

Die



# Alpenkonvention

Nachhaltige Entwicklung für die Alpen



Nummer 47  
Sommer 2007

Editorial

Wege zu einem nachhaltigen  
Tourismus

Touristisches Marketing  
für Schutzgebiete

Hannes Schlosser im Gespräch  
mit Michael Brandl & Johannes Kostenzer

Grandiose Landschaft -  
intensive Nutzung

Literatur und Medienhinweise

Impressum

Blattlinie und Erscheinungsweise:  
Fachinformation zur Alpenkonvention  
Erscheint quartalsweise  
Herausgeber und Medieninhaber:  
Alpenkonventionsbüro der CIPRA-Österreich  
im



Umwelt  
Dachverband

Redaktion:  
Hannes Schlosser  
Redaktionsbeirat:  
Peter Haßbacher (OeAV)  
Ewald Galle (BMLFUW)  
Kontaktadresse und Redaktionsanschrift:  
Alpenkonventionsbüro der CIPRA-Österreich  
c/o Oesterreichischer Alpenverein  
Wilhelm-Greil-Straße 15, Postfach 318,  
A-6010 Innsbruck  
Tel. +43/(0)512/59 547-27  
Fax +43/(0)512/59 547-40  
E-mail: raumplanung.naturschutz@alpenverein.at  
Internet: www.cipra.at  
Layout:  
Josef Essl (OeAV)



lebensministerium.at



Liebe Leserin, lieber Leser!

Die Bilanzen über die zu Ende gehende Sommersaison im heimischen Tourismus sind noch nicht gezogen. Zwischenergebnisse deuten allerdings darauf hin, dass die Anstrengungen erfolgreich waren, in den Bergregionen wieder verstärkt auf den Sommertourismus zu setzen. Das merkt man auch daran, dass seit einiger Zeit in Diskussionen unter Touristikern über den Sommer nicht mehr das Bejammern der Talfahrt bei den Nächtigungszahlen das zentrale Thema ist.

Bei einem Expertenforum im Juni 2007 am Kitzbüheler Hahnenkamm wurde geradezu ein Loblied auf den Klimawandel gesungen. Die unerträglich werdende Hitze im Mittelmeerraum und die „permanente Hurrikansaison“ in der Karibik wurden als Argumente genannt, wieso der Klimawandel für den Alpentourismus mehr Chancen als Probleme mit sich bringen würde. Tatsächlich hat der Sommer 2007 diese Aussagen tendenziell bestätigt. Beim erwähnten Forum in Kitzbühel hat Klaus Pümpel vom Reiseveranstalter TUI ein perfektes Bild gezeichnet: Pümpel sprach von „heiler Umwelt, wunderschöner Natur und perfekter Hardware“, wo der Gast „Ruhe, Erholung, Erlebnis und Abenteuer“ finden kann. Seine Kollegen am Podium nickten beifällig und ein paar Minuten konnte man sich darin sonnen, dass maßgebliche Touristiker bereit sind, den Artikel 6 des Tourismusprotokolls der

Alpenkonvention aus vollem Herzen zu unterstützen. In dieser zentralen Bestimmung ist die Rede davon, dass intensive Tourismusformen in nachhaltige Bahnen zu lenken sind und naturnahe, umweltschonende Formen unterstützt und ausgebaut werden sollen.

Wenn man die Debatten in Kitzbühel und andernorts aber genauer unter die Lupe nimmt, sich ansieht, was da und dort schon an Konzepten umgesetzt wird, dann kann einem aber auch bange werden. Denn die „Rückbesinnung auf den Sommer“ wird leider allzu oft

*Editorial*

mit Erschließungsprojekten gleichgesetzt und es melden sich (wieder einmal) jene zu Wort, die den Status von Nationalparks und Schutzgebieten antasten wollen, weil angeblich die Gäste ausbleiben, wenn ihnen nicht Seilbahnen, Action und Fun geboten wird.

Wir haben diese Ausgabe des Alpenkonvention-Newsletter ganz dem Tourismusthema gewidmet. Zu Wort kommt dazu Karl Fiala aus dem Wirtschaftsministerium und wir haben die Exponenten einer touristischen Marketingkooperation für Tiroler Schutzgebiete zum Gespräch gebeten. Vorgestellt wird auch ein vom Autor dieser Zeilen im Juli 2007 präsentierter Wanderführer über den Abschnitt der Via Alpina durch die Ötztaler Alpen, wo Erschließungssünden und Naturidyllen beispielhaft aufeinanderprallen.

Hannes Schlosser

# Wege zu einem nachhaltigen Tourismus

von *Karl Fiala*<sup>1</sup>

Eine Kernaufgabe des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) ist die Koordination umweltpolitischer Erfordernisse mit den Interessen der österreichischen Wirtschaft. Die Alpenkonvention und im Speziellen die Durchführungsprotokolle der Alpenkonvention Tourismus, Berglandwirtschaft, Raumplanung und nachhaltige Entwicklung, Bergwald, Verkehr, Bodenschutz, Naturschutz und Landschaftspflege und Energie gewinnen in der derzeitigen Klimaentwicklung immer mehr an Bedeutung. Alle Durchführungsprotokolle der Alpenkonvention passierten den österreichischen Nationalrat ohne Erfüllungsvorbehalt. Für die einzelnen in ihnen enthaltenen Bestimmungen gilt folglich die Vermutung für ihre unmittelbare Anwendbarkeit.

Die Belange der Naturschutz- und Wirtschaftspolitik treffen in den europäischen Schutzgebieten aufeinander. Sie zeichnen sich als außerordentlich sensible Räume durch hohe natürliche Vielfalt, einzigartige Elemente der Natur- und Kulturlandschaft, sowie ökologische Qualität und Attraktivität aus. Die Schutzgebiete in den Alpen selbst stellen einen der wichtigsten Naturschätze Europas dar. Zur Erhaltung dieser Schutzgebiete müssen lokale und regionale natürliche, räumliche, wirtschaftliche und menschliche Potenziale miteinander so verbunden und ausgenutzt werden, dass die nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen sichergestellt werden

kann. Zu den Naturschutzzielen müssen auch die Sozial- und Wirtschaftsziele berücksichtigt werden, insbesondere vor dem Hintergrund der Erhaltung und Schaffung neuer Arbeitsplätze für die dort lebende Bevölkerung.

„Nachhaltiger Tourismus im Alpenraum“ ist ein spezieller Bereich, der ob seiner Komplexität und seiner Interdependenzen eine Vielzahl von Fachbereichen innerhalb der Alpenkonvention und damit viele Protokolle berührt.

kolle für die rechtsanwendenden Behörden eine Art Hilfestellung sein sollen. Es soll Grundlage sein, im Prozess der Alpenkonvention flächendeckend und qualitativ zu dynamisieren.

## Stichwort Vernetzung

Das BMWA als oberster Regulator des Tourismus unterstützt sämtliche Verbesserungen, die im Rahmen der Umsetzung der Alpenkonvention möglich sind. Die Zahl der

in Österreich ihre Freizeit verbringenden Menschen (heuer ca. 15 Mio. Sommerurlauber in Österreich) steigt dank der Beliebtheit Österreichs als Urlaubsland, was vor allem auf die prächtige Natur, die Sicherheit und den Fleiß der heimischen Betriebe zurückzuführen ist. Das Zusammenspiel der alpinen Verbände, Fremdenverkehrsvereine und Gemeinden funktioniert dabei in der Regel ausgezeichnet.

Zur Erreichung dieser Ziele sollen gemeinsame Projekte dienen. Wichtig dabei ist die Vernetzung verschiedener Politiken mit wirtschaftlichen

bzw. nicht-wirtschaftlichen Subjekten und Branchen des ländlichen Raumes. Im Zusammenwirken mit den Bundesländern überlegt man neben den bestehenden Standard-Tourismusstrategien eine dem nachhaltigen Tourismus entsprechende Vorgangsweise und versucht, even-

### Der Artikel 6 des Protokolls „Tourismus und Freizeit“ BGBl. Nr. 230/2002 besagt:

#### Ausrichtung der touristischen Entwicklung

1. Die Vertragsparteien beziehen die Anliegen des Naturschutzes und der Landschaftspflege in die Tourismusförderung ein. Sie verpflichten sich, möglichst nur landschafts- und umweltschonende Projekte zu fördern.
2. Sie leiten eine nachhaltige Politik ein, welche die Wettbewerbsfähigkeit des naturnahen Tourismus im Alpenraum stärkt und damit einen wichtigen Beitrag zur sozio-ökonomischen Entwicklung des Alpenraums leistet. Dabei sind Maßnahmen zu bevorzugen, welche die Innovation und die Diversifizierung des Angebots fördern.
3. Die Vertragsparteien achten darauf, dass in den Gebieten mit starker touristischer Nutzung ein ausgewogenes Verhältnis zwischen intensiven und extensiven Tourismusformen angestrebt wird.
4. Bei fördernden Maßnahmen sollen folgende Aspekte berücksichtigt werden:
  - a. Für den intensiven Tourismus die Anpassung der bestehenden touristischen Strukturen und Einrichtungen an die ökologischen Erfordernisse sowie die Entwicklung neuer Strukturen in Übereinstimmung mit den Zielen dieses Protokolls;
  - b. Für den extensiven Tourismus, die Erhaltung oder die Entwicklung eines naturnahen und umweltschonenden Tourismusangebots sowie die Aufwertung des natürlichen und kulturellen Erbes der Feriengebiete.

Ein wesentlicher Schritt zur Realisierung der Alpenkonvention war die Ausarbeitung des Handbuchs für ihre Umsetzung, in welchem die Rahmenbedingungen, Leitlinien und Vorschläge für die Praxis zur rechtlichen Umsetzung der Alpenkonvention und ihrer Durchführungsproto-

<sup>1</sup>Karl FIALA ist Ministerialrat im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit und zuständig für Internationale Umweltangelegenheiten, Wirtschaftspolitik und Tourismus. Als Vertreter des BMWA ist er Ständiges Mitglied des Nationalen Komitees der Alpenkonvention.





*Österreich ist reich an Naturschätzen. Ein nachhaltiger Tourismus ist deshalb unerlässlich, um Tradition und Authentizität zu bewahren. Die Alpenkonvention ist ein wichtiges Instrument zur Stärkung des nachhaltigen Tourismus.*

tuell landschaftsbelastende Projekte kritischer zu beurteilen und als Langzeitprojekte zukunftsorientiert zu planen. Hierbei sollte die Abschätzung aller Interessenbereiche im Sinne einer Nachhaltigkeit im Vordergrund stehen.

Speziell im Tourismusbereich ist die Alpenkonvention ein auf Nachhaltigkeit und die Zukunft orientiertes Instrumentarium. Das Tourismuspro-

jekt IIIB-Alpenraumprojekt von Seiten der Europäischen Union mit 50 % gefördert. Österreich beteiligt sich mit 21 % (€ 685.000,-) an den Gesamtkosten. 50 % werden von der Europäischen Union rückerstattet, die restlichen 50 % werden von den sechs beteiligten Bundesländern Vorarlberg, Tirol, Salzburg, Steiermark, Kärnten, Oberösterreich und dem BMWA (25 %) getragen. Beim Oester-

reichischen Alpenverein ist ein Koordinationsstelle eingerichtet. Seit 09.02.2005 ist die Via Alpina neben dem Netzwerk alpiner Schutzgebiete und dem Gemeindeforum Allianz in den Alpen ein offizielles Umsetzungsprojekt der Alpenkonvention. Die Ziele der Via Alpina entsprechen vor allem den Protokollen Tourismus, Raumplanung und nachhaltige Entwicklung, Naturschutz und Berglandwirtschaft.

reichischen Alpenverein ist ein Koordinationsstelle eingerichtet. Seit 09.02.2005 ist die Via Alpina neben dem Netzwerk alpiner Schutzgebiete und dem Gemeindeforum Allianz in den Alpen ein offizielles Umsetzungsprojekt der Alpenkonvention. Die Ziele der Via Alpina entsprechen vor allem den Protokollen Tourismus, Raumplanung und nachhaltige Entwicklung, Naturschutz und Berglandwirtschaft.

reichischen Alpenverein ist ein Koordinationsstelle eingerichtet. Seit 09.02.2005 ist die Via Alpina neben dem Netzwerk alpiner Schutzgebiete und dem Gemeindeforum Allianz in den Alpen ein offizielles Umsetzungsprojekt der Alpenkonvention. Die Ziele der Via Alpina entsprechen vor allem den Protokollen Tourismus, Raumplanung und nachhaltige Entwicklung, Naturschutz und Berglandwirtschaft.

### ... und Bergsteigerdörfer

Das „Bergsteigerdorf“ soll eine europaweit bekannte Marke im Alpentourismus werden. Laut Alpenverein soll ein anspruchsvoller Bergtourismus im Vordergrund stehen, der sich vom gegenwärtigen Standardangebot absetzt und eine ökonomisch tragfähige Kombination aus Naturschonung, Identitätserhalt und alpinistischer Herausforderung anbietet.

Der Philosophie des Bergsteigerdorfes entsprechend braucht es keine besonderen Investitionen in touristische Bauten oder Anlagen. Im Wesentlichen wird man mit der bereits vorhandenen touristischen Infrastruktur auskommen. Eventuell Ergänzungen bzw. Verbesserungen wie die Optimierung des Wegenetzes etc. müssen durchgeführt werden. Bei entsprechender zielorientierter Vermarktung der Projekte Via Alpina und Bergsteigerdörfer wird es positive Effekte auf den Übernachtungstourismus geben.

Eine regelmäßige Präsenz auf Tourismusmessen wäre ebenfalls anzustreben. Netzwerk alpiner Schutzgebiete, Gemeindeforum Allianz in den Alpen, Via Alpina, Österreichs Wanderdörfer - diese Kontakte sollten ebenfalls forciert und ausgebaut werden.

Das BMWA wird in entsprechender Form die Belange der Alpenkonvention international und national weiter unterstützen und auf diese Weise aktiv an der Erhaltung des Lebensraumes „Alpen“ mitwirken.

### Internet-Empfehlungen

[www.via-alpina.org](http://www.via-alpina.org)

[www.alpenverein.at/naturschutz/Alpine\\_Raumordnung/Bergsteigerdoerfer](http://www.alpenverein.at/naturschutz/Alpine_Raumordnung/Bergsteigerdoerfer)

# Touristisches Marketing für Schutzgebiete



Johannes Kostenzer



Michael Brandl

Der Tiroler Teil des Nationalparks Hohe Tauern und die fünf Tiroler Naturparke werden künftig gemeinsam touristisch vermarktet. Unter dem Motto „Wertvoller denn je.“ rücken Umweltschutzabteilung, Schutzgebietsbetreuungen und die Tirol Werbung zu einer vorerst auf drei Jahre angelegten Marketingoffensive zusammen, die vom Land mit 630.000 Euro dotiert ist. Ein Gespräch mit Schutzgebietskoordinator **Johannes Kostenzer** und **Michael Brandl**, Leiter des Standortmarketings in der Tirol Werbung.

## Hannes Schlosser: Wie ist diese Kooperation entstanden?

**Michael Brandl:** Die Abteilung Umweltschutz setzt seit Jahren starke Akzente mit Schutzgebietsmanagement, Besucherlenkung und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Bewerbung dieses Angebotes ist vom Tourismus bisher wenig wahrgenommen worden. Es braucht eine stärkere Verschränkung mit den Tourismusverbänden vor Ort und vor allem einen Schulterschluss im Bereich der Vermarktung. Der Tourismus hat ein Interesse, dem Gast ein hochwertiges Naturerlebnis zu vermitteln. Es wurde daher eine Arbeitsgruppe aus Vertretern der Tirol Werbung und der Abteilung Umweltschutz gebildet. Eine Angebotsgruppe innerhalb der Tirol Marketingservice wurde installiert, welche als Dienstleistungsagentur die Vermarktung der Schutzgebiete in enger Abstimmung mit der Abteilung Umweltschutz sicherstellt.

## Schlosser: Was ist das Ziel?

**Brandl:** Aus der Marktforschung wissen wir, dass der Gast verstärkt Natur und Landschaft erleben möchte. Dazu gehört auch das Bewegen in der Natur. Der Tourismus hat mit dem Adlerweg oder dem Bike Trail Tirol eine Reihe von Angeboten geschaffen, jenes der Naturparks ist ein sehr spezielles. Die Masse unserer Gäste sucht ein bequemes Wanderangebot und nimmt dafür

häufig Aufstieghilfen in Anspruch. Diese Möglichkeiten habe ich in Schutzgebieten nicht, außer vielleicht an den Rändern. Insoweit ist das Gästepotenzial eingeschränkt - aber das wird sich ja weisen.

**Johannes Kostenzer:** Der Zugang ist eine Frage der Positionierung der Gebiete. Natürlich kann ich sagen, ich will viele Personen leicht in ein Gebiet befördern können. Mir geht es darum, dass dieser Zugang



Lange sah der Tourismus in den Schutzgebieten ein Verhinderungsinstrument. Mittlerweile sollen Nationalpark und Naturparke durch eine intensive Vermarktung den schwächelnden Sommertourismus in Tirol ankurbeln.

auf die Besonderheiten des Gebiets Bezug nimmt und man eine Schwelle übertritt. Diese ist bisher kaum sichtbar, weil Tirol auch außerhalb der Schutzgebiete sehr schön ist.

**Schlosser: Im Nationalpark sind die Grenzen von Außenzone und Kernzone mit Tafeln markiert. Aber nirgendwo steht: „Sie betreten den Naturpark Ötztal“.**

**Kostenzer:** Das wird aber kommen. Wir wollen Schutzgebiete und speziell Naturparks als etwas Besonderes erfahrbar machen. Dies hängt auch vom Angebot ab, das Schutzgebiets-

betreuer mit den Tourismusverbänden entwickeln. Dieses reicht von Naturführungen bis zu Wassererlebnistagen. Solche Akzente sollen zur Unterscheidung von den Gebieten außerhalb beitragen.

## Touristisches Know-How

**Schlosser: Deckt sich das mit der Tourismuswerbung?**

**Brandl:** In den Schutzgebieten wird für den Gast die Natur an sich zum Thema. Mit einem speziellen Angebot wird die Natur in Wert gesetzt. Da decken wir uns in den Zielsetzungen.

Die Abteilung Umweltschutz bringt das Know-how ein, was für besondere Qualitäten ein Gebiet hat. Vom Tourismus kommt das Marketing-Know-how hinzu.

**Kostenzer:** Seit gut zehn Jahren versuchen wir, aus der Verbotsorientierung bei den Schutzgebieten

herauszukommen, weil es dazu nur negative Assoziationen gab. Unser oberstes Ziel ist es, die Leute für die Besonderheiten zu sensibilisieren. Dabei sind die Einheimischen eine absolute Kernzielgruppe. Dazu kommen die Gäste. Durch unsere Kooperation entsteht ein Synergieeffekt, der bisher nicht da gewesen ist. Wir haben das Produkt und die Naturpark-ManagerInnen, aber wir haben nicht das Marketing- und Tourismus-Know-how, um das zu vermitteln. Am Lech merkt man schon, dass die Kooperation sehr gut angenommen wird und funktioniert.



Es gibt jetzt auch vertiefende Workshops, wo Naturparkbetreuer mit den Leuten der Tourismusverbänden und Tirol Werbung, sowie der Abteilung Umweltschutz Angebote entwickeln. Das geht sehr in eine touristische Richtung, aber es ist unser Job, dass keine Angebote entstehen, die naturunverträglich oder schlecht verträglich sind und Angebote dort stattfinden, wo sie der Natur nicht schaden.

### **Schlosser:** Welche Angebote gibt es schon?

**Brandl:** Es gibt die Homepage [www.natur.tirol.at](http://www.natur.tirol.at) mit buchbaren Angeboten. Die zwei Schwerpunkte heißen „Natur und Abenteuer“ und „Natur und Entdecker“. Beim Abenteuer geht es in Richtung Sport: Wandern, Klettern, Canyoning, Mountainbiken, Bergsteigen. Bei „Natur und Entdecker“ wollen wir noch stärker herausarbeiten, dass jedes Schutzgebiet für sich einzigartig ist und besondere Qualitäten hat. Beim Lech etwa ist das die Wildflusslandschaft.

**Kostenzer:** Ein Beispiel aus dem Lechtal: Da gibt es das Paket des TVB Lechtal gemeinsam mit dem Naturpark. Es beinhaltet neben fünf Tagen Unterkunft eine Vorführung der Geierwallybühne, ein Konzert mit Bluatschink und eine Naturerlebniswanderung. Das wird pauschal gebucht und funktioniert wunderbar.

### **Schlosser:** Aber was hat die Geierwallybühne hat mit dem Naturpark zu tun?

**Kostenzer:** Es ist ein räumlicher Kontext da.

**Brandl:** Wir gehen nicht davon aus, dass sich ein Gast fünf Tage nur im Naturpark bewegt. Der möchte darüber hinaus auch etwas erleben.

## **Sinnvolle und bessere Nutzung**

**Schlosser:** Im Katalog „Wertvoller denn je.“ spielen Action, Fun und Power aus meiner Sicht eine zu große Rolle.

**Brandl:** Es prallen da schon zwei Welten aufeinander. Wir machen Marketing für eines der tourismus-



*Als Ausgleich zum stressbedingten Alltag, suchen heute immer mehr Menschen Ruhe und Erholung in einer intakten Natur.*

stärksten Länder und arbeiten mit erprobten professionellen Marketinginstrumenten. Auf der anderen Seite haben wir die Schutzgebiete, die einen konservierenden Ansatz verfolgen. Es geht um einen spannenden Ausgleich zwischen Schützen und Nützen. Dem Tourismus ist klar, dass Schutznormen bestehen, die einen Rahmen setzen. Der steht und ist unverrückbar.

Wir wollen einen Tourismus entwickeln, der sich mit den Schutzgebietszielen vereinbaren lässt. Natürlich ist es unser Interesse, eine größtmögliche Zahl an Gästen ins Land zu bringen und eine maximale Wertschöpfung zu erzielen. Aber es geht nicht darum, diese Regionen mit Fun, Action und naturbeeinträchtigenden Maßnahmen zu gefährden. Das wäre der falsche Ansatz. Es geht um eine sinnvolle und bessere Nutzung.

**Schlosser:** Der Sommertourismus soll insgesamt gestärkt werden, auch mit der Perspektive einer möglichen Begünstigung Tirols im Verhältnis zum Mittelmeerraum im Zuge des Klimawandels. Droht ein Schub an sommertouristischer Infrastruktur, wonach schöne Landschaften nur mehr als Inseln in den Naturparks übrig bleiben?

**Kostenzer:** Tirol hat im Vergleich mit Regionen außerhalb des Gebirges einen wahnsinnigen Bonus. Da hat sich der Naturraum nicht so umgestalten lassen, wie das im Flach-

oder Hügelland möglich ist. Deswegen haben wir in- und außerhalb der Schutzgebiete noch einen Zustand, der für Holländer beispielsweise paradisiatisch anmutet.

### **Schlosser:** Das Paradies ist aber eine relative Angelegenheit.

**Kostenzer:** Absolut. Im eigenen Land ist der Anspruch viel höher. Die Schönheit der Landschaft außerhalb der Schutzgebiete ist unsere Basis, in den Schutzgebieten muss es aber noch besser sein.

**Brandl:** Im Tourismus erfolgt eine Rückbesinnung auf den Sommer. Es geht um eine Produktentwicklung, bei der Wandern, Biken und Outdoor-Aktivitäten wichtige Schwerpunkte sind. Ich warne davor, mediale Sager wie die Treppe auf den Berg oder die Vergoldung des Großglockners über zu bewerten. Aber welche Ideen verfolgt der Tourismus wirklich? Ich war kürzlich in Fiss bei der Eröffnung von „Skyswing“. Die Region Serfaus, Fiss, Ladis, eine Hochburg im Winter, entwickelt sich immer mehr auch zu einer Sommerhochburg. Eine Region die vor allem lifttechnisch intensiv erschlossen ist. Es entsteht hier ein kleiner Fun- und Erlebnispark für Familien, der sich in einem kleinen, von Bahninfrastruktur umgebenen Landschaftskessel befindet. Das muss möglich sein. Gegenüber liegt der Naturpark Kaunergrat. Familien, die in Fiss Urlaub machen, können auch den Naturpark besuchen um Natur pur zu erleben.

## Gemeinsame Projekte als Erfolgsrezept

**Schlosser:** *Sehen sie die Kooperation mit dem Naturschutz als Beitrag zum Artikel 6 des Tourismusprotokolls der Alpenkonvention?*

**Brandl:** Im Artikel 6 geht es um nachhaltigen Tourismus. Wir haben im Frühjahr die Tourismusstrategie bis 2012 präsentiert, dabei wurden Aspekte der Nachhaltigkeit ausdrücklich aufgenommen. Man darf sich aus Sicht des Naturschutzes damit keine touristische Rückwärtsspirale erwarten. Die Wertschöpfung erfolgt letztlich aus der hohen Frequenz. Die Kooperation mit den Na-



Das Hütten- und Wegenetz der Alpenvereine ist Voraussetzung für einen funktionierenden Alpentourismus.

turparks verfolgt eine Stärkung des Tourismus, der nachhaltig ist.

**Schlosser:** *Ist es im Sinne des Artikel 6 eher dort, wo intensive Nutzung ist, weiter zu machen, bei anderen Gebieten zu schauen, sie nicht zu beeinträchtigen?*

**Brandl:** Es ist wichtig, dass wir uns um eine stärkere räumliche Schwerpunktsetzung bemühen.

**Schlosser:** *Nehmen wir die Via Alpina im Bereich Pitztal - Ötztal, die jetzt vom so genannten Notweg vom Mittelbergferner überlagert wird. Wie viele Baustellen darf ich da noch eröffnen, ohne dieses Projekt zu gefährden?*

**Brandl:** Die Antwort darauf wird aus touristischer Sicht letztlich der Gast geben.

**Schlosser:** *Die Antwort müssen wir geben.*

**Brandl:** Der Fokus im Tourismus ist, was will der Gast. Natürlich braucht es daneben eine begleitende Lenkung durch Raumordnung und Naturschutzbehörden. In Gebieten mit so viel touristischem Kapital und Investitionsmöglichkeiten, besteht ein enormer Druck. Umso mehr gilt es, einen besseren Ausgleich zu finden. In dem Maß, wie Naturparks von Gästen angenommen werden, steigt die Bereitschaft auch außerhalb solche Wege zu beschreiten.

**Kostenzer:** Der Kern der Kooperation liegt darin, dass die verschiedenen Player in Naturschutz und Tourismus endlich angefangen haben, miteinander zu reden. Natürlich haben die sich schon gekannt, aber jetzt sitzen sie gemeinsam in Workshops. Auf einmal höre ich, dass der TVB-Obmann sagt, beim nächsten Mal kann unser Naturparkbetreuer den Tourismus vertreten. Da hat es bei mir angefangen zu klingeln. Das war vorher so polarisiert. Ein gemeinsames Projekt, das ist das Erfolgsrezept.

Naturschutz funktioniert ja nicht, wenn er oktroyiert wird. Wenn wir tirolweit den Austausch zwischen Tourismus und Naturschutz stärken, haben wir schon so viel gewonnen. Das ist auch mit der Landwirtschaft und dem Wasserbau so.

**Schlosser:** *Haben sie keine Angst am Schluss wie der Zauberlehrling da zu stehen?*

**Kostenzer:** Nein. Natürlich muss man auch von Naturschutzseite Konzessionen machen, auch wir haben manchmal Scheuklappen. In der Diskussion kommt es zu einem Ergebnis, das für beide Seiten besser ist.

## Kein Anwalt des Naturschutzes

**Schlosser:** *Könnte die Tirol Werbung zum Anwalt des Naturschutzes werden und bei bestimmten Erschließungsprojekten „Nein“ sagen?*

**Brandl:** Das ist schlicht nicht unsere Aufgabe. Wir haben bestmögliche Werbung zu machen, um möglichst viele Gäste zu haben. Zweifellos

sind eine intakte Natur und Landschaft eine wichtige Grundlage für den Tourismus. Vorstellbar ist, dass sich die Tirol Werbung gemeinsam mit den Tourismusverbänden in der Produktentwicklung um einen bestmöglichen Ausgleich bemüht, um ein differenziertes Angebot sicherzustellen.

**Schlosser:** *Wie beurteilen sie die Alpenkonvention?*

**Brandl:** Vielleicht ist das Misstrauen unter Touristikern zu groß. Es gibt aber eine große Skepsis und die Angst, damit die Büchse der Pandora zu öffnen. Die Alpenkonvention bietet auch Chancen, aber es würde ihr gut tun, vom Image eines Verhinderungsinstrumentes weg zu kommen.

**Schlosser:** *Wieso fehlt in ihren Werbematerialien die Via Alpina?*

**Kostenzer:** Sie haben recht, die Via Alpina gehört dazu. Ich bitte um Verständnis, das ist unser erster Auftritt und wir haben schon eingehend überlegt, wie wir das nächste Magazin noch besser machen können.

**Brandl:** Der Adlerweg steht im Vordergrund, weil er unser wichtigstes Wanderprojekt ist und zum Synonym für das Wandern in Tirol werden soll. Aber es gibt freilich mehr als den Adlerweg.

**Schlosser:** *Im ersten gemeinsamen Auftritt kommt auch das Projekt der Bergsteigerdörfer nicht vor. Das Hütten- und Wegenetz des Alpenvereins, einer Voraussetzung für den Tourismus in den Schutzgebieten, wird ebenfalls nicht erwähnt.*

**Brandl:** Die Broschüre versteht sich nicht als Reiseführer. Die Intention ist Lust auf das Erlebnis Naturpark zu machen. In dieser ersten Ausgabe haben wir uns auf bestimmte Themen konzentriert. In weiterer Folge, wird es auch andere Inhalte geben. Insgesamt waren die Reaktionen auf unseren ersten gemeinsamen Werbeauftritt sehr positiv und wir setzen in dieses Projekt große Hoffnung für die Zukunft.

Dem Johannes Kostenzer wird es sicher nicht wie dem Zauberlehrling ergehen.

**Schlosser:** *Danke für das Gespräch*



# Grandiose Landschaft - intensive Nutzung

von Horst Christoph<sup>1</sup>

Das Wandern im Gebirge hat in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung genommen. Wo sind sie hin, die roten Wollstutzen, karierten Hemden und Walkjanker, deren Träger verrietten, dass sie einer älteren, finanziell nicht gerade privilegierten Freizeitklientel angehörten, die bei Touristikern eher zweite Wahl war und daher von Fremdenverkehrsor-

Das augenfälligste Phänomen der neuen Wanderlust ist, dass sie ein Vielfaches an Menschen ins Hochgebirge bringt und eben nicht nur mehr jene, die wie in früheren Jahren von Kindesbeinen an in Familien oder alpinen Vereinen auf jeden Schritt und Tritt im hochalpinen Gelände vorbereitet wurden. Viele dieser Neo-Wanderer besuchen Kurse oder

von Triest über die gesamten Alpen nach Monaco. Der Gelbe Weg ist dabei jener Teil von Triest über das Friaul, Südtirol und Österreich ins Allgäu, unterteilt in 40 Etappen. Den landschaftlichen Höhepunkt bilden dabei die Etappen 31 bis 35, vom Schnalstal über die Ötztaler Alpen ins Pitztal. Diese Strecke beschreibt der Journalist, Fotograf und Bergsteiger Hannes Schlosser im Band 16 der Reihe, betitelt „Via Alpina - Ötztaler Alpen“, wobei er, entgegen der Via Alpina-Nummerierung, den Weg von Norden nach Süden wählt, so wie er auch von der Mehrzahl der Wanderer begangen wird.

Die Ötztaler Alpen sind nicht nur das Herz- und Glanzstück einer Ostalpendurchquerung, sie sind auch eine Problemregion, in der grandiose Landschaft und deren intensive Nutzung hart aufeinanderprallen. Als Tirolberichterstatte der Tageszeitung „Der Standard“ kennt Schlosser die Probleme um Seilbahnerschließung, Gletscherskilauf und Nutzung der Wasserkraft, und teilt sie uns in seinem gut illustrierten Büchlein auch mit.

Damit ist der neue Ötztaler Alpenführer nicht nur eine gewissenhafte Beschreibung der Wege und Gefahren, nicht nur eine Natur- und Kulturgeschichte, sondern auch der Bericht über eine Kampfzone wirtschaftlicher und politischer Interessen und Kräfte, und daher mit Nutzen zu lesen - vom hochalpinen Wanderer, aber auch von jedem anderen kritischen Zeitgenossen.



Hat sich hier jemand mit dem Mountainbike auf das Pitztaler Jöchl verirrt?

ten nur zögerlich beworben wurden? Der neue Bergwanderer, gleich welchen Alters, wählt sein Outfit nach den neuesten Materialien und Farben, die die Schaufenster der Sportgeschäfte und die Kataloge der Freizeitindustrie präsentieren, und gibt sich auch auf den Hütten längst nicht mehr mit dem Matratzenlager unter kratzenden Wolldecken, dem guten alten Bergsteigeressen und dem „Kalterer“ aus dem Dopplergebinde zufrieden, sondern schätzt alpinen Komfort und ist auch damit ökonomisch interessant geworden. Mit einem Wort, Bergwandern ist „in“ und wird deshalb, oft unter neuen Namen wie Hiking oder High Walking Adventure von Outdoor-Veranstaltern heftig beworben. Längst geht es dabei auch nicht mehr um ein mehr oder weniger beschauliches bis sportliches Bergsteigen: Mountain-Running und Mountain-Biking ergänzen das Gehen.

vertrauen sich geführten Touren an. Aber eben lange nicht alle. Dieser neuen Situation - Massenbetrieb auf vielen Moderouten, Verschmutzung, ökologischen Problemen und dem offenkundigen Klimawandel - Rechnung zu tragen, ist eine neue Herausforderung an die alpine Führerliteratur, der sich der OeAV mit seiner Reihe „Naturkundliche Führer“ stellt. Unter der auf eine stattliche Zahl angewachsene Reihe findet sich nun das zweite handliche Bändchen, das einem der österreichischen Abschnitte der „Via Alpina“ gewidmet ist. Die Via Alpina führt auf mehreren Routen

## Naturkundlicher Führer Via Alpina - Ötztaler Alpen (Pitztal-Ötztal-Vent-Schnalstal)

Format: 15,5 x 11,5 cm, 2007, 150 S., Schutzgebühr € 5,-, Hrsg. Oesterreichischer Alpenverein, Fachabt. Raumplanung-Naturschutz.



### Bestelladresse:

Oesterreichischer Alpenverein  
Versandabteilung  
Wilhelm-Greil-Straße 15  
A-6010 Innsbruck  
Tel. +43/(0)512/59 547-18  
E-mail: shop@alpenverein.at  
www.alpenverein.at/shop

<sup>1</sup>Horst Christoph ist Kulturjournalist und Freier Mitarbeiter des Wochenmagazins „profil“

## Literatur- und Medienhinweise

Bereits im letzten Alpenkonvention-Newsletter (Nr. 46) haben wir an dieser Stelle mit: „Den Wert der Alpenlandschaft nutzen“, ein Buch vorgestellt, das ein Arbeitsergebnis aus dem auf mehrere Jahre angelegten Nationalen Forschungsprogramm 48 (NFP 48) des Schweizerischen Nationalfonds darstellt. NFP 48 steht seit 2002 unter dem Generaltitel „Landschaften und Lebensräume der Alpen“. In der ersten, inzwischen teilweise abgeschlossenen Phase des NFP 48 finden sich in fünf Schwerpunktfeldern nicht weniger als 35 Forschungsprojekte, weitere sind in einer zweiten Phase angekündigt. Zum Selbstverständnis der NFP-Programme zählen interdisziplinäre und problemorientierte Ansätze, die zwischen Grundlagenforschung und angewandter Forschung angesiedelt sind. Wörtlich heißt es über die Ziele: „Das NFP hat den Auftrag, Ziel- und Handlungswissen für eine gesellschaftlich erwünschte, wirtschaftlich tragbare und politisch umsetzbare Landschaftsentwicklung zu erarbeiten. (...) Anforderungen und Normen für eine nachhaltige Landschaftsentwicklung sollen erarbeitet und Handlungsmöglichkeiten in den relevanten Politik- und Handlungsfeldern aufgezeigt werden.“



### Landschaften gemeinsam gestalten - Möglichkeiten und Grenzen der Partizipation

Helen Simmen/Felix Walter

„Landschaften gemeinsam gestalten - Möglichkeiten und Grenzen der Partizipation“ ist die Synthese zum Forschungsschwerpunkt 3 „Zielfindung und Gestaltung“. Gut verständlich (auch für Laien) geschrieben, wird eine unglaubliche Fülle an Überlegungen und Konzepten aufbereitet, wie die komplexen Konflikte um die künftige Gestaltung des alpinen Lebensraums demokratischer und mit nachhaltigeren Ergebnissen verlaufen könnt(en). Zweifellos haben beim Schweizer Nachbarn die unterschiedlichen Formen von Partizipation traditionell einen höheren Stellenwert als hierzulande. Dazu gehört offenbar auch, Interessensgegensätzen, unterschiedlichen Sichtweisen und Bewertungen über die künftige alpine Landschaftsgestaltung nicht auszuweichen, sondern die Widersprüche beim Namen

zu nennen. „Konflikte entstehen, weil verschiedene Anspruchsgruppen unterschiedliche Landschaftsleistungen beanspruchen möchten und sich diese Landschaftsleistungen oft nicht alle gleichzeitig erzeugen und nutzen lassen“, heißt es einleitend in dem Abschnitt, der Konflikte systematisiert. Dabei werden Konflikte auch als Chance für eine Region gesehen, einen positiven Entwicklungsschub einzuleiten.

Anhand konkreter Beispiele werden verschiedene Methoden der Partizipation behandelt, verbunden mit Empfehlungen, welche Methoden in welchen Situationen angewendet werden sollen. Gemeinsam mit „Bewertungsinstrumenten“ können Konflikte „frühzeitig sichtbar und damit kommunizierbar gemacht werden“, was eine „sachliche Konfliktlösung erleichtert“, meinen die AutorInnen. Angesichts der zunehmenden Zahl und Komplexität der Konflikte um den Lebensraum Alpen lautet die abschließende Schlussfolgerung, dass partizipativen Prozessen künftig eine noch größere Bedeutung zukommen wird. Zielpublikum für diese hervorragende Publikation sind gleichermaßen VertreterInnen aus Politik und Raumplanung, von Projektbetreibern und NGO's.

Format: 20 x 24 cm, 2007, 136 S., € 26,90,-, ISBN 978-3-7281-3113-3, vdf Hochschulverlag an der ETH Zürich.



### Alpenlandschaften - Von der Vorstellung zur Handlung

Norman Backhaus/Claude Reichler/Matthias Stremlo

Dieser Band ist die Synthese des 1. Forschungsschwerpunkt im NFP 48 mit dem Thema „Prozesse der Wahrnehmung“.

Nicht minder spannend, als der oben dargestellte Band, aber nicht unbedingt leichte Kost. Ausgehend von einem historisch/philosophischen Ansatz wird hier der Versuch unternommen, die Sicht auf die Alpen und ihre Wahrnehmung bei den unterschiedlichen Akteuren nachzuzeichnen. Der Bogen wird gespannt von der ästhetischen über die emotional/identitätsstiftende bis zur politisch/ökonomischen Dimension der alpinen Landschaft. Zentral ist die These, dass Landschaftspolitik mehr denn je einen integrativen Ansatz benötigt: „Vielmehr ist die Vieldeutigkeit und Mehrschichtigkeit von Landschaft zuzulassen. Dies bedingt in Planungsprozessen, dass Konsens und Dissens bezogen auf die jeweiligen Problem- und Zielwahrnehmungen bewusst herausgearbeitet werden“, heißt es in einer der fünf praxisorientierten Kernaussagen mit Empfehlungscharakter.

Format: 20 x 24 cm, 2007, 136 S., € 25,90,-, ISBN 978-3-7281-3119-5, vdf Hochschulverlag an der ETH Zürich.

#### Bildnachweis

H. Schlosser: S. 1, 3 (m), 7  
J. Essl/OeAV: S. 3 (o), 4, 5, 6  
W. Mair: S. 3 (u)

Österreichische Post AG  
Info.Mail Entgelt bezahlt

Bei Unzustellbarkeit retour an:  
Alpenkonventionsbüro  
c/o Österreichischer Alpenverein  
Wilhelm-Greil-Strasse 15  
A-6010 Innsbruck

