



Alpenwert

Themenheft III des NFP 48
«Landschaften und Lebensräume der Alpen»

Schwerpunkt
Inwertsetzung?!

Roundtable
Leben, fördern und abwandern lassen



NFP 48
PNR 48
NRP 48



SCHWEIZERISCHER NATIONALFONDS
ZUR FÖRDERUNG DER WISSENSCHAFTLICHEN FORSCHUNG



Impressum

Herausgeber

Nationales Forschungsprogramm 48 «Landschaften und Lebensräume der Alpen» des Schweizerischen Nationalfonds

Konzept und Redaktion

Urs Steiger, Kommunikationsbeauftragter des NFP 48, Luzern

Texte

Prof. Dr. Bernard Lehmann, Zürich
Andreas Stalder, Bern
Felix Walter, Bern
Helen Simmen, Altdorf
Stefan Christen, Luzern
Pirmin Schilliger, Luzern
Urs Steiger, Luzern

Übersetzung

Ursula Rohrer, Kastanienbaum

Korrektur

Textkorrektur Terminus,
Andreas Vonmoos, Luzern

Grafik

martin.brunner.associés
auf CD-Vorgabe von Grafik-
atelier Max Urech, Unterseen

Fotos

Priska Ketterer, Luzern

Fotomontagen

Seite 11:
Alexandre Tangerini
Seite 13:
Adrienne Grêt-Regamey,
ETH Zürich,
auf Basis von Bildern
von Foto Furter, Davos

Juli 2006

Die Landschaft – insbesondere die Alpenlandschaft – trägt wesentlich zur hoch bewerteten Marke «Schweiz» bei. Davon profitieren neben dem Schweizer Tourismus zahlreiche weitere Branchen der Schweizer Wirtschaft. Ob Schokolade- oder Getränkeindustrie, Banken oder Versicherungen, Werbewirtschaft oder Eventveranstalter – alle berufen sich gerne auf die «Swissness» und nutzen vom Genfersee über das Matterhorn und das Oberengadin bis zum Appenzellerland die monumentale oder liebevolle Alpenlandschaft als Hintergrund für ihre (Werbe-)Botschaften.

Für Bevölkerung und Wirtschaft in der Alpenlandschaft selbst ist die Situation dabei nicht einfacher geworden. Die in der Schweiz verfolgte Strategie der flächendeckenden Besiedlung hat – gestützt durch verschiedene Massnahmen wie Investitionshilfegesetz (IHG), Finanzausgleich, reduzierten Mehrwertsteuersatz für das Gastgewerbe sowie Agrarsubventionen – zwar Entwicklungen, wie sie in den Nachbarländern zu beobachten waren, im letzten halben Jahrhundert verlangsamt oder verhindert. Dennoch haben vor allem die peripheren Alpenregionen einen Brain-drain zu beklagen, und die jahrzehntelang dominierenden Wirtschaftsbranchen des Alpengebietes – die Landwirtschaft und der Tourismus – erleiden unter dem Druck einer immer stärker werdenden globalen Konkurrenz schwere Zeiten.

Die Landschaft bleibt eine entscheidende natürliche Ressource des Alpengebietes, für welche sich in den urbanen Gebieten der Schweiz ebenso wie in Europa und Übersee ein Nachfragemarkt findet. Innovation, wie sie mit der neuen Regionalpolitik angestrebt wird, ist bei der Inwertsetzung ebenso gefragt wie das Überwinden von Strukturen, welche die Zusammenarbeit in den Regionen und zwischen den

Alpenwert – Raumnutzung und Inwertsetzung

Branchen behindern, und ein bewusstes Zugehen auf den urbanen Markt, der Landschaft nachfragt und dabei Wert auf eine intakte oder wilde Landschaft legt.

Die Projekte des NFP 48, die sich mit der Raumnutzung und der Inwertsetzung von Landschaft befassen, verdeutlichen den ökonomischen Wert der Landschaft und erhellen die diesbezüglichen Mechanismen. Sie zeigen zudem Wege auf, wie eine landschaftsschonende Entwicklung verfolgt werden könnte. Die Erkenntnisse aus den Projekten haben teilweise bereits Eingang in die nationale Diskussion gefunden. Dank der Zusammenarbeit mit Partnern vor Ort werden vorgeschlagene Strategien von diesen aber auch in die laufende Arbeit integriert oder in Folgeprojekten weiter vertieft.

*Prof. Dr. Hans Elsasser
Mitglied der Leitungsgruppe*

Alpenwerte Themenheft III des NFP 48

Editorial

- 1 Alpenwert – Raumnutzung und Wertschöpfung

Schwerpunkt

- 3 Inwertsetzung?!
- 7 Interessensausgleich beim Produkt «Landschaft»
- 8 Alpenwert und Alpenwerte

Forschungsprojekte

- 9 Zum Lastenausgleich zwischen Alpen und dem Rest der Schweiz
- 11 Vom Wert der schönen Aussicht
- 13 Welches ist der Preis der Landschaft?

- 15 Das Unternehmen «Alpenregion»

18 *Tagesausflügler lassen sich nur bedingt lenken*

20 *Grosse Pläne rund um einen wertvollen Berg*

22 Die Erreichbarkeit hilft den Destinationen auf die Sprünge

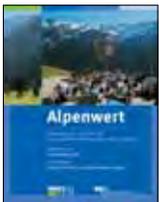
25 Service public am Berg: Fakten statt Mythen

28 Zukunftschancen mit Labelregionen

31 *Binntal: Potenzial für eine künftige Labelregion*

Roundtable

- 33 Leben, fördern und abwandern lassen



Schwerpunkt

2 Forschungsprojekt

Inwertsetzung?!

«Inwertsetzung» heisst das neue Zauberwort. Wer kann was in Wert setzen – und wie? Versuch einer ersten Einordnung.

Das Unternehmen «Alpenregion»

Ein Management-Modell und ein Monitoring-System sollen den Tourismusdestinationen helfen, ihre Zukunft nachhaltig und mit gezielten Strategien bewältigen und steuern zu können.

9 Roundtable

33

Leben, fördern und abwandern lassen

Vertreter von «Avenir Suisse», der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB), und Wissenschaftler aus dem NFP 48 trafen sich zum Gespräch.





Inwertsetzung?!

«Inwertsetzung» heisst das neue Zauberwort. Wer kann was in Wert setzen – und wie? Versuch einer ersten Einordnung.

Text Felix Walter*, Ecoplan, Bern

Unbewachter Bahnübergang bei der Station «Boden» im Simmental: Leicht gefroren ist er, der Boden unter den Füßen. Die Landschaft taucht aus Schwaden von Morgennebel auf und zeigt ihren Wert im Licht der ersten Herbstsonnenstrahlen. Das Keuchen eines ungeübten Joggers, ein langgezogenes Krächzen eines Vogels – und das Plätschern der Simme. Der Puls jagt, und im Kopf jagen sich erste Wortfetzen zum Aufsatzthema: «Inwertsetzung» – einen Fuss vor den anderen setzen, Spuren in den Frost setzen, den Kreislauf in Gang setzen, Gedanken in den Sand setzen, in Kraft setzen, Preis setzen, in Wert setzen ... ohne Schweiss kein Preis – und was bleibt nach der warmen Dusche ...?

«Inwertsetzung von Landschaften und Lebensräumen» ruft nach einer Begriffsklärung. Mein Duden und mein Wahrig kennen nur «Wertsendung». Google aber bringt es auf 37 500 Einträge zu «Inwertsetzung» und gar 1,67 Millionen für «mise en valeur». Die schöner klingende französische Variante ist also weiter verbreitet, allerdings auch breiter.

Eine passende Definition ist schwierig zu finden.¹ Vielleicht liesse sich sagen: Die Inwertsetzung von Landschaften und Lebensräumen umfasst die Identifikation und Nutzung verschiedener ihrer Elemente, die aus gesellschaftlicher, ökologischer oder wirtschaftlicher Sicht einen Wert darstellen. Am Beispiel des Alpenraums soll im Folgenden skizziert werden, um welche Werte und vor allem welche Art von Nutzung es sich dabei handeln könnte.

Die ökonomische Sicht

Landschaften und Lebensräume können ihre Ressourcen grundsätzlich in Form von privaten oder öffentlichen Gütern «in Wert setzen», also wirtschaftlich nutzen. *Private Güter und Dienstleistungen* sind beispielsweise Produkte der Berglandwirtschaft oder Unterkunft, Verpflegung und touristische Transportleistungen. Qualitätszeichen, so genannte «Labels», können eine Hilfe sein, um Konsumentinnen und Konsumenten den speziellen Wert von Produkten aus einer Region zu zeigen und zu garantieren. Die Rolle des Staates kann es sein, derartige Qualitätsbezeichnungen zu schützen und damit einen funktionsfähigen Markt zu schaffen, in welchem Konsumentinnen und Konsumenten entscheiden können, ob ihnen ein Alpenprodukt einen Preisaufschlag wert ist.

Um öffentliche Güter handelt es sich – stark vereinfacht –, wenn sie nicht ohne weiteres marktfähig sind. «Der Markt versagt», sagt die Ökonomie. Beispielsweise kann für saubere Luft und schönes Wetter kein Preis verlangt werden, weil die Konsumentinnen und Konsumenten nicht vom Genuss dieser Güter ausgeschlossen werden können. In anderen Fällen – beispielsweise bei einem Naturpark – wäre es vielleicht teuer, aber möglich, Eintrittspreise zu verlangen. Volkswirtschaftlich wäre es aber sinnvoller, im Rahmen der Kapazitäten möglichst vielen Besuchenden den Genuss zu ermöglichen und sie nicht mit hohen Preisen davon abzuhalten. In beiden Fällen führt der Markt nicht zu volkswirtschaftlich optimalen Lösungen. Was kann der Staat tun? Er kann

beispielsweise die «Produzenten» dieser öffentlichen Güter für ihre Leistung bezahlen, wie dies mit den Direktzahlungen für ökologische Ausgleichsflächen der Fall ist. Der Preis ergibt sich dann nicht am Markt, sondern in der politischen Ausmarchung. Dabei helfen auch Studien über den Nutzen solcher Güter bei der Festlegung (vgl. auch Artikel S. 11 und S.13).

Die Gedankenfetzen des Morgen-Joggings tauchen wieder auf: Es gilt, Werte zu entdecken: Was wäre das Joggen ohne diese Berglandschaft?! Und es gilt, ihnen den richtigen Preis zu geben. Inwertsetzung heisst deshalb auch Inkraftsetzung von Regeln, falls der Markt versagt.

... mehr als Vermarktung

Der ökonomische Ansatz zeigt deutlich: Es gibt eine privatwirtschaftliche und eine volkswirtschaftliche Seite der Inwertsetzung. Die privatwirtschaftliche Seite entspricht der «Vermarktung» im umfassenden und positiven Sinn des Wortes: Natürliche Ressourcen wie landschaftliche Schönheit oder Schnee müssen geschickt mit Produkten und Dienstleistungen kombiniert werden und einen Absatzmarkt finden. Allerdings weht diesbezüglich ein rauer Wind: Die Konkurrenz ist gross und Nischen sind immer schwieriger zu finden. Doch gibt es interessante Beispiele, etwa das «Fluvarium-Kompetenzzentrum Wasser»² oder die Bemühungen im internationalen Netzwerk für den ländlichen Tourismus (www.destilink.net).

«Zu guter Letzt und jenseits politischer und ökonomischer Debatten: Für mich hatte das morgendliche Landschaftserlebnis im Simmental auch einen emotionalen Wert, und das macht ja die Debatten wohl so lebhaft.»»





Beiträge zur Inwertsetzung des NFP 48

Verschiedene Projekte des NFP 48 haben zu den skizzierten Fragen Ergebnisse geliefert. An dieser Stelle sollen einige Mosaiksteine beleuchtet werden:

Das Projekt von Nils Soguel (vgl. S. 11) zeigt, dass sich schöne Landschaften im Wert der Liegenschaften niederschlagen. Die Mietzinse steigen proportional zur Landschaftsqualität. Noch stärkeren Einfluss hat allerdings das Skipistenangebot des jeweiligen Ortes. Andere Methoden der Landschaftsbewertung entwickelten die Projekte Bebi und Schwarzwälder (vgl. S. 15).

Das Projekt von Thomas Bieger und Heinz Rütter (vgl. S. 15) zeigt die möglichen regionalwirtschaftlichen und touristischen Entwicklungsstrategien auf. Besonders schwer haben es Regionen, die nicht in Agglomerationsnähe sind und nicht – oder nicht mehr – über ein konkurrenzfähiges Tourismusangebot verfügen. Randregionen, so genannte «periphere Regionen» – haben es ebenfalls schwer.

Die Grundversorgung (Telekommunikation, Post, öffentlicher Regionalverkehr, Elektrizität) spielt dabei gemäss dem Projekt von Alain Thierstein (vgl. S. 25) in vielen Fällen nicht die entscheidende Rolle für die regionale Entwicklung.

Von Naturparks darf man sich – etwa gemäss dem Projekt von Erwin Rüegg (vgl. Themenheft II, S. 16) – nicht zu viel Einkommen versprechen. Um zusätzliches Einkommen zu generieren, ist eine Kombination traditioneller Nutzungen mit neuen Dienstleistungen, die vor allem Feriengäste anlocken, erforderlich. Der Ressourcenaufwand für die Lancierung und den Betrieb eines Parks darf dabei nicht unterschätzt werden.

Mit den künftigen Potenzialen der Landwirtschaft im Berggebiet beschäftigten sich die Projekte von Priska Baur und von Stefan Pfefferli (SULAPS, Themenheft II, S. 20). Die Landwirtschaft kann einen Beitrag zu einer für Touristen und Ansässige attraktiven Landschaft leisten.

Die Verkehrserschliessung stellt eine wichtige Voraussetzung für die Inwertsetzung im Tourismus dar: Das Projekt von Kay Axhausen (vgl. S. 22) weist nach, dass sich die Erreichbarkeit in den letzten Jahrzehnten generell stark verbessert hat. Allerdings hat dies nur teilweise zu einem Bevölkerungswachstum oder zum wirtschaftlichen Aufschwung der Bergbahnen geführt.

Das Projekt FUNalpin von Martin Boesch (vgl. S. 28) beschäftigte sich mit der Frage, wie ein Label für eine Region entwickelt, zertifiziert und eingesetzt werden könnte. Zertifizierte Labels könnten die Entwicklungschancen einer Region stärken, sofern die Konsumentinnen und Konsumenten hinter dem Label einen wirklichen Wert erkennen. Labels könnten aber auch eine Rolle spielen, wenn es um die Abgeltung öffentlicher Güter durch den Staat geht.

Das Projekt von René L. Frey (vgl. Themenheft II, S. 26) stellt unter anderem mögliche Finanzierungsformen zum Schutz alpiner Regionen dar – beispielsweise Umweltfonds (z.B. halbstaatliche Landtrusts) oder Entwicklungsrechte, die zwischen Schutzgebieten und Agglomerationen handelbar wären.

Die Ergebnisse des Projektes ALPAYS von Felix Walter (vgl. S. 9) zeigen schliesslich, dass die Bevölkerung des Alpenraums deutlich weniger Steuern bezahlt und pro Person mehr Mittel aus dem Finanzausgleich und mehr Subventionen bezieht als die übrige Schweiz. Diese Unterstützung kann als Bereitschaft zum Lastenausgleich betrachtet werden.



Die «volkswirtschaftliche Seite» offenbart, dass Abgeltungen für bestimmte, nicht direkt marktfähige Leistungen denkbar und auch volkswirtschaftlich effizient sein können. Die Kunst besteht darin, die richtigen Anreize zu setzen, damit wirklich das gewünschte öffentliche Gut – zum Beispiel der Unterhalt eines Gewässers oder die Pflege eines Wanderweges – produziert wird und nicht Fehlleistungen wie Milchschwemme und Butterberge entstehen – und dazu noch ökologische Probleme. Kurz gesagt: Man muss das Schützen – oder den Willen zum Schützen – nutzen (vgl. NFP 48-Projekt von Erwin Rüegg «Wie macht man Alpenlandschaften zum Entwicklungsfaktor?», Themenheft II, S. 16).

Versuch einer Zusammenfassung in Thesen

- Lokale Ressourcen – insbesondere Landschaften, aber auch wirtschaftliche Stärken – können entweder als private oder als öffentliche Güter betrachtet und ökonomisch genutzt werden. Je nachdem sind Gegenleistungen (Abgeltungen) über den Markt oder aus dem Kreis der Nutzniessenden beziehungsweise von der Allgemeinheit (Staat) anzustreben.
- Private Güter – wie Lebensmittel aus der Berglandwirtschaft oder touristische Dienstleistungen – müssen auf dem Markt als «etwas Besonderes» positioniert werden, wobei die Qualität und die Herkunft – allenfalls über Labels und Qualitätssicherungsverfahren garantiert – einen wichtigen (Mehr-)Wert darstellen.
- Die landschaftliche Schönheit kann auch in Form nicht marktfähiger Güter indirekt «vermarktet» werden – sei es durch die Nutzung im Tourismus oder mittels Abgeltungen für die Bewahrung der Landschaft. Dafür besteht in der ganzen Schweiz eine Zahlungsbereitschaft (Options- und Existenzwert). Im Falle einer Abgeltung ist die Gegenleistung – das heisst der entsprechende «immaterielle» Nutzen – mittels Leistungsvereinbarungen oder anderer Instrumente sicherzustellen.

- Der Alpenraum erwirtschaftet den grössten Teil seiner Mittel selbst. Der Tourismus spielt dabei eine grosse Rolle. Die Ausgleichsbeiträge zugunsten des Alpenraums sind bedeutend. Ebenso bedeutend sind aber die Wohlstandsunterschiede, die trotz dieser Beiträge bestehen bleiben.

- In vielen Bereichen sind die Ausgleichsmechanismen heute noch intransparent und ineffizient. Sie setzen falsche Anreize und haben viele unerwünschte Nebenwirkungen. Gewisse Subventionen tragen zwar zum Schutz von Natur und Landschaft bei. Der negative Effekt auf Natur und Landschaft von Subventionen, die im Verkehr, in der Landwirtschaft und im Tourismus ausgerichtet werden, dürfte jedoch viel grösser sein.

- Die Grundversorgung – der so genannte «Service public» – im Bereich der Infrastrukturen ist für die wirtschaftliche Entwicklung in den Alpenregionen zwar wichtig. Andere Standortfaktoren sind aber von ebenso grosser oder noch grösserer Bedeutung. Zu beachten bleibt allerdings die «Summenwirkung» (kumulierter Gesamteffekt) zahlreicher Massnahmen, welche die Standortgunst und die Entwicklungsmöglichkeiten dieser Regionen beeinflussen.

- Die Erreichbarkeit von Alpenregionen spielt für den Tourismus eine bedeutende Rolle. Eine bessere Verkehrserschliessung kann aber ebenso negative Auswirkungen wie Abwanderung, Umweltbelastung und mehr Tagestourismus mit sich bringen wie zu positiven Effekten – beispielsweise zur Attraktivitätssteigerung – beitragen.

- Der Wert der Landschaft lässt sich über die Zahlungsbereitschaft messen, zum Beispiel in Form höherer Mieten für Wohnungen in schöneren Landschaften oder in Form der Reisekosten, die in Kauf genommen werden. Es gibt aber auch andere Bewertungssysteme, die eine Annäherung an diesen Wert erlauben. Ein «Recht für Abgeltung» lässt sich daraus aber nicht direkt ableiten.

- Die moderne Regionalpolitik setzt auf Innovationen und die kreative Nutzung lokaler Ressourcen. Das wirtschaftliche Potenzial dieser Strategien bleibt allerdings begrenzt. Die Qualitätssicherung über Labels und das gezielte Monitoring der nachhaltigen regionalen Entwicklung sind Ansätze, die zur Nutzung des wirtschaftlichen Potenzials ohne Gefährdung der Umwelt beitragen können. Viele Alpenregionen werden trotzdem auf direkte Unterstützung – beispielsweise den Finanzausgleich – angewiesen bleiben. Das Ausmass der dezentralen Besiedlung und die hierfür geäusserte Zahlungsbereitschaft in Form von Transfers aller Art bleiben damit eine politisch wichtige Frage.

¹ Eines der wenigen Beispiele: Fachhochschule Erfurt; <http://www.fh-erfurt.de/la/fopo/ipbrach/Fachlexikon%20Inwertsetzung.htm> (28.10.2005) «Inwertsetzung von Freiraum: Es handelt sich dabei um einen Qualitätsbegriff, der sich aus Merkmalen wie Gesundheitswert, Sozialraum, Stadtnatur, Ästhetik, Geschichts- und Kulturwert erklärt. Die Qualität des Freiraumes trägt unmittelbar zur Verbesserung der Lebensqualität bei. So führt z.B. ein verbessertes Stadtklima (weniger Luftverschmutzung, geringere Lärmbelastigung) zu besserer Erholung und Gesundheit der Bewohner. (...) Aus den Merkmalen wie Gesundheitswert, Sozialraum, Stadtnatur, Ästhetik, Geschichts- und Kulturwert lassen sich Strategien entwickeln, welche z.B. die Verbesserung von Aufenthaltsqualität und des Stadtklimas zum Ziel haben können.»

² Siehe seco/are (2005): info-bulletin regio+ / interreg 7/2005, www.regioplus.ch

* **Felix Walter** leitete das NFP 48-Projekt ALPAYS sowie die thematische Synthese IV. Felix Walter ist Partner der Forschungs- und Beratungsfirma Ecoplan in Bern und Altdorf und war unter anderem Programmleiter des NFP 41 «Verkehr und Umwelt».

Interessenausgleich beim Produkt «Landschaft»

Text Bernard Lehmann, Prof. für Agrarökonomie ETH Zürich,
Präsident der Leitungsgruppe des NFP 48
Urs Steiger, Kommunikationsbeauftragter NFP 48

Vielfalt prägt den Alpenraum

Kaum etwas liegt weniger brach als das Interesse für die Alpen. Alle wollen etwas von ihnen – nur alle etwas anderes: Landwirtschaft, Erholung, Wildnis, Kultur, Sport. Mit seiner aussergewöhnlichen Vielfalt bietet das seit Jahrhunderten besiedelte Alpengebiet dabei einzigartige Voraussetzungen, dass alle auf ihre Rechnung kommen könnten. In der alpinen Landschaft finden sich ebenso ruhige Erholungszonen wie hektische Ressorts mit einem breiten Sport- und Eventangebot. Die durch Land- und Forstwirtschaft genutzte Landschaft bewahrt ebenso kulturelle wie ökologische Werte. Natürliche Ressourcen wie Wälder, Wiesen und Weiden – die prägenden Ökosysteme des Alpengebietes – bilden dabei die wesentliche Grundlage für die direkte land- und forstwirtschaftliche Nutzung und die indirekte Nutzung durch Tourismus, Naturschutz usw. Die Nutzungen selbst – ob direkt oder indirekt – wirken in positiver oder negativer Weise wieder auf die natürlichen Ressourcen zurück. Beispielsweise hat erst die jahrhundertelange Bewirtschaftungsvielfalt der Alpwiesen und -weiden die hohe Biodiversität der Alpen hervorgebracht, welche heute durch den Trend zu monotoner und intensiver Nutzung wieder vermindert wird.

Ausgewogenheit anstreben

Um die günstigen Voraussetzungen für die langfristige Nutzung im Alpenraum nicht zu gefährden, sind Ausgewogenheit in der Nutzung des Raumes und eine gute Mischung der in ihm produzierten Produkte (Güter und Dienstleistungen) erforderlich. Vor allem auch deshalb, weil die verschiedenen Nutzungen aufeinander angewiesen sind. Ein Sportressort etwa braucht eine Tourismusinfrastruktur mit Kunstseilbahn, Golfplatz und Skipisten ebenso wie die unberührte, verschneite Winterlandschaft mit weiter Aussicht. Die wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen Jahrzehnte hat dabei das Gleichgewicht verschoben.

Produzierte eine funktionsfähige Landwirtschaft lange «schöne Landschaft» praktisch als Nebenprodukt der Nahrungsmittelherstellung, ist dies heute nicht mehr der Fall. Da die Landwirtschaft als Folge der Globalisierung nicht mehr kostendeckend produzieren kann, gibt es auch schöne Landschaften nicht mehr zum Nulltarif. Gleichzeitig haben Landschafts- und Naturschutz, die einen weitgehenden oder vollständigen Verzicht auf Inwertsetzung verlangen, aus verschiedenen Gründen an Bedeutung gewonnen. Um diese Form der Nutzung sicherzustellen, ist der Verzicht auf Nutzung abzugelten.

Verhandlungssache «schöne Landschaft»

Bis vor wenigen Jahren war «Landschaft» ein Nebenprodukt der Nutzung der natürlichen Ressourcen. Das Spektrum reichte dabei von Verschandelung bis zu Landschaften nationaler Bedeutung wie dem Lavaux am Genfersee. Um schöne Landschaften im Sinne des Umwelt- und des Landschaftsschutzes zu bewahren, wurden in den letzten Jahrzehnten Vorschriften und Anreizsysteme eingeführt. Damit wird ein Marktversagen korrigiert. Denn wer sich allein auf den Markt ausrichtet, leistet nicht mehr dasselbe im Bereich Landschafts- und Umweltschutz. Wer sich auf Letzteres ausrichtet, verliert Geld und Wettbewerbsfähigkeit. Derartige potenziell entgangene Gewinne werden als Opportunitätskosten bezeichnet, die bisher in Bezug auf die Landschaft nicht oder nur in Ausnahmefällen gedeckt wurden. Ein Beispiel für die Abgeltung der Opportunitätskosten sind beispielsweise die Ausfallentschädigungen für entgangene Wasserzinsen beim Verzicht auf die Wasserkraftnutzung in der Greina. Direktzahlungen in der Landwirtschaft, welche die ökologische und landschaftspflegerische Leistung der Bauern abgelden, würden den Verzicht auf intensive Nutzung zugunsten «schöner Landschaft» mit einem bestimmten ökologischen Standard abgelden. Die Höhe dieser Abgeltungen bleibt Gegenstand der (politischen) Verhandlungen zwischen dem Alpenraum und der übrigen Schweiz. Im Rahmen dieses Dialogs wird das Gleichgewicht gesucht zwischen dem Gestaltungsraum der Alpenbewohnerinnen und -bewohner und dem öffentlichen Gut Landschaft. Mit Gewissheit kann der Alpenraum dabei die bisher gepflegte und bewahrte Landschaft als wichtige Ressource und stark nachgefragtes Gut einbringen.





Alpenwert und Alpenwerte

Text Andreas Stalder*, Bern

«Landschaften» einschliesslich ihrer Lebensräume, aber auch die «Alpen» sind derzeit kein attraktives Thema. Landschaften interessieren nur noch, wenn wir nachweisen können, dass mit ihnen rasch, viel und sehr direkt Geld verdient werden kann. Das ist «Wert-Schöpfung», bloss auf eine eindimensionale Sichtweise reduziert. «Alpen» – ihre Bewohner, ihre Ressourcen – werden, wie andere periphere Regionen, zunehmend auf Kostenfaktoren reduziert. Der Beitrag der Landschaften und Lebensräume an unser Wohlbefinden, an unseren Wohlstand, macht zwar vielleicht auch einen zweistelligen Prozentanteil aus, doch klumpert er nicht wie eine «Slot Machine» und setzt sich aus unbequem vielen und komplexen Aspekten zusammen. Er muss erarbeitet, erlebt und zuallererst auch überhaupt wahrgenommen werden.

Umso erfreulicher ist es, dass sich die Wissenschaft, dass sich Institutionen wie der Nationalfonds mit seinen nationalen Forschungsprogrammen mit den Landschaften des Alpenraumes beschäftigen. Die Forscherinnen und Forscher liefern einen wertvollen Beitrag zur Sensibilisierung auf das Thema «alpine und andere Landschaften». Sie liefern uns – den in der Verwaltung und Politikumsetzung Tätigen – mit ihren Beiträgen wertvolle Unterstützung in Form differenzierter Entscheidungsgrundlagen und neuer disziplinübergreifender, methodischer Ansätze für die tägliche Arbeit. Sie liefern Argumente gegen jene, die ihre allzu oft bloss partikulären Interessen mittels undifferenzierter Nutzung öffentlicher Güter «in Wert setzen» möchten und dabei die öffentlichen Interessen und insbesondere diejenigen künftiger Generationen gering schätzen.

Den Landschaftsforschenden möchte ich den Rücken stärken mit dem Hinweis auf das moderne Landschaftsverständnis, das die Landschaft immer mehr versteht als

- Gesamttraum mit allen seinen Naturräumen, Kulturlandschaften wie auch wachsenden urbanen Räumen,
- Ausdruck des gewachsenen kulturellen Erbes und seiner kontinuierlichen Weiterentwicklung sowie
- Ausdruck unserer Wahrnehmung, die vor dem Hintergrund unserer gesellschaftlichen Werte erfolgt.

In diesem Sinne bitte ich die Forschungsgemeinschaft: Beschäftigen Sie sich einlässlich und eindringlich mit dem Thema «Werte» in allen seinen Facetten und helfen Sie mit, die vorherrschende eindimensionale, auf «Wertschöpfung» reduzierte Sichtweise zu überwinden. Dabei kommt der Kommunikation zentraler Stellenwert zu: Helfen Sie deshalb mit, die Erkenntnisse leicht verständlich hinauszutragen, damit in der breiten Bevölkerung Interesse geweckt, Betroffenheit erzeugt und Verantwortung übernommen werden kann. Damit belegen Sie als Forscherinnen und Forscher die Relevanz Ihrer Arbeit und erreichen Glaubwürdigkeit und Anerkennung!

* **Andreas Stalder** ist Chef der Sektion «Landschaft und Landnutzung» des Bundesamtes für Umwelt und in verschiedenen Begleitgruppen der thematischen Synthesen des NFP 48 vertreten. Er präsentierte den vorliegenden Text als Moderator an der «Phil.Alp»-Tagung im Juni 2005 in Bern.



Walter und Wilhelmine zum Lastenausgleich zwischen den Alpen und dem Rest der Schweiz

Der folgende Dialog zwischen Walter und Wilhelmine ist dem Forschungsbericht «Die Alpen und der Rest der Schweiz: Wer zahlt – wer profitiert?» entnommen. Im Prolog dieses Berichts haben die Autorin und der Autor* zentrale Erkenntnisse ihrer Arbeit in eine prononcierte, nicht wissenschaftlich ausgewogene Form gebracht. Bewusst werden dabei auch Klischees angesprochen, um die Spannungsfelder und die Brisanz der einzelnen Themen aufzuzeigen. Zu Worte kommen dabei die Alpenbewohnerin Wilhelmine und der Stadtbewohner Walter. Nicht zuletzt bringt der Dialog die unterschiedliche Herkunft der Forscherin und des Forschers zum Ausdruck.

Text Felix Walter, Bern,
und Helen Simmen, Altdorf

Wilhelmine: Hallo Walter, schön, dich wieder mal zu treffen. Du studierst ja jetzt schon seit vielen Jahren im Unterland, denkst du überhaupt noch an die Alpen?

Walter: Aber sicher, liebe Wilhelmine, wir haben gerade herausgefunden, dass ihr Alpenbewohner uns Unterländern das Geld aus

dem Sack zieht und auf unsere Kosten die schöne Alpenluft genießt – oder frei nach Rütlichschur – äh, Rütlichschur nach (René L.) Frey: «Wir wollen sein ein einig Volk von Schwestern, koste es, was es wolle, und ohne zu lästern.»

Jetzt pass aber auf, die Provokation mit dem Hut hatten wir doch

früher schon mal, und jetzt soll uns ein Doktorhut aus dem Unterland in Rage bringen?

Nein, nein, [zieht einen Apfel aus dem Sack] diesen Apfel esse ich lieber; und wir mögen euch ja das Geld gönnen. Aber wenigstens solltet ihr aufhören, immer zu jammern.

Genug der Worte, nun will ich endlich Fakten sehen.

Vor diesen Fakten kannst du wahrlich den Hut ziehen: Erstens zahlen wir den Äplern fast 6 Milliarden für ihre griesgrämige Gastfreundschaft im Tourismus.

Aber halt, als alte Lateinerin sage ich «do ut des» – ihr gebt, damit euch gegeben wird. Euer Nutzen ist ja mindestens so hoch wie diese 6 Milliarden.

Stimmt, aber bei den Subventionen ist es anders, da kriegt ihr pro Kopf von der neuen Eidgenossenschaft 3200 Franken, und wir nur 2700.

500 Franken mehr pro Jahr ist ja nicht so viel, kaum ein Tageslohn eines Unterländer Professors – wir haben doch viel höhere Mehrausgaben, denk nur an den Transitverkehr, die Lawinen und so.

Es sagt ja auch niemand, dass ihr alle im Lawinenhang eure Chalets bauen müsst – und überhaupt, an Bundessteuern zahlen wir pro Kopf doppelt so viel wie ihr Äpler, nämlich 4200 pro Kopf, und ihr nur 2000 Franken.

Wir haben ja seit 1291 auch keine Kopfsteuern mehr, sondern eine soziale Marktwirtschaft. Da wollen wir doch hoffen, dass ihr Freienbacher und andere «Usser-Schwyzer» nach all den Abzügen noch etwas abliefern.

Trotzdem: Ihr kassiert pro Kopf einen Fünftel mehr Subventionen als wir, und umgekehrt zahlt ihr pro Kopf nur halb so viel Steuern wie wir für unsere neueidgenössischen Aufgaben. Und beim Finanzausgleich beträgt der Unterschied nochmals 700 Franken pro Kopf zu euren Gunsten.

Aber dafür profitieren doch vor allem die Berner und Zürcher von den Bundesaufträgen und den Bundesangestellten.

Das stimmt, aber der Unterschied bei den Bundesaufträgen ist sehr klein: Wir bekommen pro Kopf für 490 Franken Bundesaufträge, ihr nur für 410. Bei den Löhnen ist die Differenz schon grösser, da bekommen wir netto rund 300 Franken pro Kopf mehr.

Und dann die Wasserzinsen: Da verwehren uns ja die Vögte aus dem Unterland, dass wir endlich einen gerechten Preis für unser Gefälle verlangen können.

Seid froh, dass ihr die Wasserzinsen überhaupt noch bekommt, denn es sind immerhin 250 Millionen pro Jahr, die wir Unterländer via Strompreis zu euch hinaufschicken. Und wenn wir schon beim Strom sind: Eure Stromnetze sind ja viel teurer, und deshalb müsstet ihr eigentlich 29 Millionen mehr zahlen als heute – Verursacherprinzip, meine liebe Wilhelmine. Leider sind die Preise im Ober- und im Unterland gleich hoch statt verursachergerecht; es ist also eine Quersubvention auf unsere Kosten.



Und jetzt sagst du sicher, bei den Strassen seien's nochmals ein paar Millionen, dabei haben wir doch den Gotthardtunnel für euch Unterländer gebaut.

Tatsächlich, bei den Strassen seid ihr die Geprellten, denn euch bleiben trotz Subventionen hohe Restkosten, die eigentlich die Mitbenutzerinnen und Mitbenutzer aus dem Unterland zahlen müssten; das macht immerhin 150 Millionen aus.

Oh, Zahl um Zahl – und die Moral von der Geschicht'?

... so einfach ist die nicht ...

Du meinst: Zur Armbrust griff der Tell einst in der hohlen Gasse, der heut'ge Äpler geht mit hohler Hand zur Bundeskasse?!

... so einfach ist die nicht!

Zwar fliesst viel Geld ins Alpenland, aus Privat- und Bundeshand. Doch trägt der Äpler wirklich schwere Lasten, da wollt ihr Zürcher Bankers noch entlasten?! Zu viel, zu wenig? ... gibt die Schweiz für Ausgleich aus? Entschieden wirds im Bundeshaus! Hierzu Fakten liefern war das Ziel, und dafür krampften wir gar viel.

Schau vorwärts, Walter, und nicht hinter dich!

*** Felix Walter**, ecoplan, Bern und Altdorf, war Leiter des Forschungsprojekts «ALPAYS – Alpine Landschaften: Wer zahlt was? Kosten- und Nutzenströme zwischen Alpengebiet und «Rest-Schweiz» sowie Reformvorschläge». Walter ist zudem Verantwortlicher der thematischen Synthesen III, «Verhandlungsprozesse und andere Instrumente der Landschaftsgestaltung», und IV, «Wirtschaftliche Inwertsetzung von Landschaften und Lebensräumen», des NFP 48.

Helen Simmen ist Mitarbeiterin bei ecoplan und Hauptautorin des Forschungsberichtes «Die Alpen und der Rest der Schweiz: Wer zahlt – wer profitiert?» (vdf-Verlag Zürich, ISBN 3-7281-3013-3).



Vom Wert der schönen Aussicht

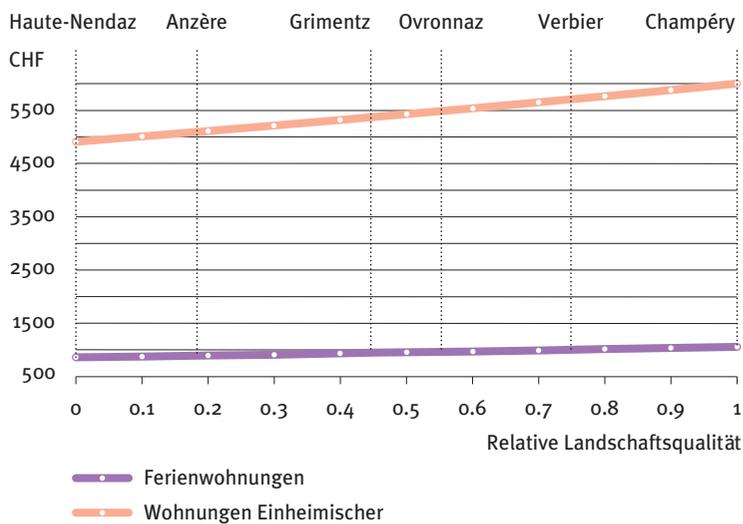
Um in den Genuss der Alpenlandschaft zu kommen, reisen Erholungsuchende weit. Doch ist ihnen die alpine Landschaft auch etwas wert? Wie schlägt sich die Schönheit der Aussicht und des Ortsbildes beispielsweise auf die Mietzinsen nieder? Die Ökonomen Nils Soguel* und Alexandre Tangerini haben sich dieser Frage angenommen und die Mietpreise von 500 Wohnungen in sechs Walliser Skiorten untersucht. Schlussfolgerung: Erholungsuchende und Einheimische stellen nicht immer dieselben Ansprüche.**

Text Anna Hohler, Lausanne

Die Überschrift des Berichtes lässt aufhorchen: «Monetäre Evaluation der Landschaftsqualität». Wie kann einem Panorama, wie es sich von einer bestimmten Terrasse aus präsentiert, ein Preis in Schweizer Franken zugeordnet werden? Oder der Aussicht aus unserem Schlafzimmer? Oder aus der Wohnung der Nachbarn? Dazu Nils Soguel: «Unsere Studie basiert auf den Grundsätzen der so genannten 'Ökonomie des Glücks'. Um Entscheide zu fällen, die sich optimal auf die Zufriedenheit der Haushalte auswirken, muss eine Kosten-Nutzen-Rechnung erstellt werden. Es ist ja auch nicht so, dass etwas, das keinen Preis hat, deshalb keinen Wert hätte. Vor dem Bau eines Skiliftes müssen auch diejenigen Kosten berücksichtigt werden, die aus diesem Eingriff in die Landschaft entstehen. Man sucht nach Methoden, mit denen der Wert von Dingen oder Dienstleistungen bestimmt werden kann, die keinen Marktwert besitzen – in diesem Fall der Wert der Landschaft.» Eine dieser Methoden beruht auf dem hedonistischen Preismodell. «Dabei geht es darum», so Soguel, «die Beziehungen zwischen

dem Preis einer Sache und seinen verschiedenen Eigenschaften herauszuschälen. Welche Merkmale lassen beispielsweise den Preis eines Personenwagens steigen? Wer eine Wohnung mietet, mietet auch deren Eigenschaften: eine gewisse Anzahl Wohnräume, einen Ausbaustandard, einen bestimmten Balkon mit einer bestimmten Aussicht. Im Bereich der Umweltökonomie wurde die Methode des hedonistischen Preismodells bisher auf Aspekte wie Lärm oder Luftqualität angewandt. Der Fokus auf die Landschaft zwingt dazu, eine messbare Grösse zu finden, mit deren Hilfe die Qualität einer Landschaft ausgedrückt werden kann.»

Das Projektteam erhob und codierte Daten von über 500 Wohnungen in sechs verschiedenen Walliser Skiorten (Anzère, Champéry, Grimentz, Haute-Nendaz, Ovronnaz und Verbier). Erhoben wurden etwa die Anzahl der an Touristen vermieteten Wohnungen (80% aller untersuchten Wohnungen), lokale Merkmale jedes Skiortes (Anzahl Restaurants, Länge der Skipisten usw.), strukturelle Merk-



Mietzins für eine 3-Zimmer-Wohnung in Abhängigkeit von der ästhetischen Landschaftsqualität (Quelle: Soguel & Tangerini)

male und die Umgebung der Wohnungen (Alter des Gebäudes, Anzahl Wohnräume usw.). Insgesamt wurden fast neunzig Parameter erfasst – dabei auch Aspekte wie das Vorhandensein einer Kaffeemaschine, eines Schliesssystems für die Haupteingangstür oder die Anzahl der Schneekanonen in jedem Skigebiet. Ob es gelingt, denjenigen Anteil der Miete zu bestimmen, der für die Qualität der umgebenden Landschaft eingesetzt wird, hängt also unter anderem davon ab, wie vollständig alle anderen Faktoren aufgelistet werden, die einen Einfluss auf die Miete haben.

Nur drei Faktoren blieben schliesslich übrig, die direkt mit der Landschaft in Beziehung stehen: die Qualität der verbauten Umgebung, diejenige der natürlichen Umgebung und die so genannte «Leinwand» – ein Begriff, der sich auf die (gebogene) Projektionsfläche eines Kinos bezieht. Zur Ermittlung dieser Grösse wird für jedes Fenster einer Wohnung die in 20 Meter Distanz sichtbare Fläche der Landschaft bestimmt und pro Wohnung zusammengerechnet. Diese Variable – von den Autoren auch «Zugang zur Landschaft» genannt, lässt sich relativ einfach berechnen und gibt die Gesamtheit des Panoramas wieder, das von allen Fenstern und Balkonen einer Wohnung aus zu sehen ist.

Die Auswertung zeigte: Für eine Durchschnittsferienwohnung beläuft sich die Monatsmiete in den untersuchten Destinationen auf 5665 Franken. Die Durchschnittswohnung umfasst 2,7 Zimmer, befindet sich in einem Wohnblock mit 27 Wohnungen und wurde Ende der 1970er-Jahre gebaut. Sie weist einen Landschaftszugang von 580 m² auf, liegt in einer einigermaßen ruhigen Umgebung und ist von mittlerer Helligkeit. Die mittlere Tiefe des Balkons oder der Balkone beträgt 2,5 Meter.

Welche Rolle spielt jetzt aber die Qualität der Siedlung und der unverbauten Landschaft? Aus Gründen der Machbarkeit gingen Soguel und Tangerini davon aus, dass diese zwei Faktoren innerhalb eines Skortes konstant sind. So wählten sie für jeden Ort eine Reihe repräsentativer Bilder der Siedlung – zum Beispiel Hauptstrasse oder -platz – sowie der offenen Landschaft (typisches Panorama). Diese Bilder legten sie einer Expertengruppe vor, die sich aus Fachleuten des Tourismus, der Umweltwissenschaft und der öffentlichen Institutionen zusammensetzte. Für die

Auswertung wurde das so genannte «Macbeth»-Verfahren («measuring attractiveness by a categorical-based evaluation technique») verwendet. Dabei müssen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Fotos entsprechend ihrer eigenen Bevorzugung einordnen und die Abweichungen definieren. Ein Algorithmus berechnet daraufhin für jeden Ferienort eine Note zwischen 0 und 1.

Auf Grund dieser Rangierung ergibt sich eine klare Reihenfolge: Grimentz hat das schönste Dorfbild – weit vor Champéry. Andererseits wurde das Panorama von Champéry vor jenem von Verbier am höchsten bewertet. Haute-Nendaz rangiert in beiden Kategorien an letzter Stelle.

Aus diesen Bewertungen leiten Soguel und Tangerini ab, dass eine «Landschaftssicht» von 3530 m² den Mietwert einer Ferienwohnung im Vergleich zu einer Wohnung mit absolut versperrter Aussicht um 592 Franken erhöht. Während sich die Mietpreise von Ferienwohnungen und von Wohnungen Einheimischer bezüglich des Panoramas gleich verhalten, bewirkt eine bessere Ortsbildqualität zwar höhere Mieten bei den Ferienwohnungen, wirkt jedoch reduzierend auf die Mietzinsen der Einheimischen. Ähnliche Unterschiede zeigen sich auch in Bezug auf Skipisten und Wanderwege: Die Touristen bezahlen gerne mehr, wenn sie mehr Skipisten zur Verfügung haben. Für die Bewohner trifft dies nicht zu.

Es ist also tatsächlich so, dass Touristen und Einheimische der Landschaftsqualität ihres Ferien- oder Wohnortes eine gewisse Bedeutung zumessen. War das nicht vorhersehbar? «Gewiss», meint Nils Soguel, «dennoch musste dieses Faktum bewiesen und berechnet werden. Die bedeutendsten Resultate sind vielleicht diejenigen, welche den Unterschied zwischen Touristen und Bewohnern aufzeigen und die für die künftigen Entwicklungsstrategien der Ferienorte von grosser Bedeutung sind.» Wie erklärt sich beispielsweise die etwas seltsame Feststellung, dass die Einwohnerinnen und Einwohner eine geringere Ortsbildqualität vorzuziehen scheinen? «Wenn Sie das ganze Jahr in einem Ort wohnen, legen Sie vielleicht mehr Wert auf Funktionalität als auf Authentizität. Das ist jedoch nur eine Hypothese.» Weist dies darauf hin, dass authentisch gleichbedeutend ist mit ästhetisch – und funktionell mit hässlich? «Ein solche Bewertung hängt vermutlich vom Ort ab», antwortet Nils Soguel. «Für Skiorte trifft dies anscheinend zu. In einer urbanen Umgebung ist die Situation gewiss anders.»

* Prof. Dr. Nils Soguel, Lehrstuhl für öffentliche Finanzen am Hochschulinstitut für öffentliche Verwaltung, Idheap, Lausanne, Projektleiter des Projekts «Der Wert der Landschaft aus Sicht von Bewohnern und Touristen: Schattenpreise und Ausgleichsstrategien».

** Alexandre Tangerini, Projektmitarbeiter

Kontakt: nsoguel@idheap.unil.ch

Die Studie von Nils Soguel und Alexandre Tangerini erscheint 2006 unter dem Titel «Monetäre Evaluation der Landschaftsqualität» im vdf-Verlag, Zürich.



Welches ist der Preis der Landschaft?

Die Landschaft hat als öffentliches – also allen zugängliches – Gut keinen marktfähigen Preis. Der Landschaft fehlt damit ein quantifizierbarer Wert, der sich mit anderen Leistungen einer Region vergleichen liesse. Dadurch hat die Landschaft bei Planungsentscheiden oder im Konfliktfall oft schlechte Karten. Mit Studien zur Zahlungsbereitschaft haben Kati Baumgart* und Adrienne Grêt-Regamey in zwei NFP 48-Projekten Grundlagen erarbeitet, um diese Lücke zu füllen.**

Um wie viel teurer darf für Sie eine Ferienwohnung sein, wenn damit die bauliche Erweiterung von Davos unterbleibt oder keine neuen Skipisten in das Waldgebiet geschlagen werden? Wie viel höher darf die Kurtaxe ausfallen, wenn in Mürren auf den Bau eines Hotelkomplexes oder einer Ferienhaussiedlung verzichtet wird? Oder: Wie viel mehr Steuern wären Sie bereit zu zahlen, wenn damit die traditionelle Kulturlandschaft in Ihrer Gemeinde erhalten bliebe und so der Verbuschung und Verwaldung Einhalt geboten werden könnte?

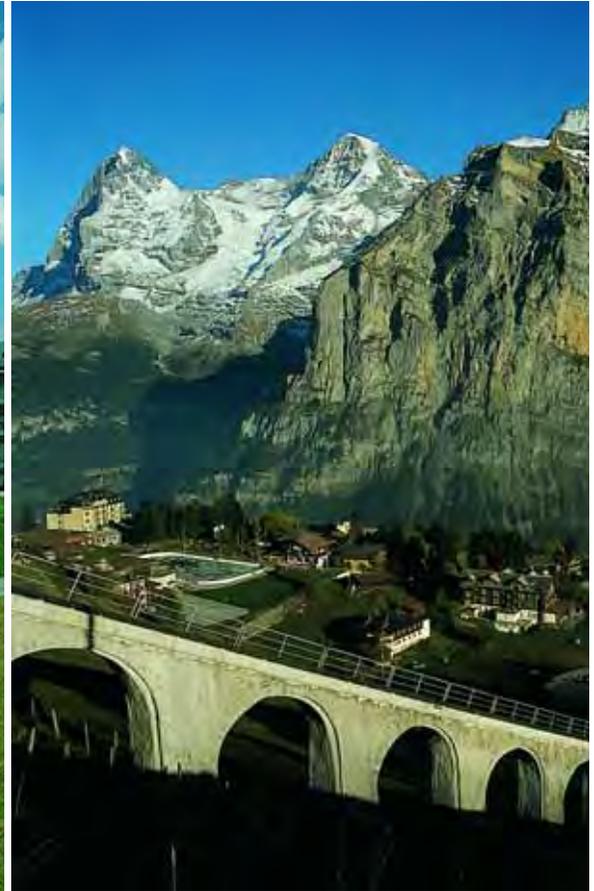
22 Franken mehr pro Skiwoche für Verzicht auf Bautätigkeit

Mit Fragen zu möglichen Landschaftsveränderungen im Raume Davos konfrontierte Adrienne Gret-Regamey Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer Internet-Umfrage. Kati Baumgart befragte die Einwohnerschaft sowie Touristinnen und Touristen in den Gemeinden Grindelwald, Mürren und Brienz zu drei möglichen landschaftsverändernden Projekten mit Hilfe eines Fragebogens. In beiden Studien dienten Fotomontagen dazu, die Landschaftsveränderungen fassbar zu machen.

In der Internet-Befragung zu den Landschaftsszenarien in Davos sprach sich eine Mehrheit der 266 Teilnehmenden für die Beibehaltung des heutigen Zustandes aus. Im Durchschnitt wären die Befragten bereit, für die Miete einer Ferienwohnung maximal 22 Franken pro Woche mehr auszugeben, wenn damit das Siedlungsgebiet nicht ausgedehnt würde und das aktuelle Landschaftsbild erhalten bliebe.

Indifferenz gegenüber Verwaldung

Gegenüber der Waldausdehnung waren die Befragten eher gleichgültig. Zwar äusserten sie mehrheitlich eine Vorliebe für eine nicht allzu starke Verwaldung, waren aber nur zur Hälfte auch bereit, dafür in die Tasche zu greifen. Diese Indifferenz gegenüber der Verwaldung zeigt sich auch in der ausführlicheren Studie von Kati Baumgart. Eines ihrer fiktiven Projekte in Brienz im Berner Oberland hatte zum Ziel, mit 75 000 beziehungsweise 130 000 Franken die Verbuschung und Verwaldung der Kulturlandschaft auf 124 beziehungsweise 214 Hektaren zu unterbinden. Die befragten



Touristen und die Bevölkerung zeigten diesbezüglich generelle Zurückhaltung. Sie signalisierten zwar Bereitschaft zur Unterstützung des Projekts, vorausgesetzt, dass der Nutzen klar erkennbar sei. Vor allem die Touristen legten Wert auf eine Vergrößerung des Lebensraums von Tieren und Pflanzen. Sie wären bereit, für die bevorzugte Projektvariante pro Aufenthalt 19 beziehungsweise 14 Franken mehr Kurtaxe zu zahlen. Die Wohnbevölkerung andererseits würde dafür eine Steuererhöhung von 90 beziehungsweise 68 Franken in Kauf nehmen.

Wie in Davos zeigten auch bei einem weiteren fiktiven Projekt in Müren BE die Befragten keine Begeisterung für eine Erweiterung des Siedlungsgebietes. Zu bewerten waren ein Hotel-/Appartementkomplex mit Flachdach oder Satteldach, eine Ferienhaussiedlung und die Erhaltung der heutigen Landschaft. Deutlich bevorzugt wurde von den Befragten jedoch die Landschaft, wie sie sich heute präsentiert, also ohne zusätzliche Bauten. Am ehesten könnten sich die Befragten eine Variante vorstellen, die sich architektonisch am bestehenden Ortsbild mit Satteldach orientiert.

Zahlungsbereitschaft grundsätzlich vorhanden

Die beiden Studien kommen zu erstaunlich ähnlichen Resultaten bezüglich der Zahlungsbereitschaft von Touristen und Anwohnern. Wie ähnliche Studien zeigen, kann dies allerdings auch durch die verwendeten Methoden bedingt sein. Die ermittelten Werte sind also nicht als absolut zu betrachten. Und im konkreten Fall würden sich viele Befragte vermutlich doch für das eigene Portemonnaie anstatt für die Landschaft entscheiden. Dennoch lassen ihre Ergebnisse auf eine grundsätzliche Wertschätzung der Landschaft schliessen und auf eine Bereitschaft, für die Landschaft auch finanzielle Aufwendungen in Kauf zu nehmen. Die Höhe der Preise findet allerdings auch Bestätigung durch die Studie von Nils Soguel in den Walliser Alpen (vgl. S. 11), die zeigt, dass die Mietpreise für Ferienwohnungen von der Schönheit der Aussicht abhängen – und die sind ja tatsächlich zu bezahlen.

Die Erkenntnisse von Gret-Regamey flossen in die Gesamtstudie zur Ökosystemleistung des Raumes Davos ein. Die Arbeit von Kati Baumgart diente einem Teilaspekt des Arbeitsinstrumentes ALPRO*, welches für eine umfassende Bewertung landschaftsverändernder Projekte im Alpenraum entwickelt wurde.

* **Kati Baumgart** war Projektmitarbeiterin im Projekt «Evaluation von Landschaftsentwicklungsprojekten auf Grund verschiedener Kriterien als Arbeitshilfe für die Moderation partizipativer Entscheidungsprozesse». Sie schrieb ihre Dissertation zur «Bewertung landschaftsrelevanter Projekte im Schweizer Alpenraum – Die Methode der Discrete-Choice-Experimente».

Projektleitung: **Dr. Bea Schwarzwälder**, IC Infraconsult AG, Bern

Als Produkt des Projekts entstand das EDV-Arbeitsmittel ALPRO, eine Arbeitshilfe zur Bewertung von landschaftsverändernden Projekten.

Kontakt: bea.schwarzwaelder@infraconsult.ch

** **Adrienne Grêt-Regamey** war Projektmitarbeiterin im Projekt ALPSCAPES, «Landschaftliche und ökonomische Zukunftsszenarien für alpine Regionen: Simulation von zukünftigen Landschaften und Entwicklung von regionalen Entscheidungshilfesystemen».

Projektleitung: **Dr. Peter Bebi**, Eidg. Institut für Schnee- und Lawinenforschung (SLF), Davos

Kontakt: bebi@slf.ch



Das Unternehmen «Alpenregion»

Glaubt man den Prognosen mancher Beobachter, dann stehen die alpinen Tourismusregionen vor einer düsteren Zukunft. Das Projekt «Nachhaltige Tourismusentwicklung im Alpenraum» hat Vorstellungen darüber entwickelt, wie die Regionen ihre Zukunft trotzdem nachhaltig und mit gezielten Strategien bewältigen und steuern können. Ein betriebswirtschaftliches Managementmodell dient dabei als Orientierungshilfe. Als zweites Instrument steht mit dem Projekt ein neues, spezifisches Monitoringsystem für nachhaltige Tourismus- und Regionalentwicklung zur Verfügung.

Text Stefan Christen, Luzern

So schlimm steht es nicht um den Tourismus in den Alpen – dies lässt sich jedenfalls im Rückblick erkennen: «Insgesamt zeigt sich, dass sich das gesamte Berggebiet und insbesondere auch die vier

« Der Tourismus ist nicht in jedem Fall der zentrale Treiber für die wirtschaftliche Entwicklung. »

von uns analysierten Regionen in den vergangenen Jahren erstaunlich positiv entwickelt haben», stellen die Forschenden* des Projektes «Nachhaltige Tourismusentwicklung im Alpenraum» fest. Allerdings: Das Berggebiet gibt es längst nicht mehr, dies zeigte sich auch im Vergleich der untersuchten Regionen Zermatt, Engelberg, Einsiedeln und Trachselwald. Ökologisch, ökonomisch und soziokulturell haben sich die Berggebiete – nicht nur in der Schweiz – ganz unterschiedlich entwickelt. Für die Analyse wurden die genannten Gebiete deshalb vor allem auf Grund ihrer unterschiedlichen Tourismusintensität und unterschiedlichen Nähe zu den Agglomerationen ausgewählt.

Die Grossen sind konkurrenzfähig

In der Studie interessierte insbesondere die Frage, welche Faktoren die unterschiedlichen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte



befördert haben. Eine der Antworten lautet: Obschon der Tourismus vielerorts Wesentliches zur Wirtschaftsleistung und zur Wertschöpfung beiträgt, ist er nicht in jedem Fall der zentrale Treiber für die wirtschaftliche Entwicklung im Berggebiet. Letzteres gilt nur für jene Gebiete, die international konkurrenzfähig sind und auch internationale Märkte bedienen – wie etwa Zermatt.

In Regionen, wo die «kritische Masse» fehlt, bleiben die positiven Effekte aus. Kurzum: Die Grossen können mithalten, die Kleinen geraten in die Krise oder gar unter die Räder. Dies lässt sich am Beispiel der Projektregionen erhärten: Zermatt ist eine typische Grossdestination, die mit der Fusion von Bergbahnen erfolgreich einen Strukturwandel bewältigt hat. Und Engelberg profitiert nicht zuletzt von den Titlisbahnen als «Lead-Betrieb, der auf internationale Märkte ausgerichtet ist».

Strukturwandel – und Funktionswandel

Der Strukturwandel in der Landwirtschaft hat die Entwicklung der letzten Jahre besonders stark geprägt. Die grossen Umwälzungen in diesem Bereich zwangen die Bevölkerung in den Berggebieten, sich nach neuen Erwerbsmöglichkeiten umzusehen. In vielen Gebieten ist dies gelungen, kommt die Studie zum Schluss. «Wir gehen aber davon aus, dass sich der Strukturwandel in den kommenden Jahren nochmals verschärfen wird und dass es gerade im voralpinen Raum zu einem spürbaren Abbau von Erwerbsmöglichkeiten kommen wird.» Der Wegfall von Arbeitsplätzen, der Ver-

lust persönlicher Identität, der soziale Abstieg: All diese gesellschaftlichen Folgen können in vielen Regionen nicht aufgefangen werden, geschweige denn von anderen Branchen kompensiert werden – auch nicht vom Tourismus. Und der Funktionswandel der Berggebiete wird sich in Zukunft fortsetzen. Dies bedeutet auch, dass sich die Probleme noch akzentuieren, viele Regionen werden wirtschaftlich und touristisch weiter schwächeln.

Suche nach der richtigen Strategie

Als weiteren Faktor der bisherigen Entwicklung identifiziert die Studie die geografische Lage: Tourismusregionen im Einzugsgebiet grosser Zentren entwickeln sich beispielsweise als Wohnstandorte mit einer guten Lebensqualität positiv – und wandeln sich gleichzeitig vermehrt zu Freizeitregionen. Der Übernachtungstourismus spielt dabei kaum mehr eine Rolle, dafür bietet der Tagestourismus gute Perspektiven. Dies gilt etwa für die Region Einsiedeln, die sich zu einer Wohn- und Freizeitregion mit Tagestourismus entwickelt hat, weil sie agglomerationsnah liegt und weil die Verkehrsinfrastruktur ausgebaut wurde. Trachselwald war und ist immer noch landwirtschaftlich dominiert, entwickelt sich jedoch zu einer ländlichen Region mit Freizeitfunktion.

Die Steuerpolitik der Gemeinden und Kantone könne solche Entwicklungen übrigens zusätzlich fördern – gerade dort, wo sich Regionen vermehrt als Wohnstandorte profilieren wollen, um damit das «Klumpenrisiko Tourismus» abzdämpfen. Grossdes-

« Diese gesellschaftlichen Folgen des landwirtschaftlichen Strukturwandels können in vielen Regionen nicht aufgefangen werden – auch nicht vom Tourismus. »



sondern stellt vielmehr einen Orientierungsrahmen dar, wie heute die Prozesse einer erfolgreichen Regionalentwicklung verstanden werden können und welche Gesichtspunkte berücksichtigt werden müssen».

Zentral bleibt der Begriff der Nachhaltigkeit: Auch eine nachhaltige Tourismus- und Regionalentwicklung bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Natur, Wirtschaft und Gesellschaft – dazwischen gilt es abzuwägen. Als Entscheidungsgrundlage kann dabei das im Projekt ausgearbeitete Monitoringsystem dienen. Es dient dem Managementmodell als Informationsbasis. Darin werden detaillierte Informationen zur Beurteilung und Bewertung der regionalen Entwicklung bereitgestellt. Das Monitoring gründet auf einem System mit normativen, strategischen und operativen Zielen, das die Regionen bei der Formulierung von Visionen und Strategien unterstützt. Mit rund 40 Basisindikatoren wird schliesslich gemessen und überprüft, ob die Ziele erreicht wurden. So soll sichtbar werden, welche Bereiche der Tourismus- und Regionalentwicklung nachhaltig sind und wo allenfalls nachgebessert werden muss.

Nach den Vorstellungen der Studienverfasser wird dieses Monitoring jährlich aktualisiert. Die Ergebnisse sollen mit dem Publikum in der jeweiligen Region diskutiert werden. Ohnehin betonen die

«Mit dem Monitoringsystem soll sichtbar werden, welche Bereiche der Tourismus- und Regionalentwicklung nachhaltig sind und wo allenfalls nachgebessert werden muss.»

tionen in alpinen Zentren hingegen können sich auf dem internationalen Markt des Aufenthaltstourismus positionieren. Bei Destinationen mittlerer Grösse könnte zudem eine Spezialisierung helfen, durch fokussierte Angebote einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen und damit auf deren geistige Landkarte zu kommen. Andernfalls bietet sich eine «Lean»-Strategie an: die konsequente Ausrichtung auf kosteneffiziente touristische Leistungen. In der «Peripherie der Peripherie» bietet der Tourismus hingegen kaum mehr eine Alternative: Hier könnten allenfalls integrierte regionalwirtschaftliche «Geschäftsmodelle» Wertschöpfung bringen.

«Kein Kochrezept»

Welche Strategie auch immer verfolgt wird – damit die Alpenregionen selbständig und handlungsfähig bleiben, bedarf es neuer Steuerungsmodelle, davon sind die Studienverfasser überzeugt. Zu diesem Zweck entwickelten sie ein Managementmodell für die Regionen, das in den Grundzügen dem so genannten «Neuen St. Galler Managementmodell» nachempfunden ist. Die Entwicklung einer Region wird dabei ähnlich wie jene eines Unternehmens begriffen, das sich an modernen Managementgrundsätzen und -prozessen orientiert. Das Modell versteht sich jedoch «nicht als Kochrezept für eine erfolgreiche Regionalentwicklung,

Autoren, dass ein solches Modell immer nur vor Ort mit Leben erfüllt werden könne. Der regionale Kontext, die aktuelle Situation, die bestehenden Institutionen und die bereits involvierten Akteure – dies alles müsse berücksichtigt werden. Derzeit laufen Gespräche mit Bergregionen, mit dem Ziel, einzelne Teile des Projektes konkret umzusetzen, etwa das Monitoring-Instrument. Im Zusammenhang mit der «Neuen Regionalpolitik» des Bundes sind zudem verschiedene Regionen an der Arbeit, ihre Managementstrukturen neu zu gestalten: Die Ergebnisse dieses Projektes könnten ihnen weiterhelfen.

*Das Managementmodell für alpine Regionen und das Monitoringsystem entstanden in Zusammenarbeit des Instituts für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT-HSG), Universität St. Gallen, und des Sozial- und Wirtschaftsforschungsunternehmens Rütter + Partner, Rüschlikon.

Projektleitung: Prof. Dr. Thomas Bieger (Managementmodell) und Dr. Heinz Rütter (Monitoringsystem)

Kontakt: thomas.bieger@unisg.ch; heinz@ruetter.ch



Tagesausflügler lassen sich nur bedingt lenken

Nicht als eigentlichen Machertyp, sondern vielmehr als Langstreckenläufer sieht sich Klaus Korner, Sekretär des Regionalentwicklungsverbands Einsiedeln (REV). Denn er ist überzeugt, dass es für den Erfolg in der Regional- und Tourismusplanung einen langen Atem braucht.

Text Pirmin Schilliger

«Der Tourismus ist in Einsiedeln* mit einem Beschäftigungsanteil von zwölf Prozent zwar ein bedeutender Wirtschaftszweig, aber bei weitem nicht derart wichtig wie etwa in Davos oder Zermatt», erklärt Klaus Korner. Die Baubranche und die Landwirtschaft spielen im Gebiet zwischen Zürichsee und den beiden Mythen immer noch eine überdurchschnittliche Rolle, und am stärksten wächst wie überall der Dienstleistungssektor. Die Region mit ihren sieben Gemeinden, deren Einwohner zu zwei Dritteln im Hauptort Einsiedeln leben, befindet sich in einem dynamischen Wandel.

Ausgelöst wurde er durch die Verkehrserschliessung. Der Bau des Autobahnnetzes hat den traditionellen Pilgertourismus völlig verändert. Die Wallfahrenden reisen heute als Tagestouristen im Bus an. Entsprechend sind die Logiernächte seit 1988 von 300 000 auf 180 000 zurückgegangen. Der Hotellerie geht es schlecht. Die Bettenauslastung dümpelt bei 25 bis 30 Prozent. Einige Häuser haben in den letzten Jahren dichtgemacht, andere halten sich mit der Gastronomie über Wasser. Die Restaurants sind denn auch die eigentlichen Gewinner einer Entwicklung, die immer weniger Übernachtungsgäste, dafür umso mehr Tagesausflügler in die Region lockt. Inzwischen strömen jährlich über zwei Millionen von ihnen in die Gegend. Nebst Pilgernden bilden Wandernde und Sporttreibende das wichtigste Segment.

Urbanes Berggebiet

Korner beobachtet den touristischen Strukturwandel nicht ohne Sorgenfalten, denn die Tagesausflügler verursachen eine grössere Umweltbelastung. An den Wochenenden stauen sich auf den Zufahrtsstrassen jeweils die Fahrzeuge. «Doch steuern lässt sich diese Entwicklung kaum», gibt er zu bedenken, «zu attraktiv ist die Naherholungsregion Einsiedeln für die Ballungszentren am linken Ufer des Zürichsees.» Seit dem Anschluss ans S-Bahn-Netz vor zwölf Jahren haben auch Arbeitspendler Einsiedeln entdeckt. Die Bevölkerung wächst seither rasant, und das IHG-Berggebiet¹ verstädert – zumindest in seinem Zentrum. Konsequenterweise heisst es jetzt im Leitbild der Region: «Wir sind ein Teil der Agglomeration Zürich.» Korner spricht von einem erstaunlichen Gesinungswandel. Er erinnert sich an jene Lokalpatrioten, die sich vor Jahren mit T-Shirt-Aufschriften wie «Ich bin kein Zürcher» von den Städtern demonstrativ abzugrenzen versuchten.

«Die Entwicklung hat damals – vor zwanzig Jahren – niemand wirklich gehnt», meint Korner. «Und selbst wenn ...», fügt er bei, «wesentlich beeinflussen könnte man den Lauf der Dinge wohl kaum.» So viel Skepsis aus dem Munde eines Regionalplaners mag überraschen, doch Korner spricht aus Erfahrung. Der Agroingenieur ETH, der Anfang der 1970er-Jahre über For-



schungsprojekte in die Regionalplanung rutschte und lange als selbständiger Berater tätig war, weiss um die Grenzen der Planbarkeit. Als Korner Präsident des Verkehrsvereins Einsiedeln war, scheiterte beispielsweise der Versuch, die regionalen Tourismusorganisationen zu fusionieren. «Touristiker sind eben Einzelkämpfer», meint er nüchtern. Gelernt hat er daraus, dass Zusammenarbeit am besten über konkrete Projekte gelingt. Eine Internet-Plattform beispielsweise, auf der sich die gesamte Region äusserst attraktiv präsentiert, ist zu einem grossen Erfolg geworden.

«Touristiker sind Einzelkämpfer.»

Zuckerbrote – aber keine Peitsche

In seinem Job als Regionalsekretär, den Korner seit zehn Jahren im Mandat ausübt, hilft ihm auch eine hohe Frustrationstoleranz. «Es ist normal, dass zwei von drei Projekten scheitern. Man kann eben nicht bestimmen, sondern muss die Leute gewinnen.» Trotzdem ist der Einfluss des Regionalsekretärs nicht zu unterschätzen. Er kann im IHG-Berggebiet einerseits mit zinslosen Darlehen Zuckerbrote verteilen – etwa für einen Golfplatz, für ein Hallenbad oder für die neuen Sprungschanzen. Doch möchte Korner manchmal – wenn es nicht vorwärts geht – auch zur Peitsche greifen. Er weiss aber sehr wohl, dass dies nichts fruchten würde. «Die Schwyzer sind zu eigensinnig. Sobald die Obrigkeit verordnet, regt sich der innere Widerstand.» Also verlässt sich der 64-Jährige, der auch über Projekterfahrungen aus Afrika und Kanada verfügt, lieber auf sein Gespür für lokale Empfindlichkeiten. Er kennt jene Reizwörter, die es unbedingt zu vermeiden gilt. «Der Regionalsekretär ist primär ein Moderator und weniger ein Macher», definiert er seine Aufgabe.

«Inzwischen ist», so stellt er fest, «die Bereitschaft auch unter den Touristikern gewachsen, am selben Strick zu ziehen.» Dies soll genutzt werden, um die immer akuter werdenden Zielkonflikte zwischen

Tourismus und nachhaltiger Entwicklung zu lösen. Vor allem im Winter, wenn die Skipisten auf dem Hoehybrig Sonne und Pulverschnee melden, stösst der Tagestourismus an die Grenzen der Belastbarkeit. Zur einzuschlagenden Strategie bemerkt Korner: «Wir werden zwar kaum zur Feriendestination werden, schön wäre es aber, wenn es gelingen würde, aus Tages- zumindest Zwei- oder Dreitagestouristen zu machen.» Dazu sollen neue Angebotspakete geschnürt werden, die Pilger-, Kultur- und Sportthemen verknüpfen.

Bei der Frage einer nachhaltigen Tourismusedwicklung könnten das im NFP 48 entwickelte Management-Modell und das Monitoring-System zumindest als gedankliche Leitplanke eine Rolle spielen. «Wirklich interessant wäre es, wenn sämtliche touristischen Regionen nach diesem Nachhaltigkeitsraster miteinander verglichen werden könnten», schränkt Korner ein. Ein derartiges Rating würde Einsiedeln helfen, seine Entwicklung auch qualitativ besser einzuschätzen. Denn wirtschaftlich hat der touristische Strukturwandel mindestens so viele Gewinner wie Verlierer erzeugt. «Ich vermute, dass die Wertschöpfung insgesamt nicht schlechter geworden ist», schätzt Korner die Lage ein. «Die Herausforderung der Zukunft wird es sein, den immer grösseren Strom von Tagestouristen in landschaftsverträgliche Bahnen zu lenken.»

¹ Region gemäss Investitionshilfegesetz (IHG)

*Einsiedeln war eines der Untersuchungsgebiete des Projekts «Nachhaltige Tourismusedwicklung im Alpenraum».

Projektleitung: Prof. Dr. Thomas Bieger (Management-Modell) und Dr. Heinz Rütter (Monitoring-System)

Kontakt: thomas.bieger@unisg.ch; heinz@ruetter.ch



Grosse Pläne rund um einen wertvollen Berg

Albert X. Wyler, Geschäftsführer der Bergbahnen «Titlis Rotair», des wichtigsten touristischen Leistungsträgers in Engelberg, hat über Jahrzehnte die wirtschaftliche Entwicklung der Gemeinde mitgeprägt. Und er hat Zukunftspläne, deren Nachhaltigkeit bei den Umweltverbänden nicht unbestritten ist.

Text Pirmin Schilliger

«Wenn es uns nicht mehr gäbe, ginge die Welt nicht unter», sagt Albert X. Wyler, seit sechs Jahren Geschäftsführer und davor während zwei Jahrzehnten Marketingchef der Titlis Rotair. Der 57-Jährige gilt zusammen mit seinem Vorgänger Eugenio Rüegger als treibende Kraft der überaus erfolgreichen Bergbahnen. Diese wiederum sind für Engelberg, wo sieben von zehn Arbeitsplätzen vom Tourismus abhängen, überlebenswichtig.

Wyler relativiert aber seine Rolle und wird nicht müde zu betonen, dass Hotellerie und Gastronomie mindestens so entscheidend seien. Tatsache ist, dass die Titlis Rotair nicht wie andere Bergbahnen mit öffentlichen Geldern aufgepäppelt werden muss. Sie ist kerngesund und kann den Aktionären jeweils auch eine hübsche Dividende ausschütten. «Erfolg verpflichtet, und deshalb kümmern wir uns auch um die schwächeren Glieder in der Tourismuskette», sagt Wyler. Also kaufte Titlis Rotair vor sechs Jahren das Pleite gegangene Hotel Terrace, um es wieder in Schwung zu bringen. Ein Schritt, der bei gewissen Hoteliers auch Ängste auslöste, die Bergbahnen wollten gleich die gesamte Beherbergung unter ihren Nagel reißen. Doch Wyler stellt klar, dass ihm kein amerikanisches Modell vorschwebt, eine Firma also, die vom Skilift bis zum letzten Hotelbett alles in einer Hand hält. «Wir möchten einfach sinnvolle Impulse für eine gute touristische Entwicklung geben.»

Erfolgsformel mit Sommergästen

Die Bergbahnen beteiligten sich zum Beispiel massgeblich am Bau eines 18-Loch-Golfplatzes. Und sie finanzieren die für den gesamten Ort verantwortliche Marketingorganisation Engelberg-Titlis-Tourismus (ETT) wesentlich mit. Wyler ist deren Verwaltungsratspräsident, womit in seinen Händen mehrere Fäden zusammenlaufen. «Zu viele», hört man zuweilen im Ort selber munkeln. Wyler weiss um solche Kritik, die ihm unterschwellig Machtgelüste unter-schiebt. Dabei sieht er in seiner Aufgabe vor allem die unternehmerische Herausforderung und die Verantwortung.

Der Erfolg ist auch Titlis Rotair nicht einfach so in den Schoss gefallen. Die Anlagen sind an 350 Tagen im Jahr in Betrieb. 40 Prozent der Einnahmen werden im Sommer generiert, vornehmlich mit asiatischen Gästen. Als Marketingchef half Wyler viele Jahre an vorderster Front mit, die neuen Herkunftsmärkte in den asiatischen Schwellenländern aufzubauen.

Angesichts des drohenden Klimawandels fragt sich jetzt, wie nachhaltig die Erfolgsformel mit dem sommerlichen Gletschererlebnis wirklich ist. «Auch bei uns schmilzt der Gletscher, und das müssen wir akzeptieren», sagt Wyler. Besorgniserregend sei der Schwund zwar noch nicht, fügt er bei. Das wärmere Klima bedingt



jedoch Massnahmen, etwa das Isolieren des Permafrostes bei den Masten. Vor zwanzig Jahren hätte sich Wyler nie vorstellen können, dass auch am schneesicheren Titlis der weissen Pracht eines Tages künstlich nachgeholfen werden müsste. Heute lassen die Bergbahnen zehn Prozent der Pisten beschneien.

Kapazitätsgrenzen

Trotz des Erfolges gibt es bei «Titlis Rotair» kein Zurücklehnen, denn «die Luft im Tourismusgeschäft ist dünn». Die Branche kämpft mit den hohen Personalkosten, was im internationalen Vergleich zu einem schlechten Preis-Leistungs-Verhältnis führt.

Ski-Grossregion

Pläne haben die Bergbahnen jedoch im Skigebiet selber. Wenn sich dort an Spitzentagen 7000 Sportler tummeln, wird es auf den schmalen Pisten eng. Deshalb möchte sich Titlis Rotair mit den benachbarten Destinationen Melchsee-Frutt, Hasliberg und Meiringen verbinden. Allerdings müssten dafür sieben neue Transportanlagen gebaut werden.

Das Vorhaben stösst bei den Umweltorganisationen nicht auf Begeisterung. Wyler ist aber überzeugt, dass in diesem Fall die Beeinträchtigung von Flora und Fauna akzeptierbar sein sollte, selbst wenn

«Die Bergbahnen sind für Engelberg, wo 7 von 10 Arbeitsplätzen vom Tourismus abhängen, überlebenswichtig.»

Langzeitgäste sind in den letzten Jahren in Engelberg seltener geworden. Umso stärker konzentriert man sich im Winter auf Skifahrer aus den Agglomerationen des Mittellandes. Das wissen dank der guten Erreichbarkeit vor allem Tagesausflügler zu schätzen. Allerdings bleiben sie nicht selten im Verkehrsstau stecken.

Wenn die Strassen zum Flaschenhals werden, wären zwecks einer Lösung alle Entscheidungsträger gefordert. Laut NFP-Studie weist Engelberg in diesem Punkt gewisse Defizite auf. «Ein eigentliches Prozessmanagement für die regionale Entwicklung findet nicht statt», wird bemängelt. Wyler kann solche Kritik nicht ganz verstehen. Er verweist auf ein Feinkonzept, das man sich schon vor Jahren verpasst hat: Die Zubringerkapazität ins Skigebiet ist auf 2300 Personen pro Stunde beschränkt worden, und darauf sind auch die Parkplätze, die Strassen und die Schiene ausgerichtet. «Diese Grösse wollen wir auch in Zukunft nicht verändern», betont Wyler.

man um gewisse Pistenkorrekturen nicht herumkommen wird. Der Chef der Bergbahnen erklärt: «Ein attraktives Skigebiet in der Nähe der grossen Städte, damit die Wintersportler aus Zürich und Basel nicht ins Südtirol oder nach Österreich fahren, das macht doch auch ökologisch Sinn.» Zur Frage der Nachhaltigkeit fügt er bei, wie schnell sich Bergbahnen auch wieder demontieren liessen, falls man sie eines Tages nicht mehr braucht. «Die Masten sind in einem Tag weg, die Fundamente in einer Woche, und nach drei Jahren sieht kein Mensch mehr, dass da einmal ein Skigebiet gewesen ist.»

Im Moment geht es aber im Titlis-Gebiet nicht um Demontage, sondern um Ausbau. Wyler, der zuweilen ungeduldige Machertyp, ist Realist und sucht mit allen interessierten Kreisen den Dialog. Sollten Umweltverträglichkeitsbericht und Raumplanungsbehörden zu einem negativen Befund kommen, so müsste er sich – schweren Herzens zwar – von der Idee der geplanten Ski-Grossregion in der Zentralschweiz wieder verabschieden.



Die Erreichbarkeit hilft den Destinationen auf die Sprünge

Welch zentrale Rolle die Erreichbarkeit für die touristische Attraktivität und die wirtschaftliche Nutzung der Alpen spielt, haben Forscher im Rahmen des NFP 48-Projektes «Verkehrssystem, Touristenverhalten und Raumstruktur in alpinen Landschaften» in sechs Tourismusorten genauer untersucht.

Text Pirmin Schilliger

«Je besser die Erreichbarkeit, desto höher der Berg», sagt Projektleiter Kay Axhausen* und zeigt auf eine Schweizer Karte mit höchst ungewöhnlicher Topografie: Dort, wo das Land eigentlich am flachsten sein müsste, recken sich Zentren wie Basel, Bern, Zürich, Lausanne oder Genf als steile Gipfel in die Höhe. Andererseits präsentieren sich die Berner, Bündner und Walliser Alpen als Ebenen, und die alpinen Täler der Rhone, des Rheins und des Tessins buckeln sich knapp zum sanften Mittelgebirge. «Die verkehrsmässige Erreichbarkeit verhält sich gerade umgekehrt zur tatsächlichen Topografie», erklärt Axhausen. Er weist auf weitere Karten, auf denen die Schweiz zu bizarren Formen verzerrt ist, weil die natürlichen Distanzen in Reisezeiten umgerechnet worden sind. Das Mittelland ist merklich geschrumpft, die Alpen haben sich gestreckt. Und beim historischen Vergleich wird deutlich: Die Schweiz ist in der Zeitspanne 1950 bis 2000 auf die Hälfte ihrer Fläche geschmolzen. Axhausen übersetzt das

Kartenbild in Worte: «Die Reisezeiten haben sich in den letzten fünfzig Jahren halbiert.» Verantwortlich dafür sind der Bau der Nationalstrassen, der rasant gestiegene individuelle Motorisierungsgrad und der Ausbau des öffentlichen Verkehrs (ÖV) mit seinen immer dichteren Taktfahrplänen.

Gewinner und Verlierer

Von der besseren Erreichbarkeit hat das Mittelland allerdings weit mehr profitiert als der alpine Raum. Dort zählen nur die wirtschaftlich stärkeren Orte zu den Gewinnern, während sich die Randregionen – zum Beispiel das Obergoms, das Blenio- und das Onsernonetal, das Bergell oder das Münstertal – trotz hoher Investitionen nur ansatzweise verbessern konnten. Diese Entwicklung schlägt sich in der Raumstruktur nieder: Die Peripherie hat weiter Arbeitsplätze und Bevölkerung verloren. In den inneralpinen Talgemeinden und in den touristischen Regionen wie dem Oberenga-

din oder den Oberwalliser Südtälern sind die Wachstumsraten hingegen deutlich überdurchschnittlich. Die Wachstumspole im Alpenraum konzentrieren sich also auf wenige Gebiete.

Grundsätzlich reagiert die Bevölkerung im alpinen Raum sehr flexibel auf Veränderungen der Erreichbarkeit, von der wiederum die Entwicklungschancen der Tourismusorte stark abhängen. Destinationen, die ihre Erreichbarkeit verbessern und das Angebot vor Ort erhöhen, können prinzipiell mit mehr Besucherinnen und Besuchern rechnen.

Reisedauer ist entscheidend

Diese Formel sticht allerdings nur bei Tages- und Wochenendausflüglern. «Für sie ist die Erreichbarkeit das wichtigste Kriterium», betont Axhausen. Kurzzeitgäste nehmen pro Weg zwei bis drei Stunden Fahrzeit in Kauf, wobei sie auch die periodischen Staus bereits einplanen. Für Wochen- und Langzeitgäste hingegen ist die Attraktivität eines Ortes viel wichtiger. Sie sind mit innovativen Ideen und einer differenzierten Positionierung am ehesten zu gewinnen. «Je länger die Aufenthaltszeit, eine desto unbedeutendere Rolle spielt die Erreichbarkeit», so Axhausen.

Trotzdem bleibt sie bei der Wahl des touristischen Ziels immer ein wesentlicher Punkt. Die Attraktivität eines Besuchs bewerten

Gäste in Abhängigkeit von der Reisedauer, und sie vergleichen mit Alternativen auf der ganzen Welt. Destinationen im Alpenraum mit grösserer Distanz zu den Bevölkerungszentren müssen ihren verkehrsmässigen Nachteil mit einem umso attraktiveren touristischen Angebot wettmachen. Neben dem zeitlichen Aufwand gehören für die Gäste auch die Reisekosten zum «Raumwiderstand». «Wie viel «Raumwiderstand» diese monetären Ausgaben ausmachen, konnten wir auf Grund fehlender Daten leider nicht ermitteln», gibt Axhausen zu bedenken.

Mit klarer Strategie Nachteile überwinden

Auf regionaler Ebene untersuchten die Forscher die Transportinfra- und die Raumstrukturen in Verbier, St. Moritz, Scuol, Wengen, Engelberg sowie auf der Bettmeralp. «Wir haben lebendige Orte ausgewählt, die sich bezüglich Erreichbarkeit, Lage, Qualität des Angebots und Preisniveau stark voneinander unterscheiden», so Axhausen. Diese Destinationen haben in den letzten Jahrzehnten ihre touristischen Transportanlagen fast im Gleichschritt mit einer verbesserten Erreichbarkeit stark ausgebaut.

Dieser Zusammenhang stimmt allerdings nicht immer: Die Bettmeralp schaffte es, die Transportkapazitäten zwischen 1960 und 2000 von beinahe null auf 35 000 Personen pro Stunde ebenfalls stark auszubauen, obwohl in diesem Zeitraum die grossflächige





« Die Schweiz ist in der Zeitspanne 1950 bis 2000 auf die Hälfte ihrer Fläche geschmolzen. »»

Erreichbarkeit des Skigebiets am Aletschgletscher nicht wesentlich verbessert worden ist. Um die Anlagen auszulasten, hat sich die Bettmeralp mit einer klaren Strategie als familienfreundlicher, autofreier Ort der Ruhe in schneesicherer Höhe erfolgreich auf Langzeitgäste ausgerichtet. Dadurch konnte diese Wintersportstation alle Nachteile wettmachen, die sich aus ihrer für Tagesausflügler ungünstigen Lage ergeben.

Angebot bestimmt Verhalten vor Ort

Bezüglich der räumlichen Entwicklung lassen sich die sechs Fallbeispiele nur bedingt vergleichen. Vier älteren Tourismus-Orten – St. Moritz, Wengen, Scuol und Engelberg –, die sich schon vor dem Ausbau der modernen Verkehrsinfrastruktur etablieren konnten, stehen mit der Bettmeralp und Verbier zwei jüngere Destinationen gegenüber. Einheitlich verliefen ab 1960 in allen sechs Orten der wirtschaftliche Strukturwandel von der Landwirtschaft zum Dienstleistungssektor sowie der starke Ausbau der touristischen Transportanlagen. Dabei verfügen die drei Orte mit den höchsten Erreichbarkeitswerten – Engelberg, Verbier und St. Moritz – auch über die grösste Transportkapazität.

Wie verhalten sich die Touristen, wenn sie sich einmal für eine Destination entschieden haben, im gewählten Ort? Um dies genauer abzuklären, führte das Team vom Kay Axhausen in den sechs erwähnten Destinationen Befragungen durch. Diese zeigen: Die lokale Verkehrsinfrastruktur und die gesamte touristische Ausstattung bilden die wesentlichen Faktoren für das lokale Mobilitätsverhalten. Je besser das kleinräumige Angebot ist, desto mobiler verhalten sich die Gäste vor Ort. Im Wintertourismus

spielt dabei die Anzahl und Verteilung der Bergbahnen, Lifte und Pisten die entscheidende Rolle. «Das ist der eigentliche Anreiz für die Leute, in ihren Ferien am Ort selber noch mehr zu unternehmen», erklärt Axhausen.

Immer mehr bringt immer weniger

Mit den Ergebnissen der Studie erhalten Tourismusverbände Entscheidungsgrundlagen und Empfehlungen für eine nachhaltige Raum- und Verkehrsentwicklung. Axhausen legt Wert auf die Erkenntnis, dass die Wirkung zusätzlicher Infrastrukturen mit dem hohen Erschliessungsgrad, der vielerorts in den Alpen bereits erreicht ist, wesentlich abflacht. Da sich in gewissen Destinationen bereits Überkapazitäten, etwa bei den Liften, abzeichnen, wäre es vernünftig, sich künftig auf die besten Standorte zu konzentrieren. Dabei werden neben dem Schlüsselfaktor «Verkehrerschliessung» zunehmend andere Faktoren wichtiger: Wie stellen sich die Winterdestinationen der Herausforderung des Klimawandels? Wie wollen und können sie den vielerorts überbordenden Zweitwohnungsbau wieder einschränken? «Zwar sind in Zukunft durchaus Situationen denkbar, wo eine neue Erschliessungsstrasse für die touristische Entwicklung eines Ortes Entscheidendes bewirken kann», räumt Axhausen ein. Aber das dürfte doch eher die Ausnahme sein. «Die meisten etablierten Destinationen können sich kaum mehr über mangelnde oder schlechte Erreichbarkeit beklagen.»

* Prof. Dr. Kay Axhausen, IVT-ETH Höggerberg, ist Leiter des NFP 48-Projektes «Verkehrssystem, Touristenverhalten und Raumstruktur in alpinen Landschaften».



Service public am Berg: Fakten statt Mythen

In der politischen Auseinandersetzung der letzten Jahre hat der Begriff «Service public» an mythischer Kraft gewonnen, jedoch nicht an Schärfe. Stehen tatsächlich die wirtschaftliche Zukunft der Randregionen und der Zusammenhalt des Landes auf dem Spiel, wenn die Märkte für Telekommunikation, Postdienstleistungen, öffentlichen Verkehr und Strom liberalisiert werden? Eine Studie im Rahmen des NFP 48 wollte die Debatte versachlichen – das Gespräch mit Mitverfasser Christof Abegg.

Mit Christof Abegg*
sprach Stefan Christen, Luzern

Christof Abegg, ist die Liberalisierung öffentlicher Dienstleistungen für die Bergregionen nun ein Segen oder ein Fluch?

Weder noch. Eine eindeutige Antwort ist nicht möglich. Die Situation ist von Unternehmen zu Unternehmen verschieden, sie ist je nach Region anders, ausserdem kommt es auf die Art der Dienstleistung an – Telekommunikation, Post, öffentlicher Verkehr, Strom. Der generelle Trend zeigt freilich schon: Die Liberalisierung macht das Wirtschaften in den Bergkantonen nicht einfacher. Die Öffnung der Märkte ist eine Herausforderung für die Unternehmen.

Aber unausweichlich.

Die Liberalisierung wird von den Unternehmen als Einfluss von aussen wahrgenommen, sie ist in gewissem Sinne unabänderlich. Dennoch

bleibt Handlungsspielraum, es gibt Einflussmöglichkeiten, die Entwicklung positiv zu nutzen.

Welche?

Das hängt von der Struktur und Art der Unternehmen ab. Vor allem grössere Firmen reagieren auf die Liberalisierung und profitieren davon, etwa von sinkenden Preisen oder von qualitativen Verbesserungen. Dank ihrer Grösse haben diese Unternehmen die Möglichkeit, Angebote zu vergleichen, diese individuell auszuhandeln und auf ihre Bedürfnisse anzupassen. Auf der anderen Seite fehlen kleineren und mittleren Unternehmen häufig die Kapazitäten, die finanziellen und personellen Ressourcen, um sich die relevanten Informationen zu beschaffen. Also braucht es Angebote, die KMU den Zugriff auf dieses Know-how erleichtern. Es kann beispiels-

weise eine Aufgabe der Wirtschaftsverbände sein, solche überbetrieblichen Plattformen zu schaffen. Ich denke etwa an «Alpinetwork», ein europäisches INTERREG-Projekt, an dem auch die Region Zentralschweiz beteiligt ist. Ziel des Projektes ist es, die Verbreitung der Informations- und Kommunikationstechnologien in den Zentralschweizer KMU zu fördern und die Nutzung der Technologien zu optimieren.

Sie kommen in der Studie zum Schluss, dass die öffentlichen Dienstleistungen zwar auch für Unternehmen in Berggebieten wichtige Standortfaktoren sind. Aber sie sind offensichtlich nicht «matchentscheidend». Weshalb nicht? Was ist im Alpenraum «matchentscheidend»?

Natürlich ist der Service public wichtig als Grundversorgung. Ohne eine angemessene Versorgung mit öffentlichen Dienstleistungen kann sich ökonomisch nichts entfalten. Aber massgeblich für den wirtschaftlichen Erfolg sind Faktoren, die in den Bergregionen genauso zählen wie anderswo. Das ist je nach Branche sehr spezifisch. Schwierig gestaltet sich in den Alpenregionen in vielen Fällen die Suche nach hochqualifizierten Arbeits-

kräften. Wollen auch die kleinen und mittleren Unternehmen von den Vorteilen der Liberalisierung profitieren, dann ist in Zukunft mehr unternehmerische Initiative gefragt. Und eine bessere Vernetzung der verschiedenen Akteure vor Ort, gerade über die Gemeindegrenzen hinweg.

Die Studie zeigt, dass der Liberalisierungsprozess die Ungleichheiten, die räumliche Polarisierung noch verstärkt – gerade innerhalb des Alpenraumes. Die Zentren der Peripherie nehmen die Liberalisierung zumindest nicht als Nachteil wahr, die Ränder der Randregionen hingegen schon ...

... was letztlich einer logischen, ökonomisch erklärbaren Entwicklung entspricht. Dieses Ergebnis hat nicht überrascht. Wir wussten, in welche Richtung es geht – ohne freilich die vorherrschende politische Debatte nachzubeten, die häufig sehr emotional geführt wird. Der Begriff «Service public» wird dabei als Symbol für den Zusammenhalt des Landes fast schon mythisch aufgeladen. Uns ging es darum, diese Diskussion zu versachlichen, zu differenzieren: In welchen Regionen bestehen welche Ansprüche, bei welchen Dienstleistungen ist die Grundversorgung durch die Liberalisierung allenfalls in Frage gestellt. Dabei zeigt sich eben, dass die Marktöffnung teilweise als Nachteil empfunden wird, aber nicht generell an die Existenz der Betriebe geht.

« Der Begriff «Service public» wird dabei als Symbol für den Zusammenhalt des Landes fast schon mythisch aufgeladen. »

kräften. Diese Regionen leiden häufig unter einem starken Braindrain: Die jungen, gut ausgebildeten Leute wandern ab. Aber auch der Aspekt der Erreichbarkeit, der Distanzen, spielt eine wesentliche Rolle.

In Bergkantonen waren Bundesbetriebe, ehemalige Regiebetriebe, während vieler Jahre wichtige Arbeitgeber. Ein Klumpenrisiko, das mit der Liberalisierung noch gewachsen ist?

In der Studie haben wir uns auf die eigentlichen Dienstleistungen konzentriert. Die Wirkungen des Liberalisierungsprozesses auf die ehemaligen Regiebetriebe wurden nicht explizit angeschaut. Aber gerade für den in der Studie untersuchten Kanton Uri, wo etwa Arbeitsplätze bei der Armee oder bei den SBB mehr und mehr verloren gehen, ist diese Frage natürlich besonders virulent. Die langjährige Abhängigkeit von Bundesbetrieben wirkte sich zweifellos auf das Wirtschaftsklima aus, der Unternehmergeist wurde dadurch nicht unbedingt gefördert.

Grundlage für die Studie bildeten drei Fallstudien in den ausgewählten Kantonen Uri, Graubünden und Wallis. Dabei waren Sie auf die Mitarbeit und Unterstützung vor Ort angewiesen. Wie gestaltete sich diese Zusammenarbeit?

Sehr angenehm. Wir wurden unterstützt von Unternehmen, von Wirtschaftsverbänden und von den Behörden. Generell war das Interesse an der Thematik sehr gross. Auch die Analyse wurde positiv aufgenommen. Einiges schwieriger ist es nun, die Ergebnisse umzusetzen, schliesslich geht es um heikle politische Fragen – wieweit will man unterschiedliche Qualitäten der Versorgung zulassen oder gar bewusst fördern. Die Kantone gehen unterschiedlich mit der Problematik um. Spürbar ist etwa, dass in Graubünden solche Fragen schon seit längerer Zeit öffentlich diskutiert werden – die Debatte über eine differenzierte Versorgung der Regionen wird zumindest nicht per se abgelehnt. Im Kanton Uri teilt man zwar unsere Analyse, die Diskussion kommt aber erst langsam in Gang. Als Grundlage dafür braucht es kantonale Strategien in den Bereichen Raumentwicklungs- und Wirtschaftspolitik – mit klaren, räumlich differenzierten Zielvorstellungen zum künftigen Angebot öffentlicher Dienstleistungen. Im Regierungsprogramm 2004/2008 des Kantons Uri finden sich hierzu bereits klare

Aussagen, die auf eine Förderung der unterschiedlichen Stärken in den einzelnen Kantons- teilen abzielen.

Wie lässt sich das Bewusstsein für die Thematik weiter schärfen?

Wichtig ist es nun, dass in den einzelnen Re- gionen konkrete Projekte angepackt werden. Im Vor- dergrund steht die Entwicklung innovativer Lö- sungen, die den spezifischen Bedürfnissen vor Ort entsprechen. Dabei braucht es auch den Mut, bekannte Wege zu verlassen und Neues zu wagen. Die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) verfolgt beispiele- weise in einem alpenweiten Projekt das Ziel,

mit exemplarischen Projekten die Entwicklung neuer Modelle für eine effiziente und trotzdem qualitativ hochstehende Versorgung mit Service- public-Dienstleistungen zu fördern.

* **Christof Abegg** war Mitarbeiter im Projekt «Liberalisierung öffentlicher Dienstleistungen – Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen im Schweizer Berggebiet», an welchem nebst dem Institut für Raum- und Landschaftsentwicklung (IRL) der ETH Zürich die Communauté d'études pour l'aménagement du territoire der EPF Lausanne sowie das Zürcher Beratungs-, Planungs- und Ingenieunternehmen Ernst Basler + Partner beteiligt waren. Abegg ist auch Mitverfasser des Buches «Liberalisierung öffentlicher Dienstleistungen» (Haupt-Verlag, Bern, 2004. ISBN 3-258-06816-X)

Projektleitung: **Prof. Dr. Alain Thierstein**, Technische Universität München

Kontakt: thierstein@raumentwicklung.ar.tum.de; christof.abegg@ebp.ch

« Dabei zeigt sich eben, dass die Marktöffnung teilweise als Nachteil empfunden wird, aber nicht generell an die Existenz der Betriebe geht. »





Zukunftschancen mit Labelregionen

Wie soll die neue Schweizer Regionalpolitik gestaltet werden, damit eine nachhaltige Entwicklung im Alpenraum gefördert werden kann? Das Projekt FUNalpin schlägt die Bildung von Labelregionen vor. Und es hat ein Konzept zu deren Ermittlung und Zertifizierung entwickelt.

Text Pirmin Schilliger, Luzern

Im hinteren Muotatal (SZ) listet eine Informationstafel am Wegrand auf, wie viel Geld seit 1961 in diesem Talabschnitt in Lawinerverbauungen, Waldstrassen und Waldbauprojekte investiert worden ist: 12,3 Millionen Franken. Angesichts der rund hundert Einwohner, die diesen Teil des Tals noch besiedeln, macht dies den stolzen Betrag von 100 000 Franken pro Person aus. Nicht mitgerechnet sind dabei die hohen Beträge an landwirtschaftlichen Direktzahlungen. Lohnen sich solche Ausgaben? Gibt es keine sinnvolleren Alternativen mit einem besseren Kosten-Nutzen-Verhältnis?

Potenziale ausschöpfen

In der Regionalpolitik mehren sich die kritischen Stimmen, die einen gezielteren Einsatz der Mittel fordern: also keine Verteilung nach dem Giesskannenprinzip, um flächendeckend im gesamten Alpenraum Infrastrukturen zu finanzieren und die dezentrale Besiedlung zu erhalten, sondern eine selektive Unterstützung ausgewählter Gebiete.

Um zu ermitteln, wohin die Gelder aus dem Finanzausgleich und die Subventionen künftig fliessen sollen, wenn die Transferzah-

lungen knapper werden sollten, nahm das von Martin Boesch* geleitete Projekt FUNalpin drei unterschiedliche Landschaftstypen unter die Lupe (vgl. Kasten auf S. 29). Mit Blick auf eine effizientere Regionalpolitik rücken zwei Landschaftstypen – die sich entleerenden Regionen und die landwirtschaftlich genutzten Regionen – in den Mittelpunkt. Beide dürften sich höchst unterschiedlich entwickeln. Während sich die wirtschaftliche und gesellschaftliche Situation in den Entleerungsgebieten («depleting regions») weiter verschlechtern wird, besitzen Regionen wie das Binn- oder Münstertal dank ihrer Mischung aus Landwirtschaft, naturnahem Tourismus und intakter Landschaft durchaus das Potenzial, mit der richtigen innovativen Strategie ihre Wertschöpfung und damit die Zukunftschancen zu erhalten. Hier versprechen die eingesetzten öffentlichen Mittel auch am meisten Wirkung zu entfalten.

Bevorzugung dank Label

Diese Regionen, Gemeinden und Gebietskörperschaften sollen – so die Idee von FUNalpin – bevorzugt in den Genuss staatlicher Transferzahlungen gelangen, wenn sie sich zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung verpflichten. Um sie von anderen Land-

Typisierung von Landschaftsregionen

Touristisch intensiv genutzte Regionen mit grossen Skigebieten und einer starken Hotellerie, um deren wirtschaftliche Zukunft man nicht bangen muss. Beispiele: Flims/Laax, St. Moritz, Zermatt. Diese Gebiete sind so vital, dass sie einen Rückgang von Transferleistungen verkraften könnten, indem sie sich umso stärker den Kräften des Marktes anpassen würden.

Sich entleerende Regionen, in denen die Bevölkerung stark abnimmt, die Landwirtschaft grossflächig verschwindet und keine oder nur eine sehr extensive touristische Nutzung stattfindet. Solche Gebiete, wie sie etwa in den italienischen Westalpen zu finden sind, könnten in Zukunft auch im Schweizer Alpenraum entstehen. Selbst mit hohen Transferzahlungen lässt sich in diesen Gebieten die wirtschaftliche Strukturschwäche kaum ausbügeln. Überalterung und Abwanderung sind nicht zu stoppen. In bestimmten Fällen könnte es sinnvoll sein, diese Gebiete der Natur zu überlassen.

Landwirtschaftlich genutzte Regionen mit traditionellen Siedlungen und einer naturnahen touristischen Nutzung. Es sind Räume mit dem wirtschaftlichen Potenzial, sich in Zukunft nachhaltig zu entwickeln. Allerdings bedarf es dazu der Unterstützung durch die öffentliche Hand. Damit sich dieser Landschaftstyp im Markt behaupten kann, ist er weiterhin auf Transferzahlungen angewiesen. Meistens handelt es sich um Räume, die sich auf Grund ihrer landschaftlichen, kulturellen und ökologischen Eigenschaften besonders auszeichnen. Beispiele: Binntal, Diemtigtal, Münstertal, Toggenburg.

schaftstypen abzuheben, müssten sie als «Labelregionen» qualifiziert und gekennzeichnet werden. Die Regionalpolitik bekäme mit dieser «Labelisierung» ein Instrument in die Hand, um den Rückzug aus der Fläche gezielter zu steuern. Sie könnte die staatlichen Gelder umso effektiver zur Sicherung und Weiterentwicklung der Kulturlandschaften und Naturwerte im Alpenraum einsetzen.

Welchen Kriterien müssten solche Labelregionen aber genügen? Das Projekt FUNalpin hat dazu drei ausgewählte Testgebiete – das Binntal (VS), das Safiental (GR) und das Sernftal (GL) – als potenzielle Labelregionen vertieft betrachtet. Zudem wurden Zermatt (VS) als starke Tourismusdestination und das Val d'Onsernone (TI) als Entleerungsregion zum Vergleich herangezogen. Das Forschungsteam ermittelte unter anderem die regionale Wirtschaftskraft, berechnete die Transferströme aus dem ausseralpinen Raum und bewertete die Ressource «Landschaft». Die Testgebiete selbst wurden allerdings nach pragmatischen Überlegungen ausgewählt.

Die Forscherinnen und Forscher hüteten sich, im Voraus absolute Kriterien festzulegen, die eine Labelregion erfüllen müsste. Um den Typus «Labelregion» genauer einzugrenzen, erstellten sie eine Liste von 15 Kennwerten (Indikatoren) aus den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft, die eine nachhaltige Regionalentwicklung auszeichnen. Der Indikator «naturnahe Landschaft», der eine intakte Umwelt anzeigt, wird beispielsweise durch den Bestand von Flächen ermittelt, die in einem Schutzinventar aufgeführt sind. Einen wichtigen gesellschaftlichen Indika-

tor bildet die «ausgeglichene demografische Struktur», da der Anteil der 20- beziehungsweise der 60-Jährigen in einer Region Rückschlüsse auf den Abwanderungsprozess ermöglicht. Im Bereich Wirtschaft spielen Indikatoren wie die regionale Bruttowertschöpfung und die Produktivität einzelner Branchen eine entscheidende Rolle.

Nachhaltigkeitstest und Zertifizierung

Gemessen an sämtlichen Indikatoren erhalten alle drei Testregionen gute Noten. Selbst das Safiental ist «labeltauglich», auch wenn die Wertschöpfung hier geringer ist, weil das Tal durch die wenig produktive Berglandwirtschaft geprägt wird. In den anderen beiden Tälern sind die Einkünfte aus Wasserzinsen, Tourismus und Industrie (Getränkeindustrie im Sernftal) nicht unbedeutend. Entsprechend dieser wirtschaftlichen Situation liegen die jährlichen Transferzahlungen im Safiental mit gut 13 000 Franken pro Person deutlich höher als im Sernftal (5000 Franken) oder im Binntal (5800 Franken). Im Durchschnitt fließen jährlich 3200 Franken an Transfergeldern aus dem ausseralpinen in den alpinen Raum (vgl. Artikel S. 9).

Zur Ermittlung der Labelregionen entwickelte das Forschungsteam ein flexibles Modell und verzichtete auf feste Schwellenwerte. «Eine Labelregion muss ausgewogen eine gewisse Zahl von kulturell-gesellschaftlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Indikatoren der Nachhaltigkeit aufweisen und die entsprechenden Kriterien erfüllen», betont Dominik Siegrist* von der Hochschule Rapperswil.

Für Laien klingt dies noch reichlich theoretisch und abstrakt. Siegrist räumt denn auch ein: «Unser Modell bildet vorerst eine Grundlage, ist aber noch kein praxistaugliches Werkzeug.» Ihm und seinen Kolleginnen und Kollegen schwebt in einem nächsten Schritt ein Internet-Tool vor, mit dem jede Region ihre Nachhaltigkeits-Performance selbst ermitteln könnte.

Diese Online-Selbstevaluation würde interessierten Regionen einen ersten Nachhaltigkeitstest ermöglichen. Der Weg von der potenziellen zur anerkannten Labelregion mit Anspruch auf öffentliche Gelder müsste anschliessend über einen mehrstufigen Zertifizierungsprozess verlaufen. Das Forschungsteam schlägt dazu eine neutrale Zertifizierungsstelle vor, die politisch und personell unabhängig agiert. Sie soll die Labelkandidaten im Rahmen eines dreistufigen Verfahrens prüfen. Das Zertifikat «Labelregion» würde schliesslich der Bund für die Dauer von fünf Jahren verleihen.

Instrument für die Regionalpolitik

Ein Label einerseits für die finanzielle Förderung, andererseits als Marketinginstrument für eine Region und deren Produkte: So ganz neu klingen diese Vorschläge nicht. Dem FUNalpin-Team sind solche Einwände natürlich bekannt. Sie wollen im bereits existierenden Labelsalat auch keine weitere Verwirrung stiften. Trotzdem drängt sich die Frage auf, wie sich Labelregionen von anderen Gebietstypen abgrenzen sollen, etwa von den geplanten regionalen Naturparks oder von den Biosphären-Reservaten? «Ideell liegen die regionalen Naturparks ziemlich nahe bei unseren Labelregionen», meint Siegrist. Allerdings dürften in der Schweiz nicht mehr als ein Dutzend regionale Naturparks geschaffen werden, die insgesamt bloss ein paar Prozent der Lan-

desfläche ausmachen werden. Das Labelmodell greift weiter. Nach Auffassung des FUNalpin-Teams soll es im gesamten Schweizer Alpenraum zum wichtigen Instrument in der Regionalentwicklung werden. Selbst wenn die Schwelle tief angesetzt wird, dürften die strukturschwächsten Räume dabei nur geringe Chancen haben, zur Labelregion zu werden. Sie würden aus dem Subventionsraster fallen.

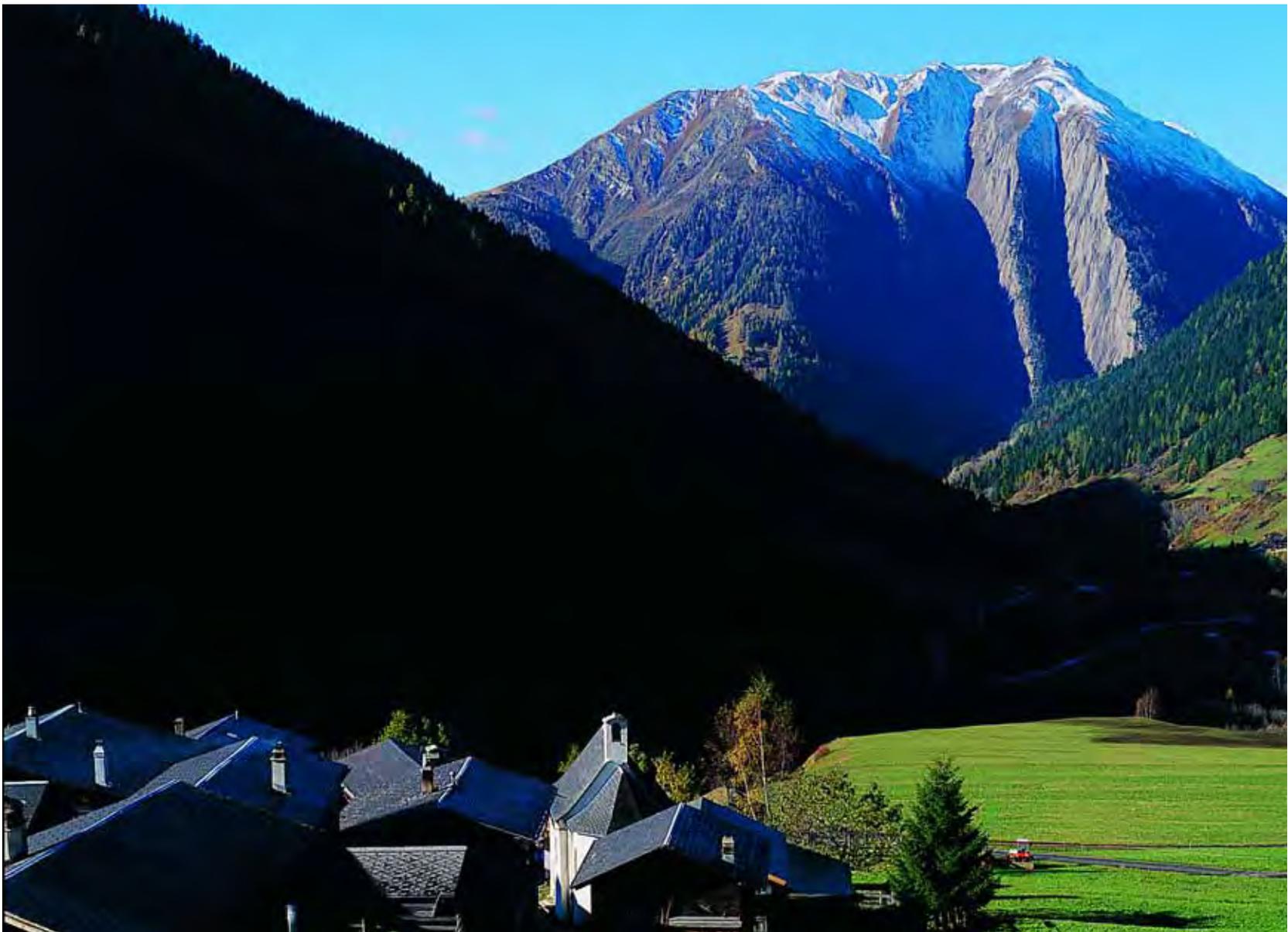
Den Forscherinnen und Forschern ist klar, dass die Arbeit weitergehen muss. Bevor eine Implementierung der Labelregionen auch politisch spruchreif werden könnte, sind Folgeprojekte notwendig. «Ein Problem ist der abgenutzte und schwammige Begriff der Nachhaltigkeit, der in unserem Verfahren eine wichtige Rolle spielt», stellt Siegrist fest. Ob die 15 Indikatoren, die aus mehreren hundert möglichen ausgewählt wurden, auch die richtigen sind, muss sich erst noch erweisen. Eine weitere Hürde ergibt sich aus dem Mangel an statistischen Daten, mit denen sich Regionen, etwa bezüglich ihrer Wirtschaftskraft, vergleichen lassen.

Um die Wissenslücken zu schliessen, versucht das FUNalpin-Team zusammen mit interessierten privaten und öffentlichen Stellen Umsetzungsprojekte zu lancieren. Das Ziel bleibt dabei bestehen: Die Transferzahlungen in den Alpenraum sollen künftig nicht versickern, sondern helfen, vermehrt Wertschöpfung aus konzentrierter ökologischer Landnutzung zu generieren. Davon soll nicht zuletzt auch der private Sektor profitieren, indem er auf Basis des anerkannten Labels geschützte Qualitätsprodukte erzeugt und vermarktet. Das von FUNalpin konzipierte Instrument erlaubt, die öffentlichen Mittel gezielt in jenen Regionen einzusetzen, wo diese Saat die gewünschten Früchte abwirft.

* **Prof. Dr. Martin Boesch**, Universität St. Gallen, ist Projektleiter von FUNalpin, Prof. Dr. Erich Renner und Dr. Dominik Siegrist sind seine beiden Stellvertreter. Am Projekt beteiligt ist ein interdisziplinäres Team von Forscherinnen und Forschern aus den Bereichen Geografie, Soziologie, Ökonomie und Umweltwissenschaften der Universität St. Gallen (HSG), der Zürcher Hochschule Winterthur (ZHAW) und der Hochschule für Technik Rapperswil (HSR).

Kontakt: martin.boesch@unisg.ch

« Ideell liegen die regionalen Naturpärke ziemlich nahe bei unseren Labelregionen. »





Binntal: Potenzial für eine künftige Labelregion

Das Binntal (VS) erfüllt die notwendigen Nachhaltigkeitskriterien einer künftigen Labelregion. Zu diesem Schluss kommt das Projekt FUNalpin, das das Binntal genauer unter die Lupe genommen hat. Doch wozu braucht das Gebiet im Oberwallis, das bereits zum Pilotprojekt für einen Regionalen Naturpark (RNP) ausserkoren worden ist, überhaupt noch eine weitere Etikette?

Text Pirmin Schilliger, Luzern

Das Bergdorf Binn wirkt im Spätnovember so verschlafen, dass ich mich frage, wie ich die fünf Stunden bis zur Abfahrt des nächsten Busses über die Runden bringen soll. Kein Mensch ist auf der Strasse, und würde nicht der Bach rauschen, wäre es totenstill. Dorfladen, Post und ein paar Geschenkshops mit Schnitzereien und Mineralien in den Schaufenstern sind um diese Mittagsstunde geschlossen. Nur das Restaurant «zur Brücke» ist offen. Einzige Gäste sind drei Kaminfeger und der Buschauffeur. Noch könnte ich der Versuchung nachgeben und postwendend mit dem gleichen Bus nach Fiesch ins Haupttal zurückfahren.

Stattdessen lenke ich nach einem Kaffee meine Schritte wieder ins Freie. Eine Informationstafel verrät, dass Binn doch nicht ausgestorben sein kann. Eine paar weitere Restaurants soll es hier geben, die aber alle geschlossen sind, weiter ein paar Bauern, einen Schafzüchter, eine Schreinerei, Holzschnitzer und ein paar Strahler, eine Gesamtschule mit sechs Kindern und natürlich eine Kirche. Da aber immer noch kein Bewohner auszumachen ist, kehre ich dem Dorf den Rücken zu und folge einem Pfad Richtung Albrun-Pass.

Eldorado der Mineralienfreunde

Noch liegt so wenig Schnee, dass die Lawinenwarnampel, die ich

schon bald passiere, nicht aufzublinken braucht. Die Berge auf der sonnigen Talseite sind gar aper, aber die Wildbäche und Wasserfälle an ihren Flanken zu Eis erstarrt. Vorbei an einem im Winterschlaf dösenden Campingplatz und zwei sauber herausgeputzten Weilern gelange ich nach einer Stunde eher zufällig zur Grube Lengenbach. Sie gilt mit über 100 Mineralien, von denen 19 bislang einzig an dieser Stelle gefördert wurden, als eine der wichtigsten Mineralienfundstellen überhaupt. Für das Binntal ist sie im Sommer, wenn Wanderer und Hobby-Strahler das Tal bevölkern, sozusagen das touristische Wahrzeichen.

Im November aber liegt die Grube verlassen da. Ich stochere kurz auf einer Schutthalde herum, packe ein paar Brocken in den Rucksack und marschiere wieder zurück ins Dorf, das inzwischen doch eine gewisse Geschäftigkeit verrät. Ein Bauer hämmert an einem Vordach seines Stalls, Kinder schreien herum und irgendwo kreischt eine Motorsäge. Auch das Büro des Vereins «Binntal pur» – eine Geschäftsstelle, um das seit 2002 laufende Pilotprojekt «Landschaftspark Binntal» zu managen – ist inzwischen geöffnet.

Hier decke ich mich mit Informationen ein. Binn sowie die beiden Gemeinden Ernen und Gremiols wollen mit dem Projekt die

vorhandenen Entwicklungspotenziale in ihrem 160 km² grossen Gebiet besser ausschöpfen. Die Aufbauphase wird unter anderem vom Staatssekretariat für Wirtschaft (seco), vom Kanton Wallis und vom Fonds Landschaft Schweiz unterstützt.

Am Tropf der Transferzahlungen

Amandus Zenzünen, Gemeindepräsident von Grengiols und Geschäftsführer des Vereins «Binntal pur», hatte bereits am Telefon erklärt: «Der Landschaftspark ist die eigentliche Entwicklungschance für unsere strukturschwache Randregion.» Doch die knappe Million Franken, die sich die Binntaler von einem künftigen Regionalen Naturpark (RNP) jährlich erhoffen dürfen, werden nicht genügen, um die Zukunft zu sichern. Denn die Forscher, die im Rahmen des Projekts FUNalpin die drei Gemeinden unter die Lupe genommen haben, konstatieren die typischen Merkmale eines strukturschwachen Randgebietes: geringe Wertschöpfung, Überalterung, Bildungsrückstand und ein erheblicher «Braindrain».

In jeder Gemeinde präsentiert sich die Ausgangslage anders: In Ernen spielt der Tourismus eine gewisse Rolle. Der Ort hat sich in den vergangenen Jahren mit einem Sommerfestival für klassische Musik im nationalen Kulturkalender etabliert. Und das kleine Skigebiet am Erner Galen bringt auch im Winter Gäste. In Grengiols hingegen ist der Tourismus weniger bedeutend. Umso beliebter ist der Ort bei Pendlern, die zur Arbeit in den Raum Brig und Visp fahren. Auf wackeligeren Beinen steht die Zukunft im abgelegenen Teil dieses Gebietes – in Binn. Hier, weit hinten im Seitental, lässt sich weder mit dem Tourismus noch mit einem Gewerbe, noch mit Dienstleistungen das grosse Geld verdienen.

Um die regionale Wirtschaft am Leben zu erhalten, leistet die öffentliche Hand erhebliche Transferzahlungen – jährlich rund 6,3 Millionen Franken insgesamt oder 5830 Franken pro Einwohner. Davon fliesst über die Hälfte in die wenig produktive Land- und Forstwirtschaft. Ohne die Einnahmen aus der Energiewirtschaft (Wasserzinsen) stünden die drei Gemeinden noch schlechter da.

Schlummerndes Potenzial

«Trotzdem schlummert hier ein erhebliches Potenzial», ist Klaus Anderegg, Präsident des Vereins «Binntal pur», überzeugt. Am Wirtshaustisch erklärt mir der Radiojournalist und Ethnologe im Detail, was er damit meint. Er weist auf die vergletscherten Berge, die reizenden kleinen Seelein, die charakteristischen Ortsbilder von nationaler Bedeutung, die vielfältigen Moorlandschaften, auf den beeindruckenden Mineralienreichtum und die intakte Fauna und Flora hin. Es finden sich hier seltene und endemische Arten wie die leuchtend gelbe «Grengr Tulpe». Die Verschandelung durch Transportanlagen und Hochspannungsleitungen blieb der Gegend erspart, weil sie vor vierzig Jahren ins Bundesinventar der Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung (BLN) aufgenommen wurde. Anderegg ist zuversichtlich, dass spätestens 2007 mit der offiziellen Errichtung des RNP begonnen werden kann.

Zu ähnlichen Erkenntnissen kommt auch das Forscherteam von FUNalpin. «Das Binntal erfüllt zweifellos die gesellschaftlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Kriterien der Nachhaltigkeit, wie sie auch an eine Labelregion gestellt werden», so Dominik Siegrist*. Das Gebiet könnte also nicht nur Naturpark, sondern auch Labelregion werden.

Doch was ist hier eigentlich der Unterschied? «Die Zertifizierung als Naturpark und die von uns vorgeschlagene Labelregion sollten klar auseinander gehalten werden», erklärt Siegrist. Der primäre Anreiz für die Schaffung eines Regionalen Naturparks liege im wirtschaftlichen Ziel, auf nachhaltige Weise zusätzliche Gäste zu gewinnen. Die Labelregion jedoch sei die grundsätzliche Bescheinigung für einen nachhaltigen Entwicklungsansatz und damit für künftige Transfergelder. «Das Binntal braucht für seine Zukunft beides, einen auf dem Naturpark fussenden naturnahen Tourismus, aber auch weiterhin öffentliche Mittel», betont Siegrist.

Wackelkandidat

Zurück in unsere Kaffeerunde. Die Binntaler haben auch ohne die Etiketten, mit denen sie sich vielleicht einmal schmücken können, die Initiative längst ergriffen. Anderegg zählt verschiedene Projekte auf: die ökologische Vernetzung in der Landwirtschaft, die Vermarktung regionaler Produkte – Käse, Fleisch und Holzwaren – unter einem Naturpark-Label, den Aufbau eines naturnahen Tourismus, die Pflege historischer Säumerwege. Das Hotel Ofenhorn, ein Gebäude aus der Belle Epoque, soll weiter renoviert und ganzjährig geöffnet werden. Mit dem angrenzenden Nationalpark Veglia-Devero im Piemont möchte man zusammenarbeiten. Das alles kostet aber Geld, Millionen allein für das Hotel und für eine Käserei.

Vom Erfolg all dieser Initiativen wird abhängen, ob auch künftige Generationen das Tal bewohnen werden. In Binn hat sich die Bevölkerung zwischen 1970 und 2000 von 202 auf 155 Einwohner verringert. Ob sich der Prozess aufhalten lässt? «Der Naturpark ist nicht das Allerheilmittel, um Binn besiedelt zu halten», meint Anderegg. Sollte zum Beispiel die Schule geschlossen werden, könnte das fast schon der Todesstoss sein. Der Mann, der sich einem lebendigen Binntal verschrieben hat, macht sich keine Illusionen: «Sollte sich die Schweiz aus der flächendeckenden Förderung des Alpenraums zurückziehen, wäre das Binntal ein Wackelkandidat.» Also gilt es jetzt, dagegen Nägel mit Köpfen einzuschlagen, mit Naturpark (RNP) und Labelregion.

Als der Bus um fünf Uhr wieder die engen Kurven nach Fiesch hinunterzuckelt, ist es bereits stockdunkel. Ich bin, wie schon bei der Hinfahrt, der einzige Passagier. Und ich fahre eine Strasse runter, die schon Winston Churchill einmal befahren haben soll, wie aus der Gästeliste des Hotels Ofenhorn ersichtlich ist. Schon bald soll sich dort auch Filmregisseur Sidney Pollock eintragen, der auf Weihnachten erwartet wird. Ganz so weit weg von der restlichen Welt, wie das an einem kalten Tag im späten November scheint, ist Binn also doch nicht.

* **Dr. Dominik Siegrist**, stellvertretender Projektleiter FUNalpin, Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus, Landschaft FTL, Hochschule Rapperswil

Projektleitung: **Prof. Dr. Martin Boesch**, Forschungsstelle für Wirtschaftsgeografie und Raumordnungspolitik FWR-HSG, Universität St. Gallen

Kontakt: martin.boesch@unisg.ch



Leben, fördern und abwandern lassen

Einige wenige Regionen im Alpenraum florieren, viele kämpfen jedoch mit Problemen: Der wirtschaftliche Niedergang, der Strukturwandel und teilweise die Abwanderung lassen sie ums Überleben kämpfen. Macht unter diesen Umständen die flächendeckende Besiedlung des Alpenraumes noch Sinn? Wäre es so schlimm, wenn – wie gewisse Ökonomen fordern – einzelne Berggebiete aufgegeben würden? Sollen öffentliche Fördergelder fokussiert werden auf Alpenregionen mit ökologischem Leistungsausweis? Und zeigt die «Neue Regionalpolitik» des Bundes Perspektiven auf? Benjamin Buser von «Avenir Suisse», der Wirtschaftsgeograf Martin Boesch, Thomas Egger, Direktor der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB), und der Ökonom René L. Frey stellten sich einer aktuellen Debatte.

Die Schweizer Politik verfolgte jahrzehntelang die Strategie der flächendeckenden Besiedlung des Landes. Wie fällt die Bilanz aus?

Thomas Egger: Ziel der Regionalpolitik war seit den 1970er-Jahren die dezentrale Konzentration. Man wollte die regionalen Zentren und damit die Regionen selber stärken. Diese Strategie war meines Erachtens sehr erfolgreich. Und sie wird auch mit der «Neuen Regionalpolitik» des Bundes (NRP) erfolgreich bleiben. Natürlich: Es hat Einbrüche gegeben, die Bevölkerungszahlen gingen im Alpenraum teilweise zurück. Diesen Rückgang

darf man aber nicht überbewerten, er bewegte sich zumeist im einstelligen Prozentbereich.

René L. Frey: Mit dieser Analyse bin ich nur teilweise einverstanden. Letztlich war die Strategie nur in den grossen Tourismusregionen erfolgreich. Im Gebiet rund um den Gotthard zum Beispiel läuft sehr wenig. Das ETH-Studio Basel hat dieses Gebiet als «alpine Brache» bezeichnet. Die Frage lautet nicht: «Ist die flächendeckende Besiedlung erreicht worden?», sondern: «Ist das Ziel der flächendeckenden Besiedlung überhaupt sinnvoll?»



Waren denn die angesprochenen Tourismusregionen auf die bisherige Regionalpolitik überhaupt angewiesen? Wären sie nicht auch ohne Regionalpolitik erfolgreich gewesen?

Benjamin Buser: Die Regionalpolitik war vor 30 Jahren durchaus eine Notwendigkeit. Es gab strukturelle Nachteile im Alpenraum. Man traf die richtigen Massnahmen, ich denke besonders an die entwicklungsrelevanten Infrastrukturen. Da konnte das Berggebiet zum Mittelland aufschliessen. Nur: Diese Phase ist seit längerem vorbei, jetzt muss etwas Neues beginnen.



Martin Boesch: Regionalpolitik lässt sich nicht nur auf die Investitionshilfe für Berggebiete (IHG) reduzieren. Letztlich verfolgte die Schweiz seit dem Zweiten Weltkrieg implizit eine alpenorientierte Idee: Wo sich jemals ein Mensch im Berggebiet niedergelassen hat, da bleiben wir bis in alle Ewigkeit – dieser Gedanke kam einer generellen Staatsauffassung gleich. Ich finde, dass die Regionalpolitik des Bundes lange erfolgreich war. Mittlerweile haben sich aber die Bedürfnisse der Bergbevölkerung gewandelt:

« Überspitzt gesagt haben sich viele Regionen sogar um einen Verbleib in der IHG-Förderzone bemüht. »

Sie will die althergebrachte Lebensweise gar nicht mehr, sondern strebt selber ein urbanes Lebensgefühl an. Dieses lässt sich in den Bergen aber nun mal nicht herstellen. Der Paradigmenwechsel, der punkto Raumentwicklung in den Alpen feststellbar ist, kommt gewissermassen von innen – er wird nicht etwa von Ökonomen ausgerufen.

Wurde der Grundsatz der dezentralen Konzentration zu halbherzig umgesetzt? In der Landwirtschaftspolitik oder in der Raumplanungspolitik war davon doch wenig zu spüren ...

Thomas Egger: Tatsache ist: Die Schweiz hat zu lange reine Infrastrukturförderung betrieben. Erst die «Neue Regionalpolitik» will nun explizit die Wettbewerbsfähigkeit der Berggebiete, die Innovation fördern und damit über das Wirtschaftliche hinaus auch die Lebensqualität. Es ist richtig, dass dazu alle Sektoralpolitiken beitragen müssen.

René L. Frey: Auf einer Reise durch Schweizer Alpen Täler habe ich kürzlich festgestellt, welche Unsummen zum Teil investiert wurden – etwa im Verkehrsbereich. Im Safiental beispielsweise wurden Millionen für einen 1,7 Kilometer langen und ausgesprochen breiten Strassentunnel verbaut. Hinten im Tal wohnen aber nur noch wenige hundert Leute. Ich halte dies für Geldverschwendung. Kommt hinzu, dass in den 30 Jahren seit der Einführung der Investitionshilfe für Berggebiete keine einzige der 54 Regionen aus dieser Förderung wieder entlassen worden ist. Das ist ein Witz. Was gibt es beispielsweise in der Region Gstaad/Saanen denn heute noch zu fördern? Da müsste man doch sagen: Jetzt könnt ihr auf eigenen Beinen stehen.

Benjamin Buser: Überspitzt gesagt haben sich viele Regionen sogar um einen Verbleib in der IHG-Förderzone bemüht. Das ist zwar nachvollziehbar, befördert aber eine negative Entwicklung. Das heisst: Man will gar nicht zu den Guten aufschliessen, sondern bleibt lieber unterdurchschnittlich, damit die Fördergelder weiterhin fliessen.

Die Rede war von einem Paradigmenwechsel. Was muss sich an der Zielsetzung der Regionalpolitik ändern?

René L. Frey: Die dezentrale Konzentration muss grossräumiger konzipiert werden. Es sind heute die Metropolitanregionen, die sich dem Standortwettbewerb erfolgreich stellen. Sie können aber für sich allein nicht funktionieren; sie brauchen ein engeres Umland, und sie brauchen ein weiteres Umland. Mit anderen Worten: Die Zentren sollten eine gewisse Mitverantwortung für ihr ländliches Einzugsgebiet übernehmen. Das bedeutet jedoch nicht, dass überall, wo jemals jemand gewohnt hat, weiterhin gewohnt werden soll.

Thomas Egger: Ich sehe die weitere Entwicklung kleinräumiger. Beispielsweise hat auch ein kleineres regionales Zentrum wie Ilanz durchaus eine Funktion für sein Hinterland. Manche alpine Tourismusregionen haben eine Zentrumsfunktion. Das kommt im neusten Raumentwicklungsbericht des zuständigen Bundesamtes schön zum Ausdruck. Die Karten des ETH-Studios Basel oder von «Avenir Suisse» unterschlagen diese Tatsache geflissentlich.

Die besagte Landkarte von «Avenir Suisse», in welcher der Alpenraum vornehmlich als weisser Fleck dargestellt ist, sorgt seit einigen Monaten für viel Aufregung. Weshalb lässt «Avenir Suisse» die regionalen Tourismuszentren aussen vor?

Benjamin Buser: Man kann es nur wiederholen: Diese Karte bildet ein statistisches Faktum ab.

Darin werden arbeitsmarktliche Verflechtungen aufgezeigt. Es ergab sich, dass die touristischen Zentren nicht über die definierten Schwellenwerte hinaus kamen. Feststellen muss man aber auch: Der Tourismus hat in die Berggebiete nur punktuell Wohlstand und Wachstum gebracht, niemals aber flächendeckend. Heute können nur wenige Destinationen in der Schweiz im globalen Markt mithalten; der Tourismus ist nicht flächendeckend eine Wachstumsmaschine für den Alpenraum.

Martin Boesch: Ich teile die Auffassung, dass wir verschiedene Raumtypen unterscheiden müssen, wobei es verfehlt wäre, nur auf die Metropolitanregionen zu setzen und den Rest zu vergessen. Die nachgeordneten Zentren sind auch lebenswert, auch sie bieten Arbeitsplätze und viel Lebensqualität, auch sie generieren Wertschöpfung. Es braucht eine Zentrumshierarchie mit verschiedenen Ebenen. Die Frage ist einfach, wie gross- oder kleinräumig man das Ganze betrachten will. Wie viel Mittel müssen investiert werden, damit eine Region noch funktionieren kann? Dazu braucht es eine politische Debatte.

Welche Wertvorstellungen könnten in dieser Debatte eine Rolle spielen – neben der rein ökonomischen Wertschöpfung?

René L. Frey: Ich bin auch für die dezentrale Besiedlung – dort, wo sie langfristig Erfolg hat. Das heisst aber nicht, dass sie flächendeckend sein muss. Ich möchte, dass sich der Mensch aus gewissen Tälern zurückzieht. Viele Täler haben wirtschaftlich keine Chance, dafür umso mehr ökologisches Potenzial. Ich begreife natürlich, dass die Betroffenen von solchen Aussagen nicht begeistert sind. Aber ich denke an unsere Nachkommen. Sie möchten sicher keine Schweiz, die komplett verbetoniert ist.

Martin Boesch: Eine gewisse Dynamik in der Besiedlungsstruktur macht durchaus Sinn. Wachsen und schrumpfen – beides soll möglich sein. Schrumpfen ist keine volkswirtschaftliche oder gesellschaftliche Katastrophe, sondern kann auch eine Chance sein; ich denke etwa an die ökologischen Erlebnisqualitäten solcher Landschaften. Nur darf diese Entwicklung nicht dem Zufall überlassen werden. Es braucht einen Konsens, es braucht eine Strategie, und es braucht allenfalls Übergangsmassnahmen zu Gunsten der Betroffenen. Zwischen dem gesteuerten Rückzug aus der Fläche auf der ganzen Front und dem Festhalten am bisherigen Kurs sehe ich als dritten Weg eine Strategie für den Alpenraum, welche auf Leistung und Gegenleistung beruht. Die Frage lautet doch heute: Welchen wirtschaftlichen Nutzen können Alpenre-

gionen von ihren Landschaftsressourcen langfristig gewinnen? Die Lösung könnten «Labelregionen» sein, die wir in unserem NFP 48-Projekt untersucht haben: Sie erhalten gezielt öffentliche Gelder für eine hohe ökologische Leistung.

Thomas Egger: Aber entscheidend ist doch, dass die Leute ihr Schicksal selber in die Hand nehmen können. Es darf nicht sein, dass ihnen andere erklären, wie positiv die Abwanderung doch zu werten sei. Wenn in der «Neuen Regionalpolitik» von einer verstärkten Kooperation zwischen Stadt und Land die Rede ist, dann schaffen solche Aussagen nur neue Fronten, statt dass das gegenseitige Verständnis gefördert wird. Man muss mit den Leuten vor Ort diskutieren. Natürlich: Wenn in einer Region die Initiative fehlt, wenn niemand eine Perspektive aufzeigen kann, dann sollen keine Mittel mehr fließen, damit bin ich einverstanden. Man muss den Leuten aber die Chance geben, sich selber zu entscheiden, Strategien zu entwickeln.

Martin Boesch: Die Leute selber entscheiden lassen? Tatsache ist doch, dass sie jahrelang

« Der Tourismus hat in die Berggebiete nur punktuell Wohlstand und Wachstum gebracht, niemals aber flächendeckend. »

massiv unterstützt wurden! Das Safiental ist schon genannt worden. Dorthin fließen pro Kopf jährlich rund 6000 Franken an Transferleistungen – dreimal mehr als in vergleichbare Bergregionen. Da kann man nicht mehr von freiwilligen, selbst verantworteten Entscheidungen reden; das ist reine Strukturhaltung. Seien wir doch ehrlich: Es gibt Standorte in den Bergen, die keine Chancen haben. Und da braucht es eindeutig auch Prozesse von oben nach unten. Die Politik – auf welcher Ebene auch immer – muss die Frage klären, wo Raumentwicklung fokussiert werden soll. Es braucht Zielvereinbarungen, quantifizierbare Leistungsaufträge, um die man sich bewerben kann. Die Agrarpolitik läuft gedanklich in diese Richtung, nur wird sie auch deshalb nicht umgesetzt, weil die Basis logischerweise Widerstand leistet. Strukturwandel bedeutet aber nicht nur: Jetzt setze ich auf Nischenproduktion. Es bedeutet in Gottes Namen auch: An gewissen Orten wird es ohne Rückzug aus der Fläche nicht gehen.





Wer könnte solche Prozesse auslösen?

Martin Boesch: Die Kantone werden vermehrt zum Zug kommen. Der «Neue Finanzausgleich» des Bundes wird dazu führen, dass die Mittelzu- teilung nicht mehr in die Fläche erfolgen wird. In erster Linie entscheiden die kantonalen Behör- den darüber, wohin das Geld fliesst. Und sie wer- den dies möglichst effizient und nutzbringend verteilen – dabei werden die dezentralen Anlie- gen vergessen gehen. Darin zeigt sich auch, dass das Versprechen, wonach der «Neue Finanzaus- gleich» gleichsam ein Ersatz sei für die flächen- deckende Regionalpolitik, so nicht stimmt.



Benjamin Buser: Letztlich gründet auch der «Neue Finanzausgleich» auf dem Prinzip der Solidarität. Die Finanzstarken helfen den Finanz- schwachen – also den Bergkantonen. Diese Soli- darität ist mir zu einseitig. Es gibt auch eine umgekehrte Solidarität. Die Städte erwarten, dass sich die Bergregionen darum bemühen, effizient mit den Mitteln umzugehen, und dass ein Rückzug aus gewissen Alpentälern, eine gewisse Konzentration möglich wird. Wäre das Kostendenken in den wirtschaftlich benachtei- ligten Gebieten erkennbar, dann stünde es um die Akzeptanz gegenüber den Berggebieten eini- ges besser. Auch die Städter sind empfänglich für Solidarität.

Thomas Egger: Leider wird zu wenig anerkannt, dass im «Neuen Finanzausgleich» auch gewisse Ausgleichsmechanismen für die Stadt eingeführt wurden – auf Kosten der Berggebiete. Im Übri- gen werden im Verkehrsbereich in den nächsten Jahrzehnten gegen 20 Milliarden Franken in Städte und Agglomerationen fließen – und die Bergregionen unterstützen dies.

René L. Frey: Dies hat aber nichts mit Umvertei- lung zu tun. Fliesst Geld in die Verkehrsinfra- struktur der Städte, so stehen dahinter klare Effizienz- und Wachstumsziele.

Sind die Regionen im Alpenraum fähig, selber eine räumliche Differenzierung vorzunehmen?

Thomas Egger: Heute sind sie dazu nicht in der Lage. Es gibt weder Strukturen, Mittel noch Vor- aussetzungen dafür. Nochmals: Man muss den Regionen ermöglichen, diese Prozesse selber durchzuführen. Es braucht flexiblere Instru- mente, die etwa im Rahmen von Mehrjahrespro- grammen zwischen Kanton und Regionen solche Prozesse unterstützen.

Benjamin Buser: Natürlich braucht es solche Instrumente. Nur: Mit der «Neuen Regionalpoli- tik» des Bundesrates ist dies nur begrenzt mög-

lich. Gewisse veraltete Instrumente wie etwa die einzelbetriebliche Förderung wurden wieder eingepackt – und vor allem: Die Regionen sind nach wie vor nicht ökonomisch dazu verpflich- tet, sich zusammenzurufen. Dies kritisiert «Avenir Suisse» an der «Neuen Regionalpolitik», wenn sie sich in dieser verwässerten Form durchsetzt.

Wie steht es um konkrete Ansätze für eine Se- lektion des Alpenraumes: Welche Gebiete soll man künftig noch stützen, welche soll man fal- len lassen?

René L. Frey: Sicher falsch wäre eine Art Planifi- kation, eine zentralstaatlich gelenkte Raument- wicklung. Die Rahmenbedingungen müssen so gesetzt sein, dass sich die Leute richtig verhal- ten. Es kann nicht mehr darum gehen, Geld in die Alpen zu pumpen und damit marktgesteu- erte Prozesse zu blockieren. Ein Teil der Bevöl- kerung wandert ja ohnehin ab. Sie sollen es, wenn sie anderswo bessere Entwicklungsmög- lichkeiten sehen.

Martin Boesch: Das sehe ich aus ordnungspoli- tischer Sicht anders. Die individuellen Entschei- dungsprozesse müssen in einen strategischen Rahmen eingebunden sein – mit klaren Aus- sagen darüber, was wann und wo passiert. Die Kantone haben zuletzt etwa in der Strassen- und Verkehrspolitik gezeigt, dass sie Prioritäten setzen können und wollen. Dies müssen die Regionen ebenfalls machen, sich auch beim Rückzug aus der Fläche fokussieren und ent- fokussieren. Für diesen unvermeidlichen Pro- zess braucht es einen strukturellen Rahmen. Dieser muss politisch diskutiert werden, das kann man nicht dem individuellen Aushand- lungsprozess überlassen.

Die Gesprächsteilnehmer

Prof. Dr. Martin Boesch, Universität St.Gallen. Projektleiter des NFP 48-Projekts FUNalpin

em. Prof. Dr. René L. Frey, Center for Research in Economics, Manage- ment and the Arts, Projektleiter des NFP 48-Projekts «Verhandlungs- strategien bei Umweltkonflikten»

Dr. Benjamin Buser, wissenschaftlicher Projektleiter bei der Stiftung «Avenir Suisse»

Thomas Egger, Direktor der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)

Die Fragen stellten:

Urs Steiger, Kommunikationsbeauftragter NFP 48, und Pirmin Schilliger, Luzern; schriftliche Aufzeichnung: Stefan Christen, Luzern.





Das Nationale Forschungsprogramm 48 «Landschaften und Lebensräume der Alpen» des Schweizerischen Nationalfonds

Globalisierung, europäische Integration und Marktliberalisierung beschleunigen den Wandel im Alpengebiet und verändern die Rahmenbedingungen in wichtigen Bereichen. Im Auftrag des Bundesrates sucht das Nationale Forschungsprogramm 48 «Landschaften und Lebensräume der Alpen» seit 2002 wissenschaftlich fundierte Antworten auf die Frage, welche Entwicklungen im Alpenraum erkennbar, gesellschaftlich wünschbar, ökologisch vertretbar und wirtschaftlich tragbar sind. 2007 wird das Forschungsprogramm abgeschlossen sein.

Fünf Leitfragen stehen dabei im Zentrum:

Wie nehmen die Menschen Landschaften und Lebensräume wahr?

Wie und warum verändern sich Landschaften und Lebensräume im Alpenraum?

Wie können gemeinsame Ziele für die Entwicklung der Landschaften und Lebensräume gefunden und erreicht werden?

Welchen wirtschaftlichen Wert haben die alpinen Landschaften und Lebensräume?

Wie kann die Landschaftsentwicklung frühzeitig gelenkt werden?

Eine enge Zusammenarbeit der Forscherinnen und Forscher mit der Bevölkerung im Alpenraum soll darauf hinwirken, dass die Forschung auf die Bedürfnisse der Betroffenen abgestimmt ist und zukunftsfähige Lösungsstrategien entwickelt. Als Nationales Forschungsprogramm legt das NFP 48 Wert darauf, den Forschungsergebnissen den Weg in die Praxis zu ebnen und damit einen möglichst hohen Praxisnutzen zu erzielen.

Die Themenhefte des NFP 48

Mit seinen Themenheften bietet das NFP 48 journalistisch aufbereitete Informationen rund um die fünf Forschungsleitfragen. Sie erscheinen 2005/2006 im Halbjahresrhythmus. Die Themenhefte beleuchten das wissenschaftliche Umfeld dieser Fragestellungen, geben Einblick in die Arbeit der Forschungsprojekte und informieren über die gewonnenen und noch zu erwartenden Ergebnisse. Speziell widmen sich die Themenhefte auch den Aspekten der transdisziplinären Forschung und zeigen, wie die Forschenden den Dialog mit der Praxis suchen und pflegen. Insgesamt wollen die Themenhefte an die Forschungsthemen des NFP 48 heranführen. Die Auswahl und Darstellung der Themen erfolgt daher im Wesentlichen nach journalistischen Gesichtspunkten durch die Redaktion sowie die Autorinnen und Autoren. Die Themenhefte ersetzen damit in keiner Art die wissenschaftlichen Publikationen. Eine Übersicht zu diesen findet sich über die Projekte auf der Website.

Bereits erschienen:



Alpendialog
Themenheft II
des NFP 48



Alpensichten
Themenheft I
des NFP 48

www.nfp48.ch



NFP 48 Landschaften und Lebensräume der Alpen
PNR 48 Paysages et habitats de l'arc alpin
NRP 48 Landscapes and Habitats of the Alps