

Was kann ich tun? Anpassungsstrategien für Tourismusbetriebe an den Klimawandel

UNTERKAPITEL

7.1. Zwei Wege, um für den Klimawandel gerüstet zu sein: Angebot anpassen und Emissionen vermindern

7.2. Warum sich Tourismusbetriebe frühzeitig an den Klimawandel anpassen sollten

7.3. Neues Angebot. Neue Gäste. Neue Kommunikation. Was die Gäste sich wünschen und wie wir sie erreichen können

7.4. Anpassungsstrategien: Neue Angebote für den Gast in einer wärmeren Zukunft

7.5. Chance „Modell Europa“? Touristische Leistungsträger werden Aktionäre der Seilbahnen

7.6. „Anpassen heißt, ...“ Konkrete Maßnahmen. Das kann ich tun!

7.1 Zwei Wege, um für den Klimawandel gerüstet zu sein: Angebot anpassen und Emissionen vermindern

Mitigation und Adaption – eine Begriffserklärung

Wie im Artikel „Klimawandel führt zu Tourismuswandel“ beschrieben, zwingt die Erderwärmung den Tourismus dazu, sich einerseits an neue Bedingungen anzupassen und andererseits den Tourismus¹ verträglicher zu machen. Für die Branche gibt es also zwei Möglichkeiten, auf den Klimawandel zu reagieren:

- 1. den aktiven Klimaschutz mit seinen Verminderungs- oder Vermeidungsstrategien (Mitigation) zum Einsparen von Emissionen
- 2. die Anpassung an die neuen Bedingungen (Adaption) durch die Veränderungen des Produktportfolios und/oder durch die Sicherung des bestehenden Angebots

Nach dem Nachhaltigkeitsforscher Tobias Luthé (ETH Zürich) kann die Vernetzung beider Strategien zu neuen Chancen für den Skitourismus und den alpinen Tourismus im Ganzen führen und dessen Verletzbarkeit gegenüber dem globalen Wandel verringern.²

Anpassungs- und Verminderungsstrategien

Anpassungsstrategien (Adaption) und Verminderungsstrategien (Mitigation) sind sehr vielschichtig und verlangen Veränderungswillen und Innovationskraft.³ Idealerweise ergänzen sie einander.⁴ Sie sind als ein Prozess zu verstehen, der sich über längere Zeiträume erstreckt und der sich mit der Zunahme von Erfahrung und Wissen kontinuierlich optimiert.⁵

Anpassen

Anpassungsstrategien umfassen konkrete Reaktionen auf die klimabedingten Veränderungen. Sie können zu zwei Ergebnissen führen: erstens zur Veränderung des

1 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013

2 SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthé. 2008, Seite 9

3 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S25

4 Klimaänderung und die Schweiz 2050 - Erwartete Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. OcCC (Bedeutendes Organ für Fragen der Klimaänderung), ProClim (Forum for Climate and Global Change). 2007, S80

5 Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz, Aktionsplan 2014 – 2019. Zweiter Teil der Strategie des Bundesrates vom 9. April 2014, Seite 42 und 43

aktuellen Produkt-Portfolios (Stichwort Diversifikation) mit dem Ziel, die Abhängigkeit vom Skitourismus zu reduzieren⁶ und skiunabhängige Produkte anzubieten: und/oder zweitens zur Erhaltung und Stärkung existierender Tourismusstrukturen durch die Sicherung des Schneesports. Die Veränderung des Produktportfolios geschieht beispielsweise dann, wenn der Wintersport in niedrigeren Höhenlagen „zurückgebaut wird“, während gleichzeitig Sommer- und Ganzjahres-Tourismusangebote gestärkt werden. Anpassung in höheren Lagen kann bedeuten, dass man Vorkehrungen trifft, um der steigenden Wintersport-Nachfrage nachzukommen, die aus der Abwanderung aus Gebieten mit geringerer Schneesicherheit entsteht.⁷

Zu den **Anpassungsstrategien** zählen zudem

- die Verstärkung der Gefahrenabwehr durch technische Maßnahmen,
- die Risikoverminderung durch organisatorische Maßnahmen,
- die Sensibilisierung von Bevölkerung und Branche⁸ und
- ein klares Marketing mit einer gezielten Positionierung.

Innerhalb der Anpassung sieht man große Chancen in der Diversifikation und im Aufbau neuer Saisonen wie der Ausdehnung des Frühherbstes.⁹

Anpassen: Auch Aufgabe des Staates

Viele Bereiche der Anpassung fallen nicht in den Verantwortungsbereich von Destinationen, sondern unterliegen staatlichen Akteursgruppen.¹⁰ Neben dem Gefahrenmanagement und dem Hochwasserschutz¹¹ wären

hier ordnungspolitische Verbotsstrategien oder marktwirtschaftliche Lenkungsstrategien (finanzielle Anreize) zu nennen. Es herrscht Einigkeit, dass touristische Destinationen mit ihren Leistungsträgern als Schlüsselakteure für die Umsetzung der Veränderungen gelten.¹²

Vermindern

Unter Verminderungs- oder Vermeidungsstrategien fallen Maßnahmen des aktiven Klimaschutzes durch Tourismusbetriebe. Dazu zählen nach dem Österreichischen Sachstandsbericht¹³:

- die Reduzierung des Energieverbrauchs
- Veränderungen im Transportverhalten und sanfte Mobilität
- die Verbesserung der Energieeffizienz durch den Einsatz neuer und innovativer Technologien
- die Steigerung des Anteils erneuerbarer oder CO₂-neutraler Energie
- die Bindung von CO₂ durch Kohlenstoffsinken
- CO₂-Abgaben
- das Kompensieren von Klimagasen¹⁴

Der größte Teil der im Tourismusbereich verursachten Treibhausgasemissionen entfällt auf den Transport und die Beherbergung von TouristInnen. Will man die Emissionen des Tourismussektors merklich reduzieren, müssen Minderungsmaßnahmen demnach insbesondere in diesen Bereichen ansetzen¹⁵, wie wir in den Artikeln „**Das bedeutet Klimaschutz für mich als TourismusakteurIn**“ und „**Klimaschutz: Tourismus & Verkehr**“ darlegen.

6 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013, S32

7 ClimAlpTour - Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum. Anton Melik Geographical Institute, Scientific Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts. 2011 Academy of Sciences and Arts. 2011, Seite 117

8 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S7

9 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S25

10 ClimAlpTour - Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum. Anton Melik Geographical Institute, Scientific Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts. 2011 Academy of Sciences and Arts. 2011, Seiten 26+27

11 Handlungsleitfaden Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)

Autoren: Thomas Dworak (Fresh Thoughts Consulting GmbH), Andrea Schmölzer (peak pr), Wolfgang Günther (N.I.T), Peter Hoffmann (PIK), Thomas Bausch (Alpenforschungsinstitut), Christine Matauschek (Fresh Thoughts Consulting GmbH) Mai 2020 Seiten 19

12 ClimAlpTour - Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum. Anton Melik Geographical Institute, Scientific Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts. 2011 Academy of Sciences and Arts. 2011, Seiten 26+27

13 Österreichischer Sachstandsbericht: Klimawandel 2014. Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien. Helga Kromp-Kolb, Nebojsa Nakicenovic, Karl Steininger, Andreas Gobiet, Herbert Formayer, Angela Köppl, Franz Pretenthaler, Johann Stötter, Jürgen Schneider. 2014. S957

14 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S5

15 Österreichischer Sachstandsbericht: Klimawandel 2014. Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien. Helga Kromp-Kolb, Nebojsa Nakicenovic, Karl Steininger, Andreas Gobiet, Herbert Formayer, Angela Köppl, Franz Pretenthaler, Johann Stötter, Jürgen Schneider. 2014. S957

Klimaverträglicher Tourismus bedeutet nach dem schwedischen Professor der Linnaeus University School of Business and Economics, Stefan Gössling, in letzter Konsequenz auch eine klare Bevorzugung der nahe gelegenen Quellmärkte, die Erhöhung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer und das Angebot von weniger CO₂-intensiven Produkten und Dienstleistungen.¹⁶

7.2 Warum sich Tourismusbetriebe frühzeitig an den Klimawandel anpassen sollten

Welche Rolle spielt eine frühzeitige Anpassung?

Viele Tourismusorte und -betriebe passen sich laufend an neue klimatische Gegebenheiten an.¹⁷ Wie das BMU in einem Handlungsleitfaden festhält, bringt eine frühe Anpassung viele Vorteile. Je früher der Klimawandel als Chance erkannt wird, den eigenen ökologischen Fußabdruck und den der Gäste zu reduzieren, desto eher stellen Anpassungen einen Vorsprung gegenüber Mitbewerbern dar - gerade, weil auch das Bedürfnis der Reisenden nach nachhaltigen Urlaubsreisen steigt.

Umgekehrt können die Kosten des Nichthandelns sehr schnell sehr hoch werden, wie der letzte IPCC-Bericht belegt. Dieser empfiehlt, dass Destinationen mögliche Folgen des Klimawandels klar und frühzeitig in Entscheidungsprozesse einplanen.¹⁸ Viele Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) haben bereits mit der Klimawandelanpassung begonnen und leisten einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung ihrer Region. Wer später handelt, läuft nach einer BMU-Publikation aus dem Jahr 2020 Gefahr, einen Wettbewerbsvorteil zu verspielen.¹⁹

Wie handeln? Keine „Strategie von der Stange“

Genauso wenig wie es „allgemeine Folgen“ für Destinationen gibt, gibt es allgemeingültige touristische Anpassungsstrategien für den Alpentourismus. Vielmehr muss von einer Vielzahl von individuellen, flexiblen Strategien auf lokaler und regionaler Ebene gesprochen werden, die der Heterogenität des Alpenraumes gerecht werden.²⁰ Die Auswirkungen des Klimawandels auf alpine Winterurlaubsorte fallen graduell unterschiedlich aus. Anpassung für niedriger gelegene Gebiete könnte gelingen, indem man auf den Markt der Tagesausflügler setzt und ein zweites Standbein abseits des traditionellen Wintersports entwickelt: Wintererholung und Wintererlebnisse für Nicht-Wintersportler.²¹

Nachdem der Tourismussektor stark durch die Nachfrage angetrieben wird, wird das Anpassungsverhalten der Gäste Einfluss auf die Anpassungserfordernisse der anbietenden Tourismusakteure nehmen. Die internationale Tourismusforschung empfiehlt, vorausschauende Strategien zu entwickeln.²² Je tiefgreifender die langfristigen Veränderungen im Tourismussystem einer Destination sind, desto mehr Stakeholder müssen direkt oder indirekt in den Veränderungsprozess mit einbezogen werden. Nicht zuletzt, weil Ferienerlebnisse das Produkt zahlreicher touristischer Einzelleistungen sind, ist eine gemeinsame Strategie und die Einbindung von Klimaexperten sinnvoll.²³

Anpassung nach geographischer Lage

Die größeren Alpenstädte (z.B. Innsbruck oder Grenoble) müssen nach der Einschätzung von Prof. Anton Melik sowohl Anpassungs- als auch Minderungs-/Vermeidungsmaßnahmen einleiten, während für die meisten Alpenregionen mit geringer Einwohnerzahl und wenig

16 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013

17 Der Schweizer Tourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011, Seite 6

18 Zitiert in: Handlungsleitfaden Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU). Autoren: Thomas Dworak (Fresh Thoughts Consulting GmbH), Andrea Schmöler (peak pr), Wolfgang Günther (N.I.T), Peter Hoffmann (PIK), Thomas Bausch (Alpenforschungsinstitut), Christine Matauschek (Fresh Thoughts Consulting GmbH) Mai 2020, Seite 7

19 Handlungsleitfaden Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) Autoren: Thomas Dworak (Fresh Thoughts Consulting GmbH), Andrea Schmöler (peak pr), Wolfgang Günther (N.I.T), Peter Hoffmann (PIK), Thomas Bausch (Alpenforschungsinstitut), Christine Matauschek (Fresh Thoughts Consulting GmbH) Mai 2020

20 ClimAlpTour - Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum. Anton Melik Geographical Institute, Scientific Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts. 2011 Academy of Sciences and Arts. 2011, Seite 117

21 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016, Seite 20

22 Österreichischer Sachstandsbericht: Klimawandel 2014. Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien. Helga Kromp-Kolb, Nebojsa Nakicenovic, Karl Steininger, Andreas Gobiet, Herbert Formayer, Angela Köppl, Franz Pretenthaler, Johann Stötter, Jürgen Schneider. 2014, Seite 962

23 Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz, Ziele, Herausforderungen und Handlungsfelder. Erster Teil der Strategie des Bundesrates vom 2. März 2012, Seite 36-37

lokal bedingtem Verkehr Anpassungsstrategien weitaus wichtiger als Minderungsmaßnahmen sein werden.²⁴

Was kostet die Anpassung?

Maßnahmen zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels erfordern zeitliche und finanzielle Investitionen. Eine Untersuchung für das Berner Oberland zeigt, dass der Klimawandel vor allem Zusatzkosten in den Bereichen Sicherheit, Anpassung des Angebotes (inkl. Beschneigung), zusätzliche Prämien für Versicherungen und teurere Bankkredite wegen höherer Risiken verursacht. Die Abgrenzung des klimabedingten Anteils der anfallenden Kosten ist nach einer Publikation der Universität Bern sehr schwierig. Es wird davon ausgegangen, dass der tourismusinduzierte Investitionsbedarf aufgrund direkter oder indirekter Klimaeffekte um ca. 20 % zunehmen wird.²⁵ Für den kleinstrukturierten Tourismus mit seiner kurz- bis mittelfristigen Investitionsplanung steht die Machbarkeit an oberster Stelle. Aufgrund der kleinen Budgets sollte das Augenmerk vermehrt auf den Bewertungsprozess verschiedener Optionen gelegt werden, um die vorhandenen knappen Ressourcen optimal einzusetzen.²⁶ Langfristig werden eine gut installierte Anpassungsstrategie und ihre konsequente Umsetzung jedoch Geld einsparen.²⁷

7.3 Neues Angebot. Neue Gäste. Neue Kommunikation. Was sich die Gäste wünschen und wie wir sie erreichen können

Von aktiven Winterurlaubern zu neuen Gästegruppen

Die Gästestruktur der Winterurlauber im Alpenraum ist bisher stark durch den Aktivurlaub geprägt, denn

der Skisport ist nach wie vor einer der wichtigsten Gründe für Touristen, im Winter in die Berge zu fahren.²⁸ Das zeigt auch eine Studie der Hochschule für angewandte Wissenschaften München. Drei Viertel der befragten Winterurlauber und Urlauberinnen gaben an, dass ihr Alpenurlaub ein Aktivurlaub war. Für etwas mehr als ein Drittel der Gäste trifft die Kategorie „Natururlaub“ ebenfalls zu. Für ein Viertel war der Alpenurlaub ein Spaß- / Fun- oder Party-Aufenthalt. Dass die Alpen sportlich so profiliert sind, erschwert die Rückgewinnung von Reisenden von Wettbewerbern aus dem Flugreisesegment. Diese könnten aber gerade für niedrig gelegene Skigebiete zukünftig eine wichtige Gästegruppe darstellen. Denn es wird schwierig sein, für die bisherige Zielgruppe ein Angebot zu entwickeln, das sie in gleicher Weise anspricht wie der Wintersport.²⁹ Um Neukunden zu gewinnen, ist eine einseitige Ausrichtung auf ein sportlich aktives Winterangebot zu wenig, zumal Reisenden, die etwa aus Altersgründen den Aktivitätsgrad reduzieren, attraktive Angebote von anderen Anbietern zur Verfügung stehen.³⁰ Positiv stimmt, dass die Zahl der Wintergäste mit anderen Reisemotiven steigt und somit zusätzlich die Gästezahlen steigen lassen, auch ohne Wintersport zu betreiben. In Frankreich wird der Anteil dieser Leute auf 25% geschätzt, in Italien sollen es nach Univ.-Prof. Dr. Bruno Abegg gar 48% sein. Es gibt also durchaus einen Markt für nicht-pistenbasierte Aktivitäten. Die entsprechenden Angebote wurden in den letzten Jahren massiv ausgebaut, nur sind auch sie vielfach von Schnee bzw. einer verschneiten Winterlandschaft abhängig.³¹

Diese deutschen Nicht-Wintersportler können sich einen Winterurlaub in den Alpen vorstellen

Gemäß einer Studie der Hochschule für angewandte Wissenschaften München beläuft sich das Gesamt-

24 ClimAlpTour - Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum. Anton Melik Geographical Institute, Scientific Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts. 2011 Academy of Sciences and Arts. 2011, Seite 117

25 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011, Seite 46

26 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011, Seite 46

27 Irrtümer über den Klimawandel. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus. Astrid Felderer, Maria Balas (Umweltbundesamt GmbH) in enger Abstimmung mit Barbara Kronberger-Kießwetter (Abt. IVV/1 - Koordinierung Klimapolitik). 05.09.2018, Seite 11

28 Die Alpen im Klimawandel - ökologische und ökonomische Folgen für den Wintertourismus in Österreich. Friedrich Zimmerl - Technischen Universität Wien Fakultät für Architektur und Raumplanung. 2001, S83

29 Die Alpen im Klimawandel - ökologische und ökonomische Folgen für den Wintertourismus in Österreich. Friedrich Zimmerl - Technischen Universität Wien Fakultät für Architektur und Raumplanung. 2001, S83

30 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016, Seite 11

31 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013, S32

potenzial der Nicht-Wintersportler in Deutschland, die sich einen Winterurlaub in den Alpen vorstellen können, auf fast 6,5 Millionen Personen im Alter ab 14 Jahren.³² Daher wäre den alpinen Wintersportorten, die vom Klimawandel betroffen sind, zu empfehlen, über die Entwicklung alternativer Winterangebote nachzudenken. Das gilt auch dann, wenn ihre Wintersportangebote im internationalen Wettbewerb nicht mehr den Anforderungen der Verbraucher entsprechen.³³ Es liegt auf der Hand, dass es in dieser sehr großen Potenzialgruppe unterschiedliche Winterurlaubstypen gibt.³⁴ Laut Reiseanalyse 2016 zählen dazu:

Die Winter- Klassiker (1,4 Mio)

Wer sie sind:

- knapp die Hälfte zwischen 40 und 59 Jahren
- alle Haushaltsgrößen gleichmäßig vertreten
- etwas unterdurchschnittliche Bildungsabschlüsse
- zwei Drittel der Haushaltseinkommen unter 3.000 Euro
- fast ein Viertel bereits im Ruhestand

Was sie suchen:

- in Ruhe die Natur genießen, die Landschaft auf sich wirken lassen (90 %)
- gemütliche, kuschelige Unterkunft (81 %)
- Spaziergänge / Wanderungen (76 %)
- urige, typische Einkehrmöglichkeiten (56 %)

Die jüngeren Winter- Klassiker (1,1 Mio)

Wer sie sind:

- Altersschwerpunkt zwischen 30 und 60 Jahren
- knapp 70 % der Haushalte mit 2 oder 3 Personen
- geringer Anteil gehobener Schulbildung
- Haushaltseinkommen gleichmäßig über alle Bereiche verteilt
- hoher Anteil berufstätig

Was sie suchen:

- Therme / Erlebnisbad (99 %)
- gemütliche, kuschelige Unterkunft (79 %)
- urige, typische Einkehrmöglichkeiten (77 %)
- Spaziergänge / Wanderungen (76 %)
- in Ruhe die Natur genießen, die Landschaft auf sich

- wirken lassen (72 %)
- Rodeln / Schlittenfahren (61 %)
- Naturbeobachtungen (58 %)

Die Verwöhngäste (0,8 Mio)

Wer sie sind:

- knapp die Hälfte unter 40 Jahren
- höher gebildet
- 60 % mit Haushaltseinkommen über 3.000 Euro
- fast 80 % ohne Kinder
- sehr hoher Anteil in Vollzeit berufstätig

Was sie suchen:

- Shopping vor Ort oder in nahegelegenen Städten (88 %)
- gemütliche, kuschelige Unterkunft (56 %)
- Wellness / Verwöhnangebote (54 %)
- Therme / Erlebnisbad (50 %)

Die anspruchsvollen Multioptionalen (1,4 Mio)

Wer sie sind:

- über die Hälfte 50 Jahre und älter
- knapp zwei Drittel der Haushalte mit 1 oder 2 Personen
- Häufung mittlerer Schulabschlüsse
- Haushaltseinkommen gleichmäßig über alle Bereiche verteilt
- zur Hälfte berufstätig
- mehr als ein Viertel im Ruhestand

Was sie suchen:

- in Ruhe die Natur genießen, die Landschaft auf sich wirken lassen (97 %)
- gemütliche, kuschelige Unterkunft (96 %)
- gute, zum Winter und der Region passende Speisen und Getränke (89 %)
- Therme / Erlebnisbad (88 %)
- urige, typische Einkehrmöglichkeiten (86 %)
- Ursprünglichkeit des Urlaubsortes erleben (86 %)
- Sonne tanken (86 %)
- Spaziergänge / Wanderungen (85 %)

32 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016, Seite 17

33 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016, Seite 13

34 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016, Seite 17

Die Anspruchslosen (1,8 Mio)

Wer sie sind:

- Altersschwerpunkt zwischen 20 und 50 Jahren
- 60 % der Haushalte mit 2 oder 3 Personen
- Haushaltseinkommen meist zwischen 2.000 und 4.000 Euro
- hoher Anteil berufstätig

Was sie suchen:

- Spaziergänge / Wanderungen sind mit nur 32 % der Höchstwert
- alle anderen Angaben unter 30 %

Nicht-Wintersportler sind anspruchsvoller

Nach der Studie „Wintertourismus im Klimawandel – Auswirkungen und Anpassungsstrategien“ sind die Nicht-Wintersportler insgesamt erheblich anspruchsvoller als die Wintersportler.

„Bei insgesamt elf Erwartungsdimensionen übertreffen sie diese um mehr als zehn Prozentpunkte. Damit wird auch deutlich, dass die alpine Natur als Kulisse heute im Wettbewerb nicht mehr alleine ausreicht, um die Gästewartungen zu erfüllen. Winterdestinationen müssen für die Gruppe der Nicht-Wintersportler Rahmenbedingungen wie Winterwanderwege oder Naturbeobachtungspunkte schaffen, damit deren Erwartungen sich erfüllen können. Zudem müssen die Tourismusunternehmen ihre Angebote und Dienstleistungen auf die Wünsche dieser Gruppe besser ausrichten. Hierzu können etwa geführte Wanderungen, organisierte Rodelpartien oder das Erlernen und Erleben von für den Winter typischem Brauchtum zählen.“³⁵

Skiurlaub und Schneemangel: Was würden Skisportler gerne alternativ unternehmen?

Gemäß einer Studie des Nachhaltigkeitsforschers Tobias Luthé, bei der Mehrfachantworten möglich waren, möchten ...

- 59,3 % wandern gehen.
- 46,4 % ein Wellness-Spa besuchen.
- 43,5 % sonnenbaden, wenn möglich hoch oben auf dem Berg.

- 25,3 % die zusätzliche Zeit nutzen, um an Kursen wie Lawinenrettung, Außenfotografie und anderen Möglichkeiten teilzunehmen.
- 23,5 % verschiedene Aktivitäten wie einen Hochseilgarten oder ein Mountainbike auf einzelnen Routen ausprobieren (21,2%).
- 19,9 % das Party- und Nachtleben genießen.
- 17,6 % Konzerte und Veranstaltungen besuchen.
- 13,4 % eine Fahrt mit einer schneeunabhängigen (Sommerrodel-)Bahn nutzen.
- 12 % die Zeit zum Nordic Walking nützen.
- 11,5 % ein Ticket kaufen, um einen Tag im nächsthöheren Skigebiet Ski oder Snowboard zu fahren.
- 11 % ein Museum etc. besuchen.
- 9,1 % Inline-Skaten bzw. Nordic Blading machen.
- 8,2 % ein romantisches Dinner in einer Gondel genießen.
- 4,8 % einen Mountainbike-Downhill-Park besuchen.
- 3,4 % Golf spielen.

95% aller Übernachtungsgäste würden ihren Aufenthalt bei Schneemangel von ursprünglich sechs Tagen auf vier Tage reduzieren, sofern alternative Aktivitäten angeboten werden.³⁶ Luthé rät, dass sich die angebotenen Skialternativen auf das Wohlbefinden der Gäste und das Naturerlebnis fokussieren – technische Installationen und künstliche Erlebniswelten beurteilt er aufgrund der Ergebnisse seiner Studie „SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism.“ als kontraproduktiv.³⁷

Wie mit den potenziellen Gästen kommunizieren?

Neue Angebote schnüren ist die eine Sache, sie „an den zukünftigen Gast zu bringen“ eine andere. Nach einem OcCC-Bericht ist es in der Kommunikation von besonderer Bedeutung, die Qualitätsmerkmale des neuen Angebots herauszustreichen. Das gelingt, indem man das Verständnis von Wellness in Bezug auf Luft, Höhenlage, Licht, Ernährung und Kultur (Alpine Wellnes-s-) erweitert.³⁸

³⁵ Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016. Seite 17

³⁶ SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthé. 2008, S165

³⁷ SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthé. 2008, S258

³⁸ Klimaänderung und die Schweiz 2050 - Erwartete Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. OcCC (Bedeutendes Organ für Fragen der Klimaänderung), ProClim (Forum for Climate and Global Change). 2007, S87

In der Kommunikation mit den Gästen von morgen spielt das Internet eine große Rolle. Gemäß einer Studie der Hochschule für angewandte Wissenschaften München ist nämlich die Gruppe der an Alpen-Winterreisen Interessierten bereits heute überproportional im Internet aktiv. Nach den Studienautoren kommt daher der emotionalen Darstellung des neuen Winterproduktes auf allen Internet-Kommunikationskanälen eine besondere Bedeutung zu. Egal ob touristische Destinationswebsite oder Social Media: Idealerweise sprechen alle Instrumente potenzielle Gästegruppen mit emotionalen Bildern und spannenden Geschichten an. Sogenannter generischer Content – also von den Gästen selbst bereitgestellte Berichte, Bilder, Videos oder Kurznachrichten – spielt dabei eine wichtige Rolle. Er besitzt eine hohe Glaubwürdigkeit und wird breit gestreut. Bilder von Erlebnissituationen beim Winterwandern, einer besonderen Naturbeobachtung, Rodeln oder Gesprächen mit Einheimischen inspirieren den zukünftigen Gast. Er kann sich unmittelbar in die dargestellte Situation hineinversetzen und an den Erlebnissen teilhaben.³⁹

Erwartete Inhalte

Potenzielle Kunden sind besonders an Informationen zu den Unterkünften (Signal „gemütlich, kuschelig, authentisch alpin“, jedoch auch „modern und zeitgemäß“) und den Anreisedetails interessiert. Hier lassen sich die Erwartungen durch Lagekarten sowie hochwertige Bilder und Texte erfüllen. Gleichzeitig bietet sich die Chance, die Positionierung als nachhaltiger Urlaubsort zu unterstreichen, indem man Gäste dazu animiert, umweltfreundlich anzureisen. Hier raten die Studienautoren dazu, dass man die Kunden bei der Buchung des Bahntickets unterstützt und die letzte Meile organisiert (Abhol- und Gepäckservice bei An- und Rückreise).

Wenngleich die direkte Online-Buchungsquote noch gering ist, sollten wegen der Internetaffinität der Zielgruppen möglichst viele Unterkünfte direkt buchbar sein. Insgesamt raten die Studienautoren zu Ehrlichkeit und Transparenz über die Situation vor Ort. Sollte er-

neut ein sehr warmer Winter ohne Schnee begonnen haben, könnten Berichte von Gästen über die Erlebnisse ohne Schnee im Tal mehr Interesse wecken als Bilder von tiefverschneiten Pisten, auf denen ein einsamer Skifahrer eine Spur zieht, während die Webcam eine Herbstlandschaft zeigt und Facebook- Nutzer Wanderbilder posten.⁴⁰

7.4 Anpassung: Neue Angebote für den gast in einer wärmeren Zukunft

Anpassung durch Diversifizierung

Diversifizierung oder die Entwicklung eines gemischten Angebotsportfolios ist ein bedeutender Ansatz der Anpassung. Nach dem Leiter des Zentrums für Klima, Energie und Gesellschaft (LIFE) der Joanneum Research, Franz Pretenthaler, weist diese Strategie ein geringeres Gefährdungspotenzial auf als ein einseitig ausgerichtetes Angebot. Ihr „Versicherungseffekt“ reduziert die Verletzbarkeit von Regionen gegenüber wirtschaftlichen und anderen Krisen.⁴¹ Destinationen, die – was KundInnen, Beherbergungsbetriebe und Attraktionen betrifft – stärker diversifiziert sind, sind demnach gegenüber Umweltänderungen resistenter als Destinationen mit einseitiger Orientierung. ExpertInnen empfehlen daher eine stärkere Orientierung und Suche nach nachhaltigen Nischenprodukten, die auf die Bedürfnisse ihrer jeweiligen Klientel zugeschnitten sind oder die in innovativer Form neue Segmente ansprechen. In Österreich gibt es Beispiele für eine erfolgreiche Entwicklung von zertifizierten Angeboten. Hierzu gehören nach Prof. Ulrike Pröbstl-Haider beispielsweise die österreichischen NaturIdyll-Hotels oder die Bio-Hotels mit einer klaren Positionierung und einem Qualitätsversprechen durch eine gemeinsame „nachhaltige“ Marke.⁴²

Alle touristischen Leistungsträger können in einem koordinierten Vorgehen zur Diversifikation beitragen⁴³, indem sie gezielt regionale Stärken nutzen, um ein viel-

39 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016. Seite 24

40 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016 Seite 24

41 Österreichischer Sachstandsbericht: Klimawandel 2014. Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien. Helga Kromp-Kolb, Nebojsa Nakicenovic, Karl Steininger, Andreas Gobiet, Herbert Formayer, Angela Köppl, Franz Pretenthaler, Johann Stötter, Jürgen Schneider. 2014, S963

42 Österreichischer Sachstandsbericht: Klimawandel 2014. Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien. Helga Kromp-Kolb, Nebojsa Nakicenovic, Karl Steininger, Andreas Gobiet, Herbert Formayer, Angela Köppl, Franz Pretenthaler, Johann Stötter, Jürgen Schneider. 2014, Seite 963

43 Klimaänderung und die Schweiz 2050 - Erwartete Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. OcCC (Bedeutendes Organ für Fragen der Klimaänderung), ProClim (Forum for Climate and Global Change). 2007, S87

fältiges, qualitativ hochwertiges Sommer- und Winterangebot zu entwickeln. Dieses unterstützt die Destinationen dabei, konkurrenzfähig zu bleiben.⁴⁴

Zur Diversifizierung zählen Maßnahmen, die ...

- Destinationen zunehmend vom Tagesgast unabhängig machen.
- zusätzliche schneeunabhängige Möglichkeiten für Winteraktivitäten schaffen.⁴⁵
- zusätzliche Sommerangebote schaffen.⁴⁶
- Ausflugsziele mit neuen Ganzjahresangeboten ergänzen.⁴⁷
- Neues im Bereich der Gastronomie anbieten.
- die Saisonalität verringern. Dies geschieht, indem Saisonen ausgedehnt und neue Saisonen geschaffen werden (Förderung Ganzjahrestourismus⁴⁸).

Mögliche Sommerangebote^{49 50}

- Hitzeangepasste Besichtigungsmöglichkeiten
- Events auf dem Berg: Musik-Open-Airs / Filmfeste
- Golfanlagen
- Reitsport
- Ferien auf dem Bauernhof
- Erlebnisspielplatz / Erlebnisparcs
- Wandern
- Themenwege
- Mountainbike/Downhill- Angebot
- Inlineskaten
- Kultur, Handwerk und Landwirtschaft erleben

- Ausbau Abenteuer / Fun-Sport
- Sommerrodelbahn
- Kutschenfahrten
- Lama-, Ziegen-, Esel-Trekking⁵¹
- Ballonfahrten
- Kanu, Rafting
- Flugsportarten

Mögliche schneeunabhängige Angebote im Winter^{52 53}

- Ausbau Winterevents
- Ausbau Winterwandern: Winterwanderwege mit Aussichtspunkten
- Ausbau Winterrodeln⁵⁴
- Hallenbad
- Thermen
- Sporthallen
- Erlernen und Erleben von für den Winter typischem Brauchtum⁵⁵
- neue Sportarten
- Kreativkurse
- Weiterbildungsangebote
- Indoor-Attraktionen
- Wellness
- Kultur, Handwerk und Landwirtschaft erleben
- winterliche Kutschenfahrten
- Lama-, Ziegen-, Esel-Trekking
- Winter-Ballonfahrten⁵⁶

44 Klimawandel und Wintertourismus: Ökonomische und ökologische Auswirkungen von technischer Beschneigung. Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL. Michaela Teich, Corina Lardelli, Peter Bebi, David Gallati, Susanne Kytzia, Mandy Pohl, Marco Pütz, Christian Rixen. Schweiz 07.12.2007, Seite 10

45 Klimawandel und Wintertourismus: Ökonomische und ökologische Auswirkungen von technischer Beschneigung. Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL. Michaela Teich, Corina Lardelli, Peter Bebi, David Gallati, Susanne Kytzia, Mandy Pohl, Marco Pütz, Christian Rixen. Schweiz 07.12.2007, S 69

46 SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthé. 2008, S112 und 113

47 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011, Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus

48 Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz. Aktionsplan 2014 – 2019. Zweiter Teil der Strategie des Bundesrates vom 9. April 2014, Seite 82

49 Wissenslücken und Defiziten bei der Wissensdiffusion. Schlussbericht Dezember 2015. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung, Tourismuspolitik. Seite 15

50 Klimawandel und Wintertourismus: Ökonomische und ökologische Auswirkungen von technischer Beschneigung. Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL. Michaela Teich, Corina Lardelli, Peter Bebi, David Gallati, Susanne Kytzia, Mandy Pohl, Marco Pütz, Christian Rixen. Schweiz 07.12.2007 S85

51 Klimawandel: Zukunft und Herausforderung für den Tourismus. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus. Dr. Ulrike Pröbstl. 2007, S10.

52 Klimawandel und Wintertourismus: Ökonomische und ökologische Auswirkungen von technischer Beschneigung. Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL. Michaela Teich, Corina Lardelli, Peter Bebi, David Gallati, Susanne Kytzia, Mandy Pohl, Marco Pütz, Christian Rixen. Schweiz 07.12.2007, S 69

53 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016. Seite 17

54 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013. S36

55 Wintertourismus im Klimawandel - Auswirkungen und Anpassungsstrategien. Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Fakultät für Tourismus. Prof. Dr. Thomas Bausch, Raimund Ludwigs, Stephan Meier. 2016. Seite 17

56 Klimawandel: Zukunft und Herausforderung für den Tourismus. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus. Dr. Ulrike Pröbstl. 2007, S10.

Mögliche Angebote fürs ganze Jahr⁵⁷

- Angebote Frühherbst attraktiv gestalten
- Revival Sommerfrische (siehe Artikel „Das Potenzial der Sommerfrische“)
- Genuss-Tourismus (Vermarktung lokaler Produkte und Verkostungs-Touren)
- Sport-Events
- Kultur-Events
- Traditionelle Aktivitäten

Grenzen der Diversifizierung im Sommer

Der vielbeworbene Ausbau der Sommerangebote und der schneeunabhängigen Angebote kann den im alpinen Skisport erwirtschafteten Gewinn nicht ersetzen oder ausgleichen⁵⁸. Das macht ein Blick auf Österreich deutlich. Während sich die Nächtigungszahlen im Sommer- und Winterhalbjahr in etwa die Waage halten, sind die Einnahmen pro Gast im Winter deutlich höher.⁵⁹ Nach dem Schweizer Nachhaltigkeitsforscher Tobias Luthe erzielen die in seiner Studie untersuchten Skigebiete 85 %-95 % ihrer Wertschöpfung im Winter und nur 5-15 % im Sommer.⁶⁰ Events scheinen die einzig realistische Option, um ausreichend Menschen zu aktivieren und um einen signifikanten Gewinn für die Bergbahnen, Gastronomie etc. zu erzielen.⁶¹ Bergbahnen können sich hier als „Zubringer zu Erlebnissen“ verstehen.⁶² Werden gute Produkte entwickelt, so werden sie ihre Nische finden. Aber bis heute ist keine Alternative in Sicht, welche den Skitourismus als Massenphänomen ersetzen könnte.⁶³

Ausbau des Ganzjahrestourismus

Der Ausbau des Ganzjahrestourismus, etwa durch saisonale Angebote in den Bereichen Gesundheit, Kultur und Bildung, ist eng mit der Diversifizierung verbunden und dient dem Ziel, die Abhängigkeit vom Wintertourismus zu reduzieren. Durch den Ausbau soll eine breitere saisonale Abstützung des Tourismus erreicht werden. Forciert wird die Stärkung des oftmals etwas vernachlässigten Sommertourismus (dazu gehören auch der Frühling und insbesondere der Herbst).⁶⁴

Wie eine Studie des BMWFJ festhält, gibt es in Bezug auf den Ganzjahrestourismus „gering sensitive“ Tourismussegmente, also Bereiche, die resistenter gegen die Auswirkungen des Klimawandels sind. Zu nennen sind der Gesundheitstourismus, der Kongress- bzw. Seminartourismus oder der Veranstaltungs- und Ausflugs-tourismus.⁶⁵ ⁶⁶ Gerade beim Ganzjahrestourismus spielt ein verstärktes Bemühen um neue Zielgruppen (z. B. 50+) eine große Rolle, da diese auch in der Nebensaison aktiv sein können.⁶⁷

7.5 Chance „Modell Europa“? Touristische Leistungsträger werden aktionäre der Seilbahnen

Kooperationen wichtiger denn je

Da die Konzentration auf begünstigte Standorte rascher voranschreitet und kleine und niedrige Skigebiete verschwinden werden, werden Zusammenschlüsse und Kooperationskationen wichtiger denn je.⁶⁸ In einer Studie des Nachhaltigkeitsforschers Tobias Luthe wird

57 Tourismus im Alpenraum. Anton Melik Geographical Institute, Scientific Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts. 2011. Academy of Sciences and Arts. 2011, S123

58 Climate Change Centre Austria. Judith Köberl. 28.01.2015 Präsentation Österreichischer Sachstandsbericht Klimawandel 2014: Klimawandel und Tourismus in Österreich.

59 AUSTRIAN CLIMATE RESEARCH PROGRAMME in ESSENCE. BERICHTE ZUR KLIMAFOLGENFORSCHUNG. 2017. Seite 8

60 SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthe. 2008, S106

61 S128, SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthe. 2008

62 Wintertourismus in der Krise: Experten glauben an eine Zukunft ohne Ski. Badener Tagblatt. Niklaus Vontobel. 08.11.2018

63 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013, S32

64 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013.

65 Österreichischer Sachstandsbericht: Klimawandel 2014. Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien. Helga Kromp-Kolb, Nebojsa Nakicenovic, Karl Steininger, Andreas Gobiet, Herbert Formayer, Angela Köppl, Franz Pretenthaler, Johann Stötter, Jürgen Schneider. 2014, Seite 963

66 Die Alpen im Klimawandel - ökologische und ökonomische Folgen für den Wintertourismus in Österreich. Friedrich Zimmerl - Technischen Universität Wien Fakultät für Architektur und Raumplanung. 2001. S83

67 Österreichischer Sachstandsbericht: Klimawandel 2014. Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien. Helga Kromp-Kolb, Nebojsa Nakicenovic, Karl Steininger, Andreas Gobiet, Herbert Formayer, Angela Köppl, Franz Pretenthaler, Johann Stötter, Jürgen Schneider. 2014, S969

68 SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthe. 2008. Seite 128

erwogen, ob sich das „nordamerikanischen Modell“ – nämlich die Zusammenführung einzelner touristischer Angebote auf Kapitalebene – auch auf Europa umlegen lässt. In nordamerikanischen Skidestinationen besitzen die Seilbahnbetriebe Hotels, Gastronomie, Skischulen und Sportshops. In den Alpen sind die Voraussetzungen mit dem kleinstrukturierten Tourismus natürlich anders, und die Kommunikation zwischen den Skigebieten und den anderen Leistungsträgern der Destinationen ist nach dem Studienautor nicht immer unbelastet, weil verschiedene Strategien und Ziele verfolgt werden. Trotzdem besteht die Idee, in einem „Modell Europa“ die zerhackte Leistungskette der einzelnen Tourismusanbieter auf Kapitalebene zusammenzuführen. Nämlich indem man die Bergbahnen so konstruiert, dass die Beherbergungsbetriebe, Skischulen und Sportartikelhändler Aktionär werden können. Dadurch gelangen die Bergbahnen einerseits an das notwendige Kapital für Investitionen, andererseits profitiert jeder in dieser Kette von ihren Aktivitäten.⁶⁹

7.6 „Anpassen heisst, ...“ konkrete Massnahmen. Das kann ich tun!

Die vielen Wege zur Anpassung

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) beschreibt in einem Handlungsleitfaden⁷⁰ aus dem Jahr 2020 Anpassungsmaßnahmen, die wir an dieser Stelle vorstellen und um weitere Aspekte aus der Literatur ergänzen. Unter anderem fließen die Vorschläge aus der Schweizer Studie „2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel“ und Vorschläge der Studie „Anpassungsstrategien“⁷¹ der

Universität Bern bzw. von Judith Köberl vom Climate Change Centre Austria ein.⁷²

Anpassung heisst: sich technisch anpassen

Schutz gegen Extremereignisse

- Naturgefahrenszenarien Winter/Sommer für Destinationen entwickeln
- Gefährdete Gebiete konsequent und systematisch beobachten
- Risikoanalyse durchführen, Risikokartierung laufend aktualisieren
- Gefahrenabwehr und insbesondere Hochwasserschutz verstärken
- Fundamente von Infrastrukturen vor Naturgefahren sichern⁷³
- Maßnahmen im Wegebau und in der Wegerhaltung zum Schutz vor Extremereignissen
- Beschattung von Wegen gegen zunehmende Hitze
- Steganlagen, die sich Wasserständen anpassen⁷⁴
- Schutz- und Freihaltezonen einrichten⁷⁵

Veränderungen der Rahmenbedingungen

- Anpassungsmaßnahmen gegenüber erhöhter Hitzebelastung⁷⁶
- Verbesserung der Trinkwasserversorgung⁷⁷
- Begrünung und Beschattung⁷⁸
- Anlegen von Wasserflächen
- Nachhaltige Technologien auf Betriebsebene fördern⁷⁹
- Maßnahmen zum Wassersparen in touristischen Einrichtungen inkl. wassersparende Außenanlagen
- Schaffung von witterungsunabhängigen Freizeitangeboten

69 SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthé. 2008, S110

70 Handlungsleitfaden Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU), Mai 2020.

71 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011. Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus.

72 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

73 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

74 ebenda

75 ebenda

76 Climate Change Centre Austria. Judith Köberl. 28.01.2015 Präsentation Österreichischer Sachstandsbericht Klimawandel 2014: Klimawandel und Tourismus in Österreich

77 Climate Change Centre Austria. Judith Köberl. 28.01.2015 Präsentation Österreichischer Sachstandsbericht Klimawandel 2014: Klimawandel und Tourismus in Österreich.

78 Climate Change Centre Austria. Judith Köberl. 28.01.2015 Präsentation Österreichischer Sachstandsbericht Klimawandel 2014: Klimawandel und Tourismus in Österreich.

79 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011. Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030.

Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus.

- Klimatisierung und Kühlung von touristisch genutzten Gebäuden
- Frühzeitige Entwicklung von Perspektiven für tiefer gelegene Wintersportorte
- Unterstützung (Motivation, Beratung, Infrastruktur, Fördergelder, Plattformen etc.), damit innovative (Nischen-)Produkte entstehen können

Anpassen heißt: Schneesport sichern und weiterentwickeln⁸⁰

- Forschung betreffend Beschneigungs- und Schneesicherheitsmaßnahmen forcieren⁸¹
- Gesamtkonzept zur Beschneigung erarbeiten
 - Planungen optimieren, Effektivität durch gezielte Beschneigung erhöhen⁸², Nutzung von technologischen Fortschritten in der technischen Beschneigung
 - Geländeoptimierung der Skipisten mit dem Ziel, Schnee zu sparen⁸³, Verbesserung des Pistenunterhalts⁸⁴ / Pistenkorrekturen (Einsparungen bei der Produktion von Kompaktschnee)
 - Schneesicherheit mit zusätzlichen und leistungsfähigeren Beschneigungsanlagen sichern
 - Ausbau der technischen Beschneigung⁸⁵
 - Stauseen erstellen⁸⁶
 - Investition in leistungsfähige Zubringeranlagen⁸⁷
- Bergbahngesellschaften fusionieren, Skigebiete optimieren, Steuern und Gebühren von Fusionen reduzieren⁸⁸
- Investitionen in „Wassersicherheit“
- Speicherseen für Wasservorräte ausbauen
- Prüfung der Lawinensicherungsmaßnahmen für den

Spätwinter⁸⁹

- Einsatz von Polyethylenplanen in Gletscherskigebieten

Anpassen heißt: Krisen vorbeugen

- Gefährdete Gebiete, die als touristischer Raum gelten, konsequent und systematisch beobachten
- Risikoanalysen und Naturgefahrenszenarien für den Tourismus durchführen, Risikokartierung laufend aktualisieren
- Lernkooperationen zur gegenseitigen Unterstützung in der Gefahrenprävention fördern
- Auflagen an touristische Infrastruktur, um besser gegen Extremereignisse gerüstet zu sein
- Touristische LeistungsträgerInnen und Verbände bezüglich Klimaänderung sensibilisieren
- Bevölkerung über Wetterrisiken und Naturgefahren aufklären
- Gäste offen informieren
- Schulung von Personal in Bezug auf Wasser- und Energiesparen
- Schulung von Personal in Bezug auf das Verhalten in Krisensituationen

Anpassen heißt: Krisenmanagement

- Krisenmanagement einrichten und verfeinern
- Evakuierungs- und Kommunikationskonzepte erstellen

80 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011. Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus.

81 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011. Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus.

82 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011. Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus.

83 Klimaeinfluss und Seilbahnen, Skigebietsmanagement, Internationaler Seilbahnverband O.I.T.A.F. 2008 Seite 3

84 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013. S36

85 Herausforderung Klimawandel - Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. Bruno Abegg, HTW Chur | Universität Innsbruck | alpS - Centre for Climate Change Adaptation, Robert Steiger, MCI Management Center Innsbruck, Roger Walser, HTW Chur. Schweiz 2013. S36

86 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

87 Klimawandel und Wintertourismus: Ökonomische und ökologische Auswirkungen von technischer Beschneigung. Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL. Michaela Teich, Corina Lardelli, Peter Bebi, David Gallati, Susanne Kytzia, Mandy Pohl, Marco Pütz, Christian Rixen. Schweiz 07.12.2007. Seite 9

88 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

89 Klimaeinfluss und Seilbahnen, Skigebietsmanagement, Internationaler Seilbahnverband O.I.T.A.F. 2008 Seite 3

Anpassen heißt: Produkte und Marketing anpassen

- Gemeinsam Destinationsentwicklungsstrategie erarbeiten⁹⁰ bzw. Qualitätsentwicklung und -strategie vorantreiben⁹¹
- Regionale und überregionale Kooperationen auf allen Leistungsträgerstufen verstärken
- Auf bestimmte Segmente spezialisieren⁹²
- Marketing auf Stärken konzentrieren, „Sommerfrische“ nutzen und bewerben⁹³
- Produktpassung
- Änderung/Verschärfung der Stornobedingungen
- Risikominimierung bei (Groß-)veranstaltungen
- Entwicklung eines Gütesiegels für lokale Produkte und Einführung einer Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Verbrauchern (Restaurants, Hotels, Lebensmitteläden etc.)⁹⁴
- Wasser und vor allem Naturbademöglichkeiten vermarkten⁹⁵

Anpassen heißt: bisher wenig fokussierte Stärken kommunizieren

- Naturnahen Tourismus als bewusste Alternative zu Fernreisen stärken⁹⁶
- In der Kommunikation Aspekte der alpinen Wellness verstärken (Luft, Höhenlage, Licht, Ernährung und Kultur)
- Ruhe, Stille, Authentizität als Qualitätsmerkmale forcieren⁹⁷
- Wasser und v.a. Naturbademöglichkeiten bewerben

- Naturparks vermarkten
- Klimaschonenden Tourismus kommunizieren⁹⁸
- Schneesicherheit – sofern vorhanden – vermehrt kommunizieren⁹⁹

Marketing: Neue Flexibilität bei den Liftpässen

In der Vermarktung wird nach Dr. Pröbstl-Haider künftig mehr Flexibilität gefragt sein. Ermäßigungen bei Schneemangel, Umbuchungsmöglichkeiten und kostengünstige Stornierung sollten angeboten werden. Ein Drittel von 400 befragten SkifahrerInnen aus Wien gab in einer Umfrage an, dass sie einen Gutschein für einen längeren Sommerurlaub anstelle des Winterurlaubs (z. B. statt vier Skitagen sieben Tage Sommerurlaub) (sehr) begrüßen würden. Dies bedeutet, dass mit kreativen Angebotsstrukturen durchaus auf einen Wechsel vom Winter zum Sommer hingewirkt werden kann.¹⁰⁰ Auch der Nachhaltigkeitsforscher Tobias Luthe plädiert für flexiblere Liftpässe, die einerseits den gesamten Winter gültig und andererseits auf den Sommer übertragbar sind. Das könnte KundInnen dazu motivieren, einen Skipass für die Dauer des Aufenthalts zu erwerben, weil ein „schlechter Skitag kein verlorener Tag“ ist.¹⁰¹ Die Frage ist, wie viele der Gäste tatsächlich an den Ort zurückkehren.

90 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

91 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011, Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz

92 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

93 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

94 ClimAlpTour - Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum. Anton Melik Geographical Institute, Scientific Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts. 2011, 115

95 Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030. Auswirkungen Chancen & Risiken, Optionen & Strategien Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend. 2012, Seite 23 und 24

96 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011. Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus.

97 Anpassungsstrategien, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Prof. Dr. Hansruedi Müller, Therese Lehmann Friedli, 29.07.2011. Seite 40+41. Zitiert nach Müller H.R., & Weber, F. (2008): Klimaänderung und Tourismus – Schweiz 2030. Schlussbericht für Schweiz Tourismus. Bern: Schweiz Tourismus.

98 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

99 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

100 Klimawandel: Zukunft und Herausforderung für den Tourismus. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus. Dr. Ulrike Pröbstl. 2007. S10
101S134 SkiSustain - Vulnerability to global change and sustainable adaption of ski tourism. Deutsche Sporthochschule Köln / Institut für Natursport und Ökologie. Tobias Luthe. 2008

Wusstest du schon, dass ...¹⁰²

- ein fünftägiger Skiurlaub mit dem Pkw in Österreich 33 Kilogramm CO₂-Emissionen pro Person und Tag aufweist?
- sich die Emissions-Bilanz des fünftägigen Skiurlaubs um rund ein Drittel verbessert, wenn man als Gast mit der Bahn anreist?
- sich nicht nur die Anreise positiv auf die Klimabilanz auswirkt, sondern auch die Freizeitaktivitäten in den Bergen? Dabei wurden nicht nur Emissionen an Ort und Stelle miteinbezogen, sondern auch Prozesse wie die Treibstoffproduktion für Pistenraupen sowie der Energie- und Materialeinsatz für Liftanlagen und Beschneigung.
- ein Sommerurlaub mit dem Auto von Österreich aus nach Italien im Vergleich 41 Kilo CO₂ verursacht?
- sich eine Flugreise pro Person von Österreich nach Spanien auf 159 kg CO₂ beläuft?
- eine zweieinhalbwöchiger Langstreckenflugreise in der Emmissionsbilanz 454 kg CO₂-Emissionen verursacht?

Anpassen heißt: die Bevölkerung sensibilisieren¹⁰³

- Bevölkerung und Touristen für Klimafragen sensibilisieren
- Leistungsträger und Verbände bzgl. Klimaänderung sensibilisieren
- Gemeinsame Verminderungs- und Anpassungsstrategie erarbeiten
- Lokale Bevölkerung und Gäste an Planungsarbeiten partizipieren lassen

Anpassen heißt: Besucherströme lenken

- Lenkung durch Informationen und gezielte Angebote
- Lenkung durch Gebote und Verbote

Anpassen heißt: tiefer- und höhergelegene Gebiete vernetzen

Die Vernetzung niedriger mit höher gelegenen Gebieten kann zu gegenseitigen Vorteilen führen: Einerseits wird die Skidestination um preisgünstige Unterbringungsmöglichkeiten ergänzt, andererseits kann die Zusammenarbeit mit weniger bekannten Orten, die mitunter ein reicheres kulturelles Profil aufweisen, das Angebot erweitern und differenzieren.

Anpassen heißt: Naturgefahrenmanagement

Naturgefahrenmanagement ist in erster Linie Aufgabe des Staates. Er muss die Siedlungsentwicklung so steuern, dass das Risiko- und Schadenpotenzial nicht weiter zunehmen. Außerdem muss er darauf achten, dass genügend Freiräume vorhanden sind und dass Neueinzunungen sowie der Bau von Gebäuden und Infrastrukturen in stark gefährdeten Gebieten vermieden werden.¹⁰⁴ Durch die begrenzte Verfügbarkeit geeigneter Flächen auf der einen und die vielfältigen Entwicklungsinteressen auf der anderen Seite ist dies keine leichte Aufgabe. Dass lokalen Interessen vielfach nachgegeben wird, zeigt die Bauaktivität. Nach einem Bericht des Ständigen Sekretariats der Alpenkonvention findet im gesamten Perimeter der Alpenkonvention aufgrund der begrenzten Verfügbarkeit geeigneter Flächen immer wieder Bauaktivität in gefährdeten Gebieten statt.¹⁰⁵

Künftig erfordert eine erfolgreiche Risikovorsorge die enge Zusammenarbeit von Politik und Bevölkerung. Viele Schutzmechanismen und ein umfassendes, historisch gewachsenes Know-how wären in den betroffenen Ländern reichlich vorhanden.¹⁰⁶ Bei den Schutz- und Vorsorgemaßnahmen werden naturnahe oder naturbasierte Lösungen als eine wichtige Maßnahme gegen Naturgefahren eingestuft. Es handelt sich um ein Konzept, das häufig im Zusammenhang mit wetter- und klimawandelbedingten Naturgefahren diskutiert wird. Im Zentrum dieser Diskussion steht eine grüne Infrastruktur als strategisch geplantes Netzwerk von Naturräumen und naturnahen Räumen, die so gestaltet und erhalten werden, dass sie ein breites Spektrum an Ökosystemleistungen bereitstellen.¹⁰⁷

¹⁰² Ski-Urlaub schneidet mit überraschend guter Klimabilanz ab. Tiroler Tageszeitung, 14.12.2018

¹⁰³ 2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel, Universität Bern, Hansruedi Müller, Fabian Weber - Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern 2008, S24

¹⁰⁴ Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz. Ziele, Herausforderungen und Handlungsfelder. Erster Teil der Strategie des Bundesrates vom 2. März 2012, Seite 43

¹⁰⁵ NATURGEFAHREN. RISIKO-GOVERNANCE. Alpenzustandsbericht ALPENKONVENTION. Alpensignale – Sonderserie 7, Seite 33. Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, Innsbruck, 2019, Seite 33

¹⁰⁶ NATURGEFAHREN. RISIKO-GOVERNANCE. Alpenzustandsbericht ALPENKONVENTION. Alpensignale – Sonderserie 7 Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, Innsbruck, 2019, Seite 8

¹⁰⁷ NATURGEFAHREN. RISIKO-GOVERNANCE. Alpenzustandsbericht ALPENKONVENTION. Alpensignale – Sonderserie 7. Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, Innsbruck, 2019, Seite 36