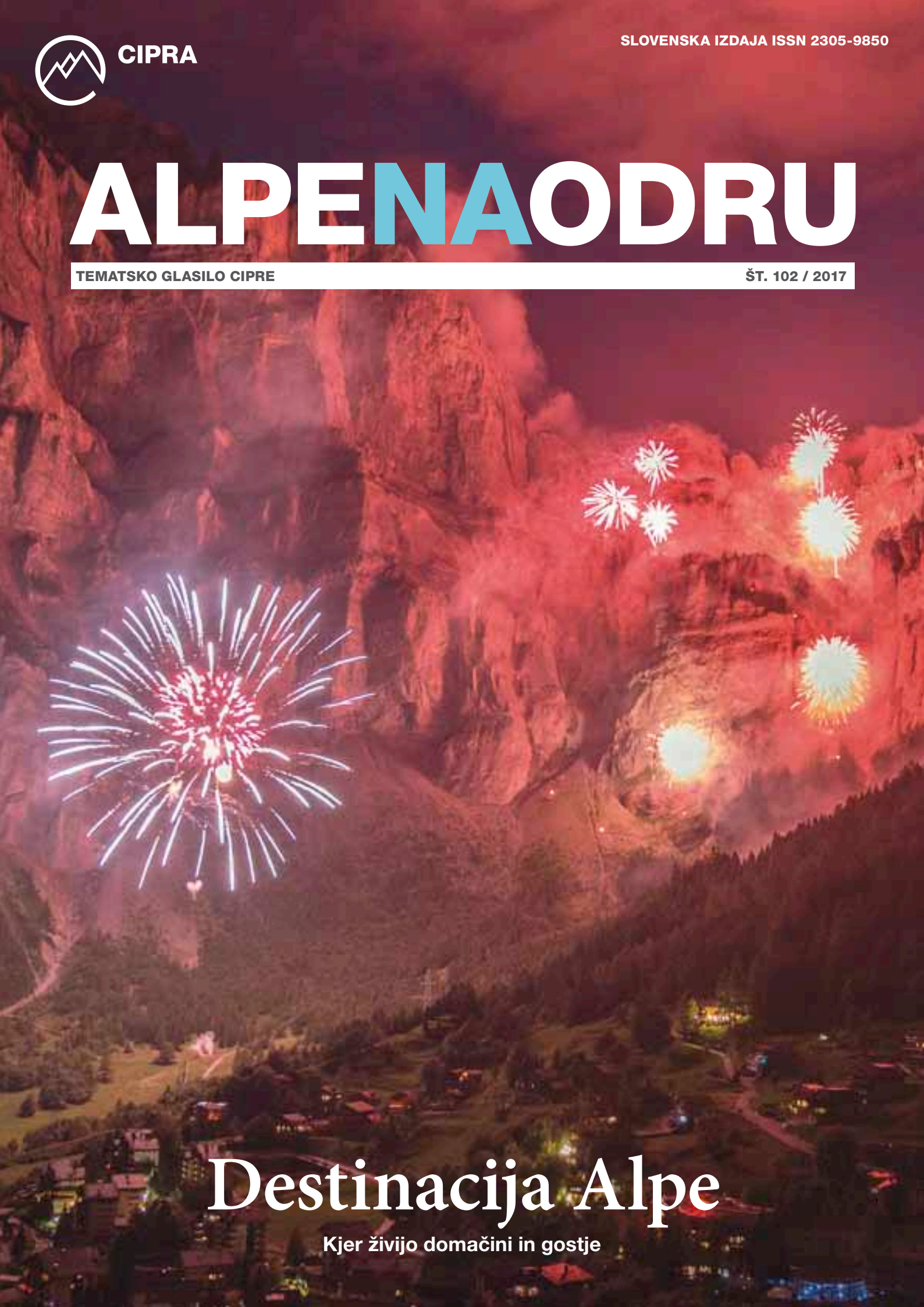
CIPRA

SLOVENSKA IZDAJA ISSN 2305-9850

ALPENAODRU

TEMATSKO GLASILO CIPRE

ŠT. 102 / 2017



Destinacija Alpe

Kjer živijo domačini in gostje

Uvodnik stran 3

Obrazi Alp
Anderson Scantlebury stran 4

Destinacija Alpe

Od »igrišča Evrope« do »igračke v rokah gospodarstva«
Alpski turizem na razpotju stran 5

Ne krop ne voda
Turisti v Alpah se med seboj razlikujejo
tako kot alpski prebivalci stran 8

Socialne inovacije namesto gospodarske rasti
Pri turizmu in gradbeništvu, vzvodoma gospodarske rasti,
se zatika stran 10

Panorama
Lep pozdrav iz… stran 12

Pogovarjali smo se z Vereno Winiwarter
»Za ustvarjanje pristne slike moramo poskrbeti sami« stran 14

Alpe – destinacija!?
Jens Badura – esej stran 17

Zakaj turizem (še) potrebuje varstvo narave
Zavarovana območja kot del poslovnega modela stran 18

Pogled s strani Ko trajnostnost požene korenine
20 let Omrežja občin Povezanost v
Alpah in društva Alpsko mesto leta stran 20

Drobtinice stran 22 **Pika na I** stran 23
Iz naslednje številke stran 24

CIPRA – RAZNOLIKA IN PESTRA ORGANIZACIJA

Mednarodna komisija za varstvo Alp (CIPRA) je nevladna krovna organizacija z nacionalnimi odbori v vseh alpskih državah in predstavlja več kot sto društev in organizacij iz sedmih alpskih držav. Zavzema se za trajnostni razvoj na območju Alp, ohranjanje naravne in kulturne dediščine ter regionalne raznovrstnosti kot tudi za reševanje skupnih problemov v alpskem prostoru.

KOLOFON

Založnik: CIPRA International **Uredništvo:** Barbara Wülser (odgovorna), Maya Mathias **Sodelavci:** Jens Badura, Monika Bandi Tanner, Franco Brunner, Dominik Cremer-Schulte, Bernard Debarbieux, Bettina Hug, Irmi Seidl, Christian Baumgartner, Corinne Buff, Maya Mathias, Barbara Wülser **Prevodi:** Claire Simon, Nataša Leskovic Uršič, Reinhold Ferrari, Marianne Maier **Lektoriranje:** Violaine Simon, Nina Pirc, Francesco Pastorelli, Barbara Wülser **Grafični koncept in postavitev strani:** Jenni Kuck
Tisk: Buchdruckerei Lustenau/A **Celotna naklada:** 13.500 izvodov

Izhaja periodično v slovenščini, nemščini, italijanščini in francoščini. Ponatis prispevkov je mogoč s predhodnim dovoljenjem in z navedbo vira. Zaželeno je, da nam pošljete avtorski izvod.

Naročilo: Alpe na odru lahko brezplačno naročite pri CIPRI International: www.cipra.org/alpenaodru, international@cipra.org

Alpe na odru izdaja CIPRA International s finančno pomočjo Kneževine Lihtenštajn in Aage V. Jensen Charity Foundation. Veseli bomo vsakega dodatnega prispevka. Nakažete ga lahko na račun IBAN LI43 0880 5502 2047 8024 0, BIC VPBVLI2X (švicarski franki) ali pa na račun IBAN AT18 20604 03100411770, BIC SPFKAT2B (evri).

VLADA KNEŽEVINE LIHTENŠTAJN

Aage V. Jensen Charity Foundation/LI

Schaan, Lihtenštajn, avgust 2017

Dragi bralci in bralke,

pred kratkim sem se mudila v Maloji v Švici, kjer sem se udeležila kulturne konference. Razpravljali smo o turistih in domačem prebivalstvu ter njihovem vplivu na kulturo. Takrat me je obšel dvom: kam spadam jaz? Prireditev je potekala v mojem kantonu, a na drugem jezikovnem območju, do kraja prireditve sem potovala več ur, prespala sem v gostišču in plačala turistično takso. A hkrati sem pri sebi zaznala tudi občutek pripadnosti.

Med domačini in turisti je vedno težje potegniti ločnico. Med njimi je obstajala in še vedno obstaja socialna interakcija in medsebojno vplivanje. Pobude, ki jih s seboj v turistični kraj zanesejo počitniški gostje, vplivajo na življenjski slog domačinov – nekateri začutijo duh tujine, ki jih navdihne, da se izselijo. Obstajajo pa tudi tuji gostje, ki se s krajem trajneje povežejo, se v njem ustalijo in tudi sami postanejo njegov del.

Destinacije so predvsem življenjski prostor domačega prebivalstva in gostov. Turizem ni sam sebi namen, je ena od gospodarskih panog, ki ljudem, ki želijo živeti v Alpah, omogoča preživetje. V tokratni številki zato pozornosti ne namenjamo samo njegovi ključni dejavnosti in aktualnim izzivom – bolj nas zanima, kateri so medsebojni vplivi med turistično gospodarsko panogo in drugimi sektorji, med drugim pa želimo tudi odgovoriti na vprašanje, koliko turizem prispeva k socialni koheziji družbe in kako vpliva na naše zaznavanje pokrajine.

Nekaj zagotovo velja: če je turizem zasnovan premišljeno in se tako tudi izvaja, lahko uspešno združuje različna področja življenja kakor tudi različne zahteve domačega prebivalstva in turistov v Alpah, s tem pa prispeva tudi h kakovosti življenja vseh vpletenih. Navsezadnje je končni cilj ravno kakovostno življenje v Alpah, tako poleti kot pozimi.

Želim vam prijetno branje.

Barbara Wülser,
namestnica direktorja CIPRE International

Fotografije: Hans Peter Jost (naslovnica), Heinz Heiss / Zeitenspiegel (str. 2 zgoraj), Lukas Schiemer (str. 2 spodaj), Martin Walser (str. 3)

CIPRA INTERNATIONAL
Im Bretscha 22, LI-9494 Schaan
Tel.: +423 237 53 53 **Fax:** +423 237 53 54
E-Mail: international@cipra.org **Web:** www.cipra.org

NACIONALNI ODBORI

CIPRA Österreich
c/o Alpenkonventionsbüro, Salurner Strasse 1,
4. Stock, 6020 Innsbruck
Tel.: +43 1 401 13 36 **Fax:** +43 1 401 13 50
E-Mail: oesterreich@cipra.org **Web:** www.cipra.org/at

CIPRA Schweiz
Postfach 22, CH-3800 Interlaken
Tel.: +41 33 822 55 82 **Fax:** +41 33 822 55 89
E-Mail: schweiz@cipra.org **Web:** www.cipra.ch

CIPRA Deutschland
Moußstraße 6, D-82279 Eching a. Ammersee
Tel.: +49 8143 271 50 11 **Fax:** +49 8143 271 50 11
E-Mail: deutschland@cipra.org **Web:** www.cipra.de

CIPRA France
5, Place Bir Hakeim, F-3800 Grenoble
Tel.: +33 476 42 87 06 **Fax:** +33 6 73 04 16 19
E-Mail: france@cipra.org **Web:** www.cipra.org/fr

CIPRA Liechtenstein
c/o LGU, Dorfgasse 46, LI-9491 Ruggell
Tel.: +423-232 52 62 **Fax:** +423 237 40 31
E-Mail: liechtenstein@cipra.org **Web:** www.cipra.org/li

CIPRA Italia
c/o Pro Natura, Via Pastrengo 13, I-10128 Torino
Tel.: +39 011 54 86 26 **Fax:** +39 011 503 155
E-Mail: italia@cipra.org **Web:** www.cipra.org/it

CIPRA Slovenija
D0ruštvo za varstvo Alp, Trubarjeva cesta 50, SI-1000 Ljubljana
Tel.: +386 59 071 322 **E-Mail:** slovenija@cipra.org
Web: www.cipra.org/sl

REGIONALNI ODBOR

CIPRA Südtirol / Alto Adige
c/o Dachv. für Natur- und Umweltschutz,
Kornplatz 10, I-39100 Bozen
Tel.: +39 0471 97 37 00 **Fax:** +39 0471 97 67 55
E-Mail: info@umwelt.bz.it **Web:** www.umwelt.bz.it

Podporni član
Nederlandse Milieu Groep Alpen (NMGA)
Keucheniushof 15, NL-5631 NG Eindhoven
Tel.: +31 40 281 47 84 **E-Mail:** nmga@bergsport.com
Web: www.nmga.bergsport.com

Karibska prisrčnost sredi graubündenskih gora

Zvabiti ljudem nasmešek na obraz, to je naloga za Andersona Scantleburyja. Na sedežnici Marguns – Plateau Nair nad Celerino v Švici je dobra volja poleti in pozimi zagotovljena prav po njegovi zaslugi.

Morda bo danes pri kakšnem od obiskovalcev trajalo malce dlje kot še pred nekaj leti, a najpozneje po drugem spustu bo Andersonu Scantleburyju uspelo pričarati nasmešek na obraz prav vsakega turista. To je njegova naloga: Anderson namreč ne skrbi le za sedežnico, skrbi tudi za zadovoljstvo turistov. Kako mu to uspeva? Tako, da je tudi sam nasmejan: Ali da turiste preseneti s krajšim glasbenim vložkom. Prihaja z Barbadosa v Karibskem otočju in zdaj že trinajsto leto prinaša veselje do življenja v graubündenske gore, natančneje povedano, na sedežnico Marguns - Plateau Nair nad Celerino v švicarski dolini Oberengadin. Petdesetletni oče dveh otrok si vzame čas za vsakogar, za majhne in velike, domače in tuje turiste, kot da bi želel vsakega na smučišču poznati po imenu. Sam ne smuča več. Hrbet in koleno sta zatajila, pripoveduje, medtem ko se v njegovih sončnih očalih vidi odsev Piz Corvatscha.

Anderson je prišel v Švico pred 22 leti. Zaradi ljubezni, pojasni. Ljubezni do svoje žene in do gora. »Seveda tu in tam še pogrešam morske plaže, sicer pa se tukaj zelo dobro počutim,« pove Anderson, ki je v svoji domovini delal kot učitelj vodnih športov. Prisrčen odnos, ki ga ima s turisti, je bil vedno del njegove zaposlitve in tako je še danes. »Prav vseeno je, kdo smo in kje smo, malo dobre volje koristi vsem,« se zasmeji in rumeno-oranžen cof na živo zeleni smučarski kapi se zatrese, kot da mu želi pritrditi.

Na Margunu je dobra volja zagotovljena tudi poleti, saj je Anderson pri podjetju Engadin St. Moritz Mountains AG zaposlen vse leto. Le da takrat niso več smučarji, temveč so pohodniki in gorski kolesarji tisti, ki so lahko od njega deležni ščepca njegove dobre volje. In ker so ravno omenjeni gorski kolesarji: gorsko kolesarjenje je tudi Andersonov hobi poleg kriketa, ki ga igra kot član moštva Lyceum Alpinum v Zuozu, in sečnje lesa, ki jo je prvič odkril v Švici. Hladni zimski meseci so mu zato še posebno pri srcu.

Franco Brunner
svobodni novinar, Domat/Ems, Švica

Fotografija: Franco Brunner

Od »igrišča Evrope« do »igračke v rokah gospodarstva«

Uspešnost alpskega turizma je istočasno njegova dilema – kako ohraniti veličastna območja neokrnjene alpske narave, obenem pa izboljšati njihovo dostopnost, da bi jih lahko občudovali turisti?

Alpe kot kulisa turistične uprizoritve.

Fotografija: Hans Peter Jost

Paradoks alpskega turizma: Alpske atrakcije morajo biti blizu naravi in hkrati dosegljive z avtomobilom.

Alpe, enega svojih najljubših ciljev, so meščanski popotniki v 19. stoletju poimenovali »the playground of Europe« in imeli v mislih naslov najpomembnejšega dela angleškega alpinista Leslieja Stephena. Sto let pozneje je gorovje sredi Evrope iz enega od rojstnih krajev sodobnega popotništva postalo klasična turistična destinacija.
Po drugi svetovni vojni so Alpe prej kot druge regije postale destinacija skorajda za vsakogar. Tehnični, medicinski in družbeni napredek je prispeval k splošni spremembi okvirnih družbenih razmer. Gospodarska rast, višji dohodki tudi za delavski razred, zakonsko določena pravica do letnega dopusta, povečana individualna mobilnost zaradi cenovno ugodnih avtomobilov in kakovostnejša prometna infrastruktura – vse to je pripomoglo, da so alpske regije, ki so do tedaj bile skoraj nedostopne, postale središče turizma. Manjša mesta v odročnejših alpskih dolinah so začela uspešno stopati na turistični trg, številni kmetje so ponujali prenočišče in hrano, da bi si izboljšali takrat še nizke dohodke in se rešili revščine. Pojavili so se številni novi zdraviliški kraji, saj je zdravljenje v zdraviliščih in terapije finančno podpirala država. Danes na svetovni ravni vsak deseti turist prenoči na območju Alp.

OHRANJANJE ALI RAZVOJ?

A kot ugotavlja 4. Poročilo o stanju Alp (2013), iz katerega izvira zgornji opis razvoja, niso vse alpske regije v enaki meri deležne koristi, ki jih prinaša turizem. Poleg velikih razlik med vzhodnimi in zahodnimi Alpami obstajajo ogromne razlike tudi v manjših geografskih enotah. Le za deset odstotkov občin velja, da je neposreden vir dohodka turizem. Medtem ko je skoraj polovica vseh turističnih postelj osredotočena na pet odstotkov občin, 37 odstotkov občin ne premore niti ene možnosti za prenočitev.
Alpe so tudi danes še vedno ena najbolj veličastnih evropskih pokrajin, ki se ponaša z izjemno naravno in kulturno dediščino. Marsikateri del tega območja pa je zaradi prekomerne turistične rabe v preteklih desetletjih postal primer razvoja, ki je obšel načela trajnostnega razvoja. O tem priča več kot 7 milijonov turističnih postelj, več kot 10.000 gorskih žičnic in sedežnic, tisoče dostopnih poti in obsežna infrastruktura, kot so sistemi umetnega zasneževanja in igrišča za golf. In kljub zastoju v povpraševanju na področju klasičnega, tj. v smučanje usmerjenega zimskega turizma naj bi se tudi v prihodnje gradila nova smučarska središča in povečevale zmogljivosti.
Danes je alpski turizem v paradoksalni situaciji: po eni strani veljajo Alpe za pribežališče v neokrnjeno okolje, po drugi strani pa morajo zagotavljati potrebno in drago infrastruturo, ki jo pričakujejo turisti. Taka razpetost med ohranjanjem in razvojem vpliva na umestitev Alp na mednarodnem turističnem trgu. Alpska območja so razpeta med nujnostjo ohranitve svojih posebnih značilnosti, ki privlačijo turiste, predvsem sta to narava in pokrajina, in skušnjavo pospeševati razvoj, s tem pa slediti trendom za dvig ekonomskih in socialnih standardov. Inovacije tukaj ne pomenijo kaj dosti.
O podnebnih spremembah in (zimskem) turizmu je bilo pravzaprav že vse povedano in napisano. Trend segrevanja v Alpah je realnost, čeprav občasno relativizirana, prav tako dejstvo, da so smučarska središča v višjih legah manj prizadeta, kar jim prinaša koristi, saj jih obišče več turistov. Mnoge regije v nižjih legah pa bodo primo-

Fotografija: Hans Peter Jost

rane kmalu poiskati nove poti in opustiti tradicionalni alpski zimski turizem.

Ob upoštevanju povečane rasti prebivalstva in globalnih razvojnih trendov v turizmu bi se lahko zmanjšal tudi turistični in prostočasni promet na območju Alp. 75 odstotkov izpustov CO_2, ki jih povzroča turizem, ustvarja promet, 84 odstotkov počitniških potovanj je opravljenh z osebnim avtomobilom. Seveda obstajajo med alpskimi državami velike razlike. V Švici lahko turisti pa tudi lokalno prebivalstvo izkoristijo ugodnosti, ki jih prinaša dobro razvita mreža javnega prevoza. A če na Alpe gledamo kot celoto, ugotovimo, da se možnosti za uporabo javnih prevoznih sredstev zlasti v podeželskih regijah predvsem zmanjšujejo, ugotavlja CIPRA v svojem stališču o zimskem turizmu (2017 – gl. uokvirjeno besedilo). Različni viri napovedujejo do leta 2030 nadaljnji porast prostočasnega prometa za najmanj 30 odstotkov. Leta 2065 bo turizem na globalni ravni odgovoren za celotno količino izpustov CO_2, ki jih v okviru doseganja cilja 2 stopinj Celzija smemo oddati.

PONOVNA OŽIVITEV

Gonilne sile aktualne krepitve razvojne spirale bomo našli zlasti v turističnem gospodarstvu, katerega podjetja so trenutno vpeta v vse obsežnejši proces koncentracije. Roke, ki bi usmerjala turistično politiko in politiko prostorskega načrtovanja, danes skorajda ni več mogoče zaznati – v nasprotju z osemdesetimi in devetdesetimi leti prejšnjega stoletja, ko je prišlo do različnih primerov moratorija za gradnjo žičniške infrastrukture ali ko je bila na podlagi bavarskega Alpskega načrta zaustavljena prekomerna gradnja infrastrukture. Namesto da bi vsi udeleženci poiskali skupno rešitev, se kritični glasovi civilne družbe, zaznani kot žvižgači, hitro utišajo.

Že dolgo se na območju Alp pojavljajo tudi inovativne zasnove in projekti turističnega razvoja, ki se prevladujočim trendom poskušajo zoperstaviti s trajnostnimi alternativami. Zelo pogosto so to pionirji, uporniki, drugače misleče osebe, tako imenovani kverulanti, ki s trmo in odločnostjo dosežejo, kar se je pred tem zdelo nemogoče. Svoj delež deloma prispevajo evropska sredstva, ki se prek strukturnih in kmetijskih skladov stekajo v tovrstne zgledne projekte. A zadnji čas je, da od pilotnih modelov in primerov dobre prakse preidemo na vsealpski pristop trajnostnega razvoja na področju alpskega turizma. S 100 milijoni gostov, kolikor po trenutnih ocenah znaša njihovo število na letni ravni, in z dodano vrednostjo, ki jo v višini 50 milijard v letu dni prispeva turizem, so se Alpe skladno z Butlerjevim modelom hipotetičnega življenjskega cikla turistične destinacije znašle v fazi zasičenosti in zastoja.

Alpski turizem bo moral torej čim hitreje na novo oživiti svojo prihodnost in pri tem začeti pri lastnih kulturnih in naravnih virih ter se usmeriti v trajnostni razvoj – ali pa v zakup vzeti fazo krčenja, kot jo danes že doživljajo nekatere turistične destinacije zimskih in poletnih športov. Ključni element pri tem bi lahko bil, stran od tradicionalnega zdraviliškega turizma, inovativen, celosten zdravstveni turizem, ki po eni strani skozi vse leto ustvarja dovolj dodane vrednosti na regionalni ravni, po drugi strani pa v lastnem interesu dolgoročno potrebuje zdravo, čim bolj sonaravno pokrajino in okolje. Za celovito trajnostnost je potrebno torej v turizmu ustvariti »samo še« dostojne delovne pogoje.

Christian Baumgartner, podpredsednik CIPRE International, (besedilo)
Foto: Hans Peter Jost, www.alpen-blicke.ch (de)

CIPRA DELUJE NA VEČ RAVNEH

Turistične občine v Alpah so pred težko odločitvijo: ali naj sledijo uhojenim potem, zagotovijo mehak prehod ali pa se vendarle odločijo za radikalno spremembo? Tak proces sprejemanja odločitev predstavlja na primeru fiktivne regije spletna stran alpmonitor.cipra.org, prikazuje pa tudi možne ovire in rešitve, ki jih v spletnem dosjeju Zimski turizem v Alpah dopolnjujejo ključne dodatne informacije in nadaljnje povezave.

V trenutni razpravi o prihodnosti alpskega turizma CIPRA v dokumentu Sončev obrat v zimskem turizmu, v katerem predstavlja svoje stališče o omenjeni problematiki, zahteva uveljavitev trajnostne strategije, ki bo upoštevala omejenost naravnih virov in spodbujala inovativne pristope. Pomembno pri tem je, da v tem procesu sodelujejo vse prizadete strani: CIPRA je zato v okviru delavnice I-LivAlps v italijanskem Leccu, konference o turizmu v nemškem Sonthofnu in foruma v Bernu ponudila mladim, strokovnjakom in turističnim predstavnikom platformo, prek katere bi potekala razprava o priložnostih in izzivih turizma. Dober zgled že dajejo mladi, ki so v okviru projekta Youth Alpine Express trajnostno potovali po Alpah, mobilnost pa sprejeli kot pomemben vidik turizma. Najbolj okolju prijazna oblika potovanja je hoja: mreža pohodniških poti Via Alpina, katere sekretariat vodi CIPRA, odpira oči za trajnostni turizem, kakor tudi vsealpski pohod whatsalp.

www.cipra.org/zimski-turizem

Spremembe, zasuk ali že poznano: alpMonitor predstavlja možnosti odločanja.

Ilustracija: Johannes Gautier

Ne krop ne voda

Ljudje v Alpah so se že zdavnaj navadili na tuje obraze, razlikovanje med domačinom in turistom ni več potrebno. Potrebne pa so nove povezave, saj bo le tako mogoče tudi v prihodnje zagotavljati izvajanje osnovnih javnih storitev in socialno kohezijo.

Novejša zgodovina Alp je tesno povezana z zgodovino turizma kot celoto odnosov in pojavov. Od prvih potovanj dalje, poznanih pod imenom *grand tour*, na katerih je angleško plemstvo odkrivalo in raziskovalo pokrajino in znamenitosti po Evropi in s tem seveda tudi Alpah, so Alpe postale vrhunska destinacija v okviru turizma, ki postavlja v ospredje ogledovanje turističnih znamenitosti. In tako je tudi danes. Prebivalci Alp so torej imeli dovolj časa, da so se navadili na tujce, ljubitelje narave in pokrajine ter obiskovalce, katerih vrednote ter navade in običaji se močno razlikujejo od njihovih, alpskih. In kaj se dogaja dve stoletji pozneje z razlikovanjem med turisti in domačini v Alpah, kakšni so odnosi med tema dvema skupinama prebivalstva? Vprašanje ni enostavno, saj je turizem s svojimi socialnimi vplivi zelo kompleksen pojav.

Danes poznamo v Alpah tako veliko različnih tipov turista, da turistične dejavnosti že dolgo ni več možno obravnavati na enostaven in enoten način. Drugače kot pri prvih popotnikih obstajajo zelo različne skupine turistov – od navdušencev nad pohodništvom in priložnostnih plezalcev, izkušenih smučarjev in smučarskih začetnikov do stalnih gostov in dnevnih obiskovalcev z druge strani sveta – in te se v svojem odnosu do Alp med seboj pogosto zelo razlikujejo. Omeniti je treba še prebivalce okoliških mest, ki se občasno odpravijo na krajše, enodnevne izlete v gore. Potem so tukaj še novi sezonski prebivalci, med njimi seniorji, ki glede na letni čas živijo v različnih krajih. Raznolikost turistov in izletnikov je medtem postala že tako velika, da značilnega profila na podlagi socialno-ekonomskih značilnosti oziroma na podlagi motivov ali aktivnosti ne moremo več izdelati.

LITTLE LONDON V ALPAH

Med seboj pa se ne razlikujejo le turisti, temveč tudi prebivalci. Alpsko prebivalstvo je že od nekdaj mnogoplastno, nanj v različnem obsegu vplivata prisotnost počitniških gostov in razpoložljivost s tem povezanih virov. Očitno je, da danes vse večji del alpskih prebivalcev postaja odvisen od podobe turizma oz. turističnega gospodarstva v Alpah. V nekaterih dolinah in krajih je turizem daleč najpomembnejša gospodarska panoga. V številne občine se priseljujejo novi prebivalci, čeprav imajo službo v večjih aglomeracijah ob alpskem robu, tj. v Münchnu, na Dunaju, v Milanu, Torinu, Ženevi, Lozani itd. Tako se je, denimo, več sto Angležev preselilo v švicarski Verbier ali francoski Chamonix, ker pa svoje delo opravljajo na daljavo ali so tedenski migranti, še naprej ostajajo »Londončani«. Ti novi prebivalci seveda niso turisti v tradicional-

V alpskih mestih kot je na primer Annecy/F, so meje med domačini in gosti zabrisane.

nem pomenu besede, temveč so si Alpe za kraj svojega bivanja izbrali zato, da bi imeli koristi od neposrednega turističnega okolja, v katerem zdaj živijo.

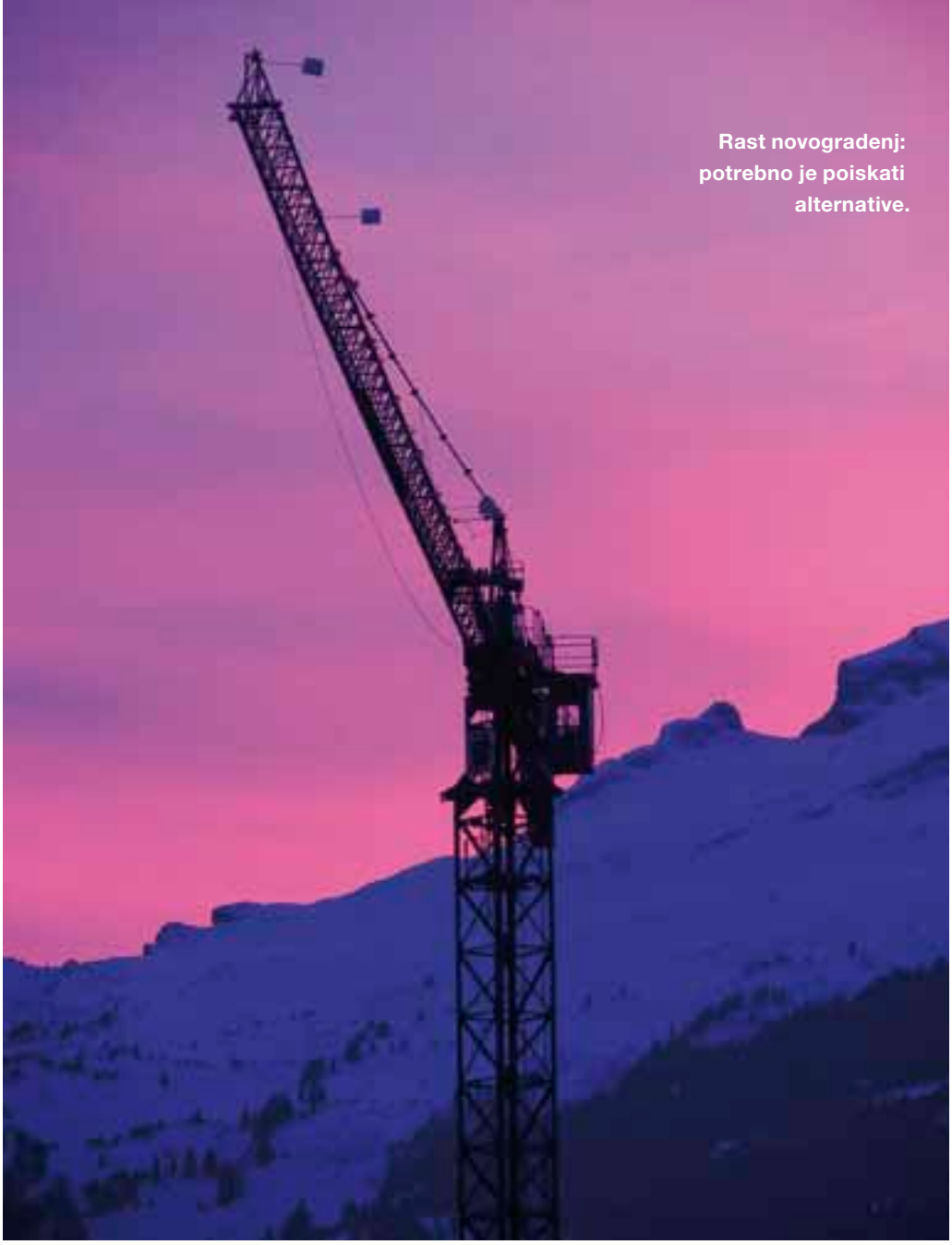
Tradicionalno razlikovanje med turisti in domačini, ki se v javni razpravi pogosto postavlja v ospredje, ne deluje več. Socialni in kulturni izziv, s katerim se morajo danes spoprijemati alpski prebivalci, se zato glasi: ali se lahko uprejo razpadu tradicionalnih socialnih struktur in ekstremni individualizaciji vrednot ter navad in običajev? Kako lahko pri tem pomaga turizem – če sploh? Ali še zmorejo, ne glede na to, ali gre za domačine, priseljence ali tranzitne turiste, oblikovati nove, stabilne skupnosti in povezave, še zlasti ko gre za uresničevanje ciljev, kot so varstvo pokrajine, življenje v skupnosti in zagotavljanje osnovnih javnih storitev? Vse našteto danes na območju Alp še obstaja, a prihodnost lokalnih skupnosti v Alpah je močno odvisna od tega, ali bodo vse strani sposobne navezati in tudi ohraniti nove socialne vezi med vsemi prebivalci – domačini ali priseljenci ali pa turisti, katerih doba bivanja v počitniškem kraju je krajša oz. daljša – ter se skupaj boriti za svoje naravno okolje.

Bernard Debarbieux, Univerza v Ženevi, Švica

Fotografija: Antoine Berger

OD TURISTIČNE DESTINACIJE DO ŽIVLJENJSKEGA PROSTORA

Na Južnem Tirolskem so se lotili vprašanja, kako deluje proces oblikovanja blagovne znamke navznoter. Včasih je bila blagovna znamka usmerjena predvsem v turizem in pokrajino, danes pa je v procesu oblikovanja blagovne znamke v ospredju vizija, ki predvideva krepitev Južne Tirolske v smislu življenjskega prostora. Odgovorni snovalci krovne znamke Dachmarke Südtirol zato želijo, da bi ljudje Južno Tirolsko doživljali kot »raznoliko simbiozo alpskega in sredozemskega, spontanosti in zanesljivosti, narave in kulture«, in jo kot tako ponudili turistom – vse to v prepričanju, da je lahko ponudba za počitniške goste in stranke verodostojna le, če je v skladu s tem, kar imajo radi in cenijo tudi domačini, pojasnjuje Thomas Aichner, odgovoren za odnose z javnostmi pri IDM Südtirol, in doda: »Strateški proces je zagotovo pripomogel h koheziji Južne Tirolske.« Andreas Riedl, direktor CIPRE Južna Tirolska, podpira tovrstna prizadevanja, ki ne upoštevajo samo turističnega vrednotenja destinacije in poskušajo življenjski prostor dojemati celostno, in obenem dodaja: »Seveda pa tukaj drug ob drugega trčita želja in realnost ‚najbolj zaželenega življenjskega prostora v Evropi‘, kar kaže primer uporabe pesticidov v intenzivnem sadjarstvu ali pa negativni vplivi, ki so posledica vedno večjega pritiska turistične dejavnosti na tamkajšnji prostor.«



Rast novogradenj: potrebno je poiskati alternative.

Socialne inovacije namesto gospodarske rasti

Pri turizmu in gradbeništvu, ki sta vzvoda gospodarske rasti, se zatika. Namesto tega potrebujemo novo družbeno prakso, institucionalne spremembe in participativne procese.

Alpska območja so stalno izpostavljena razvojnim pritiskom. Nekatera gonila razvoja se raztezajo po daljšem časovnem obdobju (npr. demografske spremembe, proces globalizacije, naraščajoča poraba virov), posledice so pritiski zaradi zahtev po prilagajanju, konkurenci, spremembah ali diverzifikaciji. Drugi razvojni trendi se pojavijo nenadoma in vzbudijo strah. V Švici se je to zgodilo ob strmem padcu števila nemških gostov zaradi finančne in gospodarske krize, kar je bilo ne nazadnje opaziti tudi pri trdnem franku, ali pa ob zakonodajnih spremembah (zakon o sekundarnih prebivališčih). Še zlasti zahtevno postane, če se učinki posameznih gonil pojavijo nenadoma, se zaostrijo in prizadenejo ključne industrijske panoge alpskih območij, kot sta malostrukturirana turistična dejavnost ali pa gradbeništvo.

Taka zaostritev je vzrok za ekonomske težave številnih destinacij, kar med drugim kaže manjše število prenočitev v hotelirstvu ali upočasnitev dejavnosti pri dosedanjih dveh regionalnih nosilcih go-

Fotografija: CIPRA

spodarske rasti, tj. turizmu in gradbeništvu. Zastoj v gospodarski rasti povzroča tudi pomanjkanje zazidljivih zemljišč. Istočasno se pojavljajo spremembe v strukturi gostov: turiste z bližnjih tržišč, npr. nemškega, so deloma nadomestili turisti z oddaljenejših azijskih trgov, ki pa pogosto ustvarjajo nižjo dodano vrednost. Navsezadnje delujejo na področju naložb šibkejše spodbude za rast z območij, od koder izvirajo turisti, in iz ravninskih predelov. Obeti za vnovično rast v dosedanjem obsegu niso dobri, strukturne spremembe hitro napredujejo in zahtevajo spremembo v načinu razmišljanja.

OD CENTRA ZA LESNO GRADNJO DO DELITVE HOTELSKEGA OSEBJA

In kakšni so v turizmu in gradbeništvu trajnostni poslovni modeli, ki ustvarjajo nižjo gospodarsko rast? Dosedanji kvantitativni razvoj bo moral zamenjati kvalitativni razvoj, to pa zahteva kreativnost, pripravljenost na spremembe ter vključevanje različnih potreb in pomislekov – če povzamemo: socialne inovacije. V skupnih inovacijskih procesih se lahko na podlagi novih družbenih praks, institucionalnih sprememb in participativnih procesov izoblikuje nov potencial za razvoj v turizmu in gradbeništvu.

V Švici nastajajo socialne inovacije, če navedemo primer, v okviru projekta Zukunft Hasliberg, za katerega je ponudbo dala občina: v skupnem procesu, v katerem sodeluje več kot sto domačinov in lastnikov sekundarnih prebivališč, so bile že oblikovane ideje za oživitev regionalnega razvoja, npr. ustanovitev centra za lesno gradnjo, odprtje večgeneracijske hiše ali možnosti predstavitve za manjša podjetja. V Adelbodnu želijo okrepiti regionalni gospodarski krogotok, tako da lastnike sekundarnih prebivališč, ki bi jih bilo treba prenoviti, spodbujajo k prenovi in jim pri tem zagotavljajo podporo v obliki finančnih sredstev in človeških virov; po zaključeni obnovi bodo obnovljena počitniška stanovanja določen del leta na voljo na trgu. Nadalje: hoteli v kantonih Graubünden in Ticino si delijo dobro usposobljeno osebje in tako ob različnih vrhuncih sezone obvladujejo razmere. S tovrstnimi oblikami sodelovanja bo uporaba človeških virov učinkovitejša, zaposleni pa se bodo lahko tako tudi dodatno izpopolnjevali, kar bo istočasno tudi izboljšalo podobo delodajalca.

Socialne inovacije lahko spodbujajo prerazporeditev prometa in dobička ter omogočajo gospodarnejše ravnanje z viri, imajo tudi visoke zahteve glede koordinacije in komunikacije, v ospredje pa postavljajo materialne in nematerialne kvalitete. Za to sta potrebna tudi izobraževanje in nadaljnje usposabljanje. Poleg tega socialne inovacije pogosto zmanjšujejo tveganja, manj obremenjujejo pokrajino in z integriranim poslovnim modelom tudi prihodnjim generacijam kažejo možnosti za trajnostno sobivanje lokalnega prebivalstva s turisti v alpskih regijah.

Monika Bandi Tanner, Univerza v Bernu,
Raziskovalno središče za turizem (CRED-T), Švica
Irmi Seidl, Švicarski inštitut za raziskovanje gozdov,
snega in pokrajine (WSL), Švica

Večje, višje, daljše: Rast nekaterih žičnic ne pozna meja.

QUO VADIS, SMUČARSKI TURIZEM?

Obstajajo znanstvene študije, ki razkrivajo višino dolgov posameznih vrst gorskih žičniških podjetij in gorske železnice, ki so prejele subvencijska sredstva, ter kakšne so dolgoročne posledice. CIPRI International je eden od raziskovalnih inštitutov na to temo obljubil prispevek o Avstriji, a v zadnji minuti odstopil od obljubljenega. Razlog za to naj bi bila po informacijah avtorja bojazen, da so bili konflikti izzvani, inštitutu pa odvzeta naročila.

Vendar pa je mogoče na podlagi objavljenih študij podati mnenje o spremembah v vedenju počitniških gostov in obiskovalcev. Kot je CIPRA zapisala v svojem stališču z naslovom Sončev obrat v zimskem turizmu, je število nočitev v Alpah že nekaj let v upadanju, kar velja tudi za nekdaj uspešna zimskošportna središča. Število smučarskih vozovnic, ki so bile prvič registrirane ob vstopu gosta na smučišče, v zadnjih petih letih v vseh alpskih državah stalno upada, ravno tako število dni bivanja smučarjev v zimskošportnih središčih. Zlasti mladi se z zimskimi športi, če sploh, ukvarjajo le še priložnostno. Tretjina do četrtina smučišč obratuje z izgubo. Zahteve po financiranju trženjskih dejavnosti in infrastrukture iz davkoplačevalskih sredstev so vedno glasnejše, tveganje pa se prenaša na družbo.

Kot kažejo študije, aktualni trend združevanja smučišč še ne zagotavlja večjega števila gostov. Razširjena ponudba bo mogoče kratkoročno pritegnila nove goste, a takoj, ko se bo razširila ponudba v nekem drugem kraju, bodo ti gostje spet odšli. Skupno število smučarjev kaže trend zmanjševanja – znotraj Alp pa vlada boj za njihovo porazdelitev.

Barbara Wülser, CIPRE International

Fotografija: Pete Coleman, flickr

Lep pozdrav iz ...

Kaj iščejo turisti v gorah in alpskih mestih?
Kako preživljajo čas, kakšne vtise nosijo s seboj domov?
Šest razglednic iz različnih alpskih držav kaže,
kaj navdušuje obiskovalce alpskega prostora.

... Tolmina, Slovenija

Slovenijo sem izbral, ker sem lahko sestavil izredno pester program dejavnosti. Ta vsebuje obisk mest in narave, ne da bi mi bilo treba potovati na daljše razdalje. Največji vtis name je naredila pokrajina.

Lepa narava, prijazni ljudje, prekrasen razgled.

...Vaduza, Lihtenštajn

Trenutno preživljamo počitnice na jugu Nemčije, obisk Lihtenštajna pa je enkratna priložnost. Obiskali bomo tudi sosednji državi, Avstrijo in Švico. Lihtenštajn je zelo majhna država, ki leži med obema sosedama. Šli smo malo naokrog, tukaj je zelo lepo, mirno, razgled na okoliške gore je prekrasen. V Vaduzu so nam bile všeč stare stavbe in arhitektura.

Družina Jano, Estonija

–> Doba bivanja: 1 dan

Vau! Prostor za sprostitev, nebesa na zemlji!

... Engelberga, Švica

Engelberg je ena od postaj na švicarski turi, ki jo bomo opravili s skupino popotnikov. Obiskali smo že goro Titlis in si ogledali slapove. Všeč so nam zasnežene gore, narava in mir, še posebno gora Titlis in razgled, ki ga nudi. Tukaj je vse zelo naravno in neverjetno lepo. To je kraj, za katerega bi lahko umrl.

Inra (35) in Rajani (40), Indija

–> Doba bivanja: 2 dni

Najboljša evropska država!

Craig (35), Velika Britanija

–> Doba bivanja: 12 dni v Sloveniji, eno dopoldne v Tolminu

Pokrajina, mir, urejenost.

... Romena v zgornji dolini Val di Non, Trentino, Italija

Sodelujem pri pobudi Posvojimo jablano. Vsaj enkrat na leto odpotujem v Romeno, kjer skrbim za svojo jablano in jo obrežem. Septembra lahko naberem zaboj jabolk s tega drevesa. Zaradi sodelovanja pri pobudi lahko uveljavljam popust na ceno mojih počitnic. V treh letih sem bil tukaj že sedemkrat. Še posebno so mi všeč mir in tišina, urejenost celotnega kraja in pokrajina.

Fabio (42),

San Miniato, Toskana, Italija

–> Doba bivanja: 3 dni

Mir, pokrajina, idealen kraj.

... Termignona sredi parka Vanoise v Franciji

To destinacijo sem izbral zaradi rečnih rib. V teh krajih sem že stalen gost. Čeprav sta mi zelo všeč tudi tukajšnja okolica in način, kako nas vsakokrat sprejmejo, pa sem prihajam samo zaradi ribarjenja.

Didier (50),

Chambéry, Francija

–> Doba bivanja: 4 dni

Presunljivo lepo, zahtevno, perfektno.

... Silvrette, Predarlberško, Avstrija

Tu sem zaradi ugodnih možnosti za turno smuko v visokogorskem svetu, Silvretta je znana prav po tem. Všeč mi je lepota pokrajine na več kot 2 000 m. n. v., nad katero se navdušuje vsak turni smučar. Zaradi turne smuke prihajajo semkaj smučarji iz vse Evrope.

Margit (58), Salzburg, Avstrija

–> Doba bivanja: 2 dni

»Za ustvarjanje pristne slike moramo poskrbeti sami«

Verjamemo, kar vidimo. A slikovna upodobitev alpskega sveta ne posreduje objektivne realnosti, sestavljajo jo namreč njegove značilne, določevalne lastnosti, pojasnjuje okoljska zgodovinarka Verena Winiwarter. V ozadju se pogosto skrivajo ekonomski interesi.

Verena Winiwarter raziskuje povezavo med idiličnimi razglednicami in realnostjo turizma.

Ga. Winiwarter, kako postane kraj turistična znamenitost?
Nekateri bodo zatrjevali, da je določen kraj vreden ogleda – to so ljudje, ki tako občutijo na podlagi lastnih doživetij. Gre za vprašanje razlikovanja: turistične znamenitosti ustvarimo tako, da za določen del pokrajine trdimo, da ima v primerjavi z drugimi več dobrih lastnosti. Kreatorje alpskih znamenitosti sicer najdemo že med angleškimi popotniki v 18. stoletju. Potovali so v kraje, kjer je ustrezala infrastruktura in kjer je bilo mogoče videti kaj posebnega. Kar je vredno ogleda, je vedno nekaj enkratnega. Ali bomo nekaj občutili kot znamenitost ali ne, je odvisno od naših kulturnih preferenc, ki se s časom spreminjajo. Tu so še procesi oblikovanja, ko npr. turistične znamenitosti ustvarjajo turistična podjetja. Poudarjajo njihovo enkratnost, da bi jih lahko primerno tržila.

Ali je zunanji pogled tisti, ki bo določil, da je nekaj vredno ogleda, ali lahko to izhaja tudi od znotraj?
Vid kot prevladujoči čut za zaznavanje prihaja pogosto od zunaj, je način zaznavanja, kot ga poznamo pri nekdanjih pohajkovalcih 19. stoletja (flâneur), popotnikih, turistih. Za ljudi, ki živijo v Alpah, so seveda pomembna druga vprašanja: je ta pot varna pred plazovi, je planšarija donosna, kolikšna je nevarnost, da se krave v planini poškodujejo, je vreme ugodno? Pokrajina se ocenjuje z zornega kota tistih, ki v njej živijo in morajo z njo živeti in delati vse leto.

Katere znamenitosti so za Alpe najbolj značilne?
Če v spletni iskalnik odtipkam Alpe, bom na prvih petnajstih fotografijah, ki nam jih ta prikaže, videla prav vse, kar je značilno za alpski svet. Obstajata namreč dva načina zaznavanja. Prvi se odraža kot sneg, Alpe pozimi – prav tako je med prvimi petnajstimi fotografijami vsaj ena, ki prikazuje žičnico. Mene osebno pritegnejo fotografije, ki upodabljajo posledice človekovih dejavnosti, kot so smučine, stopinje v nedavno zapadlem snegu. In potem je tukaj še podoba Alp v poletnih mesecih: pohodniki, kolesarji, alpsko cvetje. Jaz temu pravim »alpska trikolora« – planika, dlakavi sleč, encijan. Če alpskega cvetja ni, ga je treba pač dodati. Sčasoma se take fotografije povsem ločijo od kraja in tako popolnoma enake fotografije z alpskim cvetjem zagledamo na razglednicah iz Schladminga, Fieberbrunna ali Absama. Vidna zanimivost je tako po eni strani nekaj edinstvenega, po drugi strani pa predstavlja idealen vzorec.

Kako so te znamenitosti predstavljene turistom?
Obstajajo različne slikovne upodobitve Alp, denimo na razglednicah ali prospektih. So vsenavzoče in splošno razširjene, najdemo jih celo na smučarskih vozovnicah, prospektnem materialu turističnih kapacitet ali turističnih zemljevidih. Vsi ti tiskani mediji in turistično oglaševanje na spletu sledijo enakemu procesu: fotografija, ki se uveljavi, vpliva na zaznavanje mnogih, učinkuje pa tudi retroaktivno na tiste, ki so jo izdelali. V nekem trenutku bodo tudi fotografi lahko Alpe fotografirali le še na način, kot se Alpe pač fotografirajo, saj v nasprotnem primeru ne bo nihče kupil njihovih izdelkov. V uporabni grafiki se morajo avtorji fotografij prilagoditi vnaprej oblikovanemu okusu in podajati vedno enak, popolnoma standardiziran vizualni svet.

Vizualno podajanje torej vedno sledi isti logiki?
Na področju turizma je to res tako. Seveda obstajajo tudi drugačne upodobitve Alp, npr. v umetnosti ali znanosti. Prevladujoči in turistično zaznamovani vizualni svet vpliva celo na raziskovalce kulturne krajine. Tudi na področju socialne topografije, torej tam, kjer gre za upodobitve ljudi, so fotografije narejene na podlagi značilnih lastnosti: prikazujejo avtohtono ruralno prebivalstvo v njihovem življenjskem okolju, ljudje v narodni noši so fotografirani pred značilnimi hišami, cerkvico in gorami v ozadju. To retrogradno vpliva na tiste, ki so predmet teh fotografij. Prebivalci teh krajev občutijo kot del svoje identitete to, kar jim predlaga produkcija turističnih fotografij.
Drugačna podoba Alp se pojavlja v lokalnem časopisju: prikazuje se namreč tisto, kar je pomembno za ljudi, denimo nov gasilski dom ali protiplazne zagradbe – torej, kar je pomembno v vsakdanjem življenju.

V kolikšni meri pa zaznavanje Alp vpliva na samozavedanje prebivalcev?
V času, ko sem preučevala razglednice, je sodelavec poleti obiskal Sankt Aegyd am Neuwalde. Gostilničarko, ki je prodajala tudi razglednice, je vprašal, ali ima na prodaj tudi razglednice s poletnimi motivi. »Pri nas je lepo samo pozimi,« mu je odgovorila. Gre za enega od načinov odtujenosti od domačega okolja, kar pripisujem dejstvu, da je za ljudi »lepa« samo tista pokrajina, ki ima ekonomsko dodano vrednost. Če v Alpah res želimo uresničevati trajnostni razvoj, bomo morali vplivati tudi na to, kako ga ljudje vizualno zaznavajo. Dokler pa bodo o tem, kaj je lepo in kaj ni, odločali turistični trendi zunaj lokalnega okolja, se bodo ljudje pač stalno soočali s takim zunanjim zaznavanjem.

Kaj se je po določenem času spremenilo pri tipičnih temah?
Ne prav veliko. Že razglednice iz dvajsetih let prejšnjega stoletja prikazujejo prevladujoči pogled na Alpe od zgoraj in te obstajajo še danes. Takrat so že bile na voljo razglednice s humorno obarvanimi dopisi, ki so se oddaljile od upodobitve samega kraja. Danes tako najdemo razglednice s satelitskim posnetkom Zemlje in na njem puščico z napisom, denimo, »Kitzbühel«. Tovrstna virtualizacija fotografije je možna,

»Vredne ogleda so na eni strani edinstvenosti na drugi strani pa idealni tipi.«

Verena Winiwarter spodbuja ustvarjanje namesto kopiranja.

saj razglednic ne pošiljamo več domov, da bi naš obisk fotografsko dokumentirali – fotografije naredimo tako ali tako sami. Največja sprememba so slikovne upodobitve, ki so v bistveno večji meri usmerjene v določeno ciljno skupino. Produkcija fotografij, ki je postala večja, se je izdiferencirala. Včasih so obstajale fotografije, ki so jih izdelovali fotografi domačini. Fotograf iz Bregenzenwalda je fotografije naredil, razvil in prodajal v Bregenzenwaldu. Danes take fotografije izdelujejo založbe. Spremembo morda predstavlja tudi dejstvo, da se je abstraktnost kraja še povečala.

Nekatere destinacije poskušajo posredovati pristnejšo sliko Alp, na primer z upodobitvijo biosfernih ali naravnih parkov. Jim to uspeva?
Ekonomska logika trženja je parke prisilila, da so tudi sami pripravili svojo turistično ponudbo. S slogani, kot je Ne hodite sem, pustite naravo pri miru, seveda ni mogoče financirati delovanja parkov. Ti se morajo odpreti ljudem, tudi iz didaktičnih razlogov. Opažam, da so tudi narodni parki popustili in se podredili prevladujočemu turističnemu načinu upodabljanja, ki je že definiral, kakšen mora biti lep košček Alp.

OKOLJSKA ZGODOVINARKA PRODORNEGA DUHA

Verena Winiwarter, avstrijska znanstvenica v letu 2013 in predavateljica na Univerzi Alpe – Adria v Celovcu, kjer ima odločilno vlogo pri pripravi znanstvenih podlag za področje avstrijske zgodovine okolja. Rojena Dunajčanka je pozornost širše javnosti pritegnila s svojo raziskavo alpskih razglednic, poleg tega si za uveljavitev zgodovine okolja kot raziskovalnega področja prizadeva tudi zunaj znanstveno-raziskovalnega področja. Je avtorica učnih gradiv za poklicnoizobraževalne višje šole tehniške, poslovno-ekonomske in umetnoobrtne smeri.

www.umweltgeschichte.uni-klu.ac.at (de, en)

Pritisk izvajata tudi filmski in televizijski svet. Narodni parki so se prisiljeni ukvarjati z doživljajskim turizmom: odvijati se mora nekaj dramatičnega, tudi če se nič ne dogaja. Morda na poti srečamo medveda. Če pa medveda ne srečamo, mora biti nadzornik v narodnem parku sposoben vsaj prepoznati medvedje iztrebke in opozoriti, da je medved vendarle bil ... Parki bi morali spodbujati ljudi, da bi občudovali majhne stvari.

Ali med alpskimi državami obstajajo razlike v podajanju upodobitve alpske pokrajine?
Obstajajo in to občutne razlike. V švicarskih Alpah je vse polno krav in alpskih rogov. Švicarji imajo številne kantone s prav tako številnimi grbi, tukaj se pojavlja simbol dostopnosti Alp, namreč alpske železnice. Na mnogih razglednicah je prikazan vlak. Avstrijske Alpe so polne cvetja, krav je zelo malo, tu in tam ovce, železnic ni, so pa včasih gorske ceste. V Italiji obstaja nekakšno soglasje glede urbanosti Alp: razglednice prikazujejo jezera z obalo, mesta s promenado in palmami, v ozadju gorska kulisa. Tako nastanejo določeni regionalni vzorci, ki potem prevladajo nad ostalimi.

Kakšna bi morala torej biti pristnejša upodobitev Alp?
V socialnem sistemu, v katerem te fotografije delujejo, se pristnost sploh ne zahteva. Razglednice so retuširane, pa saj to je splošno znano dejstvo. Če boste v Schladmingu preživeli štirinajst dni, vreme prav gotovo ne bo vsak dan táko, kot je na razglednici. To potrošnikov ne preseneča, s tem smo se sprijaznili. Vprašanje je treba zastaviti drugače: ali lahko izdelamo slikovno gradivo, ki bo imelo drugačen namen, tak, ki ne bo spodbujal širjenja alpske turistične infrastrukture in nadaljnje kolonizacije Alp.
Spremeniti estetske preference je seveda zelo težko. Sama bi poskusila ljudi spodbuditi k temu, da si ustvarijo svojo podobo, sliko. V turističnih krajih bi razpisala natečaj, na katerem bi fotografije, ki so jih ustvarili gostje, ocenjevali domačini, in obratno, natečaj, na katerem bi vlogo ocenjevalcev imeli gostje, fotografije pa bi naredili domačini – s tem bi lahko svoje mesto dobili tudi lokalni prebivalci. Odgovornost za pokrajino prevzamemo, ko to ni nekaj, kar uporabljamo, temveč je nekaj, kar ustvarimo sami. Sprožimo lahko proces samorefleksije. Lotite se fotografiranja, a ne tako, da s pametnim telefonom fotografirate, kar je tipično, temveč kar je za vas pomembno. To je lahko tudi zgrbančeno rušje, ki zaznamuje določen del poti, pomemben za vas. Če hočemo ustvariti alternative »diznilendsko« zasnovanim tematskim parkom na prostem, potrebujemo drugačne, spoštljive slike. Za ustvarjanje takih slik pa bomo morali poskrbeti sami.

Pogovor je vodila **Bettina Hug**
Foto: **Lukas Schiemer**

Alpe – destinacija!?

Kakšen je »namen« turističnih območij v Alpah, se sprašuje kulturni filozof Janš Badjura. V nadaljevanju njegova razmišljanja o življenjskih svetovih, izkustvenem inventarju in horizontih pričakovanja.

Pojem destinacija izvira iz latinske besede destinatio, ki jo lahko prevedemo kot namen/cilj. Tudi francoska beseda destin – usoda – izvira iz istega semantičnega razreda. Destinacija je v smislu turističnega slovarja definirana nekoliko bolj tradicionalno: po Gablerjevem Leksikonu gospodarstva je destinacija »geografski prostor, ki ga turist/gost (ali segment gostov) izbere za cilj svojega potovanja«. In tukaj se vprašamo: je alpskim regijam namenjeno in usojeno biti destinacija na tak način?

Destinacije so konkurenčne turistične enote, ki so preoblikovane v destinacijske blagovne znamke in ki se s pomočjo destinacijskega menedžmenta umeščajo na turistični trg kot skupek usklajenih destinacijskih proizvodov. A to, kar se v Alpah umešča na turistične trge, ki temeljijo na ekonomiji pozornosti, je predvsem eno: življenjski prostor in življenjski svet tistih, ki tam živijo, vključno z njihovim kulturnim življenjskim okoljem. Številna vprašanja, ki so danes pomembna v smislu alpske politike, npr. demografska problematika, trajnostne zasnove identitete, ekonomske perspektive v povezavi z novimi oblikami dela in komunikacije, so v veliki meri odvisna od tega, kako to kulturno življenjsko okolje ohraniti in razvijati na način, ki bo življenjsko koristen in odprt v prihodnost. Za to je nujna produktivna polemika, ki bo omogočila odprta in avtonomna pogajanja o posameznih in skupnih izkustvenih inventarjih in horizontih pričakovanja lokalnega prebivalstva ob upoštevanju njihovih generacijskih značilnosti kakor tudi značilnosti, povezanih z njihovim izvorom. Kadar pa na ustrezna pogajalska razmerja vse bolj vpliva miselni slog, kot se pojavlja v strateških procesih oblikovanja blagovne znamke, ima to resne posledice za prihodnje procese. Inscenacije oblik življenja, ki se domnevno osredotočajo na potrošnike, le še zacementirajo sheme, ki utrjujejo predsodke, npr. domačini nasproti turistom, tradicionalno nasproti sodobnemu, mesto nasproti podeželju itd. Te se utrjujejo v stereotipne vizije sveta, opremljene z estetiko starih dobrih časov in reda, in to ne le v glavah turistov, ki pripotujejo z ustreznimi pričakovanji, temveč predvsem v samopodobi tistih, ki oživljajo razvoj »destinacij«.

Kaj pa bi lahko bila temu alternativa? Našli bomo primere občin, ki poskušajo produktivno in ob sodelovanju čim večjega števila udeležencev razmišljati o »multiavtohtonosti« in jo uveljavljati v praksi. Kjer ljudje različnega izvora želijo upravljati skupno sočasno okolje s pogledom v prihodnost – in so v ta namen pripravljeni prenašati tudi konflikte – in kjer krajevna pripadnost ni pogoj za odobritev staroselstva. Kjer pač imaginarne poti ne opredeljujejo taki pogledi na svet, ki trenutno strategijo blagovne znamke destinacije natančno določajo za vsako točko tržnega načrta. To nikakor ne izključuje, da so te občine turistično uspešne – saj so to prav zato, ker se ne sprijaznijo z usodo destinacije, o kateri odločajo drugi, in so lahko ravno zaradi tega privlačne na svoj specifičen način.

Tovrstna kulturna trajnostnost je navsezadnje pomembna tudi za razpravo o trajnostnem turizmu, saj je ta danes v nevarnosti, da sam postane neke vrste segment destinacije, tako da se pojmi, kot so trajnostna mobilnost, upočasnjeno vzdušje kraja, podnebno nevtralna regionalnost itd., komunicirajo z identičnimi instrumenti destinacijskega menedžmenta kot tiste značilnosti segmenta, ki jih podpirajo v različnih turističnih Mekah v Alpah. Tudi tukaj velja: le v primeru, da bodo lokalni in regionalni akterji izoblikovali svojo predstavo o trajnostnosti in jo tudi odločno uveljavljali v praksi, namesto da času dopadljive slogane oz. slikovna sporočila inscenirajo kot domnevno identitarno bistvo blagovne znamke, destinacija ne bo – usoda.

Fotografija: Anita Affentranger

KULTURNI FILOZOF IN GORSKI VODNIK

Jens Badura je habilitirani kulturni filozof, ustanovitelj in direktor podjetja berg_kulturbüro v Ramsauu pri Berchtesgadnu/D in creativealps_lab na Züriški visoki šoli za umetnost (ZHdK), kjer predava filozofijo kulture in estetiko. Z Alpami ga povezuje tudi dejavnost gorskega vodnika, ki jo opravlja pri salzburški gorski reševalni službi.

www.bergkulturbuero.org (de)

Zakaj turizem (še) potrebuje varstvo narave

Turizem in varstvo narave sta pogosto v konfliktu, pa vendar tudi v medsebojni odvisnosti. Ali obstaja v daljni prihodnosti tretja možnost, zaradi katere bodo zavarovana območja postala nepotrebna?

Fotografija: Parc naturel régional des Baronnies provençales

Na lovu za avanturo, doživetji v naravi in športnimi izzivi: sonaravni turizem v regionalnem naravnem parku Baronnies Provençales.

Širitve smučišč se nadaljujejo: Riedberger Horn v Nemčiji, območje les Vans v Chamrousse ali Vallon du Lou Saint Martin de Belleville, Francija. Poleg tega pa še vspostavitev povezave med smučišči Hinterstoder - Höss in Wurzeralm na Zgornjem Avstrijskem in Montagne des Vans in Vallon du Lou v Franciji, ter propadel projekt ustanovitve narodnega parka Adula v Švici (gl. besedilo v okvirju): alpske pokrajine in naravovarstvena območja so se vnovič znašla v središču gospodarskih, ekoloških in družbenih interesov. To za visokogorski del sveta, za katerega je značilna gosta poselitev in kjer je raba prostora v turistične namene najintenzivnejša, resda ni nič novega, nov pa je pojav mediatizacije konfliktov, ki presega lokalne, regionalne in celo nacionalne meje.

V takem prepletu interesov in prepričanj si nasproti stojita dva različna ekonomska modela: prvi že tradicionalno izhaja iz (sektorskega) ločevanja med turizmom in varstvom narave, najvišji cilj pa je ustvarjanje gospodarske vrednosti. Modelu, ki temelji na (kratkoročni) gospodarski rasti, se z gibanji, kot sta zeleno gospodarstvo (green economy) in sonaravni turizem, ter z njunim razumevanjem že nekaj let odpirajo nove možnosti. Gre za varovanje naravnih in kulturnih virov ter njihovo namensko uporabo za potrebe turizma. Povsem drugačen model pa lahko danes opažamo v številnih pobudah na lokalni ravni, kjer tovrstne strategije v ospredje vseh današnjih gospodarskih teženj postavljajo dolgoročno blaginjo ljudi in narave, o izključni turistični usmerjenosti gospodarstva pa dvomijo.

TRG JE TISTI, KI ODLOČA

V prvem, splošno razširjenem modelu se gospodarski akterji poskušajo na spremembe na tržišču odzvati z uveljavljenimi poslovnimi modeli in s tem povezanimi inovacijami produktov. Osrednje mesto zavzema krepitev vrednosti narave, kulture in pokrajine v Alpah ter njihovih ekosistemskih storitev za domače prebivalce in turiste. Poraba slednjih bi morala ustvarjati dodano ekonomsko vrednost. Za alpske regije to pomeni usmerjenost v gospodarsko rast, deloma hudo konkurenco med destinacijami posameznih regij in potrebo po stalni (tehnološki) inovativnosti.

Cilj sonaravnega turizma pa je z novimi oblikami ponudbe in storitvami odpreti tržne segmente, ki imajo močan potencial, npr. za t. i. silver agers ali pa pripadnike generacije Y. Ekonomski potencial sonaravnega turizma je ocenjen kot zelo močan, saj izpolnjuje trenutne potrebe in emocionalne želje urbane družbe po pustolovskih dejavnostih, športnih dosežkih ali svobodi, pa tudi želje po upočasnitvi, zdravju in vrnitvi k naravi. Seveda nima vsaka alpska regija istih naravnih in turističnih potencialov. Sonaravni turizem zato ne more odpraviti vseh težav, s katerimi se ubadajo periferna podeželska območja v Alpah, kot so v to prepričani mnogi.

Več kot 1000 zavarovanih območij v Alpah ima v današnjih strategijah, ki temeljijo na gospodarski rasti, odločilno vlogo, saj varujejo naravno okolje pred (pre)močnimi ekonomskimi, infrastrukturnimi in turističnimi vplivi ter s tem zagotavljajo razpoložljivost naravnih in kulturnih značilnosti za turistično trženje in rabo (v smislu edinstvene prodajne prednosti). Čeprav sonaravni turizem ne zahteva obsežnih investicij, virov in infrastrukture, je treba tudi na tem področju opredeliti uravnovešeno razmerje med varstvom in rabo. Sedanji trendi in nove oblike ponudbe bi lahko postali množičen pojav, kot npr. alpsko smučanje v zadnjih letih.

V SREDIŠČU POZORNOSTI JE SKUPNA BLAGINJA

Marsikje v Alpah se pojavlja drugačen ekonomski model, v katerem lokalne pobude obvladujejo sektorsko ločevanje med turizmom in varstvom narave. Aktualnih izzivov se lotevajo z daljnovidnim, etičnim in spoštljivim odnosom do narave, gospodarstva in lokalne skupnosti; v središču vseh prizadevanj je skupno blaginjo (gl. stran 10). Pri tem za razvoj ne obstaja splošno veljaven in prenosljiv model, temveč gre za raznovrstne lokalne, demokratične in participativne pristope in procese. To za turizem pomeni upočasnitev trženja in razvoja ponudbe, a tudi zmanjšanje njegovega pomena v korist drugim gospodarskim panogam. Zaradi take družbene preobrazbe morda v (daljni) prihodnosti ne bi bilo več potrebe po zavarovanih območjih. Vendar pa širjenje modela, v katerem ima osrednje mesto skupno, javno dobro, ovira predvsem dejstvo, da se storitve in učinki danes na splošno merijo s kazalci tradicionalnega modela gospodarske rasti, kot je npr. število prenočitev. Zato je doslej o tem uspelo prepričati politiko le poredkoma.

Dominik Cremer-Schulte, Alparc

PARK ADULA: PROPADEL PROJEKT ALI VENDARLE VMESNA ZMAGA?

Novembra 2016 se je na referendumu osem od sedemnajstih občin kantonov Ticino in Graubünden izreklo proti ustanovitvi drugega švicarskega narodnega parka. Če bi referendum uspel, bi se – na svetovni ravni prva – demokratično legitimna ustanovitev narodnega parka lahko zapisala v zgodovino, tako pa zahtevana večina ni bila dosežena, predvsem v občinah, katerih del bi ležal v jedrni coni novega parka. Z referendumsko odločitvijo je bilo izničenih šestnajst let intenzivnih priprav in prizadevanj. V regiji pod goro Piz Adula, kjer živi okoli 14.000 prebivalcev, je očitno prevladal strah pred omejitvami, paternalističnim odnosom in spremembami.

V smislu participativnega projekta je bil park Adula tako pobuda kot tudi vizionarski instrument, kar bi se odražalo v novem, voluntarističnem varstvu narave, ki bi ga izvajalo lokalno prebivalstvo, vendar je projekt propadel zaradi svoje oznake (label) in zastarele miselnosti. Po drugi strani pa je mogoče odločitev, ki je bila izražena z glasovanjem, razumeti tudi kot eno od stopenj dolgotrajnega procesa, v katerem se spreminja družbeno razumevanje odnosa med naravo in gospodarstvom.

www.umweltgeschichte.uni-klu.ac.at (de, en)

Ko trajnostnost požene korenine

V letu 2017 obeležujeta Omrežje občin Povezanost v Alpah in društvo Alpsko mesto leta 20. obletnico svojega delovanja. A to ni edino, kar povezuje obe mreži.
Maya Mathias, CIPRA International

»Kar naredi Omrežje občin še posebno privlačno in zanimivo, so kulturno pogojene razlike v načinu delovanja in pristopi.«

Rainer Siegele, Župan občine Moder od leta 1995, ustanovni član in predsednik Omrežja občin Povezanost v Alpah v letih 1999–2013

SEJATI TRAJNOSTNI RAZVOJ MED OBČINE

V prvih letih po podpisu Alpske konvencije se na področju trajnostnega razvoja ni zgodilo nič. Države konvencije niso izvajale, saj je še niso ratificirale. V takih razmerah je v CIPRI in Inštitutu za raziskovanje Alp (AFI) nastala ideja, da bi začeli od spodaj navzgor, in sicer s projektom, ki bi se izvajal na ravni občin. Da bi se projekt uveljavil dolgoročno, sta leta 1997 omenjeni inštituciji skupaj s 27 občinami ustanovili Omrežje občin **Povezanost v Alpah**.

»Od mest samih je odvisno, ali bodo naziv izkoristila kot odskočno desko ali pa bodo trenutno navdušenje pustila splahneti.«

Andreas Weissen, član žirije Alpsko mesto leta od 1997 do 2009, predsednik CIPRE International v letih 1995 – 2004

VZKLILO JE SEME ALPSKEGA GLAVNEGA MESTA

Mesta so v okviru Alpske konvencije še neobdelano področje, čeprav v njih živi večina alpskega prebivalstva. Da bi se tudi v mestih uveljavil trajnostni razvoj, je na pobudo novinarja Gerharda Lebe – po zgledu evropskih prestolnic kulture – nastala ideja o ustanovitvi **društva Alpsko mesto leta**. Prvi, ki mu je bil za dve leti podeljen naziv Alpsko mesto leta, je bil avstrijski Beljak in v tem času mu je v okviru mladinskega projekta uspelo namestiti prve solarne panele, podelitev naziva pa mu je prinesla tudi ureditev naravnega parka Dobrač.

RASTEMO SKUPAJ

CIPRA se je ob ustanovitvi društva Alpsko mesto leta zavzela za kontinuiteto njegovega delovanja in podprla ustanovitev društva ter okrepila povezavo z Alpsko konvencijo. Od leta 2003 dalje je za vodenje sekretariata društva zadolžena CIPRA.
CIPRA pa je kot soustanoviteljica že od začetka povezana tudi z Omrežjem občin Povezanost v Alpah. V letih 1997–2015 je za omrežju opravljala administrativna dela in skrbela za izvajanje projektov. Leta 2012 je omrežje ustanovilo svoj sekretariat. Leta 2016 sta medsebojno sodelovanje organizaciji še okrepili s podpisom **Memoranduma o soglasju**.

Povezanost v Alpah pridobi status opazovalca pri Alpski konvenciji.

1991 1997 2003 2006

PLODNA TLA ZA ALPSKO KONVENCIJO

Po podpisu Alpske konvencije so se pojavile številne pobude. Mednarodni sporazum, ki so ga sklenile vse alpske države in Evropska unija, je ljudi v Alpah spodbudil k uresničevanju trajnostnega razvoja na lokalni ravni. Iz te ideje sta zrasli tudi uvodoma omenjeni organizaciji – Omrežje občin Povezanost v Alpah in Alpsko mesto leta. Konvencija o varstvu Alp, s krajšim imenom Alpska konvencija, je začela veljati 6. marca 1995.

VZNIKNILI SO TUDI SKUPNI PROJEKTI

Omrežje občin in društvo Alpsko mesto leta danes tesno sodelujeta v številnih projektih tudi s CIPRO International: program **dynalp nature** je bil namenjen varstvu alpske biotske raznovrstnosti v okviru štirih projektov sodelovanja, v katere se je vključilo 23 občin. To je tudi tema projekta **speciAlps**. Mladi, mladinski delavci in politiki iz sedmih držav si izkušnje in informacije izmenjujejo v projektu **youTurn**. Cilj projekta **GaYA** je mlade intenzivneje vpeti v politično življenje, **PlurAlps** pa kaže, da je lahko tudi kulturna pestrost priložnost za alpski prostor. Predvidena je še vzpostavitev podnebnega partnerstva z alpskimi občinami.

»Šele ko občinam uspe konkretno izvajati strategije in načrte, se papirji spremenijo v realnost.«

Marc Nitschke, predsednik Omrežja občin Povezanost v Alpah od leta 2012 župan Občine Übersee

»Mreža je tista, ki omogoča izvajanje projektov, tako pa spodbuja kulturo trajnostnega razvoja.«

Thierry Billet, predsednik društva Alpsko mesto leta od leta 2013 podžupan Občine Annecy, Francija

Društvo Alpsko mesto leta pridobi status opazovalca pri Alpski konvenciji.

»V alpskih mrežah delujemo v duhu odprtosti, izmenjave in srečanj.«

Cristina Del Biaggio, članica žirije Alpsko mesto leta 2014

RAZCVET NOVIH PODROČIJ

Občine so centralna raven, ko gre za uresničevanje trajnostnega razvoja. Kot politični organ lahko občine odločitve sprejemajo samostojno. Omrežje občin Povezanost v Alpah sodeluje v enem od projektov programa Alpine Space/Območje Alp kot partnerska občina: s projektom PlurAlps se loteva novega tematskega področja, tj. migracij in raznolikosti. Skupaj z drugimi projektnimi partnerji išče nove možnosti in rešitve, kako naj se občine soočajo z izzivi, povezanimi z migracijami, in jih uporabijo kot priložnosti.

KULTURA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA

V primerjavi z velikimi so manjša mesta pogosto v zapostavljenem položaju. Trajnostni razvoj se v alpskih mestih še ni dokončno ukoreninil. Medtem je nastala široka mreža, znotraj katere si je mogoče izmenjati primere dobre prakse in ideje. V luči izredno velikega problema, to pa je globalno segrevanje podnebja, tudi alpska mesta pomembno prispevajo k zajezitvi njegovih vzrokov in posledic.

PRERASTI SAMEGA SEBE

Za naziv Alpsko mesto leta lahko kandidira vsako mesto, ki leži na območju Alp in je pripravljeno dokazati, da se ekologija in ekonomija ne izključujeta, temveč se smiselno dopolnjujeta in pri tem osredotočata v prihodnost. Po opravljenem izboru žirija enemu izmed kandidatov podeli naziv Alpsko mesto leta ter mu svetuje pri izvajanju letnega programa in reševanju vsebinskih vprašanj. Kandidature za pridobitev naziva Alpsko mesto leta 2019 je mogoče oddati do konca septembra 2017.

2011

2017

V društvu Alpsko mesto leta se povezujejo alpska mesta, ki so prejela istoimenski naziv. Tega podeljuje mednarodna žirija kot priznanje mestom za njihovo posebno zavzetost in prizadevanja pri uresničevanju Alpske konvencije v praksi. Žirija je doslej naziv podelila 19 mestom, od katerih je 15 članov društva.
www.alpenstaedte.org/sl

Omrežje občin Povezanost v Alpah je združenje občin iz sedmih alpskih držav. Svojim članicam, ki si prizadevajo za neokrnjeno naravno okolje, zdravo gospodarjenje in kakovostno sobivanje na območju Alp, zagotavlja platformo za izmenjavo izkušenj in informacij prek jezikovnih in kulturnih meja. Omrežje občin ima trenutno 262 članic.
www.alpenallianz.org/sl

Letošnja letna strokovna konferenca CIPRE bo posvečena prostorskemu planiranju v Alpah.

Govorimo o sferah v Alpah

Območja z izjemnim potencialom, ki so podvržena velikim pritiskom z vidika rabe, so zoperstavljena obrobnim pokrajinam, ki beležijo visoko stopnjo odseljevanja. Ti pojavi se zrcalijo tako v pokrajini kot v politiki: tukaj zahteve po zgoščevanju, spet tam po redčenju. Na letni strokovni konferenci CIPRE Prostorske sfere v Alpah: naravne meje, brezmejne možnosti, ki bo 29. in 30. septembra 2017 v Innsbrucku / A, bo razprava tekla prav o teh vprašanjih kakor tudi o statusu in položaju prostorske politike v kontekstu politike, načrtovanja in civilne družbe na vseh ravneh. CIPRA je na to temo opravila že veliko pripravljalnega dela. Projekt alpMonitor obravnava prostorsko načrtovanje kot področje delovanja v obliki interaktivne predstavitve in s koristnimi osnovnimi informacijami, ki so zbrane v dosjeju. Prav tako je vprašanju prostora in kakovosti življenja v Alpah posvečena zadnja številka revije Alpe na odru. Veliko pozornosti je bilo lansko leto deležno tudi odprto pismo konference alpskih držav o prostorskem planiranju, v katerem je CIPRA ministre in ministrice pozvala, naj okrepijo svoje dejavnosti za varstvo naravnega življenjskega okolja v Alpah.
www.cipra.org/sl/sk2017

Varstvo podnebja skozi igro

Na delo se lahko vozimo s kolesom ali z avtomobilom, zelenjavo kupujemo na bližnji ekološki kmetiji in se odpovemo tisti iz čezmorskih držav… Dejstvo je, da s svojim življenjskim slogom vplivamo na podnebje in druge ljudi. Če želimo, da bo naše podnebje ostalo v ravnovesju, bi smel vsakdo od nas na dan porabiti največ 6,8 kg izpustov CO_2 oz. preračunano na 100 točk, kot jih je ovrednotil projekt 100max. Kako so se v takem načinu življenja odrezali odrasli, otroci in družine iz različnih alpskih držav, ki so se odločili aktivno sodelovati v tem projektu, in kakšne izkušnje so pridobili, ko so dvakrat po en teden v praksi poskusili doseči cilj projekta in ne preseči meje stotih točk, si lahko zdaj ogledamo v kratkem filmu 100max. Varstvo podnebja skozi igro v Alpah. Za Klaudio iz Merana/I, eno od sodelujočih, je bil projekt 100max dobra priložnost, da je skozi igro preverila svoj življenjski slog. Tega se zaveda tudi Lukas iz Entlebucha/CH: »Kakovost življenja ni odvisna od tega, koliko dobrin imam in koliko energije porabim, temveč od tega, kaj počenjam s tem, kar imam na razpolago.« Kratki film je nastal v okviru projekta 100max CIPRE International v sodelovanju z www.eingutertag.org, izvedbo pa je financiralo nemško Zvezno ministrstvo za okolje.
www.cipra.org/sl/100max

Dialog namesto poučevanja

Z ladjo čez Sredozemlje, s tovornjakom čez Alpe: dostava tovora, prepeljanega po morju, poteka v vse evropske države, prevoz evropskih proizvodov v svet pa prek sredozemskih pristanišč. Večina celotnega transporta prek Alp se odvija po cesti. Tovorni promet, ki poteka prek Alp, ima velik ekološki, socialni in kulturni vpliv. Razvoj kaže, da je že skrajni čas za razmislek o obstoječih prometnih modelih in oblikovanje inovativnih rešitev. V projektu AlpInnoCT, ki je bil razpisan v okviru Interregovega programa Območje Alp, financira pa ga Evropski sklad za regionalni razvoj, sodeluje tudi CIPRA International, ki skupaj s svojimi partnerji vodi konstruktiven in participativen dialog med različnimi interesnimi skupinami, saj bo le tako mogoče skupaj izdelati ukrepe za bolj trajnostni tovorni promet na območju Alp in prek njega. Mnogi od sodelujočih že pripravljajo ustrezne rešitve, kot so tehnične izboljšave v logistiki, večja učinkovitost pri določanju časov natovarjanja pri prevoznikih v železniškem prometu ali oblikovanje ustrezne regulative s strani politike. Tisto, kar primanjkuje, je koordinacija posameznih dejavnosti, tu pa nastopi projekt AlpInnoCT.
www.cipra.org/biotska-raznovrstnost

Ne varstva ne rabe

Na manj dostopnih območjih so znaki človekovih dejavnosti komajda vidni, zato lahko ti prostori premorejo izredno pestrost življenja. A le nekateri od njih so tudi zavarovani. Projekt WorthWild želi zagotoviti njihovo sprejetost in razviti ustrezne metode, na podlagi katerih bi dosegli bolj ozaveščeno ravnanje s temi območji.
Enoletna študija izvedljivosti temelji na izkušnjah, ki so bile pridobljene pri izvajanju obstoječih konceptov v alpskih državah, njen namen pa je podati pregled teh konceptov, jih med seboj primerjati in oblikovati priporočila za nadaljnje ukrepanje.
Izhodišče je bila februarska delavnica (2017), na kateri so strokovnjaki in predstavniki regionalnega razvoja predstavili nekatere od konceptov ter si skupaj s predstavniki CIPRE in drugih nevladnih organizacij izmenjali izkušnje. Kot je pokazal pregled, se na območju Alp pristojnosti za sprejemanje odločitev glede prostorskega načrtovanja od države do države razlikujejo, taka vprašanja pa povzročajo tudi različno občutljivost odločevalcev na lokalni ravni. Projekt podpira Zvezni urad za varstvo narave (BfN) s sredstvi nemškega Zveznega ministrstva za okolje, varstvo narave, gradnjo in varnost reaktorjev (BMUB) in švicarskega Sklada Paula Schillerja.
www.cipra.org/sl/promet

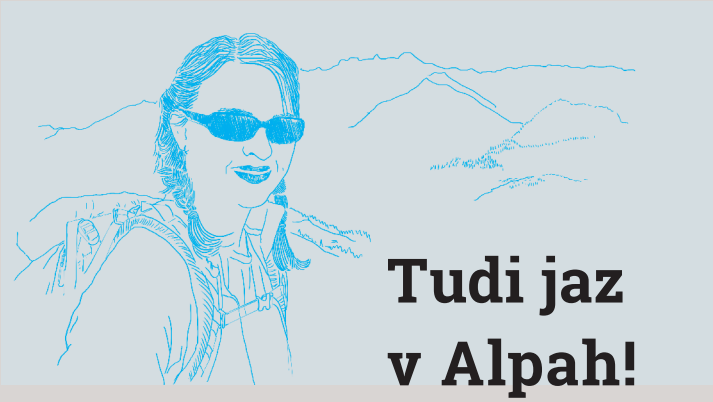
Fotografija: Heinz Heiss / Zeitenspiegel

Z lastnimi rokami

Gradnja z ilovico je del človeške zgodovine, a v evropskem in alpskem prostoru je poznavanje tehnike predelave tega naravnega gradiva skorajda že utonilo v pozabo. Njegove ugodne ekološke in zdravstvene lastnosti – za izdelavo in predelavo ilovice je potrebno malo energije, prav tako ilovica ne draži kože, ne vsebuje škodljivih snovi in jo je mogoče povsem reciklirati – arhitekti in drugi strokovnjaki odkrivajo šele v zadnjem času. CIPRA International je enega svojih projektov posvetila prav ilovnati gradnji in tako bodo mladi udeleženci imeli priložnost, da se ilovice lotijo kar z lastnimi rokami. Na dveh delavnicah, v Franciji in Avstriji, se bodo seznanili, kako uporabljati ilovico za gradnjo, pridobljeno znanje pa bodo preizkusili v praksi, saj bodo skupaj zgradili peč iz ilovice. Udeleženci pri projektu – dijaki poklicnih šol, študentje univerz in arhitekturnih zbornic – bodo lahko izkoristili še eno priložnost in sami uresničili trajnostne gradbene projekte. Rezultati njihovega dela bodo prikazani v obliki fotografij in krajših videoposnetkov.
www.cipra.org/podnebnje

Besedo mladim

Na gorskih območjih zapušča svoje domove veliko mladih, saj tam ne vidijo veliko perspektiv za osebni razvoj in zaposlitvenih možnosti. Namen projekta Governance and Youth in the Alps (GaYA) želi mlade intenzivneje vključiti v politično življenje in s tem izboljšati kakovost demokratičnih procesov. Nosilci odločitev se namreč pogosto ne zavedajo, kakšno prednost prinaša vključevanje mladih v procese odločanja. Nove oblike upravljanja imajo velike možnosti za sprejemanje bolj trajnostnih in bolje utemeljenih političnih odločitev. V okviru projekta se zbirajo participativne metode s celotnega alpskega območja, ki bodo javnosti predstavljene v poročilu – primeri dobre prakse in ideje morajo biti dostopni za vse. Izvajanje projekta GaYA sofinancirata Evropski sklad za regionalni razvoj prek Interregovega programa za območje Alp in nemško Zvezno ministrstvo za okolje, varstvo narave, gradnjo in varnost reaktorjev.
www.cipra.org/mladina



Tudi jaz v Alpah!

Zgodaj zjutraj devetega dne v četrtem mesecu sem se odpravila raziskovat Alpe. O gorstvu sredi Evrope sem prebrala že marsikaj protislovnega in o tamkajšnjih prebivalcih se je spletla že marsikatera legenda. Kar naprej poslušamo tudi o njihovem izumrtju. Kaj sploh je homo alpinus, sem se vprašala in odšla na pot.

Kmalu zatem, ko sem zapustila mesto, sem se na prvi skalnati vzpetini že srečala s prvim primerkom. S preprostim O, pozdravljeni! sem poskusila v upanju, da mi bo mimoidoči namenil malce pozornosti. Z nepremičnim pogledom, uprtim v pravokoten predmet, ki ga je trdno držal v svojih rokah in iz katerega je bil speljan kabel, razcepljen na dva dela, za vsako uho po eden, me sploh ni opazil. No, sem pomislila, prebivalci Alp torej ne morejo biti nevarni.

Pot, tlakovana z dobrim asfaltom, se je počasi vila navkreber. Rahlo sem se opotekla, a le zaradi hrupa mimobrzečih tovornjakov. Na naslednji vzpetini sem zagledala prvobitno alpsko bivališče. Homo alpinus, tako ga imenuje strokovna literatura, ima najraje nizke stavbe, kamnite ali krite s skodlami, s strmimi strehami, ozkimi kamini in majhnimi okni. A hiše, ki so stale pred mano, nikakor niso ustrezale temu opisu. Zatrep zelo visoko, velika okna so razkrivala pogled v notranjost. V bližini sem opazila skupino pogumnih in na pol golih domačinov, ki so se drenjali na lestvi, zdrseli po živo zelenem kanalu in vreščaje pljusknili v vodo. Pozornost sta zbudili tudi njihova postava in ten: nihče ni bil čokate postave, temnih las in lenobne narave, kot piše v literaturi, nasprotno, vsi so bili svetle polti, visoke in vitke postave in zelo živahni. Spominjali so na homo urbanusa. Ima Johann Jakob Scheuchzer torej prav v svoji domnevi, da mora biti homo alpinus izredno prilagodljiv, če želi preživeti v pusti naravi? To bi dokazovalo, da lahko premaga celo etnične meje. Razburjeno sem poiskala svojo beležnico in zapisala pravkar videno značilno dogajanje, da bi ga tako ohranila za prihodnje rodove.

Izgubljena v mislih sem popolnoma prezrla, da je skoraj minil dan. Morala sem se krepko podvizati, če sem hotela do večera priti do prenočišča! Po strmem vzponu sem se za trenutek ustavila, ko se je na nasprotni strani doline pojavila skupina alpskih prebivalcev – z železnimi palicami v rokah, noge pa trdno pritrjene na široke letve. Vriskajoč so se spuščali po belo okrašenem pobočju. Sneg? V Alpah? Težko verjamem. Zgodovinopisje sicer opisuje ta pojav, a priče, ki bi ga potrdila, ni nobene. Po prepričanju priznanih alpskih raziskovalcev spada sneg v kraljestvo pravljic. Vznemirili pa so me zeleno rjavi robovi: snežna meja poteka vendar horizontalno in ne vertikalno, ali kaj? Veljajo v Alpah drugi zakoni narave?

Nemirno sem odkorakala naprej. Za naslednjim ovinkom se je končno pokazalo prenočišče. Z olajšanjem sem odprla vrata in se v istem trenutku prestrašila, ko sem v notranjosti zagledala trumo hrupnih alpskih prebivalcev, kako si nazdravljajo. No, tem izumrtje zagotovo ne grozi … ali pa so mutirali v homo urbanusa.

Barbara Wülser, CIPRA International

IZ NASLEDNJE ŠTEVILKE

ALPENAODRU ŠT. 103/2018

Alpski Dol – kako občine oblikujejo prihodnost

Ilustracija: Johannes Gautier

Mesta in vasi se soočajo z različnimi zahtevami: skrbijo za uspešno javno življenje, imajo posluh za svoje prebivalce, izdajajo predpise in akte ter skrbijo za racionalno gospodarjenje z davkoplačevalskim denarjem, po drugi strani pa morajo upoštevati nacionalno zakonodajo, spodbujati dobre odnose s sosednjimi občinami in se uveljaviti v globalni konkurenci kot najboljša lokacija za pridobivanje investicij. V Alpah se razlike med posameznimi regijami in prebivalstvom povečujejo. Medtem ko občine na obrobju Alp in vzdolž glavnih cestnih povezav bijejo boj s prometom in pritiski, ki jih prinaša poselitev, odročnejše regije pestijo težave zaradi prekomernega staranja prebivalstva in odseljevanja domačinov. Kako naj se alpske občine lotijo tovrstnih izzivov? Odgovore prinaša skupaj s projektom alpMonitor 103. številka revije Alpe na odru, **ki bo izšla februarja 2018**. **alpmonitor.cipra.org**

MENI TEMATSKO GLASILO O ALPAH NEKAJ POMENI!

Da bo še bolj razsvetljujoče, poučno, utemeljeno in se lepše, si želim ekipo Alpenaodru podpreti s finančnim prispevkom:

www.cipra.org/donacija

CIPRA ŽIVETI V ALPAH

carbon neutral
natureOffice.com | AT-157-863481
print production