



Natuur, informatie en toeristen in Costa Rica

René van der Duim en Birgit Elands
(Wageningen Universiteit)

Costa Rica is de laatste twintig jaar een 'rising star' in het internationaal toerisme geweest. In zo'n dertig jaar is het aantal toeristen gestegen van ongeveer 65.000 in 1964 tot iets meer dan 800.000 in 1997. De 'natuur' heeft daarbij een belangrijke aantrekkingskracht gehad. Op dit moment heeft meer dan een kwart van het grondgebied van Costa Rica een beschermde status in de vorm van Nationale Parken en Natuurreservaten. Dat trekt veel toeristen. Toch komen toeristen niet alleen voor de natuur naar Costa Rica. Ook de prachtige stranden, de aanleg van allerlei toeristische voorzieningen (golfbanen, jachthavens, etc.) of luxe hotelcomplexen doen veel toeristen besluiten naar Costa Rica te gaan. Met andere woorden: ook in het geval van Costa Rica bestaat 'de' toerist niet. Er bestaan verschillende typen toeristen die met verschillende motieven naar Costa Rica komen en die verschillende wensen hebben ten aanzien van het genieten van de natuur. De Costaricaanse markt is een gesegmenteerde markt.

In dit artikel wordt aan de hand van een aantal recente onderzoeken allereerst nagegaan welke vormen van (natuur)toerisme er in Costa Rica zijn, welke motieven eraan ten grondslag liggen, en welke betekenissen worden toegekend aan de natuur. Dit zal in verband worden gebracht met de informatiebronnen die toeristen hanteren bij hun reis naar en gedurende het verblijf in Costa Rica. Aan de hand daarvan zullen we enkele conclusies formuleren over de rol van informatie bij de ontwikkeling van toerisme in Costa Rica in het algemeen, en over de rol die het Natourdata-project zou kunnen spelen in het bijzonder.

Ontwikkeling van toerisme in Costa Rica

Om een beeld te krijgen van de toeristen die Costa Rica bezoeken, is het van belang om een kort overzicht te geven van het ontstaan van het toerisme in dit land (zie ook Van der Duim en Philipsen, 1996). De ontwikkeling van het internationaal toerisme naar Costa Rica is in belangrijke mate terug te voeren op de belangstelling van biologen, geologen, bodemkundigen, geografen en andere wetenschappers voor de in Costa Rica aanwezige natuurlijke hulpbronnen. Deze belangstelling is sinds de jaren zeventig sterk gegroeid. Enerzijds heeft dit geleid tot initiatieven op het gebied van de natuurbescherming; in twee decennia heeft bijna een kwart van het grondgebied van Costa Rica een beschermde status gekregen, als nationaal park of als particulier natuurreservaat. Hiermee is bewust of onbewust tevens een groot aantal toeristische attracties in het leven geroepen. Anderzijds hebben de resultaten van wetenschappelijk onderzoek, via bijvoorbeeld verhalen, kran-

tenartikelen, televisie en tijdschriften als de National Geographic de belangstelling voor deze natuurgebieden bij een groot publiek aangewakkerd. Zo zijn door de gemiddeld 250 onderzoekers per jaar, die gebruik maken van de faciliteiten van het onderzoeksstation La Selva van de Organisatie voor Tropische Studies (OTS), inmiddels meer dan 1600 artikelen en 250 (doctoraal-)scripties geproduceerd. Vooral hierdoor werd Costa Rica op de buitenlandse markt gepositioneerd als een van de toeristische bestemmingen voor ecotoerisme (Laarman en Perdue, 1989).

Met de sterke groei van de internationale aankomsten, werd ook het herkomstgebied van toeristen naar Costa Rica steeds groter. Tot 1989 kwamen de meeste toeristen uit Centraal Amerika. Vanaf 1989 werden Noordamerikaanse landen (vooral de Verenigde Staten) en Europa belangrijker. In 1994 kwam al éénderde van alle toeristen uit de Verenigde Staten. Nederland neemt nog maar een bescheiden plaats in, maar het aantal toeristen is gestegen tot meer dan 10.000 per jaar.

De sterke groei van het toerisme gaat gepaard met een verschuiving in de aard van het toerisme. De eerste toeristen in Costa Rica waren wetenschappelijke onderzoekers en een groep mensen, die daar qua belangstelling niet erg veel van afweken. De toenemende bekendheid van Costa Rica als toeristische bestemming brengt echter steeds meer toeristen met een afwijkend profiel. Weliswaar zegt zeker 60% van de toeristen naar Costa Rica te komen om een of meer van de nationale parken te bezoeken (vgl. o.a. Boo, 1990), hun bezoekmotieven zijn zeer uiteenlopend. Natuur heeft voor verschillende typen toeristen een verschillende betekenis.

De 'natuur' als motief voor toeristen

Wat is nu eigenlijk de 'natuur' van en voor toeristen? In veel studies wordt gevraagd naar het motief van de bestemmingskeuze. Dit kan vanuit het individu worden beargumenteerd, zoals de behoefte aan rust of zelfontplooiing. Het motief kan ook vanuit de specifieke kwaliteiten van een gebied worden beredeneerd, zoals het regenwoud, de tropische stranden en de veiligheid. Het laatste geeft met name de preferenties van toeristen weer voor bepaalde productkenmerken. Natuurlijk kunnen ook innerlijke beweegredenen worden gekoppeld aan het toeristische imago van Costa Rica waarin tropische ecosystemen en biodiversiteit centraal staan.

Toerisme is bij uitstek een fenomeen waarbij doorbreking van de dagelijkse routine centraal staat. Deze breuk met de alledaagse werkelijkheid kan op verschillende manieren gestalte



krijgen. Lengkeek (2000) onderscheidt – geïnspireerd door Cohen (1979) en Schutz (1990) – vijf modaliteiten, die hij in de relatie van de mens tot de natuur 'liefdes voor de natuur' noemt:

Ten eerste is er de toerist op zoek naar *amusement*. Voor hen is er bijvoorbeeld Playa Papagayo, Jacó of Manuel Antonio. Luft en Wegter (1990) merken over deze laatste bestemming op: 'het water is blauw, helder en koel. Zou er een toptien worden opgesteld met daarop de mooiste stranden ter wereld, dan horen die van Manuel Antonio daar zeker bij'. In het openbaar toegankelijke gedeelte (10% van het totale oppervlak) van het nabijgelegen nationaal park kan -ter afwisseling -van een grote variëteit aan flora en fauna genoten worden. Doodshoofdaapjes en leguanen zijn daar regelmatige strandbezoekers. Maar ook de introductie en ontwikkeling van recreatiehulpmiddelen, zoals vierwielaangedreven terreinwagens of terreinfietsen en geavanceerde uitrustingen voor zeevissers, sportklimmers of diepzeeduikers speelt een steeds grotere rol bij het zoeken naar amusement. De wijze waarop door reclamemakers en andere media aandacht wordt besteed aan buitensport heeft een invloed op de totstandkoming van deze voorkeuren en de zoektocht naar 'Camel Trophy'-achtige ervaringen.

Een tweede is de *verandering*. Het alledaagse leven is stressverwekkend en gejaagd, en in Costa Rica ben je er eens 'even helemaal uit'. Een wandelingetje door een nationaal park, een bezoek aan een van de vulkanen, afgewisseld met een dagje surfen of strand, doet je 'gesterkt' weer thuiskomen. De zware tocht in de vochtige hitte van het regenwoud vraagt om een concentratie op het lichamelijke en doet je 'even alles vergeten'.

Maar Costa Rica is ook het land voor de *interesse* voor de natuur. Buiten de alledaagse horizon liggen interessante dingen, waarover men wil horen en lezen. Soms is daarbij het verhaal sterker dan waarmee toeristen in werkelijkheid geconfronteerd worden. Zo zijn de verwachtingen van een bezoek aan het reservaat Monteverde bij bezoekers vaak hooggespannen. Het reservaat is bekend van vele televisiedocumentaires en kleurrijke artikelen in tijdschriften. Echter, de gouden pad uit de documentaire van de National Geographic is onlangs officieel uitgestorven verklaard, en een ontmoeting met de quetzal (een van de meest kleurrijke vogels in Costa Rica) is vooral een kwestie van geluk.

Maar vindt de ontmoeting wel plaats, dan is er even de vervoering. De niet of niet helemaal voorziene confrontatie met de quetzal, pia pia, luiaard of boa constructor veroorzaakt een schokeffect, alsof de 'echte natuur' zich even laat zien en zich vervolgens weer terugtrekt in het ongrijpbare.

Ten slotte zijn er de biologen en ecologen die de natuur niet alleen willen zien of horen, maar ook willen kennen en begrijpen en ermee 'getrouwd' zijn. Bij hen leeft het verlangen naar de *beheersing*, waarbij de soorten moeten worden bepaald. Ze zijn gaan studeren of werken bij de Organization for Tropical Studies of INBIO, en zullen nooit meer (voorgoed) weggaan.

Uitgaande van deze verschillende 'liefdes', varieert de confrontatie met de natuur van een kortstondig vreemdgaan, via een allesoverweldigende en unieke verliefdheid, tot een gouden huwelijk (vgl. Lengkeek, 2000). Voor toerisme in Costa Rica blijven alle vormen van verliefdheid aanwezig, en dus beleidsmatig relevant te zijn. Hoe is deze diversiteit aan motieven en verliefdheden nu in empirisch onderzoek terug te vinden?

Toeristen in Costa Rica: bezoekmotieven en informatie

Heykers en Verkooijen (1997) hebben toeristen die op individuele basis naar Costa Rica reizen, benaderd tijdens hun vakantie en verblijf in een van de dorpen Quepos of Manuel Antonio, centraal gelegen aan de Pacifische kust. Ruim de helft van de respondenten is afkomstig uit Noord-Amerika (40% USA, 13% Canada) en iets minder dan de helft uit westelijk Europa (44%). De leeftijd ligt voornamelijk tussen 20 en 40 jaar; maar liefst 71% van de toeristen behoort tot deze leeftijdsgroep. De rest is ouder. Met name hoger opgeleiden kiezen voor Costa Rica als vakantieoord (zie ook Cramer en Van Lierop, 1995). Alhoewel de meeste toeristen gezamenlijk reizen met hun partner (40%), met vrienden of kennissen (26%), of in gezins- of familieverband (11%), reist een vrij grote groep (27%) alleen. Het herkomstland is van invloed op de vakantieduur: naarmate de reisafstand tot de bestemming groter is, verblijft men er langer. Toeristen vanuit Midden- of Zuid-Amerika verblijven het kortst, gevolgd door de USA (17 dagen) en Canada (21 dagen). Europeanen verblijven gemiddeld het langst (23 dagen).

Aangezien georganiseerde groepen niet tot de operationele onderzoekspopulatie behoren, is het dus niet verwonderlijk dat men in het algemeen zijn vakantie zelf heeft ingedeeld en geregeld. Ruim de helft heeft zijn vakantie helemaal zelf ingedeeld (54%), een kleinere groep heeft minder dan de helft uit handen gegeven (29%), en de rest heeft of meer dan de helft of alles voor vertrek door derden laten organiseren (resp. 9 en 8%). Geconstateerd kan worden dat naarmate men de vakantie meer zelf organiseert, deze vakantie ook langer duurt. Zo duurt een volledig thuisgeboekte reis gemiddeld 15 dagen, en een volledig zelf samengestelde reis 22 dagen. Een op de zeven respondenten is al eerder in Costa Rica geweest. Gemiddeld heeft men dan dit land ruim drie keer eerder bezocht. Het thuisland van de toerist is niet van invloed op het al dan niet vaker in Costa Rica geweest-zijn. Het blijkt dat naarmate het aantal keren dat iemand reeds eerder in dit Midden-Amerikaanse land is geweest toeneemt, men steeds vaker zelf de totale reisorganisatie in handen heeft.

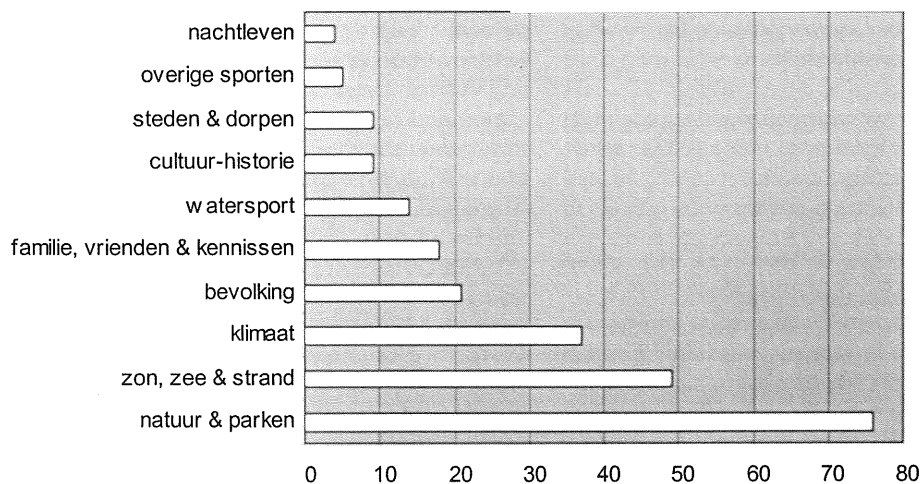
Toeristentypen in Costa Rica gebaseerd op motieven

De toeristen is een aantal gebiedsgerichte *motieven* voorgelegd en gevraagd welke daarvan de belangrijkste waren (figuur 1). Het blijkt dat natuurlijke omgevingsfactoren als 'natuur en parken', 'zon, zee en strand' en 'het klimaat' erg hoog scoren. Toch speelt een aantal andere factoren ook een grote rol, zoals de al dan niet bevriende inwoners van Costa Rica en het sporten. Slechts enkelen komen voor nachtlevens en amusement.

Omdat wordt verwacht dat motieven een belangrijke indicator vormen voor het activiteitenpatroon van vakantiegangers, zijn de respondenten gegroepeerd op grond van overeenkomstige gebiedsmotieven. Het feit dat bijna vier op de vijf toeristen de natuur en de Nationale Parken als motief noemt om Costa Rica te bezoeken, beïnvloedt de typologie in belangrijke mate. De zes toeristentypen kunnen als volgt worden gekarakteriseerd (zie ook Elands, 2000):

1 *Natuurtoeristen* (22%): deze groep toeristen komt specifiek voor de Costaricaanse natuur. Tot dit toeristentype behoren relatief veel Europeanen en veel mensen die samen met hun partner reizen. Voor bijna alle vakantiegangers is dit het eerste bezoek aan Costa Rica. Een op de zeven toeristen

Figuur 1 Motieven om naar Costa Rica te komen (%)



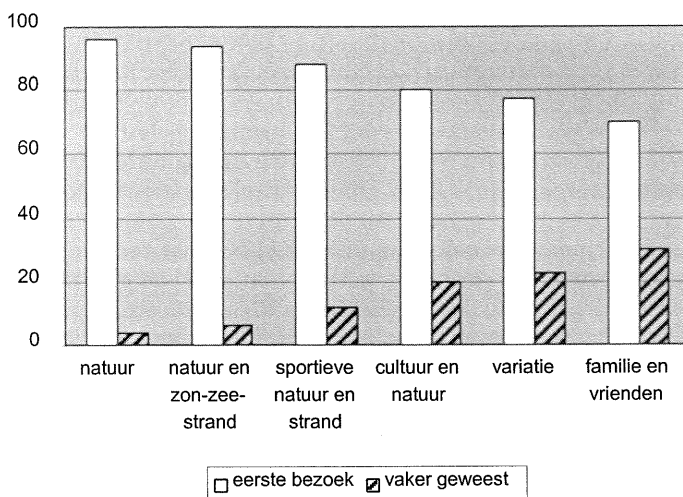
heeft zijn hele vakantie voor vertrek met behulp van een reisorganisatie samengesteld en nog eens 10% heeft dit voor ruim de helft laten organiseren.

- II *Natuur- & Zon-zee-strandtoeristen* (21%): deze groep toeristen komt behalve voor de natuur ook om te genieten van de tropische stranden en zeeën. Voor de meeste toeristen is dit de eerste keer dat ze Costa Rica bezoeken. Ze zijn relatief vaak in gezinsverband op vakantie en ook bestaan er 'veel' gecombineerde gezelschappen van gezin, vrienden en familie. Zij hebben hun vakantie voor een belangrijk deel laten organiseren.
- III *Cultuur- & Natuurtoeristen* (9%): deze groep wordt ook aangetrokken door de Costaricaanse bevolking en cultuur-historie, alsmede de steden en de dorpen. Eén op de vijf toeristen is al een keer eerder op vakantie geweest in dit land. Evenals de vorige twee toeristentypen heeft ook van dit type een kwart zijn vakantie meer dan de helft door anderen laten samenstellen. Qua herkomst wijken ze niet af van het vorige type en ook zij zijn vaak met het gezin op reis.
- IV *Familie- & Vriendentoeristen* (14%): er is een groep die speciaal voor bezoek aan familie, vrienden, en kennissen komt.

Verder kunnen de bevolking en het klimaat als argument een rol spelen. Dit type organiseert zijn vakantie zelf. Eén op de drie toeristen is reeds eerder in dit land geweest. De toerist gaat meestal alleen op vakantie.

- V *Sportieve Natuur- & Strandtoeristen* (15%): naast de watersport, motiveert deze groep haar komst met de natuur, de zon, de zee, het strand en het klimaat. Twee op de drie toeristen komen uit noordelijk Amerika en meer dan de helft is woonachtig in de USA. Een kleine groep heeft het land al eerder bezocht (12%). Qua leeftijd is het van de reizigers het jongste reisgezelschap, voorzover er geen kinderen bij zijn, en bestaat meestal uit vrienden. Evenals de eerste drie typen laat een kwart van dit type (een deel van) de reis door een reisagent of -bureau samenstellen.
- VI *Variatie-toeristen* (19%): deze groep combineert in meer of mindere mate de hiervoor genoemde motieven en is niet duidelijk profileerbaar op een enkel motief. De herkomst van dit type bevindt zich ook relatief vaak in Noord-Amerika, maar wat minder vaak dan het vorige type. Voor driekwart van de toeristen is dit het eerste bezoek. Het betreft een voornamelijk zelfgeorganiseerde vakantie.

Figuur 2 Toeristentypen en bezoek aan Costa Rica



Het gebruik van informatiebronnen

Uit figuur 2 blijkt dat het bezoekmotief in belangrijke mate samenhangt met het al dan niet eerder bezocht hebben van dit Middenamerikaanse land. Mensen die nog nooit in Costa Rica zijn geweest, behoren vaker tot het Natuur-toeristentype en tot het Natuur & Zon-zee-strand -toeristentype, terwijl mensen die er al meerdere keren geweest zijn, juist vaker tot het Cultuur & Natuur-toeristentype, het Variatie-toeristentype

Naarmate men vaker komt, zijn de motieven meer gerelateerd aan de levende cultuur en minder omgevingsgebonden. Ook blijkt het zo te zijn dat Amerikanen en Canadezen minder vaak voor natuur en parken komen dan Europeanen, en vaker voor de (water)sport en het strand. Ten slotte blijkt de organisatiegraad samen te hangen met het motief. Indien men puur voor de natuur of juist voor (water)sporten komt, is de reis verhoudingsgewijs in grote mate thuis met behulp van een reisorganisatie samengesteld. Naar gelang men minder georganiseerd



reist, worden deze motieven minder frequent genoemd. Komt men voor familie of vrienden, dan is de vakantie niet ingevuld met door reisbureaus georganiseerde tripjes.

Veelal worden wel enkele *informatiebronnen* geraadpleegd tijdens het besluitvormingsproces om naar Costa Rica te gaan. Hier is in algemene zin naar gevraagd, zonder rekening te houden met de verschillende stadia van vakantiekeuzen.

Gemiddeld noemt men twee informatiebronnen. Een aantal informatiebronnen wordt vaak genoemd (zie tabel 1): de alom bekende mond-tot-mond reclame via bekenden in het eigen land (56%), de reisgids (46%), informatie uit de media, met name kranten en tijdschriften (22%), informatie via familie en vrienden in Costa Rica (16%), informatie verkregen uit eerder bezoek (13%) en het reisbureau wordt regelmatig genoemd (12%). Ook Internet als informatiebron wordt aangehaald (10%).

Het aantal informatiebronnen dat men hanteert als men voor de eerste keer Costa Rica bezoekt, is groter dan wanneer men het land al beter kent. Tevens varieert het type informatie: terwijl voor de eerste keer-bezoekers vrienden en familie in het eigen land centraal staan, blijken juist de regelmatige Costa Rica-gangers lokale vrienden en familie te raadplegen. Tevens blijkt een afname van de organisatiegraad van de reis gepaard te gaan met een afname van het aantal gebruikte reisbronnen.

Uit een factoranalyse (Elands, 2000) blijkt dat de volgende informatiebronnen in combinatie met elkaar worden genoemd: (i) informatie verkregen via directe contacten met Costa Rica (eigen ervaringen of vrienden), (ii) informatie gevonden op Internet, via een reisgids of ambassade; dergelijke informatie heeft een sterk informatief karakter, is meestal niet direct op verkoop gericht en men moet er actief naar zoek gaan (iii) informatie uit de klassieke mediabronnen (kranten en radio/TV) die veelal min of meer toevallig wordt gelezen of gehoord en (iv) informatiebronnen gericht op persoonlijk contact (reisagent, vrienden/bekenden eigen land).

TOERISTENTYPEN

	%	Natuur	Natuur en zon-zee- Strand	Sportieve natuur en strand	Cultuur en Variatie	Varieta	Familie en vrienden
Via familie, vrienden in eigen land	56	0	+	+	0	+	—
Via een reisgids	46	++	++	0	—	-	—
Via familie, vrienden in Costa Rica	16	—	—	-	0	0	++
Via krant of tijdschrift	13	0	+	0	0	0	—
Via eigen ervaring door eerder bezoek	13	—	-	0	+	+	++
Via een reisbureau	12	0	++	+	0	0	—
Via Internet	10	-	+	0	0	0	-
Via radio of TV	6	+	0	0	0	0	-

++ of — meer dan 10% verschil; + of - tussen de 5 en 10 %;
0 minder dan 5 % ten opzichte van het gemiddelde

De Natuur- & Zon-zee-strandtoeristen hanteren de meeste informatiebronnen, waaronder relatief vaak een reisgids, een reisagent, Internet, familie en vrienden in het thuisland en een krant of tijdschrift. Natuurtoeristen gebruiken met name reisgids en radio/TV als informatiebronnen en niet zozeer mond-tot-mond reclame. Het Familie- en Vriendentype informeert bij familie en vrienden in Costa Rica en put uit eigen ervaringen opgedaan in een eerder bezoek. Overige informatiebronnen spelen nauwelijks een rol. Het Sportieve type zoekt de informatie dichter bij huis bij bekenden en 'gemakkelijker' bij een reisbureau. Tenslotte maakt het Variatietype relatief vaak gebruik van het brede palet aan eigen ervaringen vanuit een eerdere vakantie en bekenden uit het eigen land.

Toeristen in Costa Rica: informatie en de liefdes voor de natuur

Ook uit onderzoek van Savrij Droste (1998) blijkt een verband tussen toeristisch gedrag en gebruik van informatiebronnen. Uit een kwalitatief onderzoek onder 40 individuele toeristen (20 Europeanen en 20 Amerikanen) die in februari/maart 1998 Manuel Antonio en Quepos bezochten, zijn enkele conclusies te trekken over de rol van informatie in het besluitvormingsproces van toeristen die naar Costa Rica gaan. In de eerste plaats blijkt dat het inwinnen van informatie met name een rol speelt nadat men de bestemmingskeuze heeft gemaakt. Die bestemmingskeuze vindt vooral plaats op basis



van verhalen van vrienden of familie, 'toevallige' mediaberichten of contacten met Costa Rica via werk of school. Na het maken van de bestemmingskeuze speelt bewust informatiezoekgedrag een grote(re) rol. Daarbij zijn volgens Savrij Droste vier patronen te ontdekken:

- I *De Thuisplanners*. Deze kleinste groep (3 respondenten) maakt vooraf een vaste planning van de vakantieonderdelen waarbij vooraf veel informatie wordt gezocht in bibliotheken, boekhandels, reisbureaus of via vrienden en kennissen. Eenmaal in Costa Rica aangekomen, wordt nauwelijks of geen informatie meer gezocht. Blijkbaar is men voldoende voorbereid.
- II *De Uit-en-Thuisplanners*. Deze grootste groep (16 respondenten) raadpleegt zowel bronnen thuis als in Costa Rica, waarbij het informatiegebruik in Costa Rica kleiner is naarmate het thuis groter is en andersom. Men is flexibel in de reisplanning, heeft een zeer gevarieerd activiteitenpatroon en zoekt dan ook vooral op de plek zelf naar additionele informatie (mondeling, foldertjes etc.).
- III *De Uit-planners*. Deze kleine groep (8 respondenten) Europeanen raadpleegt weinig bronnen, en dan nog vooral in Costa Rica zelf, andere reizigers of Costaricanen.
- IV *De Niet-planners*. Deze grote groep (13 respondenten), vooral Amerikanen, vaak herhalingsbezoekers, komt vooral voor het strand en heeft een minimale informatiebehoefte.

De meest gebruikte informatiebronnen zijn - zoals gezegd - reisgidsen, verhalen van vrienden en familie en de media (zowel kranten als televisie). Europeanen gebruiken vaker het reisbureau, Internet wordt relatief vaker door Amerikanen gebruikt

Liefdes voor de natuur

In het onderzoek zijn de ervaringswerelden van de toeristen, waarin de liefde voor de natuur een rol speelt, ook aan de orde gekomen.

De *Thuisplanners* zijn met name op zoek naar de oorspronkelijke natuur van Costa Rica. Door zich breed te informeren kunnen ze zich goed voorbereiden op het vakantieland. Ze zoeken naar een zekere en veilige omgeving om van daaruit het regenwoud in te trekken, vulkanen te bezoeken, maar ook de Costaricaanse cultuur te proeven. Vaak noemen ze criminaliteit als een onverwachte tegenvaller op hun vakantie.

De *Uit-en-Thuisplanners* en *Uit-planners* stellen de natuur ook centraal binnen hun vakantie. Genoemd worden het regenwoud, 'wildlife', de vogels en de natuurparken. Daarnaast oefenen de tropische stranden en de cultuur van Costa Rica een grote aantrekkingskracht uit. Costa Rica heeft in hun ogen een zeer divers karakter, wat zich ook uit in een gevarieerd activiteitenpatroon. Zij zijn echter minder gericht op een grondige voorbereiding van hun vakantie. Binnen de groep *Uit-en-Thuisplanners* wordt ook het vaakst de natuur fysiek uitgedaagd door te 'raften', te duiken of lange survivaltochten te ondernemen. Dergelijke activiteiten vergen vaak een degelijke voorbereiding, zodat men 'genoodzaakt' is dit thuis te doen. Echter, men plant de vakantie niet totaal.

De *Uit-planners* lijken in veel opzichten ook op de *Niet-planners*. Deze vakantiegangers willen opgaan in de leefwijze en de lokale cultuur van Costa Rica. Ze associëren het land met gastvrijheid, aardige mensen, paradijselijk en exotisch. Ze zijn in mindere mate op de natuur georiënteerd. Over het alge-

meen kent men het land vrij goed. Voor hen is de natuur geen object voor bezoek, maar een onderdeel van een andere cultuur. Daarnaast speelt het vinden van rust een belangrijke rol: men ontvlucht de stress en de sleur van het alledaagse bestaan. De twee extreme natuurliefdes: 'kortstondig vreemdgaan' of 'getrouwd zijn' met de natuur komen niet voor in deze respondentengroepen. Dominant is de *interesse* voor de natuur, waarin een enkeling tot *vervoering* zal geraken. Deze vervoering zal met name bij de *Uit-en-thuis* en de *Uit-planners* optreden. Zij hebben nog ruimte in hun programma om vervoering toe te laten. Bij de eerste groep overheerst zekerheid en veiligheid, risicovermijdend gedrag, bij de laatste is de natuur op de achtergrond geraakt en vindt vervoering plaats in het zich thuis voelen in de Costaricaanse samenleving.

Enkele gevolgtrekkingen

Het in dit artikel besproken onderzoek laat zien dat de meeste toeristen die Costa Rica bezoeken niet alleen voor de natuur komen, ondanks alle pogingen Costa Rica als dé bestemming voor ecotoerisme te profileren. De meeste toeristen die Costa Rica bezoeken wisselen een aangename vakantie in een *niet-alledaagse* omgeving af met het bezoeken van nationale parken en vulkanen Slechts één op de vijf toeristen komt specifiek voor de natuur naar Costa Rica en nog eens éénvijfde combineert een natuurvakantie met een strandvakantie.

Op zich biedt het feit dat natuurtoeristen en toeristen die natuur afwisselen met zon-zee-strand relatief veel informatiebronnen gebruiken, en dat veel van de in het onderzoek van Verkooyen en Heykers (1997) ondervraagde toeristen in Costa Rica op zoek zijn naar kennisvermeerdering op het terrein van natuur (en cultuur), belangrijke aanknopingspunten om doelstellingen op het gebied van natuurbescherming te realiseren. Zeker als we aanvaarden dat natuur niet alleen een ecosysteem is, maar gelijktijdig een ervaringswerkelijkheid voor mensen, zijn er belangrijke aanknopingspunten voor beleid (vgl. Lengkeek, 2000; Caalders e.a., 1999).

Natuurinformatie, zoals in de vorm van Natourdata, zou onderdeel van dat beleid kunnen zijn. Alhoewel de primaire doelgroep voor Natourdata gevormd wordt door organisaties uit de toeristische bedrijfskolom (touroperators en reisbureaus), zal een belangrijk deel van de informatie uiteindelijk ook terecht moeten komen bij de secundaire doelgroep: consumenten, c.q. de toeristen (vgl. Cosijn en Rens, 1999).

Dit artikel heeft in dat verband enkele 'mitsen en maren' laten zien:

- Uit het voorafgaande blijkt o.a. de grote diversiteit in motieven en gedrag en (dus ook) in informatiezoekgedrag. Er zijn vele 'liefdes' voor de natuur, en bij die liefdes horen verschillende 'verhalen' over de natuur. De (beschrijving van de) natuur van de bioloog of ecooloog is een geheel andere dan die van de toerist op zoek naar verandering en zelfs anders dan van de natuurgeïnteresseerde. Dat vraagt om een flexibel systeem van informatie, begrijpelijk en aantrekkelijk voor verschillende doelgroepen, of -misschien nog beter- om verschillende systemen voor verschillende doelgroepen. Het is maar de vraag welke liefdes (of 'verhalen') de touroperator en het reisbureau kan en wil uitdragen;
- Verder blijkt het informatiezoeken thuis, voorafgaande aan de reis, maar een beperkte rol te spelen, en de rol van het reisbureau daarbij van gering belang te zijn. Kranten en tele-



visie, reisgidsen en verhalen van vrienden en bekenden spelen een veel grotere rol. Het is dan ook de vraag in hoeverre de touroperator of het reisbureau het meest adequate kanaal van informatieoverdracht is, en of natuurinformatie niet ook via andere kanalen 'aan de toerist gebracht' moet worden;

- Bij de toeristen die Costa Rica vooral voor de natuur bezoeken, blijkt de 'reisgids' de belangrijkste informatiebron te zijn. Dat roept meteen de vraag op welke rol Natourdata kan spelen bij het samenstellen van reisgidsen en wat de meerwaarde van Natourdata als medium is;
- Een deel van de informatie wordt tijdens de reis, ter plekke, vergaard. Om natuurinformatie effectiever te laten zijn, zou de toerist de informatie (ook of juist) ter plaatse (in het hotel, in het bezoekerscentrum e.d.) moeten kunnen raadplegen.

Uitgaande van een *digitale* toepassing van Natourdata, zou daarom wellicht toch meteen gezocht moeten worden naar informatiedistributie die verder gaat dan reisbureaus en touroperators. Mogelijkheden tot raadpleging door het publiek op de plaats van bestemming zou op zijn minst op haalbaarheid getoetst moeten worden. De natuurbeschermingsorganisaties en andere belangengroepen in de bestemmingsgebieden zouden dan niet alleen betrokken kunnen zijn bij de productie, maar ook bij de verspreiding van natuurinformatie. Een Internet-toepassing ligt daarbij zeer voor de hand. Amerikaanse toeristen, zo blijkt uit genoemde onderzoeken, raadplegen al regelmatig het internet. Waarom zouden Europese toeristen dit voorbeeld niet volgen?

Meer in het algemeen dient het relatieve belang van natuurin-

formatie niet overschat te worden. Verhalen van vrienden en kennissen, 'toevallige' mediaberichten e.d. spelen vaak een grotere rol dan 'degelijke' natuurinformatie. Verder blijkt keer op keer uit onderzoek dat voorlichting en informatie alléén zelden tot gedragsverandering leiden (SCP, 1996). In het beste geval heeft het een ondersteunende of voorwaardenscheppende functie en kan er een draagvlak mee worden gecreëerd voor (eventueel verdergaande) structurele beleidsmaatregelen, zoals bijvoorbeeld gedeeltelijke afsluiting van nationale parken (zoals veelal het geval is in Costa Rica), hoge(-re) toegangsprijzen, of – om een heet hangijzer te noemen – BTW op vliegtickets en accijns op kerosine te heffen waardoor het vliegen naar Costa Rica duurder wordt.

Tot slot, de relatie toerisme-natuurbescherming in Costa Rica gaat vanzelfsprekend veel verder dan de vraag welke informatie, wanneer, hoe en aan wie moet worden verstrekt (zie ook Van der Duim en Philippen, 1996; Caalders e.a., 1999). Toerisme levert in Costa Rica inmiddels ontegenzeggelijk een aanzienlijke en onmisbare financiële bijdrage aan de instandhouding van nationale parken en particuliere natuurreservaten. In die zin heeft toerisme in belangrijke mate bijgedragen aan het terugdringen van de grootschalige ontbossing, die sinds de jaren vijftig geleid heeft tot het verdwijnen van zo'n tweederde van het tropisch bos in Costa Rica. Maar daar staat tegenover dat toeristische ontwikkelingen in de directe omgeving van deze natuurgebieden tot zorgwekkende negatieve effecten op natuur en milieu leiden. Deze effecten kunnen vooral door het ontbreken van effectieve ruimtelijke ordening en wetgeving onvoldoende worden bestreden. De Costaricaanse overheid blijkt vooralsnog geen eenduidig beleid te voeren. Om op



In beslag genomen Ara's

korte termijn economische baten veilig te stellen worden feitelijk tevens traditionele vormen van (zon-zee-strand) toerisme tot ontwikkeling gebracht. Selectieve werving van toeristen die primair voor de natuur van Costa Rica komen, blijkt meer een wensdroom dan praktijk te zijn. De inkomsten uit toerisme komen bovendien nog onvoldoende ten goede aan de lokale bevolking. De toeristische bedrijfstak is reeds voor een groot deel in handen van buitenlandse ondernemers. Ook wordt de lokale bevolking veel te weinig betrokken in de besluitvorming over nationale parken. Hierdoor ontbreekt vaak de emotionele en economische basis om zich in te zetten voor de instandhouding hiervan.

Literatuur

- Boo, E. (1990). *Ecotourism: the Potentials and Pitfalls*. WNF, Washington.
- Caalders, J.D.A.D., V.R. van der Duim, G. Boon en H. Quesada Rivel, (1999), *Tourism and biodiversity. Impacts and perspectives on interventions in the Netherlands and Costa Rica*. Rapporten Sociaal Ruimtelijke Analyse / Recreatie en Toerisme, no. 3. Arnhem/Wageningen: Bureau BUITEN / Wageningen University and Research Centre, Socio-spatial analysis and recreation and tourism.
- Cohen (1979), A phenomenology of Tourist Experiences. In: *The Journal of the British Sociological Association*, 8 (2): 179-201
- Cosijn, R en P. Rens (1999), *Natourdata. informatie voor natuur, informatie voor toerisme*. Een haalbaarheidsonderzoek naar de opzet van een database voor toeristisch-relevante natuurinformatie in opdracht van het Nederlands Comité voor IUCN, Ecology & Tourism 3, Hengelo.
- Cramer, M. en M. van Lierop (1995), *Round the world in five experiences, motives of tourists in Monteverde and Manuel Antonio, Costa Rica*. Doctoraal-scriptie Landbouwwuniversiteit Wageningen.
- Duim, V.R. van der en J. Philipsen (1996). Hoe eco is Costa Rica 's ecotoerisme? In: *Derde Wereld*, 15 (1): 59-71.
- Elands, B.H.M. (forthcoming in 2000). *Speurtocht naar toeristische complexen*. Dissertatie. Wageningen: Wageningen University.
- Heykers, J. en R. Verkooyen (1997), *Costa Rica! Puur natuur ... of Zon, zee, strand?* Een onderzoek naar het tijd-ruimte gedrag van toeristen in Costa Rica. Doctoraal-scriptie Landbouw Universiteit Wageningen
- Laarman, J.G. en Perdue, R.R. (1989). Science Tourism in Costa Rica. In: *Annals of Tourism Research*, 16 (2): 205-15
- Lengkeek, J. (2000), Liefdes voor natuur. In: *Vrijetijdstudies*, 18(1):42-44.
- Luft, A. en Wegter, I. (1990). *Reishandboek Costa Rica*. Elmar Reishandboeken, Rijswijk
- Lumsdon, L.M. en J.S. Swift (1998), Ecotourism at a Crossroads: the Case of Costa Rica. *Journal of Sustainable Tourism*, 6 (2), 155-172.
- Savrij Droste, E (1998), *Vakantieplannen naar Costa Rica. Een onderzoek naar het markergebruik in het besluitvormingsproces van toeristen in Costa Rica*. Doctoraal-scriptie Landbouw Universiteit Wageningen.
- Schutz, A. (1990), *Collected Papers I The Problem of Social Reality*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- SCP (1996), *Milieurelevant consumentengedrag. Ontwikkeling conceptueel model*. Cahier 127 Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag.



Neushoornkever als toeristische attractie