Erste Forschungsergebnisse im EU-Forschungsprojekt „ClimAlpTour“

Ilka Cremer

Der Einfluss des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum.

Forschung an der Fakultät für Tourismus

Das transnationale EU-Forschungsprojekt „ClimAlpTour“ ist nach Alpshealthcomp (2005–2008) bereits das zweite EU-Projekt, an dem sich die Fakultät für Tourismus der Hochschule München beteiligt. Das Projekt ist Bestandteil des Alpenraumprogramms „European Territorial Cooperation – Alpine Space 2007–2013“ und untersucht die Auswirkungen des Klimawandels auf den Sommer- und Wintertourismus im Alpenraum.

Das Projekt

Der Alpenraum ist eine der touristisch intensivst genutzten Regionen weltweit.[1] Gleichzeitig sind die Alpen auch eine Region, die aufgrund ihrer Heterogenität besonders anfällig ist für die Auswirkungen des Klimawandels. Im ClimAlpTour-Projekt haben sich daher insgesamt 18 Projektpartner aus sechs Alpenanrainerstaaten unter der Federführung des Lead Partners, der Region Veneto (Italien), zusammengefunden, um über einen Zeitraum von drei Jahren (von 2008 bis 2011) und mit einem Gesamtbudget von 2,8 Millionen Euro die Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus im Alpenraum zu untersuchen. Das ClimAlpTour-Projekt ist ausgesprochen anwendungsorientiert und hat zum Ziel, geeignete Anpassungsstrategien für ausgewählte Pilotregionen zu entwickeln.

Das Projekt ist in insgesamt sieben Arbeitspakete unterteilt. Die Arbeitspakete 4 „Data Survey“, 5 „Impact Analysis“ und 6 „Adaptation Strategies“ stellen das inhaltliche Kernstück dar und bauen aufeinander auf. Die Fakultät für Tourismus der Hochschule München ist verantwortlich für das Arbeitspaket 5 „Impact Analysis“. Dabei werden, basierend auf den im Arbeitspaket 4 generierten empirischen Daten sowie Resultaten aus früheren Forschungsprojekten, die Auswirkungen des Klimawandels auf Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft in den jeweiligen Pilotregionen untersucht. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die Entwicklung von geeigneten Anpassungsstrategien im 6. Arbeitspaket.

Experten-Hearing

Im Tourismus, für den Natur und Klima wichtige Basisressourcen darstellen, ist die gesamte Wertschöpfungskette stark vom Klimawandel betroffen. Dies macht eine differenzierte Vorgehensweise bei der Untersuchung und Analyse der Auswirkungen des Klimawandels erforderlich, bei der die Perspektiven unterschiedlicher Stakeholder zu berücksichtigen sind. Zu diesem Zweck wurde im Mai 2009 ein Experten-Hearing an der Hochschule München veranstaltet, bei dem die ökonomischen Auswirkungen des Klimawandels im Vordergrund des Dialogs standen.

In einem ganzheitlichen Ansatz wurden Unternehmen entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette adressiert. Fragen nach dem Einfluss des Klimawandels auf die zukünftigen Potenziale des Alpenraums als touristische Destination, auf Entwicklungs- und Vermarktungschancen neuer Produkte und auf die Finanzierung und (Rück-)Versicherung von touristischer Infrastruktur (Hotellerie, Verkehrswege, Skipisten, Wanderwege etc.) waren dabei von zentraler Bedeutung. Über diese Themenfelder wurde mit rund 70 Experten und Stakeholdern aus der Tourismusindustrie und -wissenschaft, mit Vertretern aus der Politik, mit NGOs, aber auch mit Vertretern der Finanzwirtschaft und Versicherungsunternehmen diskutiert. Den Rahmen dafür lieferten drei Keynote-Vorträge und drei moderierte Workshops zu den Themen „Natur und Nachhaltigkeit“, „Finanzierung, Risikomanagement und Versicherung“ sowie „Regionale und überregionale Produktentwicklung“.

Zentrale Ergebnisse des Experten-Hearings

Im ersten Workshop zum Thema „Natur und Nachhaltigkeit“ wurden von den anwesenden Experten Ressourcen identifiziert, die im Nordalpenraum besonders stark vom Klimawandel betroffen sein werden und kritische Punkte für die Regionalentwicklung

[1] Vgl. Klima-Wandel-Alpen. Tourismus und Raumplanung im Wetterstress. CIPRA (2006), S. 100

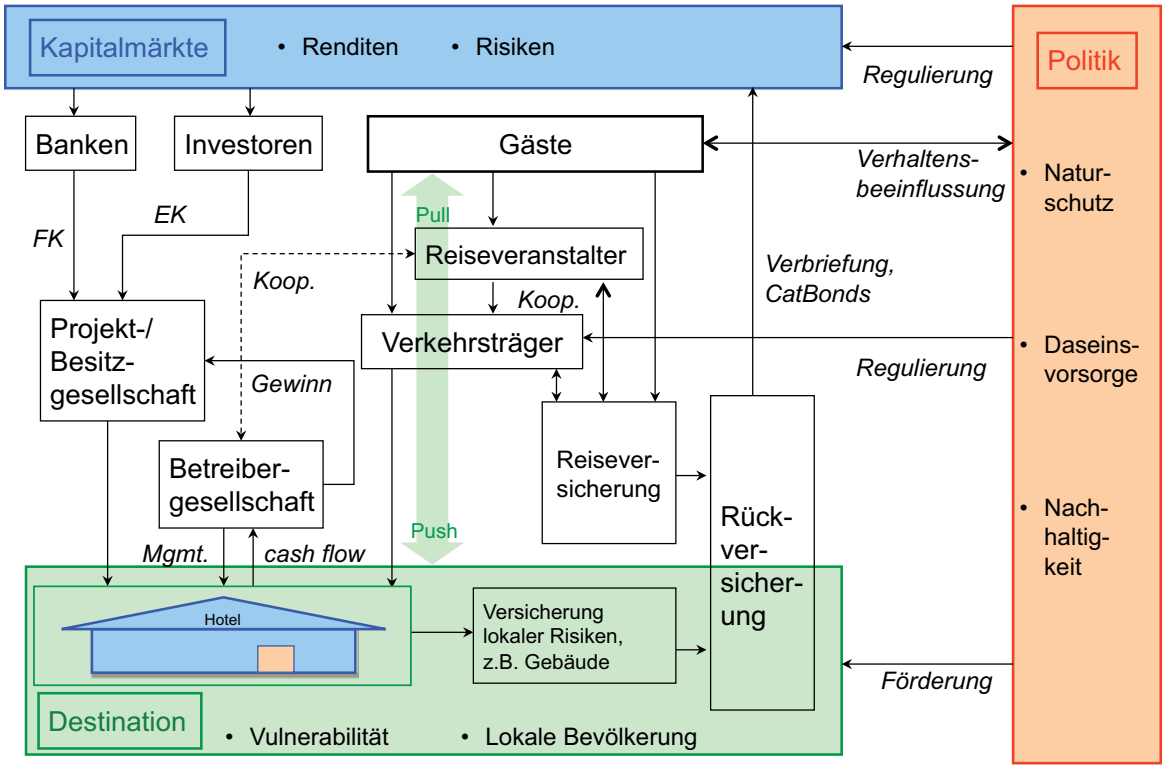
darstellen. An erster Stelle werden der Anstieg der Schneefallgrenze und der damit verbundene Rückgang der Schneesicherheit genannt. Dies führt, besonders in mittleren Höhenlagen, zu einem Rückgang des Skitourismus. Darüber hinaus werden Bodenerosion und Hanginstabilitäten das Bild der Alpendestinationen negativ beeinflussen. Durch die Veränderungen des Landschaftsbildes, der biologischen Vielfalt und des Wasserhaushaltes wird es in Zukunft verstärkt zu Flächennutzungskonflikten kommen. Daraus erwächst für die Raumplanung die Herausforderung, den einzelnen Stakeholdergruppen (wie beispielsweise Landwirtschaft, Naturschutz und Tourismus) gerecht zu werden. Als Chance kann die Verlängerung der Sommersaison gewertet werden. Durch das Wiederaufleben der „Sommerfrische" gewinnt diese Saison an Attraktivität und muss durch neue Produktentwicklungen unterstützt werden.

Aus der Perspektive von Naturschutzorganisationen und Befürwortern von Nachhaltigkeitskonzepten bestehen zwar bereits gute Ansätze zur Anpassung an den Klimawandel im Nordalpenraum, vielerorts mangelt es jedoch noch an fehlendem Risikobewusstsein. So sind laut Expertenmeinung die heutigen Anpassungsmaßnahmen bei den Kommunen (noch) mehr „Schein als Sein" und die Erstellung und Implementierung eines Leitbildes zur nachhaltigen Kommunalentwicklung dringend erforderlich. Ebenfalls muss eine Verbesserung bei der Koordination der Entwicklungsplanung erreicht werden. Bei Tourismusunternehmen ist zum heutigen Zeitpunkt lediglich das Marketing angepasst und es wird geraten, zukünftig substanziell nachhaltige Produkte zu entwickeln, ohne dabei bereits vom Klimawandel betroffene Produkte auszugrenzen. Im Hinblick auf die Touristen herrscht die Meinung, dass diese im Urlaub nicht auf Annehmlichkeiten verzichten wollen, auch nicht zugunsten des Klimawandels. Der anstehende bzw. bereits stattfindende Generationenwechsel könnte eine Chance sein und die Bewusstseinsänderung positiv beeinflussen. Auch könnten verstärkte und „fühlbare" Änderungen der Rahmenbedingungen (zum Beispiel Erhöhung der Mitteltemperatur) durch den Klimawandel eine Katalysatorfunktion ausüben und die Bewusstseinsänderung beschleunigen. Bei den Verkehrsträgern werden heute ausschließlich technologische Entwicklungen vorangetrieben, zukünftig wird jedoch die „bedarfsorientierte Optimierung" zur Vermeidung von Überkapazitäten, die „Bündelung" von Mobilitätsaufkommen sowie die Optimierung der Schnittstellen an Wichtigkeit gewinnen. Während die lokale Bevölkerung zurzeit lediglich mittels der klassischen politischen Instrumente (zum Beispiel Bürgerentscheid) auf Kommunalebene in die Entscheidung über Anpassungsmaßnahmen involviert ist, gilt es in Zukunft, Governance-Strukturen zu etablieren, die der lokalen Bevölkerung ein weiter reichendes Mitbestimmungsrecht verleihen.

Der zweite Workshop „Finanzierung, Risikomanagement und Versicherung" beleuchtete die Perspektive von Experten der Fachthemen Georisiken, Erst- und Rückversicherung, Finanzierung und Hotelprojektierung.

Eine klimainduzierte Veränderung wird in der Einschränkung der Versicherbarkeit gesehen. Die Versicherbarkeit einzelner Risiken steht dabei der Versicherbarkeit „aller" Risiken aus dem Klimawandel gegen-

Stakeholder entlang der touristischen Wertschöpfungskette am Beispiel eines Hotelprojektes



über. Einzelne Risiken sind nach wie vor versicherbar. Eine Absicherung gegenüber allen Risiken ist jedoch mittelfristig nicht mehr möglich, da mit dem Fortschreiten des Klimawandels und der Erhöhung der Mitteltemperatur das Schadenpotenzial für jedes Extremereignis ansteigt.[2] Dies bezieht sich kurzfristig auf gegebene Strukturen, langfristig auf neue Gefahrenzonen und die Anpassung bei der Raumplanung. Als weitere Veränderung wird das Auftauen der Permafrostböden und Gletscherrückgänge angeführt. Insgesamt sehen die Experten die kurzfristigen Veränderungen als bedeutender an als die langfristigen, da bei letzteren Zeit zum Gegensteuern bleibt.

Für die Finanzbranche ergeben sich sowohl Chancen als auch Risiken aus dem Klimawandel. Grundsätzlich sind Investitionen in ökonomisch und ökologisch nachhaltige Projekte zu favorisieren. Aus strategischer Sicht empfiehlt es sich, bereits heute mit dem Ausbau themenbezogener Beratung zu beginnen, da der Klimawandel bei Investitionsentscheidungen einen Risikofaktor darstellt, der zu großer Unsicherheit führt. Um die wachsenden Risiken durch den Klimawandel zu verringern, muss eine Abwälzung über den Preis stattfinden. Dabei wird ein möglicherweise notwendiger Rückbau aufgrund des Klimawandels von vornherein einkalkuliert. Um die Identifizierung von Risiken zu verbessern, arbeitet die Finanzbranche bereits heute mit den Verantwortlichen vor Ort und der öffentlichen Hand zusammen.

Während sich die Finanzbranche bereits differenziert mit den Folgen des Klimawandels auseinandersetzt, beklagen die Experten eine fehlende Bereitschaft der Tourismusindustrie, Themen zum Klimawandel aktiv zu behandeln[3]. Viele Unternehmen der Branche schweigen lieber still, wollen den Gast nicht verunsichern, Investoren nicht abschrecken und Wertminderungen vermeiden. Im Rahmen einer strategischen Anpassung an die Folgen des Klimawandels ist es jedoch wichtig, den Nachhaltigkeitsaspekt in der Entwicklung neuer Tourismuskonzepte fest zu verankern. Im Hinblick auf die Produktentwicklung würde es sich lohnen, diese in Teilen gemeinsam mit der Finanzbranche durchzuführen. Dabei könnte die Tourismusindustrie stark von dem betriebswirtschaftlichen Know-how der Branche profitieren.

Im dritten Workshop „Regionale und überregionale Produktentwicklung“ diskutierten Interessensvertreter aus dem Kreise regionaler touristischer Anbieter und Tourismusmarketingorganisationen über die Veränderungen der Rahmenbedingungen, des Verbraucherverhaltens und notwendige Anpassungsmaßnahmen.

Die Experten prognostizieren, dass aufgrund geänderter Rahmenbedingungen Produkte nicht mehr wie gewohnt angeboten werden können. Dies führt dazu, dass das heutige Produktportfolio in vielen Destinationen bald überholt sein wird. Als zentrale Veränderungen, die sich auf die zukünftige Produktentwicklung im Alpenraum auswirken werden, wurden

Kurpark mit Waxensteinen, Grainau (Pilotregion)
Tourist-Information Grainau

Watzmann, Berchtesgadener Land (Datensammlungsregion)
Berchtesgadener Land Tourismus GmbH

[2] Vgl. Münchener Rück (2007), S. 4
[3] Als ein Indiz für die noch fehlende Bereitschaft, nicht nur in der Tourismusindustrie, sondern allgemein in Deutschland, sich aktiv mit den Folgen des Klimawandels auseinanderzusetzen, kann hier angeführt werden, dass beispielsweise auch die Versicherungsdichte für Elementargefahren sehr gering ist (10,0 Prozent und weniger). Vgl. Münchener Rück (2007), S. 34

die geringere Planungssicherheit im Wintertourismus, das Erfordernis erhöhter Schutzmaßnahmen, die Überlastung des Alpenraums zu Stoßzeiten und die Änderung der Wahrnehmung des Alpenraums als Urlaubsdestination identifiziert. Des Weiteren machten die Experten auf das geänderte Verbraucherverhalten aufmerksam. Galt der Alpenraum lange Zeit und gerade auch im Winter als „Sportarena", wird er in Zukunft als authentischer und sanfter Erholungs- und Naturraum neue Anziehungskraft gewinnen. Dabei wird die Wahl des Urlaubsziels jedoch häufig von der medialen Berichterstattung beeinflusst. So wurden im sogenannten „Katastrophenwinter" in vielen Destinationen trotz guter Schneeverhältnisse weniger Gäste verzeichnet. Mittelfristig wird eine Zunahme der Gäste im Alpenraum erwartet und prognostiziert, dass Verbraucher, die vorher mediterrane Urlaubsregionen bevorzugt haben, im Laufe der Zeit den Alpenraum als Urlaubsregion wiederentdecken. Gründe dafür sind unter anderem die Temperaturzunahme und der Wassermangel in den südlicheren Urlaubsdestinationen.

Basierend auf den Einschätzungen der Experten wurden Empfehlungen zu strategischen Anpassungsmaßnahmen für die sechs wichtigsten Akteursgruppen (Hotels, Bergbahnunternehmen, Destinationen, Landwirtschaft, Veranstaltungsagenturen und Verkehrsunternehmen) formuliert. Diese sollen eine nachhaltige Entwicklung im Alpenraum unter dem Einfluss des Klimawandels sicherstellen. Während Hotels die Expansion von wetterunabhängigen Indoor-Angeboten ausweiten müssen, wird Bergbahnunternehmen geraten, Ersatzinvestitionen nicht nur auf den Wintersport auszurichten. Die Destinationen müssen die Diversifizierung der Winterprodukte vorantreiben und das Wiedererwachen der „Sommerfrische" durch zusätzliche Produktinnovationen im Sommer unterstützen. Als zweites Standbein sollte der Ausbau des Tourismus im Frühjahr und Herbst forciert werden. Die Landwirtschaft muss stärker in die regionale Wirtschaft integriert und in das Bewusstsein von Akteuren, Einheimischen und Gästen gerückt werden. Langfristig sollte eine nahe und regionale Versorgung mit Energie (zum Beispiel Biomasse) angestrebt werden, um somit unabhängiger am Markt agieren zu können. Für Veranstaltungsagenturen ist ein effizientes Risikomanagement zur Abschätzung der Gefahren durch Extremwetterereignisse für alle Outdoor-Veranstaltungen erforderlich. Im Verkehrssektor sind nachhaltige und effiziente Systeme zu schaffen, um das Verkehrsaufkommen kontrollieren zu können. Alternative Angebote zur Anreise mit dem Pkw müssen geschaffen werden, um einen Verkehrskollaps in den Alpen zu verhindern.

Ausblick

In den vergangenen Jahren dominierte im Bereich der Klimaforschung allgemein und auch bei der Betrachtung regionaler Effekte noch die naturwissenschaftlich orientierte Grundlagenforschung. Das ClimAlpTour-Projekt setzt auf diese Grundlagenforschung auf und beleuchtet speziell die Tourismusindustrie im Alpenraum. Das Experten-Hearing diente in diesem Zusammenhang zur Klärung der Fragen, welche Akteursgruppen betroffen sein werden und wie diese Regionen/Unternehmen/Menschen reagieren können. Im weiteren Projektverlauf werden die Ergebnisse des Experten-Hearings Eingang finden in die Strategieentwicklungen in den Pilotregionen. Parallel dazu wird erforscht, wie die „Anpassungsflexibilität" in den Pilotregionen einzuschätzen ist. Was treibt Veränderungsprozesse voran und was bremst sie? Was kann getan werden, um Veränderungen zu forcieren?

Wenn es der alpine Tourismus langfristig schafft, seine Entwicklung insgesamt unabhängiger vom Skitourismus zu gestalten und in Ganzjahressicht Erholung und Erlebnisse für verschiedene Zielgruppen zu bieten, dann wird das Potenzial des Alpenraums als „naheliegende" Urlaubsdestination eher zu- als abnehmen.

Informationen:

Für Fragen und Anregungen stehen zur Verfügung:

Prof. Dr. Felix Kolbeck
felix.kolbeck@hm.edu

Dipl.-Betriebswirtin (FH) Ilka Cremer
ilka.cremer@hm.edu

Anzeige

Toedt, Dr. Selk & Coll.

CRM-TECHNOLOGY CONSULTING DATA PROTECTION

Toedt, Dr. Selk & Coll. GmbH ist eine der führenden Unternehmensberatungen in der Hotellerie und spezialisiert auf das Thema **Customer Relationship Marketing** CRM.

Für unser junges Team suchen wir kontinuierlich Verstärkung. Bewerben Sie sich für ein Praktikum, als Werkstudent oder nach abgeschlossenem Studium als Consultant. **Join our Team!**

Toedt, Dr. Selk & Coll. GmbH, Augustenstr. 79, 80333 München
Tel.: +49 (0)89 1893569-0 Email: info@TS-and-C.com Homepage: www.TS-and-C.com