

Lokale Anpassungsstrategien der Tourismuswirtschaft an den Klimawandel

Beitrag für die CIPRA Jahrestagung 2006

20.5.2006, Bad Hindelang / D

Christian Baumgartner

Eine ganz aktuelle Nachricht aus **AlpMedia vom 4.5.2006**: Ein bekannter Wintersportort will seinen Energiebedarf ab dem Jahr 2015 komplett aus erneuerbaren Quellen decken. Dies in erster Linie aus der Erkenntnis heraus, dass der Klimawandel den Wintertourismus gefährdet. Die Auswertungen lokaler Wetterdaten haben gezeigt, dass heutzutage die Skisaison rund einen Monat kürzer ist als noch vor 50 Jahren.

Um ihr Ziel zu erreichen, will sich die Stadt dem offiziellen Emissionshandel anschließen, sie will strikte Verordnungen für Energieeinsparungen in Wohnhäusern und öffentlichen Gebäuden durchsetzen, Ziele für die Reduzierung von Treibhausgasen festschreiben und die Bevölkerung in die Initiative einbinden. Mithilfe eines bereits detailliert erarbeiteten Inventars über Quellen und Mengen der selbst produzierten Treibhausgasemissionen will die Stadt ihre BürgerInnen für die Probleme sensibilisieren und aufzeigen, was jeder und jede von ihnen tun kann. In Zukunft sollen sogar alle ihre persönlichen Emissionen online berechnen können.

Ein schönes Beispiel für die Reaktion eines Wintersportorts auf den Klimawandel, nicht? Keine Anpassungsstrategie, aber doch eine Reaktion, die ein deutliches Zeichen setzt. Stammt aber leider nicht aus den Alpen, sondern aus Aspen in den amerikanischen Rocky Mountains.

Am Anfang der Beschäftigung mit dem Thema stand die Freude endlich einen Anlass zu haben um etwas zu diesem wichtigen Thema zu recherchieren. Heute ist die Freude einer **Desillusionierung über die Lernfähigkeit der Tourismuswirtschaft** und der Kommunen gewichen. Doch der Reihe nach:

Konfrontieren Sie einmal nach den Wintern 04/05 und 05/06 jemanden mit Fragen nach den Konsequenzen aus dem Klimawandel. Die übliche Antwort war in etwa: Schauen Sie doch aus dem Fenster, sehen sie die Schneeberge nicht? → die Unterscheidung zwischen Klima und Wetter funktioniert immer noch nicht. [*Genfer See*]

Einerseits legen Hoteliers, Seilbahndirektoren und Leiter von Tourismusbüros einen großen Zweckoptimismus an den Tag und sagen, man dürfe den Klimawandel nicht überbewerten und solle keine Schwarzmalerei betreiben, weil dies dem Image des Skifahrens schaden könnte. Andererseits aber benutzen sie die Klimaänderung als Argument für eine verzweifelte Vorwärtsstrategie: vielerorts werden heute wohl die Liftruinen von morgen gebaut.

Das **Grundproblem liegt immer noch in den Köpfen** - und damit verbunden im Marketing: Winter ist alpines Schifahren. Bilder und Slogans der Freiheit, der Grenzenlosigkeit dominieren die Werbebroschüren. Wer traut sich schon die heilige Kuh alpiner Wintersport zu schlachten? Dennoch, die Realität schaut anders aus [*Schibilder*]

Dass man schon weiß was Wetter ist, zeigen die **Schihallen in den nicht alpinen Gebieten**. Die werben natürlich mit Wetterunabhängigkeit. Dieser Gedanken ist auch einem berühmten Tiroler Touristiker schon gekommen: Günter Alois (der derzeit gerade andere

Schwierigkeiten hat)¹ versucht dem Wintersport einen Funktionswandel zu verpassen: Alois träumt von der flächendeckenden Beschneigung Ischgl's um eine Winterwunderwelt vorzugaukeln und dem wettersicheren Schitunnel in Plexiglas von der Idalp. Schifahren wird zum Bahnhof der Begegnungen, die Schianzüge zur Robe des Sehens und Gesehen-Werdens und die Schilehrer zu den Moderatoren der Beziehungsprobleme und Kommunikationsschwierigkeiten. [Schitunnel]

Der technische Glaube ist tatsächlich stark:

Schigebietsplanungen reagieren natürlich bereits auf den Klimawandel und gehen höher hinauf. Beim Pistenbau werden Parameter wie Exposition, Geländeprofil, etc. berücksichtigt um ein Fahren auf minimalen Schneedecken zu ermöglichen und alles für künstliche Beschneigung vorzubereiten.

- **Höher hinauf:** Dennoch auch die Gletscherschigebiete sind nicht sicher:

(01.03.2005) Seit 1996 kämpften Seilbahnbetreiber und Regionalvertreter für den Ausbau des Skigebietes auf der **Lauchernalp (Lötschental/Wallis/CH)**. Mit dem Argument der Schneesicherheit wurde die Erschließung des über 3000 Meter hohen Hockengrates über den **Milibachgletscher** vorangetrieben.

Obwohl dieser nach Süden ausgerichtete Gletscher wegen der fortschreitenden Klimaerwärmung immer schneller weg schmelzen wird, wurde die neue Seilbahn gebaut und Ende 2003 eröffnet. Der Opposition von Naturschutzseite war kein Erfolg beschieden und zum Schluss hatte die schweizerische Regierung eine Beschwerde der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz abgelehnt. □ Die regionalen Verantwortlichen argumentierten damit, dass der Ausbau des einzigen Skigebietes für das kleine Lötschental überlebenswichtig sei. Das Gegenargument der Kritikerinnen und Kritiker, dass da angesichts steigender Temperaturen die Probleme nur hinausgeschoben werden, half nicht. Ebenso wenig nützte die Tatsache, dass die futuristisch anmutende Bergstation der neuen Seilbahn an der Rand des eben eröffneten UNESCO-Weltnaturerbegebietes Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn gebaut wurde. So wurde diese Hochgebirgsererschließung realisiert und gleichzeitig ein schönes Wander- und Skitourengebiet zerstört. □ Ein Jahr nach der Eröffnung gab die Natur denen, die den Ausbau abgelehnt hatten, erstmals Recht:

Wegen des Schneemangels auf dem Gletscher (!) konnte am Hockengrat Ende November 2004 die Skisaison nicht termingerecht eröffnet werden. Dies als kleiner Vorgeschmack dessen, was auch anderen Gletscherskigebieten in Zukunft vermehrt blühen könnte.

Das Klima hat dem Sommerski-Vergnügen auch auf dem **Schnalstaler Gletscher in Südtirol/I** eine Zwangspause verordnet. Das erste Mal seit 30 Jahren stehen die Lifte hier im Sommer still. Die Gründe liegen bei zu geringen Winterniederschlägen und zu warmen Sommern. Das Eis ist so markant zurück geschmolzen, dass die Liftmasten ohne zusätzlich herbei geschafftes Material längst aus ihrer Verankerung gebrochen wären. Die Aussichten verheißen kaum Besserung, sogar die Verantwortlichen der Gletscherbahn sprechen vorsichtig von einer Umstellung für die Zukunft. □

Quelle: <http://tirol.orf.at/stories/50525> (de), 25.08.2005

- **Zunahme der Beschneiungsanlagen**, beschneiten Flächen und Subventionsanträge [Pistenbau]

¹ Gegen G.A. laufen einer kürzlichen Zeitungsmeldung nach, Erhebungen wegen Geheimprostitution.

Schweizer Alpen (2003): 113 aktuelle Ideen und Projekte für die Neuerschließung von Skigebieten mit einem Investitionsvolumen von über drei Milliarden Schweizer Franken.

Beschneibare Pistenflächenanteile:

1995: Gesamtösterreich: 20-25 %; Westösterreich: 30-50 %

2005: Gesamtösterreich: 45-50 %; Westösterreich: 70-90 %

Jährliche Investitionen der österr. Bahnen für Beschneigungsanlagen:

1994/95: 34 Mio €, 2002/03: 128 Mio €

Eine aktuelle Studie hat die Beschneigungsstrategien österr. Schigebiete untersucht und zeigt dass der weitaus überwiegende Anteil aller Schigebiete daran denkt seine Beschneigungsanlagen auszubauen. Und das betrifft auch Schigebiete in tiefen Lagen wie die Mariazeller Bürgeralp (868-1267 m) oder Annaberg (NÖ, 800-1400 m).

Bisher trugen die **Kosten** meist die Betreiber der Beschneigungsanlagen, sprich die Liftgesellschaften. Mehr und mehr fordern diese aber die Beteiligung anderer Wirtschaftszweige des Wintertourismus und vermehrt die Beteiligung der öffentlichen Hand. In Frankreich wurde bereits die Forderung erhoben, die Bereitstellung von Kunstschnee als **öffentliche Dienstleistung** zu deklarieren.

- Drang hin zu **Zusätzen um die Temperaturabhängigkeit** des Kunstschnees auszutricksen - Wobei - glaubt man dem Marketing - das Wort Kunstschnee ja so einfach nicht stimmt. Es handle sich ja um ein reines Naturprodukt aus Wasser und Luft (von der vielen Energie und den ganz wenigen chem. Zusätzen wird ja nicht gesprochen). Reiner ‚Ökosnow‘ also. [Ökosnow]

Natürlich gibt es Ausnahmen zum technischen Erschließungswahn:

- Das berühmte Beispiel aus dem Jahr 1994 als **Immenstadt im Allgäu das Schigebiet am Gschwendter Horn** rückgebaut hat. Ursache waren simple wirtschaftliche Probleme durch schneeunsichere Winter. Statt einer technischen Aufrüstung entschloss sich die Gemeinde zum Abriss der Liftanlagen, zur Renaturierung und zur Umwandlung in ein Sommer- wie Winter Wandergebiet.
- 2003 lehnte die Bevölkerung von **Rettenberg** ein vom Deutschen Skiverband geplantes Alpensportzentrum am Grünen inkl. Rodungen, Flutlicht- und Beschneigungsanlagen mit einer Mehrheit von knapp 60 % ab. Ursache der Ablehnung waren ziemlich sicher die vorausgesehenen schneearmen Winter.²

Doch neben den Versuchen technische Lösungen zu finden, braucht es unbedingt auch neue Angebote: „Der Wintertourismus in den Alpen konzentriert sich meist ausschließlich auf Skisport und ist somit extrem schneeabhängig. Eine mögliche Strategie für betroffene Tourismusgebiete wäre daher eine Reduzierung der Schnee- und Skiabhängigkeit. Dies könnte einerseits inhaltlich durch Angebotsergänzungen und andererseits zeitlich durch einen Vier-Jahreszeiten-Tourismus erfolgen.“ (*Marketingforum der Österreichischen Seilbahnen*)

Das **Marketing** geht unterschiedliche Wege: Einerseits stellt das alpine Schifahren nach wie vor - natürlich - einen wesentlichen Anteil der Marketingaktivitäten dar, andererseits schleichen sich langsam aber sicher auch im Winter Motive ein, die Landschaft, Natur, Kultur und Gastfreundschaft in den Mittelpunkt stellen.

² Die aktuelle Zeitung vom 20.5. zeigt aber auch dass regionale Entscheidungen nicht langfristig von Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein geprägt sein müssen: Im August 2006 soll in der Ferienregion Immenstadt die längste Sommerrodelbahn Deutschlands eröffnet werden, um der Sesselbahn Alpsee überlebenswichtige Sommergäste zu bringen. (Oberallgäu Nr. 116, S. 39, 20.5.2006)

Ob die **Pinguine der Österreichwerbung** in den Alpen ein **Zeichen des Trotzes gegen den Klimawandel** darstellen, sei an dieser Stelle dahingestellt. [*Ö-Werbung*]

Deutlicher ist es auf regionaler Ebene sichtbar. Manche lokale Tourismuswerbungen spielen mit neuen Gedanken:

Kötschach-Mauten „Abends ist hier nicht viel los.“ [*Kötschach-Werbung*]

Vilgratental: „Kommen Sie zu uns. Wir haben - nichts!“

Perlen der Alpen: [*Perlenbilder*] aus dem Gedanken heraus entwickelt, dass Klimaschutz etwas mit Änderung des Verkehrsaufkommens zu tun hat und touristische Mobilität und Freizeitverkehr einen großen Anteil am Verkehrsaufkommen haben. Dennoch a. kaum Reaktionen auf den Wandel: keine konsequente winterrelevante Aktivitäten - im Werbefolder erscheinen für den Winter klassisch sanftes Langlaufen, Rodeln und Schlittschuhfahren. Also eine schöne Marketingaktivität für sanfte mobile Orte. Die Perlen der Alpen sind dennoch als eine wichtige und interessante Aktivität einzustufen, ein zukunftsweisendes Netzwerk, dem ich alles Gute wünsche. Aber es ist keine Reaktion auf den Klimawandel. [*Langlaufen*]

Gemeinsam mit Studenten der FH Bremen wurde eben eine Untersuchung fertig gestellt, die regionale und überregionale Tourismusverbände mit den Fragestellungen konfrontiert, welche neuen Angebote abseits des klassischen Wintersports entwickelt wurden und ob der zu erwartende Klimawandel Einfluss auf diese Angebotsentwicklung hatte.

Viele Antworten auf die Frage nach den Alternativen einmal mit klassischen Sportarten bzw. Angeboten:

- Rodeln, Eislaufen, Langlaufen, neue Funsportarten für neue Zielgruppen, oftmals Kinder [*kids*], eventuell noch Nacht-Rodeln, etc. [*Nachtpisten*]
- Was tatsächlich boomt ist das **Schneeschuhwandern** und in einigen Regionen auch das **Winterwandern**. Hier können Regionen tatsächlich neue Arbeitsplätze schaffen. [*Schneeschuhwandern, Winterwandern*]

Generell gibt es viele neue schnee- und eisgebundene Aktivitäten wie **Winter- (Eis-)golfen**, [*Wintergolf*] Übernachten in selbstgebauten **Iglus**, etc. Eines der ersten Igludörfer entstand im CH **Toggenburg** übrigens nicht als Touristenattraktion sondern aus dem Wunsch der Einheimischen in der Früh die ersten auf der noch unberührten Piste zu sein.

Manches lässt sich auch in **schneearmen Wintern** durchführen: dann werden an die Kufen des **Hunde- oder Pferdeschlittens** [*Schlitten*] Rollen montiert und Wandern und Mountainbiken ohne Spikes. **Ballonfahren** [*Ballon*] oder immer weitverbreitete Aktivitäten wie **Lama- Esel oder auch Ziegentrekking** [*Lama-Trekking*] u.U. in Verbindung mit **Wildtierbeobachtungen** ergänzen das Angebot. Vorreiter diesen neuen, sanften Angebote sind oftmals **Nationalparkregionen** die auch vom Wintertourismus profitieren wollen, aber durch den Nationalpark in den technischen Möglichkeiten eingeschränkt sind.

Teilweise können Einrichtungen aus dem Sommer verstärkt auch im Winter in Anspruch genommen werden, wie etwa die **Sennereibesuche an der Käsestraße** Bregenzerwald.

Auffällig ist dass all diese Angebote kaum von den Tourismusämtern angeboten werden, sondern von privaten **Out-Door-Veranstaltern** die hier eine Nische gefunden haben.

Wenige Regionen sagen, dass sie direkt auf den Klimawandel reagieren:

- **Nesselwang** baut durch die erlebten Schneeunsicherheiten stark auf ein neues Nordic Walking Netz.
- Erstaunlich ist dass sich in der **Schweiz** deutlich mehr Schigebieten finden, die gezielte schneeunabhängige Angebote anbieten - mit dem Hinweis ‚wir wollen

gerüstet sein': v.a. Nordic Walking, Erlebniswanderungen und Wellness - und gleichzeitig wird meist in neue Schneekanonen investiert.

- **Giswil** bietet Rundwanderungen mit einem Geschichtenerzähler an

Kulturangebote wie Führungen oder Broschüren die z.B. Holz (Handwerk und Architektur) auch im Winter in den Mittelpunkt stellen, sind selten - wie z.B. im Kleinen Walsertal oder anderen Vorarlberger Orten. Selten steht auch im Winter das Handwerk im Mittelpunkt: Besuche und Workshops beim **Glockengießer** oder **Uhrmachten** [Bilder] könnten lokale Wertschöpfung unabhängig von der Schneelage steigern.

Zu erwähnen wäre noch **AdventAustria** - eine Arbeitsgemeinschaft von vier Regionen (Wolfgangsee, Velden, Seefeld und Mariazell) die im Advent ein spezielles Programm für Gäste anbieten, das ein wichtiger Bestandteil des Tourismus im Dezember geworden ist - auch aus der Erkenntnis das der frühe Dezemberschnee weniger wird und es zur Saisonverlängerung andere Angebote bedarf.

Fazit der Studie: Die wenigen neuen Angebote die sich finden lassen sind also im keine Reaktion auf den Klimawandel, sondern entweder

- neue Angebots- und Marketingstrategien als Reaktion auf die Gäste. Die Befriedigung der Bedürfnisse der lautereren
 - Trendsetter durch rich kids, yuppies, dinkis, etc., und der
 - generellen Multi-Optionalität des heutigen Gastes [*multi optionaler Gast*]
- Neue Positionierung für kleine, periphere Orte die aus verschiedenen Gründen am großen Schirummel nicht teilhaben können
- Oder aber es wird als ‚**Notfall-Programm** bezeichnet‘ was marketingtechnisch wahrscheinlich wenig günstig ist. Welche Gäste kommen denn schon wegen Notfallprogrammen? Etwas mehr Selbstbewusstsein wäre hier angesagt.

Gebhard Kaiser, Landrat Oberbayern sagte bei der Eröffnung der CIPRA Jahrestagung 2006 in Hindelang, dass „Klimaschutz vorrangiges Ziel für Bayern in der Verantwortung von allen - Tourismus, Wirtschaft, Politik, Gemeinden“ wäre. Und dass das Faktum des Klimawandels unbestritten sei, aktive kommunale Entscheidungen müssen nun die Schäden - auch die wirtschaftlichen - begrenzen.

Die tatsächlich beobachtbaren Entwicklungen kontarieren diese Aussagen. Einige Maßnahmen, die notwendig wären, aber eben nicht angegangen werden, lassen sich klar benennen:

- Aktive Verbreiterung der Angebotspalette auf nicht-schneegebundene Sportarten und kulturelle Angebote und einen Fokus auf diese Angebote um regionaler Trendsetter zu sein
- Rückbau der Schianlagen in den tiefen Lagen zur Renaturierung der Landschaft
- Umwidmung der Fördermittel aus Steuern für ökonomisch (!!) sinnvollere Aktivitäten - hier geschieht eher genau das Gegenteil.

Ein nicht allzu optimistisches Fazit:

Der Titanik-Tanker des Tourismus ist zu behäbig um sich von einigen schneearmen Wintern (die schon wieder länger her sind) aus der Bahn bringen zu lassen. Da braucht es schon einen durch das wärmer werdende Klima abgebrochenen und abgedrifteten Eisberges um sie zu

beschädigen. Dieser Eisberg wird dann aber irreparable - wirtschaftliche - Schäden verursachen, wenn nicht zum Sinken führen. Auch die Erbauer der Titanik haben in gewisser Überheblichkeit auch an ihre Unsinkbarkeit geglaubt.

Wir wissen dass lokale und regionale Entwicklungen immer an einzelnen Personen hängen. Was im Wintertourismus fehlt sind die Visionäre die - jenseits der Gedanken eines Günther Alois - mutig neue - nachhaltige - Konzepte andenken und umsetzen.

Obwohl heute im Vergleich mit vor 10 Jahren die verbale Zustimmung dass der Klimawandel überhaupt existiert deutlich höher ist, fehlen die Konsequenzen aus dieser Erkenntnis. Zu weit scheinen die Änderungen, zu ungewiss ihr Eintreten.

Oder anders gesagt: Wer weiß schon, ob die Erde nicht doch eine flache Scheibe ist
[*Feuerstein*]

Christian Baumgartner

2006-05-20

christian.baumgartner@nfi.at