



“Weet je waarom deze job zo leuk is?” Dirk lacht wanneer hij de rollen van het interview even omdraait. “Omdat mensen hier vaak goedgemutst naar buiten gaan. Ze hebben veel meer dan een kaart of een gids gekocht: ze hebben de eerste stap van hun reis gezet. Het avontuur lonkt.”

→ Interview: Peter Cristiaensen

Snuisteren door kaarten en gidsen



Meer wandelaar dan fietser ontwikkelde Dirk Van den Berghe al snel ook een passie voor boeken en kaarten. De gedroomde job vond hij bij de Gentse reisboekhandel Atlas & Zanzibar. Maar na zeven jaar was de goesting om op eigen benen te staan te groot en trok hij naar Antwerpen om Alta Via uit de grond te stampen.
www.altaviatravelbooks.be

Een nieuwe reisboekhandel uit de grond stampen lijkt me geen evidentie.

Dat is het zeker niet. Sowieso moest ik daarvoor weg uit Gent, het zou nogal onzinnig zijn om te gaan concurreren met mijn vroegere werkgever Atlas & Zanzibar. In Antwerpen was de Blauwe Planeet gestopt en eigenlijk nooit overgenomen. De Standaard Boekhandel deed wel pogingen om het gat op te vullen met een uitgebreide collectie reisgidsen, maar dat is veel beperkter dan het concept dat ik voor ogen had. In 2010 hebben we de sprong gewaagd. Eerst met twee, maar dat was te ambitieus. Daarop ben ik alleen doorgedaan.



Vandaag lijkt de locatie perfect, maar dat was vijf jaar geleden waarschijnlijk niet zo.

Klopt. We zitten op het eilandje, een buurt die pas de laatste jaren floreert. Vijf jaar geleden waren het MAS en het Red Star Line Museum nog niet open, was er veel leegstand en lagen de straten nog open. De aangekondigde tramlijn is er ook vandaag nog niet en zal voor 2016 zijn. Maar ik kende natuurlijk wel de plannen voor de wijk. Onlangs had ik een journalist op bezoek en wat bleek? Alta Via is met zijn vijf jaar de oudste winkel van de straat.

Ook los van de locatie lijkt een boekenwinkel opstarten niet simpel.

De start was moeizaam, want je moet sowieso investeren in het gebouw en in de stock. En dan komt de echte opdracht: klanten vinden. De kentering is er gekomen dankzij een mix van hard werken, opportuniteiten zoeken, een website uitbouwen waarmee je bovenaan de google-ranking komt, op de Fiets en Wandelbeurs staan en natuurlijk de algehele heropleving van de wijk. Maar ik vergeet nog het allerbelangrijkste: maken dat de mensen die je binnen in je winkel krijgt ook blijven terugkomen.

Hoe doe je dat?

Ik denk dat de meerwaarde van Alta Via op drie vlakken ligt. Ten eerste moet je met je collectie het verschil maken met andere boekhandels. Dat vraagt veel investeringen, maar als je antwoord op een vraag telkens is dat je de gids zal bestellen, dan haken klanten af. De winkel moet ook een omgeving zijn waar mensen kunnen snuisteren. Verdwalen in kaarten en gidsen. Dromen om meteen te vertrekken. Zo kom ik bij mijn tweede punt: de sfeer. Een reisboekhandel moet gezellig en aantrekkelijk zijn, met een houten leestafel, een muzakje, een fairtradekoffietje, ... En dan is er punt drie: de persoonlijke service.

Leg uit.

De mensen die hier binnenstappen kan je grofweg opsplitsen in twee groepen: zij die al

weten waar ze naartoe gaan en zij die het nog niet weten. Als je goed weet wat er allemaal in je winkel staat, dan is het eenvoudig om die eerste groep snel naar de juiste gids of kaart te leiden. Maar voor die tweede groep kan je helemaal het verschil maken. Soms weten ze dat ze vijf dagen ergens willen gaan trekken, maar ze weten niet waar en vragen om tips. Uiteindelijk blijven mensen sociale wezens en beslist niet iedereen achter een computerscherm wat hij gaat doen. Ik zeg soms met een boutade: "Alles wat hier in de winkel staat is vervangbaar, behalve ik." Ik zou nooit louter een webshop kunnen runnen. Voor mij zou dat bandwerk in een fabriek zijn, en daar ben ik niet voor gemaakt.

Niet iedereen wil achter zijn computerscherm beslissen wat de volgende bestemming is.

Eigenlijk ben je een half reisbureau?

Daar komt het soms op neer, ja. Ik denk dat ook een van de redenen geweest is waarom ik voor deze risicovolle uitdaging gegaan ben.

Als ik hier binnenstap, zie ik alle reisgidsen vooraan. Blijft dat het belangrijkste onderdeel van je winkel?

Ja en nee. Standaard Boekhandel en Fnac hebben ook Trotters en Lonely Planets, misschien iets minder uitgebreid. Daarin maak je als reisboekhandel dus niet het verschil. Maar je moet het wel hebben. Mensen verwachten dat, ook wandelaars en fietsers. Zij gaan ook op citytrip en maken evengoed cultuurreizen. Maar dit onderdeel van de winkel is in de loop der jaren niet of nauwelijks uitgebreid. In tegenstelling tot de gidsen en de kaarten.

Sta me toe even advocaat van de duivel te spelen: waarom zouden mensen nog een wandel- of een fietsgids kopen in

een tijd dat ze alles – of bijna alles – op internet kunnen vinden?

Het klopt dat er heel veel digitaal en gratis beschikbaar is, niet alleen over dagwandelingen of fietstochten, maar ook over langeafstandspaden. Mensen die hier binnen stappen hebben dat vaak ook allemaal opgezocht. Maar die info is meestal heel gefragmenteerd. Voor de route moet je op die website zijn, voor overnachtingsplekken op een andere. Ofwel moet je binnen één website een hele reeks pagina's combineren. De mensen die hier binnenstappen zijn op zoek naar een houvast: een gids met overzichtskartjes, bezienswaardigheden, overnachtingsmogelijkheden, openbaar vervoer, enz... Daar blijft dus een markt voor.

Achteraan bevindt zich een walhalla voor kaartfreaks. Is dat in gps-tijden geen anachronisme?

Wat autokaarten en wegenkaarten betreft is de

Slow travel

"Tonen dat het anders kan, ook dat is een deel van mijn toegevoegde waarde", aldus Dirk. Daarom heeft hij aan zijn website een gedeelte toegevoegd onder de noemer *slow travel*. Het bevat tientallen ideeën voor *duurzame* wandel- en fietstochten, waarbij je niet met een extreem vervuilende chartervlucht naar de start vliegt, maar een oplossing zoekt met boot of trein. De tocht ernaartoe maakt integraal deel uit van de reis. "Het avontuur begint aan je voordeur", stelt Dirk. "Voor tochten in een buurland ligt dat voor de hand. Maar neem nu de Canarische Eilanden. Wist je dat je ook met de trein naar Cadiz kan reizen en daar de ferry nemen?" De tocht tips variëren van een weekend tot enkele weken, van zeeniveau tot boven 3000 m. Voor elk wat wils dus. De website is een organisch gegeven, er komen regelmatig nieuwe routes bij.

www.altaviaslowtravel.be

markt inderdaad ingestort. Maar voor het fiets- en wandelpubliek ligt dat toch even anders. Ik zie de verkoop van kaarten stijgen en wie weet is dat wel dankzij de gps. Ik schat dat 9 op 10 kopers van een kaart ook een gps heeft of soms de gps-functie op zijn smartphone raadpleegt. Voor hen zijn beide dus complementair, en zo zie ik het ook. Het downloaden van een track bijvoorbeeld is heel handig. Maar probeer maar eens uit te zoomen op een gps, je verliest alle details. Wandelaars en fietsers hebben graag nog een overzicht. Een kaart geeft je ook de vrijheid om ter plaatse te beslissen af te wijken van de geplande route. Wanneer je puur op gps een lijntje volgt is dat niet evident.

Lang leve de kaarten dus?

Ik denk dat de mensen die vroeger blindelings bordjes volgden, dat nu met hun gps doen. Maar ik merk dat veel wandelaars en fietsers een gezonde weerstand hebben om louter op het digitale te vertrouwen. Een beetje avontuur willen zij niet verliezen. Welke beleving heb je nog als je louter een lijntje volgt op een scherm? Trouwens, alles wat met avontuur en beleving te maken heeft zit weer in de lift. Jonge mensen gaan weer trekken en ouderen herwinnen een stukje vrijheid dankzij de e-bike. Ik heb me trouwens laten vertellen dat Google aan zijn gebouw in Californië een aantal wegwijzers geplaatst heeft. Als symbool van het verleden, van iets dat onvermijdelijk zal verdwijnen dankzij bedrijven als Google. Wel, ik



Alta Via brengt een uitgebreide collectie kaarten en gidsen mee naar de beurs.

heb nog niet veel wegwijzers zien verdwijnen sinds het digitale tijdperk is begonnen.

Mensen willen dus wel op een gps vertrouwen, maar niet in die mate dat wegwijzers of kaarten op de schop moeten?

Zoiets, ja. En wist je dat de opkomst van gps nog een belangrijk neveneffect heeft: door die concurrentie zijn kaartenmakers meer gaan inzetten op kwaliteit. De gemiddelde kaart is nu veel beter dan vroeger. Zo is Michelin bijvoorbeeld begonnen om systematisch alle Voies Vertes in

te tekenen. Dat toont aan wat er verschuift.

Een goede website is heel belangrijk voor Alta Via, heb je gezegd.

Daar kruipt inderdaad een belangrijk deel van mijn tijd in. Ik probeer zo volledig mogelijk aan te geven wat ik in stock heb. Toch is de online-verkoop maar een beperkt deel van mijn omzet. Mensen checken of ik iets heb en komen dan naar hier. Blijkbaar klopt er dus toch iets van die meerwaarde.

Toppers in Alta Via

We vroegen aan Dirk wat onder zijn klanten de populairste bestemmingen zijn.



GR 20 en West Highland Way

Voor wandelaars blijft Corsica nummer één. De kracht van de mythe van GR 20 blijft overeind. Soms heb ik daar wel mijn vragen bij. Ik ben zelf al enkele keren in Corsica gaan wandelen, dus ik weet hoe zwaar het is en hoe goed je moet voorbereid zijn. Maar enig kuddegedrag is de mens niet vreemd. Ook in de Pyreneeën of de Dolomieten zie je vaak mensen naar steeds dezelfde trajecten grijpen, terwijl er zoveel mooiere, maar minder gekende stukken zijn.

Een andere topper blijft de West Highland Way, het bekendste langeafstandspad door de Schotse hooglanden. Dichtbij zou ik er de Vogezen uitpikken. Voor veel mensen is dat de ideale bestemming voor een kortere trektocht. De verkoop van de nieuwe GR 5-topogids 'Tra-

versée du massif des Vosges' loopt als een trein! Franse GR-topogidsen scoren globaal in mijn winkel misschien iets beter dan Belgische. En Waalse iets beter dan Vlaamse.



Santiago en Parijs

Voor de fietsers blijf ik heel veel vragen krijgen voor Santiago. Op de tweede plaats zou ik fietsen naar Parijs en fietsen naar Berlijn zetten. Daar bestaan heel goede fietsgidsen voor.

Tip!

De meest onderbelichte regio is volgens Dirk ongetwijfeld Oost-Europa. Daar heb je nog volop open ruimte en natuur. De hoeveelheid goede topogidsen en kaarten is voorlopig beperkt, maar het potentieel is enorm.

Fietsen in 'la douce France?



uitgeverij  PIROLA

Pirola Fietsgidsen: lange-afstandsroutes, thematische routes, dagtochten

Kijk dan op www.pirola.nl en download de fietsgidsbrochure



foto Paul Zandveld, uit: de Groene Valleien, fietsroute