

# Vorurum

Verlagspostamt 1000 Bregenz  
Erscheinungsort Bregenz, P.b.b  
Nr. 022031538

Forum für Raumplanung und Regionalentwicklung in Vorarlberg Nr. 1/2010  
14. Jahrgang



## Landschafts- tourismus



Eine von 350 Lifтанlagen in Vorarlberg.



Foto: Beate Wütscher

Mag. Christian Schützinger

## Der Vorarlberger Tourismus: Wachstum erfordert Mut und Augenmaß

**Vorarlberg ist nicht nur Industrieland, sondern auch ein erfolgreiches Tourismusland. Die Entwicklung des Vorarlberger Tourismus ist geprägt von Wachstum, aber auch von der Rücksicht auf die Natur und die Umwelt. Denn sie sind die wesentlichen Wettbewerbsfaktoren unseres Landes.**

Die touristische Entwicklung in Vorarlberg weist bereits eine lange Tradition auf. Der Aufschwung der Tourismuswirtschaft hat maßgeblich dazu beigetragen, der schleichenden Entvölkerung der Bergregionen und der ländlichen Gebiete, die sich weniger als Industrie- und Gewerbestandorte eignen, entgegenzuwirken.

Die Vorarlberger Tourismuswirtschaft trägt heute einen wesentlichen Anteil zur Wertschöpfung des Landes bei. Rund 15 Prozent des Bruttoregionalproduktes lassen sich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zuordnen. Insgesamt verfügt Vorarlberg derzeit über rund 69.000 Gästebetten. In der letzten Wintersaison kamen über eine Million Gäste und buchten 4.823.700 Nächti- gungen.

Von florierenden Tourismusbetrieben profitieren auch andere Bereiche der Wirtschaft. Besonders sind dies die Bereiche Handel, Handwerk, Bau- und Dienstleistungsgewerbe, Verkehrsbetriebe und die Landwirtschaft.

Der Tourismus hat neben der ökonomischen auch eine bedeutende soziale Funktion. Denn durch die Arbeitsplätze in der Gastronomie können Menschen im Ort und in ihrem sozialen Umfeld bleiben. In den Destinationen Arlberg, Montafon und

Kleinwalsertal wird ein Großteil der Arbeitsplätze im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft angeboten. Sie sind Lebensgrundlage für die Bevölkerung und Perspektive für die Entwicklung der Region. Bis zu 12.600 Personen sind heute in Vorarlberger Hotellerie-, Gastronomie- und Seilbahnbetrieben beschäftigt. Diese Beschäftigten und die Bewohner der Regionen müssen bei der weiteren touristischen Entwicklung involviert werden, damit sich keine Tourismus-Verdrossenheit breit macht.

### Neue Projekte bei Bergbahnen

Um touristisch wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es notwendig, Maßnahmen zu setzen. Die Investitionsbereitschaft in Vorarlberg ist trotz Finanzkrise ungebrochen. Beispiele dafür sind der Zusammenschluss der Skigebiete Damüls und Mellau, neue Bahnen in Lech-Zürs (Muggengrat), in Gargellen (Kristallbahn) und im Montafon (Sonnenbahn). Weitere Projekte sind der neue Ferienpark

„Der heutige Gast will nicht nur wandern im Sommer oder Ski fahren im Winter. Seine Interessen sind vielfältig und wechseln auf verschiedenste Weise.“

Brandnertal in Bürserberg, das Jugend- und Familiengästehaus in Bartholomäberg sowie umfangreiche Zu- und Umbauten bei Hotels im ganzen Land. Insgesamt belaufen sich die Investitionen auf über 130 Millionen Euro.

### Qualität vor Quantität

Eine noch weitgehend intakte Natur- und Kulturlandschaft – darauf baut der Tourismus. Eine natürliche Umwelt ist aber nicht unbegrenzt belastbar. Die Erhaltung und der schonende Umgang sind daher zentrale Herausforderungen. Denn aufgrund des Klimawandels nimmt der Nutzungsdruck auf relativ unerschlossene Landschaften in höher gelegenen Regionen zu. Doch die Schonung der Umwelt und die Einrichtung von Schutzbereichen sind die Grundlagen für einen qualitätsorientierten Tourismus. Es liegt daher in der Verantwortung der Tourismuswirtschaft, im Rahmen der Angebotsgestaltung Umweltbelastungen so weit als möglich zu vermeiden. Dass Vorarlberg bereits den richtigen Weg eingeschlagen hat, zeigen Ergebnisse einer Untersuchung der Nachhaltigkeit in alpinen Regionen mit der Bezeichnung MARS\*. Im Gesamtranking – unter Berücksichtigung der miteinander stark vernetzten Dimensionen Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft – erreicht Vorarlberg den ersten Platz.

\* Informationen zum MARS-Projekt gibt es unter: [www.bakbasel.com](http://www.bakbasel.com)

### Die Ansprüche sind vielfältig

Neben den Interessen der Region, ihrer Bevölkerung und der Natur- und Kulturlandschaft dürfen

natürlich die Bedürfnisse des Gastes nicht vergessen werden. Der heutige Gast will nicht nur wandern im Sommer oder Ski fahren im Winter. Seine Interessen sind vielfältig und wechseln auf verschiedenste Weise. Diesem neuen Anspruch kann sich auch die Tourismuswirtschaft nicht verschließen. Sie muss versuchen, neue Angebote sowohl für die Winter- als auch für die Sommersaison zu entwickeln.

Die Angebote entstanden bis dato vorwiegend aus einer örtlichen Perspektive, in den letzten Jahren gewann auch die regionale Perspektive an Bedeutung. Die Stärke Vorarlbergs liegt jedoch in der Kleinheit des Landes und daher möglichen Kombination von Einzelleistungen. Die Vernetzung beispielsweise von Natur und Kultur eröffnet neue Möglichkeiten, die in der Gesamtheit einen abwechslungsreichen und qualitativ ansprechenden Urlaub ausmacht.

Die Verbundmarke „Vorarlberg“ ist die Klammer, das verbindende Element dieses Erlebnisraumes. Echtheit, Engagement und Einfallsreichtum prägen die Lebensatmosphäre des Landes. Sie sind für jeden Touristiker Werte und Eigenschaften, mit denen eine Identifikation möglich ist und die deshalb in die Produktentwicklung einfließen können. Das Authentische, das Bemühen um den Gast und die Innovationen im touristischen Angebot sind die Erfolgsfaktoren für den Vorarlberger Tourismus.

Mag. Christian Schützinger ist Geschäftsführer der Vorarlberg Tourismus GmbH.  
E-Mail: [info@vorarlberg.travel](mailto:info@vorarlberg.travel)

## Ein Stück „wildes“ Vorarlberg erhalten

**Durch den Tourismus hat sich die Natur in Vorarlberg sehr verändert. Ökologisches Denken hat aber auch in den intensiv erschlossenen Gebieten Einkehr gehalten. Univ.-Prof. Mag. Dr. Georg Grabherr empfiehlt im Interview für die Zukunft einen raumplanerischen Ansatz, der einen nachhaltigen Umgang mit den letzten natürlichen Raumressourcen findet.**

**vorum: Wie hat der Tourismus die Landschaft in Vorarlberg geprägt?**

**Grabherr:** Die Kulturlandschaften Vorarlbergs zeigen in der Grundstruktur nach wie vor die Merkmale eines alpinen Bauernlandes, auch wenn sich viel verändert hat. Touristische Mitprägung ist ein lokaler Effekt, der vor allem in naturbetonten Gebieten, sprich vor allem in den Berggebieten, durch Elemente technischer Art wie Lifte, Straßen und so weiter wirksam ist. So können auch nur ein Lift und die dazugehenden Einrichtungen den Erlebniswert einer alpinen Landschaftskammer mindern und die Lebensraumtauglichkeit für Wildtiere nachhaltig stören.

**vorum: Nennen Sie uns Beispiele ...**

**Grabherr:** Mit Lech, dem Kleinwalsertal und dem Montafon gibt es Gebiete, die vor allem durch Siedlungsverdichtung, Infrastruktureinrichtungen und die Pisten geprägt sind. Paradoxerweise findet man aber gerade dort noch extensive, sprich blumenreiche Wiesen des traditionellen Kulturlandes. Das Schmuckstück eines traditionellen Kulturlandes ist aber das Große Walsertal, wo das Talrelief keinen intensiven Wintertourismus zulässt. Sanfter Tourismus ist gewissermaßen aufgezwungen. Die Großwalsertaler haben aus der Not eine Tugend gemacht und sind jetzt UNESCO-Biosphärenpark. Zu einer Inszenierung, etwa im Stile Ischgl, kann ich nur sagen: Schade um's schöne Land. Eine Respektlosigkeit den Naturwerten und der Mitwelt gegenüber.

**vorum: Wünschen Sie sich in Vorarlberg mehr Naturparks?**

**Grabherr:** Nein. Für den Naturschutz bringen die nicht wirklich viel. Ausnahmen bestätigen die Regel. Meist sind sie ein reines Werbelabel für etwas, was man eh hat.

**vorum: Welche Entwicklungen sind positiv zu bewerten?**

**Grabherr:** Zweifellos hat ökologisches Denken auch in den intensiv erschlossenen Gebieten Einkehr gehalten. Betreffend Begrünung von Pisten ist viel Pionierarbeit im Land geleistet worden. Laut Aussagen von einigen Hoteliers wollen anspruchsvolle Gäste aber immer mehr eine ehrliche Landschaft erleben, wo stimmige Lösungen auf traditionelle Strukturen aufbauen. Eine Turbokuh auf der Alm, wo die Milch schon aus dem Euter tropft, kann man nicht im Heidi-Stil anpreisen. Ob der Bogen in Vorarlberg schon überspannt ist? An sich noch nicht. Die Schigebietserschließung Mellau-Damüls hat aber die Grenze des Erträglichen wohl überschritten.

**vorum: Was soll in Zukunft passieren?**

**Grabherr:** Das brennendste Problem ist wohl, einen raumplanerischen Ansatz für den nachhaltigen Umgang mit den letzten natürlichen Raumressourcen, sprich Landschaftskammern, zu finden. Ein Stück „wildes“ Vorarlberg sollten die nachfolgenden Generationen noch erleben dürfen. Ich glaube fest daran, dass dies auch zukünftige Touristen schätzen werden.

**vorum: Profitiert der Naturschutz möglicherweise vom Tourismus?**

**Grabherr:** Weltweit stimmt das auf jeden Fall. Man denke an die großen Nationalparks in Afrika oder Nordamerika. Bei uns haben historische Tourismusvereine wie der Alpenverein einige Großerschließungen verhindert, beispielsweise bei der Gamsgrube im Glocknergebiet. Der Tourismus sichert indirekt durch spezifisches Interesse, wie etwa das der Ornithologen, auch Tabuflächen wie das Rheindelta.

Univ.-Prof. Mag. Dr. Georg Grabherr ist Professor für Vegetationsökologie und Naturschutzforschung an der Universität Wien. E-Mail: [georg.grabherr@univie.ac.at](mailto:georg.grabherr@univie.ac.at)



Univ.-Prof. Mag. Dr. Georg Grabherr



Der Tourismus trägt indirekt auch zur Sicherung von naturbelassenen Flächen bei.

# Natur pur ist nicht nutzbar

BEISPIEL ISCHGL

**Der Mensch steht im Mittelpunkt aller Überlegungen. Die Landschaft hat ihn zu ernähren, sei es durch Viehzucht, Ackerbau, Reisfelder in Asien, Kornfelder in Russland, Industriezonen mit Fabriken oder Tourismuseinrichtungen. Es geht also gar nicht mehr um sanften, inszenierten, lauten oder leisen Tourismus, um Seilbahnen, Pisten oder um künstliche Strände. Es geht darum, dass die Landschaft auf ihre besondere Art und Weise für ihre Bewohner funktioniert.**

Wichtig ist dabei, dass man die touristisch genutzte Fläche auf das erforderliche Minimum eingrenzt und nicht auskrautet, um der Landschaftsökonomie gerecht zu werden. Die Bauern sind zum Beispiel die unökonomischsten Nutzer. Sie brauchen für einen Liter Milch oder für ein Steak große Flächen. Ischgl nutzt als Megatourismusdestination für den Tourismus gerade mal drei bis fünf Prozent des Gemeindegebietes und 95 Prozent sind völlig ungenutzt oder stehen der Landwirtschaft zur Verfügung.

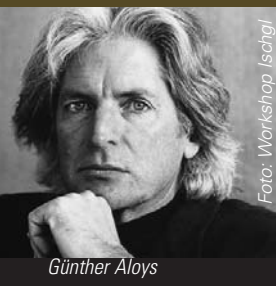


Foto: Workshop Ischgl

Günther Aloys

Nur reine Wildnis ist unberührte Landschaft – damit kann der Mensch aber nichts anfangen. Er kann sie nur von der Ferne betrachten. Natur pur ist für den Menschen ohne Technik nicht nutzbar. Es würde nicht viele Stunden überstehen – es drohen Kälte, Hitze, Unwegsamkeit, Gefahren, wilde Tiere, Lawinen, Unwetter und Hunger. Der Mensch hat sich die Welt und die Natur – damit auch die Landschaft – Untertan zu machen. Alleine mit seiner Anwesenheit als Spezies verändert er sie. Der Mensch selbst geht je nach Zone und Klima darauf ein, weil er sehr anpassungsfähig ist. Tourismus ohne Inszenierung funktioniert nicht. Es kann, nein, es muss aufregend sein – auch die Stille muss inszeniert sein, will sie Touristen faszinieren.

*Günther Aloys hat zur Entwicklung seines Heimatdorfs zu einem touristischen Hotspot maßgeblich beigetragen. Der innovative Touristiker ist seit 1969 selbstständiger Hotelier und seit 1992 Vorstand des Workshops Ischgl. E-Mail: info@workshopischgl.com*



Foto: TUV Pagnau

4 Ischgl nutzt für den Tourismus drei bis fünf Prozent des Gemeindegebietes.

**Der Tourismus hat die Landschaft in Vorarlberg mitgeprägt. Wesentliche Veränderungen haben sich vor allem durch den Bau von Hotels, Liftanlagen, Pisten, Straßen und den damit verbundenen touristischen Einrichtungen ergeben.**

DI Michael Manhart, Geschäftsführer der Lecher Skilifte, sieht den Tourismus dennoch als einen wesentlichen Impulsgeber für die Pflege der Landschaft – vor allem in den Gebieten, die ohne ihn wirtschaftlich schwach wären. „Durch die touristische Nutzung von Güterwegen und Seilbahnen wird unsere wunderschöne Landschaft für viele erst erlebbar.“ Außerdem tragen die Geldmittel aus dem Tourismus laut Manhart an vielen Orten dazu bei, die Landschaft zu stabilisieren und Erosionen und Lawinen zu bremsen. Eine Überbeanspruchung der Natur und damit einen negativen Einfluss sieht Manhart nicht: „Durch Maßnahmen wie zum Beispiel ‚Respektiere deine Grenzen‘ sind die Einflüsse auf weitgehend unberührte Landschaftsflächen eher gering.“ Außerdem bewirke der Pistenskilanglauf eine Lenkung der Touristen und damit die Schonung der Umgebung. Ein Neben-

DI Michael Manhart: „Die Geldmittel aus dem Tourismus tragen an vielen Orten dazu bei, die Landschaft zu stabilisieren und Erosionen und Lawinen zu bremsen.“



Foto: Michael Manhart

DI Michael Manhart ist Touristiker, Alt-Landesjägermeister und seit 1984 Geschäftsführer der Lecher Skilifte. E-Mail: manhart.michael@skiarlberg.at



Schautafeln als belehrendes und gleichzeitig störendes Element inmitten der Landschaft.

TOURISMUS PRÄGT DIE LANDSCHAFT

Foto: Urs Oskar Keller

## Die Landschaft wird für den Tourismus inszeniert

einander sei trotz des steigenden touristischen Andrangs durchaus möglich, ohne den Bogen zu überspannen. Die Entwicklung touristischer Einrichtungen solle auch künftig behutsam, aber zeitgemäß vorangetrieben werden.

### Vorarlberg vermarkten

Vorarlberg-spezifische Besonderheiten der Landschaft, Kultur und Tradition müssen laut Manhart aber noch besser in die Vermarktung einfließen, denn Reisende haben heute – auch durch die modernen Kommunikationsmittel – ein sehr breites Angebot vergleichbarer Leistungen. Die Destinationen in Vorarlberg sollten sich den internationalen zeitgemäßen Erfordernissen – lange Pisten, moderne und komfortable Liftanlagen – anpassen und gleichzeitig Skigebiete weiterentwickeln: Das bedeutet laut Manhart weitere Zusammenlegungen von Skigebieten, Modernisierung und Ausbau von Liftanlagen und Aufnahme von diversen FunSport-Einrichtungen mit ihren jeweiligen Infrastrukturen in das Angebot. Hier gibt es laut Manhart noch zahlreiche Mängel.

Anders sieht das Naturschutzanwältin DI Katharina Lins und berichtet von Wanderern, die sich bei ihr melden und ganz schockiert sind über das, was sie entdeckt haben. „Wer im Sommer unbefangen durch ein Skigebiet wie in Lech oder in Schruns geht, sieht, dass der Tourismus die Landschaft verändert hat.“ In den letzten Jahren hat es laut Lins massive Eingriffe gegeben, und durch die Konkurrenz der Skigebiete untereinander schraubt sich die Spirale ständig nach oben. Auch die neuen Ferienwohnungskomplexe seien kritisch, weil sie in der gewachsenen Struktur große, homogene Fremdkörper darstellen – sowohl räumlich als auch in der Angebotsstruktur.

Mit der Landschaft muss sorgfältig umgegangen werden, fordert der Schweizer Unternehmensberater für Touristik und Transport Dr. oec. HSG Riet Theus. „Touristische Inszenierungen sind in Ordnung, wenn sie zum Berg passen, landschaftsgerecht sind und die Menschen vor Ort größtenteils damit einverstanden sind.“ Skigebietszusammenlegungen wie zum Beispiel Mellau-Damüls hält er für sinnvoll und zieht sie jeder Neuerschließung vor. „Eine

DI Katharina Lins: „Wer im Sommer unbefangen durch ein Skigebiet wie in Lech oder in Schruns geht, sieht, dass der Tourismus die Landschaft verändert hat.“



Foto: Katharina Lins

DI Katharina Lins arbeitet für die Naturschutzanwaltschaft für Vorarlberg. E-Mail: katharina.lins@naturschutzanwalt.at

Dr. oec. HSG Riet Theus

„Touristische Inszenierungen sind in Ordnung, wenn sie zum Berg passen, landschaftsgerecht sind und die Menschen vor Ort größtenteils damit einverstanden sind.“



Foto: Riet Theus

Dr. oec. HSG Riet Theus ist selbstständiger und unabhängiger Unternehmensberater für Touristik und Transport in der Schweiz. E-Mail: riet@theus.ch

komplette Neuerschließung belastet die Landschaft viel mehr“, so Theus. Der Alpine Coaster im Skigebiet Golm erfüllt seiner Meinung nach ebenfalls den Anspruch der Gäste nach Unterhaltung und stört das Landschaftsbild nicht. Ein sehr gutes Beispiel biete der Bregenzerwald. Dort werde seiner Meinung nach Tourismus und regionale Identität sehr gut verknüpft. Das wirke authentisch. Auch der neue Ferienpark in Bürserberg oder das geplante Resort in Andermatt (CH) könnten funktionieren, wenn sie das ganze Jahr über gut ausgelastet seien. Vom Nachahmen erfolgreicher Modelle rät Theus indes ab. „Den Bregenzerwald oder Ischgl gibt es nur einmal, Kopien davon werden nicht mehr gleich funktionieren.“ Der Gast nehme Authentizität sehr bewusst wahr. Theus: „Der Gast ist aber natürlich sehr widersprüchlich. Die Bedürfnisse liegen zwischen Remmidemmi und Ruhe – da ist der Spagat sehr schwierig.“ Die Verantwortlichen sind laut Theus gefordert, den Weg einer sinnvollen Kombination von Inszenierung, Architektur und Landschaft zu gehen. Als besonders gelungenes Beispiel nennt der Schweizer den kleinen Ort Vals (CH) mit einer Angebotspalette von Landschaft, Architektur, Therme und Skigebiet. Zukunfts- und Trendforscher Mag. Andreas Reiter sieht für Vorarlberg generell große Chancen, wenn man den Fokus auf eine ganzheitliche

Inszenierung des Tourismus legt und auch die Sehnsüchte und Stimmungen der Urlauber stärker berücksichtigt. „Die Glaubwürdigkeit einer Region steigt, wenn sich Seilbahnen, Skipisten, Hotels, Dienstleistungen und Produkte in einem einheitlichen, authentischen Design präsentieren und die Einheimischen sich damit identifizieren“, so Reiter. Die Voraussetzungen in Vorarlberg seien dafür perfekt. „Innovation und Tradition, Architektur und Tourismus sind in diesem Land schon von jeher gute Partner. Allerdings fehlen noch die modernen, naturnahen Bauwerke, zum Beispiel Skywalks oder coole Aussichtsplattformen.“ Solche Bauwerke würden die Landschaft perfekt in Szene setzen. „Mit zusätzlichen Superlativen wie am größten, am höchsten, am längsten, am schnee-reichsten und so weiter kann man am internationalen Markt zusätzlich punkten, dies jedoch mit den Themen Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung zu verbinden, ist die grosse Herausforderung.“

Mag. Andreas Reiter: „Es fehlen noch die modernen, naturnahen Bauwerke, zum Beispiel Skywalks oder coole Aussichtsplattformen.“



Foto: ZTB Zukunftsbüro

Mag. Andreas Reiter ist Zukunfts- und Trendforscher und lehrt an Fachhochschulen in Innsbruck, Graz und Wien. E-Mail: a.reiter@ztb-zukunft.com

### Zukünftige Anforderungen

DI Michael Manhart wünscht sich für Vorarlberg vor allem ein konsequentes Umsetzen des aktuellen Vorarlberger Tourismus-Leitbildes. Auch eine Verlegung des Wintersaisonbeginns von Ende auf Mitte November dürfe kein Tabuthema mehr sein. Das Ausland und hochgelegene Skigebiete in Rest-Österreich würden dies schon längst machen. „Das darf kein Prob-

lem sein. Denn nach über 35 Jahren Beschneigung in Vorarlberg gibt es keine Schäden auf den beschneiten Flächen\* – obwohl befürchtet.“ Für Mag. Robert Steiger von der Universität

Mag. Robert Steiger

„Skifahren wird sicher noch länger möglich sein, aber der Aufwand und die Kosten dafür werden massiv steigen.“

Mag. Robert Steiger ist Wissenschaftler am Institut für Geographie an der Universität Innsbruck. E-Mail: robert.steiger@uibk.ac.at



Foto: Oliver Schmidt

Innsbruck ist klar, dass die klimatischen Veränderungen in den nächsten Jahren und Jahrzehnten den Tourismus und die dafür genutzte Landschaft weiter verändern werden. Als Überlebensstrategie müsse voraussichtlich als erstes mehr beschneit und geplant werden. Größere Skigebiete haben laut Steiger sicher einen längeren finanziellen Atem und können länger überleben. Aber das werde irgendwann nicht mehr reichen und dann werde Ski fahren möglicherweise nur noch in Höhen über 1500 Meter möglich sein. Steiger: „Die Infrastruktur dafür muss mitwachsen. Der Druck auf eine touristische Nutzung höher gelegener Gebiete wird steigen.“ Da es sich dabei um sensiblere Schutzgebiete und ökologisch wertvolle Bereiche handelt, ist der Eingriff in diese Landschaft laut Steiger bedenklicher. Ski fahren könne man sicher noch länger, aber der Aufwand und die Kosten dafür werden massiv steigen. So sollten tiefer gelegene Gebiete schon heute damit beginnen Alternativen zum Winterport zu finden und die Inszenierung ihrer Landschaft für alle Jahreszeiten tauglich zum machen.

\* Interessante Infos zu diesem kontrovers diskutierten Thema liefert unter anderem das Institut für Schnee- und Lawinenforschung in Davos unter www.slf.ch



Das Ursprüngliche, wie zum Beispiel Streuwiesen, wieder erfahrbar machen.

# Landschaft authentisch in Szene setzen

Wenn es um die touristische Inszenierung der Alpen geht, wird Prof. Dr. Werner Bätzing von der Universität Erlangen-Nürnberg nachdenklich. „Anstatt selbst auf einen Berg zu steigen, erwirbt man heute eine Karte für die Bergbahn und kauft sozusagen eine Erlebnisgarantie.“

Durch den Massenansturm werde der Gipfel und das Erlebnis der Landschaft aber entwertet. Bätzing wünscht sich für die Zukunft eine

**Prof. Dr. Werner Bätzing**  
„Die Landschaft und die Menschen, die in ihr leben, sollen wieder in den Mittelpunkt rücken.“



Foto: Uni Erlangen

Prof. Dr. Werner Bätzing ist Professor für Kulturgeographie an der Universität Erlangen-Nürnberg. Hauptsächlich forscht, lehrt und veröffentlicht er zum Thema Alpen. Email: wbaetzing@geographie.uni-erlangen.de

nachhaltig genutzte Landschaft und einen „bescheidenen Tourismus“. Damit meint er, dass die Landschaft und die Menschen, die in ihr leben, wieder in den Mittelpunkt rücken sollen und nicht der Tourismus. „Es ist wichtig, ein Gleichgewicht zwischen Angeboten für die Einheimischen und für die Gäste aufzubauen. Wenn etwas die Einheimischen anspricht, ist es auch für Touristen interessant, weil es authentisch ist.“

Der Professor für Kulturgeographie ist sich darüber hinaus sicher, dass die Landschaft nur dann im Interesse der Einheimischen schonend bewirtschaftet wird, wenn sich der Einfluss fremder Kapitalgeber reduziert<sup>1</sup>. Eine Gesellschaft wie zum Beispiel die Compagnie des Alpes<sup>2</sup> in Frankreich, die Skigebiete betreibt,

arbeite in erster Linie gewinnorientiert. Das bedeute, dass Skigebiete bei mangelnder Rentabilität auch geschlossen werden können. Außerdem sei die ganzjährige Pistenpflege dabei ein Kostenfaktor, der gern reduziert werde. In vielen Skigebieten, die mit einheimischem Kapital betrieben werden, komme dagegen der Pflege der Wiesen im Frühjahr und im Sommer ein hoher Stellenwert zu und werde an vielen Orten sehr gewissenhaft betrieben. „Negatives Beispiel ist dagegen Isola 2000 in Frankreich. Hier gleicht die Skipiste im Sommer einer Autobahn und besteht hauptsächlich aus Schotter. Von einem schonenden Umgang mit der Landschaft kann so keine Rede sein.“ Bätzing empfiehlt Tourismusregionen genossenschaftliche Strukturen, um die einheimischen Interessen nachhaltig zu wahren. Einheitliche Leitlinien für den gesamten Alpenraum und ein Stopp von weiteren Ausweitungen von Skigebieten könnten den Konkurrenzdruck mindern.

**Notwendiges Nebeneinander**  
Etwas anderer Meinung ist Dr. Peter Haimayer vom Innsbrucker Consulting-Unternehmen Haimayer Projektbegleitung. Er hält Zusammenlegungen von Skigebieten durchaus für sinnvoll, wenn zum Ausgleich Naturparks und

**Dr. Peter Haimayer** „Die Einnahmen aus dem technisch geprägten Tourismus sind notwendig, um sich sanfter Tourismus leisten zu können.“



Foto: Klaus Haimayer

Dr. Peter Haimayer leitet ein Beratungsunternehmen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit Sitz in Innsbruck. Email: office@hp-tourismus.at

Schutzgebiete eingerichtet werden. Für ihn steht auch fest, dass „die Einnahmen aus dem technisch geprägten Tourismus notwendig sind, um sich den sanften Tourismus leisten zu können.“ Als positives Beispiel für dieses Nebeneinander nennt Haimayer die Skischaukel Großglockner mit dem Nationalpark Hohe Tauern. „Die neuen Trends im Tourismus – Regionalität, Authentizität und Identität – tragen sehr dazu bei, dass traditionelle Kulturlandschaften erhalten beziehungsweise wieder hergestellt werden“, so Haimayer. Ein Erlebnisbedürfnis gäbe es auch im naturorientierten Tourismus, denn mit reiner Natur sei leider kein Geschäft zu machen. Haimayer: „Inszenierung und sanfter Tourismus sind keine Gegensätze.“

Genau das sehen die Bewohner im Villgratental in Osttirol etwas anders. Seit 30 Jahren wird in Villgraten über den Bau eines Skilifts gestritten – und nicht gebaut. Und vor knapp drei Jahren sorgte man mit dem Slogan „Kommen Sie zu uns – wir haben nichts“ für Furore. Das Tal hat sich in den 90er Jahren mehrheitlich für eine Strategie entschieden, die Heimatpflege und Landschaftsschutz in den Mittelpunkt stellt. Die Region ist heute eine besondere Attraktion für Skitourengeher

und Langläufer. Dieser Weg soll laut Oswald Fürhapter vom Tourismusverband Innervillgraten auch weiter beschritten werden: „Rund 70 Prozent der Villgrater und gut 90 Prozent unserer Gäste befürworten den naturnahen Fremdenverkehr“.

Für DI Katharina Lins kommt es insgesamt darauf an, dass der Tourismus ein gesundes, verträgliches System darstellt. Es sei ein Irrtum zu glauben, dass sich Nachhaltigkeit nur auf einige isolierte Teilbereiche beziehen kann. Lins: „Ganz unverträgliche Formen wie zu große technische Landschaftseingriffe dürfen keinen Platz haben, weil die ‚sanften‘ Nutzungsformen diese Schäden ja nicht aufheben.“

Langfristig ist es laut Lins am sinnvollsten, auf vielseitige Angebote zu setzen, um unabhängiger von Entwicklungen, Modeströmungen oder Klimaveränderungen zu sein. In einzelnen Bereichen gäbe es durchaus schon erfreuliche Ansätze und Beispiele, von der umweltfreundlichen Anreise und Mobilität im Ort über regionale und biologische Qualität bei Lebensmitteln bis zu Angeboten, die die ökologischen und historischen Besonderheiten der Landschaft vermitteln. Naturschutzanwältin Lins findet Inszenierungen nicht unbedingt negativ, assoziiert damit aber manchmal künstliche Idylle und Unehrlichkeit.

**DI Katharina Lins** „Ganz unverträgliche Formen wie zu große technische Landschaftseingriffe dürfen keinen Platz haben, weil die ‚sanften‘ Nutzungsformen diese Schäden ja nicht aufheben.“



Foto: Katharina Lins

DI Katharina Lins arbeitet für die Naturschutzanwaltschaft für Vorarlberg. E-Mail: katharina.lins@naturschutzanwalt.at

Vom Einkauf der Lebensmittel bei regionalen Anbietern über umweltschonende Energieversorgung bis zu Abfallvermeidung und Recycling. Positive Entwicklungen in Richtung

**Dr. Klaus Kessler**  
„Authentischer Tourismus nimmt Rücksicht auf die Region, die Menschen und die Natur.“



Foto: Naturhotel Chesa Valisa

Dr. Klaus Kessler führt gemeinsam mit Ehefrau Sieglinde seit 1985 das Naturhotel Chesa Valisa im Kleinwalsertal. E-Mail: klaus@naturhotel.at

eines authentischen Tourismus sieht Kessler auch im Bregenzerwald – „durch die Käsestraße werden regionale Kreisläufe genutzt“, auch das Kleinwalsertal habe eine sehr gute ökologische Perspektive. In Zukunft sollten laut Kessler noch viel mehr Regionen „zu sich selbst, ihren Werten und ihrer Identität finden“.

„Authentisch zu sein“ – das empfiehlt auch der Schweizer Tourismusexperte Prof. Dr. Hansruedi Müller. Dabei solle Authentizität nicht nur museal verstanden werden, son-

## Authentisch sein

Ein positives Beispiel ist das Naturhotel Chesa Valisa im Kleinwalsertal. Sanfter Tourismus bedeutet für den Betreiber Dr. Klaus Kessler „zu beweisen, dass es möglich ist, ein Hotel nach ökologischen Grundsätzen zu führen“. Kessler hält den Begriff „Sanfter Tourismus“ allerdings für negativ besetzt und spricht deshalb lieber von einem authentischen Tourismus. Dieser nimmt laut Kessler Rücksicht auf die Region, die Menschen und die Natur. „Das ist Qualitätstourismus, der nicht nur am Preisniveau sondern ganzheitlich gemessen wird. Qualitätstourismus ist zwingend ökologisch orientiert!“ Eine Zielsetzung, die sich in Kesslers Naturhotel durch alle Bereiche zieht:

**Prof. Dr. Hansruedi Müller**  
„Wir müssen lernen, Bestehendes noch besser in Szene zu setzen.“



Foto: FIF Uni Bern

Prof. Dr. Hansruedi Müller ist Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) an der Universität Bern. E-Mail: hansruedi.mueller@fif.unibe.ch

dern dürfe durchaus inszeniert sein. Das inszenierte Thema darf laut Müller einfach nicht künstlich importiert sein, sondern muss möglichst natürlich gewachsen sein. „Wir müssen lernen, Bestehendes noch besser in Szene zu setzen.“ Ein gute Inszenierung sei sozial und umweltverträglich, so Müller und nennt als Beispiel das Große Walsertal mit dem Biosphärenpark. Die spannendste Aufgabe in der Zukunft werde sein, „ruhige und entspannte Atmosphäre zu inszenieren“.



Die natürliche Landschaft als Erlebnis.

## Menschen begegnen auch sich selbst

Inszenierung bedeutet meist einen hohen finanziellen Aufwand und vergleichsweise starke Eingriffe. Sanfter Tourismus widmet sich der Vertiefung und Auseinandersetzung mit dem über Jahrtausende am Ort Gewachsenen. Er bietet vielfältige, mitunter auch subtile, Zugänge und individuelle Erfahrung. Angebote des sanften Tourismus bieten den Einheimischen Lebensqualität und Identifikation. Menschen erleben einen einzigartigen Raum und begegnen dabei fernab der Inszenierung auch sich selbst. Diese Art der Begegnung fordert aber Zeit. Das Bedürfnis nach schnellem Freizeitkonsum kann damit kaum befriedigt werden.

Wenn man bedenkt, welche Rolle dem Tourismus in unserem Lande zukommt, gibt es inzwischen positive Entwicklungen. Natur und Landschaft werden vom Tourismus neu entdeckt. Die Projekte sind jedoch mit Bedacht zu entwickeln, oberflächlich und einseitig inszenierte Scheinwelten zum Konsum von Natur und Originalität haben wenig Bestand. Gleich dem Slow Food sollte in Zukunft auch bei touristisch motivierten, landschaftsbezogenen Projekten die Langsamkeit, das Prinzip Slow Nature kultiviert werden.

Beim Projekt Moore Krumbach haben wir die Moore als Ressource zur regionalen Identität entdeckt. Über Bürgerbeteiligung wird die Landschaft zwischen Natur und Mensch erfahren, erlebt, begriffen und entwickelt. Eine Entwicklung, die nicht abgeschlossen ist und das Bewusstsein um den vielschichtigen Reichtum in unserem Lebensraum weiter wachsen lässt.

DI Maria-Anna Moosbrugger ist Landschaftsplanerin und Projektmanagerin. Mit der Firma LandRise hat sie unter anderem das Projekt Moore Krumbach umgesetzt. E-Mail: office@landrise.at



DI Maria-Anna Moosbrugger

- 1 Beispiel Diedamskopf: Der bisherige Eigentümer Silvretta Montafon bevorzugte beim Verkauf eine regionale Lösung. Ein Konsortium bestehend aus dem Skigebiet Warth, den Gemeinden Au, Schoppertau und der Raiffeisenkasse Au erhielt im September 2009 den Zuschlag. Insgesamt hatten 33, auch internationale Investoren ihr Interesse bekundet.
- 2 Das Unternehmen investiert nur in hochgelegene große Skigebiete, die hohe Schneesicherheit vorweisen. Mittlerweile verkauft die Compagnie des Alpes über 15 Millionen Skitagespässe pro Jahr und ist damit der größte Anbieter der Welt.

**IMPRESSUM: Herausgeber und Medieninhaber:** Amt der Vorarlberger Landesregierung, 6900 Bregenz, www.vorarlberg.at/gemeindeentwicklung  
**Auflage:** 7000 **Für den Inhalt verantwortlich:** Dr. Wilfried Bertsch, Abteilung Raumplanung und Baurecht, 6900 Bregenz, vorum informiert über Angelegenheiten der Raumplanung und Regionalentwicklung in Vorarlberg. Namentlich gekennzeichnete Beiträge müssen nicht mit der Meinung der Redaktion übereinstimmen **Projektleitung:** Heiko Moosbrugger, E-Mail: heiko.moosbrugger@vorarlberg.at **Redaktionsleitung:** Pzwei.Pressarbeit. **Redaktionsteam:** Dr. Wilfried Bertsch, Mag. Mona Egger, Heiko Moosbrugger, Ing. Christoph Türtscher, Mag. Stefan Obkircher **Cover:** Markus Gmeiner **Gestaltung:** Bertolini LDT, Bregenz **Druck:** Thurnher, Rankweil **vorum ist auf chlorfrei gebleichtem Recycling-Papier gedruckt** DVN-Nr. 0058751 **vorum erscheint 5 x jährlich und kann gratis angefordert werden bei:** E-Mail: raumplanung@vorarlberg.at, T 05574/511-2105

# Wenn die Ästhetik verloren geht, geht der Gast



**Dr. Marcel Hunziker**  
Eine Fallstudie des Schweizer Sozialwissenschafters Marcel Hunziker hat gezeigt, dass die Erhaltung der landschaftlichen Schönheit für eine Tourismusregion nicht nur eine ethische Verpflichtung, sondern mittelfristig auch eine ökonomische Notwendigkeit darstellt. Im Interview erklärt Hunziker die wichtigsten Ergebnisse.

**vorum:** Erzählen Sie uns etwas über Ihre Fallstudie?

**Hunziker:** Wir haben in einer mündliche Befragung zufällig ausgewählten Gästen Grindelwalds Fotos vorgelegt und dazu befragt. Anhand dieser Bilder haben wir die bauliche Entwicklung von Streusiedlungen, Straßen und touristischen Transportanlagen versucht darzustellen.

**vorum:** Was waren die auffälligsten Ergebnisse?

**Hunziker:** Tourismusbedingte Landschaftsveränderungen werden generell als ästhetischer Verlust empfunden. Auf Veränderungen, die durch den Bau von Skiliften und Bahnen ausgelöst werden, reagierten die Befragten sogar unabhängig vom Ausmaß des Eingriffs sehr sensibel.

**vorum:** Gab es bei den Ergebnissen altersbedingte Unterschiede?

**Hunziker:** Ja, jüngere Gäste reagieren auf Veränderungen sensibler. Wir rechnen damit, dass sich die Ablehnung des Ausbaus touristischer Infrastruktur künftig noch verstärkt.

**vorum:** Ihr Fazit?

**Hunziker:** Die Erhaltung der landschaftlichen Schönheit ist für Tourismusregionen nicht nur eine ethische Verpflichtung, sondern mittelfristig auch eine ökonomische Notwendigkeit. Dies insbesondere deshalb, weil landschaftsensiblen Gästen tatsächlich stark beeinträchtigte Gebiete meiden, wie unsere Ergebnisse zeigten. Das bedeutet, es müssen planerische Mittel ergriffen werden, damit die Entwicklungen von authentischen traditionellen Kulturlandschaften hin zu reinen Tourismusdestinationen ohne lokale Eigenart verhindert werden.

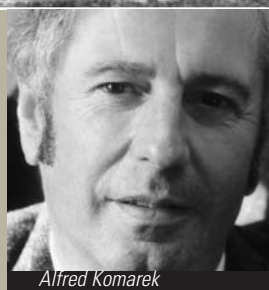
**vorum:** Das wird aber nicht einfach sein, oder?

**Hunziker:** Nein. Denn es gibt bei der Landschaftsentwicklung im Alpenraum eine starke Fremdbestimmung. Die Bewohner des Alpenraums sehen sich vorwiegend mit Touristen konfrontiert, welche die Erhaltung eines traditionellen Landschaftsbildes wünschen und gleichzeitig das Vorhandensein einer zeitgemäßen touristischen Infrastruktur voraussetzen.

*Dr. Marcel Hunziker ist Gruppenleiter an der Eidgenössischen Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL. Sein Schwerpunktgebiet ist die sozialwissenschaftliche Landschaftsforschung. E-Mail: marcel.hunziker@wsl.ch*

## Das Ende der Sanftmut

Foto: Janos Kalmar



Tut mir leid, sanfter Tourismus erinnert mich an alkoholfreies Bier und Käsknöpfe light. Was aber dann? Brachialtourismus um jeden Preis kann's ja auch nicht sein. Ich wünsche mir ganz einfach Menschen, für deren Reiselust es verführerische Reiseziele gibt, die nach genussreicher Befriedigung ausreichend Hunger für das nächste Mal übrig lassen. In einer solchen Beziehung hat ungestümes Begehren genau so Platz wie behutsame Zuneigung, unverschämte Neugier wie kundiges Interesse. Das bleibt nicht ohne Folgen: Gäste und Gastgeber wirken aufeinander ein, Wünsche und Erwartungen prägen das Angebot, die Nutzanwendung der Landschaft fordert entsprechende Strukturen. Wer den eigenen Lebensraum und damit auch ein wenig sich selbst zu Markte trägt, lässt Nähe, Berührung und Veränderung zu. Wer Geld in eine Reise investiert, möchte etwas dafür bekommen.

Es liegt natürlich nahe, dass sich beide Seiten dieser käuflichen Begegnung mit berechnendem Frohsinn und unverbindlicher Zuwendung entledigen. Am Ende haben alle irgendwie bekommen, was sie wollten. Mit Event-Tourismus funktioniert das tadellos: Die Gäste haben ihren Spaß und die Gastgeber haben ihre Schuldigkeit getan. Findet das alles auch noch vor einer attraktiven Landschaftskulisse statt, braust der Applaus und stimmt die Kassa. Aber das inszenierte, massentaugliche Reiseerlebnis folgt erprobten Mechanismen, ist daher nicht beliebig variierbar und bedingt auch eine normgerechte Möblierung und Erschließung der Landschaft. Außerdem werden der Lebensraum und seine Menschen zur Staffage – sind also austauschbar. Zieht die Karawane dann eines Tages weiter, machen sich in der nunmehr aus der Mode gekommenen Region Leere und Orientierungslosigkeit breit. Zudem verwischt bunte und laute Beliebtheit Grenzen und Unterschiede. Im zunehmend härter werdenden Verdrängungswettbewerb der Inszenierer werden also jene gewinnen, die bereit sind, um jeden Preis Trends zu nutzen oder zu schaffen, um trendy people anzulocken – und die Gewinner werden schwächere Gewinner vom Platz verweisen. Angesichts dieser mörderischen Einöde werden sich aber jene freuen dürfen, die anbieten ohne sich preiszugeben, die einladen ohne zu vereinnahmen, die gastfreundlich sind, aber nicht gastkäuferlich. Vielfalt, die einfach da ist, in der Landschaft, in den Menschen, braucht keine Inszenierung, aber sie sollte sich jenen, die fremd sind, doch nicht fremd bleiben wollen, einladend, anregend und freundlich präsentieren, aufregend natürlich auch, faszinierend und herausfordernd. Wer sich Gäste ins Land holt, muss sich auf Gäste einstellen und wird gut daran tun, dabei authentisch zu bleiben. Das ist ein Abenteuer, ein ganz und gar nicht sanftes. Aber am Ende könnten alle gewinnen.

*Alfred Komarek ist ein österreichischer Schriftsteller. Er lebt als freier Autor in Wien, Bad Aussee und Niederösterreich.*