

Werner Bätzing: Zur Notwendigkeit eines Medien-Kompetenzzentrums für eine nachhaltige Alpenentwicklung - Thesen

1. Zur Leitidee einer nachhaltigen Alpenentwicklung

Erhalt und Aufwertung der Alpen als dezentraler Lebens- und Wirtschaftsraum (ökonomisch tragfähige Nutzungen in umwelt- und sozialverträglichen Formen und in eigenständiger Verantwortung durch die Betroffenen); dabei Realisierung einer „ausgewogenen Doppelnutzung“ als Balance endogener – exogener Nutzungen (gegen die Abschottung der Alpen nach außen einerseits und gegen die Dominanz außeralpiner Kräfte über die Alpen andererseits).

2. Zentrale Probleme bei der Umsetzung dieser Leitidee

2.1. Im Kontext der Globalisierung gibt es eine immer stärkere Konzentration der wirtschaftlichen Entwicklung auf die Kerngebiete der großen Metropolen (die es in den Alpen nicht gibt) und eine Entwertung der Peripherien in Europa. Für die Alpen bedeutet das:

- a) Entwertung aller dezentral-flächenhaften Wirtschaftspotenziale im eigentlichen Gebirgsraum;
- b) Umstrukturierung der Wirtschaft in den Tallagen entlang der Transitachsen und in den Alpenstädten (starkes Wachstum „ubiquitärer“ und außenabhängiger Betriebe bei Abnahme von Betrieben mit Regionsbezug)
- c) Transformation der Alpen in einen Ergänzungsraum für die europäischen Metropolen (prioritäre Funktionen: Freizeit/Sport/Urlaub, Naturschutz/Wildnis, Wasserkraft, Transitverkehr).

2.2. Obwohl die Alpen zentral mitten in Europa liegen, sind sie eine „Peripherie“ in Europa, weil sie durch zahlreiche Staats-, Sprach- und Kulturgrenzen (derzeit zusätzlich: durch Grenzen von Metropolregionen) zerschnitten werden. Dies erschwert den Erhalt und die Aufwertung dezentraler Siedlungs- und Wirtschaftsstrukturen zusätzlich sehr erheblich.

2.3. Die in Europa vorherrschenden Alpenbilder sind häufig Zerrbilder (entweder „falsche Idylle“ mit Ausblendung der Alpenstädte und der tiefen Tal-/Beckenlagen aus den Alpen oder Zusammenfassung der Alpen mit den großen Metropolen im perialpinen Raum zum einem „Alpine Space“), was sich für eine nachhaltige Alpenentwicklung als Blockade auswirkt.

3. Zur Aufgabe eines Medien-Kompetenzzentrums für die Alpen

3.1. Vermittlung eines realitätsnahen Alpenbildes für eine breite europäische Öffentlichkeit bis hin zur politischen Ebene – wichtig, weil „in Europa“ zentrale Entscheidungen für die Alpen gefällt werden (a: Alpenbesucher und Konsumenten von Alpenprodukten, b: Politiker auf nationaler und EU-Ebene, c: Interessen- und Lobbygruppen).

3.2. Stärkung der spezifischen Interessen des Alpenraumes in der europäischen Öffentlichkeit durch ein einheitliches Auftreten „der Alpen“ nach außen – regelmäßige mediale Lancierung von wichtigen Alpenthemem (Transitverkehr, Klimaerwärmung, Tourismus, Umweltsituation, Alpenkultur usw.) anstelle gelegentlicher und kurzfristiger Berichterstattung, wenn die Alpen von Katastrophen betroffen werden.

3.3. Bündelung der unüberschaubaren Vielfalt der Situation in den einzelnen Alpenregionen/-tälern/-gemeinden durch Stärkung der „Einheit in der Vielfalt“ – vier Regionstypen (städtische Regionen, Auspendlerregionen, ländliche Regionen mit bzw. ohne Tourismus, Entsiedlungsregionen) repräsentieren die Vielfalt der der Alpen mit jeweils sehr unterschiedlichen Entwicklungen/Potenzialen/Problemen, stehen aber auf der Meta-Ebene vor der gleichen Herausforderung (Entwertung der Alpen, siehe 2.1.), was journalistisch an Fallbeispielen sehr schön dargestellt werden kann (wichtig sowohl für die inneralpine wie für die europäische Kommunikationsebene).

3.4. Systematische Verknüpfung der Diskussion um „die Alpen“ über die einzelnen Staats-/Sprach- und Mentalitätsgrenzen hinweg als die zentrale Aufgabe im inneralpinen Kontext. Hierbei geht es nicht nur um die Übersetzung von Texten aus einer Sprache in die andere, sondern auch um die inhaltliche „Über-setzung“ regionsspezifischer Alpendiskurse in andere Alpenkontexte – dies ist derzeit das zentralste Hindernis für die Stärkung der (jeweils aneinander angrenzenden) Alpenperipherien.

3.5. Gezielte Zusammenarbeit mit den bereits bestehenden Alpengeschichten, die meist sektoral strukturiert sind (Politik, Umwelt, Wissenschaft, Verkehr, Tourismus, Kultur, Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Wildbach-/Lawinenverbauung usw.) sowie Einbezug und Stärkung bereits bestehender medialer und journalistischer Strukturen in den acht Alpenstaaten, die tendenziell alpenweit ausgerichtet sind (Internet, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher usw.).

4. Zum Standort eines solchen Medien-Kompetenzzentrums

Positive Aspekte, die für den Standort Chur sprechen:

- Die Schweiz ist auf Grund ihrer jahrhundertlang Tradition der Mehrsprachigkeit und der sehr langen Erfahrung mit der Vermittlung zwischen den Sprachen und Kulturen prädestiniert für ein solches Zentrum; dies trifft für Chur im Besonderen zu.
- Die Schweizer Alpen spiegeln im Kleinen die Vielfalt der Situation der gesamten Alpen auf repräsentative Weise wider, daher ist hier die Sensibilität für Vielfalt im Alpenraum besonders ausgeprägt; dies trifft ebenfalls für Chur zu.

Negative Aspekte, die gegen Chur sprechen:

- Die Schweiz verfolgt gegenüber der EU die Strategie der „bilateralen Verträge“ (bei denen die Alpenprobleme keinen wichtigen Stellenwert besitzen), was zu einer gewissen außenpolitischen Isolation der Schweiz im Alpenraum führt.
- Die Schweiz (und hier auch der Kanton Graubünden) besitzt zur Alpenkonvention eine distanzierte Position und blockiert derzeit die Ratifizierung der Alpenkonventionsprotokolle.
- Der Kanton Graubünden betont in seinem „Wirtschaftsleitbild Graubünden 2010“ die wichtige und weiter zu fördernde Vernetzung mit der Agglomeration Zürich, während der Zusammenarbeit mit den direkt benachbarten Alpenregionen (CH/A/I) nur ein geringer Stellenwert zukommt.

Bilanz: Die positiven Aspekte überwiegen, die negativen Aspekte stellen jedoch spezifische Herausforderungen dar, die gezielte Anstrengungen erfordern.