs. Dat vrouwen gelijke rechten hebben. Dat ze land kunnen kopen. En dat zij ook vrij zijn om te gaan en staan waar ze willen, op elke plek in de wereld.

Het CBT project in Huay Pu Keng is een lichtend voorbeeld dat mensenrechten onderdeel kunnen zijn van een reis. Dat toeristen die Huay Pu Keng bezoeken aan iedereen die het maar horen wil, het verhaal van de Kayan en andere Karenni subgroepen, vertellen. Dat toerisme hen niet langer exploiteert, maar mondig maakt, emancipeert, zelfvertrouwen en zelfbeschikkingrecht geeft. Want we zijn allemaal gelijkwaardig op deze wereld en CBT kan hieraan bijdragen. Reisorganisaties kunnen een belangrijke rol spelen in de vervulling hiervan.

Referenties:

- ITC (2017, 12 juni) Inclusive Tourism Focussing on Kayah State: Best Practice Approach. Geraadpleegd van: http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Redesign/Projects/NTF_3/INCLUSIVE%20TOURISM%20BEST%20PRACTICE%20APPROACH.pdf
- Jedsadachaiyut, N. & N. Al-jasem (2016, 22 november). Overcoming statelessness in Thailand one case at a time. Geraadpleegd van: <https://www.unhcr.org/news/latest/2016/11/5836af624/overcoming-statelessness-thailand-case-time.html>
- Kontogeorgopoulos, N. A. Churyen & V. Duangsaeng (2014) Success Factors in Community-Based Tourism in Thailand: The Role of Luck, External Support, and Local Leadership, *Tourism Planning & Development*, 11:1, 106-124, DOI: 10.1080/21568316.2013.852991
- Louwman-Vogels, C (2020) www.fairtourism.nl
- Postma, A. et al. (2020) Four perspectives of the visitor economy after COVID-19. Geraadpleegd van: <https://www.celth.nl/sites/default/files/2020-05/CELTH%20scenarios%20visitor%20economy%20post%20COVID-19.pdf>
- Sijer, G. (2018, 16 mei). To see or not to see the impact of indigenous tourism. Geraadpleegd van: <https://www.travindy.com/2018/05/to-see-or-not-to-see-the-impact-of-indigenous-tourism/>
- Tata Trust (2020, 15 juni). What COVID spells for community based tourism: Geraadpleegd van: <https://www.tatatrusters.org/insights/opinions/what-covid-spells-for-community-based-tourism>
- UNWTO (1999) Global Code of Ethics. Geraadpleegd van: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- UNWTO (2020, 15 juni) Covid-19 Inclusive response to vulnerable groups. Geraadpleegd van: <https://www.unwto.org/covid-19-inclusive-response-vulnerable-groups>
- UNWTO (2020, 13 juni) Tourism for SDGS. Geraadpleegd van: <http://tourism4sdgs.org/>

Contactgegevens auteurs

Charlotte Louwman-Vogels, oprichter en directeur, Fair Tourism, info@fairtourism.nl
Brigitte Nitsch, senior lecturer, NHL Stenden University of Applied Sciences, brigitte.nitsch@nhlstenden.com

Foto's door Charlotte Louwman-Vogels.

Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Dit artikel is gepubliceerd in de 2020 editie van het Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd. Het Tendrapport wordt jaarlijks samengesteld door CBS, NBTC, CELTH en NRIT. Het rapport omvat vier delen: Trends, Statistieken, Domeinen en Capita Selecta. Wij bieden in dit prettig leesbare rapport een actueel inzicht in de belangrijkste trends en ontwikkelingen in toerisme, recreatie en vrije tijd.

Het Tendrapport is inmiddels uitgegroeid tot hét standaard jaarboek voor de hele vrijetijdssector. Het rapport biedt naast een actueel (statistisch) overzicht in vraag en aanbod een toegespitst inzicht in voor de vrijetijdssector relevante trends, innovaties en ontwikkelingsrichtingen.

Dit artikel is een van de 16 interessante en verdiepende artikelen uit Capita Selecta. Deze artikelen gaan over een breed scala aan onderwerpen. Aan bod komen onder andere vernieuwende onderzoeksmethoden, de rol van kleur en taal in de sector, diverse leefbaarheidsonderzoeken, cultuurbeleving van jongeren, de rol van storytelling, inclusief toerisme, architourism, gemeenschapstoerisme en e-sports. Deze artikelen worden door deskundigen van het Center of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH) geschreven. Een onafhankelijke redactiecommissie heeft deze artikelen gereviewd.

Het rapport is direct leverbaar en omvat 520 pagina's met honderden tabellen en grafieken. Bestellen gaat eenvoudig via de store van NRIT: <https://www.nritmedia.nl/store/54/>

NRIT

De Limiet 15d
4131 NR Vianen
Tel. 085 - 0475 700
www.nrit.nl
info@nrit.nl





Het Vakantiepark in Nederland

Een digitale én fysieke publicatie met trends, ontwikkelingen en scenario's voor bungalowparken en kampeerterreinen

De publicatie 'De toekomst van het vakantiepark' wil informeren met feiten over vakantieparken, inzicht geven in de markt waarin ze opereren en inspireren om tot een duurzame toekomst voor de branche te komen. De hoofdstukken van het boek verschijnen zodra deze gereed zijn eerst in digitale vorm. In het najaar van 2020 worden hoofdstukken in een gedrukte publicatie gebundeld en aan de bestellers ter beschikking gesteld.



Vrijtijdstudies

Vrijtijdstudies is het enige wetenschappelijke tijdschrift gericht op de Nederlandse situatie van de vrijetijdssector, waarin onderzoeksuitkomsten en beleidsvoorstellen over verschillende deelvelden van de vrije tijd, sport, recreatie, toerisme, media, vrijwilligerswerk, ruimte- en tijdgebruik met elkaar in verband worden gebracht en in samenhang worden geanalyseerd. Het is geschreven als een degelijk vaktijdschrift wat betekent dat selecties van de belangrijkste nationale (en internationale) publicaties; recent cijfermateriaal; lezenswaardige en leesbare artikelen; commentaren op beleidsnota's én inspirerende theorieën en gedachten, die met een kritische blik worden geschreven



R&T

Recreatie & Toerisme is hét vakblad voor professionals werkzaam binnen recreatie, toerisme en vrije tijd. De redactie verzorgt met en voor beslissers in recreatie en toerisme analyses, opiniestukken en achtergronden van actuele ontwikkelingen en trends. Van managementtips tot trends, het blad vertaalt de ontwikkelingen naar praktische toepassingen voor het groeiende vakgebied.



Kennisplatform NRITmedia.nl

NRITmedia.nl is hét kennisplatform voor professionals werkzaam binnen recreatie, toerisme en vrije tijd. De redactie verzorgt op dit platform het dagelijkse nieuws en exclusieve achtergrondartikelen op uw vakgebied. NRITmedia.nl geeft inzicht in uw branche, waar de ontwikkelingen elkaar snel opvolgen. De redactie selecteert en bewerkt alle relevante gebeurtenissen in voor u direct toepasbare nieuwsberichten en achtergrondartikelen. Zo kunt u meteen inspelen op de belangrijkste trends, ontwikkelingen en innovaties in de totale gastvrijheidseconomie.