

Hans Heiss

WO LIEGEN DIE GRENZEN DES WACHSTUMS IM TOURISMUS?

Alternativen zur touristischen Überbeanspruchung

Vortrag für die Veranstaltungsreihe von POLITiS und DfNUS „Wachstum neu denken in Zeiten der Erderwärmung“, 3. 11. 2020

Tourismus in Südtirol und im Alpenraum hat binnen weniger Monate seine Rolle eindrucksvoll gewechselt. Aus der Position des starken Wachstumsgewinners ist er zum bedauernswerten Lockdown-Loser abgesunken, der nach lange strahlendem Konjunkturmilieu die Zukunft durch einen düsteren Horizont verhängt sieht..

Jüngste Schlagzeilen in Südtirols Medien sprechen für sich: „Wir schwitzen Blut“ hält Markus Huber, Brixner Tourismus-Chef fest.¹ HGV-Präsident Manfred Pinzger versichert: „Es wird eine Wintersaison geben“,² in einem Tonfall, als handle es sich um das Leben nach dem Tod. Die Lage im Tourismus-Sektor ist ernst, auch Besorgnis erregend, sie bedarf aber statt der Dramatisierung vor allem einer realistischen Bewertung. Und es gilt auch, die Sorgen der Tourismus-Treibenden nicht kleinzureden. In den Worten eines nachdenklichen Hoteliers aus dem Hochpustertal: „Auch wenn die Südtiroler Hotellerie Pech und Glück zu gleich hatte, ist es für alle Hoteliers eine schwierige Zeit.“ Da auch die Zukunft nicht leicht werden dürfte, gilt es umso mehr, einige künftige Perspektiven vorweg zunehmen.

Das aktuelle Krisen-Szenario

Fakt ist, dass Südtirols Tourismus im Winterhalbjahr bis Ende April 2020 rund 22% an Nächtigungen im Vergleich zum Vorjahr eingebüßt und damit eine drastische Talfahrt erlebt hat.³ Dem Sinkflug folgte im Sommer, vorab im Juli / August bis tief hinein in den September ein überraschendes Zwischenhoch,⁴ das sich dann abschwächte, bis es mit der deutschen Reisewarnung am 24. 10. in eine Vollbremsung mündete.

Insgesamt ist bis Jahresschluss 2020 ein Rückgang um 25%, von 33.6 auf rund 23 Mio. Nächtigungen absehbar. Das sind starke Einbrüche, die im Vergleich mit wichtigen Destinationen des internationalen Städtetourismus wie Venedig, München, Wien, aber auch des nahen Innsbruck aber relativ milde verlaufen, wo man einen Absturz bis zu 80% beklagt.⁵ Die meisten österreichischen Bundesländer mit Rückgängen zwischen 25 und 27% sind schlechter daran als Südtirol, mit Ausnahme des begünstigten Kärnten.

Die nähere Betrachtung des Südtiroler Krisenszenarios zeigt zudem scharfe Unterschiede innerhalb des Landes, da regionale Differenzen auffallend zu Buche schlagen.

Vom Einbruch besonders stark betroffen war der Westen des Landes, also das Burggrafenamt, der Vinschgau, auch das Unterland, der Süden Südtirols, da in diesen

1 Interview mit Erna Egger, „Wir schwitzen Blut“, in: Neue Südtiroler Tageszeitung, 27. 10. 2020, S. 5.

2 Interview mit Arnold Sorg, „Es wird eine Wintersaison geben“, in: Dolomiten 27. 10. 2020, S. 15.

3 Simone Treibenreif, Ungleiches Minus, in: SWZ, 26. 6. 2020, S. 2.

4 Simone Treibenreif, Zwei blaue Augen, in: SWZ, 25. 9. 2020, S. 2.

5 Franz Kotteder, Viel zu viele Zimmer frei, in: Süddeutsche Zeitung, 5. 11. 2020, S. 30;

Bezirken der Frühling fast zur Gänze ausfiel und touristischen Großmächten wie Meran, Schenna, Tirol, Naturns, Eppan und Kaltern ein Minus von 37 bis 76% bescherte.⁶

Dagegen beeindruckte im Fall der Dolomiten-Regionen und des Pustertals zwar am 11. März 2020 die spektakuläre Schließung der Wintersaison, die Südtirol aber ein Ischgl-Szenario ersparte. Die Sperre kam allerdings nach einem starken Winter, der den Verlust des finalen Monats erträglich gestaltete. Mit Frühjahrsbeginn hätte man in diesen Bezirken ohnehin geschlossen, sodass April, Mai und erste Junihälfte dank der regulären Schließungsperiode passabel verliefen; eine ähnliche Entwicklung zeigte sich dann im Herbst.

Es gibt also im Tourismus Südtirols unter Corona-Vorzeichen starke Verlierer und relative Gewinner auf regionaler Ebene, sodass vermieden werden sollte, die aktuelle Entwicklung über einen Kamm zu scheren.

Zudem empfiehlt sich der Blick auf einzelne Kategorien von Beherbergungsbetrieben, um die verfehlte Vorstellung eines einheitlichen oder gar kompakten Sektors stark zu differenzieren und entschieden aufzubrechen. Innerhalb der Betriebstypen kamen 4 und 5-Sternehotels am besten durch, während die seit langem angeschlagenen 1-2-Sterne, also die kleinen Häuser, weiter abfielen. Erst recht baute Urlaub auf dem Bauernhof den anhaltenden Aufwärtstrend aus und zog mit dem Versprechen von Luft, Abstand und Naturnähe besonders viele Gäste an.

Tourismus bewies neben den strukturellen Momenten und Unterschieden aber auch Reaktionsstärke, dazu seine Lobbymacht und unterstrich mit Nachdruck den Einfluss auf die Politik: Die sofortige Verstärkung der Marketing-Aktionen von IDM im bekannten Wert von 33 Mio. € mit beeindruckenden Promotions-Kampagnen im In- und Ausland übertraf bisherige Größenordnungen.⁷ Sie lief auf einer Vorzugsschiene, von der andere gesellschaftliche und berufliche Gruppen nur träumen können: Oder wäre es vorstellbar, dass Pflegekräfte und Ärzte bereits im April/Mai mit einem Gehaltsbonus von nur der Hälfte dieser Größenordnung umgehend honoriert worden wären?⁸ Darauf hat ff-Chefredakteurin Alexandra Aschbacher in einem Leitartikel jüngst (ff 43/2020) zu recht verwiesen.

Auch wurden Steuersenkungen, wie der Erlass der GIS,⁹ eilfertig durch den Landtag gewinkt, mit medialem Flankenschutz nicht nur des Leitmediums, sondern unter großer Sympathie anderer Blätter.

Wohl gemerkt und nochmals betont: Die krisenhafte Situation von Teilen der Branche steht außer Streit. Sie ist bedauerlich, dennoch ist festzuhalten, dass die sofort wirksamen Maßnahmen der Dringlichkeit und Notlage wirksam begegneten.

Besonders beeindruckt hat die Fähigkeit des Tourismussektors, aus der Rolle eines handlungsstarken Akteurs in jene des Krisensubjekts zu wechseln. Oder etwas deutlicher: Aus der Angeklagten-Position einer Branche, die in den letzten Jahren als hauptverantwortlich für den sich abzeichnenden Overtourism galt, hat sich der Sektor in einen bekannten Südtiroler Status begeben: In den eines Opfers, das sich wehrlos an die Streckbank der Krise und der politischen Verordnungen gefesselt präsentiert.

6 Treibenreif, Ungleiches Minus.

7 Karl Hinterwaldner, Licht, Luft und viel Geld, in: ff. Das Südtiroler Wochenmagazin, 29. 10. 2020, S. 20f.

8 Covid-Prämien für über 6500 Helfer. Landesregierung: 5 Mio. für 3200 Köpfe im Gesundheitswesen, 5 Mio. für Mitarbeiter in Altersheimen, für Sozialbetreuer und Pflegehelfer, in: Dolomiten, 2. 9. 2020, S. 13.

9 Walter Grossmann, Weitere GIS-Hürden, in: Südtiroler Wirtschaftszeitung, 11. 9. 2020, S. 9.

Vergessen und kaum mehr erwähnt wird hingegen, dass Südtiroler Zentren des Wintertourismus im vergangenen Februar als Einfallstore des Virus wirkten – leider, muss man betonen. Wenn Basisärzte in Kastelruth, Wolkenstein oder St. Ulrich lange vor dem offiziellen Ausbruch der Pandemie die auffallende Häufung schwerer Lungenentzündungen in ihrem Einzugsgebiet diagnostizierten, war der Zusammenhang zwischen dem Auftreten von Sars-Covid-19 und der Präsenz von Wintergästen aus der Lombardei und Oberitalien evident. Selbst Wolkensteins BM Roland Demetz gab im April 2020 unumwunden zu: „Wir haben in Gröden die hohe Zahl an Infektionen ja wegen des Tourismus, weil es zu Menschenansammlungen kommt: in den Pubs, an den Liften und anderswo.“¹⁰

Aber die Mitverantwortung des Südtiroler Tourismus am Eindringen des Virus in Südtirol verwandelte sich dank der Schließung am 11. März in eine italienweite Vorreiterrolle bei der Pandemiebekämpfung, unter dem selbstbewussten Motto: „Wir waren die ersten, die geschlossen haben“. Zugleich richtete sich die internationale Aufmerksamkeit auf Ischgl, den Tiroler Sündenpfuhl, sodass sich die Südtiroler Verantwortungsfrage gar nicht erst stellte. Dennoch erhebt sich die Frage der Mitverantwortung, die auch Michael Fink in den „Dolomiten“ gestellt hat: „Wer war denn ernsthaft der Meinung, dass Karawanen von Urlaubern keine Spuren hinterlassen? Es war sicher nicht gewollt, aber es ist schlussendlich Teil jener Ursache, deren Wirkung wir nun erleben.“¹¹

Die Krise ist auch Folge des Wachstumszwangs

Die gegenwärtige Krise hat für die Betrachtung des Tourismus in Südtirol wichtige Folgen: Sie erspart dem Sektor und den Verantwortlichen angesichts der Notwendigkeit ihrer dringlichen Bewältigung und ihrer medialen Rezeption die grundsätzliche Analyse der Frage, in welche Richtung Südtirols Tourismus künftig steuern sollte. Stattdessen erscheint die Rückkehr zum Status Quo ebenso vordringlich wie notwendig, sodass sich alles Weitere zu erübrigen scheint.

Der Wiedergewinn von Normalität hat erste Priorität, alles Andere kann warten. Die Cheftouristiker unseres Landes wissen genau, wie sie dieses *framing* nützen können. Sie sind aus einer Defensiv-Position in eine offensive Rolle gewechselt, mehr noch: Sie stellen mit Genugtuung fest: dass ihnen neue Hegemonie und Meinungsführerschaft winken. Auf der jüngsten „Hotel 2020“ in Bozen hat sich IDM-Marketing-Direktor Wolfgang Töchterle klar geäußert: „Uns bietet sich gerade eine Jahrhundertchance. Das Gebot lautet: raus aus dem Krisenmodus, rein in den Gestaltermodus“.¹²

Dem IDM-Marketingchef steht ein Quantensprung vor Augen, den er so beschreibt. „Südtirol kann zum Thema Resonanztourismus einen großen Aufschlag machen. Den größeren als die meisten entwickelten Destinationen in Europa. Schlicht deshalb, weil es unserer Identität entspricht.“ Diese Aussage bedeutet im Kern: Die Chance zu weiterem Wachstum winkt, in einer Dynamik, die durch den Lifestyle-Begriff der „Resonanz“ in die Watte vorgeblicher Nachhaltigkeit gepackt wird.

Keine Rede davon, die Rolle des Tourismus in Südtirol aufgrund der aktuellen Situation auf den Prüfstand zu stellen und etwa der „Resonanz“ nachzuspüren, die Tourismus in diesem Lande, in seiner Gesellschaft, unter den Menschen aktuell genießt.

10 „Werden große Trauerfeier machen“, in: Dolomiten, 10. 4. 2020, S. 21.

11 Michael Fink, Südtirol muss kein Land der Pioniere sein, in: Dolomiten, 7./8. 11. 2020, S. 18.

12 „Eine Jahrhundertchance“, in: WIKU, 28. 10. 2020, S. 9., dort auch das folgende Zitat.

Vollkommen evident ist in jedem Falle: Tourismus verfügt über ein Ansehen und einen Stellenwert, die ihn in den Augen vieler Südtiroler*innen in den Rang eines systemrelevanten Sektors erheben. Dazu ebenso schlicht wie erhellend Thomas Walch, HGV-Obmann im Pustertal: "Ich bin überzeugt davon, dass wir die wichtigste Berufsgruppe in Südtirol sind."¹³ Medizinisches Personal, Lehrpersonen und viele andere würden sich die Augen reiben über solche Aussagen, die aber nicht untypisch sind für die Selbsteinschätzung des Sektors.

Die auffallende Hochschätzung hat historische Motive ebenso wie aktuelle Begründungen. Würde man eine Straßen-Umfrage tätigen, um von den Befragten zu erfahren, welcher der wichtigste Sektor im Lande sei, so käme unweigerlich und wie aus der Pistole geschossen bei 80% die Antwort - der Tourismus. Auch der anschließende Verweis darauf, dass die Branche nur rund 12-15% BIP-Wertschöpfung generiert und mit den von ihr belebten Zweigen wie Bau und Einzelhandel allenfalls auf 18% kommt, mithin auf rund 5% weniger als das verarbeitende Gewerbe,¹⁴ käme als Reaktion nur ungläubiges Staunen. Wenn ich etwa in der Heimatstadt Brixen darauf verweise, dass das Unternehmen Durst als weltweiter Champion des 3-D-Drucks mit 250 Mio. Jahresumsatz (und 778 Mitarbeitern) 2018 allein gewiss ebenso soviel Leistung generiert wie sämtliche Tourismus-Betriebe des Eisacktals,¹⁵ folgt meist ungläubiges Staunen.

Die große Sichtbarkeit des Tourismus, die Omnipräsenz seiner Betriebe, Infrastrukturen und Gästeströme, seine unmittelbare Erfahrungs- und Erlebnisdimension, erheben ihn in den Rang einer Südtiroler Schicksalsmacht – zur *forza del destino* Südtirols oder besser gesagt zur *forza della destinazione*.

Betrachten wir also jüngste Entwicklungen und den aktuellen Stand ein wenig aus der Nähe. Wir versuchen zunächst eine Gesamtbewertung des Sektors, um dann auf Kritikpunkte einzugehen, die in der Krise aus dem Sichtfeld zu verschwinden drohen. Die Krise mag belasten und lange dauern, aber sie wird enden, sodass bereits jetzt vorauszudenken wäre.

Nach einer Kurzanalyse verweisen wir auf Alternativen der Besserung und Therapie. Vorab aber war auf das aktuell laufende *framing* hinzuweisen, auf jene Selbstinszenierung und -stilisierung, die aus dem Grund besonders wirksam ist, da sie zum Teil auf realen Grundlagen beruht.

Tourismus: Eine, nicht *die* Säule der Südtiroler Wirtschaft

Die zentrale Bedeutung des Tourismus in Südtirol steht seit vielen Jahrzehnten außer Streit. Dennoch bildet er nur eine der Säulen, auf der unsere Wirtschaft und Gesellschaft beruhen. Und zeitgleich stellt sich die Frage, ob er die zukunftsfähigste Säule ist, oder ob nicht ein sanfter, wie nachdrücklicher Rückbau eine wichtige Zukunftsaufgabe Südtirols wäre. Denn Südtirol hat dzt. noch die Chance für einen Wandel, für einen Turn des Tourismus, anders als in Nordtirol, wo sich Tourismus mit rund 50 Mio. Nächtigungen eine derart zentrale Rolle einnimmt, dass ein retour, ein Ausstieg aus allzu starker Abhängigkeit, kaum mehr möglich scheint.

13 „Wir tragen soziale Verantwortung“, Interview mit Silke Hinterwaldner, in: Neue Südtiroler Tageszeitung, 30. 10. 2020, S. 18.

14 Christian Pfeifer, Wer den Wohlstand macht, in: SWZ, 22. 9. 2017, S. 3.

15 Die Südtiroler Umsatzrangliste, in: SWZ, 9. 8. 2019, S. 18.

Südtirols **Branchen-Kennzahlen** sind hinlänglich bekannt: Die letzten fünf Jahren brachten den Sprung von 28 auf fast 34 Mio. Nächtigungen, bei stetig sinkender Aufenthaltsdauer auf inzwischen 3,5 Tage pro Gast. Der Aufschwung ist getragen von einem gastgewerblichen und nicht-gastgewerblichen Bettenangebot, das sich im selben Jahrfünft sprunghaft, inzwischen wohl auf ca. 230.000 vermehrt hat. Den Anteil an der ökonomischen Wertschöpfung des Landes schätzt das WIFO auf rund 12-15%, also auf rund 3,0-4,0 Mrd. €. Nimmt man die starke Verflechtung mit benachbarten Branchen wie Bauwirtschaft, Handwerk und Einzelhandel hinzu, ist der BIP-Beitrag des Tourismus wohl auf insgesamt rund 18% anzutragen.

Ein Grundtrend der Branche auf der Angebotsseite ist die ständige Qualitätsverbesserung der Beherbergung, der Küche, z. T. auch des Service, wie des gesamten Umfelds in Südtirol, vom örtlichen Angebot bis zur Veranstaltung, jenes Ensembles, das die IDM-Chefs so schön als „Resonanzraum“ bezeichnen. Daher erklärt sich der Anstieg der 4- bis 5-Sternehotels, daraus resultiert auch die Qualitätsoffensive der Gastronomie mit nunmehr 19 Michelin-Sterne-Restaurants, die stete Verbesserung und der Investitionsschub in die Aufstiegsanlagen.

In ihrer Eigentümer- und Größenstruktur halten die Betriebe im Mittel bei 40 Betten, der überragende Teil ist familiengeführt, im kleinstrukturierten Panoramas finden sich nur wenige Kleinimperien wie Dorfers Quellenhof AG oder die Adler-Resorts der Brüder Sanoner, die unter den Top 150 von Südtirols umsatzstärksten Unternehmen halten.¹⁶ Das Arbeitsplatzangebot hielt 2019 bei einem Maximum von rund 37.000 Arbeitsplätzen, die heuer um rund 5.000 bis 7.000 gefallen sind.

Im Blick auf die Gäste unterscheidet sich der Südtiroler Quellmarkt grundlegend von der Herkunft der Gäste Österreichs oder Tirols: Er ist bestimmt durch geringe Internationalisierung mit beinahe gleichförmiger Verteilung von 40 : 40% auf deutsche und italienische Gäste, gefolgt von Schweizern, Österreichern, EU-Ostländern und wenig Ferntourismus. Daher auch mäßige Abhängigkeit von Globalisierungsketten und von der Präsenz eines Flughafens, wie die Pandemie deutlich gezeigt hat. Der saisonalen Verteilung nach entfallen ca. 65% der Nächtigungen auf das Sommerhalbjahr, 35% auf das Winterhalbjahr, dessen Gäste aber deutlich mehr Pro-Kopf-Ausgaben tätigen.

Mitverantwortlich für die Attraktivität des Tourismus in Südtirol ist die Bedeutung als Generator von Identität: In keiner anderen Branche erfahren die Betreiber ein vergleichbares Ausmaß an Anerkennung. Das tägliche Lob auf die Leistungen von Unterbringung, Küche und Service, auf die Herzlichkeit der Gastgeber, auf Land und Leute, wirkt wie eine stete Kette von Likes, die sich durch die prompte Zahlung der Gäste weiter verstärkt. Andere Berufe verfügen über kein vergleichbares Identitätsangebot, das sie in ihrer Tätigkeit ständig bestärkt.

Im Gegenzug sind manche Touristiker aber besonders dünnhäutig, da sie überwiegend an Anerkennung gewohnt sind. Tourismus gilt zudem als wichtiger Identitätsträger der Südtiroler Minderheit, als jene Kategorie, die Deutschsprachigen und Ladinern Wohlstand sichert, dabei Land, Leute und Lebensart von ihrer besten Seite repräsentiert.

Sieben Problemzonen

Trotz der genannten Vorzüge verweise ich auf sieben Aspekte, die die Nachhaltigkeit des Tourismus und der Entwicklung Südtirols gleichermaßen in Frage stellen. Wir halten aus meiner Sicht an einem Wendepunkt, einem *tipping point*, an dem auch Tourismus die

¹⁶ Südtirols Top 300 Unternehmen, in: Südtirol Panorama, 2 (2020), S. 8 und 10.

Folgen der ökologischen und sozialen Krise zu nehmen hat und seine Mitverantwortung bedenken sollte. Tourismus geht im wahrsten Sinn des Wortes an die Substanz des Landes, das sich der klaren Frage zu stellen hat: Wie viel Tourismus möchte es noch, wie viel kann es vertragen? Die aktuelle Krise hat dieses Thema verstärkt aufgeworfen, vor allem jene Frage, ob nicht nur die Pandemie Schuld am aktuellen Einbruch hatte, sondern auch ein veritables und starkes Überangebot dafür verantwortlich war. Die aktuelle Krisenanfälligkeit des Sektors ist längst nicht allein eine Folge der Pandemie, sondern auch aus dem Faktum, dass ein Überangebot an Betten und Betrieben produziert und ein Überhang generiert wurde, der nunmehr empfindlich spürbar wird. Allein in den letzten sieben Jahren stieg die Bettenzahl um rund 7000 an und mit ihr wuchs ein beeindruckendes Ausmaß an Anfälligkeit. Aufmerksame Beobachter haben bereits im Vorfeld vor Heißlaufen und Überkapazitäten gewarnt, so der frühere SWZ-Chefredakteur Robert Weißensteiner, den niemand der Wirtschaftsfeindlichkeit bezichtigt. Da sich die Covid-19-Krise erst allmählich in ihrem vollen Umfang zeigt, mit den Folgen einer auf Jahre hin haltenden Depression, ist eine Selbstbeschränkung umso vordringlicher, ebenso auf die folgenden Problemzonen:

1. Der erste Aspekt ist der **Grundverbrauch**, der neben den traditionellen Hot-Spots auch bisher wenig berührte Landschaften erfasst hat. Die auch nach 60 Jahren der Erschließung differenzierte Landschaftsstruktur Südtirols wird an vielen Punkten gestört, oft auch zerstört. Dem unternehmerischen Profit steht ein Verlust an Diversität im Landschaftsbild gegenüber. Allerdings ist leider Fakt, dass diese Verluste kaum mehr auffallen oder bedauert werden. Sie werden einfach hingenommen, die Sensibilität der Landschaftswahrnehmung ist im Vergleich zur Vergangenheit deutlich geschrumpft. Nicht so bei vielen Gästen, die wachsende Monotonie und Homogenisierung Südtirols, seine Umdeutung vom Lebens- zum Erlebnisraum beklagen.

2. Die **Landschaftszerstörung** und ihr Verbrauch, zu denen auch touristische Investitionen Verantwortung tragen, haben in der längst angebrochenen Epoche der Klimakrise einen weiteren, verheerenden Effekt. Sie schwächen Biodiversität, fördern Bodenversiegelung durch Verbauung und notwendige wie oft unnötige Infrastrukturen wie Straßen und Zufahrtswege. Hinzu tritt Bodenerosion, die angesichts zunehmend intensiver und heftiger Niederschlagsmengen oft massiv einwirkt. Und schließlich zählt weltweit intensive Verbauung zu den wichtigsten Faktoren des CO₂-Verbrauchs.

3. **Ressourcenverbrauch** ist ein weiterer, oft unterschätzter Aspekt des Overtourismus. Der Wasserverbrauch stammt von Aufstiegsanlagen, deren Schneehunger große Speicherseen benötigt, aber auch vom Wellness-Angebot von Hotels und Resorts. Wasserarme Gemeinden wie Hafling beklagen nach massiven Hotelinvestitionen der letzten Jahre den Mangel an kostbarem Nass, auch in der Landwirtschaft. Der Entwurf des neuen Wasserschutzplans hat dezent, aber unübersehbar auf die Rolle des Tourismus beim Wasserverbrauch hingewiesen. Die Zahl der Kunstschneekanonen hat sich – so der jüngste Klimareport der EURAC 1995 bis 2015 mehr als verfünffacht, der Wasserverbrauch ist zwischen 2007 und 2015 von 5 auf 7 Mio. Kubikmeter geklettert.¹⁷

¹⁷ Anna Scuttari, Tourismus, in: Marc Zebisch u.a. (Hrsg.), Klimareport–Südtirol 2018, Bozen 2018, S. 90-95, hier S. 91.

4. Architektonische Genmanipulation. Im Hotelbau ist zwar die Zeit der Türmchen und schlossartigen Anbauten seit gut 15 Jahren passè, die gegenwärtige Ära lässt sich mit der Formel eines „Ästhetischen Funktionalismus“ charakterisieren.¹⁸ Hotels werden mit großen Volumina errichtet, die dem erhöhten Wohn- und Raumbedarf der Gäste ebenso nachkommen wie den Forderungen nach ausgedehnten Wellness- und Außenbereichen. Das Ergebnis sind in den meisten Fällen touristische Gewerbebauten, an denen vor allem eines gewiss ist: Sie werden in wenigen Jahren einem neuerlichen Reinvestment weichen.¹⁹ So entstehen beeindruckende Provisorien, die auf das örtliche und landschaftliche Umfeld wenig Bedacht nehmen. Der Widerstand der Gemeinden ist gering, da aus ihrer Sicht neben Arbeitsplätzen auch Einnahmen aus Baukostenabgaben erfreulich zu Buche schlagen.

5. Erhöhte Bodenpreise und Zweitwohnungsproduktion. Boden ist eine unvermehrte und knappe Ressource, zumal in den Alpen. In einem Land wie Südtirol gilt Boden längst als lohnendes Investment, als Anlageform, die das auf globaler Ebene exponentiell umlaufende Kapital anzieht. Für betuchte Investoren von hoher Feuerkraft ist ein Quadratmeterpreis von 10.000 bis 12.000 € zwar beachtlich, aber relativ leicht zu erlangen. Obwohl in Südtirol der Zweitwohnungstourismus verglichen mit dem Trentino, Cortina oder den französischen Alpen überschaubar ist, ist das Interesse an guten Lagen wie in den Dolomiten oder dem Überetscher Raum spürbar. Er ist ablesbar auch an der Präsenz von Verwertern von Luxusimmobilien wie Engel & Völkers (www.engelvoelkers.com). Tourismus ist ein Türöffner der Bodenverwertung, da er Bekanntheit und Attraktivität einer Region wie Südtirol live oder via Instagram unter Beweis stellt. Der Preisauftrieb blockiert den Zugang der Einheimischen zum Wohnbau, wovon nicht nur Gemeindeverwalter und Bewohner des Grödner- und Gadertals ein Lied singen können.

6. Stille Überschuldung. Der Aufwärtstrend im Tourismus der letzten Jahre war begleitet von einer steten Kreditaufnahme von beeindruckendem Ausmaß. Die Zahlen halten auf einer Dimension, die nicht verschwiegen werden sollte. Ende 2019 erreichten die Finanzierungen an die Tourismusbranche bei der Südtiroler Volksbank rund 800 Mio. €, hinzu kamen bei der Südtiroler Sparkasse Ende April 2020 rund 600 Mio. und zuletzt als kleine Draufgabe bei den 40 Raiffeisenkassen des Landes und der Landesbank zum 31. 3. 2020 bei rund 1,9 Mrd. €. Das macht in Summa 3,3 Milliarden, die die drei Bankengruppen allein an den Tourismussektor verliehen haben.²⁰ Die Zahlen kommentieren sich von selbst: Nach Auslaufen der aktuellen Stundungen ist absehbar, dass trotz demonstrativem Optimismus der Bankverantwortlichen ein beachtlicher Teil des Sektors in schweres Wasser geraten dürfte. Und damit nicht nur die Betriebe selbst, sondern auch die betroffenen Kreditgeber.

6. Falsche Mobilität. Individuelle Mobilität ist im Aufenthalts- und Tagestourismus weiter Trumpf, da die ungestörte Bewegungsfreiheit im eigenen Verkehrsmittel grundsätzlich für rund 85 der Ankünfte das Pendant zum Urlaub bildet. Von aktuell rund 15% Anreisen mit Bahn, Bus und Öffis sollte der Anteil kontinuierlich gesteigert werden. Durch Zugverbindungen mit entsprechenden Slots, die im Nahraum der Alpen, etwa ab

18 Hannes Peintner, Turris Südtirol, in: SWZ, 12. 5. 2017, S. 10f.

19 Simone Treibenreif, Geht nicht gibt's nicht!, in: SWZ, 31. 3. 2017, S. 3.

20 Robert Weißensteiner, Das Bangen der Banken, in: SWZ, 29. 5. 2020, S. 3.

München, Mailand, Wien eine Door-to-Door-Verbindung nach Meran, Gröden, Brunecker Raum in 4 Stunden garantieren. Beworben mit dem Bild der eigenen Wohnung und dem Slogan: „Ihr Urlaub beginnt - hier“.

Die Notwendigkeit einer grundlegenden Kursänderung in der Covid-19- und der Klimakrise liegt auf der Hand. Sie könnte zunächst an fünf Schwerpunkten ansetzen.

I. Kostenwahrheit; Transparenz der externen Kosten: Tourismus ist ähnlich wie Individualverkehr einer der Bereiche, die es am besten schaffen, interne Kosten zu externalisieren: Umweltlasten wie Bodenverbrauch, Verlust von Biodiversität, Verteuerung vorab des Wohnungsmarkts, Mobilitätsinfarkte belasten nicht nur den Sektor selbst, sondern vor allem die Gesellschaft und die öffentliche Hand vor Ort. Analog zu den positiven Effekten der Wertschöpfung sollten externe Kosten des Tourismus im Wege einer volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung punktgenau aufgelistet werden. Auch der Vergleich mit anderen Wirtschaftssektoren wäre in diesem Zusammenhang nützlich. Eine schöne Aufgabe für die Freie Universität oder die EURAC.²¹

II. Systematische Klimazertifizierung: Den Betrieben sollte eine gestaffelte Roadmap an die Hand gegeben werden, um ihre Klimabilanz überschaubar zu gestalten und systemische Verbesserungen einzuleiten. Energieverbrauch, Co-2-Ausstoß, Mobilitätseffekte sollten auch auf betrieblicher Ebene sichtbar werden. Nicht durch ein Bürokratiemonster der Zertifizierung, sondern Hand eines einfach Instruments, über das etwa Eco-Hotels bereits verfügen. Subventionen sollten nach Klimaleistungen gestaffelt hier wichtige Anreize bieten, um den touristischen Fußabdruck weniger tief ausfallen zu lassen.

III. Eine Raumordnung auf Höhe der Situation; die dem Ernst der Lage Rechnung trägt. Das neue, unter schweren nachgeburtlichen Komplikationen leidende Gesetz „Raum und Landschaft“, seit 1. Juli 2020 in Kraft, ist weiterhin Zielen der Expansion und Ausweitung verpflichtet. Das Prinzip Nachhaltigkeit und Grundeinsparung wird zwar grundsätzlich betont, aber in einzelnen Artikeln systematisch demontiert.²² So wäre auch gegen heftigen HGV-Protest entschieden darauf hinzusteuern, dass für die kommenden 10 Jahre nur mehr Erweiterungen bestehender Betriebe zulässig sind, anschließend kann eine neue Gesamtbewertung erfolgen.

IV. Südtirol muss ein Land touristischer Ruhezeiten werden. Die aktuelle Einteilung Südtirols nach touristisch „stark entwickelten“ und „entwickelten“ Gemeinden gegenüber „strukturschwachen Gebieten“ ist grundsätzlich einem Wachstumsmodell verpflichtet. Denn unter dem Stichwort „Entwicklung“ gilt quantitative Entwicklung als Norm, während „Unterentwicklung“ als Problemfall gilt, der der Aufwertung bedarf. Als „strukturschwach“

21 Vgl. die wichtige, von Harald Pechlaner geleitete Studie: eurac research / WIFO (Hrsg.), Zukunft Tourismus. Südtirol 2020, Bozen 2017.

22 Landesgesetz vom 10. Juli 2018, Nr. 9, „Raum und Landschaft“, Art. 34.

gelten nach wie vor 55 Gemeinden oder Teile von Gemeinden in Südtirol,²³ in denen das Raumordnungsgesetz nur schwache Bindungen vorsieht.²⁴

Da in den Hot-Spots der Pustro-Badia, von Gröden-Salten-Schlern, von Burggrafenamt und Überetsch Rückbau schwer möglich erscheint, sollten andere Gebiete umso mehr verstärkten Schutz und Alternativen erfahren.

V. Tourismus ist ein schwacher Träger von Innovation und gesellschaftlicher Erneuerung. Er schafft nur begrenzt soziale und gesellschaftliche Erneuerung, sondern reproduziert bestehende Qualitäten, die veredelt und adaptiert werden. Er ist Image- und Geschmacksbildner, erschließt aber nur selten Perspektiven und Entwicklungen. Er schafft Wohlstand, aber weniger oft Wohlbefinden und sinnstiftende Innovation..

Umso mehr sind sozioökonomische Zukunftssektoren zu stärken, die Alternativen bieten. Es gibt andere Träger wirtschaftliche Entwicklung, die zu fördern sind: Energie, Produkte und Leistungen der Klimaneutralität, Vorreiter einer neuen Mobilität, eine runderneuerte Sanität und Verwaltung, die ganze Palette biologischen Landbaus.

Das Gebot entschiedenem wie weitblickendem Handeln ist umso notwendiger, da die Klimaveränderung die Attraktivität des Alpenraums, zumal Südtirols, bereits jetzt druckvoll erhöht. Alpine Südlagen dürften in Zukunft mehr denn je zur „Sommerfrische Europas“ aufrücken, falls nicht zeitgerecht vorgebaut wird. Der absehbar in einigen Jahren stark wachsende Druck im Tourismus, der von der Corona- und Klimakrise generiert wird, darf nur einen klar begrenzten Teil des Landes umfassen.

Politische und wirtschaftliche Verantwortungsträger sollten sich im klaren sein, dass Tourismus ähnlicher Umgangsweisen wie Covid-19 bedarf. Er ist ein wichtiger Sektor und wird es bleiben, bedarf aber klarer AHA-Regeln, um das Zusammenleben mit ihm erträglich zu gestalten. A wie „Abbau“ von Überkapazitäten, H wie „Halt“ weiterer Expansion und nochmals A wie „Anpassung“. Und zwar keine Adaption Südtirols an den Tourismus, sondern umgekehrt: seine Anpassung an die Biodiversität, den Landschaftsreichtum und die Grenzen Südtirols.

23 Eindrucksvolle grafische Übersicht über die ca. 55 touristisch „schwach entwickelten“ Gebiete (darunter Teile der Top-Destinationen Ahrntal, Brixen, Gsies, Ratschings wie Feldthurns, Freienfeld, Graun, Klausen, Kurtatsch, Mals, St. Leonhard i. P., Salurn, Sarntal, Sterzing, Ulten, Villanders, Villnöss etc. in: Dolomiten, 26. 4. 2018, S. 14, Wo viele Gäste, da steigt das Land aus.

24 Beschluss der Südtiroler Landesregierung Nr. 3265 vom 1. 10. 2007, Durchführungsverordnung zum Landesraumordnungsgesetz betreffend die Erweiterung bestehender gastgewerblicher Betriebe und die Ausweisung von Zonen für touristische Einrichtungen, darin Anhang A.