

Akademie der
Toblacher Gespräche

Accademia dei
Colloqui di Dobbiaco



Paolo Grigolli

Welcher Tourismus fördert die regionale Wertschöpfung?

Welcher Tourismus fördert die regionale Wertschöpfung?

Was bedeutet es für eine regionale Wirtschaft, auf nicht Einheimische – in diesem Fall in- und ausländische Gäste – angewiesen zu sein? Was wollen wir den Gästen zeigen und anbieten? Was wünschen wir, dass sie uns zurücklassen? Wie sollte unser Verhältnis mit ihnen aussehen?

Patentlösungen gibt es natürlich keine, aber vielleicht liegt eine mögliche Antwort in der Einsicht, dass ein gesundes Verhältnis zwischen einer Destination und ihren Gästen nur dann entsteht, wenn der Großteil der einheimischen Akteure in die Begegnung und den Austausch mit den Touristen einbezogen wird, und wenn es dadurch einer Region gelingt, den Touristen mehr als bloße Postkartenikonen von sich zu zeigen. Seit einigen Jahren werden im Trentino im Rahmen des Projekts „TurNat“ (Tourismus und Natur) innovative Fremdenverkehrskonzepte versuchsweise umgesetzt. Nach einer einjährigen Vorbereitung unter Einbeziehung von rund 50 lokalen Interessensvertretern wurde neben einer gemeinsamen Sprache unter allen Beteiligten auch ein Plan für ein gezieltes und gemeinsam getragenes Angebot zur Aufwertung des regionalen Kultur- und Naturerbes entwickelt. Das bestehende Potential wurde mit den derzeitigen Touristenströmen verglichen, und zwar nicht nur ausgehend von statistischen Daten, sondern auch von den Aussagen der lokalen Tourismuswirtschaft, der wir konkrete Fragen nach dem „wer“ (Zielgruppe), „wann“ (Aufenthaltsdauer und Jahresverlauf), „was“ (Motivation und Interesse an der regionalen Kultur) und „wo“ (woher kommen sie, wie bewegen sie sich und wo bleiben sie stehen) gestellt haben. In sechs Monaten haben sich über 150 beteiligte Einheimische (nicht nur aus dem touristischen Bereich) an 8 Workshops zu ebenso vielen Themenschwerpunkten aktiv engagiert. Dabei wurden jene Gästegruppen definiert, die am meisten Interesse am regionalen Natur- und Kulturerbe zeigen, jene Tätigkeiten und Aspekte herauskristallisiert, von denen sich diese Gruppen am ehesten angesprochen fühlen, und unter anderem auch die Frage erörtert, von wem sich diese Gäste in ihren Entscheidungen beeinflussen lassen. Durch diese Arbeitsweise hoffen wir, eine „generative“ Wirtschaft ins Leben zu rufen, die das bisherige, infrastrukturzentrierte Fremdenverkehrsparadigma endgültig überwinden kann. Wir erfuhren direkt aus dem Munde von Gastwirten, Seilbahnbetreibern, Kaufleuten, Skilehrern usw., was Gäste bei uns überhaupt unternehmen, wie sie sich verhalten, und ob es bereits jetzt touristische „Umgangsformen“ mit der Region gibt, die als Grundlage für einen „sanften“ Tourismus, für das Wachstum kleiner lokaler Betriebe, für neue Angebote und für konkrete

Chancen für junge unternehmungslustige Menschen vor Ort in Betracht kommen. Ein Dutzend neue, kleine - aber existenzfähige - Unternehmen machen zwar keine Schlagzeilen wie die Eröffnung eines neuen Sport- oder Fitnesszentrums. Aber nichts destotrotz zeugen sie von der Zukunftsfähigkeit einer Region, und diese entsteht aus der Summe jener Akteure, die daran glauben, vor Ort eine Existenzchance zu haben, und miteinander einen generativen Wirtschaftsraum schaffen. Die Kooperation unter verschiedenen Akteuren zur Entwicklung neuer Angebote bedarf eines kulturellen Wachstums nicht nur bei den beteiligten Wirtschaftstreibenden, sondern auch bei den Touristen selbst. Dieses Wachstum lässt sich zwar noch nicht quantifizieren, doch ist diese wirtschaftliche „Größe“ in einer Destination mindestens genauso wichtig wie die Anzahl der Ankünfte und der Übernachtungen. Innovation kann nicht von der jeweiligen Region abgekoppelt sein, sonst sind Vereinheitlichung, Standardisierung und Profilverlust vorprogrammiert. Gleichzeitig muss aber – wie gesagt – das herkömmliche, infrastrukturzentrierte Paradigma überwunden und stattdessen eine alternative und generative Wirtschaft anvisiert werden, deren Eckdaten und –zahlen erst erarbeitet werden müssen. Im Projekt TurNat bildet die Überwindung bisheriger Grenzen den Ausgangspunkt der Innovation, in der Hoffnung, dass diese in den bereits ausgewiesenen Naturschutzgebieten ebenso wie im touristischen Angebot des gesamten Alpenraumes Fuß fassen kann. Dadurch kann der nachhaltige Fremdenverkehr den entscheidenden Impuls für den Übergang von einer distributiven hin zu einer generativen Wirtschaft geben. Partizipation, gemeinsam getragene Initiativen und viele andere Aspekte der sogenannten Sharing Economy können somit auch dann zur regionalen Entwicklung beitragen, wenn keine großen Investoren oder zentrale Entscheidungsträger das Ruder in die Hand nehmen, sondern mutige und motivierte lokale Akteure, die fähig sind, Verantwortung zu verteilen, Wechselbeziehungen zu erkennen, Vernetzung zu fördern und Marktänderungen als Chance für gemeinsame Projekte zu sehen. Die veränderte Welt von heute erfordert auch im Tourismus neue Ideen und Angebote, Geduld, Großmut und vor allem die Bereitschaft, unsere Kultur und Geschichte in die Hand zu nehmen und sie zukunftsfähig zu machen. Wir brauchen mehr Bereitschaft zum Zuhören, neue Führungsfähigkeiten und eine innovative Art, Verantwortung zu übernehmen und zu verteilen. In diesem Sinne ist es vor allem Aufgabe der jüngeren Menschen, die heutigen Entscheidungsträger zu einem Umdenken zu veranlassen. Es geht heute darum, uns unser Erbe wieder zu eigen zu machen, um mit der daraus gewonnenen Kraft eine anders geartete Zukunft zu gestalten. Und mit diesen Voraussetzungen können wir dann auch unseren Gästen die Freude an der Entdeckung und der Erhaltung der Schönheit unserer Region vermitteln.