

ÖSTERREICH

DIE ALPEN ALS DESTINATION – EINE ANALYSE IN VIER DIMENSIONEN¹⁾

Hubert JOB, München*

mit 6 Abb. und 1 Tab. im Text

INHALT

| | |
|--|-----|
| <i>Abstract</i> | 113 |
| <i>Zusammenfassung</i> | 114 |
| 1 Einleitung | 114 |
| 2 Forschungsstand..... | 115 |
| 3 Analyserahmen: Das „Reisestile“-Modell..... | 116 |
| 4 Empirischer Tatbestand – Historische und räumliche Verortung | 119 |
| 5 Diskussion des „Reisestile“-Modells in seiner Applikation auf die Alpen..... | 135 |
| 6 Literaturverzeichnis | 137 |

Abstract

The Alps as tourist destination – A fourdimensional analysis

Over the course of time, alpine tourism underwent a series of notable changes. Not only the motives for travelling changed but also the social structure, means of transportation, spatial and economic impacts of alpine tourism have changed considerably throughout the past three centuries. The tourism-mode model describes the complicated spatial behaviour patterns of tourists during this period in a generalised fashion and distinguishes different stages of alpine tourism development, on the one hand by analysing historical sources and on the other hand with the help of empirical data referring to the Tyrol as a study area. The model also helps to explain actual

¹⁾ Herrn Kollegen em.o.Univ.-Prof. Dr. rer. nat. Dr. h.c. Karl RUPPERT mit einem aufrichtigen Vergelt's Gott für seine richtungsweisenden Beiträge zur Angewandten Geographie und den allerherzlichsten Glückwünschen gewidmet zum 80. Geburtstagsjubiläum.

* ao.Univ.-Prof. Dr. Hubert JOB, Institut für Wirtschaftsgeographie, Ludwig-Maximilians-Universität München, Ludwigstraße 28, D-80539 München; e-mail: job@bwl.uni-muenchen.de, <http://www.wigeo.bwl.uni-muenchen.de>

tendencies in alpine tourism, such as the practically ubiquitous use of snowmaking systems or the increase in event-orientation. Finally the "vertical relocation" of skiing areas to higher altitude regions is discussed.

Zusammenfassung

Im Laufe der vergangenen Jahrhunderte hat der Alpentourismus eine Reihe tief greifender Veränderungen erfahren. Stark gewandelt haben sich Motivation, soziale Struktur, Verkehrsmittelwahl, Raumwirksamkeit und ökonomische Effekte des Tourismus in den Alpen. Das Modell der „Reisestile“ stellt das komplexe Raumverhalten im Tourismus der vergangenen 250 Jahre generalisierend dar und unterscheidet verschiedene Abschnitte der Tourismusedwicklung in den Alpen; zum einen durch die Analyse historischer Quellen und zum anderen mit Hilfe empirischer Daten, die sich auf die Beispiel-Region Tirol beziehen. Anhand des Modells lassen sich zudem aktuelle Entwicklungstendenzen im Alpentourismus erklären, wie zum Beispiel der Trend zur Komplettbeschneigung von Skipisten und zur Eventisierung. Als weitere räumliche Dimension des Alpentourismus wird darüber hinaus auch die Vertikale betrachtet und die Verlagerung des Skitourismus in größere Höhen untersucht.

1 Einleitung

Der Alpenraum verkörpert eine der weltweit bedeutendsten Tourismusdestinationen. Für viele Teile der Alpen ist Tourismus die Leitökonomie, die den Beitrag zum regionalen BIP klar dominiert; im Bündner Mittelland beispielsweise liegt der Wert bei 71% (RÜTTER et al. 1995, S. 215). Die Alpen stellen mit Abstand das größte Wintersportgebiet der Erde dar. Der Wintertourismus, insbesondere der alpine Skisport, spielt wegen seiner hohen Wertschöpfung und immensen Raumwirksamkeit eine heraus gehobene Rolle (vgl. ELSASSER et al. 2000, S. 34ff.). Unzählige Skipisten, aber auch Tausende Kilometer Wanderwege und über 1.800 Schutzhütten (DAHLMANN 1983, S. 104ff.) sind Anziehungspunkt für Urlaubsreisende – Schätzungen bewegen sich in der Größenordnung von jährlich ca. 350 Mio. Übernachtungen – sowie mehr als 60 Mio. Tagesgäste pro Jahr (vgl. BÄTZING & PERLIK 1995, S. 62f.).

Etwa zweieinhalb Jahrhunderte dauert die Geschichte des Tourismus im Alpenraum bis dato an. Nichtsdestotrotz kann nicht von einem flächendeckenden Phänomen Alpentourismus gesprochen werden. Die historische Entwicklung des Alpentourismus strukturell, sowohl von der Angebotsseite als auch insbesondere der Nachfrageseite, zu dokumentieren ist das Anliegen dieses Artikels. Dabei geht es in erster Linie um die Aufdeckung der raumzeitlichen Bezüge, einerseits in der Horizontalen, andererseits in der Vertikalen. So soll versucht werden, ein bestehendes Erkenntnisdefizit in der tourismusgeographischen Alpenliteratur zu beheben, das sich mit einem Blick auf den aktuellen Forschungsstand konkretisieren lässt.

2 Forschungsstand

Trotz der immensen raumwirtschaftlichen Bedeutung des alpinen Tourismus besteht ein gewisser Mangel an einer umfassenden Gesamtdarstellung des touristischen Geschehens in den Alpen. So existiert überraschender Weise keine wirkliche Monographie, die sich mit diesem Thema auseinandersetzt. Die beiden von LUGER & INMANN (1995) und LUGER & REST (2002) herausgegebenen Sammelbände bringen eine Fülle erhellender Detailstudien und interessanter, spezialthematisch aufgehängter Aufsätze, verzichten aber größtenteils auf eine übergreifende Einordnung in den Gesamtkontext des Alpentourismus. Gleiches gilt für den 2004 erschienenen, mehrsprachigen Sammelband der Internationalen Gesellschaft für historische Alpenforschung (BOYER 2004, HEISS 2004).

Frühere Behandlungen der Thematik weisen – neben den aus heutiger Sicht gegebenen Aktualitätsproblemen – ähnliche Defizite auf. HANNSS (1977) gliedert den Alpentourismus in vier so genannte „Fremdenverkehrslandschaften“, die sich aus der jeweilig dominierenden Saison ergeben. Problematisch dabei ist, dass sich durch die beinahe ständigen Verschiebungen der Übernachtungsanteile nur Momentaufnahmen der Situation zu gewissen Zeitpunkten feststellen lassen, jedoch nicht ein die touristische Genese erklärendes Modell vorgelegt wird.

BIRKENHAUER (1980) hingegen bietet in seiner Monographie über die Alpen als Gesamtraum eine beinahe schon verwirrende Vielfalt an Typologisierungsansätzen, angefangen von der Lage und Anordnung der Fremdenverkehrssiedlungen im Relief (z.B. montane Spalier usw.), über die Auslastung, den jahreszeitlichen Saisonverlauf und die Höhenlage (ähnlich der Einteilung von HANNSS), die Andauer und Soziologie (Aristokratie-Bürgertum-Massentourismus) aus der sich dann so genannte „Provinzen des Fremdenverkehrs“ ergeben. Letztere sind hauptsächlich national geprägt (z.B. englisch-schweizerische Provinz, deutsche Provinz, italienisch-französische Provinz) wird postuliert. Als Zusammenfassung bietet BIRKENHAUER eine Typologie des raumzeitlichen Gefüges der alpinen Fremdenverkehrsgebiete, die sowohl geomorphologische Grundlagen, touristische Erschließungsperioden, Bedeutung des Fremdenverkehrs und unterschiedliche klimatische Regimes vereint. Bedauerlicherweise folgen dieser komplexen Matrix keine weiter gefassten Erläuterungen.

Insgesamt sind alle diese oben genannten Ansätze stärker geodeterministisch und wenig wirtschaftswissenschaftlich oder gar sozialgeographisch geprägt.

Die momentan brauchbarste Überblicksdarstellung des alpinen Tourismus findet sich bei BÄTZING (2003). Ihm gelingt es sowohl die Genese, als auch die regional differenzierten touristischen Entwicklungspfade und Märkte darzustellen. Neben einer quantitativen Synopse werden auch fundierte Aussagen über aktuelle sozioökonomische und ökologische Problembereiche getroffen. Wenn auch BÄTZINGs Einteilung der historischen Entwicklung des Alpentourismus in sechs Phasen über weite Strecken auf Zustimmung stoßen kann, so mangelt ihr es doch an einer methodisch fundierten Begründung und der für das Hochgebirge wesentlichen vertikalen Dimension. Letzteres zeigt sich vor allem bei der jüngsten, von ihm ab 1999 datierten „Phase der Neuerschließungen“, die empirischen Befunden nicht vollständig stand hält (vgl.

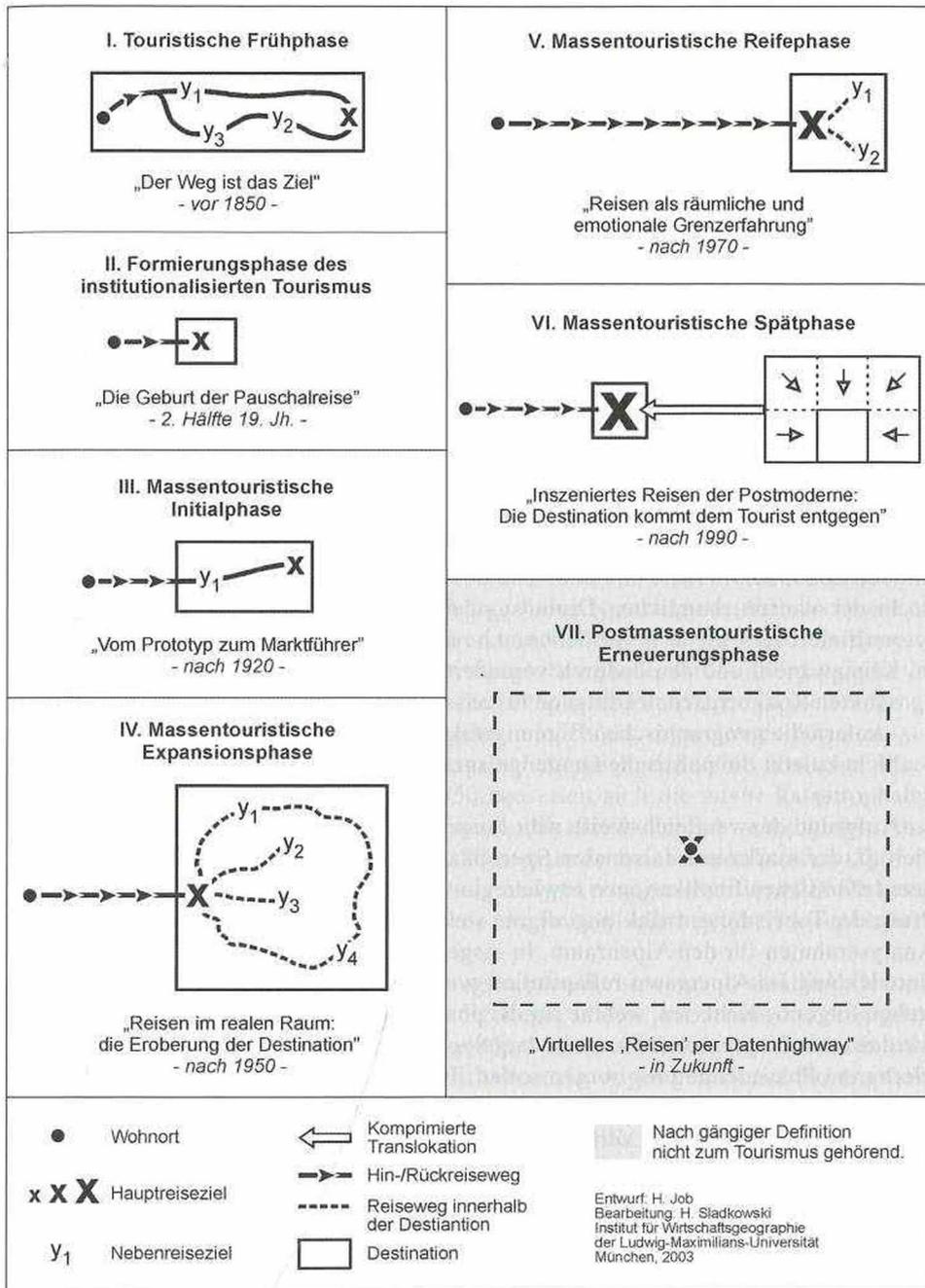
Kap. 4.7). Seine Ausführungen erscheinen zudem nicht komplett wertfrei gehalten, was deutliche Vorbehalte des Autors gegenüber gewissen Spielarten des Alpentourismus ans Tageslicht bringt, die dem Versuch einer – soweit als möglich – objektiven Übersicht eher im Wege stehen.

Zusammengefasst lässt sich demnach das Erkenntnisdefizit der touristischen Alpenforschung, das durch Anwendung des Reisestile-Modells zu beheben versucht werden soll, auf folgende Punkte fokussieren:

- Die Phaseneinteilung der Tourismusentwicklung bedarf objektivierbarer Begründungen quantitativer wie qualitativer Art.
- Die Gesamtentwicklung muss aus dem breiten Blickwinkel der Tourismuswirtschaft her analysiert werden, d.h. in einer Synthese geographischer, ökonomischer, ökologischer, soziologischer und regionalpolitischer Sachverhalte, die den Tourismus als Querschnittsdisziplin auszeichnen.
- Um den Überblick zu gewinnen und den Alpentourismus mit dem touristischen Geschehen außerhalb des Hochgebirges vergleichen zu können, kann auf Abstraktion und Generalisierungen nicht verzichtet werden. Nicht jeder regionalen Besonderheit kann deshalb hier Rechnung getragen werden. Dies sollte eher detaillierten landeskundlichen Studien vorbehalten sein.

3 Analyserahmen: Das „Reisestile“-Modell

Anhand des Reisestile-Modells (JOB 2003) soll die historische Entwicklung des Alpentourismus analysiert werden. Dabei geht es in erster Linie um die Aufdeckung der sich im Zeitverlauf verändernden strukturellen Gegebenheiten des Tourismus; einerseits in der Horizontalen, andererseits in der Vertikalen. Die vier betrachteten Dimensionen sind demnach die Zeit, die geographische Breite und Länge sowie die Höhenstufen des alpinen Gebirgsstocks. Die „Reisestile“ sind als raumzeitliches Modell angelegt und versuchen eine touristische Raumverhaltenstypologie. Sie verstehen sich als Komplementär zu BUTLERS (1980) Theorie des Destinationslebenszyklus, welche hauptsächlich die Angebotsseite thematisiert, und behandeln schwerpunktmäßig die Nachfrageseite des Tourismus. Sie liefern einen Beitrag zu den touristischen Raumstrukturtheorien, der BUTLERS Fokus auf die Destination, Quantität und Institutionalisierung im Tourismus durch qualitative, raumdistanzielle, seasonspezifische und regionalpolitische Komponenten zu ergänzen versucht (vgl. JOB 2003, S. 355ff.). Die Reisestile erfassen die Komplexität des tatsächlichen Reisegeschehens und abstrahieren sie in aufeinander folgenden Phasen, um Reichweiten und Raumkonfigurationen im Tourismus aufzuzeigen und zu erklären. Dabei stellen die ausdifferenzierten Phasen keine chronologisch abgelaufene Sukzessionsreihe dar. Vielmehr stehen die Reisestile für die zunehmende Differenzierung des Tourismus im Verlauf der Geschichte des Reisens. Im heutigen alpinen Kontext mitunter überholt erscheinende Strukturen, beispielsweise museumsreife Kleinsteckgebiete mit ausschließlich Einersessel- und



Quelle: Job 2003, S. 364

Abb. 1: Reisestilspezifische Reichweiten und Raumkonfigurationen im Tourismus

Schleppliften, können somit als persistente Elemente eines in früheren Zeiten dominierenden Reisestils angesehen werden. Mit Hilfe der Reisestile gelingt es weitgehend, die Genese der Alpen als touristische Destination in den Kontext eines allgemeinen tourismusgeographischen Modells zu stellen und damit ein Stück weit strukturierbarer und objektiver zu machen.

Abbildung 1 veranschaulicht in einer Synopse die im Modell formulierten maßgeblichsten Veränderungen des Reisegeschehens im Zeitverlauf. Phasenweise werden touristische Reichweiten und Raumkonfigurationen als Konsequenz sich ändernder Angebots- und Nachfragestrukturen im Tourismus schematisch einander gegenüber gestellt. Dabei wird einerseits auf die Raumüberwindung zur und innerhalb der Destination abgehoben sowie andererseits sich auf deren Größe, Komplexität und Lage im Raum bezogen. Drei wesentliche Trends sind offensichtlich:

1. Innerhalb der touristischen Genealogie tritt der reale Raum nach und nach zurück, degradiert zur Kulisse. Die Destination wird damit zusehends ‚footlose‘ (ein schönes alpines Beispiel hierfür ist VON DÄNIKENS „Mystery Park“ bei Interlaken).
2. Es findet sowohl eine räumliche Konzentration auf das Hauptreiseziel als auch eine zeitliche Kompression statt. Das heißt, eine Frequenzzunahme (mehrere kürzere Reisen pro Jahr anstatt der traditionellen Haupturlaubsreise) lässt sich konstatieren (JOB 2003, S. 371f.).
3. In der vierten räumlichen Dimension, der Vertikalen, zeigt sich ein empirisch verifizierbarer Trend in die Höhe, d.h. der Massentourismus verlagert sich dem Klimawandel und den dadurch veränderten Witterungsabläufen, sowie dem verstärkten Konkurrenzdruck folgend in die schneesichereren Hochlagen des Gebirges²⁾ – sofern die geographischen Eignungsfaktoren, Finanzkraft der Unternehmen und nicht zuletzt die politische Gemengelage es zulassen.

Aufgrund der vergleichsweise sehr langen touristischen Tradition, der Angebotsvielfalt, der markanten saisonalen Spezifika, der durch natürliche Faktoren begründeten räumlichen Implikationen sowie regionalpolitisch induzierter, unterschiedlicher Pfade der Tourismusentwicklung, eignet sich dieses Modell in besonderem Maße als Analyserahmen für den Alpenraum. In insgesamt sechs Phasen kann die touristische Entwicklung im Alpenraum rekapituliert werden.³⁾ Im Vordergrund der Betrachtung stehen folgende Kriterien, welche für die phasenweise Differenzierung herangezogen werden und entsprechend den oben dargelegten Erkenntnisdefiziten für eine objektiverere Phaseneinteilung sorgen sollen:

- Quantitative und qualitative Beteiligung der Bevölkerung am Reisegeschehen,
- Reisedauer und benutzte Verkehrsträger,
- topographische- und Höhenlage der besuchten Attraktionspunkte,
- Größe und Struktur der bevorzugten Destinationen,⁴⁾
- saisonale Ausprägungen sowie
- Grad der Institutionalisierung.

²⁾ Außerhalb des Hochgebirges findet die vierte Dimension als extremer Drang zu Peripherie, z.B. in Form des aufkeimenden Weltraumtourismus statt.

³⁾ Eine weitere, siebente Phase beginnt sich gerade zu konstituieren (vgl. Kap. 5).

⁴⁾ Unter „Destination“ wird im Folgenden das vom Touristen subjektiv wahrgenommene Reiseziel verstanden.

4 Empirischer Tatbestand – Historische und räumliche Verortung

4.1 Touristische Frühphase (Mitte 18. Jh. - Mitte 19. Jh.)

Die Grundvoraussetzung des sich ab etwa 1750 langsam entwickelnden Alpentourismus war ein Paradigmenwechsel in der Naturwahrnehmung der Eliten jener Zeit. Die zuvor gefürchtete Gebirgswelt wandelt sich von den hässlichen zu den schönen Bergen, die Kontrapunktik des zugleich Erschreckenden und Erhabenen übertrugen englische Reisende auf die Schweiz (HAAS 1994, S. 30). Genuss und Belehrung motivieren die dem Ideal der Aufklärung entsprechende Annäherung an die hohen Berge. Im nächsten Schritt hat die Romantik das Gefühl zum Hauptanliegen des Bergerlebnisses aufgewertet. Im Mittelpunkt steht das individuelle Erleben landschaftsästhetischer Gegebenheiten. Verlaufen also die Reisen des 18. Jh. unter den Aspekten forschenden Interesses, werden diese seit dem Beginn des 19. Jh. zunehmend von ästhetischem Neugierverhalten überlagert und verdrängt. Neben der Entdeckertour der Alpenpioniere beginnt sich die scheinbar zweckfreie Erholungsreise zu etablieren, zu deren wichtigsten Anliegen der genießende Blick gehört (WAGNER 1983, S. 236).

Getragen wird das Reisen zwischen 1750 und 1850 von einer kleinen, aber vermögenden Schicht aristokratischer und großbürgerlicher Naturfreunde, Kunstschwärmer, Dichter, Schriftsteller, Künstler, Professoren und Studenten, für die eine Schweizreise in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts zur großen Mode wird – allerdings nur im Sommerhalbjahr. Typisch für die touristische Frühphase in den Alpen ist die sehr lange Reisedauer von mehreren Wochen, Monaten, manchmal sogar Jahren (GROSZKLAUS 1983, S. 178). Die wichtigsten Verkehrsmittel dieser Epoche sind Kutsche, Pferd oder Maultier.⁵⁾ Zwischen 1750 und 1850 besserten sich die zuvor katastrophalen Verkehrsverhältnisse durch den Bau zahlreicher Straßen in der Schweiz und dem Ausbau der Saumpfade über die wichtigsten Alpenpässe zu befahrbaren Straßen (DREYER 1914, S. 125). Allgemein ist mit Ausnahme einiger weniger traditioneller Badeorte die Infrastruktur in den Alpen bescheiden, das Reisen selbst gefährlich, unbequem und abenteuerlich.

Die Destination erstreckt sich auf den gesamten Reiseweg und sämtliche Haupt- und Nebenreiseziele, zumal Rundreisen die Regel bilden, auf denen die gängigsten Sehenswürdigkeiten der Schweiz und des Mont Blanc-Gebietes um Chamonix „abgeklappert“ werden. Das Heroische und Erhabene der Alpen gesellt sich kontrapunktisch zum Idyllischen der alpinen Kulturlandschaft (FAESSLER 1991, S. 243ff.). Die bevorzugten Zielregionen sind die Umgebung des Genfer Sees, das Berner Oberland sowie die Urschweiz (SCHÄRLI 1984, S. 7). Anfangs begnügt sich dieser „Blicktourismus“ mit der sicheren Talposition. Die Reisenden gelangen zwar ins Gebirgsland, doch sie beobachten die Alpen lediglich wie Bilder, die sich durch Addition zu Panoramen verdichten, da trotz des aufblühenden Alpinismus die Berggebiete wegen der beschwerlichen Anreise kaum touristisch erschlossen sind (HAAS 1994, S. 53). Diese visuellen Entdeckungen der Avantgarde werden seit dem Beginn des 19. Jh. zuneh-

⁵⁾ Ab den 1820er-Jahren kommt das Dampfschiff auf schweizerischen Seen hinzu.

mend kollektiviert, die Aussichts Perspektiven verfestigen sich und nach und nach entsteht eine reguläre touristische Infrastruktur (vgl. GROSZKLAUS 1983, S. 185ff.). Eine bedeutende Rolle für die Entwicklung des Tourismus spielen die Reiseführer.⁶⁾ Großen Einfluss übt vor allem der 1844 erstmals erscheinende Reiseführer von KARL BAEDECKER aus (SCHÄRLI 1984, S. 7). Von einer Institutionalisierung des Reisens kann jedoch noch nicht gesprochen werden.

Obwohl bereits 1786 die Erstbesteigung des Mont Blanc gelingt, schreitet die Eroberung der großen Gipfel nur allmählich voran (BOYER 2004, S. 23). Bereits Gipfel- und Passhöhen zwischen 1.500 und 2.000 Metern gelten als herausragende Leistungen und kaum jemand ist ohne einheimischen Führer im Gebirge unterwegs (DREYER 1914, S. 136).

4.2 Formierungsphase des institutionalisierten Tourismus (Mitte 19. Jh. - I. WK)

Die Formierungsphase des institutionalisierten Alpentourismus beginnt ab etwa 1850 und reicht bis zum Ausbruch des Ersten Weltkrieges 1914. Die quantitative Dimension des Alpentourismus bleibt gering, allerdings wird in einigen schweizerischen Orten durch die vermögende Klientel und die langen Aufenthaltsdauern bereits eine Tourismusintensität erreicht, die erst nach 1955 wieder übertroffen wird. Um 1870 stammen die Gäste vorwiegend aus dem europäischen Adel und Großbürgertum, bis 1914 erweitert sich jedoch das soziale Spektrum deutlich bis in den gehobenen Mittelstand.

Die Eisenbahn ermöglicht nicht nur die bequeme, schnelle und kostengünstige Reise in tiefer gelegene Täler, sie verkürzt auch die Zugänge in die noch unerschlossenen Hochlagen entscheidend. Außerdem führt sie zu einem neuen dynamischen Landschaftserlebnis. Bis zur Jahrhundertwende werden leicht zugängliche Orte bis etwa 1.000 Meter erschlossen, später sind dank des technischen Fortschritts keine Grenzen bezüglich der Höhenlage mehr gesetzt (SCHÄRLI 1984, S. 55). Ab etwa 1890 werden auch die eigentlichen Gebirgsräume durch Nebenbahnen erreicht, während schon ab 1871 erste rein touristische Ausflugsbahnen berühmte Aussichtsberge tangieren; mit der Jungfraubahn (1912) werden Gletscherregionen bis 3.450 m angeschlossen (HAIMAYER 1984, S. 418).

Die zurückgelegte Reisedistanz ist im Mittel geringer als in den vorherigen und den nachfolgenden Phasen, groß angelegte Rundreisen sind kaum mehr an der Tagesordnung. Die im Vergleich zur Frühphase aufgrund der verbesserten Verkehrserschließung insgesamt deutlich kürzere Aufenthaltsdauer variiert schichtspezifisch stark. Neben die Urlaubsreisen tritt durch das neue Massenverkehrsmittel der Eisenbahn erstmals auch der Ausflugsverkehr.

Die Destination Alpen verkleinert sich für den einzelnen Reisenden, der sich nun zum Teil den ganzen Sommer in Palasthotels oder Villen der großen Sommerfrischen aufhält bzw. als ambitionierter Alpinist einige wenige Image-trächtige Gipfel „belagert“. Alpenweit entstehen etwa 100 größere Tourismusorte, davon 80% in der Schweiz.

⁶⁾ Spätestens seit den 1770er-Jahren sind Reisebeschreibungen und Alpen-Ansichten in ganz Europa erhältlich. Um 1815 gibt es allein 100 verschiedene Beschreibungen des Berner Oberlandes.

Daneben verzeichnen zahlreiche Gemeinden und Täler – gefördert durch die Alpenvereine, die in dieser Zeit zahlreiche Hütten und Wege errichten – erste touristische Ansätze. Die Sommerfrischler entfliehen den heißen Sommern der Städte in beschauliche, aber immer mehr urbanisierte Kurorte – das Landleben des Adels imitierend – und suchen dort neben kultivierter Geselligkeit vor allem Ruhe und Erholung. Diesen Luxus leistet sich seit den 1860er-Jahren die in der Gründerzeit reich gewordene Wiener „Zweite Gesellschaft“. Im selben Maße, wie der „Belle Époque“-Tourismus sich der oberen Mittelschicht öffnet, bleibt dieser touristische Lebensstil auf Dauer nicht den Großbürgern vorbehalten. Seit den 1870er-Jahren bringt die Eisenbahn die Gäste tiefer ins Gebirge, wo die meisten Orte sowohl Sommerfrischler, als auch Gebirgstouristen und immer zahlreicher werdenden „Passanten“ auf ihren Besichtigungs- und Erlebnistouren versorgen (vgl. HAAS 1994, S. 67ff.).

Die große Zeit des Belle Époque-Tourismus liegt zwischen 1880 und 1914. Reisezweck und Dauer von Aristokraten und gehobenem Mittelstand der Sommerfrischler sind grundverschieden. Während sich der Adel über Monate in großen Kurorten mit gesellschaftlichem Leben aufhält, suchen die Bürgerlichen Erholung (SCHÄRLI 1984, S. 27). Die Bewegung *per pedes* verlagert sich in die eigentlichen Gebirgsregionen, wo ab 1850 die englischen Gentlemen das „goldene Zeitalter“ des Alpinismus einläuten und bis 1865 alle großen Gipfel des von Leslie STEPHEN (1871) sog. „Playground of Europe“ erobern. Als die Hochalpen dank besserer Verkehrsanbindung und die einsetzenden Erschließungsmaßnahmen der alpinen Vereine immer mehr frequentiert werden, weichen die alpinen Pioniere in den Schwierigkeitsalpinismus aus (HAAS 1994, S. 52ff.).

Die alpinen Vereine leisten einen bedeutenden Beitrag zur Institutionalisierung des Alpentourismus und zur Erschließung des Hochgebirges durch Wanderwege und Schutzhütten. Den Anfang macht der britische „Alpine Club“ 1857. Bis 1874 entstehen alle großen nationalen Alpenvereine, deren Mitglieder in erster Linie dem Adel und dem gehobenen Bildungsbürgertum angehören (vgl. u.a. DAHLMANN 1983, S. 38ff.). Entscheidend für die spätere massentouristische Entfaltung war das Aufkommen von pauschal buchbaren Gruppenreisen, wie sie Thomas COOK seit 1863 in die Schweiz und ins Mont Blanc-Gebiet zu den bekanntesten Sehenswürdigkeiten durchführt. Interessanterweise hat diese Innovation Abwehrreaktionen und schichtspezifische Standortverlagerungen im touristischen Geschehen zur Konsequenz. Wie oben beschrieben, fliehen die Elitetouristen vor den andrängenden Massen des organisierten Tourismus „in Täler, die das Knie noch nicht vor Baal in der Gestalt Mr. COOKs und seiner Touristen gebeugt haben“ (so zit. nach WAGNER 1983, S. 258f.).

4.3 Massentouristische Initialphase (Ende I. WK - Mitte 20. Jh.)

Der Beginn der Massentouristischen Initialphase in den Alpen lässt sich auf das Ende des Ersten Weltkrieges taxieren, als alle Bedingungsfaktoren für einen beginnenden Massentourismus gegeben sind (JOB 2003, S. 363f.). Sie umfasst die politisch und wirtschaftlich turbulente Zwischenkriegszeit und die Katastrophe des Zweiten Weltkrieges. Während der kurzen Aufschwungphasen öffnet sich der Alpentourismus

erstmalig breiteren Schichten, die sich nun sommerliche Urlaubsreisen ins Gebirge leisten können, während der ab den 1920er-Jahren stark expandierende Winter- und Skitourismus nach wie vor den einkommensstärkeren Bevölkerungsschichten vorbehalten bleibt.

Bis nach dem Zweiten Weltkrieg stellt die Eisenbahn das wichtigste touristische Verkehrsmittel dar. Der 1914 abrupt abgebrochene Bergbahnboom findet durch den Bau einer Reihe von Luftseilbahnen ab Mitte der 1920er-Jahre seine Fortsetzung. Neu ist in dieser Phase, dass einige Bahnen explizit als mechanische Aufstiegshilfen für den aufstrebenden Skitourismus konzipiert werden, z.B. die Hahnenkammseilbahn (1928) in Kitzbühel. Ab Mitte der 1930er-Jahre entstehen die ersten Schlepplifte (KÖNIG 2000, S. 213f.). Die Destination Alpen gewinnt im Vergleich zur Formierungsphase des institutionalisierten Tourismus etwas an Größe, ebenso wie die Reisewege länger werden. Abnehmend hingegen ist die durchschnittliche Reisedauer.

Der Erste Weltkrieg und die anschließende Inflationszeit führen zum alpenweiten Zusammenbruch des „Belle Époque“-Tourismus, worunter besonders der Schweizer Alpentourismus leidet. Der Aufschwung der 1920er-Jahre bringt das „Silberne Zeitalter“ der Sommerfrische – mittleres und unteres Bürgertum mieten sich ein (HAAS 1994, S. 74). War der ab etwa 1890 auftretende Wintertourismus bis 1914 marginal und eine exklusive Domäne der Engländer, so tritt ab Ende der 1920er-Jahre erstmals eine größere Nachfrage auf, parallel zur Institutionalisierung, Verbesserung und Verbreitung des alpinen Skilaufs. Das Skifahren ist bei weitem noch kein Massensport, die traditionelle und bei Städtern beliebte Sommerfrische rangiert eindeutig vor dem teuren Winterurlaub. Der rasche Aufschwung des Alpentourismus in den 1920er-Jahren nach Aufhebung der Visazwänge erreicht 1930 einen Höhepunkt. Danach wirkte sich die Weltwirtschaftskrise negativ aus.

Der österreichische Fremdenverkehr litt in den 1930er-Jahren vor allem durch die ab 1933 aus politischen Erwägungen geltende „Tausend Mark-Sperre“ und auch deren Aufhebung, der kurzzeitige „Kraft durch Freude“-Boom nach dem „Anschluss“ ans Reich 1938, und der „Scheinfremdenverkehr“ des Zweiten Weltkrieges konnten die Krise des österreichischen Fremdenverkehrs bis Ende der 1940er-Jahre nicht beheben. In der Schweiz setzt sich nach Ausbruch des Weltkrieges der Bau winterlicher Aufstiegshilfen fort, da der Aufschwung des alpinen Skilaufs vor allem von Binnentouristen getragen wird (KÖNIG 2000, S. 213f.). Die Einbußen im Schweizer Tourismus durch und nach dem Zweiten Weltkrieg sind demnach nicht so gravierend wie nach 1918.

Im Italien der 1930er-Jahre gründet der „Fiat“-Chef AGNELLI, um die Entwicklung des Alpinskilaufs zu fördern, den Prototyp aller Retortenstationen durch die Erschließung der siedlungslosen Passhöhe Sestrières, die optimale Schneebedingungen und ideale Hangformen aufweist (BARTALETTI 1998, S. 202). In Frankreich findet diese Idee Nachahmer, so wird 1935 die Station Alpe d'Huez ex-nihilo implantiert (KNAFOU 1978, S. 19).

Der Alpinismus erlebt nach 1918 seine quantitative Expansion als die Bahn tausende Bergsteiger in die Alpen bringt, angezogen von niedrigen Hüttengebühren und Eisenbahntarifen (DAHLMANN 1983, S. 63). In den 1920er- und 1930er-Jahren erreicht zudem der heroisch-nationalistische Schwierigkeitsalpinismus seinen Höhepunkt (vgl. AMSTÄDTER 1996, S. 413ff.).

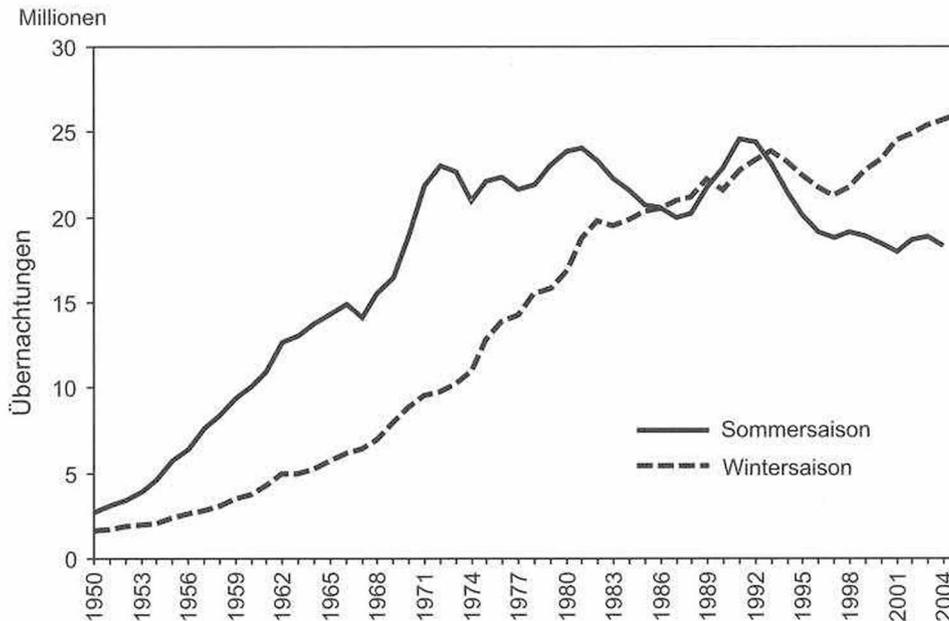
Die Institutionalisierung des Alpentourismus schreitet durch die Entstehung professioneller Fremdenverkehrsorganisationen und Reisebüros voran. Eine besondere Bedeutung kommt der NS-Gemeinschaft „Kraft durch Freude“ und ihrem italienischen Vorbild „Opera Nazionale Dopolavoro“ durch die Konfektionierung und Subventionierung von Reisen zu. Alpenreisen werden erstmals für große Massen erschwinglich gemacht (Job 2003, S. 365). Etliche Gemeinden erleben mit diesem – quasi Sozialtourismus – erstmals überhaupt Fremdenverkehr.

4.4 Massentouristische Expansionsphase (Mitte 20. Jh. - Anfang 1970er bzw. 1980er)

Die massentouristische Expansionsphase beginnt in den Alpen ab 1950, wobei besonders das erste Jahrzehnt nach dem Zweiten Weltkrieg stark von externen Einflüssen geprägt ist und der Fremdenverkehr in den bayerischen Alpen und Österreich nur sehr langsam wieder anläuft. Die „Wirtschaftswunderjahre“ nach dem Zweiten Weltkrieg bescherten Europa eine markante Steigerung von Lebensstandard und Einkommen. Die zunehmende Zahl der Urlaubstage und Verkürzung der Wochenarbeitszeit ermöglichen allen Schichten die Partizipation am Reisegeschehen (BACHLEITNER & PENZ 2000, S. 10ff.). Folglich kommt es während des Wirtschaftswunders zu einem enormen Anstieg der Reiseintensität. Ohne ein gewisses Maß an Wohlstand ist allerdings ein im Vergleich zur Sommersaison etwa doppelt so teurer Winterurlaub für breitere Gästesichten nicht erschwinglich. Die parallel einsetzende Individualmotorisierung erleichtert, verbilligt und beschleunigt das selbstständige Reisen in die Alpen. Als Hauptverkehrsmittel lösen der Pkw und der Autobus bis Mitte der 1960er-Jahre die Bahn ab.

Nachfolgend wird die quantitative Entwicklung des Alpentourismus am Beispiel von Tirol exemplifiziert (vgl. Abb. 2). Da sich aus der Betrachtung der Tourismusnachfrage eine gleichförmige Entwicklung ergibt, ist die Übertragbarkeit auf andere Alpenregionen wie Westösterreich, Oberbayern, die Schweiz und Südtirol gegeben; nicht jedoch auf die weniger dezentral ablaufende, viel stärker außengesteuerte Fremdenverkehrsentwicklung in Italien oder Frankreich (vgl. BACHLEITNER & WEICHBOLD 2002, S. 219).

Zuerst tritt der alpine *Sommertourismus* ab etwa 1955 in das massentouristische Stadium und wächst bis 1964 stärker als der ebenfalls aufstrebende Wintertourismus, der zeitversetzt ab etwa 1965 dieses Stadium erreicht und in Folge gegenüber dem ab etwa 1973 stagnierenden Sommertourismus stetig aufholen kann. Die Expansionsphase endet Mitte der 1980er-Jahre als erstmals auch der Wintertourismus stagniert, während der Sommertourismus schon bedeutend früher in die nächste Reisetile-Phase eintritt. Nicht nur die Zahl der Reisenden expandiert gewaltig, auch die Destinationen werden größer, die individuelle Mobilität vor Ort ermöglicht es, vom Hauptreiseziel aus den automobilen Urlaub per Rundfahrten durch ein populäres Zielgebiet oder mittels mehrerer einzelner Tagesausflüge zu touristischen Attraktionen zu bestreiten (Job 2003, S. 366). Auch die Institutionalisierung der Alpenreisen schreitet weiter voran, durch günstige Pauschalangebote versuchen die Anbieter ihre saisonalen Lücken zu schließen. Neben den etablierten Reiseführern erscheint nun vermehrt Ski-Literatur.



Quelle: LANDESSTATISTIK TIROL 2004a&b, STATISTIK AUSTRIA 2005

Abb. 2: Entwicklung der Übernachtungszahlen in Tirol (1949-2005)

Von 1949 bis 1972 steigen die Übernachtungszahlen der Sommersaison fast kontinuierlich an, in Tirol beispielsweise um über Elffache. Der Anteil der Sommersaison an den Übernachtungen klettert von 75% (1949) auf 79% (1957) und fällt bis 1972 auf 72% ab. Um die Sommersaison stabil zu halten und auszubauen, ist eine ständige Erweiterung des Freizeitangebots nötig (LÄSSER 1989, S. 259f.). Die dominanten Urlaubsstile der österreichischen Sommersaison sind „Wanderurlaub“ und „Badeurlaub“ mit etwa 62% bzw. 24% der Übernachtungen (STEINBACH 1984, S. 24). Alpenweit bleibt festzuhalten, dass sich der auf die Leitinfrastrukturen Privatzimmer, Pensionen, kleine Hotels und Wanderwege sowie Seilbahnen auf Aussichtsgipfel stützende Sommertourismus aufgrund relativ niedriger Investitionen und großer Nachfrage flächenhaft immens ausbreiten konnte. Der Sommertourismus ist in dieser Phase noch weitgehend traditionell geprägt, indem er der frühen Programmatik der ästhetischen Bewunderung der Alpen folgt.

Der *Wintertourismus* erlebt ab 1949 ein beispielloses Wachstum. Ab 1965 wächst er in Tirol schneller als der Sommertourismus und legt bis 1982/1983 um über 3.000% zu, in Gesamtösterreich um immerhin das Zehnfache. Der Anteil der Wintersaison liegt 1949 bei nur 25%, sinkt bis 1957 auf 21% und steigt bis zum Ende der Wachstumsphase des Sommertourismus 1972 auf 29%. In der folgenden Dekade nimmt die Bedeutung des Wintertourismus gewaltig zu und liegt 1982/1983 bereits bei 47%. In ausgesprochenen Wintersportgemeinden, wie Ischgl, erreicht dieser Wert 1980/1981 jedoch schon 80% (HASSLACHER 2002, S. 11).

Da ein Winterurlaub wegen der Ausrüstung und den höheren Aufenthaltskosten teurer als eine sommerliche Alpenreise ausfällt, ist er ohne ein gewisses Maß an Wohlstand für breitere Gästeschichten nicht erschwinglich. Für viele Gäste kommt ein Winterurlaub offensichtlich erst dann in Frage, als man sich zusätzlich zum obligatorischen Sommerurlaub einen Zweiturlaub leisten kann. Die große Wachstumsperiode des Wintertourismus während der massentouristischen Expansionsphase lässt sich nach KUREHA (1995, S. 23) in die „Erweiterungsphase“ (1950-1965) und die „quantitative Entwicklungsphase“ (1965-1980) untergliedern. Die „Erweiterungsphase“ (1950-1965) bringt unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg die Fortsetzung der Erschließung bestehender und neuer Skigebiete. In Frankreich entsteht 1946 mit Courchevel die erste Retortenstation der 2. Generation. Vorherrschend ist der Bau von Pendelbahnen, Einersesselliften und Schleppliften, die besonders rasche Verbreitung finden. Die größten Wintersportorte waren Orte wie Davos oder Kitzbühel, die von den Investitionen der Vorkriegsjahre stark profitierten. Die bereits hoch entwickelten technischen Anlagen und die Pistenpflege in der Schweiz sind unerreichtes Vorbild. Viele Gemeinden werden zu typischen Wintersportorten, was sich durch die nun erreichte Zweisaisonalität als echte Strukturverbesserung erweist und sie wachsen nicht selten auf das Doppelte des ursprünglichen Häuserbestands an (JÜLG 1999, S. 27).

In der „Quantitativen Entwicklungsphase 1965-1980“ geht die zunehmende Popularisierung des Skisports beinahe alpenweit mit der Neuerschließung zahlreicher Skigebiete einher (KUREHA 1995, S. 31). Die Erschließung von Skigebieten im hochalpinen Fels- und Gletscherbereich setzt verstärkt ein, gefördert vor allem durch die neu errichteten Retortenstationen – ab 1963 werden in Frankreich die „Integrierte Stationen“ der 3. Generation gebaut (KNAFOU 1978, S. 21ff.) – und hochgelegene Satelliten traditioneller Talsiedlungen, wie z.B. Hochsölden. In dieser Phase breiten sich Seilbahnen und besonders Schlepplifte sehr stark aus. Die Entwicklung des alpinen Skilaufs zum reinen Abfahrtsport setzt in Verbindung mit den Aufstiegshilfen einen regional stark differenzierenden Prozess in Gang. Wegen der Nachfrage nach zusammenhängenden, gut ausgestatteten Seilbahnsystemen konzentriert sich der Winterfremdenverkehr auf immer weniger, große Fremdenverkehrszentren (JÜLG 1999, S. 23ff.). In diese Phase fällt auch die qualitative Ausweitung des Skilaufs. Der nordische Skilanglauf ermöglicht vielen Talorten sich ebenfalls zu Wintersportorten zu entwickeln.

4.5 Massentouristische Reifephase (Anfang 1970er bzw. 1980er - Mitte 1990er)

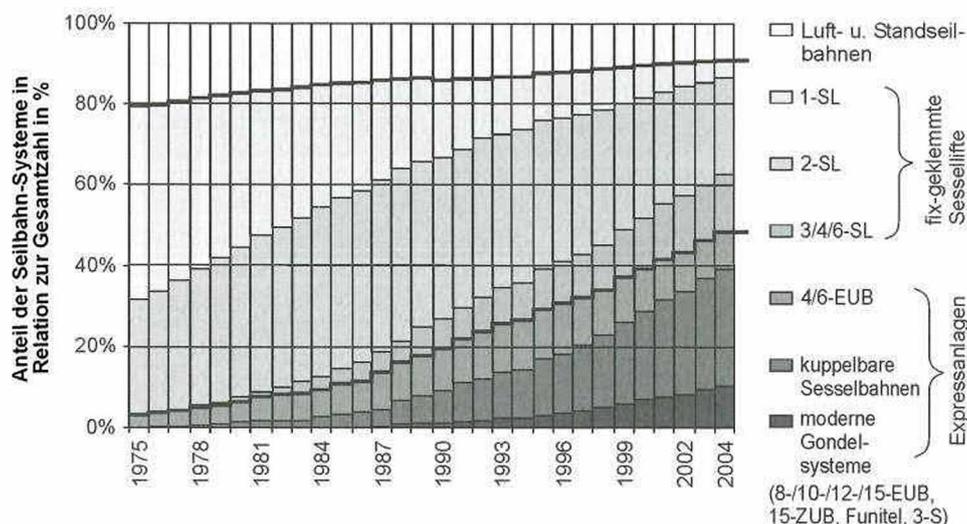
Die massentouristische Reifephase setzt im *Sommertourismus* etwa 1972 ein, im *Winterfremdenverkehr* etwa 1982. Begründen lässt sich diese Phasenverschiebung mit dem Abbrechen des Wachstumstrends im Sommer bzw. den ersten negativen Zahlen seit über 30 Jahren im Winter (LANDESSTATISTIK TIROL 2004a&b, S. 4). Bei der Institutionalisierung des Tourismus geht die Initiative zunehmend von öffentlichen zu privaten Trägern über. Der allgemeine Trend zu Flug- und Fernreisen, die potenziell die ganze Welt als Destination wählbar machen, wirkt als zunehmende Konkurrenz. Hinzu kommt ein massives Image-Problem des Wanderurlaubs (BACHLEITNER & WEICHBOLD 2002, S. 215f.). Eine neue Urlaubergeneration hat mehr Zeit, mehr Reiseerfahrung, mehr

Qualitätsbewusstsein und vielseitigere Urlaubsinteressen, die immer rascher wechseln. Das Aufkommen und Abflauen von Trends wie Sommerski, Skibob, Monoski oder Deltafliegen und Airboard ist ein Symptom für die zunehmende Ausdifferenzierung des Spektrums an landschaftsbezogenen Freizeitaktivitäten mit einer starken Körper- und Risikoorientierung (JOB 2003, S. 366f.). Eindeutig belegbar ist die Tendenz zu kürzeren, aber häufigeren Reisen. Diese Entwicklung schlägt sich im säkularen Rückgang der Aufenthaltszeiten nieder: Halten sich die Gäste in den 1960er-Jahren noch durchschnittlich 12-14 Tage im Sommer und 10-12 Tage im Winter auf, so sinken diese Werte auf sechs (Sommer 1983) bzw. sieben Tage (Winter 1990) (KUREHA 1995, S. 62).

Die alpine Destination an sich schrumpft räumlich und inhaltlich, weil der Urlauber gezielt und schnell punktuell Attraktives aufsucht und durch das Angebotspektrum am Hauptreiseziel bereits ausgelastet ist. Zudem erlaubt die immer kürzer werdende Aufenthaltsdauer keine größeren Ausflugsfahrten durch die Zielregion mehr; wie auch die punktuelle Konzentration des touristischen Angebots ein eigenes Erkunden der Destination überflüssig macht. Im Wintersporttourismus zeigt sich das an der immer besseren Verknüpfung der Skigebiete untereinander. Skischaukeln und Großraumskigebiete entstehen alpenweit, wobei sich die Gäste auf relativ kleinen Räumen stark massieren. Im Sommertourismus konzentriert sich ebenfalls eine Reihe von Freizeitaktivitäten, beispielsweise an den entstehenden Freizeit- und Sportzentren, die unter einem Dach alle relevante Infrastruktur beherbergen. Der Massenandrang im eigentlichen Gebirgsraum nimmt etwas ab, die Übernachtungszahlen der meisten Hütten gehen zurück, während sich das alpinistische Interesse der meisten Besucher auf bekannte und symbolträchtige Gipfel konzentriert. Die Bewegung innerhalb der Destination beschränkt sich also immer öfter nur auf wenige Standorte, während sich innerhalb des Hauptreiseziels die Zahl an Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten vergrößert (JOB 2003, S. 367).

Langfristig betrachtet hält der alpine *Sommertourismus* ab 1972 etwa über zwei Dekaden sein Niveau, allerdings bei massiven Schwankungen. Nach dem nicht besonders nachhaltigen, von Deutschland gespeisten „Mauerfall“-Boom der Jahre 1988 bis 1992 sinken die Übernachtungszahlen beinahe eine halbe Dekade kontinuierlich bis zum Sommer 1997. Von der Größenordnung her gesehen liegt der Sommertourismus am Ende der Reifephase in etwa auf dem Niveau von 1970 und hat von 1991 bis 1997 25% an Übernachtungen verloren. Unübersehbar steckt der Sommertourismus Mitte der 1990er-Jahre sowohl in einer Nachfrage- als auch einer Strukturkrise, obwohl er mit 47% immer noch beinahe die Hälfte der Übernachtungen beiträgt und damit für eine weitgehend intakte Zweisaisonalität vieler Fremdenverkehrsorte sorgt (vgl. LANDESSTATISTIK TIROL 2004a, S. 4).

Ab Mitte der 1970er-Jahre ist der alpine *Wintersporttourismus* von einer zunehmenden Erschließungsintensität, verbesserter Angebotsqualität und einer regionalen Konzentration geprägt. Neue Skigebiete und Geländekammern werden aus ökologischen und wirtschaftlichen Gründen vor allem ab der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre kaum mehr erschlossen. Auch Retortenstationen entstehen in den französischen Westalpen in dieser Phase zunächst nicht mehr. Die Stationen der 4. Generation ergänzen ab 1985 als neue Ortsteile die bestehenden Anlagen im postmodernen Stil (BÄTZING 2003, S. 155f.).



Quelle: JOB & MAYER 2005, leicht verändert

Abb. 3: Entwicklung der Liftanlagen-Struktur in Österreich 1975-2004

Ansonsten wird stark in die qualitative und quantitative Verbesserung der Liftanlagen investiert (vgl. Abb. 3). Seit Mitte der 1980er-Jahre setzen sich alpenweit die kuppelbaren Einseilumlaufkabinen- und Sesselbahnen durch, die hohe Fahrtgeschwindigkeit, hohe Kapazität und geringere Wartezeiten mit hohem Komfort verbinden (JOB & MAYER 2005). Die Transportkapazitäten nehmen stark zu, so z.B. in Ischgl zwischen 1981 und 1996 um 101% (HASSLACHER 2002, S. 9). Ebenfalls seit Mitte der 1980er-Jahre und verstärkt ab Anfang der 1990er-Jahre ist die Einrichtung von Beschneiungsanlagen festzustellen, wobei die Tendenz eindeutig in Richtung fest installierter Systeme mit Abdeckung der kompletten Pisten geht (vgl. KUREHA 1995, S. 41ff.). Quantitativ zeichnet sich ab 1982/83 eine gewisse Stagnation ab, das Wachstum schwächt sich stark ab, der schneearme Winter 1989/90 führt in Tirol zu Einbrüchen von 3%, danach bedingen die positive Wirtschaftsentwicklung und die erwähnten politischen Faktoren bis 1992/93 ein stärkeres Wachstum. Die folgenden vier Jahre bis einschließlich der Saison 1996/97 bringen erstmalig dauerhafte Übernachtungsverluste (-12% zwischen 1992/93 und 1996/97) für den Tiroler Wintersporttourismus, der Anteil des Wintertourismus erhöht sich jedoch auf 54%. Insgesamt hat der Wintertourismus in dieser Phase (von 1982/83 bis 1996/97) um fast 10% zugelegt (vgl. LANDESSTATISTIK TIROL 2004b, S. 4).⁷⁾ Als weiteres Standbein des Wintersports gesellt sich ab Ende der 1980er-Jahre das Snowboarden zum alpinen Skilauf hinzu⁸⁾ und gewinnt vor allem bei jüngeren Generationen rasch an Beliebtheit.

Am Ende der massentouristischen Reifephase lässt sich konstatieren, dass sich der Alpentourismus ansatzweise aus der Fläche zurückziehen beginnt. Ebenso setzt ein

⁷⁾ In Europa gibt es Mitte der 1990er-Jahre etwa 25 Mio. Skiläufer.

⁸⁾ Zunächst kritisch beargwöhnt dann bald als konsumfreudige Zielgruppe entdeckt und umsorgt.

Ausleseprozess der konstitutiven Elemente und Leistungsträger ein, nachdem auf dem Höhepunkt des Sommertourismus um 1975 etwa zwei Drittel der Alpengemeinden touristisch geprägt waren (BÄTZING 2003, S. 145f.). Bis in diese Phase ist der Tourismus noch an konkret verortete Räume, gewachsene Destinationen und Attraktionen gebunden (JOB 2003, S. 366f.).

4.6 Massentouristische Spätphase (ab Mitte 1990er)

Die massentouristische Spätphase beginnt in den Alpen ab etwa 1995. Bei der Wahl der Verkehrsträger setzen sich die Tendenzen der vorherigen Phasen fort. Neben der horizontalen Konzentration der Tourismuskonzerne zur Blockbildung (z.B. „Compagnie des Alpes“) ist auch eine vertikale Integration feststellbar – Unterkunft, Gastronomie, Skischulen und Aufstiegshilfen werden in einer Hand gebündelt – mit dem Ziel die gesamte Wertschöpfungskette unter Kontrolle zu bringen (JOB 2003, S. 367). Zu diesen wirtschaftlichen Auswirkungen der auch im Tourismus immer stärker spürbar werdenden Globalisierung und ihrem Zwang zu Rationalisierung und Professionalisierung, gesellt sich der soziokulturelle Wandel hin zu einer globalen Freizeitkultur. Sie verdrängt das Authentische weit gehend und wird in Freizeit- und Erlebniswelten mit multifunktionalen Einrichtungen und einem vielfältigen, aber standardisierten Angebotsspektrum bereitgehalten (HEISS 2004, S. 56ff.). Die Vorreiter-Destinationen dieser Entwicklungen setzen nicht nur auf Events, sondern auch auf narrativen Themenbezug. Seit Mitte der 1990er-Jahre beginnt und endet die Skisaison in den Alpen mit medial stark beworbenen „Openings“ und entsprechenden Veranstaltungen zum Saisonabschluss. Ein weiterer Trend ist die überbetriebliche Inszenierung der Destination mittels zielgruppenorientierter „Erlebnis-Settings“. In einem weit gehenden Branding nennt sich beispielsweise das Skigebiet Flachau nun „Snow Space Flachau“ mit einem stilisierten Alien als Werbefigur und Liftnamen, die an Raumschiffe erinnern, wie „Star Jet“ oder „Space Jet“ (vgl. Abb. 4). Ein Beispiel für den Sommerurlaub ist das schweizerische „Heidiland“, wie sich die traditionsreiche Ferienregion Sarganserland-Walensee neuerdings vermarktet (JOB 2003, S. 368).

Dieser Trend erklärt sich auch aus dem Verlangen nach dem Besonderen der erfahrenen und kritischen Kunden auf einem zusehends gesättigten Markt – wenn schon das Angebot immer austauschbarer wird. Die Garantie der vom Verbraucher gewünschten Merkmalsausprägung als hervortretendste Eigenschaft moderner Freizeit- und Erlebniswelten, die sich in den am Ende des Jahrtausends entstehenden Skihallen (z.B. in Bottrop) natürlich am leichtesten bewerkstelligen lässt, wird zumindest teilweise auch in den Alpen versucht anzubieten. So sind die gewaltigen Investitionen in Beschneigungsanlagen nicht nur als langfristige Adaptionstrategie an den immer deutlicher zu Tage tretenden Klimawandel zu erklären. Mit der scharfen Konkurrenz und kurzfristiger betriebswirtschaftlicher Risikoabsicherung der Bergbahnunternehmen, die nun versuchen ihr Skigebiet möglichst flächendeckend zu beschneien und zwar nicht nur in tiefen Lagen, sondern bis weit über die Baumgrenze hin zu Gletscherflächen, hat das zu tun (vgl. JOB 2003, S. 168).



Abb. 4: Orientierungstafel im Skigebiet „Snowspace“ Flachau

Charakteristisch ist das konsequente Branding der Liftanlagen als Space oder Star Jets, deren Polsterungsfarbe den Farben auf der Orientierungstafel entspricht, wohl wegen möglicher Verwechslungsgefahr. Der stilisierte Alien ist als Identifikationsfigur der Destination zu verstehen, möglicherweise zur Suggestion „überirdisch“ guter Skisportbedingungen (MAYER – Jan. 2005).

Wenn ein Zustand erreicht ist, an dem ein potenzieller Alpenurlauber seine Destination nicht mehr wegen landschaftlicher Schönheit oder dem Ruf besonderer Schneesicherheit, sondern wegen der Anzahl an installierten Beschneiungsanlagen und dem Branding auswählt, werden die als Reiseziel auserkorene Landschaft und deren Bewohner zur Kulisse degradiert. Da die Destinationen räumlich nicht mehr verankert sind und es an Authentizität fehlt, eröffnen sich im globalen Wettbewerb ungeahnte Kopiermöglichkeiten bzw. Konkurrenzpotenziale (Job 2003, S. 368). Insgesamt gesehen werden gewachsene Destinationen komprimiert und transloziert, sie kommen dem Kunden entgegen, wie es beispielsweise anhand der Skihallen zu beobachten ist, die sich wegen der Nähe zu einem relevanten Marktpotenzial in den dicht besiedelten Räumen positioniert haben und wie die „Allrounder Skiworld Neuss“ direkt mit Tourismusregionen in den Alpen kooperieren (z.B. Region Salzburger Land).

Der alpine *Sommertourismus* in Tirol kann ab 1997 den Abwärtstrend bei den Übernachtungen kurzfristig stoppen, von 1998 bis 2001 nehmen jedoch die Übernachtungen weiterhin um 6% ab. Von 2001 bis 2004 steigen sie wieder leicht um 2% und liegen nun in etwa auf dem Niveau von 1970, bei einem Anteil von etwa 41%. Die

| Reisestile Kennzeichen | Touristische Frühphase (Mitte 18. - Mitte 19. Jh.) | Formierungsphase des institutionalisier- ten Tourismus (Mitte 19. Jh. - I. WK) | Massentouristische Initialphase (Ende I. WK - Mitte 20 Jh.) |
|--|---|---|---|
| Quantitative Beteiligung der Bevölkerung | marginal | niedrig | zunehmend |
| Qualitative Beteiligung der Bevölkerung | Wissenschaftler, Künstler, Adelige, Oberschicht | Oberschicht, zunehmend Mittelschicht, Bildungsbürgertum | Mittelschichten substituieren Bürgertum, erstmals Sozialtourismus (Kdf), Bergsteigen auch für Unterschicht |
| Reisedauer | Mehrere Wochen, Monate | Kürzer als in Vorperiode | „Aussterben“ der Sommerfrische verkürzt Aufenthaltsdauer stark |
| Verkehrsträger | Kutsche, Pferd, zu Fuß, Dampfschiff | Eisenbahn dominierend, aber nicht flächendeckend | Eisenbahn dominierend, zunehmend Autobus, Pkw marginal |
| Lage, Größe und Struktur der Destinationen | Gesamter Reiseweg ist Teil der Destination | Belle Epoque-Touristen und Sommerfrischler nutzen Destination regional nur sehr begrenzt | Ausbau der Masserverkehrsmittel vergrößert Destination |
| Bevorzugte Reiseziele | Mont Blanc-Gebiet, Berner Oberland, Genfer See, Urschweiz | 80% der Fremdenverkehrsgemeinden in der Schweiz, Alpenvereine sorgen flächendeckend für touristische Ansätze, Sommerfrischen an den Alpenseen | Krise in CH wegen ausbleibender Belle Epoque-Gäste, erste Retortenstationen in I und F, erste Wintersportansätze (Davos, Arlberg) |
| Grad der Institutionalisierung | Sehr gering, erste Reiseführer und Karten erscheinen | Erste Pauschalreise 1863 von COOK in die Alpen; 1857-74 Gründung der nationalen Alpenvereine | Dopolavoro u. Kdf sorgen für konfektionierte, subventionierten Sozialtourismus in Italien, Bayern und Österreich |
| Sommer- vs. Wintertourismus | Nur Sommersaison | Bis 1890 nur Sommersaison, danach englische Touristen, auch im Winter | Sommersaison wächst stärker als Wintertourismus, der elitär bleibt |

Quelle: Eigene Darstellung nach BACHLEITNER & PENZ 2000, BÄTZING 2003, DREYER 1914, FAESSLER 1991, HAAS, HOFFMANN & LUGER (in: HAAS) 1994, JOB 2003, KUREHA 1995, LANDESSTATISTIK TIROL 2004a&b, LUGER & REST 2002, SCHÄRLI 1984, STATISTIK AUSTRIA 2005

Tab. 1: „Reisestile“ in den Alpen (Zahlenbeispiele aus Tirol)

| Reisestile Kennzeichen | Massentouristische Expansionsphase (Mitte 20. Jh. - Anfang 70er bzw. 80er) | Massentouristische Reifephase (Anfang 1970 bzw. 80er - Mitte der 90er) | Massentouristische Spätphase (ab Mitte der 1990er) |
|---|--|--|--|
| Quantitative Beteiligung der Bevölkerung | stark zunehmend So: +1160% (1949-72) Wi: +3060% (1949-82) | sehr hoch So: -19,4% (1972-97) Wi: +8,1% (1982-97) | fast vollständig So: stabil Wi: +23,6% (1997-2005) |
| Qualitative Beteiligung der Bevölkerung | Seit „Wirtschaftswunder“ alle Schichten beteiligt, Wintersport aber bis 1970 Mittel- und Oberschichtdomäne | Hybride Gäste führen zu Dipolarisierung des Angebots; „Haute volée“ bleibt unter sich | |
| Reisedauer | So: 12-14 Tage Wi: 10-12 Tage (1966-68) | So: 6 Tage (1983) Wi: 7 Tage (1990) | So: 4,7 Tage (2004) Wi: 5,3 Tage (2004/05) |
| Verkehrsträger | Pkw und Bus lösen Eisenbahn als Hauptverkehrsträger ab | Pkw stark dominierend, marginale Bedeutung von Bahn und Flugzeug | |
| Lage, Größe und Struktur der Destinationen | Destination regional weit gespannt, Erkundung mittels Automobil | Destination konzentriert auf kleinem Raum alle touristische Infrastruktur | Inszeniertes Reisen der Postmoderne; die Destination kommt dem Tourist entgegen |
| Bevorzugte Reiseziele | Weitere Erschließung von Retortenstationen (F, I) und Satellitensiedlungen, Sommerfremdenverkehrsorte erhalten Wintersaison, reine Wintersportorte entstehen | 1975 etwa 2/3 der Alpengemeinden mit Tourismus, seitdem Rückzug aus der Fläche, Konzentration auf große Wintersportdestinationen | Westösterreich, Bayern, Südtirol, Graubünden, Wallis, Berner Oberland, Hochsavoyen, Savoyen, Dolomiten, Trentino, Aosta- und Susatal |
| Grad der Institutionalisierung | Professionelle Fremdenverkehrsorganisation und -werbung alpenweit verbreitet | Organisatorische Umstrukturierung der touristischen Institutionen; private ersetzen öffentliche Institutionen | Marktanteil Veranstalterreisen im weltweiten Vergleich unterdurchschnittlich, besonders im Sommer |
| Sommer- vs. Wintertourismus | So – Wi: 75 : 25 (1949) So – Wi: 72 : 28 (1972) | So – Wi: 57 : 43 (1980) So – Wi: 47 : 54 (1995) | So – Wi: 41 : 59 (2004/05) |

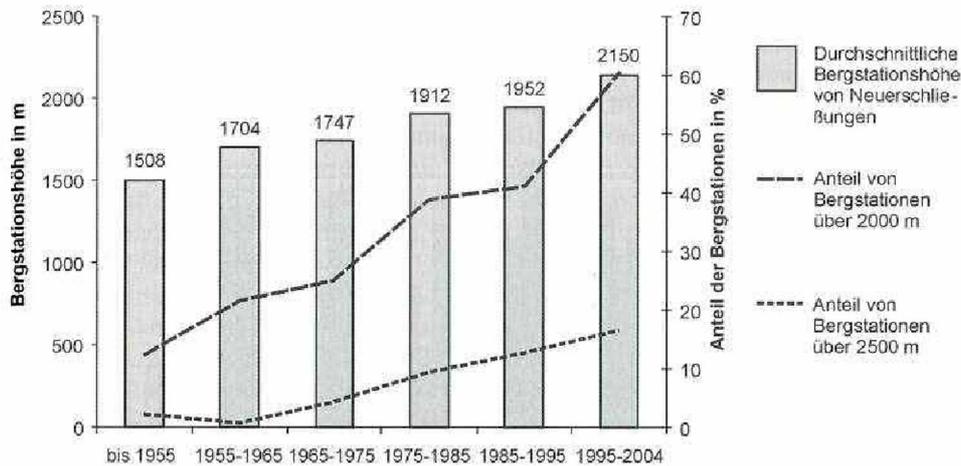
durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1993 5,5 Tage, sinkt bis 1998 auf 5,0 und bis 2004 schließlich auf 4,7 Tage (STATISTIK AUSTRIA 2005). Der Sommertourismus scheint sich seit Mitte der 1990er Jahre auf niedrigerem Niveau stabilisiert zu haben, was ein Verdienst der vielfältigen Reorganisationsbemühungen und der sich daraus ergebenden Synergieeffekte mittels Destinationsmanagement ist.

In den 1990er-Jahren setzt ein fundamentaler Wandel des Sommertourismus ein, durch den stark modisch bestimmte und hoch spezialisierte Sportarten an die Stelle des traditionellen Wanderns und Kletterns treten. Ähnlich wie beim Skisport steht die Körpererfahrung im Mittelpunkt des Interesses, umfangreiche technische Infrastrukturen und Sportgeräte werden erforderlich, während die Hochgebirgslandschaft zur Kulisse degeneriert und austauschbar wird. Der Investitionsbedarf in die Sommersaison wird nun größer, nur noch die großen Tourismusorte haben die Möglichkeit eines breiten Angebots, was ihre Marktstellung erheblich stärkt. Voll im Trend liegen große Erlebnis- und Wellnessbäder, wie etwa die neue Therme Längenfeld im Ötztal. Alpine Freizeitparks sind bis auf wenige Einrichtungen in Tallagen, wie z.B. die SWAROVSKI-Kristallwelten (bei Wattens) oder Erich v. DÄNIKENS „Mystery Park“ (bei Interlaken) bislang rar. Umstrittenere Projekte wie der „Mountain Glider“ in Ischgl sind noch im Projektstadium verblieben. Gleichzeitig scheint vor allem bei jüngeren Gästen eine Renaissance des Skitourengehens sowie des Wanderns in der modernen Form des Trekking gegeben, die sich in steigenden Mitgliedszahlen der Alpenvereine niederschlägt. Auch sind die zum Teil beachtlichen Erfolge beispielsweise des alpinen Natur- und Nationalparktourismus nicht zu vernachlässigen (vgl. u.a. JOB, METZLER & VOGT 2003, S. 24).

Im *Winterfremdenverkehr* ist eine Trendwende geglückt. Seit dem Tiefpunkt 1996/97 sind die Übernachtungen in Tirol um 24% auf einen neuen Höchststand in der Saison 2004/05 gestiegen. Der Anteil des Wintertourismus ist auf 59% geklettert, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aber von 6,0 (1993/94) über 5,5 (1998/99) auf 5,3 Tage (2004/05) weiter gesunken (STATISTIK AUSTRIA 2005). Maßgeblichen Anteil an diesen Erfolgen haben die bedeutenden Investitionen der Skigebiete vor allem in Liftkomfort- und Kapazität sowie Beschneiungsanlagen. Zudem spielt die Verlängerung des touristischen Lebenszyklus mit Hilfe der Carving-Ski eine Rolle. Zwischen 1975 und 2004 sinkt der Anteil der fixgeklemmten Sessellifte am gesamten Anlagenbestand von 75% auf 43%, die Bedeutung der traditionellen Seilbahnsysteme geht von 20% auf 9% zurück. Die Expressanlagen hingegen können ihren Anteil von marginalen 5% auf 49% verzehnfachen (JOB & MAYER 2005, vgl. Abb. 3). Die Transportkapazitäten haben sich bei gleichzeitiger Abnahme der Aufstiegshilfenanzahl weiter stark erhöht – so in Ischgl zwischen 1996 und 2002 um 46,5% (HASSLACHER 2002, S. 9). Ab Mitte der 1990er-Jahre sind außerdem, angetrieben vom inner- und außeralpinen Konkurrenzkampf, einige Neuerschließungen vorgenommen worden, zumeist zur Verbindung bislang getrennter Skigebiete zu neuen, konkurrenzfähigeren Großraumskidestinationen.

Die Tabelle 1 fasst die touristischen Phasen in den Alpen zusammen und gibt einen synoptischen Überblick über die alpinen „Reisestiele“.

4.7 Vertikale Dimension: Aufstieg der Aufstiegshilfen



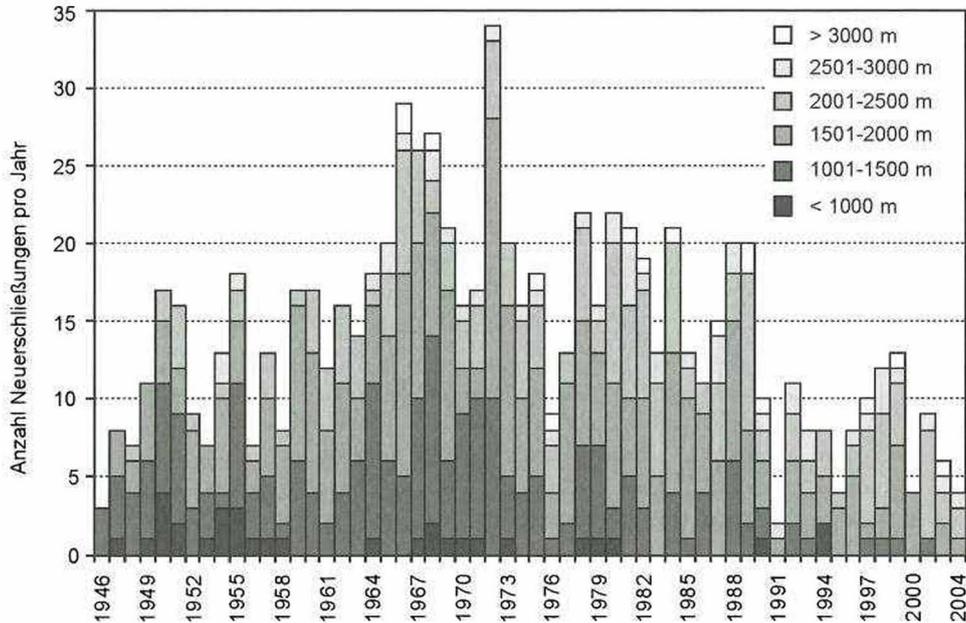
Quelle: MAYER 2006

Abb. 5: Durchschnittliche Bergstationshöhe von Neuerschließungen in Österreich

Eine weitere Dimension des touristischen Wandels spielt sich in der vertikalen Dimension ab. Seit Mitte des 20. Jahrhunderts hält der Trend der Skigebietsdestinationen in die Höhe an, hier exemplifiziert anhand der Höhenlage der Aufstiegshilfen in Österreich. Die Tendenz zur Verlagerung der Skigebiete in größere Höhen ist unverkennbar. Betrachtet man die Gesamtheit der Liftanlagen, also mit Ersatzanlagen, so ist eine leichte, aber hoch signifikante Korrelation zwischen Bergstationshöhe und Baujahr ersichtlich (Korrelation nach PEARSON 0,263, Sig. <0,001). Bei den Neuerschließungen⁹⁾ seit 1955 ist der Trend noch deutlicher (Korrelation nach PEARSON 0,352, Sig. <0,001). So ist die durchschnittliche Bergstationshöhe von Neuerschließungen von 1.508 m (bis 1955) auf 2.150 m (1995-2004) gestiegen (vgl. Abb. 5). Zu Beginn des 21. Jahrhunderts liegen 61% der Bergstationen von Neuerschließungen oberhalb von 2.000 m, 17% sogar oberhalb von 2.500 m.

Diese Tatsache sollte jedoch nicht zu dem Fehlschluss verleiten, dass nun flächendeckend die obersten Stockwerke der österreichischen Alpen erschlossen würden. Abbildung 6 zeigt, dass in der Periode 1995 bis 2004 die wenigsten Neuerschließungen seit 1945 vorgenommen wurden – diese allerdings vornehmlich in hohen Lagen. Das lässt sich zum einen auf die mit abnehmender Höhe tendenziell unsichere

⁹⁾ Unter Neuerschließung wird eine Liftanlage verstanden, die eine bislang unerschlossene Geländekammer bedient und/oder deren Trasse bislang nicht benutzt wurde. Durch Schlepplifte neu erschlossene Bereiche werden hier nicht betrachtet. Die raumzeitliche Verteilung in Abbildung 6 würde sich jedoch auch unter Berücksichtigung der Schlepplifte nur unwesentlich verändern, da sie analog zu den Hochphasen der Erschließung mit Haupt- und Kleinseilbahnen (vgl. Abb. 6) verläuft. Seit Anfang/Mitte der 1980er-Jahre wurden bis auf Ausnahmen (vornehmlich Geländepartien in Gletscherskigebieten) keine Neuerschließungen mehr durch Schleppliftanlagen vorgenommen.



Quelle: MAYER 2006

Abb. 6: Höhenverteilung der Neuerschließungen in Österreich in absoluten Zahlen (bezogen auf die Höhe der Bergstationen)

Schneelage und zum anderen auf bereits ausgereiztes Erschließungspotenzial in tieferen Lagen zurückführen (MAYER 2006). Die von BÄTZING ab 1999 datierte „Phase der Neuerschließungen“ hat also nur insofern eine Berechtigung, als dass die meisten Neuerschließungen ab diesem Zeitpunkt vornehmlich dem Zusammenschluss bislang getrennter Skigebiete dienen.¹⁰⁾ Rein quantitativ gesehen rechtfertigt die tendenziell geringer werdende Anzahl neu erschlossener Geländekammern aber keineswegs die Etablierung einer neuen Entwicklungsphase im Alpentourismus.¹¹⁾

Aus topographischen Gründen konzentriert sich der Drang in die Höhe besonders in Westösterreich, namentlich Tirol (Korrelation nach PEARSON 0,396, Sig. <0,001). Im Rest des Landes sind sowohl die geographisch möglichen Höhengrenzen, als auch politisch-administrative wie Nationalpark- und Schutzgebietsgrenzen weit gehend erreicht. Dazu kommt, dass landesweit die geeignetsten Geländekammern und Höhenzüge

¹⁰⁾ Als Beispiele zu nennen wären unter anderem das „Golden Gate to the Glacier“ in Sölden 1998/99 mit insgesamt vier neuen Liftanlagen, der Zusammenschluss von Zell am Ziller, Gerlos und Königsleiten zur Zillertalarena ebenfalls 1998/99 (drei neue Liftanlagen) oder die zwischen 2001 und 2004 realisierte Verbindung von Kaltenbach und Hochfügen (drei Liftanlagen).

¹¹⁾ Auch in den übrigen Alpenstaaten hält sich die Zahl der Neuerschließungen in Grenzen. Die Schweiz setzt seit Ende der 1970er-Jahre die strengsten Maßstäbe, was Genehmigungen angeht, in Bayern verhindert die als raumplanerisches Ziel im Landesentwicklungsprogramm festgeschriebene Zonierung „Erholungslandschaft Alpen“ seit 1972 Neuerschließungen; am ehesten vergleichbar mit der österreichischen Situation sind in Frankreich und Italien vereinzelt Neuerschließungen zur Verbindung einzelner Teilgebiete oder Destinationen erfolgt. Ein quantitativer Überblick steht hier jedoch noch aus.

bereits für den Skitourismus in Wert gesetzt werden. Mittelfristig ist vornehmlich mit Erschließungsmaßnahmen zum Zusammenschluss bislang eigenständiger Skigebiete zu rechnen (z.B. Pitztaler Gletscher – Sölden), sowie der vereinzelt Erschließung unberührter Gipfel wie der Weißseespitze (Kaunertaler Gletscher), Linker Fernerkogel (Pitztaler Gletscher) oder dem Piz Val Gronda (Ischgl). In diesen drei genannten Beispielen, die derzeit sehr medienwirksam in der Öffentlichkeit diskutiert werden, ist jedoch trotz partieller Aufweichung des Gletscherschutzes durch die Tiroler Landesregierung das letzte Wort noch nicht gesprochen (vgl. ERHARD 2005). Die Hauptmotive dürften auch in diesen Fällen nicht der Klimawandel, sondern der gesteigerte Konkurrenzdruck der Destinationen sein.

Die Hypothese, dass innovative Liftanlagen ausschließlich als Adaptionsstrategie an den Klimawandel dienen, kann nicht bestätigt werden. Der Trend zur Verlagerung der Skigebiete in größere Höhen hat nicht notwendigerweise etwas mit innovativen Liftanlagen zu tun, da große Höhen häufig bereits in der Vergangenheit durch windunempfindliche Schlepplifte oder fixgeklemmte Sessellifte erschlossen wurden. Die Tatsache, dass nun auch vermehrt in großen Höhen komfortablere und kapazitätsstärkere Seilbahnen¹²⁾ installiert werden, trägt eher dem bereits dargestellten Qualitätstrend Rechnung (vgl. MAYER 2006).

5 Diskussion des „Reisestile-Modells“ in seiner Applikation auf die Alpen

Wie dargelegt, blickt der Alpentourismus auf eine 250-jährige Geschichte voll von Wandel zurück. Anhand des Reisestile-Modells lässt sie sich mittels der betrachteten Kriterien zeitlich strukturieren. Einer Avantgarde von Künstlern, Alpinisten und Sommerfrischlern nachfolgend entwickelte sich ab den 1950er-Jahren ein sommer- und zeitlich leicht versetzt, winterlicher Massentourismus. Sein Ende ist trotz fallweise unbestrittener ökonomischer, ökologischer und soziokultureller Probleme nicht absehbar. Dabei wird die für die Postmoderne typische Individualisierung der Gesellschaft von einer modelltypisch sukzessiven Marktdifferenzierung widergespiegelt (vgl. JOB 2003, S. 372).

Bei der zeitlichen Einordnung der sechs aufeinander folgenden Phasen ergeben sich ab den 1970er-Jahren bestimmte Abweichungen vom Reisestile-Modell. Dies begründet sich einerseits durch die Ausnahmestellung des Wintertourismus in den Alpen und andererseits durch politische Sonderentwicklungen, wie die deutsche Wiedervereinigung. Die Übergänge in die nachfolgenden Phasen werden somit zeitlich verschoben. Ebenso erreicht der Anteil von Veranstalterreisen in den Alpen bei weitem niedrigere Werte als die für den Gesamtmarkt geltenden etwas über 40%. In diesen Punkten differiert die Entwicklung vom Modell. Sie korrespondiert mit dem Modell was die

¹²⁾ Zum Beispiel die Gondelbahnen am Rettenbach- und Tiefenbachferner in Sölden, am Stubai- und Hintertuxer Gletscher; die kuppelbaren Sesselbahnen am Stubai- und Mölltaler Gletscher.

Relation von Reisedauer zu Reisehäufigkeit betrifft. Hier ist festzuhalten, dass der stete Rückgang der Aufenthaltsdauer bislang durch steigende Gästezahlen aufgefangen wurde. Auch der Trend zur Peripherie dürfte in den Alpen noch nicht abgeschlossen sein, worauf die in den zurückliegenden Jahren festzustellenden Erweiterungen von wintertouristischen Attraktionspunkten in die Vertikale hindeuten.

Entgegen mancherorts geäußerten Meinungen liegt die Hauptanziehungskraft der Alpen als touristische Destination nach wie vor in der landschaftlichen Attraktivität der einzigartigen Hochgebirgslandschaft, weshalb bezweifelt werden darf, dass sich diese Komponenten von zu den Quellmärkten translozierten Patchwork-Destinationen in großem Maßstab substituieren ließen; etwa in dem Sinne, dass alpine Freizeitparks oder weiße Kunstsneebänder in grünen Wiesen verschneite Winterlandschaft ersetzen könnten. Das heißt, die im Modell formulierte und beim globalen Reisegeschehen beobachtbare Raumzeitkompression trifft auf den Alpentourismus momentan nur bedingt zu.

Soll an der von Seiten der politisch Verantwortlichen gerade innerhalb der föderal organisierten Alpenrepubliken paradigmatisch gesetzten Maßgabe der Aufrechterhaltung einer flächenhaften Besiedelung im Alpenraum festgehalten werden, geht kein Weg am Wirtschaftssektor Tourismus vorbei. Denn für den Alpenraum ist der Tourismus als dezentraler Arbeitgeber momentan und in überschaubarer Zukunft unersetzlich. Als problematisch anzusehen ist hierbei sicherlich die verkehrsinfrastrukturelle Alpenerschließung, die mancherorts über die Belastbarkeitsgrenzen von Mensch und Natur vorgestoßen ist (vgl. RUPPERT 2001, S. 133f.).

Ein noch größerer Risikofaktor für den Tourismus, insbesondere den Wintertourismus, ist jedoch zweifelsohne der Klimawandel (vgl. ELSASSER, BÜRKI & ABEGG 2000, S. 34ff.). Er trifft den alpinen Tourismus in zweierlei Hinsicht. Erstens ist eine Konsequenz hieraus die Zunahme der Naturgefahren und die dementsprechende Notwendigkeit einer faktischen Risikovorsorge etwa durch technische Präventivmaßnahmen. Zweitens verlangt er nach einer strukturellen Risikovorsorge, die sich aus der teilweisen Monostruktur der Wirtschaftslandschaft Alpen in Bezug auf den Winterfremdenverkehr ergibt.¹³⁾

Die Hypothese liegt nahe, dass der Klimawandel als Katalysator für den ohnehin stattfindenden Strukturwandel im Tourismussektor fungiert. Er wird die Geschäftsgrundlagen der Skizentren spürbar tangieren und damit den ökonomisch induzierten Auslesetrend tendenziell verstärken. *Vermeidungs-* (z.B. Strategien zur Verkehrsreduzierung), *Adaptions-* (z.B. Einsatz von Abdeckplanen gegen die sommerliche Ablation von Gletschereis) und *Alternativstrategien* (z.B. landschaftsbezogener Sommertourismus in Natur- und Nationalparks oder vermehrter Bau künstlicher Freizeitwelten) sind denkbare Konsequenzen für den Wintertourismus. Die Auswirkungen des Klimawandels werden zusammen mit den veränderten Altersstrukturen und Verhaltensweisen der Konsumenten (z.B. Trend vom Alpinski zum Skilanglauf) zwangsläufig zu einer neuen, siebenten Entwicklungsphase führen, die momentan gerade eingeleitet wird.

¹³⁾ Auch der Sommertourismus wird übrigens betroffen sein, gewiss nicht nur negativ; beispielsweise ist eine Verlängerung der Badesaison und eine dementsprechend bessere Auslastung von Camping- und Caravaning-Anlagen denkbar oder auch eine Prolongation der Wander- und Trekking-Saison in den Herbst hinein.

6 Literaturverzeichnis

- AMSTÄDTER R. (1996), *Der Alpinismus. Kultur, Organisation, Politik*. Wien.
- BACHLEITNER R., PENZ O. (2000), *Massentourismus und sozialer Wandel*. München.
- BACHLEITNER R., WEICHBOLD M. (2002), Immer wieder Alpen? Anfragen zur Nachfrage im Alpentourismus. In: LUGER K., REST F. (Hrsg.) (2002), S. 213-225.
- BARTALETTI F. (1998), *Tourismus im Alpenraum. Eine alpenweite Bilanz*. In: *Praxis Geographie*, 45, 2, S. 22-25.
- BÄTZING W. (2003), *Die Alpen*. München.
- BÄTZING W., PERLIK M. (1995), *Tourismus und Regionalentwicklung in den Alpen 1870-1990*. In: LUGER K., INMANN K. (Hrsg.) (1995), S. 43-79.
- BIRKENHAUER J. (1980), *Die Alpen*. Paderborn.
- BOYER M. (2004), *Les Alpes et le tourisme*. In: INTERNATIONALE GESELLSCHAFT FÜR HISTORISCHE ALPENFORSCHUNG (Hrsg.), *Tourismus und kultureller Wandel, Geschichte der Alpen*, S. 19-30. Zürich.
- BUTLER R.W. (1980), *Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. In: *The Canadian Geographer*, 24, 1, S. 5-12.
- DAHLMANN H. (1983), *Alpinistische Stützpunkte in den deutschen und österreichischen Alpen. Böblingen*.
- DREYER A. (1914), *Alpenreisen und Bergbesteigungen im 18. und zu Beginn des 19. Jahrhunderts*. In: Sonderabdruck aus d. Zeitschrift d. Dt. u. ÖAV, XLV. Wien.
- ELSASSER H., BÜRKI R., ABEGG B. (2000), *Klimawandel und Schneesicherheit*. In: PGM, 144, 4, S. 34-41.
- ERHARD A. (2005), *Gehet hinaus und macht euch die letzten Berge untertan!* In: *GW-Unterr.*, 98, S. 83-92.
- FAESSLER P. (1991), *Reiseziel Schweiz. Freiheit zwischen Idylle und „großer“ Natur*. In: BAUSINGER H., BEYRER K., KORFF G. (Hrsg.), *Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus*, S. 243-248. München.
- GROSZKLAUS G. (1983), *Der Naturraum des Kulturbürgers*. In: GROSZKLAUS G., OLDEMAYER E. (Hrsg.), *Natur als Gegenwelt. Beiträge zur Kulturgeschichte der Natur*, S. 169-191. Karlsruhe.
- HAAS H. (1994), *Die Sommerfrische. Eine verlorene touristische Kulturform*. In: HAAS H., HOFFMANN R., LUGER K. (Hrsg.), *Weltbühne und Naturkulisse. Zwei Jahrhunderte Salzburg-Tourismus*, S. 67-75. Salzburg.
- HAIMAYER P. (1984), *Tourismus im Alpenraum*. In: *Geogr. Rundschau*, 36, 8, S. 417-423.
- HANNSS Chr. (1977), *Der gegenwärtige Stand und die Zukunft des Fremdenverkehrs in den Alpen*. In: RÖDER Chr., ENGSTFELD P. (Hrsg.), *Probleme der Alpenregion*, S. 105-122. München.
- HASSLACHER P. (2002) (Red.), *Die skitouristische Wachstumsmaschine*. Innsbruck.
- HEISS H. (2004), *Saisons sans fin? Les grandes étapes de l'histoire du tourisme, 1830-2002*. In: INTERNATIONALE GESELLSCHAFT FÜR HISTORISCHE ALPENFORSCHUNG (Hrsg.), *Tourismus und kultureller Wandel, Geschichte der Alpen*, S. 45-60. Zürich.
- JOB H. (2003), „Reisestile“: Modell des raumzeitlichen Verhaltens von Reisenden. In: *Tourismus Journal*, 7, 3, S. 355-376.
- JOB H., MAYER M. (2005), *Spatial and temporal diffusion patterns of innovations in tourism – the example of ropeways and ski lifts in the Austrian Alps*. In: BIEGER T., KELLER P. (Hrsg.), *Innovation in tourism – Creating customer value (= Publ. of the Aiest, 47)*, S. 261-276. St. Gallen.

- JOB H., METZLER D., VOGT L. (2003), Inwertsetzung alpiner Nationalparks. Eine regionalwirtschaftliche Analyse des Tourismus im Alpenpark Berchtesgaden (= Münchner Studien z. Sozial- u. Wirtschaftsgeogr., 43). Regensburg.
- JÜLG F. (1999), Faszination Schnee – Der Wintertourismus im Gebirge. Historische Entwicklung. In: ISENBERG W. (Hrsg.) (1999), Der Winter als Erlebnis – Zurück zur Natur oder Fun, Action und Mega-Events? Neue Orientierungen im Schnee-Tourismus (= Bensberger Protokolle, 94), S. 9-38. Bergisch-Gladbach.
- KNAFOU R. (1978), Les stations intégrées de sports d'hiver des Alpes françaises. Paris.
- KÖNIG W. (2000), Bahnen und Berge – Verkehrstechnik, Tourismus und Naturschutz in den Schweizer Alpen 1870-1939. Frankfurt/Main.
- KUREHA M. (1995), Wintersportgebiete in Österreich und Japan. Innsbruck.
- LÄSSER A. (1989), 100 Jahre Fremdenverkehr in Tirol – Die Geschichte einer Organisation. Innsbruck.
- LANDESSTATISTIK TIROL (Hrsg.) (2004a), Der Tourismus im Sommerhalbjahr 2003. Innsbruck.
- LANDESSTATISTIK TIROL (Hrsg.) (2004b), Der Tourismus im Winter 2003/2004. Innsbruck.
- LUGER K., INMANN K. (Hrsg.) (1995), Verreiste Berge – Kultur und Tourismus im Hochgebirge. Innsbruck, Wien.
- LUGER K., REST F. (Hrsg.) (2002), Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie. Innsbruck.
- MAYER M. (2006), Innovation und Diffusion im Tourismus: raumzeitliche Muster und wirtschaftliche Bedeutung von Seilbahnanlagen in Westösterreich. Unveröff. Dipl.Arb. im Fachbereich Wirtschaftsgeogr. a. d. Ludwig-Maximilians-Univ. München.
- RUPPERT K. (2001), Die Alpen – Kulturlandschaft im Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen. In: ARL/ÖGR (Hrsg.), Die Zukunft der Kulturlandschaft zwischen Verlust, Bewahrung und Gestaltung (= Forschungs- u. Sitzungsberichte, 215), S. 127-144. Hannover.
- RÜTTER H., MÜLLER H., GUHL D., STETTLER J. (1995), Tourismus im Kanton Bern. Wertschöpfungsstudie. Bern.
- SCHÄRLI A. (1984), Höhepunkt des schweizerischen Tourismus in der Zeit der „Belle Époque“ unter besonderer Berücksichtigung des Berner Oberlandes. Kulturgeschichtliche Regionalstudie. Bern, Frankfurt.
- STATISTIK AUSTRIA (2005) – <http://www.statistik.at> (Abrufdatum: 07.07.2005)
- STEINBACH J. (1984), Das räumlich-zeitliche System des Fremdenverkehrs in Österreich (= Arbeiten aus d. Fachgebiet Geogr. d. Kath. Univ. Eichstätt, 4). München.
- WAGNER M. (1983), Das Gletschererlebnis. Visuelle Naturaneignung im frühen Tourismus. In: GROSZKLAUS G., OLDEMEYER E. (Hrsg.), Natur als Gegenwelt. Beiträge zur Kulturgeschichte der Natur, S. 235-259. Karlsruhe.

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft](#)

Jahr/Year: 2005

Band/Volume: [147](#)

Autor(en)/Author(s): Job Hubert

Artikel/Article: [Österreich. Die Alpen als Destination - eine Analyse in vier Dimensionen 113-138](#)