

Het kapitaal

Duurzaam toerisme
in het Nationaal Park
Hoge Kempen

van de leegte

Toerisme en Limburg worden vaak in één adem genoemd. Groen en Limburg evengoed. Maar hoe ‘groen’ – lees: duurzaam – is dat toerisme in Limburg? De uitgelezen plek om hier een antwoord op te krijgen, is de parel aan de Vlaamse toeristische kroon: het Nationaal Park Hoge Kempen. Daar vecht projectleider Johan Van Den Bosch sinds 2006 met volle overtuiging, binnen de schoot van de vzw Regionaal Landschap Kempen en Maasland, voor ‘zijn’ park. Guy Vloebergh (ruimtelijk planner OMGEVING, docent UAntwerpen, vicepresident/treasurer ISOCARP) en Koen Raeymaekers (hoofdredacteur Ruimte) trokken naar Genk, om hem een paar vragen voor te leggen. Eén ding werd daarbij vlug duidelijk: een Nationaal Park is voor Van Den Bosch niet enkel een mondiaal kwaliteitslabel, het is ook een geestelijke ruimte, waar leegte en inclusief denken gekoesterd worden.

‘Toerisme en ruimtelijke kwaliteit, valt het te rijmen?’, wilden we om te beginnen van hem weten...

De naakte ruimte

JOHAN VAN DEN BOSCH | Als je het hebt over toerisme, is daar altijd een ruimtelijk vraagstuk aan verbonden: mensen moeten naar hun bestemming via een weg, ze moeten parkeren, eventueel logeren, en ze gaan dan vervolgens naar zee, het MAS in Antwerpen, of de binnenstad van Gent. Het bijzondere aan een ‘Nationaal Park’ echter, is dat het product waarop wij proberen een economisch beleid te enten, de ruimte *an sich* is. Dat leidt weleens tot een spagaat als je de open ruimte, die qua omvang en kwaliteit hoog scoort, wil bebouwen met bungalowparken of hotels. Die nemen immers de ruimte in, die nu net de *reason to come* is. Een hotel in de buurt van de Sagrada Familia tast de Sagrada Familia niet aan, maar een hotel in het Nationaal Park tast het park wel aan. Dit soort gebiedsgericht toerisme is bijna een deelsegment in de sector, want niet alle toeristische attracties zijn ruimtelijke entiteiten. Brugge gaat natuurlijk ook over ruimte, maar wat als de attractie de open, naakte ruimte is? Een vooraanstaand politicus, bevoegd voor toerisme, zei me ooit middenin het Nationaal Park: ‘Je hebt een probleem. Hier is niks’. Tja, dat is het hem nu net, hier is inderdaad niks.

In het DNA van het traditionele toerisme zit blijkbaar iets destructiefs. Toerisme is altijd het gevolg van een bepaalde kwaliteit, niet

omgekeerd. Je begint met een zicht op zee of een bergketen, in ons geval: de heide en vergezichten. Die kwaliteit trekt mensen aan en die mensen wil je vervolgens soigneren, laten logeren. Daar is niks mis mee. Maar dan gaat de *onderscheidende kwaliteit* daar vaak onder lijden. Neem nu de Belgische kust. Eenmaal die verknoeid is, gaan we naar de Spaanse kust, tot die verknoeid is. Dan gaan we maar naar de Turkse Rivièra. Wanneer die verknoeid is, gaan we naar een of ander subtropisch eiland, enzovoort ... Als we met het Nationaal Park iets hebben willen bewijzen – en ten dele ook gerealiseerd hebben – dan is het dat zoiets kan vermeden worden, dat toerisme zelfs de stimulans kan zijn om de intrinsieke kwaliteit van de ruimte te verbeteren. Let wel: toerisme dat natuur- en erfgoedwaarden enkel vrijwaart is voor mij nog geen duurzaam toerisme! Duurzaam toerisme gaat nog een stap verder door de omgevingswaarden te versterken en te verbeteren. We zijn in Vlaanderen nog lang niet zover dat we vanuit toeristische budgetten gaan werken aan de intrinsieke kwaliteit van natuur en landschap. Terwijl de toeristische sector daar nochtans de eerste vruchtgebruiker van is.



Johan Van Den Bosch © Koen Raeymaekers



Tuinwijk Eisden met aansluitend het gebied Connecterra © RLKM

Leven voor de rand

RUIMTE Dat betekent ook dat je de meer actieve of verblijfsaspecten – gebouwen, harde functies – naar de rand en de poorten brengt?

JOHAN VAN DEN BOSCH | Absoluut. Nu is dat *common practice*, maar twintig jaar geleden vond men het niet normaal om bezoekersfaciliteiten aan de rand of zelfs op enige afstand van het Nationaal Park te realiseren. We hebben heel wat parkeer-voorzieningen die in het park lagen — een gangbare praktijk in de jaren ‘60 en ‘70 – verlegd naar de buitenrand. Het staatsnatuurreserveaat Mechelse Heide, dat nu het hart van het Nationaal Park Hoge Kempen vormt, is zo’n typisch voorbeeld. Daar bevond zich een parking, zelfs een heidemuseum – dat voor zover ik weet nooit open is geweest. Wat gebeurde er in die tijd? Mensen uit Antwerpen reden er met de auto naartoe en reden terug naar huis, om vervolgens een pint te gaan pakken of mosselen te gaan eten op het strand van Sint-Anneke. Dan denk ik ‘Wat heb je er als gemeente in godsnaam aan om die parking te onderhouden, op te ruimen, te fatsoeneren en te ontsluiten?’ Nu ligt – zoals bij al onze poorten – de parking buiten het gebied. We hebben hem twee kilometer naar de rand verschoven, waar zich al een camping en een cafetaria bevonden. En dan krijg je een heel ander verhaal: bezoe-



Connecterra © RLKM

kers gaan daar nu massaal iets drinken of ‘s middags iets eten vóór ze naar Antwerpen terugrijden. Ik herinner me dat de uitbater van een superette in Zutendaal zei dat, sinds Lieteberg – een van de poorten naar het nationaal park – er is, de verkoop van zijn wijn verdubbeld is. Ik vermoed dat alle picknickers daar eerst een fles wijn gaan kopen. Om maar te zeggen: breng je bezoekers naar de rand, naar de dorpen. We waren daar, vreemd genoeg, een trendsetter in. Nu zie je dat overal gebeuren, tot zelfs bij internationale topattracties aan toe. Neem nu Cap Blanc-Nez in Nord/Pas-de-Calais. Vroeger parkeerde je óp Blanc-Nez, nu parkeer je dichterbij het dorp Escalles en wandel je naar Cap Blanc-Nez. De parking van weleer is nu een kalkgrasland met orchideeën. En het heeft een grote economische relevantie gekregen, want je blijft langer hangen in dat dorp. Zowel de ruimtelijke kwaliteit als de beleving is erop vooruitgegaan. Dat is wat we met het Nationaal Park consequent hebben doorgevoerd: bezoekersfaciliteiten buiten het park, liefst aansluitend op plekken waar al handel is. Daardoor bouw je ook aan het draagvlak voor heel het project. Bij het creëren van de poorten hebben we dus eerst gekeken naar wat er al was: lokale initiatieven zoals een kinderboerderij, een streekmuseum, een bijenbevruchttingscentrum ... Het was in onze beginperiode gangbaar dat men daar tabula rasa mee maakte: de spons erover en ergens een groot bezoekerscentrum neerplanten. Nu hebben we die mensen zelf – en Lieteberg is daar het mooiste voorbeeld van – de kans gegeven hun dromen waar te maken. Lieteberg is een KMO geworden, een economie *an sich*. Honderd-twintigduizend bezoekers! Dat is meer dan het SMAK in Gent. Een heel aantal werknemers is er niet gesubsidieerd, maar *self-supporting* vanuit een lokale vzw. Imkers die daar hun bijenbevruchttingscentrum hadden, hebben dat nu uitgebreid naar vlinders en andere insecten. En het gaat hier over mensen uit de buurt, die de lokale gevoeligheden kennen en plaatselijke vrijwilligers mee betrekken. Dat is natuurlijk goud waard.

Een stip op de horizon

RUIMTE Hebben jullie ook een structuur om met initiatiefnemers in de toeristische sector te overleggen en die nieuwe ideeën een plaats te geven? Want je zit toch met verschillende gemeentebesturen, die vergunningen kunnen geven of weigeren?



Lieteberg © E Christis

JOHAN VAN DEN BOSCH | Wij zijn alleen maar de circusdirecteur, om het wat oneerbiedig te stellen – het zijn de afzonderlijke acts die het moeten doen, en wij zorgen ervoor dat al die acts tot een show samengevoegd worden. Ook als je kijkt naar de financiering en het organiseren van projecten: zonder de gemeenten of de vzw’s die de poorten uitbaten, hadden we niks. Maar ook niet zonder de agentschappen van de Vlaamse overheid, die elk vanuit hun kerntaak het Nationaal Park een bijdrage leveren. We hebben vooral het lopend beleid een kader gegeven, waardoor alle individuele inspanningen en acties vanuit Toerisme, Openbare Werken, het Agentschap voor Natuur en Bos, Onroerend Erfgoed of Ruimte Vlaanderen richting een hebben gekregen. Ook het Agentschap voor Wegen en Verkeer (AWV) heeft bijvoorbeeld vanuit zijn bevoegdhedenpakket dingen gedaan die echt het verschil maken. Een gewestweg afsluiten voor autoverkeer kan alleen het AWV, maar dat heeft wel een toeristische relevantie gekregen sinds die weg een fietspad is geworden. Een ecoduct bouwen over de snelweg is core business van het AWV – en werd ook met hun middelen deels gefinancierd – maar heeft een grote ecologische impact én een toeristische relevantie. Hetzelfde kan ik vertellen over de individuele gemeenten, de vzw’s, de toeristische diensten, de natuurverenigingen... En om te antwoorden op uw vraag of er dan ook een structuur is: die is er zeker, maar die houden we bewust licht en simpel. Onze leden-gemeenten, de provincie en de Vlaamse overheid zitten samen in een stuurgroep. Het gaat over de ministers van Toerisme en Leefmilieu op Vlaams niveau, de deputés van Toerisme en Leefmilieu op Limburgs niveau en de zes burgemeesters van de betrokken gemeenten. En daar hebben we ook een counterpart van op ambtelijk niveau. Daarnaast zijn er nog heel wat thematische werkgroepen. Mijn toerismemedewerkster zit regelmatig samen met alle hoofden van de toeristische diensten. We proberen ook in dialoog te treden met een honderdtal horecaondernemers, door hen twee keer per jaar uit te nodigen op een ‘Tipgeversdag’. Dat werkt goed: mensen vinden het fijn uit de eerste hand te vernemen wat er gebeurt. Wij luisteren ook wel naar hen, we betrekken hen, maar uiteindelijk wordt het beleid van het Nationaal Park van hieruit gestuurd. Je moet voor een project als dit een stip op de horizon zetten. En dat doe je niet door een zoveelste workshop te organiseren. Als een masterplan of globale visie louter een som is van bijeengesprokkelde ideeën, dan heeft dat plan geen ambitie.

RUIMTE Wordt er omgekeerd vanuit zo’n groep mensen – waarbij er toch velen zullen zijn die hun boterham



Blotevoetenpad © vzw Lieteberg

verdienen met dit Nationaal Park – ook teruggekoppeld over economische en financiële aspecten?

JOHAN VAN DEN BOSCH | Nog te weinig. Als er al vragen komen vanuit de toeristische sector, gaat het over heel praktische dingen, zoals ‘kan die fietsroute niet langs mijn deur komen?’, of ‘kan die picknickplek niet verder weg van mijn horecazaak?’. Waar we jammer genoeg níét in slagen – dat is nochtans ook een component van een duurzaam toeristisch product – is ondernemers ook een stukje verantwoordelijkheid te laten meedragen voor het welzijn van het Nationaal Park. Wij zijn de non-profitzijde van het verhaal, zij de profitzijde. Maar wij moeten wel altijd zorgen dat we geld blijven vinden om wandelpaden te onderhouden en het zwerfvuil op te ruimen. En als het dán over financiële solidariteit gaat, is er niemand thuis.

Voor- en nadelen van een kwaliteitslabel

RUIMTE Jullie profileren je expliciet als een kwaliteitslabel. Wat zijn dan de voorwaarden om zo’n label te mogen voeren? Hangen daar mogelijke partnerships aan vast?

JOHAN VAN DEN BOSCH | Weet je, als we opnieuw zo’n park zouden kunnen opstarten met wat we nu weten, dan zouden we dat op voorhand beter afspreken. Een Nationaal Park is wereldwijd een ijzersterk marketinglabel: je hoeft een Duitser of een Amerikaan niet uit te leggen wat dat is. Maar omgekeerd wil dat ook zeggen dat die internationale toerist een bepaalde verwachting koestert. Robuuste natuur, goed aan elkaar gesloten, weinig versnipperd, een zekere schaal, goede bezoekersfaciliteiten, goed onderhouden fiets- en wandelpaden, vergezichten – je kunt het hele kwaliteitspakket van een Nationaal Park wel vatten. Maar dat brengt dus een extra kost met zich mee. Als je daarmee vandaag zou willen starten, zou je kunnen zeggen aan gemeenten en ondernemers x, y en z: ‘Als we samen jaarlijks 400.000 euro bij elkaar brengen, hebben we een deal. Dan laten we de Vlaamse en provinciale overheid doen wat ze overal moeten doen, en wij doen daarbovenop het nodige om toeristen met een bepaalde kwaliteitsverwachting ervan te overtuigen dat we hier een *reason to come* hebben’. Zo zou het idealiter moeten gaan, ware het niet dat je aan zo’n project altijd begint zonder te weten wat er komen gaat. Op het startmoment in 1990 waren



C-mine © RLKM



Ecoduct © E.Christis



Tuinwijk Eisden © RLKM



Waterburcht Pietersheim © E.Christis

we al zielsgelukkig als een horecaondernemer een gestencild fol-dertje wilde uitgeven met ‘prachtig hotelletje aan de rand van het Nationaal Park’. Ook de gemeenten hebben we een voor een moeten overtuigen. Vandaag zijn er zes gemeentelijke domeinen die zich ‘poort tot het nationaal park’ noemen, en dat maakt in hun marketing aardig wat verschil, ook voor het werven van fondsen bij Toerisme Vlaanderen. Je zou nu haast denken: wat hebben die moeten betalen om poort te *mogen* zijn? Maar vijftien jaar geleden was dat dus wel even anders.

Laaghangend fruit

JOHAN VAN DEN BOSCH | Ik had gisteren een gesprek met een plaatselijke schepen, die zei: ‘Ik heb een probleem, want ik moet in 2018 naar de kiezer. En mij hoeft je omtrent je park niet te overtuigen: ik snap dat jullie project pas ten volle gewaardeerd zal worden door de volgende generatie. Jij bent nu bezig met keuzes te maken waarvan onze inwoners nu niet snappen waarom je die maakt. Wij vinden dit nu allemaal heel on-economisch, maar morgen zullen ze van jullie zeggen: die hadden ten minste een visie.’ Zijn probleem lag echter in 2018: hij moet nú stemmen hebben. En dan ga je beginnen over *quick wins* en ‘laaghangend fruit’, de modetermen van het moment. Te veel gebiedsgerichte toeristische projecten willen eerst de politieke en publieke opinie wat masseren vooraleer aan de structurele verbeteringen te beginnen. En dan worden die gemakkelijke *quick wins* gerealiseerd: een fietspad hier, een wandelpad daar. Dat mág voor mij, maar bij hoeveel ambitieuze projecten stopt het daar dan? Dan blijf je als natuurliefhebber die de volle steun aan het project verleende, met lege handen achter: ‘Waar is die beloofde extra natuur?’

RUIMTE Heb je het gevoel dat je project en idee voldoende gedragen worden op politiek vlak?

JOHAN VAN DEN BOSCH | Het blijft jammer genoeg te veel een verhaal van ‘believers’ en “non-believers”. Waar iedereen het roerend over eens is, van de gouverneur tot het lokale gemeenteraads-lid: het Nationaal Park is een goede zaak voor Limburg. Maar als het er dan over gaat dat je daarvoor ook bepaalde dingen moet doen – of erger nog, moet laten – dan krijg je, om een bekende

Amerikaan te citeren, een ‘*inconvenient truth*’. Want het liefst zou men van dat Nationaal Park en de resulterende vrijetijdseconomie de vruchten plukken, zonder er bepaalde dingen voor te laten. Men wil dus een ‘en/en’ scenario. Dat niet kunnen kiezen komt almaar vaker terug. Op dat vlak heb je een aantal ‘believers’, die zeer goed beseffen dat je keuzes moet maken, en een aantal ‘non-believers’ die denken: ‘Met een beetje minder bos hebben we toch nog altijd veel bos? Waarom zouden we onszelf moeten pijnigen door niet verder te ontwikkelen? Al wordt dat Nationaal Park een beetje kleiner; het blijft toch nog altijd groot.’ Het is zoals stoppen met roken: dat moet je totaal doen, en niet zeggen ‘ik ga er nog eentje roken, en dan stop ik’. Zo is het met het aansnijden van open ruimte ook vaak. ‘Wat maken die tien hectare, dat kleine laatste randje waar we huizen gaan bouwen nog uit? Daarna stoppen we!’ En de volgende generatie wil dan die straat nog afbouwen. De ongemakkelijke waarheid is dat, als je op langere termijn verwachtingen creëert met een Nationaal Park, het verdomd hard werken is om dat waar te maken. Dan zal je al eens dingen moeten doen die wat minder populair of sexy zijn, maar het een kan niet zonder het ander.

RUIMTE En is daar geen evolutie in te merken?

JOHAN VAN DEN BOSCH | Jawel, maar ik ben soms toch nog verontwaardigd over de manier waarop men bijvoorbeeld met onze informatie omspringt. Als de VOKA’s en UNIZO’s met cijfers komen over hoeveel arbeidsplaatsen het klaverblad van Lummen heeft opgeleverd, dan hoeft daar niet aan getwijfeld te worden. Als wij cijfers geven over bezoekersaantallen, over directe en indirecte tewerkstelling, dan klinkt het: ‘nattevingerwerk’. Dat is weer die ‘ongemakkelijke waarheid’: het moest maar eens waar zijn. Als toeristen wegblijven omdat het hier te lawaaierig wordt, de ruimte te banaal wordt, te klein en te weinig aantrekkelijk, waardoor we opnieuw een economisch verlies zouden boeken – als dat waar zou zijn... Dan is dat koren op de molen van degenen die liever geen nieuwe bedrijventerreinen zien komen. Daar zit je toch wel met een blijvend spanningsveld. Maar er zijn ook positieve tekenen. Ik had onlangs een burgemeester aan de lijn die ons om hulp vroeg om zijn droom te realiseren: de beek in zijn dorp opnieuw opengooien. Dat is iets waar twintig jaar geleden nog actiegroepen voor opgericht moesten worden. Er is dus ook wel een kentering ten goede.

Natuur voor iedereen

RUIMTE Een sterke troef van het Nationaal Park Hoge Kempen is dat het er eigenlijk voor iedereen is. Jullie streven behalve naar duurzaam ook naar sociaal toerisme.

JOHAN VAN DEN BOSCH | Ja, en daar ben ik heel blij om. Als je kijkt naar de ontstaansgeschiedenis van de nationale parken is het eigenlijk vreemd dat je een stuk land onttrekt aan de normale economische ontwikkeling om het dan natuurreservaat of Nationaal Park te noemen. We doen dat sinds het midden van de negentiende eeuw. Toen de eerste Nationale Parken ontstonden, was dat niet vanuit het besef dat we de biodiversiteit moesten beschermen. De eerste ‘natuurreservaten’, die toen nog niet zo genoemd werden, zijn opgericht vanuit een sociaal engagement. Arbeiders in de grote industriesteden, die na veel strijd eindelijk iets verworven hadden dat ze tot dan toe nooit hadden gekend – zondagsrust, vakantie, vrije tijd – kwamen tot de ontvullende vaststelling dat er geen plek was waar ze die vrije tijd zinvol konden besteden. Om even een sprong te maken naar een van de eerste parken, Yellowstone National Park, uit 1872: op de toegangspoort staat gebeiteld ‘*For the benefit and enjoyment of the people*’. Natuur voor iedereen. En dat tegenover ‘natuur voor hen die het kunnen betalen’. Ik vind het fijn om vast te stellen dat mensen het Nationaal Park ervaren als natuur voor iedereen. Ik vind trouwens dat de overheid op dat vlak in haar toeristisch beleid soms tekortschiet, omdat ze het algemeen belang zou moeten kunnen verdedigen tegenover het particuliere belang. Ik bedoel daarmee: als een investeerder een hotel wil bouwen in een natuurgebied, dan is het heel begrijpelijk dat hij een plek kiest met het mooiste uitzicht. Hij bekijkt die plek vanuit het perspectief van de twintig mensen die daar een kamer kunnen betalen. Maar in zijn afweging van waar dat hotel best komt, zou dat weleens de plek kunnen zijn die voor tweeduizend wandelaars het uitzicht bederft. Ik vind dat de overheid in toerisme de rol van openbare aanklager moet spelen, die het algemeen belang verdedigt. Om dat hotel-voorbeeld aan te halen, hoort de overheid te zeggen: ‘OK, dat hotel mag daar komen, maar niet op zo’n manier dat het de mogelijkheid voor anderen ontnemt om daar te wandelen’. Daarin kiest de overheid – zeker in toerisme – te vaak onvoorwaardelijk voor het particuliere belang. Als er al iemand in toerisme wil investeren, doet hij dat

op de plek die voor zijn zaak het beste is. Niemand durft op dat moment te zeggen: ‘ja, maar’. Want dan zou die investeerder wel eens kunnen zeggen ‘dan doe ik het niet’. Dat soort chantage kom je, zeker in toerisme, vaak tegen. Het is immers een economisch uiterst sensitieve sector. Een bomaanslag in Brussel, en de boel stort in. Ze lopen dus niet dik gezaaid, de ondernemers die willen investeren in goede toeristische projecten. En ik snap dan ook waarom de politiek die investeerders omarmt. Waar het echter doorschiet, is dat die investeerder dan soms carte blanche krijgt. En dan wordt het moeilijk om te vragen: schuif uw project eens vijftig meter op, dan hebben uw gasten een schitterend uitzicht, maar de wandelaars die hier voorbijkomen evengoed. Dat is een balans die hier vaak zoek is.

Return on investment

JOHAN VAN DEN BOSCH | Het succes van een project als dit is per definitie afhankelijk van een langetermijnvisie, van een beleid dat zich lange tijd kan doorzetten. We zijn bijvoorbeeld een bedrijventerrein aan het uitdoven: dat duurt nu eenmaal dertig jaar. Dat betekent dat je de vruchten daarvan pas over dertig jaar zal plukken. En dan moet je voor de komende decennia in je vergunningsbeleid die stip op de horizon voor ogen houden. Een tweede pijnpunt is dat men bij toeristische investeringen vaak een *return on investment* vraagt. Er gaan stemmen op die zeggen dat die investeringen in het Nationaal Park nog niets hebben opgebracht. ‘Die aangelegde fietspaden, dat dure ecoduct? Dat Nationaal Park brengt sowieso toch niets op?’ Je kan het niet dommer bedenken. De E40 naar de kust heeft voor toerisme ook niets opgebracht, zeker? Als je dat isoleert en uitknijpt, kan je redeneren: die autostrade op zich brengt niets op, creëert geen jobs. Voor het toerisme aan de kust heeft de E40 geen cent gekost, je moet er geen tol voor betalen, de overheid moet er wel elk jaar geld tegenaan smijten om ze te onderhouden. Maar wat dat opbrengt voor het toerisme, daar zal niemand aan twijfelen. Neem die autostrade weg, en de hele toeristische sector aan de kust stort in elkaar. Wat wij met het Nationaal Park doen: wij zorgen voor de meest essentiële voorwaarde om van een toeristische bestemming te kunnen spreken. Het eenvoudige idee dat toeristische ontwikkeling de resultante is van een bepaalde



Klaverberg © RLKM

DE DRIE PRIORITEITEN VOOR EEN TOERISTISCHE BESTEMMING: OMGEVINGSKWALITEIT, OMGEVINGSKWALITEIT, OMGEVINGSKWALITEIT.

(ruimtelijke) kwaliteit, en niet omgekeerd – dat wil er vaak maar niet in. In het traditionele, niet-duurzame toerisme draait men dat om: als we hier in Limburg maar genoeg goede restaurants en hotels neerpoten, gaat het toerisme wel bloeien. Laat ons wel wezen: mensen kiezen een vakantiebestemming niet op basis van het hotelaanbod. Dat moet er uiteraard zijn, dat is een noodzakelijke faciliteit om die ruimtelijke kwaliteit om te zetten in business. Maar het ene volgt wel op het andere. Als men vindt dat het toerisme in Limburg sneller moet groeien, dan is het antwoord vaak: we moeten meer hotels, bungalowparken, etc. hebben. Maar als het hier goed toeven is, komen die hotels er heus wel, die moet je als overheid niet rechtstreeks ondersteunen. Wees maar zeker dat ze bij Landal Greenparks weten waar ze mee bezig zijn. Als ze niet willen investeren, is dat een teken dat er net niet genoeg klandizie is die de streek de moeite waard vindt. Wat moet je dan doen om te zorgen dat dat bungalowpark er wél komt? Zorgen dat het Nationaal Park nóg groter, nóg kwaliteitsvoller wordt. En dan zal op een bepaald moment een investeerder wel op de groene knop drukken.

RUIMTE Is jullie werk voor de erkenning als Unesco werelderfgoed ook niet een mijlpaal op dat vlak?

JOHAN VAN DEN BOSCH | Ja, absoluut. We hebben gemerkt dat – van alle Nationale Parken in de wereld – dit park vanuit zijn ontstaansgeschiedenis bijzonder goed verweven is met zijn regio. Alle Nationale Parken zijn ontstaan vanuit een groep mensen die zegden: we willen dit natuurgebied of landschap beschermen (vanuit een *national park authority*, of dergelijke) en pas een hele tijd nadien (twintig tot dertig jaar) werden daar dan andere sectoren aangetakt, zoals toerisme, erfgoed, gezondheid. Maar het is bijna nooit gebeurd dat die multisectoraliteit reeds van bij de start is meegenomen. Dat is hier wél gebeurd omdat wij in de schoot van

een Regionaal Landschap zijn ontstaan, dat al sinds 1990 bestond. De verbinding met het fietsroute- en wandelwegennetwerk was dus sterk. Wat we anderzijds onderschat hadden, was de fierheid op het erfgoed, en het feit dat landschap ook erfgoed is. Die kandidatuur bij Unesco heeft ons de mogelijkheid gegeven om jarenlang die twee werelden samen te brengen. Want mensen die met erfgoed, tuinwijken en mijnsites bezig zijn en mensen die met heide bezig zijn, kennen elkaar niet. De beslissing is nog niet gekend, maar voor mij is dit Unesco-avontuur al geslaagd, omdat het nog meer gezorgd heeft voor een geïntegreerde kijk op de dingen: het besef dat je een heidewandelpad met een wandelpad door een tuinwijk kan combineren, dat je niet een aparte tuinwijkwandeling voor architectuurliefhebbers en een heidepad voor natuurliefhebbers moet maken, maar dat dat spanningsveld en dialoog tussen heide en tuinwijk juist een deel van de attractie zijn.

RUIMTE Stel dat jullie kandidatuur aanvaard wordt. Wat zou daarvan het effect op jullie werking zijn?

JOHAN VAN DEN BOSCH | Om te beginnen laat het ons toe om in alles wat we doen ook het erfgoedaspect mee te nemen – omdat we daar vanuit Unesco toe verplicht zijn. Als je heide beheert, besef je niet altijd dat er ook bepaalde erfgoedwaarden aan die heide verbonden zijn. We krijgen de verplichting naar onszelf toe om daar permanent aandacht aan te besteden, rond klein historisch erfgoed, rond natuur in de tuinwijken, ... Om die reden zijn we onlangs trouwens ook erkend als intergemeentelijke Onroerend Erfgoeddienst. En dan, mijn grootste droom, als we straks die erkenning zouden binnenhalen: ik wil de mensen die in het Nationaal Park gaan wandelen ook op C-Mine¹ krijgen. Net zoals ik de mensen die naar C-Mine komen in het Nationaal Park wil krijgen. Omdat het in beide gevallen over ruimtelijke kwaliteit gaat, het ene in een postindustriële, het andere in een rurale context, en over hoe die zich tot elkaar verhouden. We zijn nog wel geen werelderfgoed, maar we zijn daar nu met alle betrokken gemeenten, toeristische diensten en erfgoeddiensten vaak mee bezig, en je merkt dan toch dat die cross-overs talrijker worden. Dat is een uiting van de diversiteit aan kwaliteiten die een streek tot een geheel maken, voorbij die compartimentering van sec natuurbehoud, toerisme, erfgoed, ... Dat vind ik een grote meerwaarde.

Meer info over het Nationaal Park Hoge Kempen:
www.rlkm.be/nl/hoge-kempen

¹ De oude steenkoolmijnsite van Winterslag, die omgevormd werd tot een multifunctionele hub voor toerisme, cultuur, ondernemen en educatie. www.c-mine.be