

Redactioneel

Er is sprake van een sterke internationalisering van vrije-tijdsactiviteiten. Dat is goed duidelijk geworden in de nasleep van de aanslagen op het World Trade Centre. Het internationaal vliegverkeer ging door een diep dal en in de tweede helft van 2001 bleven Amerikaanse toeristen massaal weg uit Europa, terwijl Engeland en Schotland al een slechte zomer achter de rug hadden vanwege de MKZ-uitbraak. Het lijkt er echter op dat deze 'eenmalige' schokken maar een tijdelijke invloed hebben op het gedrag van, in ieder geval de Europese toerist. Wanneer vliegtuigmaatschappijen de prijzen verlagen wint de reislust het snel van de angst. Eén slecht seizoen kan de toeristenbranche op de meeste plaatsen wel hebben. Maar als er sprake is van een langer aanhoudende of ernstige denormalisatie van de situatie, kunnen toeristenstromen, en dus de inkomsten daaruit, wel degelijk andere bestemmingen zoeken. Joegoslavië is daar een goed voorbeeld van: terwijl de hevige onlusten in Israël de nekslag zijn voor veel op toeristen gerichte ondernemingen in het geplaagde Jeruzalem, gaan steeds meer mensen op vakantie naar landen in het voormalige Joegoslavië.

Vrijtijdsbesteding is zo het niveau van de plaatselijke speeltuin op zondag ontgroeid. Nog geen vijftig jaar geleden waren toerisme en vrije tijd zaken voor een kleine elite en had vermaak nog allemaal op zeer kleinschalige wijze plaats. Door het toenemen van de welvaart is er meer mogelijk, maar ook de eisen van de 'vrije-tijdsconsument' zijn hoger. Mensen zijn op zoek naar 'experiences', of dat willen de aanbieders ervan ons in ieder geval doen geloven. Het aanbod is in ieder geval divers: voor elke doelgroep of sub-doelgroep bestaat een eigen invulling. Er is inmiddels dan ook een aardige boterham te verdienen in de vrije-tijdssector.

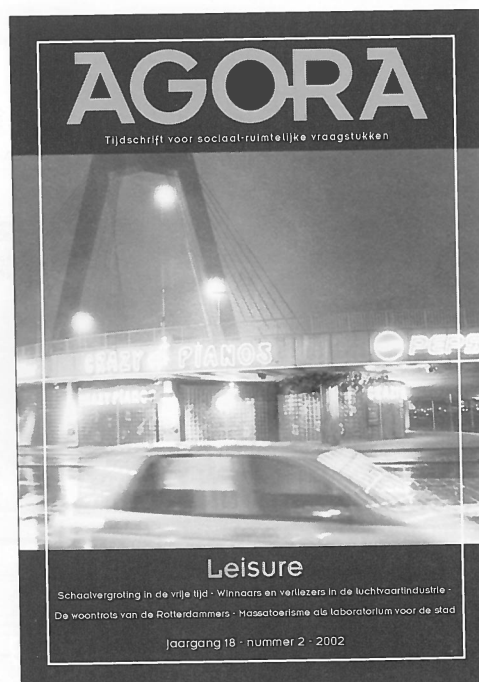
Innovativiteit en schaalvergroting lijken anno 2002 de toverwoorden. Maar is er tegenwoordig nog plaats voor het kleinschalige en traditionele? Een duidelijke trend is die van verbreding van het recreatieve aanbod. Rotterdam Culturele Hoofdstad kende bijvoorbeeld zowel specialistische publiekstrekkingen als projecten met een laagdrempeliger opzet. Rotterdam 2001 heeft aangetoond dat culturele projecten, zowel groot- als kleinschalig, die bij het karakter van de stad passen, aanslaan bij zowel burgers als toeristen. Niet alleen de stad is in trek bij de toerist. Ook het platteland heeft in toeristisch-recreatief opzicht een metamorfose ondergaan. Het is tot consumptieruimte geworden: er wordt minder geproduceerd en vooral geconsumeerd. Het platteland is ook zelf in 'consumptiegoed' veranderd. Het lijkt dan vooral om landschap, natuur, sentiment en idylle te gaan. Kamperen bij de boer is een bekend fenomeen. Maar wat verwacht de toerist, hoofdzakelijk de stedeling, eigenlijk van het platteland? Wat zijn hun wensen ten aanzien van de recreatiemogelijkheden in den lande, en waarom recreëren ze juist daar? Een heikel punt in een volgepland land als Nederland is welke claim recreatie op het totale ruimtegebruik mag leggen. Op de Veluwe woedt een discussie over of er nog uitbreiding van recreatieve bedrijvigheid mag komen en zo ja, waar dan? Hoe wordt het verlies aan natuur gecompenseerd? Bestaan er oplossingen waarbij zowel natuur als recreatie welvaren? Uit België komt een opmerkelijk artikel over het architecten-

bureau Candilis-Josic-Woods. Dit bureau ziet massatoerisme-experimenten in met name Zuid-Frankrijk als de ideale proeftuin van een nieuwe stedelijke conditie in de welvaarts- en consumptiemaatschappij. Massatoerisme-projecten worden door Candilis-Josic-Woods gebruikt als oefening voor nieuwe grote stedelijke projecten.

In dit nummer ook een vervolg op de aanhoudende discussie over de ruimtelijke ordening in de Vijfde Nota. Vereniging Deltametropool houdt een pleidooi voor het samenvoegen van de inmiddels bekende rode en groene contouren tot één roodgroene kwaliteitslijn. Tenslotte een bijdrage over de rol van makelaars op de Nederlandse woningmarkt.

Redactie AGORA

Maasboulevard Rotterdam



(Foto: Jacco van Galde)