

## **Olympia 2018: Interview mit Prof. Dr. Thomas Bausch**

### **Herr Prof. Bausch, hat der Ski-Tourismus in den bayerischen Alpen angesichts des Klimawandels sowie des demografischen Wandels überhaupt noch große Chancen? Sind einseitige Investitionen in Skisport-Infrastruktur zu rechtfertigen und mit der Alpenkonvention vereinbar?**

Bausch: Auch wenn der Klimawandel bereits messbare Spuren in den bayerischen Alpen hinterlässt, so kann davon ausgegangen werden, dass auf den Zeithorizont der ökonomischen Abschreibungsdauer von 15 bis 20 Jahren an einer Vielzahl von Standorten alpines Skifahren und Langlauf noch möglich ist. Die ökonomische Logik bedingt derzeit noch, dass Schneesicherheit und Saisonlänge sehr entscheidende Parameter der Gesamtwirtschaftlichkeit sind. Investitionen in Beschneiungsanlagen und verbesserte Aufstiegsinfrastruktur sind daher an mikroklimatisch geeigneten Standorten durchaus ökonomisch darstellbar. Allerdings arbeitet der demographische Wandel klar in entgegengesetzte Richtung: Ski-Arenen mit immer größeren Kapazitäten und Pistenflächen konkurrieren um ein nach Zahl und Nutzungsintensität abnehmendes Kundenpotenzial. Gerade hier hat aber Bayern abseits des Skifahrens traditionell sehr gute, oft bessere Wintererlebnisangebote als die Wettbewerber. Wer seine Investitionen heute in diesem Bereich tätigt, ist für die Zukunft langfristig besser aufgestellt.

### **Wo kann für Orte wie zum Beispiel Garmisch-Partenkirchen eine gute Zukunft als Fremdenverkehrsort liegen? Was wünschen sich die Urlauber in den Alpen heute vor allem?**

Bausch: zunächst muss man festhalten, dass es nicht den einen alpinen Kundentyp gibt. Wie in allen Märkten, so ist die Nachfrage im Wintertourismus heterogen: Es gibt Kunden, die suchen das große Skigebiet, andere wollen Ruhe und Erholung in der Wintersonne, und Familien mit Kindern haben wieder andere Bedürfnisse. Um den Verpflichtungen der alpinen Ski WM 2011 sowie den Anforderungen an die Vierschanzentournee nachzukommen, hat man in Garmisch-Partenkirchen etliche Millionen Euro in Wintersportinfrastruktur gesteckt, die nun Fakt ist. Daher ist man im Wintertourismus nun auch gebunden, diese Infrastruktur auszulasten beziehungsweise touristisch in Wert zu setzen. Das dadurch entstehende Winterimage des Ortes verdeckt allerdings, dass die schneefreien Monate bezüglich der Übernachtungszahlen den höheren Anteil am Tourismus haben. Und diese haben kein Profil und damit auch kein positives Image. Tourismusorte im Alpenraum müssen aber genau dies schaffen: Sie müssen eine schlüssige Positionierung für wenige Zielgruppen festlegen und mit wettbewerbsfähigen, ja sogar dominanten Angeboten hinterlegen.

### **Wie sehen Sie vor diesem Hintergrund die Bewerbung Garmischs zusammen mit München für die Olympischen Winterspiele 2018? Wie wirken sich Wintersport-Großveranstaltungen zum Beispiel aufs Sommergeschäft aus?**

Bausch: Eine Bewerbung stärkt ganz sicher weiter das Winterimage und zwar das des Wintersport- und nicht des Wintererholungsortes. Derzeit entscheiden sich fast 70 Prozent der längerfristig vorausbuchenden Gäste in den Monaten Januar und Februar für ihren Sommerurlaubsort. Genau in diesen Monaten wird jedoch mit Wintersportgroßveranstaltungen ausschließlich das Thema Schnee, Eis und Kälte zum Verbraucher transportiert. Es ist also auch kein Wunder, dass im Januar der potenzielle Gast beim Namen Garmisch-Partenkirchen keinerlei Sommerassoziationen wie Wandern, Radfahren, Badeseen oder einfach Erholung in der Sommerfrische hat. Das Ergebnis einer solchen Kommunikationsstrategie ist daher fragwürdig: Für den Winter bewirbt man einen schrumpfenden Markt, für den Sommer gerät man in Vergessenheit. Alternativ im Sommer den nachhaltigen Tourismus zu propagieren und im Winter mit Großinfrastruktur und Mega-Events zu arbeiten, ist zudem unglaublich. Insofern erstaunt auch der Wunsch Oberammergau, die Nordischen Wettbewerbe ins Ammertal an einen Sonnenhang zu holen. Dadurch wird das bestehende Profil beschädigt, es entsteht kein neues, dauerhaftes Angebot, und zudem wird eine hochwertige, extensiv bewirtschaftete und daher artenreiche Wiesenlandschaft massiv beschädigt. Auch hier ist mehr Schaden als Nutzen im Tourismus zu erwarten.

**Gibt es Beispiele in Bayern, wo ein nachhaltiges, zukunftsträchtiges Tourismusmodell, das langfristig ökologisch und ökonomisch tragfähig ist, umgesetzt wurde oder wird?**

Bausch: Es fällt fachlich grundsätzlich schwer, Beispiele für umfassend nachhaltigen Tourismus zu benennen. Immer dann, wenn ökonomisch bedeutsame positive Effekte erzielt werden, sind viele Gäste im Spiel. Da die Mobilität der Gäste zum Urlaubsort und am Urlaubsort einen Großteil der Umweltbilanz ausmacht und die Verbraucher nachhaltige Mobilitätsangebote nur widerstrebend annehmen, haben eigentlich alle bayerischen Tourismusorte ein Nachhaltigkeitsproblem. Dennoch kann man festhalten, dass es Tourismusorte gibt, die auf Großveranstaltungen und damit verbundene Großinfrastruktur verzichten und zugleich bei einer hohen gleichmäßigen Auslastung der Betriebe auch höhere Verweildauern erzielen. All dies wirkt sich auf die Umweltbilanz pro Gast sehr positiv aus. Ein Beispiel aus dem bayerischen Alpenraum hierfür ist Oberstaufen im Allgäu. Durch die Schrothkur hat sich der Ort eine einmalige Positionierung gegeben, die er mit sehr guter Hotellerie über die Jahre qualitativ ausgebaut hat. Das Gesundheitsprodukt hat man mit aktivem Naturerlebnis gekoppelt, was letztlich nun auch in einer erfolgreichen Initiative zum ersten alpinen Naturpark „Nagelfluhkette“ geführt hat. Zudem verfügt der Ort über ein Ganzjahresprodukt. Der demographische Wandel spielt Oberstaufen sogar eher in die Hände, und mit neuen Pauschalpreisangeboten der Oberstaufen Plus Card bietet man zugleich Familien die Möglichkeit zu einem bezahlbaren Aufenthalt mit vielen Erlebnissen. Löst die Gesellschaft im Ganzen das Mobilitätsproblem, so wird Oberstaufen schon recht nah an die Idee eines nachhaltigen Tourismus herankommen.

**Zum Schluss ein Tipp für unsere Leser, die mit gutem Gewissen Winterurlaub in den bayerischen Bergen machen möchten?**

Bausch: Zunächst ist jeder Urlaub in den bayerischen Alpen für fast alle Deutschen mit weniger Entfernung in die Berge verbunden als in andere Regionen des Alpenraums. So gesehen ist die Mobilitätsbilanz auf jeden Fall besser. Daher die Empfehlung: Fahren Sie in die bayerischen Alpen, wenn möglich mit der Bahn, bleiben Sie lieber etwas länger und verzichten sie dafür auf Kurztrips, wenn es um Erholung in der Wintersonne und Winteratmosphäre geht, suchen Sie sich lieber kleinere Orte mit guten, klassifizierten Betrieben und einem attraktiven Winterwanderwegenetz. Wollen Sie vor Ort viel unternehmen, suchen Sie sich Orte, bei denen der ÖPNV in die Gästekarte inkludiert ist wie zum Beispiel im Berchtesgadener Land oder Tegernseer Tal. Wollen Sie Skifahren, so legen Sie sofern möglich ihren Urlaubstermin in die Monate Januar und Februar, denn hier herrscht die größte Schneesicherheit, und sie haben daher mehr Auswahl auch ohne Beschneiungsanlagen. Und für Familien mit Kindern: In Bad Hindelang und Oberstaufen bekommen Sie über die Plus-Cards alle Wintersportinfrastruktur im Preis inkludiert und befinden sich zudem in Orten, die sich schon lange für Nachhaltigkeit engagieren.

**Der Experte**

*Prof. Dr. Thomas Bausch, Jahrgang 1959, ist Professor für Tourismus an der Hochschule München, außerdem Geschäftsführer des Alpenforschungsinstituts Garmisch-Partenkirchen. Er begleitet derzeit von der EU gefördertes Großprojekt zu Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in den Alpen.*