

Hoera, ik was de goedkoopste

Vooreerst de beste wensen. (Op het ogenblik dat ik dit schrijf zijn we nog januari, dus een nieuwjaarsgroot kan nog.) Laat dit jaar (nog) gezonder zijn dan het vorige, laat dit tweede decennium (veel) creatiever en welvarender zijn dan het eerste.

Al eens bedacht dat het magische 2000 weeral tien jaar achter ons ligt en dat we al tien percent van deze eeuw hebben verleeft? Herinner je je nog de *millenniumbug* die er voor zou zorgen dat in de overgang van 1999 naar 2000 de computers zouden doorslaan, wat in de medische wereld voor rampzalige gevolgen zou zorgen, terwijl de vliegtuigen met honderden tegelijk gingen neerstorten. Ik denk dat het voorbije decennium dat van de paniek en het doemdenken is geweest, met als opsluit de Mexicaanse griep en de omgekeerde wereld van de imploderende crisis van het kapitalistische bankwezen en de staatsinterventies. Doemdenken, dat houdt in *“denken in functie van problemen en te weinig denken in functie van oplossingen.”* Doemdenken leidt er toe dat men geen oog heeft voor oplossingen. Dat men voorbijgaat aan de razendsnelle evoluties die onze wereld kenmerken en die men alleen kan zien van uit een toekomstgericht maar historisch perspectief. Het is dat fenomeen dat er bijvoorbeeld toe leidt dat de West-Europeanen de vroegere kolonies en zelfs de BRIC-landen, als onderontwikkelde gebieden blijven aanzien, daarbij geen acht slaand op onze eigen voortschrijdende achteruitgang en verachterlijking.

Bij zo een wissel stelt men soms de vraag wat het fenomeen en het feit waren die *u / ons / mij* het meest troffen in het voorbije tijdperk. Ik moest echt niet lang nadenken. “Mijn fenomeen” is de voortschrijdende overheidsorganisatie van de idiotisering van de bevolking, die maakt dat ons cultuurbesef, dat oh zo zeer onze Westerse beschaving en eigenheid kenmerkt(e), aan het verdwijnen is.

En “mijn *feit*” deed zich voor op 26 december 2004: het verhaal van Tilly Smith. Op die dag sloeg de tsunami toe, een eeuwenoud fenomeen dat bij de uitbarsting van de Krakatoa, in 1883 voor 40.000 doden zorgde en in de overleving van veel oude culturen voortleeft onder de naam *zondvloed*. Met andere woorden een voorspelbaar verschijnsel voor regeringen die in deze eeuw helaas nog altijd liever investeren in atoomwapens dan in onderzeese oceaansensoren die tsunami's kunnen voorspellen. (Zoals de Chilenen in de Stille Oceaan deden na de tsunami van 1960; het kostte toen € 15.000.000 ... Japan heeft geen atoomwapens, wel een anti-tsunami-systeem dat binnen de drie minuten alarm slaat en binnen de tien minuten de nodige evacuatieplannen op gang brengt.)

Wees eens eerlijk, wist u voor die fatale 26 december, wat een tsunami was?

Tilly Smith, een meisje van 10 jaar dat met zijn ouders dàar met vakantie was, wèl. Enkele

maanden voordien had het in de aardrijkskundeles geleerd wat een tsunami was en daardoor herkende het meteen wat het voor zijn ogen zag gebeuren. Het kind sloeg zodanig hysterisch in paniek dat het een heel strandje tijdig tot vluchten mobiliseerde, een paar honderd levens reddend. Door een aardrijkskundeles, door cultuurbezit en door een onderwijspolitiek die daar op aanstuurt.

Wat is *onze* realiteit? We krijgen meer en meer te maken met een bevolking die denkt dat Garibaldi (de naam van) een koekje is en die al lang vergat -- erger nog, nooit geleerd heeft -- dat de grote Italiaanse revolutionair de Ché Guevara van de 19de eeuw was.

Cultuurtoerisme, dat is in belangrijke mate een *dépayement*-beleving in de bezochte streken en rond thema's, die te maken heeft met aardrijkskundige, landschappelijke, kunst- en historische tijdperken, gebeurtenissen en sferen, activiteiten en herinneringen.

Dat is ons product en meteen ook ons belangrijkste basisinstrument: van uit het cultuurbezit van de passagiers kan reisleader de verbeelding aanwakkeren, het eigen besef van de dingen -- verleden, actueel, toekomst, zichtbaar, onzichtbaar, ziend, horend, smakend, ruikend, voelend -- tot leven brengen. Dat is onze grote meerwaarde. Daarmee is meteen een essentiële opdracht voor de federatie opgesomd.

Wat wordt het tweede decennium nog? Ik geloof rotsvast in de gevolgen van twee dingen: *Europa* en *ondernemerschap*.

Herman Van Rompuy werd de eerste President van de Europese Unie. Dat het een Belg is heeft me voor geen zier verwonderd. Onze vorige premier spreekt vijf talen en is een telg van een natie die zich eeuwenlang oefende in samenleven zonder bloedvergieten. Alleen een Belg is zulk een telg.

Die benoeming is geweldig belangrijk in het decennium waarin het Verdrag van Lissabon in werking treedt. Daarin is voor het eerst voorzien dat toerisme -- als een van de belangrijkste takken van onze economie, zoniet de belangrijkste -- een Europese bevoegdheid wordt. Een kans die we niet mogen missen.

Ondernemerschap? Opel sluit, 8000 werklozen voorspeld. Toeval of niet, maar dezelfde week kwamen de gezamenlijke werkgeversorganisaties op voor meer ruimte om te ondernemen in dit land, met slogans zoals “Ondernemen verdient respect”, “Ondernemers mogen geen uitstervend ras worden”, “Ondernemers zijn niet het probleem, maar de oplossing”.

In contrast daarmee staat een fenomeentje dat ik dagelijks kan zien als ik door de Kortrijkse Zwevegemastraat (door Hugo Claus zo prachtig beschreven in “Het verdriet van België”). Het is een verarmd kwartier van alloctonen, in-

wijkelingen die er met verbeelding en werklust aan de kost komen; ze starten winkeltjes en activiteiten op, zonder middelen en op een manier waarvoor wij onze neus ophalen. Maar... ze doen het. Langzaam uit het dal klimmend, een kapitaalje opbouwend, veel werkend, hun kinderen goed studierend; het klinkt anders dan het cliché-beeld. Het is een werkelijkheid. Laat ze ons tot voorbeeld dienen.

Ik ben er rotsvast van overtuigd dat het Tweede Decennium van de Eenentwintigste Eeuw, dat van de ondernemers zal worden. Moet worden. Anders verkommeren wij in doemdenkende kommer en kwel. Zoals Julie Meyer, de CEO van Ariadne Capital, heel significantief voor iemand uit de kapitaalsector, in een interview in De Standaard zei: “Er zijn in Europa nog altijd te veel managers en te weinig ondernemers.” Het wordt tijd dat we, elk voor ons zelf, nog eens een schup kolen op ons vuur gooien.

En in ons beroep?

Waar het op aan komt is dat we meer volk in onze cars en bussen krijgen, daarbij wat minder elkaar, maar wat meer onze echte vijanden beconcurrerend: de personenwagen die ons in de file stopt, het goedkope vliegtuig en de snelle tgv die ons met overheidshulp een aantal van onze klassieke en karakteriële bestemmingen ontnemen.

Dat we verdomd wat meer de strijd aangaan met die concurrenten en met die onbegrijpende overheden, die onze cultuur en dus ons Europees-zijn laten verloederen. *On n'est jamais mieux servi que par soi-même* en *wat we zelf doen, doen we beter*. Ja, mooie woorden, maar *WIJ* moeten het *doen*!

Een goed ondernemer zorgt ervoor dat zijn bedrijf en zijn beroep welvarend is. Dat is niet **“elkaar dood concurreren tot je de laagste prijzen kan aanbieden”** -- dat is het gemakkelijkste dat er is, elke idioot kan dat -- en aan de laagste prijzen misschien jezelf -- maar heel zeker uw beroep -- in het verlies rijden. **Een goed ondernemer zorgt ervoor dat zijn beroep en zijn bedrijf zo welvarend mogelijk zijn!**

Misschien moeten we in het komende decennium met zijn allen wat meer gas geven, wat minder moedeloos zijn en wat meer in onze eigen kracht en toekomst geloven. Ophouden te denken dat je een supercrac bent als je kan zeggen “ik heb het werk gekregen, want ik was de goedkoopste”. Alleen ondernemerschap en innovatie zorgen voor vooruitgang.

Zulk een decennium wenst U alvast uw hoofdredacteur.

Luc Glorieux, die vandaag meer dan ooit gelooft dat het gemeenschappelijk vervoer en het groepstoerisme moeten bevorderd worden. Maar ook dat ondernemen een kwestie is van beter te zijn dan de anderen, dat is niet hetzelfde als goedkoper!