



ZUKUNFT WINTER
SN-Schwerpunkt in Kooperation
mit dem Netzwerk Winter

Ungewöhnlicher Blick: Bau einer Stütze der 3K K-connection Bahn in Kaprun. Sie verbindet ab sofort das Ortszentrum von Kaprun mit dem Kitzsteinhorn.

BILD: SN/GBK

„Wir sind nicht erschließungswütig“

Für 13 Millionen Menschen ist der Alpenbogen Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum. Der Verein Vitalpin hat sich zur Aufgabe gemacht zu zeigen, welche Interessen, aber auch Sorgen und Nöte damit verbunden sind.

FRED FETTNER

KAPRUN. Die Formulierungen von Vitalpin-Gründer Hannes Parth sind zurückhaltender geworden. Als langjähriger Vorstand der Silvrettaseilbahnen AG Ischgl führte er anfangs noch seine markanten Positionen fort. Nun plädiert er selbst für eine notwendige Abrüstung der Worte – auf beiden Seiten. Ins Leben gerufen hatte Parth den Verein „Vitalpin – Wir leben Alpen“ ursprünglich als Gegenbewegung zu den NGOs. „Diese sitzen in den Städten, erhalten viel Geld von der öffentlichen Hand und vertreten alles, nur nicht unsere Interessen in den Tälern“, lautete anfangs die eindeutige Schuldverteilung. Nach zwei Jahren Lobbying für die Alpen fallen bei ihm nun Sätze wie: „In Sachen Pisten-Renaturierung haben wir den überzeugten Grünen viel zu verdanken.“

Doch überwiegend sind es weiterhin öffentliche Anschuldigungen, die Seilbahnen und den Tourismus generell als „Naturzerstörer“ darstellen, welche die Branche aktiv werden lassen. Insgesamt versammelt der Verein nach den jüngsten Beitritten anlässlich des Treffens der „Allianz Zukunft Winter“ in Kaprun 70 Mitglieder. Einzelmitglieder gibt es bei Vitalpin nicht, nur Organisationen und Großunternehmen. Der größte Wert von Vitalpin liegt in der Internationalität. Inzwischen ist der gesamte deutschsprachige Raum in der Organisation vertreten. Es gebe auch Anfragen aus dem weiteren Alpenraum, doch die Sprachklippe Französisch lasse sich aktuell noch nicht umschiffen, heißt es. So gilt weiterhin der Slogan: „Wir sind die Bewegung für Menschen und Unternehmen im deutschsprachigen

Alpenraum, die von und mit dem Tourismus leben.“

Das trifft auf einen Großteil der rund 13 Millionen Alpenwohner in acht Staaten zu. Für sie ist der Alpenbogen Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum. Ziel sei, das Leben in den Alpen im ganzheitlichen Sinn lebenswert zu erhalten, betont Hannes Parth. Die „Salzburger Nachrichten“ trafen ihn in Kaprun zum Interview.

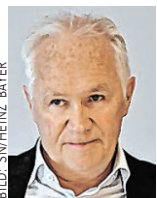


BILD: SINEHIZ BAYER

„Die Preise am Wohnungsmarkt schmerzen.“

Hannes Parth,
Vitalpin-Gründer

SN: Vor zwei Jahren sind Sie mit Vitalpin angetreten. Was hat sich seither geändert?

Hannes Parth: Wir waren anfangs zwölf Mitgliedsorganisationen, jetzt sind es 70, die über eine Million Menschen repräsentieren. Natürlich gibt es viele Talbewohner, vor allem Hoteliers, die uns direkt unterstützen wollen, aber Einzelmitglieder würden uns überfordern, obwohl mit Geschäftsführerin Theresa Haid eine sehr professionelle Organisation geschaffen wurde. Relativ wenig Neues gibt es leider bei den Schlagzeilen, aber wir versuchen wegzukommen von der gegenseitigen Titulierung als erschließungswütige Touristiker und populistische Umweltschützer.

SN: Es sind also nicht immer nur die anderen, die an Konfrontationen Schuld sind? Etwa wenn der gesprengte Berggipfel bei der Skischaukel Ötztal-Pitzal oder der Ok-

toberfrühstart in Kitzbühel zum Thema werden?“

Ötztal-Pitztal ist ein Beispiel dafür, dass eine Abrüstung der Worte von beiden Seiten nötig ist. Wir haben früher sicher verabsäumt, unsere Gedankengänge zu vermitteln. Wir leben von der Natur, schützen sie, wissen aber auch um unsere Eingriffe in die Natur. Ich habe das Gefühl, wir finden bei der Gegenseite nun mehr Gehör. Aber zuhören ist eine Sache, es muss auch die Bereitschaft geben, Argumente aufzunehmen. Wenn die Auseinandersetzung ideologisch geführt wird, ist keinem gedient.

SN: Und konkret zu den beiden Beispielen?

Zusammenschlüsse wie Ötztal-Pitztal sind das Mindeste, was man den Seilbahnen in Tirol noch zustehen muss. Das „weiße Band“ auf der Resterhöhe ist eine unternehmerische Maßnahme der Bergbahnen, die nach deren Analyse positiv fürs Marketing ist. Das Argument, man hätte den Schnee nicht ausführen dürfen, ehe der Boden gefroren ist, hält nicht.

Gefroren ist es vor der ersten Schneefall fast nie. Aber persönlich gesagt: Ich hätte in der laufenden Diskussion den Altschnee nicht im Oktober aufgebracht.

SN: Es sind also doch die Seilbahndiskussionen, die am meisten beschäftigen?

Österreich hat hier weltweit den absolut höchsten Standard bei der Hardware, bei im internationalen Vergleich günstigen Preisen für die Konsumenten. Aber wir haben diese Tatsache zu wenig nach außen getragen und manchmal verabsäumt, die anderen Nutznießer mit ins Boot zu holen.

SN: Es gibt auch andere Themen, wie Stress, der durch ein Zuviel an Gästen hervorgerufen wird.

Der so genannte Overtourismus betrifft bei uns ja fast nur Fragen des Verkehrs. Ohnehin spreche ich lieber von nicht-balanciertem Tourismus. Wir haben nirgends zu viele Touristen, es geht um die zeitlich bessere Verteilung der Gäste und die Lösung der Mobilitätsfrage. Als negative Auswirkung des Tourismus sind für die Alpenbewohner teilweise extreme Preissteigerungen am Wohnungsmarkt schmerzlich. Aber Grundstückspreise werden wir nicht ändern können.“

SN: Macht die Politik zu wenig?

Für den Tourismus sicher. Ich sehe dafür zwei Ursachen: Andere Industrien lagern ihre Produktion aus, das können wir nicht. Wir sehen das als wichtiges Argument für uns, aber gerade die fehlende Verlagerungsmöglichkeit ist politisch gesehen eine Schwäche. Wir können damit nicht drohen. Außerdem wohnen in den Tourismustälern wenige Menschen. Die Wählerstimmen sind immer konzentrierter in den Städten, in denen global schon über 60 Prozent der Menschheit leben.

SN: Wenn wir den Blick über die Grenzen erweitern – gibt es Unterschiede innerhalb der deutschsprachigen Alpenländer?

Es sind alles gesättigte Märkte mit den gleichen Problemen. In Deutschland ist der Alpenraum nicht im Zentrum, da ist es besonders schwierig politisch durchzudringen. Selbst im Bayern ist der Tourismus wirtschaftlich kein zentrales Thema, obwohl etwa im Allgäu eine sehr hohe Tourismusgesinnung festgestellt wurde. Von Vit-

alpin besonders begeistert ist Südtirol, wo sich uns nun sogar der Bauernbund angeschlossen hat.

SN: Einerseits gibt es aus Deutschland viel Kritik am Skitourismus, andererseits bleiben die Gästezahlen auf hohem Niveau. Warum?

Manches ist schwer verständlich. Es wird Stimmung gemacht ohne Fakten. Manchmal reagieren wir auch zu spät, weil die deutschen Gäste ja trotzdem kommen, aber mit schlechtem Gewissen. Letztes Jahr bin ich mit einem vielleicht zwölfjährigen Mädchen auf dem Lift ins Reden gekommen. Sie schwärmte vom Skifahren, wie toll es ist und sagte dann glatt: ‚Wir wissen eh, dass wir der Natur nichts Gutes tun. Doch immer Volleyball ist langweilig.‘ Wenn das so schon in Kinderköpfen ist, wird es schwierig.

SN: Das klingt ein wenig hoffnungslos.

Wir versuchen das wissenschaftlich anzugehen. Es gibt Positionspapiere zur Umweltverträglichkeit, in Kürze schalten wir eine Wissensdatenbank mit Studien frei, stellen laufend Grundlagen ins Netz. Wir zeigen auf, warum Tourismus für die alpine Bevölkerung alternativlos ist, um das Abwandern zu verhindern. Wir verweisen darauf, dass es keine Neuerschließungen mehr gibt, und dass für den Gletscherzusammenschluss in Tirol schon 20.000 Seiten an Gutachten notwendig waren und nur ein Prozent der Alpengipfel touristisch genutzt werden. Im Sommer gehe ich zu Fuß auf die Schweizer Seite. Da liegt ein malerisches Dorf, das ist wie ein pittoreskes Freilichtmuseum. Dort lebt kein einziger junger Mensch mehr.