



**CIPRA**  
**LEBEN IN**  
**DEN ALPEN**

RESÜMEE DER ERSTEN

# **G**rassauer espräche

---

Mediale Erschließung  
der Alpen

15.10.2023

**CIPRA Deutschland schafft mit den „Grassauer Gesprächen“ eine Veranstaltungsreihe, die innovative Gedanken und Ideen im Alpenschutz im Sinne der Protokolle der Alpenkonvention fördern will. Den Mitglied-organisationen der CIPRA und am Alpenschutz Interessierten sollen die Gespräche einen offenen Raum des Austausches und der Diskussion bieten. Die erste Veranstaltung fand vom 13. bis 15. Oktober 2023 mit über vierzig Teilnehmenden in Grassau (Chiemgau/Obb.) statt und widmete sich der medialen Erschließung der Alpen und deren besonderen Auswirkungen auf den Alpenraum.**

**CIPRA Deutschland - die deutsche Vertretung von CIPRA International, der Beobachterorganisation der Alpenkonvention - orientierte sich mit dieser Veranstaltung an den Zielen des völkerrechtlich verbindlichen Vertragswerks der acht Alpenstaaten und der EU. Dieses verpflichtet die Vertragsstaaten u.a. zu einem umweltverträglichen, nachhaltigen Tourismus im Alpenraum mit der Maßgabe, dass alle raumbedeutsamen Nutzungen natur- und landschaftsschonend erfolgen.**

Die Alpen sind ein einzigartiger Naturraum – und ein außergewöhnlicher Faszinationsraum. Schon vor 150 Jahren nannten die Engländer die Alpen „Playground of Europe“. Seither hat ihre Anziehungskraft weiträumig standgehalten, trotz Skigebieten, Energiegewinnung und Erschließungen für Forst- und Almwirtschaft. Der Andrang zu den attraktiven Mittel- und Hochlagen ist groß, wird aber durch natürliche Hürden wie anstrengende, zeitraubende und oft unübersichtliche Zugänge limitiert. Auch die von den Alpenvereinen verantwortete Infrastruktur (Schutzhütten, Wege) öffnet den Raum bewusst zurückhaltend.

Mit den digitalen Medien (Soziale Medien, Tourenportale) ergibt sich jedoch eine veränderte Sachlage, zumal der Zutritt zum alpinen Erlebnisraum mit neuer Technik (E-Bike, GPS) eminent erleichtert wird: Jetzt können Touren einfacher und niedrigschwelliger geplant und durchgeführt werden, unterschiedlichste Plattformen ermöglichen es, eigene Routen zu posten und anderen Interessierten zu empfehlen. Einerseits fallen immer weitere natürliche Hürden weg, andererseits nehmen die Kommunikationsgeschwindigkeit und -Reichweite zu. Die Medien erlauben umstandslos das sofortige Teilen von Informationen und Tipps zu attraktiven Orten.

Zweifellos wird nun der Natur- und Faszinationsraum für viele Leute aufgeschlossen, die sich daran erfreuen können. Aber es kommen jetzt auch der Naturraum und die Qualität des eigenen Erlebnisses in Bedrängnis: Bislang kaum oder wenig besuchte Naturgebiete werden nun intensiver frequentiert. Fotos und Erfahrungsberichte z.B. von Influencer:innen animieren über die sozialen Netzwerke viele Menschen in ungekannter Zahl und Geschwindigkeit, diese aufzusuchen. Der Druck auf die Natur wird damit verstärkt und auch der erwartete Zauber kann im Kreis der Vielen verfliegen.



Diese rasante Entwicklung fordert von den Akteur:innen, denen der Schutz der Bergnatur, aber auch das Erleben der Berglandschaft ein Anliegen ist, diese neue Dynamik zu verstehen und deren Chancen und Risiken abzuwägen. Wie wirken sich die mediale und die in der Konsequenz reale Durchdringung des Raums, seine Inszenierung auf die Frequentierung und damit auf den Naturhaushalt aus? Die Frage ist auch, was diese Transparenz des Raums und der weitgehende Wegfall von naturräumlichen Hürden mit der individuellen und gesellschaftlichen Wahrnehmung von Natur und Landschaft macht. Was macht das mit der „Aura des Alpinen“?

Dies alles betrifft auch die Alpin- und Umweltorganisationen sowie die Medienschaffenden. Wenn sie als Naturschützer:innen die Verfügung über Naturräume durch technische Erschließung und den daraus folgenden Nutzungsdruck durch touristische Aktivitäten kritisieren und dazu mit attraktiven Bildern auf die Verletzlichkeit und Schutzwürdigkeit von alpiner Natur und Landschaft hinweisen. Denn mit der Logik der digitalen Medien und der sozialen Netzwerke, die visuellen Eindruck höher gewichten als den erläuternden Text, kann auch der Naturschutz zum Tippgeber für den Besuch sensibler Räume werden: Er muss sich der nicht-intendierten Folgen seiner eigenen Kommunikation bewusst werden (Aufklärungsparadox).

Mit den neuen Medien wird eine neue, achtsame Kultur notwendig – auch und gerade im und für den Alpenraum. Das Erkennen von Chancen und Risiken ist die Voraussetzung, um die neuen medialen Potenziale auch zu ihrer Selbstregulierung einsetzen zu können – die Community ist gefordert: Gefährdungen müssen erfasst und eingehegt werden. Die Akteur:innen der neuen Medien können dabei auf ihr eigenes mediales Knowhow zum Schutz der Community und des alpinen Raums zurückgreifen – aus Chancen dürfen nicht Gefährdungen werden.

Ohne Verhaltensänderungen wird es dabei nicht gehen. Dies betrifft auch die Arbeitsweise der Plattformen der neuen Medien, und auch die Politik muss dies zu ihrem Thema machen.



**Die Teilnehmenden der 1. Grassauer Gespräche erarbeiteten und diskutierten u.a. folgende Thesen:**

## **ALPEN ALS SPIEGEL UNSERER GESELLSCHAFT ERKENNEN**

Die aktuelle Situation in den Alpen und im Bergtourismus spiegelt in vielerlei Hinsicht die Probleme unserer Wachstumsgesellschaft, sei es in der Übernutzung der Natur, sei es in der Zerstörung durch umwelt- und klimaschädliches Verhalten durch die Besucherinnen und Besucher.

## **AUCH DIE DUNKLEN SEITEN DER ALPEN ZEIGEN**

Die Alpen als ein in vielerlei Hinsicht stark bedrohter Faszinationsraum sollen nicht nur einseitig in ihrer Schönheit und Wildheit dargestellt werden. Auch die „dunklen Seiten“ (Zerstörung, Übernutzung, Kommerz) gehören zu deren realistischem Bild.

## **EIGEN- UND SELBSTWERT DER NATUR BETONEN**

In der Kommunikation über den Schutz der Alpen sollen die Verbände ihren Fokus wieder stärker auf den Eigenwert bzw. Selbstwert der Natur ins Zentrum richten, weniger auf instrumentelle Argumente (Nutzen für den Menschen)

## **KEINE UMWELTSCHÄDLICHEN AKTIVITÄTEN POSTEN**

Die Achtsamkeit im Umgang mit „Geheimtipps“ und die Tabuisierung der Darstellung von bzw. der Aufforderung zu heiklen Aktivitäten in der Natur (z.B. Übernachten in der Natur) soll von allen rund um die Alpen tätigen Akteur:innen zur Maxime werden.

## **VERÄNDERTE AUSGANGSLAGE REFLEKTIEREN**

Die mit der medialen Erschließung der Alpen veränderte Situation ruft nach grundlegender Reflexion seitens aller Beteiligten. Das sind die Umweltschutzorganisationen und Alpenvereine sowie die Tourismusverbände, ganz wichtig aber auch die Akteur:innen der neuen Medien. Diese selbst können und müssen mit ihren Potenzialen am meisten dazu beitragen, ihrem eigentlichen Zielsystem, dem empfindlichen Natur- und Faszinationsraums Alpen, gerecht zu werden.

## **INNOVATIVE ANSÄTZE PRÜFEN UND UMSETZEN**

Vorge stellt und diskutiert wurden innovative Ansätze zur aktiven Bewirtschaftung der sozialen Medien wie die Anstellung von digitalen Ranger:innen und „Gate Keepern“, welche sich im Sinne des Naturschutzes proaktiv auf sozialen Plattformen einmischen, oder der Aufbau von eigenen Communities, die in den sozialen Netzwerken für den Alpenschutz eintreten.

## **SOZIALE MEDIEN ALS CHANCE UND PRIORITÄRES HANDLUNGSFELD ERKENNEN**

Die zunehmende Zahl digitaler Möglichkeiten und Tools erfordert ein Umdenken in der Kommunikationsarbeit von Naturschutzorganisationen, Alpenvereinen und Tourismusverbänden: Die sozialen Medien sollen als Chance gesehen und zu einem prioritären Handlungsfeld werden.



