

Akademie der
Toblacher Gespräche

Accademia dei
Colloqui di Dobbiaco



Tobias Luthe

Schnee von gestern. Resilienz von
Wintersportzentren im Klimawandel?

Schnee von gestern. Resilienz von Wintersportzentren im Klimawandel?

Skifahren ist ein emotionaler Sport und für Millionen von Menschen weltweit Teil eines Lebensstils. Der Skisport bildet ein wichtiges wirtschaftliches Rückgrat des Bergtourismus und ist tief in Kultur und Traditionen verankert. Der Sport und die Industrie sind zunehmend dem Druck sich ändernder Verbraucherpräferenzen, technischer Weiterentwicklungen, sozio-ökonomischer Entwicklungen und dem Klimawandel ausgesetzt. Wie gut verstehen wir diese vielfältigen Einflüsse und Wechselwirkungen, um den Ski- und Schneesport in eine erfolgreiche Richtung entwickeln zu können? Wie resilient, wie widerstandsfähig und innovativ ist die Schneesportindustrie? Welche sind die zentralen Mechanismen, um die Zukunft des Wintersports aktiv mitzugestalten?

Dieser Vortrag betrachtet das komplexe System des Ski- und Wintersports und diskutiert Elemente und Mechanismen mit Hebelwirkung für die aktive Steuerung in eine nachhaltige Richtung. Dabei werden vier Kernaussagen beleuchtet:

1. Der Wintertourismus befindet sich in einer Krise - nutzen wir diese für die notwendige Transformation des Wintertourismus zu höherer Resilienz. Die Anpassung an klimatologische, demographische, wirtschaftliche, aber auch kulturelle Umweltveränderungen gepaart mit einer hohen Innovationskraft ermöglicht eine Stärkung der Widerstandsfähigkeit, der Resilienz, gegenüber solchen Veränderungen. Krisen aber sind natürlich und notwendig, um Systeme immer wieder zu erneuern und weiter zu entwickeln. Dies lehrt uns das Beispiel von Waldökosystemen. Stellen wir uns die Entwicklung von sozialen und ökologischen Systemen als eine Linie in Wellenform vor. Nach stabilen Phasen auf dem Wellenberg folgen Phasen des Zerfalls, der Krise, die in ein Wellental führen. Mit Hilfe einer Systemanpassung oder sogar -umgestaltung kommt es über eine Entwicklungs- und Wachstumsphase zu einer neuen Plateauphase. Diese wird irgendwann wiederum abgelöst durch eine neue Welle. Immer fortwährendes Wachstum ist eine Fehlerwartung. Die Metapher der „adaptive waves“ zeigt auf, dass sozial-ökologische Systeme, wie der Wintertourismus eines ist, solche Phasen durchlaufen, und wie kurzfristige Adaptionen und langfristige Transformationen deren Resilienz erhöhen können. Die aktuelle Situation des Wintertourismus in den Alpen erfordert jedoch mehr als nur eine Adaption, es braucht hier eine Transformation, in der wir durch Antizipation und bewusstes Steuern die Zukunft des Wintersports nachhaltig designen.

2. Werden wir zu Systemdenkern. Skischulen, Skilehrer, Bergbahnbetreiber, Anbieter von sportlichen Aktivitäten, Gastronomen oder Hoteliers sind zentrale Akteure im sozialen Netzwerk

touristischer Akteuren des alpinen (Winter-)Tourismus. Ihre Bedeutung und Funktion in der Beeinflussung und der Steuerung der Resilienz des Tourismus werden unterschätzt; ihre Verantwortung zu nachhaltigem Handeln bedarf stärkerer Betonung. Destinationen entwickeln sich immer stärker hin zu flexiblen, informellen und dynamischen Netzwerken vieler Leistungsträger. Wie kann der Wintersport seine Möglichkeiten und seine Verantwortung in diesen Netzwerken nutzen und bedienen? Kollaboration, Partizipation, Vernetzung sind die Stichworte. Alles ist mit Allem vernetzt, und Herausforderungen können nur systemisch gemeistert werden, da jede Veränderung in einem System einen Nebenffekt auslöst. Das Zusammenspiel sozialer, ökonomischer und ökologischer Faktoren ist komplex, aber komplexe Systeme haben Struktur. Wir müssen diese erkennen um solche komplexe Systeme über ihre Hebelpunkte steuern zu können. Als Systemdenker existiert zum Beispiel kein Neid – je besser es dem Anderen geht, desto mehr profitieren alle Akteure im Gesamtsystem. Mehr Kooperation und das Finden von Synergien innerhalb und auch ausserhalb des Tourismus mit anderen Wirtschaftssektoren im Sinne einer Kreislaufwirtschaft oder „blue economy“ sind unsere Hebelpunkte.

3. Der Wintersport Markt schrumpft mit einer sich verändernden Nachfrage. Die Wintersportindustrie muss ihre Angebote vermehrt auf hybride Gäste ausrichten und stärker diversifizieren. Art, Herkunft, Nachfrage und Verhalten von Touristen ändern sich kontinuierlich und rapide. Die Schneetouristen von heute und morgen sind hybride Gäste mit multiplen überlappenden Bedürfnissen und Aktivitäten – sie sind nicht mehr den bekannten, klaren Gästeprofilen zuzuordnen, sondern sehr flexibel. In den traditionellen Quellmärkten wird die Zahl der aktiven Schneesportler abnehmen, neue Märkte wie etwa China sind völlig anders ausgerichtet und entsprechend zu bedienen. Das aktuelle Angebot der Wintersportzentren muss hierzu angepasst und erweitert werden. Die traditionelle Rolle und technische Ausbildung von professionellen Skilehrern muss weiterentwickelt werden, hin zu multifunktionalen und flexiblen Dienstleistern mit interkulturellen und sprachlichen Kenntnissen, sowie als Umweltbotschafter. Solche Veränderungen stellen neue Anforderungen an die Aus- und Weiterbildung von Schneesportlehrern und Bergführern. Jungen Gästen muss ein einfacherer, günstiger Zugang zum Bergerlebnis im Winter ermöglicht werden – dabei muss der Fokus nicht gleich das alpine Skifahren sein, sondern Freude am Wiederkommen. Neue Zielgruppen, wie Menschen mit speziellen Anforderungen, Ältere, auch neu zu uns kommende Menschen aus anderen Kulturen, wie etwa Flüchtlinge, sind zukünftig vermehrt ein Teil des hybriden Gästereigen. Insgesamt wird der Markt im Schneetourismus schrumpfen, Preise für Bergbahntickets werden steigen, die Preisgestaltung wird sich dynamisieren und Einzelpreise z. B. von Lifttickets in variablen

Leistungspakten eingebettet werden. Auch hier sind die Hebelpunkte Kooperation, Flexibilisierung, Diversifizierung.

4. Der Klimawandel ist eine Haupttriebkraft des Wandels im Schneesport. Das Jahr 2014 ist das aktuelle wärmste Jahr seit Aufzeichnungen. Davor war der Winter 2006/07 der wärmste in den Alpen. Der langfristige Trend der Erwärmung wird auch durch kurzfristige Variabilität nicht geschwächt. In Zeiten des akuten Wassermangels in vielen Bergregionen wie etwa in Kalifornien ist die rein technische Anpassung durch Beschneigung langfristig keine Lösung; eine Vergabe von Wintersport Grossveranstaltungen an aride Gebiete wie Beijing, die nur mit aufwändiger Beschneigung funktionieren können, muss hinterfragt werden. Trotz unseres wissenschaftlichen Verständnisses des Klimawandels als Treiber, wie etwa der Auswirkungen erhöhter Kohlendioxidemissionen besonders durch Mobilität und Reisen auf wärmere Temperaturen und Schneemangel, wächst die Spanne zwischen Umweltverantwortung und persönlicher Wohlfahrtsmaximierung weiterhin. Wie sollen wir als Schneesportler diesem Widerspruch zwischen der Jagd nach den besten Schneebedingungen auf der ganzen Welt, dem Kauf neuer Ausrüstung fast jede Saison, mit der Verantwortung für die Umwelt begegnen? Es sollten vermehrt Produktlebenszyklen, Emissionsberechnungen und Ökobilanzierungen konsultiert werden, um unser Wissen und unsere Wahrnehmung zu den systemischen Auswirkungen und Grenzen der Belastbarkeit unseres Tuns zu erweitern. Hebelpunkte sind unser Mobilitäts- und Konsumverhalten, welches qualitativ, nicht quantitativ zu entwickeln ist.

Es ist keine Frage mehr, dass alle direkt und indirekt beteiligten Akteure des Schneesports eine aktivere, innovativere und flexiblere Rolle in der Anpassung und wo möglich Verminderung dieser Umwelt- und Marktveränderungen einnehmen müssen. Dieser Vortrag illustriert die möglichen Hebelwirkungen, die entstehen, wenn die Schneesport Community sich der Verantwortung stellt und ihre Gestaltungsmöglichkeiten nutzt, anhand internationaler Vergleichszahlen und konkreter Umsetzungsbeispiele. Ein an sozial-ökologischen Kriterien orientiertes Design von Produkten, Services, Infrastruktur und Prozessen ist die Voraussetzung für eine Transformation des Systems Wintersport/-tourismus hin zu höherer Resilienz. Wir müssen mehr tun, nicht weniger – mehr Energie, mehr Ideen, mehr Mut, mehr Kooperation, mehr Leadership sind gefragt. Der alpine Wintersport bietet dazu vielfältige und motivierende Beispiele und Möglichkeiten, damit Schnee nicht von gestern ist.