

2.2.



TOERISME

De Euregio Maas-Rijn (EMR) heeft op haar grondgebied veel zeer uiteenlopende toeristische plaatsen en attracties. Haar geschiedenis, haar verschillende culturen en de diversiteit van haar historisch, industrieel en natuurlijk erfgoed vormen haar rijkdom.

2.2.1. BESCHRIJVING VAN DE TOESTAND

De crisis aan het begin van dit decennium heeft een katalyserende en versnellende rol gespeeld voor het gedrag van toeristen en inwoners, die hun dagelijks leven en ook hun vrije tijd anders moesten inrichten. Men stelde ook een toenemende aandacht voor duurzame ontwikkeling vast. Een meer plaatselijk gericht toerisme werd dus veel aantrekkelijker. Dat nieuwe gedrag zou moeten worden aangehouden.

De troeven

Toerisme, dat als een belangrijk element van economische ontwikkeling wordt beschouwd, draagt bij tot de sociale integratie van de regio. Enerzijds kan toerisme aangeduid worden als “vrijtijdseconomie”: het schept plaatselijke, niet verplaatsbare tewerkstelling en biedt een zeer gevarieerde waaier van functies. Toerisme draagt bij aan de dynamiek van veel plaatselijke activiteitensectoren. Gastronomie, hotelwezen, ambachten, kleinhandel, cultuur, evenementen en landbouw zijn slechts enkele voorbeelden van zaken waar toerisme een meerwaarde aan geeft. Onderwerpen zoals mobiliteit, duurzame ontwikkeling, korte ketens en milieu-belangen maken er ook een belangrijk deel van uit. De toeristische sector kan op veel gebieden een belangrijke en dynamische rol spelen. Anderzijds mag het sociale aspect niet verwaarloosd worden. De toeristische sector biedt een zeer gevarieerde arbeidsmarkt, zowel voor laag als voor zeer hooggeschoolden (naargelang de streek waar betrekkingen worden aangeboden, zullen de vraag en de nodige opleiding verschillen).

Toerisme houdt ook verband met de levenskwaliteit. Het welzijn dat een toerist moet voelen wanneer hij een streek verkent, kan enkel voortkomen uit het welzijn dat de bevolking zelf ondervindt. Een streek is slechts aantrekkelijk wanneer de inwoners ervan dat welzijn ervaren en uitstralen. Dat behoort voortaan op verschillende niveaus tot de kern van de ontwikkelingsstrategieën van de partnerregio's van de EMR. Op korte termijn kan men streven naar een toename van het aantal toeristen en dus tot het ontstaan van een massatoerisme waarvan men al vlog de economische vruchten zal kunnen plukken. Maar het idee over de levenskwaliteit van de inwoners als toeristische aantrekkingskracht (een gelukkige inwoner weerspiegelt het beeld van een streek waar het goed leven is) is in strijd met die opvatting. Elke regio van de EMR streeft immers naar een betere kwaliteit van het aanbod, dat daardoor meer economisch effect zou hebben: een toerist die zich goed voelt en de dienstverlening op prijs stelt, zal geneigd zijn er meer voor te betalen.

Het welzijn dat een toerist moet voelen wanneer hij een streek verkent, kan enkel voortkomen uit het welzijn dat de bevolking zelf ondervindt.

De hinderpalen

Grensoverschrijdende samenwerking op het gebied van toerisme krijgt te maken met 3 soorten moeilijkheden. Om te beginnen is elke regio anders georganiseerd en gestructureerd. De taken in verband met de totstandbrenging of uitbreiding van de infrastructuur, de ondersteuning van de actoren, de communicatie, de promotie en de commercialisering van het toeristische aanbod zijn verschillend verdeeld. Het terrein valt vaak onder de verantwoordelijkheid van de overheid, hetzij op gemeentelijk, Kreis-niveau (in Duitsland), provinciaal of regionaal niveau, maar telkens met een bevoegdheidsverdracht aan agentschappen zonder en met winstoogmerk. Deze verdeling van verantwoordelijkheden leidt tot een veelheid van bureaus en agentschappen voor toerisme, die de toeristen moeten begeleiden.

Ten tweede kunnen de nagestreefde doelstellingen verschillen naargelang het overheidsniveau (gezien de bijzondere bevoegdheden) dat zijn rol speelt op dat gebied. Een prestatie- en winstgerichte doelstelling kan gemakkelijk leiden tot concurrentieverhoudingen tussen lokale overheden, om nog maar niet te spreken van concurrentie tussen regio's. Het lijkt soms moeilijk om de juiste gemeenschappelijke kenmerken te vinden tussen zoveel spelers.

Ten derde heeft elke regio haar eigen emblematische projecten ontwikkeld om aan de verwachtingen van de toeristen te voldoen. Er zijn talrijke initiatieven ontwikkeld om tegemoet te komen aan de behoefte van de toerist aan een unieke en authentieke ervaring (fietsroutes "door het water" of "tussen de bomen", ervaringen met toegevoegde realiteit, gastronomische ervaringen, festivals, thematische routes enz.). Het is de bedoeling dat alle bezoekers zich kunnen onderdompelen in een bepaalde plaats en tijd waar al hun zintuigen kunnen worden geprikkeld.

Hoewel grensoverschrijdende samenwerking moeilijk te realiseren valt, is een groot aantal grensoverschrijdende projecten opgezet, vaak op bi- of trilaterale basis. Het VennBahn-project moet zeker als een succes worden beschouwd. De projecten RANDO-M en Cycling Connects tonen aan dat het zwaartepunt van de grensoverschrijdende samenwerking in de Euregio lag en nog steeds ligt bij het zachte toerisme met wandelen en fietsen.

2.2.2. ONTWIKKELINGSVOORUITZICHTEN

De partners zien belang in de ontwikkeling van een permanente werkgroep die de uitvoering van de EMR



2030-strategie zal begeleiden en, indien nodig, mettertijd aan de behoeften zal aanpassen. Teneinde zo dicht mogelijk bij de praktijk te staan moet deze werkgroep uitgebreid kunnen worden of de oprichting van andere werkgroepen kunnen aanmoedigen, naar gelang van specifieke thema's en geconstateerde behoeften om zo dicht mogelijk op het terrein aan te sluiten. Dat zal de eerste stap zijn naar een goede grensoverschrijdende samenwerking. Die groep moet dan ook gezien worden als een plaats van ontmoeting, uitwisseling van best practices en ondersteuning van projecten en initiatieven over de grenzen heen.

De verschillende actoren willen toegang hebben tot informatie over projecten, activiteiten, evenementen en toeristische aanbiedingen in elk van de partnerregio's en deze informatie kunnen delen en doorgeven. De uitwisseling van vaardigheden en ervaring gaat gepaard met de wens een informatiestroom op gang te brengen die zowel voor deskundigen als gebruikers toegankelijk is. Men vertrekt daarbij niet van een wit blad: vroegere projecten kunnen worden gebruikt als vertrekpunt voor een betere informatieoverdracht buiten elk regionaal grondgebied. Er dienen stelselmatig marktonderzoeken te worden uitgevoerd over het reis en vrijetijdsgedrag van de doelgroepen en het vrijetijdsgedrag in de Euregio.

Het doel is een beter inzicht te krijgen in het grensoverschrijdend toerisme om het aanbod aan de vraag aan te passen en het aanbod op het gehele grondgebied te verrijken. Er moeten nieuwe innovatieve producten worden ontwikkeld op het gebied van actief en zacht toerisme, waarbij in de eerste plaats wordt uitgegaan van de bestaande infrastructuur. Wandelen en fietsen zijn de belangrijkste prioriteiten. Ook voor

het water- en paardentoeisme moet het aanbod worden verrijkt door nieuwe activiteiten te creëren of te ontwikkelen. De infrastructuur moet waar nodig worden uitgebreid, verbeterd, gemoderniseerd en aangevuld om de continuïteit van de verbindingen op grensoverschrijdend niveau te waarborgen. Naar het voorbeeld van een internationale route langs de Maas moet worden gezorgd voor de nodige aansluitingen en voorzieningen voor fietsers, schippers, kanovaarders en ruiters (oplaadpunten voor elektrische fietsen, rustplaatsen, kinderspeelplaatsen, bewegwijzeringen...). Er zijn in het verleden al thematische routes aangelegd, die het misschien verdienen om opnieuw te worden bekeken (Route d'Artagnan, Charlemagne, Via Belgica...). Andere kunnen verder worden ontwikkeld rond erfgoed, gastronomie, oude mijn- of industriegebieden, de ijzer- en staalsites of rond commerciële activiteiten in onze regio's.

Het invoeren van nieuwe technologieën zal de individuele ervaring nog verbeteren (toegevoegde realiteit, alsook het TERRA MOSANA-project, enz.). De commercialisering van de aanbiedingen kan in nauwe samenwerking gebeuren, maar moet gebeuren via de bestaande structuren van de respectievelijke partners. Euregionale marketing is niet gewenst: de EMR moet zich aandienen als de som van alle rijkdommen en eigenheden van haar regio's, waarvan alle bijzonderheden samen een kracht vormen. Dat beeld kan door de EMR worden gepromoot bij een meer Europees doelpubliek (internationale beurzen enz.). De EMR heeft ook een rol te spelen om haar aanbod toegankelijker te maken voor een bevolkingsgroep, die meer afhankelijk is of gehandicapt, en die speciale noden heeft inzake toegang en mobiliteit (mensen met

bepaalde mobiliteit).

2.2.3. DOELSTELLINGEN EN ACTIES

Sommige van de hier behandelde onderwerpen raken aan kwesties die in andere werkgroepen binnen de EMR worden besproken. Men stelt bijvoorbeeld vast dat er synergie nodig is met de werkgroepen voor cultuur, mobiliteit, duurzame ontwikkeling, economie en innovatie, arbeidsmarkt en onderwijs. Bepaalde aspecten moeten aan deze groepen worden voorgelegd voor een analyse door deskundigen op de betrokken gebieden.

- **Instelling van de werkgroep EMR voor strategische ondersteuning en oprichting van thematische werkgroepen, naar gelang van de behoeften (vorming van een platform voor de uitwisseling tussen actoren uit de praktijk over projecten en activiteiten en het opzetten en ondersteunen van grensoverschrijdende projecten),**
- **Opleiding/professionalisering van de sector: inventarisatie van de cursussen en analyse van de behoeften van de kleine en zeer kleine toerismestructuren (onder andere boekhouding en gebruik van de nieuwe technologieën),**
- **Digitalisering van de sector om de regio's en de mensen met elkaar te verbinden:**
 - verzamelen en analyseren van gegevens over de toeristenstromen in de Euregio om het gedrag en de behoeften van de gebruikers vast te stellen,
 - bevorderen van de toegang tot de nieuwe technologieën voor vakmensen en gebruikers,
 - professionaliseren van het toeristisch aanbod,
 - creëren van producten ter bevordering van de totaalbeleving (creatie van hulpmiddelen voor toegevoegde realiteit, virtuele realiteit, directe toegang tot bijkomende informatie, digitale en meertalige informatieterminals, enz.),
 - uitwisselen van informatie tussen de 5 partnerregio's ten behoeve van de eindgebruiker: streven naar vereenvoudiging en zelfs naar automatisering van het ter beschikking stellen van informatie.
- **Ontwikkeling van grensoverschrijdende toeristische producten en verbetering van de kwaliteit van het aanbod door middel van een vollediger infrastructuur:**
 - verbeteren van de toegankelijkheid en de harmonisering van de informatie die in de verschillende partnerregio's beschikbaar is (bijvoorbeeld kwaliteitslabels die vaak gebaseerd zijn op verschillende criteria die verschillen van regio tot regio),
 - vergemakkelijken van het toeristenverkeer door een betere coördinatie van individuele en collectieve vervoermiddelen,
 - ontwikkelen van grensoverschrijdende toeristische producten: wandel-, fiets-, watersport- of paardrijroutes rond specifieke thema's,
 - bevorderen van thematische routes op heel het Euregionale grondgebied, het maken van de ontbrekende aansluitingen en het waarborgen van dezelfde kwaliteit van het aanbod op het hele gebied, waarbij elke partner voor de beste promotie kan zorgen,
 - verbeteren van de kwaliteit van de thematische routes door te zorgen voor de aanwezigheid van voldoende voorzieningen (oplaadpunten voor elektrische fietsen, speelplaatsen voor gezinnen, rustplaatsen, enz.),

- verbeteren van de toegankelijkheid van het mobiliteitsaanbod en een betere coördinatie van de verschillende individuele en collectieve vervoersmogelijkheden,
 - verbeteren van de leesbaarheid van de kwaliteitslabels die in elk van de regio's worden gebruikt door naar een harmonisatie van de toekenningscriteria te streven.
- **Duurzame ontwikkeling:**
 - Verbetering en optimaal gebruik van de bestaande infrastructuur alsook uitbreiding met een verantwoorde en duurzame visie,
 - Begeleiding van de beroepsbeoefenaars bij een duurzaam beheer van hun activiteit (sensibilisering van de klant, afvalbeheer, energiebeheer, bevorderen van de korte ketens),
 - Begeleiding van toeristen om gedragsveranderingen te stimuleren (educatieve rol),
 - Betrokkenheid van de burger bij een educatief project voor duurzaam toerisme.
 - **Bevordering van het gemeenschappelijk cultureel erfgoed van de EMR,**
 - **Jaarlijks een Euregionaal thema voorstellen dat als richtsnoer dient voor de ontwikkeling van de toeristische strategie door een bepaald luik van de sector te belichten,**
 - **Ervoor zorgen dat het aanbod toegankelijk is voor iedereen, met inbegrip van mensen met speciale behoeften: toerisme is niet alleen een kwestie van geld. Toegankelijk en duurzaam toerisme moet mogelijk zijn voor iedereen.**

CONCLUSIE

Of het nu gaat om het aanbod, de opleiding, de professionalisering, de digitalisering, de permanente vorming of de bewustmaking van duurzame ontwikkeling of een betere infrastructuurplanning, dat alles draagt bij tot een aanzienlijke verhoging van de kwaliteit van het toerisme in onze regio's. Een betere kwaliteit en een rijker aanbod kunnen bijdragen tot een betere vergoeding van de actoren in de sector, een grotere aantrekkelijkheid van de werkgelegenheid, een grotere publiekstrouw en een verbetering van het imago van de regio's, bij zowel de plaatselijke burger als de bezoeker. Dat zal dus het imago creëren van een rijke, gastvrije regio waar het goed leven is.