

Seilbahninvestitionen schaffen Wohlstand in den Alpen

OITAF Kongress / Bozen / 7.6.2017

Begrüßung

Sehr geehrte Damen und Herren,

zuerst möchte ich mich sehr herzlich für die Einladung bedanken, hier im Rahmen des OITAF Kongresses ein Referat zum Thema "Seilbahninvestitionen schaffen Wohlstand in den Alpen" zu halten.

Zum Einstieg in das Thema darf ich Ihnen vorab einen kurzen Film der WKO zeigen, in dem vor allem Seilbahner sowie unmittelbar Betroffene zu Wort kommen und ich finde, dass einige der Aussagen wirklich sehr treffend sind.

Film

Aussagen:

- Ich bin voll stolz auf meinen Lift.
- Wenn's den Bahnen gut geht, geht's uns auch allen gut.
- Letzten Endes ist das unser Kapital. Sonst ist der Alpenraum irgendwann einmal leer.

- Der Uropa, der Opa, der Vater haben ordentlich auf unsere Natur geschaut. Das tun wir heute auch und für die Zukunft ist das natürlich ganz, ganz wichtig.
- Weil ohne Tourismus sähen wir auch ein bisschen alt aus. Dann wären wir wahrscheinlich ein abgelegenes Dorf – viel Viehzeug und ein paar Einwohner. Durch die Seilbahn ist uns eine Möglichkeit gegeben, dass wir da bleiben.

Bild 1 Ischgl um 1890 / heute

Bild 2 St. Anton um 1900 / heute

Es ist mir gelungen, einige Fotos von Ischgl und St. Anton aufzutreiben - von einst und jetzt. Viele wissen es ja gar nicht mehr, dass der Alpenraum in der Zeit, in der diese Fotos entstanden sind, sehr arm war. Sowohl der Alpenraum als auch dessen Täler waren so arm, dass sich Familien nicht anders helfen konnten, als ihre Kinder ins Schwabenland zur Kinderarbeit zu bringen. Heutzutage gibt es, natürlich berechtigterweise, großen Aufbruch, wenn große Markenfirmen billige Kinderarbeitskräfte zur Erzeugung ihrer hochwertigen Produkte einstellen. Wir vergessen aber ganz, dass wir vor ca. 100 Jahren in einer ganz ähnlichen Situation waren.

"Schuld", dass wir heute in einer sehr guten Situation sind und auch leben können, sind die Seilbahnen. Aus meinen persönlichen Erlebnissen heraus und weil ich schon so lange auf der Welt bin, habe ich die Entwicklung des Tourismus in den Alpen und damit auch die Entwicklung der Seilbahn-Wirtschaft sehr hautnah mit verfolgen können.

Ich kann mich noch gut erinnern, wie ich als junger Unternehmer - ich hatte eine Werbeagentur - beauftragt wurde, Werbeideen für das Stubaital zu entwickeln. Damals gab es noch keine Gletscherbahn. Da der Tourismusverband im Stubai wenig Geld hatte, habe ich mich auf eine Vereinbarung eingelassen, die sich hinterher als nicht sehr günstig für mich herausgestellt hat. Ich war überzeugt, mit guten Ideen den Tourismus in einem so schönen Tal ankurbeln zu können und hätte für jeden zusätzlichen Gast, der ins Tal kommt, einen Anteil erhalten sollen. Vom Schneeschuh-Wandern über Langlauf-Aktivitäten bis hin zum Skijöring mit Pferden und Schlittenfahrten war alles in meinem Programm enthalten. Der Gästezuwachs war dennoch so gering, dass ich froh war, nicht noch Geld dazu zahlen zu müssen.

Die große Vision damals: Wenn doch Dr. Klier die Gletscherbahnen bauen würde!

Bild 3 Gasthof Ranalt 1962 / Neustift heute

Seit dem Bau der Gletscherbahnen 1973 hat sich der Tourismus im Stubaital sprunghaft entwickelt, der Wohlstand und vor allem auch die Schulen und die Kulturen im Tal konnten erhalten bleiben. Der Trend der Abwanderung wurde gestoppt.

Bild 4 Bevölkerungsentwicklung Neustift

In diesem Zusammenhang zeigte sich ein Phänomen, das alle Tourismusgebiete betrifft: Mit der Entwicklung in diesen Tälern wurde der Versuch der Stadtbewohner, die Menschen in den Tälern fremd zu bestimmen, immer stärker. Beispiel: Forellenessen!

Natürlich sieht sich der Stadtbewohner, der am Wochenende auch aus weiterer Entfernung in abgelegene Täler kommt, um dort ein erholsames Wochenende zu verbringen, immer mehr seiner kostengünstigen Möglichkeiten beraubt.

Und jetzt komme ich zum Kern der ganzen Angelegenheit: Die Schuld an solchen Entwicklungen wird dann einfach auf die Errichtung von Seilbahnen reduziert, durch die die damit verbundenen Möglichkeiten erst geschaffen werden. Um das noch genauer zu sagen: Aus diesem Grund versuchen Menschen, die in den Städten oder im Ausland leben, den Bau und die Errichtung von Seilbahnen zu verhindern, die aber in den Tälern das wirtschaftliche Überleben ermöglichen. Der Bau von Seilbahnen steht konträr zu den Interessen der Stadtbewohner.

Der Punkt ist aber der, dass es ja nicht die Seilbahn ist, warum man im Alpenraum in diese Täler fährt, sondern wegen der durch die Seilbahn erschlossenen Möglichkeiten. Eine dieser Möglichkeiten ist: Skilauf auszuüben. Die Voraussetzung für die Entwicklung ist also nicht nur die Errichtung einer Bahn, sondern auch die damit verbundenen Sportmöglichkeiten.

Mit der Wiederentdeckung des Alpiner Skilaufs und der mit dem Skilauf verbundenen Massensportbewegung der letzten 100 Jahre ist diese Entwicklung eigentlich möglich geworden. Die Idee, den Wintertourismus so zu entwickeln, war nicht geplant und war eigentlich ein Zufall. Die Basis für den gesamten Wintertourismus in den Alpen stellt also der Skisport dar, der durch den Bau von Seilbahnen und Aufstiegshilfen erst ermöglicht wird. Die Seilbahn ist ein Mittel zum Zweck.

Bild 5 Ist-Situation / Brutto-Umsätze durch
Seilbahnnutzer in Österreich nach Branchen

Dies sind beeindruckende Zahlen. Die direkte Wertschöpfung aus den Seilbahnen in Verbindung mit den Wintersportlern beträgt rund € 8 Mrd.

Bild 6 Ausgaben in- u. ausländische Gäste

Wenn man hingegen dazu zählt, was durch die Schaffung der Infrastruktur, die erst durch die Basis Seilbahnbetrieb geschaffen werden konnte (Hotels, Schwimmbäder, Wellness-Anlagen, ...) ermöglicht wurde, belaufen sich die Ausgaben der in- und ausländischen Gäste sogar auf € 14,7 Mrd. Dabei ist zu erwähnen, dass der in hochtouristischen Gebieten so ungeliebte Tagestourismus sehr viel zur Produktivität der Skigebiete beiträgt.

Die Basis des Wintertourismus ist der Sport (Ski, Langlauf, Snowboard, Freestyle, ...) und ermöglicht wird er großteils durch die Seilbahnen. Aber guten Sport kann ich nur bei guten Voraussetzungen anbieten. Im Lauf der Entwicklung haben die Seilbahnen Aufgaben übernommen, die weit weg vom Kernbereich liegen.

Bild 7 Skifahren damals / heute

Der Ausbau der Pisten, Begrünung, Präparierung, Beschneiung, Sicherheit, etc. sind alles Themen, die von einem Seilbahnunternehmen heute als Gesamtkonzept angeboten werden müssen. Nur dann wird die Seilbahn- bzw. Liftgesellschaft erfolgreich arbeiten. Diese Belastungen sind aber für kleinere und mittlere Unternehmen nicht mehr finanzierbar und an der Grenze der Möglichkeiten.

Diese kleinen Unternehmen brauchen wir aber ganz dringend, um den Skisport zu erhalten. Nur wer im Kindesalter den Sport erlernt hat, wird später als Gast wieder kommen.

Die Wertschöpfung der von den Liftunternehmen geschaffenen Voraussetzungen betrifft aber alle Wirtschaftsbereiche im Tal. Wohlstand in den Tälern kommt vom Tourismus und nicht von der Industrie.

Stellen wir uns die Alternative vor: Industriegebiete mit rauchenden Schloten und dem dazugehörigen Zubringerverkehr, An- und Abtransport, Lieferverkehr, ...)! Für mich keine Alternative, denn der Tourismus braucht eine intakte Natur, die bei Industrieansiedlungen keinesfalls gewährleistet ist.

Bild 8 Ist-Situation Wirtschaftsfaktor Wintersport
(DDr. Steiner)

Die Wertschöpfung allein der Beherbergungsbetriebe beträgt 32%, Restaurant und Gaststätten 29%. Der kleinste Teil der gesamten Wertschöpfungskette fällt auf die Seilbahnbetriebe, rund 10%. Wenn man die gesamte Nachfragekette der Betriebe zurück verfolgt, ergibt sich eine direkte und indirekte Wertschöpfung durch den Wintertourismus von sogar € 23 Mrd.

Bild 9 Der ÖSV als Impulsgeber (DDr. Steiner)

Ein nicht unbedeutender Faktor für die Entwicklung des Wintertourismus in Österreich ist die Tätigkeit des Österreichischen Skiverbandes.

Hier noch ein Wort in eigener Sache: Die nationalen Skiverbände tragen auch erheblich zur Steigerung und Stabilität des Wintersports bei. In Österreich gibt es zu diesem Thema eine Untersuchung von DDr. Michael Steiner von der Universität Graz, die € 880 Mio. an direkter und indirekter Wertschöpfung durch ÖSV-Impulse errechnet hat.

Dies ist aber nur deshalb möglich, weil es die Basis der Seilbahnen gibt.

Und natürlich habe ich mich auch - und das mache ich seit ich als Unternehmer tätig bin - mit dem Wintersport und den damit verbundenen Strukturen, vor allem die Zukunft dieser Entwicklung betreffend beschäftigt.

Vermeehrt befasste ich mich mit diesem Thema auch, als in den 90er Jahren die großen Umweltbedenken auftraten: "Muren kommen durch die Skipisten", "Beschneigung zerstört die Vegetation", "Schulschikurse werden abgeschafft, weil Lehrer nicht zur Zerstörung der Umwelt beitragen wollen" und noch viele mehr Später entstand die Diskussion rund um die globale Erwärmung, heute "climate change". In diesem Zusammenhang gibt es viele Fragen, ich möchte mich aber auf zwei Kernfragen reduzieren:

Geht uns der Schnee aus, weil es zu warm wird?

Ich habe immer Probleme mit Zukunftsprognosen. Es ist jederzeit möglich, Behauptungen für die Zukunft aufzustellen, die in diesem Moment nicht beweisbar sind.

Bild 10 Wintertemperaturen Bergstationen in AUT

Ich halte mehr davon, Prognosen, die gestellt wurden, zu überprüfen, um zu sehen, ob diese letztendlich eingetroffen sind (Beispiel Versicherungsverband ...). Natürlich ist nachvollziehbar, dass es in den vergangenen Jahren im Winter oft weniger Niederschlag gab.

Die Entwicklung der Gletscher hängt nicht von den Temperaturen ab, sondern auch sehr stark von den Niederschlägen. Beispiel: Marmolata....

Ich darf in diesem Zusammenhang auch den Klimahistoriker Prof. Dr. Wolfgang Behringer zitieren: *"Solange es wärmer wird, ist das erst mal eine gute Nachricht dennoch leben wir immer noch in einer Eiszeit ..."*

Eine Bemerkung am Rande: Zwischenzeitlich spricht niemand mehr von der globalen Erwärmung, sondern vom "climate change".

Weniger Niederschläge spielen nicht die große Rolle, weil Naturschnee für die heutigen Ansprüche ohnedies nicht mehr ausreichend ist.

Besteht überhaupt noch ausreichend Interesse am Skisport?

Bild 11 Das Interesse der Menschen am Wintersport (DDr. Steiner)

Bild 12 Entwicklung der Nächtigungen von Inländern (DDr. Steiner)

Beispiel: Interesse am Skilauf im November im Zillertal, Stubaital, Schnalstal

Wenn man die Entwicklung ansieht, kann man feststellen, dass genauso wie uns der Skisport selbst passiert ist, uns auch andere Entwicklungen im Skisport passiert sind: Snowboard, Carving, New School, ... etc.

Diese Entwicklungen waren nicht geplant, sondern sind entstanden. 90er Jahre: Ski out - Snowboard in!! Hier brauchen wir in Zukunft geschicktes Marketing, damit solche Trends wirklich geplant und gesteuert werden. Trends sind wichtig, sie halten den Sport jung. Beispiel: Mode ...

Im Übrigen erschließen sich derzeit enorme Märkte, wenn man alleine an Russland und vor allem auch an China denkt. Ich hatte die Gelegenheit, im Herbst China zu besuchen. Die chinesische Wirtschaft hat sich - wie wir alle wissen - enorm entwickelt, sie boomt.

Bild 13 Foto China

Peking hat auch den Zuschlag für die Olympischen Winterspiele 2022 erhalten und in diesem Zusammenhang ist geplant, 300 Mio. Menschen in China zum Wintersport zu bringen. Ich denke, in diesem politischen System wird das auch gelingen. Das wäre nahezu eine Verdoppelung des Marktes.

Ich persönlich glaube an die Zukunft des Wintersports und bin der Überzeugung, dass die Seilbahnen auch zukünftig der Motor dieser Entwicklung bleiben werden und wünsche uns in diesem Sinne eine gute nächste Saison.

2017-05-18/PS/kt