

Viel Potenzial für die Zukunft

VITALPIN beleuchtete den Sommertourismus – Erfahrungen in einzelnen Regionen

Der Verein VITALPIN hat sich in Zusammenarbeit mit seinem überregionalen Netzwerk im Rahmen einer Podiumsdiskussion mit dem Sommertourismus im Alpenraum befasst.

Hierzulande setzen immer mehr Touristiker auf aktive Sommergäste. Insbesondere die Wertschöpfung durch Rad-Touristen steigt zunehmend – vom Rennradler über den E-Biker bis hin zum Downhill-Biker. Dies zeichne sich auch global ab, wie Jürgen Pichler, Marketingleiter von Doppelmayr, berichtete. „Das Ziel zahlreicher Wintersportdestinationen ist es, ihr touristisches Angebot zum Vier-Jahreszeiten-Erlebnis auszubauen. Wir haben Kunden, welche im Sommer sogar schon mehr Umsatz als im Winter machen.“ Je nach Wetterlage und Schneesituation wird teilweise bereits im März/April auf den Sommerbetrieb umgestellt und die Saison bis Ende Oktober genutzt. Die Konzepte sind unterschiedlich: vom Passfahren mit dem Rennrad (ohne Aufstiegshilfe) über das Almradeln mit dem E-Bike (bergwärts und talwärts mit der Bahn) bis hin zum abwechslungsreichen Downhill-Park mit unterschiedlichen Trails (und Seilbahnen als voll integrierte Bestandteile).

Jürgen Pichler führte weiter aus: „Unsere Anlagen können mit entsprechendem Zubehör sehr einfach vom Winter- auf den Sommerbetrieb umgerüstet werden, um Bikes, aber auch Mountaincarts und sonstige Sportgeräte transportieren zu können.“ Im Alpenraum funktioniert die Integration von unterschiedlichen Outdoor-Aktivitäten wie spazieren, wandern oder radeln sehr gut. In den USA und Kanada gibt es mehr spezialisierte Resorts, beispielsweise mit Fokus ausschließlich auf den Downhill-Sport. Andere wiederum sprechen vor allem Wanderer an, die am Berg entschleunigen möchten. Vor allem für die Alpenregion und einen nachhaltigen Tourismus sind aktive



Von links: Jürgen Pichler, Marketingleiter von Doppelmayr; Michaela Burger, Geschäftsführerin Bergbahnen Hochötz; Silvio Schmid, Bergbahnen Graubünden; Maximilian Hillmeier, Tourismusdirektor Bad Hindelang; Raffael Mooswalder, HGV-Direktor, und Manuel Lutz, Geschäftsführer VITALPIN.

Foto: Frischauf Bild

Urlauber im Sommer von großer Bedeutung. Denn die Hauptmotive für z. B. Mountainbiker sind der Genuss von Natur und Landschaft (68 Prozent), gefolgt von sportlicher Betätigung und Fitness (49 Prozent), wie Studien zeigen. „Man kann annehmen, dass die Gäste daher auf unsere Umwelt achten. Diese Tatsache ist ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen, ganzjährigen Tourismus, der auf unterschiedlichen Säulen aufgebaut ist“, sagte VITALPIN-Geschäftsführer Manuel Lutz. Es gibt bereits einige Vorzeigeregionen. Eine davon ist das Ötztal. Mit der „Bike Republic“ wurde eine eigene Marke geschaffen. Die Aufstiegsanlagen werden nun auch im Sommer genutzt und locken neue Gäste an. „Sölden hat sich damit auch als Hotspot im Sommer etabliert. Durch die vielfältigen Angebote im Winter wie im Sommer ist auch das Jobangebot für Mitarbeitenden größer und viele können das ganze Jahr im Tal gehalten werden“, erklärte Michaela

Burger, Geschäftsführerin der Bergbahnen Hochötz.

Sommerfrische in den Alpen

Lange Zeit war ein Sommerurlaub in den Bergen nur für wenige Menschen attraktiv. Doch durch die klimatischen Veränderungen werden die höheren Lagen zunehmend zu einem Mekka. Menschen aus Ballungszentren schätzen die gute Bergluft. Auch für Allergiker sind höhere Lagen eine Erholung, um u. a. dem Pollenflug zu entkommen. Auch die Zunahme an Hitzetagen bereitet immer mehr Personen Probleme. In den Alpen lässt es sich bei angenehmen Temperaturen gut aushalten. Beim Stichwort erfolgreicher Ganzjahres-tourismus wird oft Südtirol als Vorbild genannt. Für HGV-Direktor Raffael Mooswalder ist klar: „Südtirol punktet mit einer langen Sommersaison, die von Mai bis Oktober reicht. Sonne, angenehme Temperaturen und unsere landschaft-

liche Vielfalt machen die Region zum idealen Ziel für Outdoor-Aktivitäten, Erholung und Genuss.“ Diese Faktoren ziehen viele Urlauber in die Region. Das wirkt sich auf die Tourismusgesinnung aus. Es gibt Aktionen, die einen permanenten Übertourismus suggerieren wollen. Auch die Touristiker sind über die Entwicklung, vor allem in Bezug auf Tagestouristen, die auf Selfie-Jagd gehen, nicht erfreut. Es wird daher an Maßnahmen gearbeitet, wie Mooswalder betont: „Erste gute Erfahrungen wurden am Beispiel des Pragser Wildsees gemacht. Gearbeitet wird auch an einer Verkehrslösung für die Dolomitenpässe. Ebenso einen Beitrag leistet der Südtirol Guest Pass. Damit soll der Individualverkehr auf die öffentlichen Verkehrsmittel verlagert werden.“

Wichtige Schritte setzt Südtirol auch im Bereich der Nachhaltigkeit. „Mit dem Nachhaltigkeitslabel Südtirol, das auf internationalen GSTC-Standards ba-

siert, treiben wir die nachhaltige Ausrichtung unserer Betriebe und Regionen voran. Bereits rund 200 Betriebe und acht Regionen sind zertifiziert“, sagte Mooswalder. Der Sommertourismus bekommt auch in der Schweiz immer mehr Bedeutung, vor allem für die Hotellerie und Gastronomie, etwas weniger für die Bergbahnen ohne typische Ausflugsberge. In der Schweiz hat – neben dem Individualtourismus – im Sommer vor allem der „Touring-Tourismus“ mit Feriengästen und Gruppen, welche auf Entdeckungstour durch die Schweiz gehen, eine große Bedeutung erhalten, insbesondere für die klassischen Ausflugsgebiete und Berge. In diesem Zusammenhang sind in letzter Zeit auch Diskussionen zum Overtourismus aufgekommen. Silvio Schmid von den Bergbahnen Graubünden relativierte: „Das Thema beschränkt sich aber auf ganz wenige Hotspots und nur während der absoluten Hochsaison.“

Vom Winter auf Sommer

Ein anderes Bild zeigt sich in Bad Hindelang im Allgäu. Die Gemeinde hat 5.200 Einwohner und jährlich rund 1 Million Übernachtungen. Der Tourismus ist der Hauptwirtschaftszweig. Der Sommer macht dort schon 60 Prozent der Wertschöpfung aus. Da es auch kritische Stimmen gegen den Tourismus gab, entschied die Gemeinde 2018, in das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ eine Tourismusstrategie zu integrieren. Die Reduzierung des Individualverkehrs, seasonsverlängernde Maßnahmen und Besucherlenkung spielen dabei eine wichtige Rolle. „Ein reines Tourismuskonzept hätte keine Akzeptanz in der Bevölkerung gefunden. So wurde das Tourismuskonzept in das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ integriert – und nicht umgekehrt“, betonte Tourismusdirektor Maximilian Hillmeier.

www.vitalpin.org