

## **Werner Bätzing: Zehn Thesen für die Podiumsdiskussion „Nachhaltiger Alpentourismus“ am 5. November 2018 in Heidelberg (Heidelberg Center for the Environment)**

1.

Der Tourismus besitzt von Anfang an (ab 1780) eine ambivalente Position: Er wertet die Alpen einerseits ökonomisch und kulturell auf, steht aber andererseits im Gegensatz zum Leben und Wirtschaften vor Ort (interesseloses Wohlgefallen an der schönen Natur versus Ressourcennutzung in der Kulturlandschaft).

2.

Seit Entstehung eines ökonomisch relevanten Tourismus (ab 1880) tritt er in zwei Formen auf: Einmal als (Luxus-)Tourismus in großen Einheiten (Fremdfinanzierung, große sozio-kulturelle Distanz zur Umgebung, hohe Umweltbelastung, große technische Eingriffe), zum anderen als dezentraler Tourismus in kleinen Einheiten (Eigenfinanzierung, sozio-kulturelle Nähe Gäste-Gastgeber, geringe Umweltbelastung).

3.

Der Alpentourismus ist lange Zeit ein Sommertourismus. Erst ab den 1920er Jahren entsteht ein relevanter Wintertourismus, der erst mit dem Bau von Skiliften ab 1965 einen großen Aufschwung erlebt. Dadurch verstärkt sich der Unterschied zwischen großen und kleinen Tourismusorten (kleine Orte = kein „richtiges“ Angebot).

4.

Ab 1985/90 Ende des Wachstums und Stagnation auf hohem Niveau. Da das Angebot permanent weiter ausgebaut wird (quantitativ und qualitativ, ab 1987 Kunstschnee), steigt die Konkurrenz sehr stark. Ergebnis: Kleine Anbieter werden vom Markt verdrängt, der Alpentourismus konzentriert sich immer stärker auf etwa 300 große Tourismuszentren, die eine starke Verstädterung durchlaufen.

5.

Ab 2005 neue, zusätzliche Dynamik (jetzt auch im Sommer): Mega-Events, Inszenierungen, Aufrüstung der Bergstationen (Aussichtsplattformen, Hängebrücken, Klettersteige, Fahrgeschäfte usw.) = aggressiver Verdrängungswettbewerb, der ab Nov. 2016 auch mit einem direkten Preisdumping einhergeht.

6.

Diese Entwicklung ist nicht nachhaltig:

- Touristische Investitionen sind oft fremdfinanziert („Compagnie des Alpes“ als größter Touristikonzern der Alpen und der Welt).
- Die städtisch geprägten Tourismuswelten haben keinen Bezug mehr zum Leben in den Alpen.
- Die Umweltbelastungen sind extrem stark (Relief-, Gewässeränderungen, Luft-, Boden-, Wasserverschmutzung, Bodenversiegelung) und werden durch Klimaerwärmung verschärft.
- Da die Alpen außerhalb der gut erreichbaren Tallagen ein wirtschaftsschwacher Raum sind, stellt der Verlust der dezentralen touristischen Arbeitsplätze ein erhebliches Problem dar.
- Durch den aggressiven Verdrängungswettbewerb werden „die Alpen“ nachhaltig beschädigt und zur Ramschware entwertet.
- Die Besucher erleben in den Tourismuszentren nicht „die Alpen“, sondern einen städtischen Freizeitpark im Hochgebirge.

7.

Leitidee für einen nachhaltigen Alpentourismus:

- *Angebotsseite*: Nur ein dezentraler Tourismus in kleinen Einheiten kann nachhaltig ausgestaltet werden (Eigenkapital, kultureller Austausch Gäste-Gastgeber, geringe Umweltbelastungen durch Tourismus).
- *Nachfrageseite*: Eigenes Erleben (nicht Kauf von Konsumprodukten) des Natur- und Kulturrums Alpen durch die Besucher (aus städtisch-technischer Umwelt) als Wiederentdeckung des verschütteten Natur-/Umweltbezugs = Bereicherung.

8.

- Pragmatisches, kurzfristiges Ziel: Dämpfung des Verdrängungswettbewerbs durch Verbot des Ausbaus weiterer Tourismusstrukturen (keine weiteren Zusammenschlüsse von Skigebieten); Umsetzung via Alpenkonvention analog Verkehrsprotokoll.

- Langfristiges Ziel: Umsetzung von These 7 erfordert wegen der großen Unterschiede innerhalb der Alpen zwei unterschiedliche Strategien.

9.

Ziel für Tourismuszentren (> 5.000 Betten/0,5 Mio. Übernachtungen): Ökonomischer, sozio-kultureller und ökologischer „Umbau“ = Re-Regionalisierung der touristischen Strukturen (Reparatur Umweltschäden, Verkehrswende, Flächensparen, Stärkung der Bezüge zur regionalen Wirtschaft und Kultur) und Aufbau eines regionsspezifischen Angebotes.

10.

Ziel für alle anderen Gemeinden: Aufwertung eines nicht-technischen Tourismus auf der Grundlage der lokalen Potenziale Natur, Kulturlandschaft, Geschichte, Kultur in umwelt- und sozialverträglichen Formen und in dezentralen, multifunktionalen Strukturen.

Zur Vertiefung:

W. Bätzing: Orte guten Lebens. Visionen für einen Alpentourismus zwischen Wildnis und Freizeitpark. In: K. Luger/F. Rest (Hrsg.): Alpenreisen. Erlebnis – Raumtransformationen – Imagination. StudienVerlag, Innsbruck/Wien/Bozen 2017, S. 215-236 + S. 192 (Karte Skigebiete der Alpen).