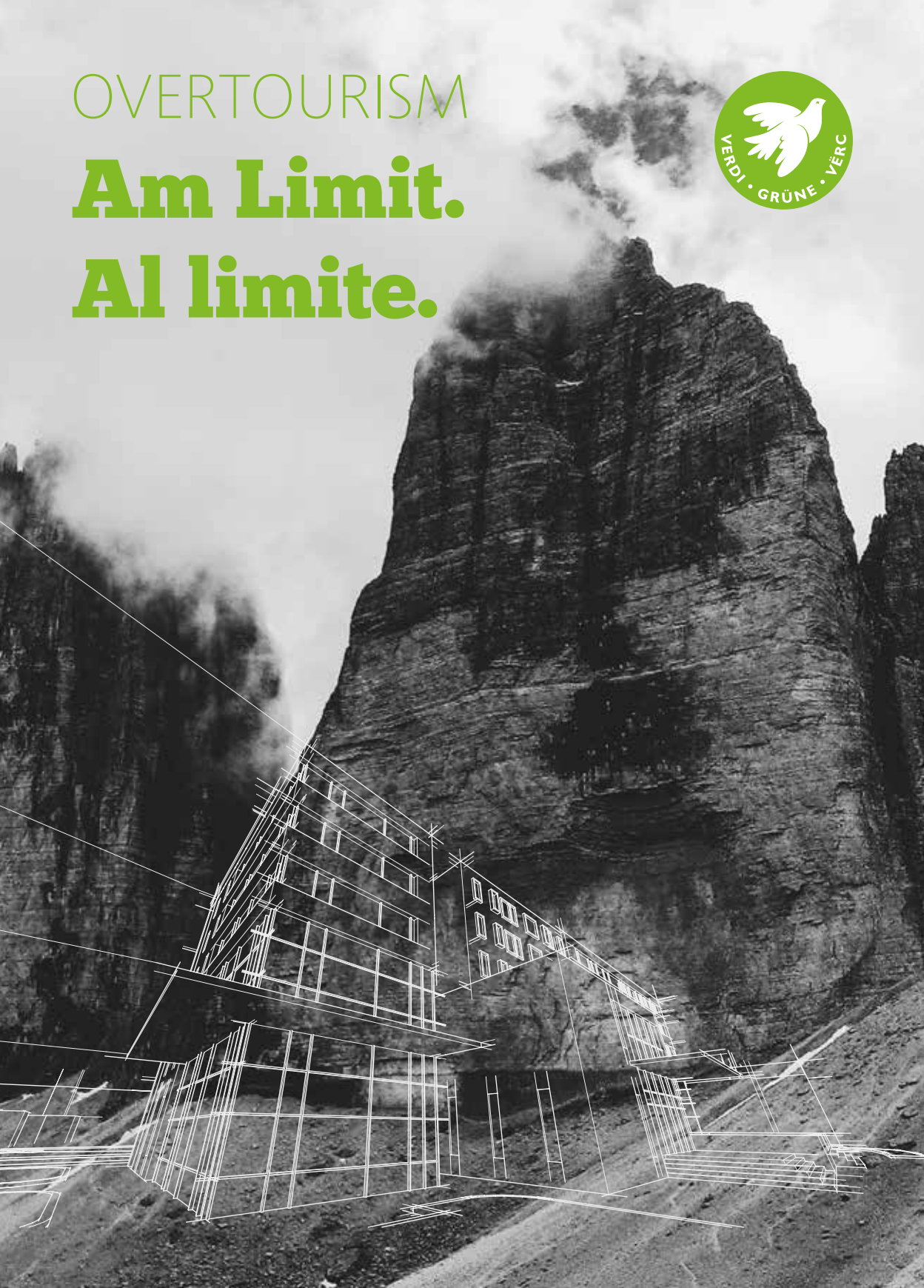


OVERTOURISM

Am Limit.

Al limite.



Impressum

Herausgeberin/Editore: Grüne Fraktion im Landtag und Regionalrat/Gruppo Verde in Consiglio provinciale e regionale
Piazza Silvius-Magnago Platz, 6 - 39100 Bolzano Bozen

Verantwortlicher / Responsabile: Hans Heiss

Texte/Testi: Hans Heiss, Brigitte Foppa, Riccardo Dello Sbarba

Text- und Bildredaktion/Redazione testi e immagini: Anna Hupel, Serena Rauzi

Druck/Stampa: Fotolitho Varesco, Auer

August/agosto 2018

WWW.VERDI.BZ.IT - WWW.GRUENE.BZ.IT

Bildnachweis/Immagini

Insofern nicht anders auf den Bildern angegeben, sind diese von der Grünen Fraktion.

Tutte le immagini sono del Gruppo Verde, eccetto quelle in cui è indicato un diverso copyright.

Inhalt Indice

- 4 Würstel e Crauti**
- 7 Obergrenze in Sicht
Turismo: siamo arrivati al limite**
- 17 Im "Roten Bereich": Konkrete Risiken
Il rischio della bolla**
- 25 Vorschläge für eine Grüne Tourismus-Therapie
Proposte per una terapia turistica verde**
- 30 Die Wende ist fällig
È ora di cambiare**

Würstel e Crauti

Wie Tourismus Kunstwelten baut und Authentizität vortäuscht.

Come il turismo può creare mondi
artificiali e simulare immagini
autentiche.

Früher gab es in Mailand den beliebten „panino tirolese“, ein Baguette mit Frankfurter Würstchen und Sauerkraut. Eine in Südtirol absolut unübliche Kombination, die im Land selbst keinen Anklang fand. Dennoch wurde dieser Panino beim Bozner Weihnachtsmarkt offenbar immer wieder verlangt, dann schließlich wurde er Teil des Speiseangebots. Die Mailänder Besucherinnen und Besucher des Waltherplatzes mögen sich nun zu recht in der Vorstellung bestätigt fühlen, dass ein Würstel e Crauti-Brötchen „typisch Südtirol“ sei.

Diese kleine Beobachtung fasst sinnbildhaft zusammen, wie Angebot und Nachfrage nicht nur markt-, sondern auch meinungs- und mentalitätsbildend sind und wie sehr Tourismus die eigene und fremde Wahrnehmung verändert.

Auch die Beziehungen zu den TouristInnen verändern sich stetig: In den 60er und 70er Jahren hießen sie noch „Fremde“. Zugleich gab es damals vertieften, oft engen Kontakt mit ihnen. Heute ist der oder die Fremde längst zum „Gast“ geworden. Die freundlichere Bezeichnung kaschiert jedoch, dass die Distanz in Wirklichkeit gewachsen ist. Oft genug wird dem Tourist oder der Touristin eine Welt vorgesetzt, die mit dem echten Südtiroler Alltag wenig zu tun hat.

Un tempo a Milano c'era un panino molto popolare, il "tirolese": una baguette con würstel e crauti. Una combinazione assolutamente inusuale in Alto Adige, che la gastronomia locale rifiutava con fermezza. Eppure proprio questo panino veniva richiesto nei mercatini di Natale a Bolzano con tale insistenza e frequenza che a un certo punto venne inserito nell'offerta gastronomica. Al turista milanese in visita alla piazza Walther pre-natalizia veniva così confermata l'esistenza e la "tipicità" di questa combinazione.

Questo piccolo aneddoto dimostra come domanda e offerta non costituiscano solo il mercato, ma formino anche l'opinione e la mentalità e come il turismo possa cambiare la propria percezione e quella di chi viene da fuori.

Anche la relazione con i turisti continua a cambiare: negli anni 60 e 70 venivano chiamati ancora "forestieri". Ciononostante a quei tempi il contatto era molto profondo e spesso molto stretto. Oggi il "forestiero" e la "forestiera" sono diventati "ospiti". La denominazione più cortese ha però fatto sì che in realtà la distanza aumentasse. E troppo spesso alla turista viene servito un mondo che con il vero Sudtirolo ha molto poco a che vedere.



Floralpina, Seiser Alm | Alpe di Siusi

Die neuen Resorts, die in entlegensten Winkeln unseres Landes ebenso aus dem Boden schießen wie sie sich in den Ortskernen auftürmen, sind in sich geschlossene Gebilde, die im umfassenden Urlaubspaket die Inszenierung „Südtirols“ mitliefern:

Der Gast wohnt nun im „Chalet“. Er nutzt die Wellnessoasen, genießt den „Bauerngarten“ und kauft im fingierten „Hofladen“ des Hotels ein. Die Kinder erleben Hase und Ziege im „Streichelzoo“, einer Stallsimulation, garantiert geruchfrei und klinisch sauber. Diese konstruierte bäuerliche Welt hat nichts von der Unordnung und intensiven Arbeitsumgebung eines echten Bauernhofs. Die gleiche Illusion von Nähe wird zur Bergwelt hergestellt, wenn man im in Panorama-Lage platzierten „Infinity Pool“ quasi in die Berggipfel hineinschwimmt – allerdings, ohne sich deren echten Tücken und Gefahren aussetzen zu müssen.

So ist der Gast heute fremder denn je. Es könnte uns egal sein – wenn diese Entwicklung nicht auch eine Gefahr bergen würde. Die vorgetäuschte Authentizität bildet eine Falle, in die wir selbst hinein tappen und oft genug nicht mehr herausfinden.

I nuovi resorts che spuntano negli angoli più reconditi della nostra terra così come quelli che si accatastano nei centri dei paesi sono spesso chiusi su se stessi e offrono nel pacchetto vacanze anche la messa in scena del “Sudtirolo”.

L’ospite vive negli “chalet”. Si fa viziare nell’oasi wellness, gode del finto “orto contadino” e acquista i prodotti nel finto “mercato contadino” dell’albergo. I bambini e le bambine degli ospiti possono vedere i conigli e le caprette nello “zoo delle coccole” in una stalla simulata, garantita, profumata e clinicamente pulita. Questo mondo contadino costruito appositamente non ha nulla del disordine e dell’ambiente di lavoro di una vera fattoria. La stessa illusione di vicinanza viene creata con il mondo montano, quando si può avere l’impressione di nuotare sulla cima di una montagna grazie alle “infinity pool” – senza doversi esporre alle difficoltà e ai pericoli della montagna vera.

Così il turista oggi è più straniero che mai. Potrebbe esserci indifferente – se non che questa evoluzione nasconde un serio pericolo: la finta autenticità è una trappola in cui possiamo finire noi stessi e da cui spesso è molto difficile uscire.



Hubertus, Geiselsberg Olang | Sorafurcia Valdaora

Obergrenze in Sicht

Turismo: siamo arrivati al limite

**Südtirols Tourismus braucht Mäßigung,
Anpassung und Umsteuern.**

L’Alto Adige ha bisogno di senso della misura, strategie di adattamento e nuove prospettive.

Tourismus in Südtirol durchläuft seit langem einen starken Wachstumsschub; die beeindruckende Expansion liegt vor aller Augen. Die Gründe liegen in der weltweit starken Konjunktur, in einer neuen Beliebtheit von Nahräumen wie der Alpen auch angesichts der Angst vor Terrorismus. In Südtirol verstärkt sich der Trend durch gute Marktbearbeitung und dank des vorzüglichen Leistungsangebots der Branche.

Sechs Richtwerte untermauern den steilen, seit langem und auf absehbare Zukunft ungebrochenen Aufwärtstrend:

Il turismo sudtirolese da tempo sta correndo senza sosta: il boom è sotto gli occhi di tutti e tutte. I motivi si possono individuare nella favorevole congiuntura globale e in una nuova popolarità di mete vicine come le Alpi, anche a causa del timore per il terrorismo. E in Alto Adige questo trend viene rafforzato da una buona strategia di marketing e dall'ottima qualità dell'offerta.

Sei indicatori indicano una tendenza verso l'alto che non si fermerà neanche in futuro:

Nächtigungen in stetem Aufwind.

Von 2015 auf 2016 nahmen die Nächtigungen erstmals die 30-Mio.-Hürde und legten um 6% auf 31,4 Mio. zu. Für das Jahr 2017 schreibt sich der Trend bruchlos nach oben fort, sodass 32,2 Mio. Nächtigungen erzielt wurden.

Bettenzahlen und Betriebe in

Ausweitung. Südtirol verfügt heute über knapp 224.000 Betten in gastgewerblichen und nicht-gastgewerblichen Betrieben. Sie konzentrieren sich aber vermehrt im Bereich der „Spitzenbetriebe“. Die Zahl der Vier- und Fünfsternehôtels wächst jährlich um etwa 100, meist in Folge großer Neubauten oder tiefgreifender Erneuerung bestehender Betriebe. Allein von 2016 auf 2017 stieg die Zahl der offiziell gemeldeten neuen Betten um 2000, vorab im oberen Segment der größeren und qualifizierten Betriebe, aber auch im beliebten „Urlaub auf dem Bauernhof.“

Pernottamenti in costante crescita.

Dal 2015 al 2016 i pernottamenti hanno superato i 30 milioni. Con un aumento del 6% hanno raggiunto quota 31,4 milioni. Per il 2017 il trend ha continuato, raggiungendo i 32,2 milioni di pernottamenti.

Posti letto e aziende in espansione.

Il Sudtirolo dispone oggi di ca. 224.000 letti in aziende turistiche e non. Questi sono concentrati sempre più nelle aziende di prima categoria. Il numero degli hotel a quattro e a cinque stelle continua a crescere ogni anno di circa 100 unità, per lo più con la costruzione di nuovi grandi edifici oppure in seguito a ristrutturazioni radicali di aziende preesistenti. Solo tra il 2016 e il 2017 il numero ufficiale di nuovi posti letto è cresciuto di 2000 unità, soprattutto nel segmento di mercato di qualità delle aziende più grandi e qualificate, ma anche nell'apprezzata formula dell'agriturismo.



Andreas, St. Leonhard i.P. I.S. Leonardo i.P.

Spürbare, aber auch problematische Zunahme der Arbeitsplätze. Die Arbeitsplätze im Tourismus umfassen aktuell ca. 37.000 Beschäftigte und haben in zehn Jahren um 5000 zugelegt. So erfreulich der Zugewinn für die Beschäftigung war, so zeigt sich nun ein scharfer Arbeitskräftemangel, vor allem in qualifizierten Segmenten. Die Leistungsfähigkeit der Betriebe wird zwar auch dank zahlreicher ausländischer Arbeitskräfte aufrecht erhalten, aber trotz deren Einsatzes fehlen immer mehr Fachkräfte in Küche, Service und in anderen Kernbereichen.

Zunehmende Betonlawine. Die gestiegenen Übernachtungs- und Gästezahlen im Tourismus machen sich in der Größe der Beherbergungsstrukturen bemerkbar. Zwischen 2016 und 2017 wurden für die touristische Nutzung zusätzliche 260.000 m³ verbaut. Das übertrifft das Volumen der Bauten im sozialen Wohnbau der letzten 10 Jahre (252.000 m³ für 1201 Wohnungen). Der Trend geht zu riesigen Hotels mit vielen Zusatzangeboten und Dienstleistungen.

Sensibile, ma anche problematico, l'aumento dei posti di lavoro. In ambito turistico ci sono al momento ca. 37.000 dipendenti, in dieci anni sono aumentati di 5000 unità. Anche se questa crescita è stata certo positiva, la carenza di forza lavoro si fa sentire, soprattutto dove c'è più bisogno di personale qualificato. La capacità delle aziende può essere garantita anche grazie alla numerosa presenza di lavoratrici e lavoratori stranieri, ma, nonostante questo, manca sempre di più personale nelle cucine, nel service e in altri ambiti di centrale importanza.

Un'immensa colata di cemento. La crescita dei pernottamenti e degli ospiti nel settore del turismo ha avuto come conseguenza un notevole aumento del numero e della dimensione delle strutture. Tra il 2016 e il 2017 sono stati costruiti 260.000 m³ in più a fini turistici, più di quanto non si sia costruito negli ultimi 10 anni nel settore dell'edilizia sociale (252.000 m³, pari a 1201 appartamenti). La tendenza è verso hotel giganteschi con ogni genere di servizio aggiuntivo.

**Südtirol - Rekordhalter:
Land der meisten Betten/km²**

Alto Adige da record:
la provincia con più letti per km²



Höchste Beherbergungsdichte des Alpenraumes: Erst recht zeigt sich das Limit der Belastbarkeit bei der Beherbergungsdichte. Dieser Wert misst die gastgewerbliche Bettenzahl im Hinblick auf die Fläche des Gebietes, also die Zahl der Betten pro Quadratkilometer. Mit 20,4 Betten je qkm weist Südtirol die höchste Beherbergungsdichte auf, höher als im touristisch starken Bundesland Tirol (16,0), sie liegt aber auch über den Werten von Salzburg (17,5) oder Vorarlberg (14,3).

La più alta densità di posti letto dell'arco alpino. Il limite della capacità di carico si rivela in modo ancora più evidente nella densità. Questo valore misura il numero di posti letto alberghieri relativo alla superficie del territorio, quindi il numero di letti per kmq. Con 20,4 letti per kmq il Sudtirolo presenta la più alta densità, più alta rispetto al più forte Tirolo (16,0) e anche rispetto ai valori di Salisburgo (17,5) o del Vorarlberg (14,3).

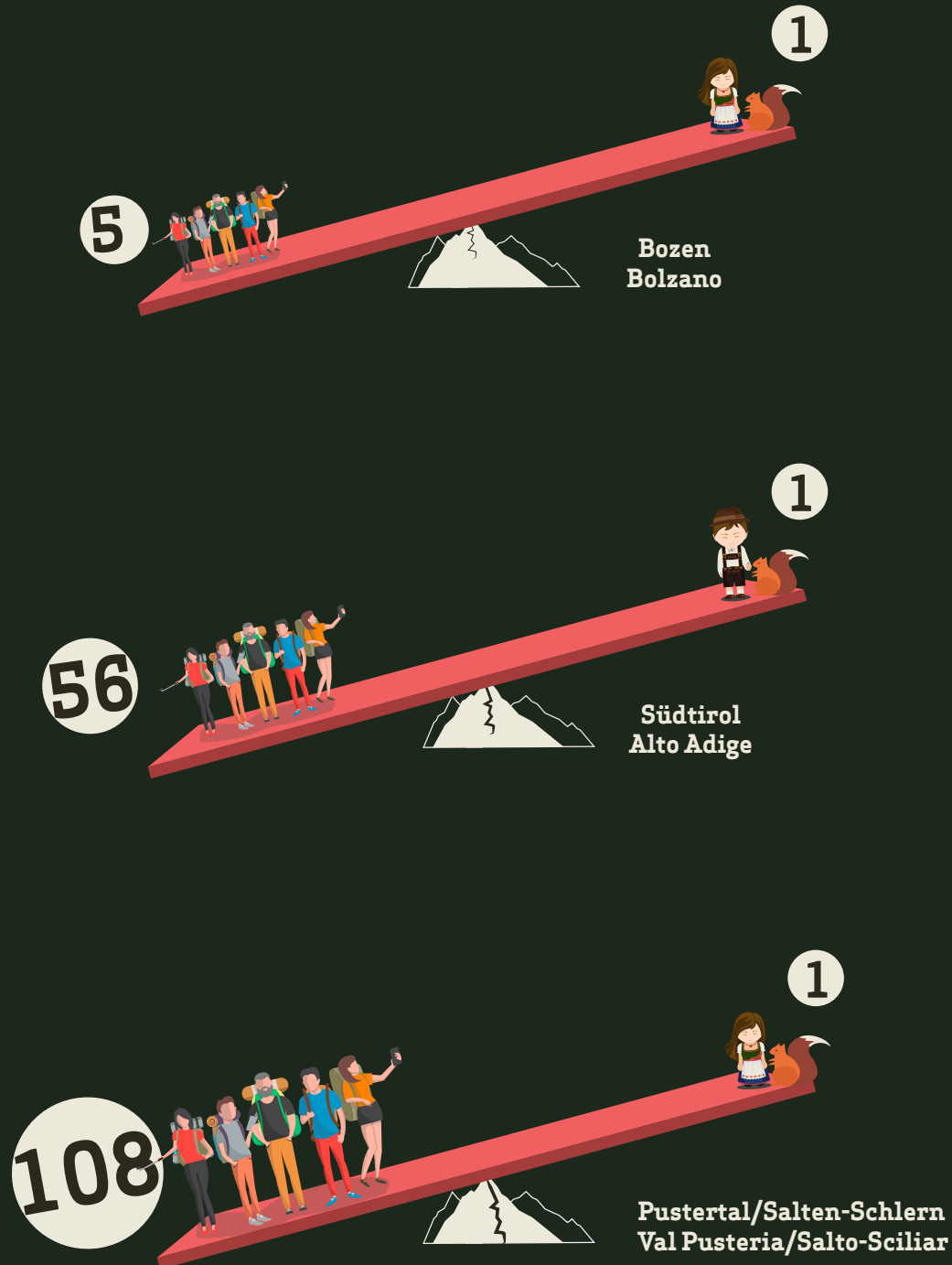


My Arbor, St. Andrä Brixen | Sant'Andrea Bressanone

Quelle: astatinfo Nr. 45, 09/2017. Tourismus in einigen Alpengebieten. 2016.
Fonte: astatinfo n. 45, 09/2017. Il turismo in alcune regioni alpine. 2016.

Übernachtungen pro EinwohnerIn: Zunehmendes Ungleichgewicht

Pernottamenti per abitante:
uno squilibrio preoccupante.



Quelle: astatinfo Nr. 37, 06/2017. Tourismus und Umwelt. 2015.
Fonte: astatinfo n. 37, 06/2017. Turismo e Ambiente. 2015.

Hohe Belastung des Gebietes und der Umwelt. Die Tourismusintensität in Südtirol ist im Vergleich zum Trentino und dem gesamtitalienischen Durchschnitt sehr hoch und zwischen den Bezirken ungleich verteilt. Die Anzahl der Übernachtungen je EinwohnerIn verdeutlicht die auf den Tourismus zurückgehende Belastung eines Gebietes, und insbesondere seiner Umwelt. Im Jahr 2015 hält sie in Südtirol bei 56,6 Übernachtungen pro ansässigeN EinwohnerIn. Sie liegt im Pustertal und in Salten-Schlern doppelt so hoch als im Landesmittel. Das Trentino erreicht 39 Übernachtungen pro EinwohnerIn, Tirol 61,5, Italien lediglich 6,5.

Forte aggravio sul territorio e sull'ambiente. L'intensità del turismo in Alto Adige, comparata con la situazione in Trentino e con la media italiana in generale, è molto alta e distribuita in modo disequilibrato tra i vari comprensori. Lo dimostra il numero dei pernottamenti per abitante. Nel 2015 avevamo circa 56,6 pernottamenti per abitante. Ma in Val Pusteria e Salto-Sciliar il valore è il doppio rispetto alle zone centrali della provincia. In Trentino arriviamo a 39 pernottamenti per abitante, in Tirol a 61,5, in Italia solo a 6,5.



Valentinerhof, St. Valentin Seis I S. Valentino Siusi

Vorteile und positive Auswirkungen der Entwicklung liegen auf der Hand: Der Tourismus hat Südtirols Wirtschaft während der Finanz- und Wirtschaftskrise zwischen 2009 und 2013 wesentlich gestützt und Arbeitsplätze geschaffen. Er sichert dem Handwerk und der gewerblichen Wirtschaft, zumal im Bau, volle Auftragsbücher, er stärkt Handel und Dienstleistungen. Tourismus bietet Arbeitsplätze in entlegenen Tälern und bewährt sich als ein Pfeiler des ländlichen Raumes. Er fördert den Bau von Einrichtungen wie Aufstiegsanlagen und Bädern, die nicht allein Gästen, sondern auch den in Südtirol Ansässigen zugutekommen.

Il turismo ha sostenuto notevolmente l'economia del Sudtirolo durante la crisi tra il 2009 e il 2013 e ha contribuito a creare posti di lavoro. Assicura lavoro all'artigianato e all'industria, soprattutto nell'edilizia, rafforza il commercio e i servizi. Il turismo offre posti di lavoro in valli periferiche e si dimostra un pilastro delle zone rurali. Promuove la costruzione di strutture come impianti di risalita e piscine che non solo tornano utili ai turisti e alle turiste, ma anche alle persone residenti.



Seilbahn Kronplatz I Funivia Plan di Corones

Trotz aller positiven Vorzeichen sind Warnungen angebracht: Wir Grüne beobachten seit Jahren aufmerksam die Entwicklung im Tourismus, zuletzt mit großer Sorge. Wir sind überzeugt davon, dass der Sektor eine Wende benötigt. Wachstum und Expansion sind zu zügeln, aber auch die qualitative und ökologische Ausrichtung der Branche verlangen nach Korrekturen. Inzwischen zeichnen sich die Problemzonen in aller Klarheit ab, sie werden aber weder von der Branche und ihren Verbänden selbst, noch von der Landesregierung und der IDM in ihrem Umfang und Risiken gewürdigt. Auch die Forschung an Universität und EURAC äußert sich zu vorsichtig über die Krisenpotenziale einer überschießenden Entwicklung; in einer Haltung des Abwartens, die wissenschaftlicher Verantwortung nicht gerecht wird.

Eppure, nonostante tutti i segnali positivi, noi Verdi osserviamo da anni attentamente lo sviluppo del turismo e ultimamente anche con grande preoccupazione. Siamo convinti che il settore abbia bisogno di un cambio di rotta. Crescita ed espansione vanno frenati, ma anche l'orientamento qualitativo ed ecologico del settore ha bisogno di alcune misure correttive. Negli ultimi tempi sono chiaramente emerse le problematicità, ma né il settore e i relativi consorzi, né la giunta o l'IDM le considerano in tutta la loro ampiezza e rischiosità. Anche il mondo della ricerca (Università, EURAC...) si esprime con troppa cautela sul rischio di crisi di uno sviluppo sovradimensionato; è un atteggiamento di attesa che non rende giustizia alla responsabilità scientifica.



Weinegg, Giralan Eppan I Cornaiano Appiano



Ferragosto St. Ulrich I Ortisei

Weiter wachsen, lautet das Mantra der meisten Verantwortlichen, allenfalls qualitativ verbessert und mit Einschränkungen für bestimmte Räume und Talschaften. Dagegen bewertet die Öffentlichkeit Südtirols die touristische Entwicklung zunehmend kritisch, mit sorgenvollen Kommentaren, in die sogar branchenfreundliche Medien einstimmen, wie die „Südtiroler Wirtschaftszeitung“, die mit Blick auf die absehbaren Grenzen des touristischen Wachstums nachdenklich getitelt hat: „Genug kann auch genügen“.

Continuare a crescere è il mantra della maggior parte dei responsabili, semmai migliorando qualitativamente e con dei limiti su determinate zone e vallate. Al contrario, l'opinione pubblica altoatesina valuta questo sviluppo turistico in maniera sempre più critica e con commenti preoccupati, condivisi addirittura da media vicini al settore turistico, come la „Südtiroler Wirtschaftszeitung“, che guardando ai prevedibili limiti della crescita ha titolato: “Genug kann auch genügen” (“Quando è troppo, è troppo”).

Im "Roten Bereich": Konkrete Risiken

Il rischio della bolla

Die Problemfelder in Südtirols Tourismus sind klar umrissen.

I problemi per il turismo altoatesino sono evidenti.

Das Wachstum bedarf allzu vieler Gäste - mit schwerwiegenden Konsequenzen.

Die Zahl der Nächtigungen wird nicht durch längere Aufenthaltsdauer erzielt, sondern durch immer mehr Gäste. Während Südtirol noch 2010 die Ankunft von 5,7 Mio. Gästen benötigte, um 29 Mio. Nächtigungen zu erreichen, sind es jetzt bereits 7 Mio., also um 20% mehr, um auf einen Zuwachs von 10% zu kommen. Das bedeutet im Alltag: Mehr An- und Abreisen, stark erhöhte Mobilität und mehr Verkehr. Das bedeutet Bewegung und überstarke Präsenz in den Reisezielen, auf Wegen und in freier Natur. Daraus folgt aber nicht nur mehr Hektik, sondern auch ein erhöhter Verbrauch an Ressourcen wie Wasser und Energie. Die für Wellness nötigen Wassermengen sind abnorm hoch, der Stromverbrauch vor allem im Winter üppig, mit starker Lichtverschmutzung als Nebeneffekt. Vom starken Aufkommen an Abfällen und Müll ganz zu schweigen.

Das Wachstum produziert zu viele Betten - mit dem Risiko einer Blase.

Vor gut 20 Jahren, 1997, legte das Raumordnungsgesetz für den Tourismus eine Obergrenze von 229.088 gastgewerblichen und nicht gastgewerblichen Betten fest. Dieses Limit entsprach dem 1985 im Lande vorhandenen Bettenbestand, der 1997 auf rund 210.500 gefallen war.

La crescita richiede troppi ospiti - con conseguenze pesanti.

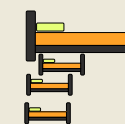
Attualmente il numero dei pernottamenti non viene raggiunto puntando a permanenze più lunghe, ma acquisendo sempre più ospiti. Mentre il Sudtirolo nel 2010 aveva bisogno di 5,7 milioni di ospiti per arrivare a 29 milioni di pernottamenti, ora ne abbiamo già 7 milioni, il 20% in più per ottenere un aumento dei pernottamenti del 10%. Per la vita quotidiana questo significa: più arrivi e partenze, più mobilità e più traffico e quindi movimento e sovraffollamento nelle mete di viaggio, sui sentieri e nella natura. Da ciò scaturisce però non solo più frenesia, ma anche un maggiore uso delle risorse, come acqua ed energia. La quantità d'acqua necessaria per i centri wellness è abnorme, l'utilizzo di elettricità soprattutto in inverno è esagerata, l'inquinamento luminoso è l'effetto collaterale. Per non parlare della montagna di rifiuti e immondizie.

La crescita produce troppi posti letto - con il rischio di una bolla.

Vent'anni fa, nel 1997, la legge urbanistica stabilì per il turismo un tetto massimo di 229.088 posti letto in esercizi alberghieri ed extralberghieri. Questo limite corrispondeva allo stato di posti letto registrato in provincia nel 1985, dato che poi era sceso nel 1997 a ca. 210.500.



Prager Wildsee | Lago di Braies



Die gesetzlich festgelegte, immer noch gültige Obergrenze rückt inzwischen wieder zügig näher: Ende 2006 erfasste man nur 216.329 Betten, also in 10 Jahren verzeichnete man nur ein Plus von gut 4000 Einheiten. 2015, knapp zehn Jahre später, waren sie erst auf 219.248 Betten angestiegen. Nun aber geht es nach langer Stagnation sprunghaft nach oben: 2016 waren es bereits 220.595 Betten, mit einer Steigerung von 1340 in einem Jahr; 2017 lagen die Zahl bei 223.987; die Betten legten demnach in nur einem Jahr um knapp 3500 zu. Das Wachstum kommt also voran, obwohl in den letzten Jahren viele kleinere Betriebe vom Markt gingen, deren Ausfall aber neue Kapazitäten mühelos ausglich. Die Investitionen sprangen vor allem Anfang 2016 kraftvoll an, mit einer enormen Zahl an neuen und erweiterten Betrieben, der Trend hielt auch 2017 an und schreibt sich 2018 nahtlos fort. Die Gefahr einer Blase liegt auf der Hand: angesichts einer alpenweit hohen Beherbergungsdichte werden munter weiter Betten produziert. Bei einer Krise aber drohen Leerstände und Preisdumping.

Il raggiungimento del limite massimo, definito per legge e ancora valido, si avvicina rapidamente: alla fine del 2006 si contavano solo 216.329 posti letto, quindi in 10 anni si è avuto un aumento di sole 4000 unità. Nel 2015, dopo nemmeno 10 anni, si è raggiunta quota 219.248 letti. Ora però, dopo un lungo periodo di stagnazione, si è fatto un gran balzo in avanti: nel 2016 si è arrivati a 220.595 letti con un aumento di 1340 letti in un anno. Nel 2017 la cifra è arrivata a 223.987: in un solo anno 3500 letti in più! La crescita viaggia quindi a tutto gas, anche se negli ultimi anni molte piccole aziende sono uscite dal mercato. La loro chiusura è stata però facilmente compensata da nuove attività. Gli investimenti sono cresciuti soprattutto all'inizio del 2016, con un numero enorme di aziende nuove o ampliate. Il trend è rimasto poi invariato nel 2017 e procede senza interruzione anche nel 2018. Il pericolo di una bolla è sotto gli occhi di tutti: a fronte di un aumento di letti su tutto l'arco alpino si continuano a creare ancora nuovi posti letto. Ma se arriva la crisi il rischio è quello di posti vuoti e un dumping dei prezzi.

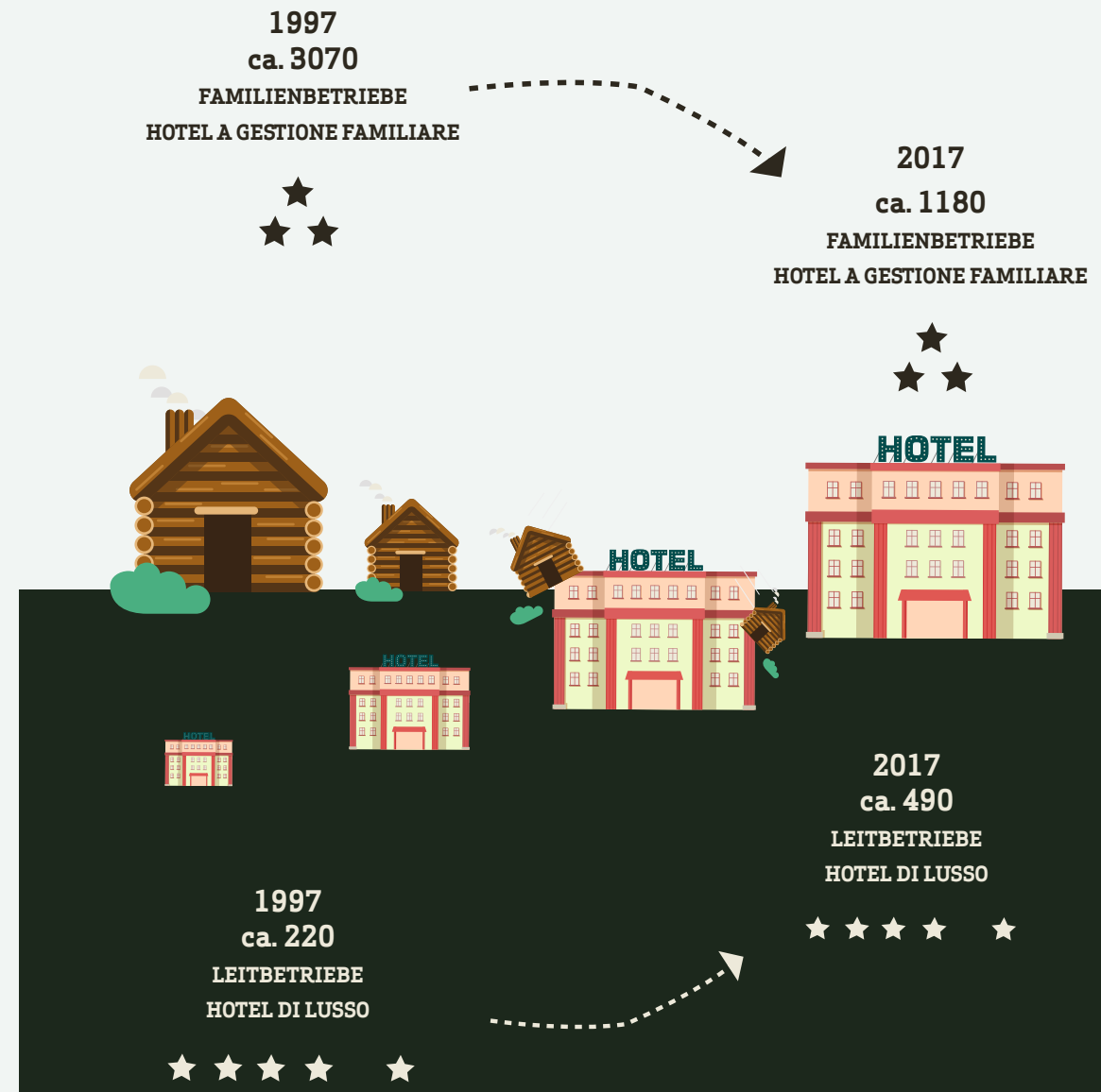


Hubertus, Geiselsberg Olang | Sorafurcia Valdaora

Familienbetriebe werden verdrängt, die Bildung von Konzernen setzt ein. Südtirol erlebt seit Jahren einen scharfen Prozess der Verdrängung, der „Marktbereinigung“, wie es beschönigend heißt: Zusammenfassend gilt: „Große werden größer, Schwache schwächer“. Die Zahl der Hotels mit 3, 4 und 5 Sternen nimmt zu, allein die Vier- und Fünfsterne-Betriebe haben sich zwischen 1997 und 2017 von 202 auf bald 500 gesteigert. Die kleinen Häuser mit einem oder zwei Sternen hingegen brechen weg, die Ein-Sterne sind von 1997 bis 2011 von 1134 auf nur mehr 400 Einheiten abgeschmolzen. Aufgrund der Tourismusentwicklungskonzepte in vielen Gemeinden entstehen mittelgroße Betriebe, meist mit 100 bis 120 Betten, gegen die kleinere wegen des Preisdumpings außer Saison, das die Größeren betreiben, oft nicht mehr konkurrenzfähig sind. So geraten viele Familienbetriebe, die das Rückgrat und die Qualitätsgaranten des Südtiroler Tourismus bilden, zunehmend unter Druck. Dagegen zeichnet sich die Bildung von größeren Tourismusunternehmen mit hoher Bettenzahl und Kapitalkonzentration ab. Starke Leitbetriebe, die in wichtigen Tourismusdestinationen operieren, sind zwar oft notwendig, da marktfähig und mit Arbeitsplätzen von guter Qualifikation ausgestattet. Sie werden aber teilweise zu touristischen Konzernen mutieren, die ihren familienbetrieblichen Charakter einbüßen. Bei späteren Verkaufsgängen werden manche von ihnen unweigerlich zu Kapitalgesellschaften umgebildet, die in Konzernhand geraten können. Deren Rücksicht auf das örtliche Umfeld ist naturgemäß geringer; Landschaft, Ressourcen und Ortsbindung stehen hinter dem Profitinteresse zurück. Immerhin liegen mit der Hotel Palace Betriebs GmbH (39,6 Mio.), der Quellenhof GmbH (25,4 Mio.) und der Hotel Adler GmbH (21,05 Mio.) 2016 bereits drei Unternehmensgruppen jeweils deutlich über 20 Mio. € Gesamtleistung.

Le aziende familiari vengono sostituite da grandi imprese. Il Sudtirolo vive da anni un forte processo di ristrutturazione turistica. In poche parole questo significa che “i grandi diventano più grandi, mentre i più deboli sempre più deboli”. Il numero degli alberghi a 3, 4 e 5 stelle aumenta. Solo quelli a quattro e a cinque stelle tra il 1997 e il 2017 sono passati da 202 a quasi 500. Le piccole aziende da una o due stelle, al contrario, chiudono: quelle da una stella si sono ridotte tra il 1997 al 2011 da 1134 a sole 400 unità. Sulla base dei progetti di sviluppo turistico in molti Comuni nascono aziende alberghiere medio-grandi, di solito con 100-120 letti, mentre le piccole aziende, a causa del dumping dei prezzi effettuato dalle grandi aziende in bassa stagione, spesso non riescono a reggerne la concorrenza. In questo modo tante aziende a gestione familiare, che costituiscono la spina dorsale e sono le garanti della qualità del turismo sudtirolese, finiscono sempre più sotto pressione. Di contro si delinea lo sviluppo di aziende turistiche più grandi con tanti letti e concentrazione di capitali. Il turismo ha certo bisogno di forti aziende che operano nelle aree di maggiore destinazione, poiché tali aziende sono commerciabili e creano posti di lavoro che richiedono una buona qualificazione. In parte però la trasformazione delle aziende familiari in grandi strutture fa perdere loro il carattere familiare. In successive cessioni, alcune di queste verranno trasformate immancabilmente in società di capitale che potranno finire in mano a multinazionali. Da parte di questo tipo di aziende, l'attenzione all'ambiente locale è molto più basso poiché paesaggio, risorse e legame con il territorio vengono sottoposti all'obbiettivo del massimo profitto. Con l'Hotel Palace, (39,6 milioni), il Quellenhof (25,4 milioni) e l'Hotel Adler (21,05 milioni) dal 2016 abbiamo già tre gruppi aziendali che superano rispettivamente i 20 milioni di rendimento complessivo.

**Kleine werden kleiner
Grosse werden grösser**
I piccoli sempre più piccoli
I grandi sempre più grandi



Quelle: astatinfo Nr. 18, 04/2017. Entwicklung im Tourismus. Tourismusjahr 2015/16; astat: Fremdenverkehr in Südtirol. Winterhalbjahr 1997/98; <http://bit.ly/1NxahKB>.
Fonte: astatinfo n. 18, 04/2017. Andamento turistico. Anno turistico 2015/16; astat: Turismo in Alto Adige. Stagione invernale 1997/98; <http://bit.ly/1NxahKB>.



Seceda



Quellenhof Alpenschlüssel, St. Martin i.P. I.S. Martino i.P.

Erhöhter Verbrauch von Landschaft und Ressourcen. Die aktuell durch sog. Tourismusentwicklungskonzepte neu zugelassenen Betten können in bestehenden Betrieben realisiert werden, zudem durch die Errichtung neuer Hotels und gastgewerblicher Unternehmen. Neugründungen entwickeln in der Regel beträchtliche Bauvolumina, da sie relativ hohe Bettenzahlen in großen Zimmern bei umfassendem Raumangebot im Hotel- und Außenbereich aufweisen. Oft beanspruchen sie weite Außenflächen. Sog. „Hoteldörfer“ verbrauchen ausgedehnte Landschaftsflächen und erfordern ob ihrer abgelegenen Position oft aufwändige Zufahrtstraßen und Infrastrukturen. Auch die sich mehrenden Großcampings erweisen sich als wahre Landschaftsfresser. Viele Gemeinden aber bringen diese „Opfer“ gerne: Die Gemeindekassen profitieren kurzfristig durch GIS und Baukostenabgaben; zudem winken Wertschöpfung und Arbeitsplätze.

Müllaufkommen und Stromverbrauch in Tourismushochburgen sind gleichfalls beachtlich. Die entsprechenden Abfallmengen liegen auf dem Doppelten des Landesdurchschnitts, auch der Stromverbrauch (13% des Landes) über der BIP-Quote, zur Wasserentnahme für Hotel- und Wellnessbetriebe liegen keine Werte vor; ihre Höhe ist aber jedenfalls exorbitant.

Das Wachstum produziert bedrohlich anschwellende Verkehrslawinen. Der aktuelle Trend ist klar: Die Zahl der Übernachtungen steigt, während die Dauer der Nächtigungen pro Gast spürbar abfällt. Es müssen also immer mehr Gäste kommen, um die Zahl der Nächtigun-

Maggiore consumo di paesaggio e risorse. *I letti attualmente autorizzati dai cosiddetti progetti di sviluppo turistico possono essere realizzati in aziende già esistenti e anche con la costruzione di nuovi hotel e aziende alberghiere. Le nuove iniziative consistono di solito in grandi volumi edilizi, con un numero di letti relativamente alto, in grandi stanze, con ampia superficie sia fuori che dentro. Spesso occupano ampi spazi esterni. I cosiddetti paesi-albergo occupano grandi fette di paesaggio e richiedono spesso, per la loro posizione isolata, nuove strade d'accesso e infrastrutture impegnative. Anche i grandi campeggi che si stanno moltiplicando si dimostrano essere dei veri e propri "divoratori" di paesaggio. Molti Comuni però lo sacrificano volentieri: le casse dei Comuni ne guadagnano, almeno sul breve termine, attraverso maggiori introiti fiscali. Più denaro in circolazione e nuovi posti di lavoro sono allettanti.*

Ma c'è l'altra faccia della medaglia: più rifiuti, lo spreco di risorse, l'aumento dei consumi energetici. Nelle roccaforti turistiche la quantità di rifiuti risulta essere il doppio della media provinciale e anche l'utilizzo di elettricità (13% della Provincia) supera la quota del PIL. Sul consumo dell'acqua per hotel e impianti wellness non ci sono dati a disposizione, ma le quantità sono senza dubbio esorbitanti.

La crescita produce sempre più traffico. *Il numero dei pernottamenti cresce, mentre la durata dei soggiorni per ospite cala sensibilmente. Per mantenere il numero dei pernottamenti devono quindi arrivare sempre più turisti. Ciò significa un continuo va e vieni dalla provincia, prevalentemente in automobile: solo il 10-15% dei*

Neues Raumordnungsgesetz

Nuova legge urbanistica

Das im Juni 2018 vom Landtag genehmigte Gesetz „Raum und Landschaft“, das 2020 in Kraft treten wird, verleiht der rasanten Tourismusentwicklung noch mehr Nachschub, denn:

1. Die Höchstgrenze von 229.088 Betten ist gestrichen geworden.

2. Das fragwürdige Instrument der Tourismusentwicklungskonzepte wurde bestätigt. Die Gemeinden werden weiterhin so viel wie möglich fordern und mehr als nötig bekommen.

3. Die bestehenden Tourismusbetriebe können sowohl innerhalb des Siedlungsgebietes als auch im Grün erweitert werden.

4. Neue Tourismusgebiete können überall geschaffen werden, auch außerhalb des Siedlungsgebietes, im landwirtschaftlichen oder alpinen Grün, und zwar:

- Beliebig in den „strukturschwachen“ Gemeinden, insgesamt 56 an der Zahl, darunter Gemeinden mit sehr hohen Übernachtungszahlen, zum Beispiel Mals mit 338.000, Sterzing mit 232.000, Ahrntal mit 903.000 und Rasen Antholz mit 500.000 Übernachtungen.

- Sogar in touristisch stark entwickelten bzw. entwickelten Gebieten: Falls ein touristischer Betrieb bereits vorhanden ist, darf eine komplett neue Tourismuszone ausgewiesen werden, angrenzend an ein bereits bestehendes Hotel oder in dessen Nähe. Dies betrifft auch Gemeinden mit Übernachtungsrekorden wie Kastelruth (1,5 Millionen).

Das Gesetz hält das touristische Wachstum nicht in Grenzen, weshalb der gesamte Sektor Gefahr läuft, am Ast zu sägen, auf dem er sitzt.

La legge "Territorio e paesaggio" approvata nel giugno del 2018 dal Consiglio provinciale su proposta della Giunta, e che entrerà in vigore nel 2020, alimenta invece che frenare l'impressionante sviluppo turistico degli ultimi anni. Infatti:

1. È stato cancellato il limite massimo di 229.088 posti-letto su scala provinciale introdotto nel 1997.

2. Il discutibile strumento dei "programmi di sviluppo turistico" è stato confermato. I comuni potranno continuare a chiedere il più possibile per poi ottenere più del necessario.

3. Gli esercizi turistici esistenti potranno essere ampliati sia dentro che fuori l'area insediabile, anche nel verde.

4. Possono essere create ovunque nuove intere zone turistiche sia all'interno che al di fuori dell'area insediabile (cioè nel verde agricolo o alpino). In particolare:

- *A piacimento nei comuni definiti "strutturalmente deboli" dalla Giunta provinciale. Attualmente sono 56 e tra questi troviamo comuni che hanno già un altissimo numero di pernottamenti, come ad esempio Malles con 338.000 pernottamenti, Vipiteno con 232.000, la Valle Aurina con 903.000, Rasen-Anter-selva con 500.000 e così via.*

- *addirittura anche nei comuni definiti "altamente sviluppati o sviluppati", ovunque esista già un esercizio turistico. Intorno a questo solo albergo, o nelle "aree adiacenti", può essere creata una intera nuova zona con più hotel. Questa norma comprende anche comuni con pernottamenti record come Castelrotto (1,5 milioni) o Selva di Val Gardena (1,2 milioni).*

La legge dunque non pone limiti alla bolla turistica. Ma così l'intero settore rischia di segare il ramo su cui è seduto.



Feuerstein, Pflersch Brenner | Fleres Brennero



Motorräder in den Dolomiten | Motociclette sulle Dolomiti

gen zu halten. Das bedeutet ein stetes Rein und Raus aus unserem Land, bevorzugt im eigenen PKW: Nur 10-15% der Gäste erreichen Südtirol in öffentlichen Verkehrsmitteln, der Rest kommt im Auto, oft mit großformatigem Hubraum und im SUV, immer mehr im Wohnmobil. Die Folgen lassen sich im Pustertal, in den Dolomitentälern, auf Pässen, auch an wichtigen, durch Instagram zusätzlich gepushten Sehenswürdigkeiten besichtigen. Stau ohne Ende, Smogwolken über den Städten und dem WeltNaturerbe. Im Sommer hängt über den Bergpässen eine Lärmkulisse, für die vor allem Motorräder und schwere Biker verantwortlich sind. Kontrollen und Messungen? Oftmals Fehlanzeige, die Polizei lässt der Lärmfolter zumeist freien Lauf. Neben den übernachtenden Gästen fördert der Tagestourismus den Verkehrs-Tsunami: Busse und PKWs an den Wochenenden, zumal in der Weihnachtssaison, überschweben das Land und verstopfen die Straßen.

Die Preise steigen: Auf Kosten der Ansässigen. Es genügt ein Blick auf die Grundstückspreise in ladinischen Tälern und in anderen Top-Destinationen: Die touristische Attraktivität einer Gemeinde treibt die Kosten für Immobilien unaufhaltsam nach oben: Wenn in Corvara oder Wolkenstein, ein Quadratmeter Wohnung oft bis zu 10.000 € kostet, ziehen Ortsansässige den Kürzeren. Wenn Südtirol nach der Vorstellung seiner Marketingexperten die „begehrteste Destination“ Europa werden soll, so treibt das Begehren den Preis unweigerlich und steil nach oben: Wohnungen, Lebensmittel und Leistungen rücken aus der Reichweite von Normalverdienenden.

turisti raggiunge l'Alto Adige con i mezzi pubblici, il resto arriva in automobile, spesso di grossa cilindrata, sempre di più in camper. Le conseguenze sono ben visibili in Val Pusteria, nelle valli dolomitiche, sui passi e anche in importanti attrazioni naturalistiche pubblicizzate senza limiti su Instagram: code senza fine, nuvole di smog sopra le città e sopra le Dolomiti, patrimonio UNESCO. In estate i passi di montagna sono sovrastati dal rumore delle motociclette. Controlli e misurazioni? Sono spesso un nulla di fatto, la polizia lascia via libera ai fracassoni. Accanto ai turisti che si fermano, il turismo giornaliero favorisce lo tsunami di traffico: bus e auto nei fine settimana, soprattutto nella stagione natalizia, invadono la provincia e ingorgano le strade.

I prezzi crescono: a spese delle persone residenti. *Basta uno sguardo ai prezzi dei terreni nelle valli ladine o in altre destinazioni di punta: l'attrattività turistica di un Comune spinge inarrestabilmente verso l'alto i prezzi degli immobili: se a Corvara o a Selva di Val Gardena un metro quadro finisce per costare fino a 10.000 Euro, i residenti hanno la peggio. Se il Sudtirolo (secondo le affermazioni di certi esperti di marketing) deve diventare la "destinazione più ambita d'Europa", la bramosia porta i prezzi inevitabilmente e vertiginosamente verso l'alto: appartamenti, prodotti alimentari e servizi diventano inarrivabili per persone con un reddito normale.*

Vorschläge für eine Grüne Tourismus-Therapie

Proposte per una terapia turistica verde

1. Die Bettenobergrenze ist beizubehalten und zu ergänzen; Schach den TEK!

Das künftige Landesraumordnungsgesetz, das 2020 in Kraft tritt, will die Bettenobergrenze von 229.088 ersatzlos abschaffen. Das ist riskant, wie wir gezeigt haben, da eine Blase mit Betten-Überhang und Überlastung droht. Eine Obergrenze ist wichtig, um Risiken und Belastungen einzuschränken. Weitere Tourismus-Entwicklungskonzepte sollten ab sofort nicht mehr zulässig sein. Die bisher verabschiedeten sollten verfallen, falls sie nicht binnen drei Jahren nach Verabschiedung umgesetzt worden sind. Zudem wäre je nach Gemeinde eine gewisse Beherbergungsdichte festzulegen, d. h. eine Höchstzahl von gewerblichen und nicht-gewerblichen Betten pro qkm sollte nicht überschritten werden. Die Limits könnten mit gesetzlichen oder administrativen Instrumenten festgelegt werden.

1. Il limite massimo dei letti va conservato e deve essere integrato; scacco al Programma di Sviluppo Turistico (PST)!

la prossima legge urbanistica, che entrerà in vigore nel 2020, vuole eliminare completamente il tetto massimo di 229.000 letti. È un vero rischio, come abbiamo mostrato, poiché un'eccessiva quantità di letti rischia di creare una bolla che prima o poi scoppierebbe. Un tetto massimo è importante per limitare rischi e aggravii. Non dovrebbero essere più permessi ulteriori "Programmi di Sviluppo Turistico". Quelli che sono stati approvati fino a ora dovrebbero decadere nel caso non vengano attuati entro tre anni dalla loro approvazione. Inoltre, in ogni Comune dovrebbe essere fissata una determinata densità turistica, cioè un numero massimo di letti alberghieri ed extralberghieri per kmq che non deve essere superato. I limiti possono essere fissati attraverso strumenti legislativi e amministrativi.

2. Konzernbildung vermeiden, kleine Häuser stärken. Leitbetriebe in den obersten Kategorien sind notwendig. Sie bieten Top-Qualität, gute Arbeitsplätze und hohe Erlöse. Sie sind aber auch öfters Meister der Verdrängung, da unter dem Druck ihrer Konkurrenz die typischen Unternehmen Südtirols leiden, die kleineren Familienbetriebe. Große betreiben auch fallweise Preisdumping und konkurrieren in der ruhigen Saison mit Superangeboten zum Tiefpreis oft kleinere Betriebe aus dem Markt. Große Häuser belasten auch mit oft unglaublichen Bauvolumina Landschaft und Umwelt. Daher sollte die Zahl der Leitbetriebe pro Gemeinde vorsichtig begrenzt werden – zugunsten der kleineren, Südtirol-typischen Familienbetriebe und des Urlaubs auf dem Bauernhof. Schließlich wecken



große Häuser auch das Investoren-Interesse. Es ist oft nur eine Frage der Zeit, bis manch größere Hotel-Anlage aus der Hand von Familien in jene von Kapitalgesellschaften übergeht. Die Schweiz bietet genügend Beispiele für den Einstieg von Investoren mit hohen Kapitalressourcen, die durch Um- und Neubauten Großbetriebe lancieren, deren Marktmacht Landschaft und Konkurrenz massiv bedrängen. Dann wächst das Risiko, dass eine andere Kapitallogik und -verwertung greifen, die Land und Umwelt nicht gut tun. Daher sind kleine Häuser entschieden zu fördern.

2. Evitare i grandi gruppi, rafforzare le piccole strutture. Aziende di punta nella categoria più alta sono necessarie. Offrono alta qualità, buoni posti di lavoro e alti ricavi. Sono però spesso anche un pericolo, poiché sotto la pressione della loro concorrenza le aziende tipiche altoatesine, quelle a gestione familiare, soffrono. Le grandi aziende attuano in certi casi il dumping dei prezzi e, con super offerte in bassa stagione, escludono spesso dal mercato le aziende più piccole. I grandi edifici incidono spesso sul paesaggio e sull'ambiente, anche con volumi incredibili. Per questo il numero delle aziende di punta per ciascun comune dovrebbe essere limitato con attenzione – favorendo le aziende più piccole, a gestione familiare, tipiche del Sudtirolo, e gli agriturismi. In fin dei conti grandi strutture

risvegliano anche l'interesse dei grandi investitori. Spesso è solo una questione di tempo fino a che le strutture alberghiere più grandi passino dalle mani di famiglie a quelle di società di capitale. La Svizzera offre sufficienti esempi che mostrano l'ascesa di investitori con grandi risorse di capitali che con nuove strutture o con ammodernamenti lanciano grandi aziende, la cui forza di mercato finisce per opprimere il paesaggio e la concorrenza. E così cresce il pericolo che prenda piede un'altra logica e un uso dei capitali che non fanno bene al territorio e all'ambiente. Per questo vanno sostenute le piccole realtà.



Pension Ottmanngut, Meran | Merano

3. Ganz-Jahres-Tourismus fördern. Es wird nicht einfach sein, die bisherige Konzentration auf die Sommermonate und bestimmte Stoßzeiten, mit denen der Tourismus aufwartet, zu entzerren. Wenn aber auf den Monat August, der ca. 8,5 % des Jahres umfasst, ca. 20% aller Übernachtungen entfallen, bedeutet dies zu viel Konzentration auf einen kurzen Zeitraum. Ohnedies entfallen auf das Sommerhalbjahr 63% der Übernachtungen, auf den Winter 37%, sodass auf eine Jahreshälfte zwei Drittel des Tourismus entfallen. Hinzu kommt in dieser Phase auch eine enorme Zahl an Tagestouristen.

In der Branche sieht man längst ein, dass Entzerrung nützt, dieser Prozess ist mit Nachdruck einzuleiten: Die Auslastung ruhigerer Monate ist deutlich anzuheben und die Spitzen des cuneo turistico abzusenken. Die verstärkte Bewerbung der Zwischen- und Vorsaisonen, die in Südtirol attraktiv sind, könnte zumindest einen Teil der Reiseströme umlenken. Hierzu spielt auch der unterschätzte Ausbau des Kongresstourismus eine strategische Rolle, ist doch der Hauptmonat für Tagungen und Meetings der ruhigere November.



Schlern und Seiser Alm im Herbst | Sciliar e Alpe di Siusi in autunno

4. Sanfte Mobilität entdecken und umsetzen.

• Tourismus ist führend im Verbrauch fossiler Energie. Kurze Aufenthaltsdauer der Gäste und Tagestourismus heizen eine entfesselte Mobilität unentwegt an. Umso dringender wäre die Umstellung auf eine postfossile Mobilität. So wie Frecciargento für die Strecke Rom-Bozen nur 4,5 h benötigt, sollte auch ein 7-h-Stunden-Zug Wien-Bozen, Berlin-Bozen oder Hannover-Bozen implementiert werden. Zugleich sollten Gäste an den Bahnhöfen Franzensfeste, Brixen, Bozen, Meran ein niederschwelliges Car-Sharing mit E-Mobilen vorfinden; zudem ein Abhol- und Gepäck-Service; vor Ort sollten Elektro-Mobile zum Standardangebot größerer Hotels und Tourismusvereine gehören. Ziel: Erhöhung der im Zug anreisenden Gäste bis 2020 auf 20%, 2025 auf 25%, 2030 auf 30-35%.

• Hotel mit NCR-Prädikat lancieren: NCR steht für „No Car Requested“. Den Gästen werden An- und Abreise wie Aufenthalt ohne eigenes Fahrzeug problemlos ermöglicht. Via App und elektronischer Buchungssysteme können entsprechende Angebote problemlos durchgebucht werden. Die bei der NCR-Initiative mitwirkenden Betriebe werden mit Prämien und Steuerermäßigungen gefördert.

5. Klimaland Südtirol als touristische Qualitätsmarke lancieren.

Südtirol will seinen CO₂-Verbrauch nach dem Klimaplan von aktuell 4,4 Tonnen pro Person und Jahr auf 1,5 Tonnen 2050 absenken. Die Fortschritte in Heizung und Gebäudedämmung schwinden aber durch die Zunahme von Verkehr und Ressourcenverbrauch (Heizung, Wasser), wie sie vorab im Tourismus stattfindet. Nach Schätzungen der UNTWO fallen pro Reise im internationalen Mittel etwa 0,25 Tonnen Kohlendioxid an. Damit tragen die Touristen nach Angaben der Umweltorganisation WWF mit 5% aller Treibhausgasemissionen zur globalen Erderwärmung bei. Tendenz steigend.

Klimafreundlicher Tourismus ist möglich, hat aber in Südtirol keine Lobby. Umso mehr benötigt

4. Scoprire e mettere in pratica la mobilità dolce.

• Il turismo è un settore trainante per il consumo di energia fossile. I brevi soggiorni degli ospiti e il turismo giornaliero scatenano una mobilità incessante. Ancora più urgente sarebbe il passaggio a una mobilità post-fossile. Così come è possibile con la Frecciargento arrivare a Roma in quattro ore e mezzo, dovrebbero essere altrettanto realizzabili dei treni che in 7 ore colleghino Bolzano con Vienna, Berlino o Hannover. Al contempo gli ospiti dovrebbero trovare presso le stazioni di Fortezza, Bressanone, Bolzano e Merano un servizio di car-sharing accessibile con auto elettriche, un servizio di trasporto bagagli e auto elettriche come offerta standard da parte degli alberghi più grandi e delle associazioni turistiche. L'obiettivo: un aumento del 20% entro il 2020 delle persone che arrivano in treno, del 25% entro il 2025, del 30-35% entro il 2030.

• Lanciare Hotel NCR: NCR è acronimo di „No Car Requested“. Agli ospiti viene offerto senza complicazioni arrivo, partenza e soggiorno senza la necessità della propria automobile. Le relative offerte possono essere prenotate facilmente con



Grünes Landtagswahlplakat 2013 | Manifesto elettorale verde 2013



Rosengarten | Catinaccio

unser Land Klima-Tourismus als neue Marke, als Attraktion, die genauso zur Dachmarke zählt wie Landschaft, Wandern und alpin-mediterraner Genuss. Die Klima-Sensibilität vieler Gäste wird trotz aktueller Verdrängung des unliebsamen Themas in wenigen Jahren sprunghaft steigen und Klimafreundlichkeit für Betriebe ein verpflichtendes Muss sein. Darauf sollte sich auch Südtirols Tourismus endlich einstellen. Viele Gäste werden nach den absehbaren Klima-Schocks der kommenden Jahre nur noch dann bestimmte Destinationen besuchen, wenn diese glaubhaft klimafreundlich aufgestellt sind. Hier herrscht in Südtirols Tourismus vollständiger Nachholbedarf. Ein Vorschlag:

• Neben den Tourismus-Hochburgen und als positives Gegenbild zu diesen sollten „Klimatäler“ gezielt gefördert werden; Talschaften, wo Tourismus, Unternehmen und Lebensweisen sich in aller Entschiedenheit auf Klimaverträglichkeit ausrichten: Villnöss, Martell oder Langtaufers könnten solche Wegweiser sein, die in ihrer Rolle und als Marken Südtirol insgesamt nach vorne bringen könnten – Bergsteigerdörfer wie Matsch und Lungiarü tun dies bereits!

un'apposita app e un sistema di prenotazioni elettronico. Le aziende con iniziative legate al NCR vengono promosse con premi e riduzioni fiscali.

5. Lanciare come marchio turistico di qualità un "Alto Adige a tutela del clima".

Entro il 2050 il Sudtirolo, secondo il suo piano clima, vuole ridurre le emissioni di CO₂ dalle attuali 4,4 a 1,5 tonnellate per persona all'anno. Però i progressi ottenuti nell'edilizia col risparmio energetico e nuove modalità di riscaldamento svaniscono con l'aumento del traffico e il consumo delle risorse nel settore turistico. Secondo le stime dell'Organizzazione mondiale del turismo (OMT) per ogni viaggio vengono prodotti in media internazionale ca. 0,25 tonnellate di anidride carbonica. In questo modo, secondo il WWF, i viaggi contribuiscono per il 5% alle emissioni di gas serra, con una tendenza ascendente.

Un turismo più amico del clima è possibile, ma in Alto Adige manca chi lo sostenga con forza. Proprio per questo la nostra terra ha bisogno di un turismo amico del clima come nuovo marchio, come attrazione, che sia presentato come marchio di qualità, al pari del paesaggio, delle escursioni

6. Biologische Angebote fest verankern Die Nachfrage nach biologischen, in ihrer Herkunft überprüfbar und im Nahraum gewonnenen Produkten steigt nicht – sie explodiert! Dies gilt besonders für die Gastronomie, wo die Umsetzung des wachsenden Bio-Gebots aber oft auf Schwierigkeiten trifft:

Bio ist teurer und nicht durchwegs greifbar. Ein gastgewerbliches Unternehmen, das etwa Brot und Fleischwaren aus dem Umfeld geliefert wissen möchte, begegnet empfindlichen Lieferproblemen: Zwar sind Bio-Äpfel und Bio-Milch problemlos greifbar, aber schon bei Kartoffeln und Gemüse, erst recht bei Fleisch ist die Grenze bald erreicht. Aus diesen Gründen bedarf es konstanter Nachfrage und eines stetig wachsenden Angebots bei den Betrieben.

7. Bedürfnisse von Gästen und Einheimischen ausgleichen. Der Ausgleich zwischen den Wünschen der Gäste und den Lebensansprüchen von Einheimischen muss systematisch gefördert werden. Er ist zu gestalten durch Räume und Zeiten des Rückzugs, durch „eigene“ Veranstaltungen außerhalb der Saison. Die touristische Belastung für Einheimische soll regelmäßig angesprochen und in partizipativen Prozessen verhandelt werden, etwa durch einen Bürger*innenrat, regelmäßige Befragungen und Workshops.

e del gusto alpino-mediterraneo. La sensibilità di tante e tanti ospiti al tema del clima, nonostante l'attuale tendenza alla rimozione, salirà notevolmente nei prossimi anni e per le aziende l'attenzione al clima sarà un dovere assoluto. Quindi anche il turismo sudtirolese si dovrà adeguare. Dopo il prevedibile shock climatico dei prossimi anni, molti ospiti si recheranno solo in luoghi attrezzati con modalità amiche del clima. In questo ambito siamo definitivamente in ritardo. Una proposta: accanto alle roccaforti turistiche dovrebbero essere promosse le "Valli amiche del clima" come contro-esempio positivo. Vallate dove turismo, aziende e modalità di vita sono impostate sulla sostenibilità climatica. Val Di Funes, Val Martello o Vallelunga possono essere degli apripista e spingere in avanti il Sudtirolo come i villaggi dell'alpinismo, quali Mazia e Lungiarü, stanno già facendo.

6. Radicare l'offerta biologica. La richiesta di prodotti biologici, dalla provenienza chiara e controllabile e possibilmente a km0 non cresce semplicemente: esplose! Questo vale specialmente per la gastronomia dove però l'implementazione del comandamento bio spesso si scontra con diverse difficoltà:

il Bio è costoso e non sempre disponibile. Un'azienda gastronomica che vuole ad esempio pane e carne di produzione locale incontra sensibili problemi di consegna: certo il latte e le mele bio sono a portata di mano, ma già con le patate e gli ortaggi si arriva presto al limite. Per questi motivi c'è bisogno di una domanda costante e un'offerta crescente nelle aziende.

7. Equilibrare i bisogni degli ospiti con quelli della popolazione locale. L'equilibrio tra i desideri degli ospiti e le rivendicazioni delle/i residenti deve essere promosso in maniera sistematica. Deve essere realizzato tramite spazi e tempi dedicati con eventi specifici fuori stagione. L'aggravio portato dal turismo deve diventare tema da affrontare regolarmente attraverso dei processi partecipativi, ad esempio con i "consigli dei cittadini e delle cittadine", consultazioni popolari e workshop.



Langtaufers | Vallelunga



Seehof, Natz-Schabs | Naz-Sciaves

Die Wende ist fällig È ora di cambiare

Südtirols Tourismus hat einen Stand erreicht, der ein Nachdenken über seine künftige Entwicklung dringend erfordert. Die Wachstumszahlen und die damit verbundenen Herausforderungen gebieten dringend Nachdenken und einsichtige Selbstbeschränkung. Es bedarf der Einsicht, dass Tourismus für Wirtschaft, Kultur und Identität grundlegend ist, er bietet aber nicht jene zentrale Perspektive, die eine nachhaltige Entwicklung sichert. Andere Sektoren und Entwicklungsträger verdienen zumindest ebenso viel Beachtung: Die gewerbliche Wirtschaft mit Handel und Industrie, die innovativen Bereiche der Digitalisierung, der wachsende Bereich der Dienstleistungen, der Ausbau von Wissenschaft und Forschung, wie nicht zuletzt die Förderung von Bildung und Kultur sind die eigentlichen Zukunftsgaranten.

Und schließlich: Südtirols Natur und Landschaft sind von so herausragender Qualität, dass ihr Schutz und ihre Biodiversität Vorrang genießen müssen. Tourismus gewinnt durch kluge Selbstbeschränkung – mit ihr das Land und seine Gesellschaften.

Il turismo sudtirolese ha raggiunto un livello che impone serie e urgenti riflessioni sul suo prossimo sviluppo. I numeri della crescita e le sfide che questi comportano ingiungono urgenti ragionamenti e delle autolimitazioni avvedute. Dobbiamo essere consapevoli che il turismo è fondamentale per l'economia, la cultura e l'identità, ma non offre quelle prospettive che ne assicurano uno sviluppo sostenibile. Altri settori e vettori di sviluppo meritano altrettanta attenzione: l'industria e il commercio, i settori innovativi della digitalizzazione, quello in crescita dei servizi, lo sviluppo di scienza e ricerca e non da ultime la cultura e la formazione garantiscono veramente il futuro.

E infine: la natura e il paesaggio del Sudtirolo sono di così straordinaria qualità, che tutela e biodiversità devono avere la precedenza. Il turismo ne esce vincitore solo con un'intelligente autolimitazione – e così tutto il territorio e le sue comunità.



Drei Zinnen | Tre Cime di Lavaredo

Die Reise geht weiter

Il viaggio continua

Riccardo Dello Sbarba, Brigitte Foppa, Hans Heiss



Tourismus ist ein Querschnittsthema. Es umfasst alle Lebensbereiche: Wirtschaft und Soziales, Arbeit und Freizeit, Architektur und Landschaft, Umwelt, Natur und Technik, Gesundheit und Sport ebenso wie Kultur und Anthropologie. Tourismus ist seit 200 Jahren ein Wegbegleiter von Moderne und Globalisierung; entsprechend tief gehen seine Wirkungen.

Dies gilt auch für Südtirol, wo Tourismus zudem mit der bäuerlichen Landwirtschaft ein zentraler Identitätsfaktor ist. Südtirols Selbstbewusstsein beruht in wesentlichen Stücken auf den Leistungen des Tourismus und der Beliebtheit unseres Landes. Aus diesen Gründen wird der Sektor aber oft auch in seiner wirtschaftlichen Bedeutung überschätzt, da diese klar begrenzt ist. E

Wir Grüne denken vernetzt und in größeren Zusammenhängen: Wir sehen das Lokale in Verbindung mit europäischen, auch weltweiten Entwicklungen. Aus diesem Grund hat sich auch die Landtagsfraktion stets mit Themen des Tourismus befasst und seine eingehende Beobachtung als Schwerpunkt betrachtet.

Diese Broschüre ist ein Zeugnis gemeinsamer Arbeit der drei Abgeordneten, Hans Heiss, Brigitte Foppa, Riccardo Dello Sbarba, und der Mitarbeiterinnen des Fraktionsbüros Anna Hupel, Serena Rauzi und Olivia Kieser. Er ist auch ein Schlussdokument einer schönen Zusammenarbeit, die wir ab Herbst 2018 in neuer Zusammensetzung fortsetzen. Die Reise der Verdi Grüne Verc geht weiter! Wir bleiben dran.

Il turismo è un tema trasversale. Comprende tutti gli ambiti: economia, lavoro e tempo libero, architettura e paesaggio, ambiente, natura e tecnologia, salute e sport, così come cultura e antropologia. Da 200 anni il turismo affianca la modernità e la globalizzazione e i suoi effetti sono altrettanto profondi.

Questo vale anche per l'Alto Adige, in cui il turismo insieme all'agricoltura costituisce un fattore identitario centrale. La consapevolezza sudtirolese si basa in buona parte sulle prestazioni turistiche e sulla popolarità della nostra terra. E così questo settore economico viene spesso sopravvalutato, anche perché le sue potenzialità economiche sono chiaramente limitate.

Noi Verdi pensiamo in rete e facciamo collegamenti più ampi: vediamo la dimensione locale in collegamento con sviluppi europei e globali. Per questo motivo il Gruppo Verde si è occupato costantemente del tema e ha considerato la questione come centrale.

Questo opuscolo è la prova di un lavoro collettivo dei tre consiglieri provinciali Hans Heiss, Brigitte Foppa e Riccardo Dello Sbarba e delle tre collaboratrici Anna Hupel, Serena Rauzi e Olivia Kieser. È il documento finale di una fruttuosa collaborazione che a partire dall'autunno 2018 proseguirà in una nuova conformazione. Il viaggio dei Verdi Grüne Verc continua! Non molliamo.



Anna Hupel, Olivia Kieser, Serena Rauzi

