

POLITIS-PPP-Veranstaltungsreihe „Südtirol in der globalisierten Wirtschaft“

Bruneck, 28.10.2015

Südtirol - ein alpiner Funpark für die Großstädter?

von Wolfgang Niederhofer

Werner Bätzing, eine Koryphäe der Alpenforschung, hat gemeint, die Alpen liefen Gefahr, ein bloßer Ergänzungsraum für die Großstädte zu werden. Inzwischen ist eine „Europäische Region der Alpen“ ins Leben gerufen worden. In dieser neu abgesteckten Makroregion leben 70 Millionen Menschen, doch im eigentlichen Alpengebiet leben nur 14 Millionen Menschen. Das entspricht dem Gebiet, das die Alpenkonvention nach Gemeinden abgesteckt hat. Werner Bätzing sieht die Gefahr, dass 14 Millionen echte Alpenbewohner innerhalb dieser 70 Millionen der Makroregion nur eine Minderheit bilden.

Der Begriff Nachhaltigkeit ist inzwischen abgedroschen und inflationär verwendet. Inflationär bedeutet auch, dass ein Begriff in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Das Problem ist der Etikettenschwindel. Wenn wir heute die Antwort wüssten, wie wir den Tourismus auf 100% Nachhaltigkeit trimmen könnten, dann könnten wir satte Stundenhonorare einstreichen. Ein Patentrezept kann ich auch nicht anbieten, aber ich weiß, dass es vor allem Glaubwürdigkeit braucht, und den Mut, echte Schritte in diese Richtung zu gehen.

Der Begriff der Nachhaltigkeit stammt eigentlich aus der Forstwirtschaft. Es gibt neben den weitläufigen auch präzisere Definitionen, die auch Grenzen des Wachstums beinhalten. Mit Grenzen nach oben befasst man sich nicht so gerne. Man spricht auch häufig von einem Dreiklang der Nachhaltigkeit, nämlich die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit. Alle drei werden auf dieselbe Ebene gestellt, und das ist natürlich falsch, denn hier besteht eine klare Hierarchie. An erster Stelle kommt die Ökologie. Die soziale und ökonomische Nachhaltigkeit können ohne die Ressourcen, die nur die Natur zur Verfügung stellt, nicht existieren. Wenn die Ökologie kaputt ist, ist Wirtschaft und soziales Leben ohnehin nicht mehr denkbar.

Ich komme damit auf Südtirol und möchte einige Stärken und Schwächen des Tourismus in Südtirol kurz skizzieren. Südtirol hat durchaus einige Stärken, sonst wäre unser Land nicht eine der touristisch am intensivsten genutzten Region Europas. Die Balearen, Nordtirol und die Ägäis liegen noch vor uns.

Welche Stärken?

1. Einmal haben wir eine mehr oder weniger intakte Naturlandschaft, die sich vor allem auf den Raum über 2000 Meter bezieht. Darunter sprechen wir von Kulturlandschaft, die vom Menschen geformt worden ist. Das ist ein wesentliches Kapital unseres Landes. Alle Landschaften Mitteleuropas sind Kulturlandschaften. Würden wir sie wieder der Natur überlassen, wäre das der Natur gleichgültig. Das kann man auch in verschiedenen

Alpengebieten beobachten, doch für den Tourismus sind diese Gebiete weniger attraktiv. Eine Almlandschaft ist attraktiver als eine geschlossene Waldfläche. Die gewachsene Südtiroler Kulturlandschaft ist einer der größten Werte, den wir anbieten können.

2. Eine zweite Stärke: im Radius von 500 km von Südtirol leben 130 Millionen Menschen, im Radius von 1.000 km leben 350 Millionen Menschen.

Was bedeutet dies für Südtirol? Diese 350 Millionen Europäer können prinzipiell Südtirol auch mit der Bahn erreichen, also ohne Flug, wenn die Infrastruktur besteht.

Es gibt weltweit wenige vergleichbar günstig gelegene Gebiete wie Mitteleuropa. Beispiel Kalifornien in den USA. Dort habe ich im Umkreis von 1000 km höchstens gute 100 Millionen Menschen. Auf den Kanarischen Inseln bin ich auch auf eine Erreichbarkeit mit dem Flugzeug abhängig.

3. Die dritte Stärke besteht darin, dass die SMG einige durchaus positive Leitbilder entwickelt hat. Besucht man deren Website, fühlt man sich schon fast auf dem Greenpeace-Portal. Inwieweit diese Botschaften auch von allen touristischen Akteuren verinnerlicht worden sind, ist eine andere Frage.

Südtirol soll laut SMG der begehrteste Lebensraum Europas werden. Dieser Gedanke gefällt mir. Häufig antworten Urlauber auf die Frage „Wie war's denn im Urlaub?“ mit „Schön, aber leben möcht'ich dort nicht.“ Im Prinzip sollte eine Region so gestaltet werden, dass sie nicht nur für einige Touristen attraktiv ist, sondern vor allem für deren Bewohner. „Was für den Tourismus gut ist, muss auch für die hier lebenden Menschen gut sein.“ Das müsste eines unserer Leitmotive für den Tourismus werden.

4. Eine weitere Stärke des Tourismus in Südtirol ist seine Wirtschaftsstruktur. Wird der Alpenraum zu einem bloßen Ergänzungsraum der alpennahen Metropolen Mailand, Turin, Lyon, München, Zürich? Es gibt keinen einheitlichen Alpenraum, es gibt Südtirol, Nordtirol, das Trentino auf der einen Seite, dann gibt es einige piemontesischen Alpentäler, die fast entvölkert sind. In Südtirol haben wir eine gut funktionierende Mischstruktur. Werner Bätzing sagt, dass der Tourismus im Alpenraum geografisch stark konzentriert ist. In einigen Gebieten lebt man zu 80-90% vom Tourismus, aber Bruneck ist ein gutes Beispiel für eine gute Mischstruktur. Der Raum Bruneck hat nämlich bei der Beschäftigung einen höheren Anteil von Beschäftigten in Handwerk und Industrie als Bozen. Wir haben allgemein in Südtirol eine relativ gut diversifizierte Wirtschaftsstruktur. Auch andere Sektoren haben eine wichtige Bedeutung, deshalb haben wir keine touristische Monostruktur. Und das ist auch eine Garantie dafür, dass wir nicht zu einem Funpark oder Ergänzungsraum werden. Ergänzung bedeutet ja, dass man nur mehr bestimmte Funktionen abdeckt, die die Metropolen nicht selber abdecken können sei es als Rohstofflieferant oder Erholungsraum. Solange eine gesunde Mischung besteht, sind wir dagegen einigermaßen gut geschützt.

5. Wir haben weitere Stärken, nämlich eine halbwegs intakte Nahversorgung. Fast jedes Dorf hat bei uns noch etwas Einzelhandel, eine Bar, ein Gasthaus. Das ist wichtig, damit es zu

einem Ausgleich zwischen Landgemeinden, kleinen Städten und der Landeshauptstadt kommt.

Südtirol hat allerdings auch einige Schwächen, zum Beispiel:

1. Die internationale Erreichbarkeit mit der Bahn ist schlecht. Nicht der Flughafen ist für uns sonderlich relevant sondern die Erreichbarkeit mit der Bahn. Wir haben im Umkreis von 1.000 km 350 Millionen Menschen, die im Prinzip alle mit der Bahn anreisen könnten. Wir haben mittlerweile einige gute Bahnverbindungen Richtung Süden, aber im internationalen Fernverkehr sieht es nicht so gut aus. Selbst der HGV beklagt diese unzureichenden Bahnverbindungen. Alle sagen „Machen wir was!“, aber es passiert nichts.
2. Eine weitere Schwäche, die man im heutigen Kontext auch als Stärke und Vorteil der Südtiroler Tourismuswirtschaft deuten könnte. ist der Umstand, dass das Kapital breit gestreut ist. Es gibt kaum Großanleger, große Kapitalgesellschaften vor allem von außen, die die touristische Infrastruktur und Hotellerie unseres Landes kontrollieren, sondern der Tourismus ist vor allem in der Hand einheimischer Familienbetriebe. Der Tourismus ist deshalb auch in Südtirol allgemein akzeptiert, weil alle mitverdienen. Die Aufbaugeneration tritt jetzt aber nach und nach ab und die nächste Generation hat oft wenig Neigung, den elterlichen Betrieb zu übernehmen. Es gibt deshalb ein bestimmtes Risiko, dass mittelfristig Großinvestoren von außen mit Kapital einsteigen. Das würde den Tourismus grundsätzlich verändern und die breite Akzeptanz und regionale Verwurzelung schwächen.
3. Eine weitere Schwäche des Tourismus: es gibt keinen vernünftigen Schulterschluss zwischen Landwirtschaft und Tourismus. Einerseits weigert sich die Landwirtschaft, konsequent auf Bio umzustellen, d.h. Produkte herzustellen, die man am Markt teurer verkaufen könnte. Andererseits spielen für viele touristische Betriebe regionale Produkte keine so wichtige Rolle, sondern es geht vor allem um den günstigen Einkauf. Da spielt die regionale Herkunft eine Nebenrolle. Die geografische Definition für Regionalität kann mit Nordtirol, Südtirol und dem Trentino durchaus etwas weiter gefasst werden.
4. Wir haben in einigen Gebieten einen relativ intensiven Wintertourismus. Die letzten Winter waren sehr mild. Sollten die Klimaforscher nicht ganz daneben liegen, wird sich dieser Trend verstärken. In Bruneck lag früher eine geschlossene Schneedecke. Von den Rienzfeldern bis Sand in Taufers gab's eine Langlaufloipe, die es schon lange nicht mehr gibt. Der Wintertourismus versucht, damit klar zu kommen, doch der Aufwand wird immer größer im Sinne von Energieeinsatz.
5. Eine letzte Schwäche, die wir heute anbringen ist auch eine Kritik an der SMG. Es wird viel über Authentizität und geschichtlich gewachsene Tradition gesprochen. Genauso wie Nachhaltigkeit funktionieren diese Begriffe nur, wenn sie glaubwürdig und mit gesundem Selbstbewusstsein vertreten werden. Wenn das hohe Gut der Glaubwürdigkeit durch eine gegenläufige Praxis in Frage gestellt wird, dann wird allerdings alles konterkariert. Werner Bätzing sagt: Wenn man vermeiden will, zum Ergänzungsraum degradiert zu werden, muss

man ein gesundes Selbstbewusstsein entwickeln. Das heißt nicht etwa „Überheblichkeit“, gesund bedeutet, sich seiner Stärken und Schwächen bewusst zu sein, aber nicht für 5 Euro seine Oma zu verkaufen. Ähnlich agiert die die SMG, die nicht einmal in der Lage, Südtirol im englischsprachigen Raum mit den historisch gewachsenen Ortsnamen zu präsentieren. Oder warum kann man in Ladinien nicht mit den ladinischen Namen in die Welt gehen? Das ist nicht kohärent und damit wird die Glaubwürdigkeit beschädigt. Ein Mangel an Glaubwürdigkeit kann sogar Großkonzerne in den Ruin treiben.

Welche Akzente können wir setzen um den Tourismus in Südtirol nachhaltiger zu gestalten?

Wenn wir von ökologischer Nachhaltigkeit sprechen, dann spielt die An- und Rückreise eine wesentliche Rolle. Beim Ferntourismus macht dieser Posten bis zu 80% der CO2 Emissionen aus. Bei einer Reise nach Südostasien kann ich mich selbst anlügen und in Thailand in ein Biorestaurant gehen und ein Ökoprojekt besuchen, aber die Reise wird dadurch nicht nachhaltig.

In unserem 1000-km-Radius haben wir – wie erwähnt – noch viele Märkte, die wir noch nicht bearbeiten. Den französischen Markt z.B. im Zeitalter der Globalisierung gibt es immer auch Ferntourismus, der ist aber für unser Land nicht so relevant. Wenn ich mit dem Bus nach Villnöss fahre, treffe ich neuerdings häufiger Japaner, die die Geislerspitzen fotografieren möchten. Dieses Phänomen wird sich auch verstärken.

Wir sprechen in Südtirol aber von einem Massentourismus mit 29 Millionen Nächtigungen. Das ist kein elitärer, globalisierter Nischantourismus. Diesen Zustrom hat Südtirol nur, weil im Umreis von unserem Land Millionen Menschen leben, für die wir gut erreichbar sind. Hier könnte und sollte man sich ambitionierte Ziele stecken: z.B. bis 2020 20% der Gäste mit der Bahn zu uns zu bringen und bis 2030 40%. Das wären durchaus erreichbare Ziele. Die technische Infrastruktur dafür besteht schon seit über 100 Jahren. Das wäre auch eine konkrete Umschichtung Richtung Elektromobilität. Die Bahn fährt seit 120 Jahren mit Strom, während sich die Autoindustrie mit manipulierten Abgaswerten herumschlägt und lediglich von Elektromobilität schwadroniert.

Die Lebensader Südtirols ist die Bahnachse München-Innsbruck-Brixen-Bozen-Verona-Bologna, die Nord-Süd-Achse. Wir könnten aber auch die Ost-West-Achse stärker aktivieren. In nicht allzu ferner Zeit wird der neue Bahntunnel zwischen Graz und Klagenfurt eröffnet, zusammen mit dem Semmering könnte man die alte Südbahnstrecke wiederbeleben. Sie wird nie so wichtig wie die Nord-Süd-Achse, aber zwischen Zürich-Innsbruck-Klagenfurt-Graz ergäben sich in Zukunft zeitlich konkurrenzfähige Verbindungen, die der Pustertalbahn wieder überregionalen Charakter verleihen.

Eine Anbindung der Vinschgerbahn an die Rhätische Bahn würde uns mit Zürich verbinden und anderen Metropolen Europas, wie Paris, Genf, Basel und Frankfurt verbinden. Das Potenzial wesentlich mehr Gäste mit der Bahn nach Südtirol zu holen ist vorhanden. Hier

sollten auch die Ressourcen investiert werden, nicht in einen Flughafen Bozen, der logistisch nie eine relevante Rolle spielen wird.

Wenn die SMG den Ansatz vertritt, Südtirol müsse einer der begehrtesten Lebensräume Europas werden, dann muss Südtirol auch eines der besten öffentlichen Verkehrssysteme Europas haben. In den letzten Jahren ist viel Positives in diese Richtung erfolgt. Nun gilt es Investitionen in die Bahninfrastruktur zu tätigen um die Nachfrage weiter zu steigern. Das Projekt Riggertalschleife, der Ausbau der Meraner Bahnlinie zur Hochleistungs-S-Bahn und die Elektrifizierung der Vinschger Bahn müssen schnellstmöglich umgesetzt werden. Um der Umsetzung dieser Projekte eine rechtlich solide Basis zu verleihen soll das Land Südtirol die Übernahme dieser Bahnlinien (Meraner Bahn und Pustertaler Bahn) schnellstmöglich anpeilen.

Generell benötigen wir eine Umschichtung von Investitionen von der Straße zur Schiene. Warum gibt es in Südtirol kein autofreies Tal oder zumindest eine autofreie Ortschaft? Ein autofreies Tal wäre eine echte Attraktion für Einheimische wie für Touristen. Wir haben es noch nicht, aber vielleicht geht Alta Badia voran. Ein „Sackgassental“ würde sich noch besser dafür eignen, wie etwa Gsies, Villnöss oder Pflersch.

Klimawandel und Skitourismus, wenn der Schnee immer weniger wird. Welche Alternativen? Der Wandertourist gibt pro Tag weniger aus als der Skitourist, aber das kann nicht das einzig entscheidende Kriterium sein. Es gibt jede Menge andere Kriterien. Mir schwebt wieder etwas ganz Banales vor. Wir hätten in Südtirol ein Potenzial für das Winterwandern. Ich möchte ein Zitat des ehemaligen SMG-Chefs Engl abwandeln: „Südtirol wird sich nur als Skidestination vermarkten lassen, wenn die Südtiroler selbst fanatische Skifahrer sind“ hat Engl einmal gesagt. Eine große Befürchtung der Skigebietsbetreiber ist, dass die Jugendlichen nicht mehr im Ausmaß wie früher Skifahren.

Könnten wir nicht stattdessen die Südtiroler zu den passioniertesten Alltagswanderern ganz Europas machen? Dafür bräuchten wir ein attraktives Fußwegenetz im Siedlungsbereich. Zur Umsetzung bräuchte es einen Schulterschluss zwischen dem HGv, der SMG, dem AVS und dem Bauernbund. Oberhalb der Waldgrenze hat Südtirol ein hochattraktives Wegenetz, darunter und im Siedlungsbereich wird es diesbezüglich häufig weniger attraktiv. Wenn jede Gemeinde, jeder Weiler dafür sorgt, dass man über einen attraktiven Fußweg mit der Nachbargemeinde und dem Nachbarweiler verbunden wird, hätten wir ein Netz das sich über ganz Südtirol ausdehnen würde. Touristen würden dies sehr attraktiv finden, vor allem wenn die Einheimischen selbst passionierte Fußgänger wären und diese Wege intensiv nutzen würden.

Südtirol ist ein kleines Land, das kaum den globalen Klimawandel aufhalten kann. Aber der alte Spruch „Global denken – lokal handeln“ hat durchaus noch seine Berechtigung und was kann man anders tun, als im regionalen Rahmen Akzente zu setzen, die in die richtige Richtung gehen.