



CIPRA

DEUTSCHE AUSGABE ISSN 2305-9834

SZENEALPEN

DAS THEMENHEFT DER CIPRA

NR. 102/2017



Destination Alpen

Wo Einheimische und Gäste leben

Editorial Seite 3

Das Gesicht der Alpen

Anderson Scantlebury Seite 4

Destination Alpen

Von der «Spielwiese Europas» zum Spielball der Wirtschaft

Alpentourismus am Scheideweg Seite 5

Zu Gast und zu Hause

TouristInnen in den Alpen sind so unterschiedlich wie ihre BewohnerInnen Seite 8

Soziale Innovation statt Wachstum

Der Wachstumsmotor «Tourismus und Bauwirtschaft» stottert Seite 10

Panorama

Viele Grüsse aus den Alpen Seite 12

Im Gespräch mit Verena Winiwarter

«Wir müssen uns der Bildproduktion selber annehmen» Seite 14

Destination Alpen!?

Essay von Jens Badura Seite 17

Warum der Tourismus den Naturschutz (noch) braucht

Schutzgebiete als Teil eines Geschäftsmodells Seite 18

Seitenblick Wenn Nachhaltigkeit Wurzeln schlägt

20 Jahre «Allianz in den Alpen» und «Alpenstadt des Jahres» Seite 20

Dies & Das Seite 22 **Punkt** Seite 23 **Vorschau** Seite 24



DIE CIPRA, EINE VIELFÄLTIGE UND VIELGESTALTIGE ORGANISATION

Die Internationale Alpenschutzkommission CIPRA ist eine nichtstaatliche Dachorganisation mit Vertretungen in allen sieben Alpenländern, die über 100 Verbände und Organisationen vertritt. Sie arbeitet für eine nachhaltige Entwicklung in den Alpen und setzt sich für die Erhaltung des Natur- und Kulturerbes, der regionalen Vielfalt und für Lösungen grenzüberschreitender Probleme im Alpenraum ein.

IMPRESSUM

Herausgeberin: CIPRA International **Redaktion:** Barbara Wülser (verantwortlich), Maya Mathias **Mitwirkende:** Jens Badura, Monika Bandi Tanner, Franco Brunner, Dominik Cremer-Schulte, Bernard Debarbieux, Bettina Hug, Irmel Seidl, Christian Baumgartner, Corinne Buff, Maya Mathias, Barbara Wülser
Übersetzungen: Claire Simon, Nataša Leskovic Uršič, Reinhold Ferrari, Marianne Maier
Korrektur: Violaine Simon, Nina Pirc, Francesco Pastorelli, Barbara Wülser
Layout: Jenni Kuck **Druck:** Buchdruckerei Lustenau/A **Gesamtauflage:** 13'500 Stück

Erscheint periodisch in deutscher, französischer, italienischer und slowenischer Sprache. Ein Nachdruck der Beiträge in diesem Heft ist auf Anfrage und unter Quellenangabe gestattet. Belegexemplar erwünscht.

Abonnements: SzeneAlpen kann kostenlos bezogen werden bei CIPRA International: international@cipra.org oder www.cipra.org/szenealpen

SzeneAlpen wird von CIPRA International mit freundlicher Unterstützung des Landes Liechtenstein und der Aage V. Jensen Charity Foundation herausgegeben. Wir freuen uns über jeden zusätzlichen Beitrag unter IBAN LI43 0880 5502 2047 8024 0, BIC VPBVL12X (Schweizer Franken) oder IBAN AT18 20604 03100411770, BIC SPFKAT2B (Euro).

Von der «Spielwiese Europas» zum Spielball der Wirtschaft

Der Erfolg des Alpentourismus ist gleichzeitig sein Dilemma:
Wie die grandiosen Naturräume bewahren und gleichzeitig erschliessen,
damit TouristInnen diese bewundern können?



Die Alpen als Kulisse:
Einsame Palme auf
dem Jakobshorn / CH.



Paradoxer Alpentourismus: Alpine Attraktionen sollen naturnah und mit dem eigenen Auto erreichbar sein.

«The Alps – the Playground of Europe» nannten die bürgerlichen Reisenden des 19. Jahrhunderts eines ihrer begehrtesten Reiseziele. Sie bezogen sich dabei auf den Titel einer Monographie des englischen Alpinisten Leslie Stephen. Mehr als 100 Jahre später hat sich das Gebirge mitten in Europa von einer der Geburtsstätten des modernen Reisens zu einer klassischen Tourismusdestination entwickelt.

Nach dem zweiten Weltkrieg wurden die Alpen, früher als andere Regionen, zu einer Destination für fast jedermann. Der technische, medizinische und soziale Fortschritt trug zu einer generellen Veränderung der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen bei. Das Wirtschaftswachstum in Europa, höhere Einkommen auch für die Arbeiterklasse, gesetzlicher Urlaubsanspruch, steigende individuelle Mobilität durch preiswerte Fahrzeuge und eine gute Verkehrsinfrastruktur – all das trug dazu bei, dass alpine Regionen, die bis dahin kaum erschlossen waren, in den touristischen Fokus kamen. Kleine Städte in den Alpenrandtälern fassten Fuss auf dem Tourismusmarkt, zahlreiche Landwirtschaftsbetriebe boten Unterkunft und Verpflegung an, um ihr damals noch geringes Einkommen aufzubessern und die Armut zu überwinden. Es entstanden viele neue Kurorte, da Kuraufenthalte und Behandlungen vom Staat finanziell unterstützt wurden. Heute übernachtet etwa jeder zehnte Tourist weltweit in den Alpen.

ERHALTEN ODER ENTWICKELN?

Dennoch zeigt der 4. Alpenzustandsbericht der Alpenkonvention (2013), aus dem die obige Entwicklungsgeschichte stammt, dass nicht alle Alpenregionen gleichermassen vom Tourismus profitieren. Neben grossen Unterschieden zwischen den West- und Ostalpen gibt es gewaltige kleinräumige Differenzen. Insgesamt beruht das Einkommen nur in etwa zehn Prozent der Alpengemeinden direkt auf Tourismus. Fast die Hälfte aller Gästebetten ist auf fünf Prozent

der Gemeinden konzentriert, und 37 Prozent besitzen keine einzige Übernachtungsmöglichkeit.

Die Alpen bilden auch heute noch einen der grossartigsten Landschaftsräume Europas mit einem immensen natürlichen und kulturellen Erbe. In ihrer touristischen Übernutzung sind manche Teile der Alpen in den vergangenen Jahrzehnten aber auch zum Beispiel einer nicht zukunftsfähigen Entwicklung geworden. Über sieben Millionen Betten, über 10'000 Bergbahnen und Skilifte, Tausende von Erschliessungsstrassen und grossflächige Infrastrukturen wie künstliche Beschneiungsanlagen und Golfplätze zeugen davon. Und trotz stagnierender Nachfrage im klassischen ski-orientierten Wintertourismus sollen Skigebiete und Kapazitäten weiter ausgebaut werden. Heute ist der Alpentourismus in einer paradoxen Situation: Die Alpen gelten einerseits als Hort einer intakten Umwelt, müssen aber andererseits die notwendige und hochwertige Infrastruktur bereitstellen, die TouristInnen erwarten. Dieser Zwiespalt zwischen Erhalt und Entwicklung beeinflusst die Positionierung der Alpen auf dem internationalen Tourismusmarkt. Die Alpengebiete sind hin- und hergerissen zwischen der Notwendigkeit, ihre besonderen Merkmale, die TouristInnen anziehen – vor allem ihre Natur und Landschaft – zu erhalten, und der Versuchung, die Entwicklung voranzutreiben und mit den Trends in Bezug auf wirtschaftliche und soziale Standards mitzuhalten. Innovation ist hierbei relativ wenig auszumachen.

Zum Thema Klimawandel und (Winter-)Tourismus ist an sich alles geschrieben und gesagt. Die insgesamt Erwärmung der Alpen ist Realität, auch wenn sie hie und da relativiert wird, ebenso die Tatsache, dass höher gelegene Skigebiete weniger davon betroffen sind und profitieren könnten, weil TouristInnen dorthin ausweichen. Viele andere, tiefer gelegene Regionen sollten eher bald neue Wege abseits des traditionellen alpinen Skitourismus gehen.

Angesichts des Bevölkerungswachstums und der globalen Entwicklung im Tourismus dürfte auch der Tourismus- und Freizeitverkehr in den Alpen weiter zunehmen. 75 Prozent der touristischen CO₂-Emissionen gehen auf das Konto des Verkehrs; 84 Prozent der Urlaubsreisen in den Alpen werden mit dem eigenen Auto unternommen. Allerdings gibt es grosse Unterschiede zwischen den Alpenländern. In der Schweiz etwa profitieren TouristInnen, aber auch Einheimische von einem gut ausgebauten öffentlichen Verkehrsnetz. Doch alpenweit betrachtet nimmt das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln insbesondere in ländlichen Regionen eher ab, wie die CIPRA in ihrem Positionspapier zum Wintertourismus 2017 feststellt (siehe Kasten). Bis 2030 wird von verschiedenen Quellen ein weiterer Anstieg des Freizeitverkehrs um mindestens 30 Prozent prognostiziert. 2065 wird der weltweite Tourismus für sämtliche CO₂-Emissionen verantwortlich sein, die wir, mit dem Zwei-Grad-Erwärmungsziel vor Augen, emittieren dürfen.

DIE NEUERFINDUNG

Die treibenden Kräfte in der aktuellen Intensivierung der Entwicklungspirale finden sich vorwiegend in der Tourismuswirtschaft, deren Betriebe sich in einem zunehmenden Konzentrationsprozess befinden. Die steuernde Hand einer Tourismus- und Raumplanungspolitik ist heute kaum mehr zu spüren – im Gegensatz zu in den 1980er und 1990er Jahren, als diverse Seilbahnmutorien oder der bayerische Alpenplan dem masslosen Ausbau der Infrastruktur einen Riegel schoben. Kritische zivilgesellschaftliche Stimmen werden allzu rasch als Nestbeschmutzer aus den warmen städtischen Studierzimmern abgetan, anstatt dass alle Beteiligten an gemeinsamen Lösungen arbeiten. Seit langem sind im Alpenraum auch innovative touristische Ansätze und Projekte entstanden, die versuchen, den vorherrschenden Trends nachhaltige Alternativen entgegenzustellen. Sehr oft sind es Pionierinnen, Widerständler, Querdenkerinnen und so genannte Querulanten, die mit Beharrlichkeit und Chuzpe vorher scheinbar Undenkbare schaffen. Teils sind es europäische Mittel, die über Struktur- und Landwirtschaftsfonds in solche Vorzeigeprojekte fließen. Es ist aber höchste Zeit, über Pilotmodelle und gute Beispiele hinaus zu einem flächendeckenden Ansatz für Nachhaltigkeit im Alpentourismus zu kommen. Mit nach gängigen Schätzungen knapp 100 Millionen BesucherInnen im Jahr und einer touristischen Wertschöpfung, die jährlich bei rund 50 Milliarden Euro liegen dürfte, sind die Alpen gemäss dem gebräuchlichen Destinations-Zyklus-Modell von Butler in der Sättigungs- und Stagnationsphase angelangt. Der Alpentourismus muss sich also bald einmal neu erfinden – und dabei an den eigenen kulturellen und natürlichen Ressourcen ansetzen und sich an Nachhaltigkeit orientieren – oder eine Schrumpfungphase in Kauf nehmen, wie wir sie bereits in einigen Sommer- wie Wintersportdestinationen erleben. Ein neuer, innovativer, ganzheitlicher Gesundheitstourismus – jenseits des traditionellen Kurwesens – könnte dabei ein Schlüsselement sein. Dieser schafft einerseits ganzjährig ausreichend regionale Wertschöpfung, andererseits benötigt er im eigenen Interesse langfristig eine gesunde, möglichst naturnahe Landschaft und Umwelt. Zur umfassenden Nachhaltigkeit fehlt dann «nur mehr», wertschätzende Arbeitsbedingungen im Tourismus zu schaffen. ▲

Christian Baumgartner, Vize-Präsident CIPRA International (Text),
Bilder: Hans Peter Jost, www.alpen-blicke.ch

CIPRA AGIERT AUF MEHREREN EBENEN

Tourismusgemeinden in den Alpen stehen vor schwierigen Entscheidungen: ausgetretenen Pfaden folgen, einen sanften Wandel einläuten oder eine Kehrtwende vollziehen? Die Online-Präsentation auf alpmonitor.cipra.org skizziert exemplarisch einen solchen Entscheidungsprozess anhand einer fiktiven Region und zeigt Stolpersteine und Lösungswege auf. Diese werden im Web-Dossier «Wintertourismus in den Alpen» ergänzt durch Hintergrundinformationen und weiterführende Links.

In der aktuellen Debatte um die Zukunft des alpinen Tourismus fordert die CIPRA im Positionspapier «Sonnenwende im Wintertourismus» eine nachhaltige Strategie, welche die Begrenztheit der Ressourcen respektiert und innovative Ansätze fördert. Wichtig ist Betroffene einzubeziehen: Im I-LivAlps-Workshop in Lecco/I, an der Tourismuskonferenz in Sonthofen/D oder an einem Forum in Bern/CH bot die CIPRA jungen Erwachsenen, ExpertInnen und TourismusvertreterInnen eine Plattform, um über Chancen und Herausforderungen im Tourismus zu diskutieren. Mit gutem Beispiel voran gingen junge Erwachsene mit dem «Youth Alpine Express»: Sie reisten nachhaltig durch die Alpen und griffen so Mobilität als wichtigen Aspekt des Tourismus auf. Zu Fuss ist wohl die umweltfreundlichste Art zu reisen: Der von CIPRA verwaltete Weitwanderweg Via Alpina öffnet die Augen für nachhaltigen Tourismus, ebenso wie die alpenquerende Wanderung «whatsalp».

www.cipra.org/wintertourismus

**Wandel, Kehrtwende
oder Altbekanntes:
alpMonitor zeigt mögliche
Entscheidungswege auf.**

