

Winter ohne Schnee

Was der Klimawandel für den Tourismus in den Alpen bedeutet

ALPEN-EXTRA



Illustration: Andrey Kasay für DIE ZEIT

INNERE SICHERHEIT

ÖSTERREICH

Schützt euch!

Rechtsradikale bedrohen immer dreister Politiker. Die Strategie, mit allen zu reden, ist gescheitert. Der Staat muss handeln **VON ANNE HÄHNIG**

An großen Worten fehlt es in Deutschland gerade nicht. Auch die Regierenden sind gut darin geworden, Probleme zu beschreiben. Das ließ sich in den zurückliegenden Tagen beobachten, nachdem am Freitag eine Gruppe »Querdenker« im Wohnort der sächsischen Gesundheitsministerin Petra Köpping (SPD) aufmarschiert war, dabei Fackeln getragen, ihre Parolen in die Dunkelheit gebrüllt und durch die Fenster in Köppings Haus gefilmt hatte.

Die entrüsteten Reaktionen kamen prompt und zahlreich. Angela Merkels Sprecher verurteilte den »Angriff auf die Demokratie«. Olaf Scholz erklärte: »Das dürfen wir uns als Land nicht gefallen lassen.« Horst Seehofer fühlte sich sogar »an die dunkelsten Kapitel unserer deutschen Geschichte« erinnert.

Bloß: Richtige Worte reichen längst nicht mehr. Nicht nur, aber besonders in Sachsen fühlen sich manche Bürger zum gewalttätigen Widerstand ermächtigt. Denen sollte der Staat nun beweisen, wer das Gewaltmonopol hat in diesem Land. Denn Bedrohung, Beleidigung oder Volksverhetzung sind ja längst strafbar.

Wenn ein Problem nur beschrieben, aber nicht gelöst wird, tritt Gewöhnung ein

Leider ist es inzwischen alltäglich geworden, dass sehr viele Menschen, die in der Öffentlichkeit stehen, beschimpft und bedroht werden. Beinahe jeder Politiker und jede Politikerin kann davon berichten. Auch Wissenschaftler, Journalistinnen oder Restaurantbesitzer finden sich im Internet auf »Feindeslisten« von Neonazis wieder.

All das kommt seit Jahren zur Sprache. Es ändert sich nur nicht genug. Und wenn ein Problem bloß beschrieben, aber nicht gelöst wird, dann tritt irgendwann Gewöhnung ein.

Die Demonstration vor Köppings Haus war ja nicht einmal ein trauriger Höhepunkt. Eher ein weiteres einschüchterndes Ereignis von vielen. Schon 2015 trat in Tröglitz in Sachsen-Anhalt der Ortsbürgermeister zurück, weil Rechtsradikale seine Familie bedrängten. 2019 wurde der hessische Regierungspräsident Walter Lübcke daheim ermordet. Seither agieren Polizei und Justiz etwas wachamer, ausreichend aber sind die Maßnahmen gegen den Hass noch lange nicht.

Hier liegt die größte Aufgabe der neuen Bundesinnenministerin. Nancy Faeser, bisher SPD-Fraktionsvorsitzende im Hessischen Landtag, erklärte bei ihrer Vorstellung durch Olaf Scholz am Montag, die Bekämpfung des Rechts-Extremismus sei ihr ein besonderes Anliegen. Solche Sätze waren schon oft zu hören. Auch Sachsens Ministerpräsident Michael Kretschmer (CDU) nannte den Rechtsextremismus »die größte Gefahr für unsere Demokratie«. Kleiner wurde das Problem dadurch nicht.

Stattessen treten die radikalisierten »Querdenker« inzwischen auf, als müssten sie sich vor nichts fürchten. So war es auch am Freitag vor dem Haus Petra Köppings. Anders als die Polizei zunächst vermeldete, sind die Demonstranten bei Eintreffen der Beamten nicht einmal geflohen. Sie blieben einfach da. Offenbar in der Erwartung, dass mit gravierenden Konsequenzen nicht zu rechnen sei.

Im ersten Schritt muss der Staat zeigen, dass er wehrhaft ist und seine eigenen Amtsträger beschützt. Es braucht ein Gesetz, das Demonstrationen vor Privatwohnungen von Politikern verbietet (und damit Strafen möglich macht). Es braucht gut ausgestattete Sonderkommissionen in jedem einzelnen Landeskriminalamt, die ausschließlich Beleidigungen und Bedrohungen verfolgen.

Außerdem wäre es spätestens jetzt an der Zeit, dass Politiker »Besuche« oder Bedrohungen von Bürgern zur Anzeige bringen, statt Menschen, die einschüchtern wollen, zum Dialog einzuladen. Michael Kretschmer hat lange darauf gesetzt, mit Wütenden ins Gespräch zu kommen. Seine gut gemeinten Versuche hatten keinen deeskalierenden Effekt, im Gegenteil. Wer Leute gewähren lässt, die von »Widerstand« reden, der mächtig sie offenbar nicht, sondern motiviert sie zu weiterem Protest. Längst erreichen Rechts-Extremisten neue Milieus. Bei unerlaubten Demonstrationen etwa in Freiberg kann man nun junge Mütter mit ihren Kindern im schulpflichtigen Alter treffen. Auf offener Straße fordern in Zwönitz im Erzgebirge kürzlich Dutzende, den Ministerpräsidenten zu lynchen.

Dagegen hilft nur ein Strafbefehl. Denn wenn es dabei bleibt, dass so viele jener Menschen bedroht werden, die sich öffentlich politisch äußern – dann könnten wir bald erleben, dass kaum noch jemand sich politisch äußern will. Geschweige denn Politiker werden.

Der dritte Mann

Der neue österreichische Bundeskanzler sollte die Chance erhalten, die ÖVP vom Populismus zu befreien **VON FLORIAN GASSER**

Wenn die größte Krise der eigenen Partei vorläufig damit endet, dass man ins Kanzleramt einzieht, dann ist es nicht ganz schlecht gelaufen. Vielleicht hat sich Karl Nehammer das gedacht, als er am Montag in Wien vom Bundespräsidenten ange-lobt wurde. Vorgegangen waren turbulente Tage. Sebastian Kurz trat endgültig zurück, und seine türkise Bewegung wurde in atemberaubendem Tempo abgeräumt. Nicht zu Unrecht fragen sich viele: Ist der dritte Kanzler der ÖVP innerhalb weniger Wochen mehr als ein Verwalter des Übergangs?

Natürlich ruft die Opposition nach Neuwahlen. Doch die schwarz-grüne Regierung und Karl Nehammer haben eine Chance verdient. Dann nämlich, wenn er als Parteichef und Kanzler die neue Macht dafür nutzt, die ÖVP von den Schmutzgeschäften des Sebastian Kurz zu befreien. Zugleich muss er als Regierungschef zeigen, dass diese Koalition größere Ziele verfolgt als ihre eigene Krisenbewältigung.

Die Volkspartei war immer eine Zweckgemeinschaft. Es gibt in Österreich kein nennenswertes Bürgertum, das eine konservative Partei tragen könnte. Die ÖVP war ein loses Bündnis aus Landwirten, Skiliftbetreibern, Beamten und Unternehmern, das die föderale Logik und Klientelinteressen vor so feinfühligem Klimbim wie ideologische Überzeugungen stellte. Das hat lange funktioniert, aber irgendwann eben nicht mehr.

Das Schicksal der Volkspartei entscheidet über die Zukunft ganz Österreichs

Die Rettung war Sebastian Kurz. Ihm wurde die Partei zu Füßen gelegt, er durfte schalten und walten, wie er wollte – was er und seine Kumpel weidlich taten, bis sie selber über die eigenen Taten stürzten.

Das künftige Schicksal der Volkspartei ist nicht allein für sie selbst von Belang. Eine funktionierende Demokratie braucht eine redliche konservative Partei. Sie ist die Firewall nach rechts, ihr Verhalten entscheidet, ob sich ein Staat autoritär entwickelt oder nicht.

Die türkise ÖVP war unredlich. Sie hat gespalten und gehetzt, sie attackierte schamlos die Justiz und hat politische Intrigen gesponnen, die einem den Atem stocken ließen.

Der neue Parteichef steht nun vor einem Dilemma: Will er aus seiner Volkspartei eine echte konservative Kraft machen, muss er den erfolgreichen türkisen Populismuskurs verlassen – und sich gleichzeitig aus den Klauen der Bundesländer befreien. Denn die unbarmherzige Gegenreformation der Bundesländer ist bereits angelauten. Die Landesfürsten sehen sich wieder fest im Sattel, die Regierungsumbildung trägt durch und durch ihre Handschrift.

Nehammer kann das hinnehmen, dann wird die ÖVP zu dem, was sie vor 2017 war: eine wenig erfolgreiche Partei, deren Chefs fast im Jahresrhythmus entnervt das Handtuch werfen.

Stattdessen könnte der Milizoffizier im Kanzleramt ein Experiment wagen und die Partei neu ausrichten, ohne sie aufzugeben: hart in Migrationsfragen, ohne rassistisch und islamfeindlich zu sein; gesellschaftspolitisch konservativ, aber nicht reaktionär; wirtschaftsfreundlich, aber kein Lobbyverein für Großindustrielle. So eine ÖVP könnte auch Modernisierungsverlierer ansprechen, die sich bislang nur von ganz weit rechts verstanden fühlen. Damit würde er nicht bloß seiner Truppe einen Dienst erweisen, sondern womöglich auch seiner Koalition und dem Land.

Natürlich ist es kein Naturgesetz, dass die ÖVP regiert. Und es wäre auch nach 35 Jahren an der Zeit, dass eine Mehrheit abseits der Volkspartei eine Koalition bildet. Nur nicht jetzt: Denn die Regierung mit den Grünen hat ihre Klimaprojekte gerade erst angeschoben, und das Licht am Ende des Pandemietunnels ist noch nicht zu sehen.

Für seine neue Aufgabe muss sich Nehammer selbst neu erfinden. Bislang war er kein großer Vermittler, im Gegenteil: Er war der Mann im Innenministerium, der unbarmherzig war, als gut integrierte Kinder abgeschoben wurden, und der sich gegen die Aufnahme von Flüchtlingen aus den Elendslagern in Moria stemmte.

Aber er kann auch anders, das zeigte er jüngst nach seiner Nominierung zum Parteichef und Bundeskanzler. Im Gegensatz zu Sebastian Kurz sprach er nicht ausgiebig über sich selbst, er hielt eher ein Referat über christliche Soziallehre. Nehammer hat gezeigt: Er kann Staatsmann und sogar ein bisschen langweilen. Vielleicht ist es das, ein wenig Langeweile, was dieses Land nach den Kurzschen Chaosjahren braucht.

Beide Leitartikel finden Sie zum Hören unter www.zeit.de/vorgelesen



Einfach gut

Elisabeth Raether:
Wie man sich
trotz allem
Genuss und
Freude bewahren
kann

Entdecken, S. 81

Ich war »Bild«

Der entlassene
Chefredakteur
Julian Reichelt im
Interview
Wirtschaft, S. 32



Wie teuer wird
grünes Leben?

Zum Nulltarif ist die
Klimawende nicht zu
haben. Die Frage ist,
wer wie viel bezahlt
GREEN. S. 39/40

PROMINENT IGNORIERT



Da bläst er!

Ach, mythische Ozeanwelt. Vor Jamaikas Küste entdeckte ein niederländisches Schiff jüngst einen weißen Potwal. Ob es sich dabei um einen Nachfahren des echten Moby Dick gehandelt hat, konnte die Crew nicht fragen, so ein Wal ist leider nicht sehr gesprächig. Doch solange noch kein Ahab am Strand gesichtet wurde: Woge weiter, tiefe, blaue See. **HUG.**

Kl. Bilder (v.o.): Erika Lee Sears; Sebastian Thibault; picture alliance

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG,
20079 Hamburg
Telefon +49-40 / 32 80 - 0; E-Mail:
DieZeit@zeit.de, Leserbrief@zeit.de
ZEIT ONLINE GmbH: www.zeit.de;
ZEIT-Stellenmarkt: www.jobs.zeit.de

Abonnement Österreich,
Schweiz, restliches Ausland
DIE ZEIT Leserservice,
20080 Hamburg, Deutschland
Telefon: +49-40 / 42 23 70 70
Fax: +49-40 / 42 23 70 90
E-Mail: abo@zeit.de

N° 51

76. JAHRGANG C 7451 C



Beide Leitartikel finden Sie zum Hören unter www.zeit.de/vorgelesen

ALPEN

Servus. Grüezi. Hallo.



Die chinesischen Ski-Asse trainieren in Österreich für die Olympischen Spiele in Peking. Aber wie gut sie sind, das ist geheim

VON CHRISTINA PAUSACKL

Als Willi Zechner aus dem Sessellift steigt und auf Skiern Richtung Abfahrtshang fährt, schnauft er erst einmal tief durch. Die Bedingungen sind an diesem Mittwochvormittag nicht ideal. Gestern hat es in Schladming den ganzen Tag geschneit, heute strahlt die Sonne auf die Hänge der Reiteralm, es ist zu warm, der Schnee ist zu patzig. Irgendwo ist ein Wasserschlauch gerissen, der eine Piste vereisen sollte, und dann warte, auf 1780 Metern über dem Meeresspiegel, auch noch ich mit meinen Fragen auf ihn. »Jo, leider, ich habe schlechte Nachrichten«, sagt Zechner und zuckt mit den Schultern: »China hat sich noch nicht gemeldet.«

Diesen Satz hat Zechner in den vergangenen Wochen ziemlich oft gesagt. Und mit jedem Mal war er ihm etwas unangenehmer.

Willi Zechner, 56, ist ein groß gewachsener Mann mit kräftiger Stimme, breitem Lächeln und einem geduldigen Wesen. Das braucht er in seinem Job vermutlich auch. Der Steirer war Ende der Achtzigerjahre ein ganz passabler Weltcup-Abfahrer, bevor er seine Trainerkarriere begann. Er unterrichtete an der Skischule Schladming und war im Steirischen Skiverband, bevor er 2017 zum ÖSV-Chefcoach im Skicross wurde.

Doch heute, vier Jahre später, trägt er nicht mehr Rot-Weiß-Rot, sondern eine Skijacke mit der Flagge der Volksrepublik China auf der Brust. Seit 2019 ist Zechner Cheftrainer des chinesischen Nationalteams.

Sein Auftrag: bis zu den Olympischen Spielen, die in zwei Monaten in Peking beginnen, eine konkurrenzfähige Mannschaft aufzubauen.

Aber was ist nun mit dem Interview? »Das läuft da drüben alles ein bissl anders«, sagt Zechner. Es seien derzeit »alle ziemlich angespannt«. Und mit »alle« meint er: die Athleten, den chinesischen Skiverband, den Sportminister, ja sogar die Spitze der Volksrepublik. Anfänglich klangen die Rückmeldungen, die Zechner aus Peking erhielt, wo die Chinese Ski Association ihren Hauptsitz hat, durchwegs positiv. Klar könne die ZEIT die beste chinesische Skifahrerin treffen. Sogar ins Teamhotel wurde ich eingeladen. Aber dazu kam es nie. Immer fehlte irgendeine Unterschrift, irgendein Okay eines chinesischen Bürokraten. Schließlich hieß es, der Sportminister persönlich habe sein Veto eingelegt. Wegen Corona. So ließen sich nicht mal die einfachsten Fragen klären: In welcher Disziplin fährt die beste chinesische Skifahrerin? Und wie heißt sie überhaupt?

Skifahren, das ist in China seit dem Jahr 2015, als Peking den Zuschlag für die Olympischen Winterspiele 2022 bekam, eine hochpolitische Angelegenheit. Präsident Xi Jinping erließ damals einen planwirtschaftlichen Ukas: Bis zu den Spielen sollen sich 300 Millionen Chinesen fürs Rodeln, fürs Schlittschuhlaufen oder fürs Skifahren begeistern.

Der Wandel Chinas zur Wintersportnation wird seither mit aller Macht vorangetrieben: Gab es Mitte der Neunzigerjahre gerade mal elf Skigebiete in der Volksrepublik, waren es 2019 laut dem

»Weißbuch« der chinesischen Skiindustrie 770 Resorts, die jährlich 20,9 Millionen Besucherinnen und Besucher verzeichneten. Doch nicht nur in die Infrastruktur werden jährlich Abermilliarden Yuan gepumpt, es wird auch massiv in das Training der Athleten investiert. Wie soll ein Land eine ernsthafte Wintersportnation sein, wenn seine Sportlerinnen und Sportler keine olympischen Medaillen gewinnen?

Das Problem ist nur: Richtig Ski fahren kann in der Volksrepublik nicht einmal das chinesische Betreuersteam der Skinationalsmannschaft.

Auf der Reiteralm verabschiedet sich Cheftrainer Zechner schon nach wenigen Minuten. Auch er darf ohne Einwilligung aus Peking keine Interviews geben. Im Skigebiet lassen sich zumindest zwei Fragen klären: Das chinesische Skiteam existiert. Und es trainiert in der Nähe der sogenannten Gasselhöhe. Das bestätigen sowohl der ältere Mann, der bei der Talstation die 2G-Kontrollen durchführt (»Jo, die chinesischen Fahrer sind do«), als auch zwei Liftwarte. Am Fuße der Gasselhöhe sind zwar weit und breit keine chinesischen Skifahrerinnen zu sehen, dafür ein Mann, der neben dem Gondellift mit einem Funkgerät stoisch im Schnee steht. Er trägt einen dunkelblauen Anorak, Sonnenbrille und eine rote Kappe mit chinesischer Flagge auf dem Kopf. Es ist offenbar Liu Xhen, der chinesische Teamleiter der Mannschaft und Zechners erster Chef. »Er behauptet zwar immer wieder, dass er Ski fahren kann«, sagt später einer aus dem chinesischen Betreuersteam hinter vorgehaltener Hand. »Aber niemand hat ihn

jedemal auf Skiern gesehen.« Selbst manche Athleten hätten vor fünf Jahren nicht einmal gewusst, »dass Ski vorn aufgebogen sind«. Kommuniziert werde mit den Sportlern über einen Dolmetscher: »Aber es ist halt schwer, wenn der Übersetzer nicht mal weiß, was Skifahren ist.«

Bei den vergangenen Winterspielen im südkoreanischen Pyeongchang schafften es nur eine Skifahrerin und ein Skifahrer aus China in die Wertung, beide im Riesenslalom. Bei den Frauen holte Kong Fanying den 55. Platz (von 58), bei den Herren Zhang Yangming Rang 69 (von 75). China konnte bei den ganzen Spielen neun Medaillen erringen, eine davon in Gold im Eisschnelllauf. (Bei den vergangenen Sommerspielen in Tokio gewann China 88 Medaillen und landete in der Nationenwertung auf Platz zwei.) »Es gibt Schwermütigkeit und Bedauern über die Ergebnisse«, sagte der Freestyle-Skifahrer Jia Zongyang in Südkorea, er selbst gewann immerhin Silber auf der Sprungschanze. Die Blamage von Pyeongchang, das stand fest, darf sich in vier Jahren in der Heimat nicht wiederholen.

Also begann China landesweit nach Talenten zu fahnden: In Turnsälen, Internaten und Schwimmhallen, selbst in Klöstern suchte man nach künftigen Skispringern und Slalomspezialistinnen. Und man holte sich Trainer und Expertise aus den starken Wintersportnationen: aus Norwegen, Italien, Deutschland, Österreich und der Schweiz. »Auch wenn das viele Funktionäre lange nicht wahrhaben wollten«, sagt ein Betreuer aus dem Skiteam: Kein Trainer der Welt könne inner-

halb von drei, vier Jahren einen Leichtathleten oder Schwimmer zum Skistar machen. Und ganz offensichtlich auch nicht zum Eishockey-Profi.

Luc Tardif, der neue Präsident der Internationalen Eishockey-Föderation (IIHF), dachte Anfang November laut darüber nach, das chinesische Eishockeyteam der Männer bei den Winterspielen durch Norwegen zu ersetzen, obwohl China als Gastgeberland gesetzt ist. Die Spieler seien schlicht zu schlecht. »Es ist weder für China noch für das internationale Eishockey gut, wenn ein Team ein Match 0:15 verliert«, sagte Tardif. Aber der IIHF-Vorstand entschied schließlich: China tritt an.

Die Erwartungen für das Skiteam soll die Volksrepublik inzwischen gesenkt haben. Auf Medaillen zu hoffen wäre ohnehin illusorisch. Das Ziel sei, dass sich in jeder Disziplin zumindest eine Skiläuferin und ein Läufer für das Rennen qualifiziert. Bei den Männern sehe es schon recht gut aus, bei den Frauen hapere es noch in den Speed-Bewerben, heißt es. Auch Willi Zechners Erwartungen sind bescheiden. »Sicher runterkommen«, gab der Cheftrainer im Vorjahr in einem Interview als Ziel an.

Auf der Reiteralm leeren sich im Laufe des Nachmittags langsam die Pisten. Und kurz bevor die Sonne untergeht, hat die Suche ein Ende. Am Nordhang der Gasselhöhe ziehen drei Skifahrerinnen aus dem chinesischen Nationalteam ihre Spuren in den Schnee. Wer wohl die beste von ihnen ist? Die eine ganz links vielleicht. Schwer zu sagen. Aus hundert Meter Entfernung sieht sie aus wie ein kleiner schwarz-roter Punkt.

Tourismus



Von Adelboden bis St. Corona setzen Orte auf den Wintersport als Geschäftsmodell

Liebe
Leserinnen
und Leser,

in der neusten Ausgabe der ZEIT:Alpen, die viermal jährlich in der Schweiz, Österreich und digital auch in Deutschland erscheint, widmen wir uns dem Wintertourismus. Der steht nicht nur wegen der Corona-Pandemie, sondern vor allem wegen des Klimawandels vor großen Umwälzungen.

Was können die Alpen ihren Besuchern bieten, wenn der Schnee immer seltener fällt? Ist der Tourismus bereit für eine Zukunft ohne flockiges Weiß? Und woher kommen dannzumal die Gäste? Viel Spaß bei der Lektüre wünscht

Ihr ZEIT:Alpen-Team

PS: Wer wöchentlich den gemeinsamen Blick auf D, A und CH sucht, der findet ihn zum Lesen im Alpen-Porträt der Wiener und Zürcher Redaktionen der ZEIT und zum Hören im Podcast »Servus. Grüezi. Hallo.«

Frau Holle auf Speed

Wintersportorte investieren Millionen im Kampf gegen den Klimawandel und den spärlicher fallenden Schnee. Aber es gibt längst akutere Bedrohungen für ihr Geschäft VON SIMONE BRUNNER UND SARAH JÄGGI

Man könnte meinen, die alten Zeiten seien zurück in St. Corona. Es ist Anfang Dezember, und auf den sanften Hängen des Wechsels, des 1743 Meter hohen Hausbergs an der Grenze zwischen Niederösterreich und der Steiermark, liegt eine dicke Schneedecke. Karl Morgenbesser stapft in Wollmütze und Wanderschuhen durch den Neuschnee, zeigt auf den Hügel, wo er als Kind Skifahren lernte, und auf den Hang, wo er später selbst unterrichtete. Aber die Zeiten, als St. Corona vom Wintersport leben konnte, sind längst vorbei.

Die 400-Einwohner-Gemeinde ist nach der Schutzheiligen des Geldes benannt, ein alter Wallfahrtsort und ein Kuriosum in der Pandemie. 2013 wurde St. Corona in ganz Österreich bekannt, weil das kleine Skigebiet, in dem viele Städter aus den Ballungszentren, wie Wien oder Graz, Skifahren lernten, vor dem Aus stand: zu wenig Schnee, zu wenige Gäste, zu viele Schulden. Der Ort liegt auf 844 Metern über dem Meeresspiegel, was bedeutet, dass die Winter immer kürzer werden: Dezember, Jänner, Februar. Zwar prüfte das Land Niederösterreich eine Revitalisierung, 20.000 Bürger kämpften für den Erhalt der Skilifte. Vergebens. Die zwei größten wurden zurückgebaut. Vom alten Sessellift zeugt heute nur noch die aus dem Wald herausgeschlagene Trasse.

In der Schweiz warten fast drei Dutzend Skisport-Gebiete auf den Abriss ihrer Anlagen. Tickethäuschen und Seilbahnmasten lottern vor sich hin, mancherorts seit vielen Jahren. So kommen in San Bernardino keine Tagesgäste mehr aus Mailand; in Charmey, am Hungerberg im Goms, in Ried-Lengenbrand im Simmental, in Ebnat Kappel, Schwarzsee und auch in Hospental im Gotthardgebiet, wo einst Tausende Kinder ein Skilager besuchten und FIS-Rennen ausgetragen wurden – überall hat man aufgegeben.

In Österreich sind es meist die kleinen Gebiete, die wirtschaftlich um ihr Überleben ringen, ob im Süden, auf der Kärntner Koralpe, im Westen, im Voralberger Bizau, oder im Osten, wo es die Skistationen besonders schwer haben, weil hier selbst die höchsten Berge, der Ötztal (1893 Meter über dem Meer) oder der Wechsel (1743), schlicht nicht

hoch genug sind. Kürzlich gaben die Betreiber der Ötztal-Seilbahn in Lackenhof bekannt, dass sie in diesem Winter nicht mehr aufsperrten werden. Nach einem Aufschrei der Gemeinde will das Land Niederösterreich den Betrieb nun zwei Jahre lang weiterführen; was danach kommt, ist unklar.

Und das könnte erst der Anfang sein. Der deutsche Alpenforscher Werner Bätzig glaubt, dass in den nächsten 20 Jahren die Hälfte der Skigebiete in den Alpen verschwinden werden. Nämlich alle, die unter 2000 Meter Höhe liegen. Der Grund dafür ist der Klimawandel, der die winterliche Nullgradgrenze seit den 1960er-Jahren bereits um 400 Meter nach oben verschoben hat.

»Ganz so schnell wird es vermutlich nicht gehen«, sagt Christoph Marty. Der Klimatologe forscht am Institut für Schnee- und Lawinenforschung (SLF) in Davos, das zur Eidgenössischen Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft (WSL) gehört. »Aber unterhalb von 1300 Metern wird es in Zukunft nicht mehr möglich sein, ein Skigebiet erfolgreich zu betreiben.« Marty, der selbst ein passionierter Skitourenfahrer ist, erklärt: »Damit Niederschläge als Schnee fallen können, muss es null Grad haben. Das ist das eine. Damit der Schnee liegen bleibt, muss es aber null Grad oder kälter bleiben. Am besten tagelang.« Das ist in tieferen Lagen immer seltener der Fall.

Das Problem sei in Österreich ausgeprägter als in der Schweiz, sagt Marty, weil sich dort viele Skigebiete in den tieferen Höhenlagen befinden, während in der Schweiz die Bergbahnen die Ski-Touristen auf über 3000 Meter hinaufbringen können. »Unterm Strich sind die Unterschiede aber kleiner, als man denken könnte«, sagt er. Das liege an der Entfernung zum Meer, die in Österreich etwas größer ist, was zu einem ausgeprägteren kontinentalen Klima führe – und zu kälteren Nächten.

So weit, so eindeutig. Trotzdem tun sich viele Destinationen mit dem Wandel schwer. Statt nach neuen Geschäftsmodellen zu suchen, hält man mit viel Geld am Leben, was eigentlich dem Tod geweiht ist: den Skilift in tiefen Lagen.

Um Rat gefragt wird Christoph Marty aber nur selten. »Als Klimatologe denke ich über mehrere Jahrzehnte. Da kann ich dem CEO einer Bergbahn oft nicht helfen, der mit einem Planungshorizont von fünf bis zehn Jahren unterwegs ist, wenn er entscheiden muss, ob er noch in neue Schneekanonen investieren soll. Ähnlich wie ein Politiker ist er nicht mehr im Amt, wenn das Gerät, das er angeschafft hat, seine Lebensdauer erreicht hat.«

Wenn er denn gefragt würde, seine Prognose wäre diese: »Mit Technologie, viel Geld und saisonalem Wetterglück« könne man dem Klimawandel in den nächsten Jahren ein Schnippen schlagen. Danach werde es schwierig. »Langfristig, also bis Ende des Jahrhunderts, wird sich das Skifahren zu einer Luxusbeschäftigung entwickeln, die weit oben in den Bergen stattfindet und die sich nur noch wenige leisten können.«

In St. Corona hat man sich 2015 vom Glauben, mit Schneekanonen ließe sich das Geschäft retten, verabschiedet. Stattdessen fragte Karl Morgenbesser: »Wie können wir es schaffen, selbst dann zu überleben, wenn uns ein Winter komplett ausfällt?« Er, der Sportwissenschaftler und Leiter eines Gesundheitszentrums, übernahm das Gebiet mit erst 34 Jahren und baute den Berg für Mountainbiker um. Dafür musste er sich als Spinner und Totengräber des Tourismus beschimpfen lassen.

Heute gibt ihm der Erfolg recht: In Corona geht es aufwärts. So sehr, dass sogar wieder ein neuer Lift eingeweiht wurde: An orange-schwarzen Bügeln werden im Winter die Skifahrer den Berg hinaufgezo-

gen – und im Sommer die Mountainbiker. Für Letztere wurde ein eigener Bügel entwickelt, der »weasy loop«, zum Festschnallen am Fahrradlenker.

Wer im Winter kommt, dem steht noch eine künstlich beschneite Anfängerpiste zur Verfügung, im Sommer locken 40 Kilometer Bike-Strecken. Noch sind die Wintergäste mit 65.000 Skifahrern gegenüber den 40.000 Bikern im Sommer in der Überzahl, aber der Trend geht in Richtung wärmere Jahreszeit. »Der Skiort, der sich für eine schneelose Zukunft rüstet«, schrieb kürzlich sogar die *Washington Post*. In der Region sieht man den Ort als Vorbild, wie man sich von der Schneeabhängigkeit befreien kann.

Auch andere Destinationen suchen neue Wege, setzen auf Winterwandern oder Wellness. In Saalbach-Hinterglemm in Salzburg versucht man, den Klimawandel für sich zu nutzen, und baut auf 1200 Metern über dem Meeresspiegel Wein an. In Bad Gastein, dem ehemaligen kaiserlichen Kurort in Salzburger Gasteintal, lockt man die hippen Großstädter ins »Berlin der Alpen«. Im schweizerischen Braunwald wird der Herbstbetrieb mitsamt Klettersteig verlängert, in Laax in Graubünden kann man morgens Ski fahren und nachmittags, wenn der Schnee weich wird, den Berg runterbiken.

In Kitzbühel musste man erfahren, dass es in einem Shitstorm enden kann, wenn man auf Wintersport um jeden Preis setzt: so geschehen im letzten Jahr, als man im Oktober die Wintersaison startete mit einem dünnen, weißen Streifen Schnee inmitten der grünen Berglandschaft. Man sei sensibel geworden, kenne die »Wucht der Bilder«, räumt Anton Bodner, Vorstand der Bergbahnen Kitzbühel, ein, der betont, dass das kein Kunstschnee, sondern konservierter Schnee der Vorsaison war, den man wieder ausgewalzt habe. Langfristig werde man wohl nicht mehr alle Talabfahrten beschneien können, sagt er. »Das Schneeelebnis wird sich weiter nach oben verlagern.«

Der wintertouristische Normalfall, das ist heute der Kunstschnee. Selbst in höheren Lagen. 1700 Schneekanonen und -anlagen stehen im Skigebiet Wilder Kaiser-Brixental, knapp 1200 sind es in Kitzbühel. Auch Obergurgl in Tirol, das umgeben von Gletschern ist, wird beschneit. Zuletzt in einem Experiment: Forscher der Technischen Universität Wien haben hier von 2014 bis 2017 ein Outdoor-Schneelabor, eine »Wolkenkammer«, aufgestellt,



Mit Gottes Segen

Was passiert eigentlich, wenn in unseren Ländern eine alte Regierung abtritt und eine neue übernimmt?

Darüber sprechen im Podcast *Servus. Grüezi. Hallo.* die beiden ZEIT-Korrespondenten Florian Gasser aus Wien und Matthias Daum aus Zürich mit Lenz Jacobsen von ZEIT ONLINE in Berlin www.zeit.de/alpenpodcast

Sportwissenschaftler und Leiter eines Gesundheitszentrums, übernahm das Gebiet mit erst 34 Jahren und baute den Berg für Mountainbiker um. Dafür musste er sich als Spinner und Totengräber des Tourismus beschimpfen lassen.

Heute gibt ihm der Erfolg recht: In Corona geht es aufwärts. So sehr, dass sogar wieder ein neuer Lift eingeweiht wurde: An orange-schwarzen Bügeln werden im Winter die Skifahrer den Berg hinaufgezo-

Tourismus

die Kunstschnee so flockig produzieren soll, als wäre es natürlicher Pulverschnee.

In Österreich werden 70 Prozent aller Pisten beschneit, in der Schweiz die Hälfte der 7300 Pistenkilometer. Die Investitionen dafür sind gigantisch. Gemäß Schweiz Tourismus kostet es eine Million Franken (960.000 Euro), einen einzigen Kilometer Piste mit Beschneigungsanlagen, Strom- und Wasserleitungen beschneibar zu machen.

»Eine Million? Das reicht nicht!«, sagt hingegen Walter Tschanz. »Wir rechnen mit 1,3 bis 1,4 Millionen Franken pro Kilometer.« Tschanz ist der Schneemeister im Skigebiet Arosa Lenzerheide im Kanton Graubünden. Gerade sitzt er in der Gondel, die ihn zum höchsten Punkt des Gebietes bringt, auf das Hörnli, 2496 Meter über dem Meer. Bald geht die Saison los, alles ist bereit, die Sonne scheint. »Wir wollen den Leuten ein Erlebnis bieten. Dafür brauchen wir Schnee. Wir sind der Motor für das ganze Dorf«, sagt Tschanz. Und meint: Die Hotellerie, die Ferienwohnungen, das Gewerbe, die gesamte lokale Volkswirtschaft hängt am Schnee.

Arosa betreibt das Skigebiet gemeinsam mit Lenzerheide und gehört damit zu den ganz großen Destinationen in der Schweiz: 43 Anlagen, 225 Pistenkilometer, 70 Prozent davon künstlich beschneit. An guten Tagen werden hier circa 28.000 Eintritte gezählt.

»Einen Kubikmeter Schnee zu machen kostet sechs bis sieben Franken«, sagt Tschanz. Damit sich das finanziell lohne, müssten sie »so wenig wie möglich davon produzieren«. Wie das geht, weiß man dank des EU-Forschungsprojekts ProSnow, an dem Arosa Lenzerheide wie auch die österreichischen Destinationen Obertauern und Seefeld beteiligt waren. Im Sommer werden die Pisten mithilfe von Drohnen vermessen. Fährt im Winter ein Pistenfahrzeug den Berg hinauf, kann es die Geländehöhe an jedem Ort erfassen, mit den Sommerdaten abgleichen und so die Schneehöhe eruieren. »Technischer Schnee wird nur dort produziert, wo es ihn braucht«, sagt Tschanz. Und auch nur dann, wenn es nicht am nächsten Tag schneit. Dafür werden die verschiedenen Beschneigungs-Tools mit meteorologischen Daten gefüttert. »Das ist Hightech und ziemlich teuer, lohnt sich aber«, ist Tschanz überzeugt: »Allein im letzten Jahr konnten wir 100.000 Kubikmeter

Schnee weniger produzieren.« Gleichwohl hat man auch im Bündnerland erkannt, dass man das Sommergeschäft nicht vernachlässigen darf. »Die Zeiten liegen weit zurück, als hier 90 Prozent des Geschäfts im Winter gemacht wurden und im Rest des Jahres alles zu war«, sagt Domenico Bergamin, der Tourismusdirektor in Lenzerheide. Neben dem Wandern setzt man heute auf Mountainbike und Familien, aber auch auf Golf und Tennis. Dahinter steckt eine Marketingstrategie, aber nicht nur. Bergamin, der im Auftrag der politischen Gemeinden arbeitet, ist dazu verpflichtet, den Ort noch stärker zu einer Ganzjahresdestination zu entwickeln.

Für den Klimatologen Christoph Marty ist der Klimawandel allerdings nur eine Bedrohung für den Skitourismus. Die andere ist der demografische Wandel. »Immer mehr Leute haben keinen skifahrerischen Background mehr, sei es, weil sie einen Migrationshintergrund haben und den Wintersport nicht als Kind kennengelernt haben oder weil sie für dasselbe Geld, das sie für eine Woche im Schnee ausgeben müssten, in die Karibik reisen können.«

Skifahren als Volkssport? Das war einmal. In der Schweiz fahren knapp 35 Prozent der Bevölkerung regelmäßig Ski, in Österreich ist es ein Drittel. Vor 30 Jahren waren es dort doppelt so viele, wie 2018 eine Umfrage des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung zeigte. Der verpflichtende Schulsikurs wurde in Österreich 1996 abgeschafft.

Auch in der Schweiz sind die Skilager außer Mode. Ein Problem, findet der Verein Schneesportinitiative, dem im Wesentlichen jene Industrien angehören, die vom Schneesport profitieren und die sich in ihrem Vereinszweck dem »Erhalt des Schweizer Kulturgutes Schneesport« verschrieben haben. »Das größte Bergmassiv Europas geht quer durch unser Land. Darum finden wir, gehört es zur Schweiz, dass man lernt, einen Schneesport auszuüben«, sagt Geschäftsführer Ole Rauch. Er unterstützt Schulen bei der Planung von Lagern, feilscht bei Seilbahnen und Unterküpfen um attraktive Preise. Im vergangenen Jahr wurden so 350 Lager vermittelt, 70 davon im Saas-Tal. »Bei allem Ski-Patriotismus: Ein besserer Mensch wird man nicht, wenn man Ski fahren kann«, sagt Ole Rauch. »Aber für das Wir-Gefühl gibt es nichts Besseres!«



Auf Gras brettern

Klamme Finger, eisige Zehen: wer auf der Piste friert, sollte es mal mit Grasskifahren versuchen. Kann man im T-Shirt machen, im Sommer, und man braucht dafür nicht mal ins Hochgebirge zu fahren. Am Skilift Bömmeli im schweizerischen Urnäsch zum Beispiel, wo es seit Jahren zu wenig Schnee gibt, wird nur noch die Wiese runtergerollt. Auf mehr als hundert kleinen Rädern, die an den Latten befestigt sind.

Erfunden hat die Grasski ein Deutscher, Josef Kaiser aus Geislingen bei Stuttgart, in den 1960er-Jahren, damit die Skiatleten auch im Sommer trainieren können. Die Sportart ist bis heute eine Nische geblieben. Vielleicht, weil sie weniger elegant aussieht als Skifahren auf Schnee. Vermutlich aber auch, weil man dafür richtig wagemutig sein muss: Mit Grasski kann man nicht bremsen. ACH

Total abgefahren

Es geht auch ohne Weiß: Vier Wintersport-Ideen, die ohne Schnee auskommen



Den Müllberg runterwedeln

Das Skigebiet von Kopenhagen liegt im Hafenviertel auf dem Dach einer Kehrrichtverbrennungsanlage. Der CopenHill ist winzig klein, aber doch der höchste künstliche Skihügel der Welt. Erbaut hat ihn der dänische Architekt Bjarke Ingels – und er hat damit der Stadt ein neues Wahrzeichen geschenkt.

Während drinnen jede Stunde 70 Tonnen Abfall verbrannt, Strom für 30.000 und Fernwärme für 72.000 Haushalte erzeugt wird, genießt man oben auf dem Dach, 85 Meter über dem Meeresspiegel, die wunderbare Aussicht. Dann geht es mit dem Snowboard oder den Ski runter auf 400 Meter langen satgrünen Pisten aus Plastikborsten, die mit Silikon überzogen sind. Das Fahrgefühl soll vergleichbar mit einer pickel-harten Echtschneepiste sein, verspricht der Betreiber. Ist die kurze Fahrt vorbei, hängt man sich an einen der vier Skilifte und lässt sich wieder hoch zum Start ziehen. Oder man geht direkt zum Après-Ski. Auch das gibt's hier. JAS



In der Halle skaten

Warum nicht auch mal mitten im Hochsommer frieren? In der Skisport-Halle in Oberhof in Thüringen ist es das ganze Jahr über Winter. Die Anlage wurde im Jahr 2009 eröffnet und ist bis heute der einzige Ort in Deutschland, wo sich nordische Wintersportler auf einer Fläche von 10.000 Quadratmetern ihrem liebsten Hobby oder ihrem Beruf widmen können. Auch wenn draußen Badewetter herrscht.

Die Temperatur in der Halle liegt bei konstant minus vier Grad Celsius. Die an der Decke montierten Schneekanonen sorgen für durchgängig stabile Pistenverhältnisse. Es gibt Loipen für die Langläufer, die hier Runden von bis zu 1750 Metern zurücklegen können. Und sogar Schießstände für die Biathletinnen – für die Schneesport-Disziplin, in der auch ab und zu mal eine Deutsche gewinnt. CP



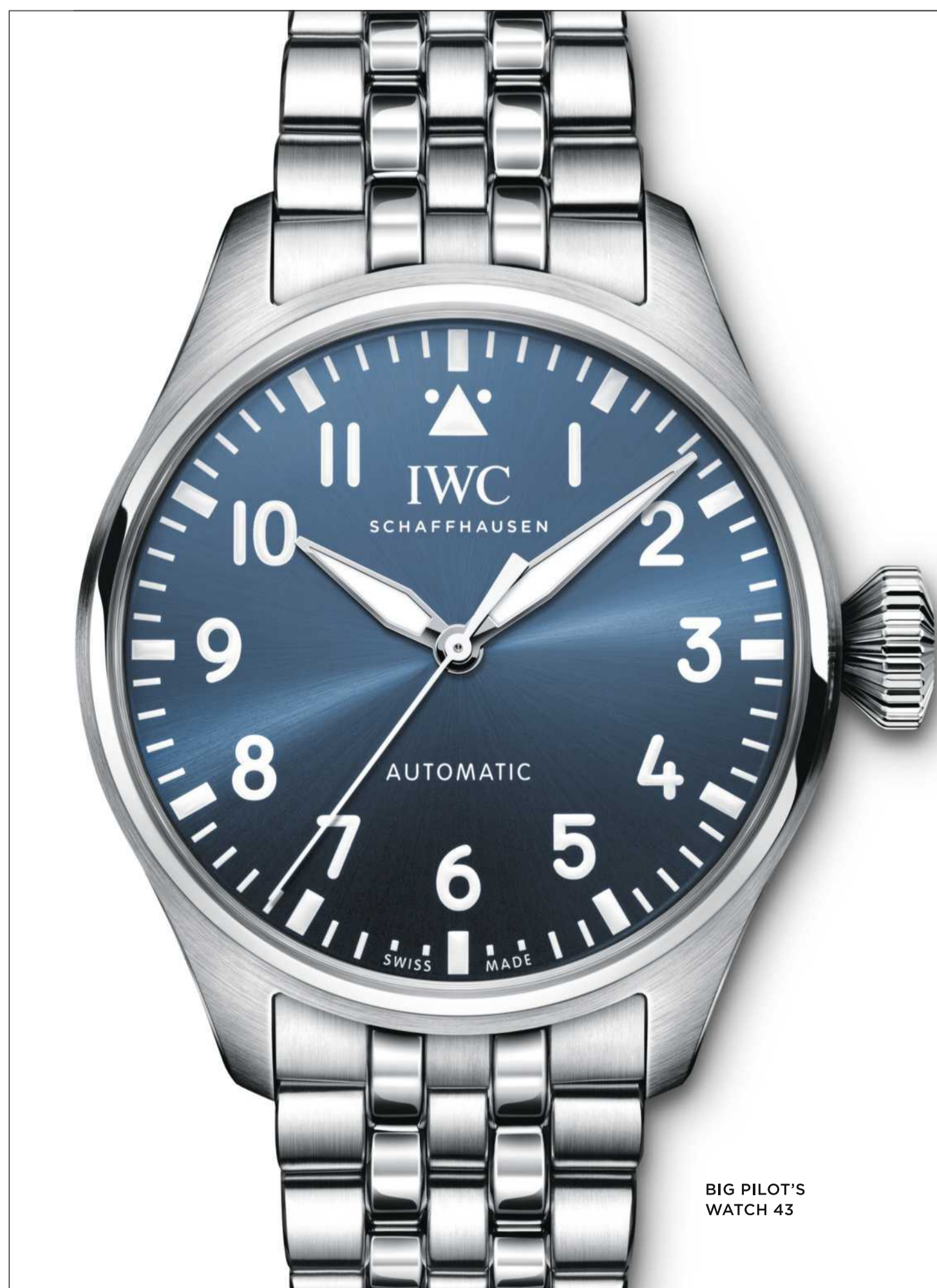
Auf Schleim rodeln

Après-Ski am Algentepich? Klingt seltsam, könnte aber bald Realität werden. An der TU Dresden wurde in den vergangenen Jahren erforscht, ob sich aus Algen vielleicht Schnee produzieren lässt. Die Antwort lautet: Ja. BioGlizz nennt sich die grüne Masse, die als Gleitschicht überraschend gute Eigenschaften aufweist. Sie ist robust und schmilzt nicht gleich weg, wenn es mal wärmer wird. Dazu ist das Material gut formbar und weich genug, damit der Algen-carver oder -roder sanft fällt, wenn er die Kurve zu tollkühn genommen hat.

Derzeit sucht das Münchner Unternehmen, das hinter BioGlizz steht, nach Investoren. Man will aber nicht die Berge mit Algen zukleistern, sondern den Skisport in tiefe Lagen, in die Nähe der Städte holen.

Schneesport ohne weißes Winterwunderland, dafür mit Algen-Feeling? Tja, warum eigentlich nicht. FG

ANZEIGE



BIG PILOT'S
WATCH 43

THE BIG PILOT.



ENTDECKEN SIE DIE NEUE IWC-APP FÜR
EIN VIRTUELLES TRAGEERLEBNIS DER UHR

IWC BOUTIQUE WIEN · GRABEN 12, 1010 WIEN
TEL.: +43 (0) 1 5121220 · EMAIL: IWCBOUQUETWIEN@BUCHERER.AT

IWC
SCHAFFHAUSEN

Asien

Wer falsch fragt, fliegt

Die Jungfraubahnen setzten jahrelang auf Touristen aus Fernost und machten damit Millionengewinne. Nun bleiben die Chinesen und Inder wegen Corona zu Hause. Aber anstatt umzudenken, versucht man im Berner Oberland, die Kritiker mundtot zu machen VON BARBARA ACHERMANN

Eigentlich wollte André Wellig nur eine Diskussion anstoßen. Darüber, wer davon profitiert, wenn die Jungfraubahnen an Spitzentagen 5500 Touristen aufs Jungfraujoch hochbühnen – und wer nicht. Welche ökologischen und ökonomischen Risiken diese Art von Massentourismus mit sich bringt. Und ob man die Flaute während der Pandemie nicht als Chance sehen wolle, einen nachhaltigen und qualitativ besseren Tourismus aufzubauen, an dem mehr Einheimische mitverdienen könnten.

Aber Kritik an den Jungfraubahnen werde im Berner Oberland nicht geduldet, sagt Wellig. Sein öffentliches Hinterfragen kostete ihn den Job.

Das Jungfraujoch gehört zu den berühmtesten Wahrzeichen der Schweiz. In China, Japan, Südkorea oder Indien wird es als »Top of Europe« be-

worben. Damit man noch mehr Gäste hochfahren kann, wurde für 470 Millionen Franken eine neue Bahn gebaut und vor einem Jahr eröffnet. Sie bringt die Besucher von Grindelwald bis zum Eigergletscher. Dort steigen sie um auf die Zahnradbahn, die sie aufs Jungfraujoch fährt, ins ewige Eis. Von der Aussichtsplattform auf 3466 Metern über dem Meeresspiegel genießen die Touristen einen atemberaubenden Blick auf den Aletschgletscher, den größten Gletscher der Alpen.

Bis zum Ausbruch der Corona-Pandemie kamen sieben von zehn Joch-Touristen aus Asien. Meistens reisten sie in großen Gruppen an, übernachteten, wenn überhaupt, in Grindelwald, Wengen, Lauterbrunnen oder Interlaken und fuhren am nächsten Tag weiter nach Rom oder Paris. Doch seit bald zwei Jahren bleiben die Reisenden aus Fernost weg; und auch die meisten Gäste aus den USA und Europa. Gerade mal 60 Passagiere zählte ein Zug-

begleiter im Juni 2020 in der neuen Bahn. Ein Jahr zuvor waren es an manchen Tagen fast hundertmal so viel. Schweizerinnen und Schweizer besuchen das Wahrzeichen in den Berner Alpen verhältnismäßig selten. Anders als zum Beispiel in Graubünden, im Wallis oder im Engadin gehören sie in der Jungfrauregion nicht zur Hauptzielgruppe.

André Wellig wollte die Krise als Chance sehen. Er arbeitete sieben Jahre lang bei der Jungfrau Region Marketing AG, dem regionalen Tourismusbüro, die letzten vier Jahre als Marketingchef. Der sportliche Walliser hat eine leise Stimme und wägt seine Sätze vorsichtig ab. Am 27. August erschien in der *Neuen Zürcher Zeitung* ein Artikel mit dem Titel *Das Jungfrau-Dilemma*. Darin kam auch Wellig zu Wort und hinterfragte die Asien-Strategie der Jungfraubahnen. Er, der während des Studiums als Rafting-Guide und Snowboardlehrer gearbeitet hat, wollte als Marketingchef künftig vermehrt

Gäste anziehen, die ein paar Nächte in der Region bleiben und die ihr Geld nicht nur fürs 84,50 Franken teure Bahnticket aufs Jungfraujoch ausgeben, sondern auch für den Alpkäse aus dem Lädli, den Bergführer auf den Eiger oder für das Znacht in der Dorfbeiz. »Diniwält – deine Welt«, hieß sein Marketinglogan, mit dem er die Jungfrauregion bei den Schweizerinnen und Schweizern beliebt machen wollte.

Wellig mahnte, dass man nicht zum Vor-Corona-Trubel zurückkehren sollte: »Das wäre auf Dauer nicht gesund und nicht nachhaltig.« Nachdem er mit seinen Einwänden an die Öffentlichkeit gegangen war, habe er viele positive Rückmeldungen aus der Bevölkerung erhalten, sagt er. Aber es kam auch Kritik – und zwar von ganz oben.

Zwei Tage nachdem der Artikel erschienen war, so erzählt es Wellig der *ZEIT*, habe ihm sein Vorgesetzter angedeutet, man werde ihn entlassen. Wenig später erhielt er das Kündigungsschreiben: »Auf Druck der Jungfraubahnen und ihres CEO Urs Kessler«, sagt Wellig. Dabei ist das Tourismusbüro gar nicht Kessler unterstellt. Der Mann sei dermaßen einflussreich, dass er anderen Betrieben in der Region Vorschriften machen könne. »Das ist unrecht«, sagt Wellig.

Konfrontiert mit den Vorwürfen von André Wellig, schreibt Urs Kessler, er habe keinen Einfluss auf die personellen Entscheidungen der Jungfrau Region Marketing AG. Und weiter: »Könnte ich nicht mit Kritik an meiner Person oder dem Unternehmen umgehen, wäre ich nicht seit 14 Jahren Direktor der Jungfraubahnen.«

Für ein persönliches Gespräch stand der CEO nicht zur Verfügung. Ebenso wenig wollte sich sein Verwaltungsratspräsident Thomas Bieger, der ehemalige Rektor der Universität St. Gallen, zitieren lassen. Der Berner Oberländer Kessler ist der Mann, der die Asien-Strategie der Jungfraubahnen entwickelt hat. Eine Strategie, die bis zum Ausbruch der Pandemie 900 Arbeitsplätze und Millionenumsätze generierte. Im Jahr 2019 machten die Jungfraubahnen, deren Aktien an der Schweizer Börse gehandelt werden, einen Gewinn von 53,3 Millionen Franken.

Aufgewachsen ist Kessler, der sich selbst einen »Sturkopf« nennt, in Gsteigwil, einem Dorf bei Interlaken. Bereits 1987 reiste er erstmals für die Jungfraubahnen nach Asien. Zehn Jahre später, mitten in der Finanz- und Wirtschaftskrise, half er mit, in China, Japan, Indien, Südkorea und Südostasien ein Vernetzernetz aufzubauen, um Besucher in seine Heimat zu locken. Sein Plan funktionierte. Ein Diagramm, das die Entwicklung der Besucherzahlen der Jungfraubahnen illustriert, gleicht einem jener mächtigen Gipfel, die man vom Joch aus bestaunen kann: Bis 2019 steigt die Kurve steil an, auf eine Million Besucherinnen und Besucher – und stürzt im Jahr 2020 auf 362.800 ab.

»Ich habe Urs Kessler noch nie so zerknirscht gesehen«, sagte der Berner SVP-Regierungsrat Christoph Neuhaus im März im kantonalen Parlament. »Auf die Jungfraubahnen kommen harte Zeiten zu. Das Ausbleiben der ausländischen Gäste hinterlässt drastische Brems Spuren.« Das Problem sei, sagte Neuhaus, »dass man das Geld in die V-Bahn investiert hat, was entsprechend die Liquidität gefressen hat und im Augenblick weiter frisst.«

Dabei war Kessler jahrelang für viele Schweizer Bergbahn-Chefs ein Vorbild. Seine Strategie sei »wie aus dem Lehrbuch«, sagt Monika Bandi Tanner, Co-Leiterin der Forschungsstelle Tourismus an der Universität Bern. Bis zum Februar 2020 hätten andere Regionen – etwa aus dem

Wallis oder Graubünden – neidvoll auf die Jungfraubahnen geschaut. »Es ist schweizweit die erfolgreichste Bahn. Eine private Aktiengesellschaft, die so gut wirtschaftete, dass sie ohne Staatshilfe eine halbe Milliarde Franken investieren konnte.« Es sei gelungen, sagt Bandi Tanner, dass an der Jungfrau 365 Tage im Jahr Hochsaison herrschte – selbst im Frühling oder im Spätherbst, wenn andernorts die Hotels einige Wochen lang schließen müssen.

Auch der Tourismus-Experte Christian Laesser von der Universität St. Gallen sagt, es habe sich ausgezahlt, dass sich die Jungfraubahnen auf Gäste aus Übersee konzentrierten. »Sie konnten Reserven anhäufen und werden deshalb diese Saure-Gurken-Zeit besser überstehen als manch andere Bergbahn«, sagt Laesser. Trotzdem dürfte 2019 für lange Zeit ein Rekordjahr bleiben. »Es wird dauern, bis man wieder dieses Volumen erreicht«, sagt Laesser. »Wenn überhaupt.«

Die International Air Transport Association rechnet mit vier bis fünf Jahren, bis man annähernd wieder so viele Kunden wie vor der Krise transportiert. Auch die Konjunkturforschungsstelle KOF prognostiziert für den Schweizer Tourismus, dass sich die Fernmärkte viel langsamer erholen werden als die europäischen oder inländischen Märkte. Aber nicht nur die Corona-Pandemie beunruhigt die Touristiker, sagt Laesser: »Die köchelnden geopolitischen Verwerfungen« würden das Geschäft mit China belasten. War die Strategie der Jungfraubahnen aus heutiger Sicht also allzu riskant? Nein, meint CEO Kessler. »Ohne unsere asiatischen Gäste über all die Jahre wären die Investitionen nicht möglich gewesen.« Man halte an der Strategie fest und wolle weiterhin am Wirtschaftswachstum in Asien partizipieren.

Und sowieso, heißt es in der Tourismusbranche: Niemand konnte diese Pandemie voraussehen. Doch das stimmt so nicht ganz. Am 5. Dezember 2019, zwei Monate bevor die ersten Gäste aus China ihre Reisen ins Oberland stornierten, reichte Beat Kohler im Berner Kantonsparlament einen Vorstoß ein. Der grüne Politiker warnte darin vor den negativen Auswirkungen des Massentourismus. Er beklagte die überbaute und übernutzte Landschaft. Aber – und das war das eigentlich Erstaunliche – er warnte auch vor einem ökonomischen Risiko. Dass die Jungfraubahnen voll auf Touristen aus Übersee setzten, mehrheitlich Asiaten, sei ein Klumpenrisiko. Er bat die Regierung, zu prüfen, wie man einen »nachhaltigeren Gästemix« hinkriegen könnte.

Heute, zwei Jahre später, sagt Kohler: »Selbstverständlich habe ich eine Krise in diesem Ausmaß nicht vorausgesehen.« Aber es habe in der Vergangenheit auch schon globale Ereignisse gegeben, die sich stark auf den Tourismus im Berner Oberland ausgewirkt hätten: die Golfkrise, die Sars-Epidemie oder die Schweinegrippe. »Man sollte sich nicht derart stark von diesen Touristen aus Asien abhängig machen.« Kohler, der selbst in Meiringen lebt, erzählt, wie spätends die Reisebusse in sein Dorf einfuhren und die asiatischen Gruppen abbluden. »Vor dem Morgengrauen brausten sie wieder davon. Außer dem Hotel, in dem sie übernachteten, hat niemand etwas von denen gehabt.« Auch die Tourismusforscherin Bandi Tanner sagt: »Der Kuchen war ungleichmäßig verteilt.«

Bloß traute sich niemand aufzumucken. Die Jungfraubahnen sind der größte Arbeitgeber in der Region. Fast in jeder Familie gebe es jemanden, der dort angestellt ist. »Wenn ein Player derart dominant ist«, sagt Bandi Tanner, »dann ist die Gewaltenteilung stark herausgefordert.«

ANZEIGE



Restart mit Holistic Ayurveda

PHYSISCH UND PSYCHISCH GESTÄRKT INS NEUE JAHR



Erst Stress, Kälte und Viren, dann Feste, Völlerei und Alkohol. Die Zeit vor und um Weihnachten fordert uns, aber vor allem unseren Körper. Höchste Zeit, die Weichen für den Restart zu stellen.

Das Fest der Liebe artet alle Jahre wieder in Stress und ein Zuviel von allem aus. Die unausweichliche Folge: das schlechte Gewissen. Warum dem nicht vorbeugen und jetzt schon die Weichen für den Restart stellen? Wer sich selbst ausrichten möchte, beginnt am besten mit einer grundlegenden Reinigung: einer Panchakarma- oder Detox-Kur im Holistic Ayurveda Resort Mandira im steirischen Bad Waltersdorf. Dort wird die Königin der ayurvedischen Kuren – ebenso wie maßgeschneiderte Detox-Angebote, Kuren für die Wirbelsäule, gegen Burn-out, bei Wechselbeschwerden und mehr – adaptiert für die Herausforderungen der westlichen Welt angeboten.

Seit Jahrtausenden ist eine **regelmäßige Entgiftung des Organismus** und speziell des Darms

in vielen Kulturen eine wichtige Grundlage, um gesund zu bleiben. Trotz der regelmäßigen Ausscheidung von Abfallstoffen kommt es – begünstigt durch ungesunde Ernährung, Lebensweisen und Umwelteinflüsse – zu Ansammlungen von schädlichen Substanzen im Körper, die den Nährboden für Krankheiten bilden. Durch Abführen, Ölmassagen und Einläufe wird im Holistic Ayurveda der gesamte Organismus gereinigt. Mittels ESQ werden zudem emotionale Blockaden transparent gemacht und im holistischen Coaching gelöst.

Je nach Konstitution und Ziel werden Ernährung, Behandlungen, Coachings, Yoga, Bewegung und Meditation individuell zu einer von Ärzten und Therapeuten professionell begleiteten Kur geschnürt. »Holistic Ayurveda schafft mit einer

Symbiose aus Ayurveda, komplementär- und schulmedizinischen Behandlungen sowie maßgeschneiderten Bewegungs- und Ernährungskonzepten die Basis, um ein glücklicheres Leben in einem gesünderen Körper zu führen«, erklärt Holistic-Ayurveda-Mastermind Christina Mauracher. »Blockaden werden auf allen Ebenen gelöst und der Weg frei für einen ganzheitlichen Restart.« – Am besten direkt nach den Feiertagen.

AYURVEDA RESORT MANDIRA
Wagerberg 120 · 8271 Bad Waltersdorf
Österreich · T +43 3333 2801
info@mandira-ayurveda.at
www.mandira-ayurveda.at

Asien



Foto: Ephaalm Bieri/Ex-Press

Sie haben die Reise trotzdem gewagt: Chinesische Touristen genießen im Januar 2020 die Gletschersonne auf dem Jungfrauoch

Diese Abhängigkeiten kennt auch Peter Vollmer. »Wer etwas gegen die Jungfrauabahn sagt, gilt schnell als Nestbeschmutzer.« Vollmer war früher Direktor des Verbands Seilbahnen Schweiz und Vizepräsident von Schweiz Tourismus. Für die SP saß er im Nationalrat. Heute ist er Teil einer Gruppe, die in Mürren das Hotel Regina betreibt, das er als »Kontrapunkt zum zunehmend seelenlosen Massentourismus« sieht. Im 100-Betten-

Haus wird regionales Essen serviert, es gibt Kulturveranstaltungen, eine große Bibliothek, und wenn Renovationsarbeiten anstehen, helfen Freiwillige mit. Die meisten Gäste seien Schweizerinnen und Schweizer, weshalb dem Regina die Pandemie viel weniger zusetze als anderen Hotels in der Gegend: »Diesen Sommer hatten wir erstmals auch zahlreiche Romands zu Besuch«, sagt Vollmer.

Für das Berner Oberland wünscht er sich eine nachhaltige Tourismusstrategie mit einer entsprechenden Vermarktung: Qualität statt Massen. Ein Angebot, das sich an Menschen richtet, die sich für eine intakte Natur und die regionale Kultur interessieren.

Doch die Tourismusorganisationen, denen er und alle anderen Leistungsträger in der Region obligatorische Abgaben zahlen müssen, seien in den

alten Wachstumsstrategien gefangen. »Das ist auch unter rein wirtschaftlichen Gesichtspunkten ein Hochrisiko«, sagt Vollmer.

Als André Wellig noch fürs Tourismusbüro arbeitete, hätte er gern mehr Hotels wie das Regina vermarktet. Stattdessen drehte er Werbespots für die Jungfrauabahn. Denn: »Wer am lautesten ruft, bekommt das Marketing«, sagt Wellig. Er stehe noch heute zu all seinen Aussagen und be-

reue nichts. In der Jungfraueregion werde seit bald zwei Pandemie-Jahren abgewartet, anstatt an einem neuen Konzept zu arbeiten. »Sie wollen es aushocken. Doch das wird nicht funktionieren«, sagt er.

Nachdem ihm gekündigt wurde, ist Wellig von Interlaken nach Bern gezogen. Dort schreibt er an seiner Dissertation. Das Thema: Tourismusorganisationen und ihre Abhängigkeiten.

ANZEIGE

Made in Germany

Stoff-Vorteil*



*Das Setautomat Rolf Benz MERA erhalten Sie bis zum 30.04.2022 in allen Stoffen der aktuellen Kollektion zum günstigsten Stoffpreis (z. Preisgruppe 1).

Rolf Benz MERA | Beck Design

nothing but wunderbar.

Rolf Benz Studio
Rolf-Benz-Fuhrmann
1010 Wien

Rolf Benz Studio
Grünbeck Einrichtungen
1050 Wien

Seliger bespoke furnishing
1180 Wien

Rolf Benz Haus Wien/Brunn
2345 Brunn am Gebirge

Rolf Benz Studio
Manzenreiter
4040 Linz/4240 Freistadt

See + Maschik Innenarchitektur
4600 Wels

Famler Einrichtungen
5020 Salzburg

Rolf Benz Studio
Einrichtungshaus Aufschnaiter
6380 St. Johann

Rolf Benz Studio
Einrichtungshaus Föger
6405 Telfs-Pfaffenhofen

Rolf Benz Haus Graz
8010 Graz

Rolf Benz Haus Klagenfurt
9020 Klagenfurt

**ROLF
BENZ**

Wirtschaft

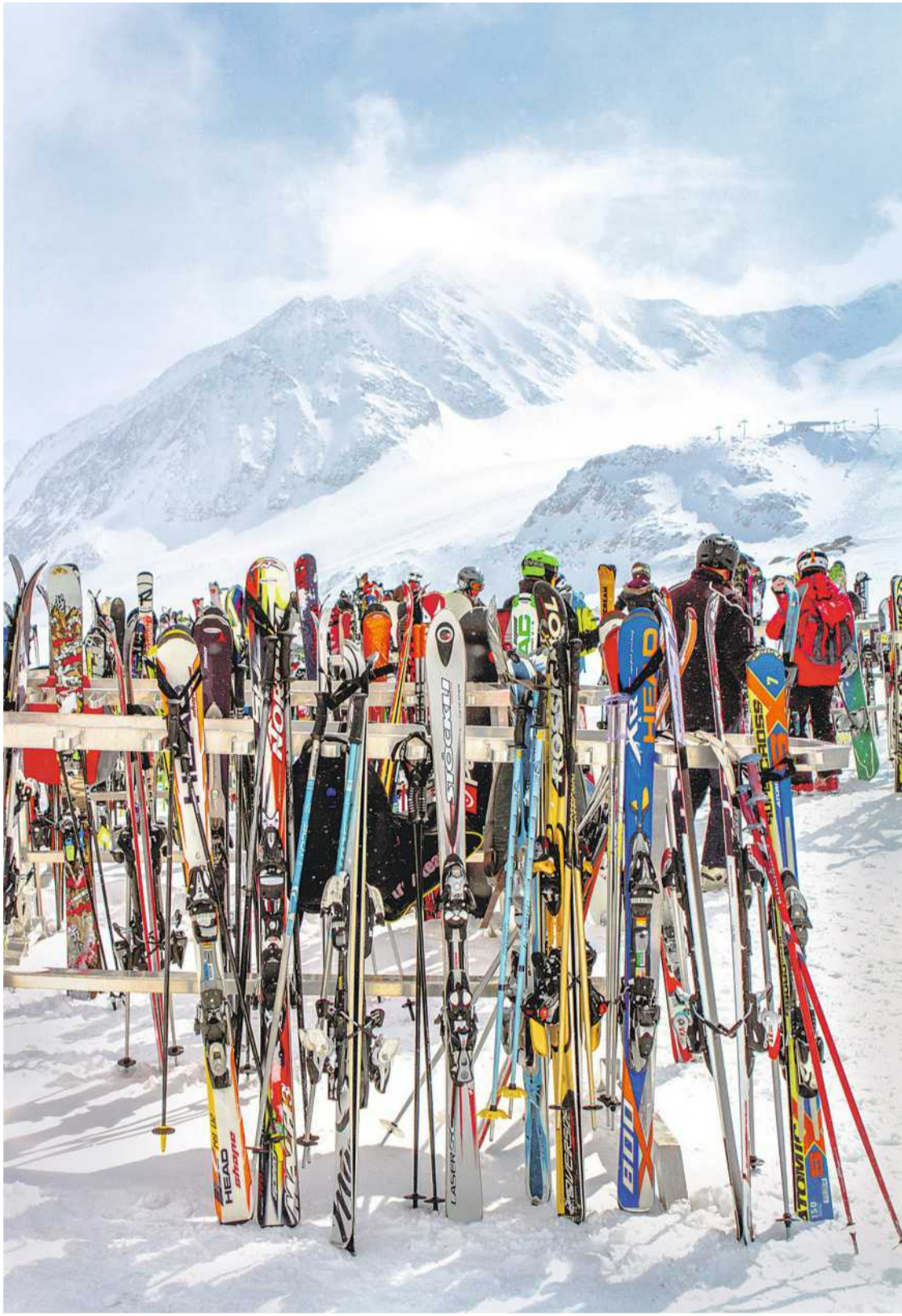


Foto: Viviane Wild/Oneworld Picture

Sechs Hersteller teilen sich den globalen Skimarkt auf. Der größte davon gehört einem Chinesen

Xis Ski sind nur Chichi

Der weltweite Markt für Skis stagniert seit Jahren. Nun hofft die Branche auf einen Wintersportboom in China VON MATTHIAS DAUM

Wenn am 15. Februar gegen 13 Uhr Ortszeit im chinesischen Yanqing, 50 Kilometer nördlich von Peking, die Olympia-Abfahrt der Frauen entschieden ist, dann wird, so viel ist sicher, keine Chinesin auf dem Podest stehen. Jubeln wird man in der Volksrepublik vermutlich trotzdem, und zwar 2100 Kilometer weiter südlich in der Stadt Jinjiang. Dort, in der Provinz Fujian, steht der Wolkenkratzer-Hauptsitz des chinesischen Sportartikelriesen Anta Sports, zu dem neben Brands wie Fila oder Descente auch die ursprünglich österreichische Skimarke Atomic gehört – und deren Fahrerinnen Sofia Goggia aus Italien ist in diesem Winter die Topfavoritin auf den Olympiasieg.

3,3 Millionen Paar Ski werden jährlich auf der Welt verkauft, 4 Milliarden Euro werden mit Skisport-Ausrüstung umgesetzt; wobei Schuhe, Helme, Kleider und Handschuhe mitgemeint sind.

Während der globale Sportartikelmarkt mit seinen 500 Milliarden Dollar Umsatz von den beiden Giganten Nike und Adidas dominiert wird, teilen den kleinen Skimarkt sechs Hersteller unter sich auf. Der größte von ihnen ist Anta Sports beziehungsweise dessen Tochter Amer Sports mit ihren Marken Atomic, Salomon oder Dynamic. Etwas mehr als ein Drittel aller Skipaare verkauft der Konzern aus Jinjiang. Wobei die größte seiner Skifabriken in Österreich, in Altenmarkt im Pongau, steht.

Der oberste Chef von Anta Sports heißt Ding Shizhong. Der 51-Jährige ist gleichzeitig CEO und Verwaltungsratspräsident der Firma, die 5,37 Milliarden US-Dollar im Jahr umsetzt und deren Aktien an der Börse in Hongkong gehandelt werden. Das Magazin *Forbes* schätzt sein privates Vermögen auf 9,8 Milliarden Dollar.

Wie fast jeder erfolgreiche Geschäftsmann in China ist auch Ding eng mit der kommunistischen Partei verbunden. Seit 2008 sitzt er sogar im nationalen Volkskongress Chinas, dem formellen Parlament des Einparteiensystems, und bei den Olympischen Spielen in Peking kleidet Anta Sports die chinesische Delegation ein. Sogar Staatschef Xi Jinping, der sich sonst gerne im markenfremden Apparatschik-Look zeigt, wurde schon in einer Anta-Jacke gesehen. Ein Bild davon hängt, so berichtete *Bloomberg*, in der Ahnengalerie im Firmensitz.

Zum Skiproduzenten wurde der südchinesische Selfmademan Ding, der seine Karriere als Turnschuhverkäufer begann, bevor er 1991 Anta Sports gründete, dank einer der größten Übernahmen eines chinesischen Konzerns in Europa. 2019 kaufte er zusammen mit dem kanadischen Investor Chip Wilson, dem Kopf hinter dem Yoga-Label Lululemon, sowie dem chinesischen Online-Giganten Tencent den finnischen Konzern Amer Sports. Hauptsitz: Helsinki. Kaufpreis: 4,7 Milliarden Euro.

Neben Atomic und Salomon gehören Marken wie der kanadische Outdoor-Spezialist Arc'teryx und der amerikanische Tennisschläger-Hersteller Wilson zum Firmenkonglomerat. Ding hat große Pläne mit seinem stark wachsenden Unternehmen. »Ich will nicht das Nike Chinas bauen, sondern das Anta der Welt«, lautet seine überlieferte Kampfansage.

Wie viel ihm dabei der Wintersport hilft? Schwierig zu sagen. Denn das globale Skigeschäft stagniert – und das seit Jahren. In der Schweiz, einem der wichtigsten Märkte, schrumpft der Skiabsatz sogar: Mitte der Achtzigerjahre wurden noch eine halbe Million Paare pro Jahr verkauft, heute sind es nicht einmal mehr 200.000. In Österreich sind es zwar doppelt so viele, damit ist das Land alleiniger Spitzenreiter im Pro-Kopf-Skikauf. Aber im viel beschworenen Zukunftsmarkt Asien mit seinen 4,5 Milliarden potenziellen Kunden finden pro Jahr gerade mal 300.000 Paar Ski einen Käufer. Auch die Olympischen Spiele 2018 im südkoreanischen Pyeongchang und nun im kommenden Februar in Peking werden daran nicht viel ändern.

Ein Problem für die Hersteller ist die boomende Skimiete. Viele der brandneuen Atomic-, Blizzard- oder Head-Modelle landen weder unter dem Weihnachtsbaum noch in einem privaten Skikeller. In Österreich werden 60 Prozent der Ski an Mietfirmen verkauft, in der Schweiz etwas mehr als die Hälfte. Skisport ist nicht nur finanziell ein exklusives Vergnügen, sondern auch ein zeitlich beschränktes. Gerade mal acht Tage geht, wer sich in der Schweiz als aktiver

Skifahrer bezeichnet, jährlich auf die Piste, das zeigt eine Umfrage des Bundesamts für Sport. Die Hobbysportler mieten jede Saison das neueste Material, anstatt in eine eigene Ausrüstung zu investieren, die übers Jahr verstaubt.

Auch deshalb diversifizieren die Skihersteller ihr Geschäft – oder versuchen es zumindest. Besonders lukrativ ist der Verkauf von Pistenmode. Eine Skijacke oder -hose ist günstiger zu produzieren als ein Paar Ski, der Preis aber ist fast derselbe. Entsprechend größer ist die Marge. So macht zum Beispiel Amer Sports inzwischen 40 Prozent seines Konzernumsatzes mit Textilien und Schuhen, vor ein paar Jahren waren es noch zehn Prozent.

Die ersten Skiproduzenten im Alpenraum waren häufig Wagnereien. Also Handwerksbetriebe, die hölzerne Räder und Landwirtschaftsgeräte herstellen. Im 20. Jahrhundert zählte man in der Schweiz bis zu 30 Skimarken, die international erhältlich waren. Die bekanntesten unter ihnen waren Streule, Attenhofer, Schwendener oder Authier. Alle sind sie inzwischen verschwunden.

Der österreichische Skipionier war ebenfalls ein Wagner: 1919 fertigt Franz Kneissl sein. seine ersten Ski. Nach dem Zweiten Weltkrieg wird die Marke zum Technologieführer. Die Firma entwickelt in den Sechzigerjahren den ersten Kunststoffski mit Holzkern und in den Neunzigerjahren den Big Foot sowie den ersten Carving-Ski.

Die taillierten Bretter retteten damals die Branche vor dem Snowboard-Boom. Nun konnte man auch auf Skiern in lang gezogenen Kurven über die Piste fräsen. Aber die Geschichte von Kneissl steht für die Geschichte der ganzen Branche in den Alpenländern: Mehrmals wird die Firma übernommen, saniert und fusioniert und geht 2011 pleite.

Heute sind die meisten österreichischen Skifirmen in ausländischem Besitz. Atomic gehört seit 1995 den Finnen beziehungsweise den Chinesen, Head-Tyrolia-Mares wurde 1995 an den schwedischen Investor Johan Eliasch verkauft; heute ist er gleichzeitig Präsident des internationalen Skiverbands FIS. Blizzard ging 2007 an die italienische Tecnica Group. Und Kästel gehört seit 2018 einem Unternehmer aus Tschechien. Einzig die oberösterreichische Marke Fischer, die den Langlauf- und Skisprungmarkt dominiert, ist weiterhin in Familienbesitz. Voelkl, der letzte verbliebene deutsche Skiproduzent mit einer Fabrik im niederbayerischen Straubing, gehört einer amerikanischen Investmentgesellschaft und zahlt seine Steuern in Baar im Kanton Zug.

In der Schweiz dominieren heute kleine Skimanufakturen. Wie zum Beispiel Radical aus Zürich oder Timbaer aus Appenzell. 100 Paar moderne Holzski produziert die Zwei-Mann-Bude pro Jahr. In Handarbeit. Kosten: 2000 Franken. Oder die Marke Zai aus Vicosoprano im Bergell, die vor einigen Jahren den ersten Ski aus Stein lancierte und für Luxuslabels wie Moncler oder Yves Saint Laurent eigene Skikollektionen entwirft. Kosten für ein Paar: 1700 bis 10.000 Franken.

Im Massenmarkt hat einzig Stöckli aus Wolhusen im Kanton Luzern die großen Aufkaufaktionen der Neunziger- und Nullerjahre überlebt. 50.000 Skis produziert die Firma jährlich. In der Schweiz ist die Firma die Nummer vier, jeder zehnte Ski, der im Land verkauft wird, ist ein Stöckli. Auch im Ski-Weltcup mischt die Firma mit und rüstet zum Beispiel Marco Odermatt aus, den momentanen Führer der Gesamtwertung.

Als Peking 2015 den Zuschlag für die Olympischen Spiele bekam, gab die Regierung bekannt, das Riesenreich zur Wintersportnation zu machen. 120 Millionen Skifahrerinnen und Skifahrer soll es in der Volksrepublik dereinst geben. Westliche Experten sind zurückhaltender: Der jährliche *International Report on Snow & Mountain Tourism* des Schweizer Beraters Laurent Vanat schätzt, dass 13 Millionen Chinesinnen und Chinesen schon mal auf Ski standen. Wenn ein Bruchteil von ihnen sich ab und zu ein neues Paar Ski kaufen würden, hätte das einen unglaublichen Effekt für die Skibranche.

Noch lässt das skitechnische China-Wunder auf sich warten. Immerhin besitzt Xi Jinping inzwischen ein Paar Ski. Verziert mit einem Schweizerkreuz und dem chinesischen Sternemwappen, produziert von Stöckli. Es war ein Gastgeschenk von Bundesrat Ueli Maurer, überreicht bei einem Staatsbesuch vor vier Jahren. Ob Xi die Ski allerdings je angeschnallt hat, ist nicht bekannt.

ANZEIGE

Medizin braucht Strom.



Austrian Power Grid
www.apg.at

Österreich
braucht
Strom.

APG

MONTBLANC



WHAT MOVES YOU, MAKES YOU

Cillian Murphy with his StarWalker UltraBlack.
Turning words into worlds.

Grandhotels

So strahlte das Hotel Europa in Innsbruck vor der Zerstörung im Zweiten Weltkrieg



Fünf Sterne, alle verglüht



Hier stehen sie noch am Flughafen Innsbruck: Im Hotel Europa war für Ronnie Wood, Mick Jagger, Charlie Watts und Keith Richards im Juni 1999 eine ganze Etage gebucht

Die Rolling Stones, Cher und Queen Elizabeth: Wer etwas auf sich hielt, gastierte in Innsbruck im Hotel Europa. Nun ist das Haus bankrott. Sein Niedergang steht für das Ende einer Ära

VON FLORIAN GASSER

Hier wohnt Mick Jagger, bist du dir sicher?« Der Italiener schaut mich ungläubig an. Es ist der 1. Juni 1999, ich bin 18 Jahre alt und stehe vor dem Hotel Europa Tyrol in Innsbruck. Am Vorabend spielten die Rolling Stones ein Konzert in Tirol, und nun hofft eine kleine Gruppe darauf, ein Autogramm, vielleicht sogar einen Händedruck zu erhalten. Natürlich bin ich mir sicher, dass Jagger hier ist, blaffe ich zurück. Wo soll er sonst sein? Wenn in Innsbruck etwas los ist, wenn hier jemand ist, der Rang und Namen hat, dann im Hotel Europa. Cher war hier, der Fürst von Monaco und die Königin von England. Das Europa ist seit 1869 das erste Haus am Platz. Natürlich steigen die Stones hier ab.

Das ist jetzt mehr als 20 Jahre her. Heute sind die Türen des einst einzigen Fünfsternehauses der Stadt verschlossen. Die früher stets tadellos geputzten Fenster sind völlig verdeckt, ein wenig kann man trotzdem sehen. Wo einst die Bar und die Rezeption standen, liegt heute Bauschutt. Das Hotel ist geschlossen, insolvent und verkauft.

Es war am 25. Februar 2020, dem Faschingsdienstag. Da wurden die ersten Corona-Fälle nördlich des Brenners bekannt. Eine Angestellte des Hotels Europa und ihr Lebensgefährte wurden positiv auf das neuartige Virus getestet. Das Hotel wurde abgeriegelt, ein Spalier von Polizisten stand vor dem Eingang, drinnen rannten Menschen mit Masken und Handschuhen herum. Die Bilder gingen um die Welt, auch der ORF-Beitrag, in dem ein Reporter erklärte, niemand dürfe »hinein oder heraus« – und genau in dem Moment verließ ein Mann mit einem Rollkoffer das Hotel.

Das Hotel Europa wurde zum Sinnbild für die Ankunft des Virus in Mitteleuropa. Im September 2020 meldete das Hotel Insolvenz an und wurde kurz darauf geschlossen. Im November verkauften es die italienischen Besitzer an die Innsbrucker Carl Ludwig Immobilien GmbH für angeblich 23 Millionen Euro – über den Deal wollen weder Käufer noch Verkäufer sprechen. Seitdem steht das Europa leer und verfällt. Was aus dem Haus wird, weiß keiner.

Damit wäre die Geschichte eigentlich erzählt: Die Corona-Pandemie hat das altherwürdige Haus, das letzte Relikt aus der frühen Zeit des Innsbrucker Fremdenverkehrs, plattgemacht. Aber: Das Ende des Europa begann schon viel früher, und das Grandhotel steht prototypisch für die Probleme der Luxushotellerie in vielen Teilen der Welt.

Da sind die Konkurrenz durch Boutique- und Designhotels, der Aufstieg der internationalen Hotelketten und das veränderte Reiseverhalten der Menschen. Dazu kommen die enormen Kosten, die in so einem Hotel anfallen, will es seinen hohen Standard halten. Ständig muss investiert werden, und der Personalaufwand ist immens. In Städten, die nicht gerade zu den Topdestinationen auf dem Planeten zählen, geht die Rechnung unterm Strich nicht mehr auf. Das gilt auch für Innsbruck.

Als Kind und Jugendlicher war das für mich unvorstellbar. Das Hotel Europa lag auf meinem Schulweg, neun Jahre lang bin ich täglich mit der Straßenbahn an ihm vorbeigefahren. Wir haben den Portier vor der Tür beobachtet, wie er in seiner roten Uniform noble Gäste empfängt und dann die protzigen Autos in die Tiefgarage fährt. Wir haben gerätselt, wer denn gerade im Haus abgestiegen ist, welche Politiker gerade im Europa konferieren und welche Stars ihren Kater ausschlafen.

Grandhotels standen für einen modernen Lebensstil

Damals war das Europa noch in Privatbesitz. Der mittlerweile verstorbene Hotelier Otto Plattner hatte es 1989 einer Bank abgekauft und gemeinsam mit seiner Lebensgefährtin Doris Kittler bis 2007 geführt. Dies waren die letzten goldenen Zeiten des Hauses. Es wurde renoviert, Bauernstuben wurden eingebaut und die Zimmer holzvertäfelt, Gemälde von Kaisern und Erherzögen aufgehängt. Kittler kann viele Anekdoten von damals erzählen. Zum Beispiel wie Lenny Kravitz sein Fahrrad durch die Lobby schob und dann eine Runde durch Innsbruck radelte. Wie Cher nur komplett verhüllt und daher unerkannt durch die Flure ging. Oder wie Mick Jagger unbedingt das Gulasch im Europastüberl, dem Restaurant im Erdgeschoss, essen wollte – und nicht in seinem Zimmer, in dem für ihn und die Band komplett gebuchten Stockwerk.

Gleichzeitig, erzählt die frühere Hotelierin am Telefon, sei klar gewesen, dass Übernachtungsgäste alleine nicht mehr ausreichen, um den Betrieb führen zu können. »Früher war der Standort Innsbruck ideal, die Leute sind von Zürich über Innsbruck nach Salzburg und weiter nach Wien gefahren«, sagt Kittler. »Dann ist Innsbruck irgendwann als Zwischenstopp rausgefallen, man fuhr direkt nach Salzburg.« Innsbruck hat einfach zu wenig Mozart, zu wenig K.-u.-k.-Klischee.

Dazu kommt, dass das Hotel Europa direkt am Bahnhof steht. Früher mag das ein Vorteil gewesen sein, doch wie in vielen Städten ballen sich in Innsbruck im Bahnhofsviertel die sozialen und gesellschaftlichen Probleme. Flanieren konnte man vor dem Hotel nicht, einige Gäste hatten sogar Sicherheitsbedenken, und manche buchten gleich ein Zimmer ein paar Straßen weiter, in einem der neuen Boutiquehotels.

Um das Haus vollzukriegen, senkte man die Zimmerpreise. »Wir waren sicher 20 Prozent billi-

Grandhotels

ger als die Fünfsternehotels in Wien, München oder Salzburg«, sagt Kittler. Trotzdem musste die Qualität den Standards von dort entsprechen, um die fünf Sterne zu behalten. Also setzten sie und ihr Mann auf Kongress Touristen und Firmentagungen, und im Barocksaal des Hauses fanden unzählige Hochzeiten statt.

Damals, in den 1990er-Jahren, sah sich das Hotel Europa noch immer in der Tradition der Grandhotels, die im 19. Jahrhundert entstanden waren. Sie waren ein Zentrum des bürgerlichen Lebens, hier trafen sich Mächtige und Reiche, Kaufleute und Literaten, Hochstapler und Sommerfrischler. Die Räumlichkeiten waren den aristokratischen Palästen nachempfunden, viel Prunk, viel Luxus und Verschwendung. Der Historiker Habbo Knoch nennt sie in seinem Buch *Grandhotels. Luxusräume und Gesellschaftswandel* die »Laboratorien baulicher und organisatorischer Rationalisierungen, moderner Lebensstile sowie postständischer Werteordnungen und Subjekt-konzepte«.

Moderne Manager dürfen nicht mehr das beste Haus am Platz buchen

Um 1900 entstanden in kurzer Zeit die edlen Häuser im ganzen Alpenraum. Sowohl an den Seeufern der Schweiz, wie zum Beispiel das Albergo in Locarno, als auch an der neuen Wiener Ringstraße, am Semmering, in Bad Ischl und in nicht ganz so wichtigen Städten wie Innsbruck.

In den Grandhotels wurde man bedient wie ein König. Der Concierge übernahm die Tagesplanung, empfahl Restaurants und die besten Ausstellungen, organisierte Konzerttickets und kümmerte sich um alle sonstigen Anliegen.

Auch das Hotel Europa, das bei seiner Eröffnung zeitgeistig Hotel de l'Europe hieß, bot, was es sonst nur in Schlössern gab. Bis hin zum Barocksaal, der von den Architekten des bayerischen Märchenkönigs Ludwig II. gebaut wurde.

Nach dem Zweiten Weltkrieg veränderte sich der Tourismus. Wohlhabende Österreicherinnen und Österreicher führen nicht mehr in die Sommerfrische, sondern in die Schweiz, an die Mittelmeerküste – und sie begannen zu fliegen. Auch der Mittelstand, der im Sommer seine Koffer

packte, interessierte sich nicht so sehr für den Klimabimb in Grandhotels; abgesehen davon, dass sich die meisten von ihnen einen Aufenthalt gar nicht leisten konnten.

Geblichen sind für viele Jahre die Firmenkunden. Der Bankdirektor zum Beispiel, der bei seinem Besuch in der Stadt im besten Hotel Hof hielt, mit Großkunden im Haus Mittag essen ging, die nicht ganz so wichtigen Klienten in der Bar traf und die Problemfälle in seine Suite bestellte, um ihnen den Kopf zu waschen. Die Häuser wurden, erzählt Doris Kittler, »oft zur Repräsentation benutzt«. Ab Mitte der Nullerjahre habe sich aber auch das geändert: »Viele Firmen haben es ihren Geschäftsreisenden nicht mehr erlaubt, in Fünfsternehäusern zu wohnen, und es wurden Verträge mit Ketten abgeschlossen.«

Die fünf Sterne waren auch für den Hotelier Georg Imlauer ein Handicap. Er betreibt mehrere Hotels in Salzburg und Wien. Darunter das Pitter in Salzburg, ein Haus mit langer Geschichte. Es war das erste Hotel der Stadt mit fließend Wasser, und es hat sich bereits in der Nachkriegszeit auf Veranstaltungen spezialisiert. 2008 hat Imlauer es gekauft und den Veranstaltungsbereich gleich einmal verdoppelt. Aber da war diese Topbewertung: »Die Pharmaindustrie hat irgendwann einmal beschlossen, dass ihre Mitarbeiter nicht mehr in solchen Häusern absteigen dürfen«, sagt Imlauer. Das Pitter gab deshalb freiwillig einen Stern ab.

In Städten gebe es viel günstige Konkurrenz, am Land sei das anders. Wer seinen Kongress im steirischen Ennstal abhalten möchte, der komme um das Schloss Pichlarn, ein Fünfsternehotel, das ebenfalls Imlauer gehört, nicht herum. »Da gibt es diese Möglichkeit auszuweichen nicht, da muss

man nehmen, was da ist«, sagt er. Heute stehen die Luxushotels noch dort, wo Geld auf Prestige trifft. Wo die Stadt oder die Umgebung etwas zu bieten haben, was es andernorts nicht gibt. 91 Fünfsternehotels zählt die Schweiz, 69 gibt es in Österreich. Sie stehen an der Wiener Ringstraße, in Kitzbühel und Seefeld, in Genf, St. Moritz und in Zürich. Dort also, wo man gern gesehen wird,

Schweiz an einer Hand abzählen. »Es ist zu teuer, zu aufwendig, dann sind natürlich auch Nachfolgeregelungen innerhalb der Familie sehr herausfordernd«, sagt Allemann. Dazu komme, dass es unglaublich teuer sei, den Standard in einem historisch gewachsenen Fünfsternehotel zu halten: »Eine Familie kann das aus den eigenen Mitteln oft nicht mehr alleine finanzieren. Dafür braucht es externe Investoren, die nicht nur auf Rendite aus sind.«

Doch wenn es diesen Mäzenen und Investoren nicht um den Profit geht, worum dann? »Die Schweiz ist ein safe haven für ausländische Investoren, oft ist allein durch die Wertsteigerung des Bodens die Investition abgesichert, zudem garantieren die politisch und finanziell stabilen Verhältnisse in der Schweiz einen hohen Investorenschutz«, sagt Allemann. Bei Mäzenen spiele oft der Prestigegeanke, ein Luxushotel in der Schweiz zu besitzen, eine wichtige Rolle.

Ohne Gäste können aber auch die neuen Hotelbesitzer kein Geschäft machen. Es gibt nach wie vor viele wohlhabende Menschen, die gern in altherwürdigen Häusern übernachten. Ein Besuch im Imperial oder Sacher in Wien,

im Baur au Lac oder Dolder in Zürich ist für sie eine Zeitreise. Diese Hotels hätten überlebt, sagt Oliver Fritz, Tourismusforscher am Wiener Wirtschaftsforschungsinstitut Wifo, weil sie gemerkt hätten, dass ein luxuriöses Zimmer allein nicht ausreicht: »Sie organisieren Veranstaltungen, betreiben gute Restaurants und haben sich etwas einfallen lassen, was sie von allen anderen Hotels am Ort unterscheidet.« Die lange Geschichte eines Hauses lasse sich zwar marketingmäßig aus-schlachten, »aber der moderne Gast braucht mehr als das«, sagt Fritz.

Das bedeutet häufig: ein Spa. So wie man früher in Grandhotels wegen des Hauses und weniger wegen der Umgebung fuhr, so fährt man heute oft zu Thermen oder zu Wellness-Tempeln. »Vielleicht sind die erstklassigen Wellnesshotels heute das, was früher einmal die Grandhotels waren«, sagt Georg Imlauer. Im Großarltal in Salzburg zum Beispiel gab es lange Jahre so gut wie keinen Tourismus. Oder in Vals in der Schweiz, mit dem Bad des weltberühmten Architekten Peter Zumthor. Aber dieses gehört heute einem privaten Investor.

Nachdem das Hotel pleite war, kamen die Bautrupps

Aus dem Hotel Europa in Innsbruck wird ganz sicher kein Wellness-Tempel mehr. Otto Plattner verkaufte das Haus 2007 an ein italienisches Brüderpaar, die nannten es fortan Grand Hotel Europa. Erst wurde noch investiert, doch lange währte die Euphorie nicht. Die Direktoren wechselten rasch, die Online-Bewertungen – die neue harte Währung für Hotels – waren durchwachsen. Tagelang kein heißes Wasser, klagten die einen, unfreundliches Personal, die anderen. »Ein Trauerspiel«, schrieb im Jahr 2017 ein Hotelkritiker. Zwei Jahre später verlor das Europa alle seine fünf Sterne.

Wenige Monate nach den ersten Corona-Fällen im vergangenen Jahr kamen die Bautrupps Der Barocksaal wurde zerstört. Vermutlich, um den Behörden zuvorzukommen, die das Haus unter Denkmalschutz hätten stellen können. Die Stuckdecke, die Kronleuchter, alles wurde demoliert. Das gesamte Interieur wurde versteigert: von den Gemälden über das Porzellan, das für den Besuch der Queen im Jahr 1969 angeschafft worden war, bis zu den Kaffeelöffeln und den halb vollen Rumflaschen.

Und was war mit Mick Jagger? Den verpassten wir. Nur die Entourage, die Techniker, die Roadies und die Backgroundsängerin, rauschte durch die Drehtür und stieg in einen Tourbus. Die Stones selbst nahmen den Hinterausgang und düsten in ihren Limousinen an uns vorbei. Bis heute bilde ich mir ein, durch eine verdunkelte Scheibe wenigstens Keith Richards leibhaftig gesehen zu haben.



Als Queen Elizabeth 1969 Innsbruck besuchte, machte sie im Hotel Europa halt

Foto: Getty Images

ANZEIGE

WEMPE
BY KIM

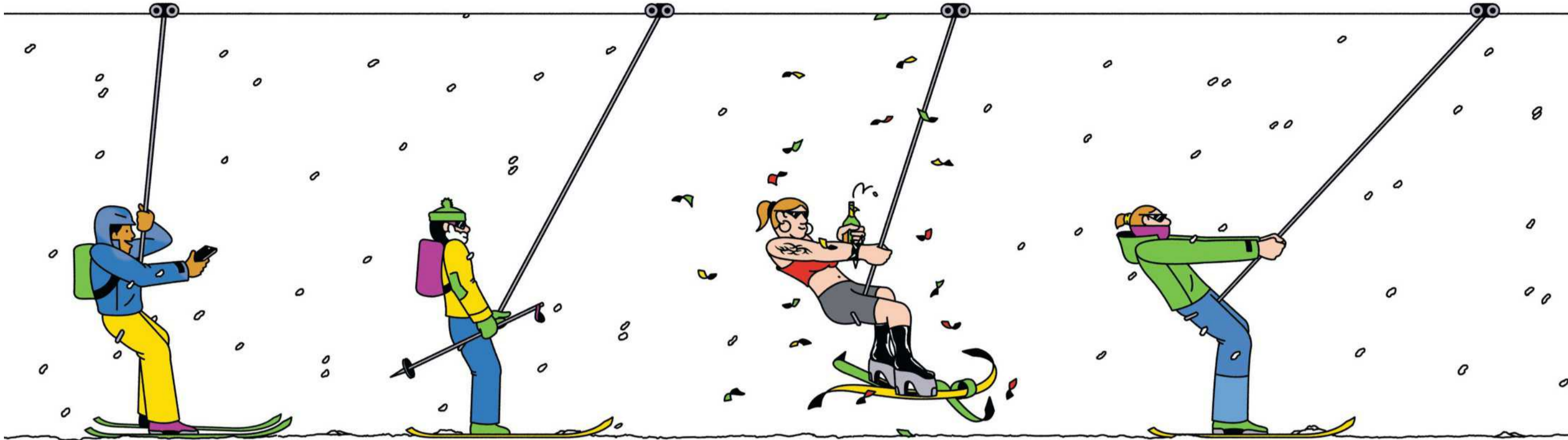
26 aufregende Ringe zum Kombinieren

wempe.com/playlist

1010 Wien, Körner Straße 41, T 01 512 33 22



Literatur



Ich will nicht übers Skifahren reden!

Ich wohne in Berlin-Pankow, in einer Altbauwohnung im dritten Stock. Wenn niemand mit mir die Treppen hochgeht, raste ich im zweiten; bin ich in Gesellschaft, kämpfe ich mich schnaufend durch. In meiner Freizeit treffe ich Freundinnen und Freunde oder gehe ins Kino. Ich habe zwei Romane geschrieben und in fünf Städten gelebt; ich spreche zweieinhalb Sprachen, interessiere mich für Diskriminierungsfragen, Hauspflanzenableger

und seit 2019 auch ein bisschen für das Klima. Und trotz allem wollen die Menschen immer nur das eine von mir wissen: nämlich wie das denn eigentlich mit dem Skifahren ist.

Fast ein Jahrzehnt in Deutschland hat meinen Akzent verdünnt, ihn zunehmend ausbleichen lassen. Bei vielen braucht es trotzdem nur ein »Hallo«, damit sie meine Herkunft errahnen. Meist ist die Erkenntnis begleitet von einem Aufblitzen in den Augen und einem freudigen Ausruf: »Nein,

Österreich, wirklich!«, sagen neu mich kennennlernende Deutsche dann oder einfach nur »Ööösterreich«, gefolgt von einem verträumten Lächeln. Das ist der Moment, in dem sich Menschen in Piefke verwandeln.

Mit dem bergigen Nachbarland im Süden verbinden Deutsche rührselig idyllische Erinnerungen. Österreich ist für viele ein zu Realität gewordenes Urlaubsschlaraffenland: angezuckerte Berg-hänge, Skipisten, so weit das Auge reicht, enzian-

umwucherte Almhütten, in denen die selbst gemachte Brettjause auf fleißige Wanderer wartet. Und selbst wenn die Natur einen nicht verzaubert, gibt es ja noch immer Wien. Mein Gott, Wien: Punschkräpferl, weiße Rösser, Heldenplatz. Mit den Museen und den Schnörkeln der Architekten und Kaffeehäuser – das Kaffeehaus ist ja neben der Skipiste des Österreicherers zweites natürliches Habitat.

»Ich mag ja die Österreicher!«, trötet für gewöhnlich der gemeine Piefke. Verzaubert von der Schönheit des Landes, verzaubert sich der Piefke selbst nämlich seinen Blick auf die in diesem Lande weilenden Gestalten. Denn wie im Schlaraffenland natürlich nur bedürfnisbefriedigende Fantasiewesen leben, sind wir Österreicher im Österreich der deutschen Urlauber höchstens Statisten, unsere Charaktere wie mit einem Kindersicherungsfilter von allem Anrühigen befreit. Als Ersatz kommen ein paar positiv behaftete »österreichische« Eigenschaften hinzu: Witzig sind wir Österreicher nämlich ausnahmslos alle, ausgestattet mit so einem tollen schwarzen Humor. Sportlich sind wir außerdem und naturverbunden selbstverständlich auch.

Dass man sich nicht mit der Natur verbunden fühlen muss, um in ihr zu leben, habe ich frühzeitig festgestellt. Zum Aufwachsen hat mich das Schicksal nämlich in ein Osttiroler Tal hineinkatapultiert. Nichts wünschte ich mir als Jugendliche mehr als ein Bahntricket in eine große Stadt, mit Läden voller Comics und schillernden Konzerten, mit Menschen, die dachten wie ich. Was ich bekam, waren ein instabiler Internetanschluss und die Lienzer Dolomiten. »Wintersportparadies« heißt meine Heimatstadt im Dezember, und im Juli »Sonnenstadt«. Stimmen tut beides. Deswegen kamen schon damals so viele Deutsche über die Grenze herüber.

Es ist ganz gleich, dass ich aus diesem Land weggezogen bin, dass ich jetzt lange schon selbst in Deutschland lebe. Stereotypisiert in meine Österreicherinnenrolle hinein, schicken mich die Urlauber von damals heute bei fast jedem neuen Kennenlernen an die Orte meiner Kindheit zurück. Diese Gespräche über mich beginnen selten mit einer Aussage von mir, öfter mit einer Zuschreibung von extern. Dass ich Ski fahre, ist in den Augen der Piefke die Grundvoraussetzung für mein Österreicherinnendasein. In ihrer Vorstellung formt sich die Wintersportveranlagung der Alpenbewohner noch vor den Fingernägeln im Mutterleib.

Keine Carving-, Touren- oder Langlaufskier gehabt, kein Heimaturlaub mit Dachgepäckträger geplant, muss ich meine Gesprächspartner stets enttäuschen. Woraufhin die Frage – der Ungeheuerlichkeit der Antwort wegen – meist einfach wiederholt wird. Sichert die unglaubliche Erkenntnis dann doch ins Bewusstsein, folgt so gleich eine Phase der Bestürzung: Aber warum denn nicht? Warum um alles in der Welt ich als Österreicherin denn nicht Ski fahren würde?

Was mich wundert, gerade im heutigen Berlin, ist der unverhohlene Klassismus der Skifahrerfrage. Als ob jeder zwischen den Schluchten Aufgewachsene sich automatisch ein Saisonticket leisten könnte. Als ob es in der Idylle keine Probleme gäbe, Missstände oder Kinderarmut. Wer andere zu einem Wintersport-Zwangsgespräch verdonnert, fragt immer auch nach ihrem sozioökonomischen Hintergrund.

An diesem Punkt erinnere ich mich an meine tatsächliche Jugendzeit zurück. Anfang der Nullerjahre, Lienzer Talboden, 12.000 Einwohner, im Winter mehr. Zwei Skipisten, kein Stadtbuss – nichts lässt eine Stadt dörflicher wirken als die Abwendung vom öffentlichen Verkehr. Drei Discos: der Stadtkeller, das Deep Blue und das Joy. Unser »Club« war das Deep Blue. Dort trank

ich, inspiriert vom *Scrub des Manitou*, meine erste Piña Colada, unendlich edel fühlte ich mich mit selbst gezwirbelten Dreadlocks und ausgeleierten Baggy Pants mit dem Cocktail in der Hand. Manchmal teilten wir uns einen zu dritt, viel mehr als ein Getränk am Abend konnte man sich nicht leisten; die Arschlöcher tranken immer Eristoff Ice.

Im Deep Blue gab es ein Unterwasserthema, die blau verwischten Wände waren von verschiedenen großen Aquarien-Fenstern durchsetzt. In einem davon schwamm abgetrennt von den anderen Tieren ein flacher Fisch in der Filteranlage. Er war blau mit gelben Streifen – oder umgekehrt. Der Fisch war groß, der Filter klein, und so fristete er sein Dasein fixiert in der immer selben Position immerzu auf und ab schwebend. Die Identifikation mit dem gestreiften Fisch mag für mein jugendliches Ich übermäßig stark gewesen sein, jedenfalls fühlte ich mich irgendwann bemüßigt, den Fisch im Filter beim ansässigen Tierschutzverein zu melden. Damals noch ohne Internet, oder höchstens von kirschenden Modems in elterlichen Bürorimmern begleitet, ging die Recherche der Telefonnummer nur zäh vonstatten, am Ende bekam ich sie heraus, erreichte niemanden und hinterließ mein Anliegen auf einem Anrufbeantworter.

Danach kam eine Phase, in der meine Freunde und ich nicht ins Deep Blue durften, weil der Betreiber, nachdem er außerhalb der Saison fast ausschließlich auf unsere Taschengelder angewiesen gewesen war, plötzlich auf den Jugendschutz gekommen war.

Wenig später wurden die Wände der Disco grün gestrichen und Geweihe angebracht, die Aquarien aber trotzdem nicht entfernt. Der Betreiber hatte in den Deutschen, die zum Saisonstart in unsere Kleinstadt strömten, die Urlauber erkannt, und die österreichische Belegschaft begrüßte diese Urlauberschaft fortan in Dirndl und Lederhosen. Meine ehemalige Lieblingsdisco war zum Hüttengaudi-Tempel verkommen, in dem sich Piefke und Einheimische nun ganze Nächte hindurch in der Performance ihrer jeweiligen Rollen gegenseitig beglückten. Traf man die Kellnerinnen und Kellner außerhalb ihrer Schichten in der Stadt, so trugen sie natürlich keine Trachten, sondern Bandshirts oder Nietengürtel. Aber wenn es um den Tourismus geht, ist freilich nichts fader als die eigene Identität.

Ja, ich erinnere mich an Kindertage, an denen wir als Miniaturversionen unserer Eltern verkleidet mit gigantischen Helmen im Ski-Kindergarten in Pflughaltung die verschneiten Hänge hinunterkurvten. Damals kannte ich noch nicht die Angst vorm Stürzen, die mich heute oft schon vorm Betreten einer Rolltreppe befällt. Wir rasten rücksichtslos mit roten Wangen, tranken auf den Schößen unserer Väter sitzend heißen Kakao. Wir nahmen an von der Skischule organisierten Rennen teil und machten immer nur den zweiten Platz. Wir hatten die Tageskarte für den Lift an einem Anstecker an unseren Krägen befestigt, und nach dem Scannen der Karte schnalzte uns das Gummiband schmerzhaft gegen das Kinn.

Und dann entwickelten wir uns eben. Manche fuhren noch Ski, manche wanderten sogar oder fanden einen anderen Sport. Andere, wie ich, begannen neue Interessen auszubilden. Wir mochten Musik oder Kleidung, begannen uns für fremdsprachige Fernsehserien zu interessieren. Wir wollten alle immer in den McDonald's, weil dort die Pommes am besten waren und nur einen Euro oder 13,7603 Schilling kosteten. Wir wollten die H&M-Shirts von der Werbung, aber in den begrenzten Verkaufsräumen der Kleinstadt kam nur ein Bruchteil der Lieferung an. Wir wollten saufen, wir wollten schmusen, wir wollten vögeln; wir begannen uns Sorgen um

ANZEIGE

WIR MACHEN, WAS
DEINE KOMMUNIKATION
BRAUCHT.



INNOVATIVE MATERIALIEN
VON DER NEUEN OMV.

Handy, Kopfhörer, Kabel – vieles rund um die digitale Welt verlangt nach innovativen Lösungen. Aus diesem Grund setzt die neue OMV verstärkt auf die Herstellung von Ausgangsmaterialien für hochwertige Kunststoffe. Diese sind im digitalen Alltag, im Beruf und in der Freizeit unverzichtbar. So tragen wir mit unseren Innovationen in der neuen OMV zu einem besseren Leben bei.

Mehr dazu: omv.com/neue-omv





Die Autorin
Angela Lehner

Literatur

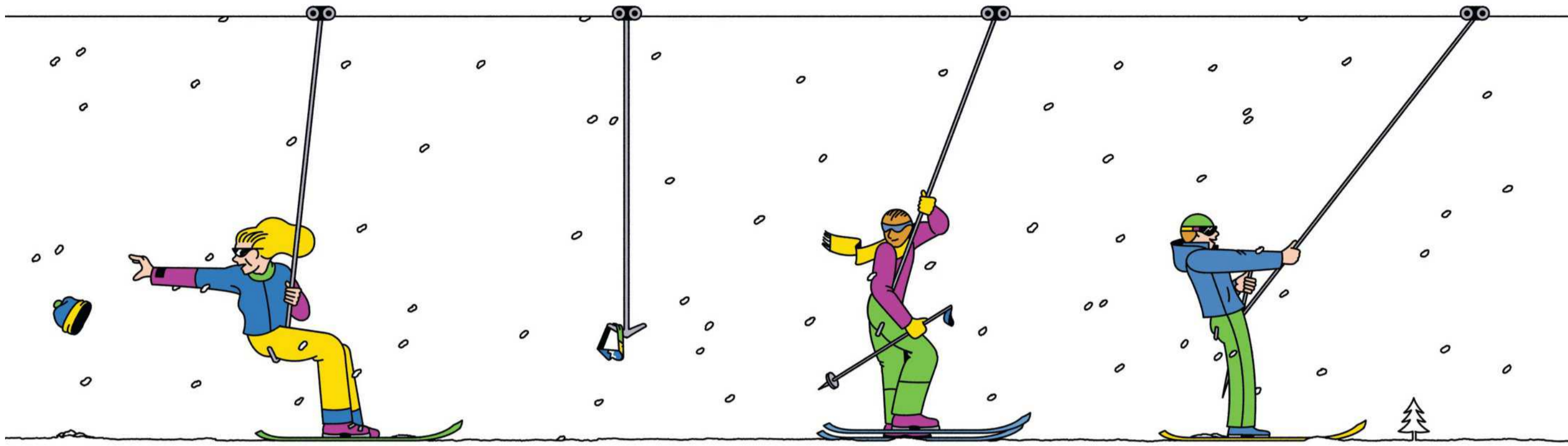


Illustration: Jack Taylor für DIE ZEIT

Die Tiroler Schriftstellerin ANGELA LEHNER hat es satt: Ihre Berliner Bubble sieht in ihr nur die Klischee-Österreicherin aus den Alpen. Eine Wutrede

unsere Zukunft zu machen und uns für Politik zu interessieren. Wir führen auf Berufsinformationssystemen und besuchten Tage der offenen Tür in Universitäten. In der Schule lasen wir Thomas Bernhard, wir begannen die Sache mit den zweisprachigen Ortstafeln und Haider zu verstehen.

Welchen Sport ich denn sonst mache, fragen mich die neuen Menschen heute dann noch gerne, weil es in Österreich ja für die körperliche Betätigung so viele Möglichkeiten gibt. Ich lebe in Berlin, sag ich dann, und Sport mach ich keinen. Und ich will auch nicht über Schnitzel sprechen und nicht eure Interpretation unserer lustigen Sprache hören. Und nein: Thomas Gottschalks zwanzig Jahre alte und zudem grottenschlechte *Wetten, dass...?*-Imitationen eines angeblich gesamtösterreichischen Dialekts nachzuahmen macht euch auch

nicht unbedingt sympathischer. Aber ihr meint es ja nur gut, sagt ihr immer, ihr findet unsere Sprache ja so »nett«. Ein belustigtes Zucken umspielt eure Mundpartie, wann immer wir reden. Ich kenne dieses Lächeln, kenne es aus Jugendtagen in meiner Heimatstadt. Ich erinnere mich an den Spott in euren Augen, wenn ihr mich auf der Suche nach dem Après-Ski-Club in der Stadt angehalten habt. »Wie bitte?«, kreischet ihr stets über den Platz, auch wenn ich mich bemühte, Hochdeutsch mit euch zu sprechen.

Hoch-deutsch: so kommt ihr euch noch heute vor. Wenn ihr mir sagt, dass Gewand nach Mittelalter klinge und das richtige Wort Kleidung heiße. Wenn ihr mir erklärt, dass Polster völlig unverständlich sei und das Wort, nach dem ich tatsächlich suchte, Kissen sei.

Manchmal sage ich euch, dass auch ihr einen Akzent habt, wie jeder normale Mensch. Dass ich, je länger ich in eurem Land lebe, eure geografische Herkunft umso deutlicher zuordnen kann. Im Gegensatz zu mir bemüht ihr euch ja nicht darum, dialektfrei zu sprechen. Ihr kennt keinen Genitiv, verwechselt »sch« mit »ch«; ihr ersetzt sämtliche Artikel mit »nen« und denkt, ihr beherrscht diese Sprache aus dem Effeff.

In meinen Tagträumen kehre ich in das Osttirol meiner Jugend zurück. Ich überquere den von Souvenirshops und Feinkostläden gesäumten Hauptplatz, wo es dafür weit und breit keinen Supermarkt gab, um sich nach der Schule eine leistungsfähige Limo zu kaufen. Ich schubse die ungelink umherstakenden Wintersportler um, die mit ihren Skischuhen die Wege kaputttrampeln. Ich

steige auf eine der erhöhten »urigen« Wirtshaus-terrassen mit Blick auf das »idyllische« Bergpanorama, wo ich selbst kaum je einen Sitzplatz fand, suche mir einen Tisch mit vom Après-Ski betrunkenen Piefke, die natürlich Tirolerknödel oder Schlipfkrapfen essen, und nehme ihnen Messer und Gabel aus der Hand. »Das geht so nicht«, sag ich zu ihnen, »so macht man es richtig.«

Warum die Österreicher die Deutschen nicht mögen, fragen mich meine Freunde oft enttäuscht oder gar verletzt. Ihr Deutschen seid nicht das Problem, sag ich, aber die Piefke. Euch Piefke mögen wir noch immer nicht. Weil ihr nicht aufhört mit dem Herunterschauen auf unsere Sprache, mit dem Verniedlichen unserer Kultur. Weil ihr, wenn es um Österreich geht, immer über Freeriding sprechen wollt, aber nie über Femizide.

Weil ihr österreichische Politik in den Medien verfolgt und uns immer noch für niedlich und harmlos haltet.

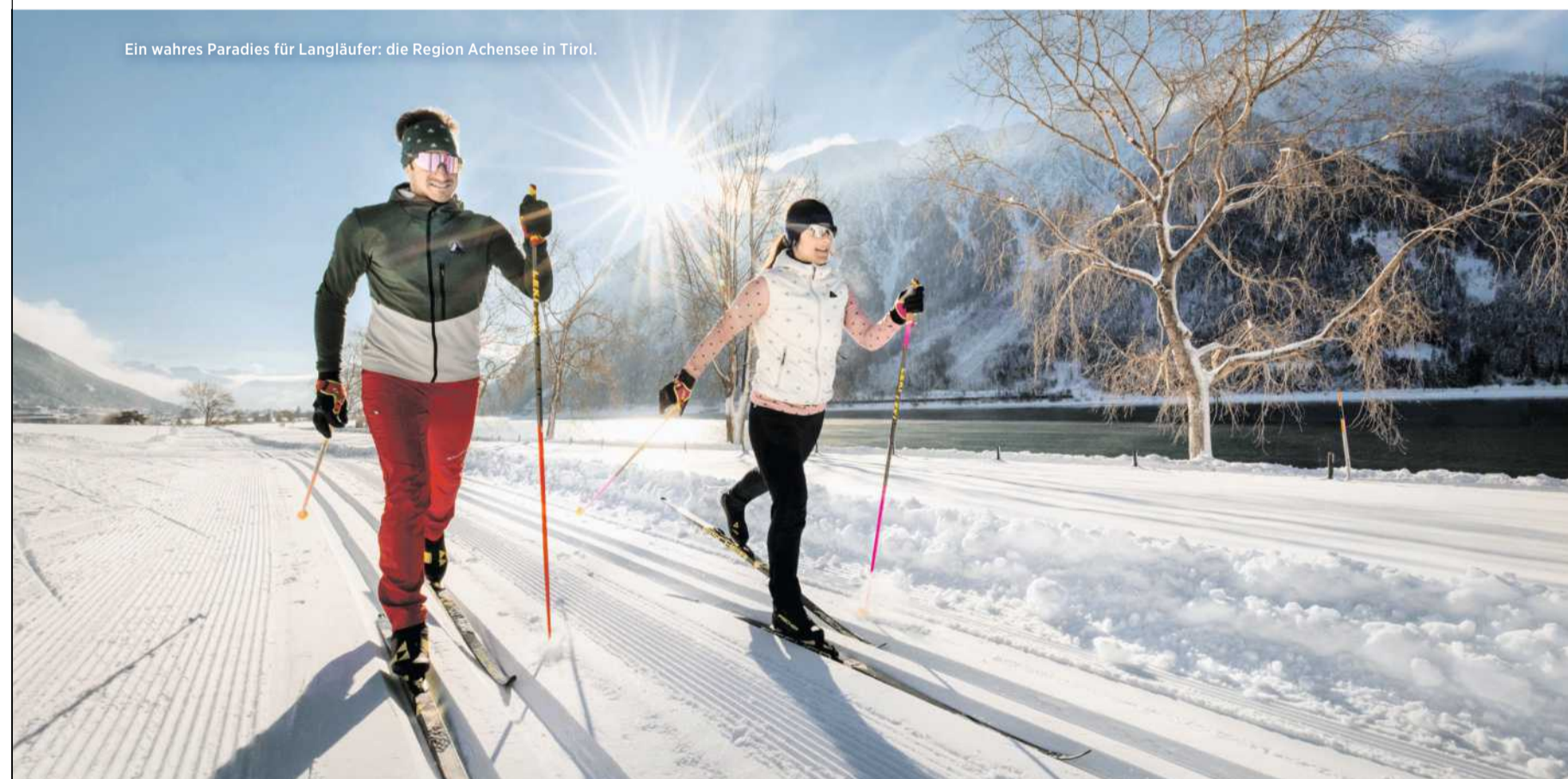
Wer sich im nächsten Österreichurlaub aber bessern und tatsächlich die Sympathien der Einheimischen gewinnen will, begegnet diesen am besten, als wären sie ganz gewöhnliche Menschen; mit individuellen Neigungen, Interessen und Herkunftsgeschichten. Behaltet euren Akzent und wir uns den unseren. Und: Wenn ihr einmal in Osttirol seid, stecht die Schlipfkrapfen bitte einfach mit der Gabel auseinander.

Angela Lehner, 34, ist in Lienz aufgewachsen und lebt heute in Berlin.

Zuletzt erschien von ihr bei Hanser Berlin der Roman »2011«

ANZEIGE

Die Naturbühne Achensee – ein Winter in Tirol



Ein wahres Paradies für Langläufer: die Region Achensee in Tirol.



Einzigartig: das Wechselspiel von Berg und See.



Aktivurlaub und Entspannung: Alles ist möglich.

Wenn Schneeflocken vom Himmel fallen, die die Landschaft in ein Kleid hüllen, das in der Sonne glitzert, als sei es tausendfach mit Kristallen bestickt, ist klar: Der Winter hat die »Naturbühne Achensee« betreten und wird einmal mehr seine bestechendsten Stücke spielen – auf und abseits von Loipe und Piste. Vorhang auf für den Winterurlaub am Tiroler Achensee!



»Winterzauber am Achensee« heißt, den Alltag hinter sich zu lassen und die Weite der Natur zu genießen.

Erster Akt: Langlaufen. Zweiter Akt: Skifahren. Und dritter Akt: Winter- oder Schneeschuhwandern? Oder vielleicht eine lustige Rodelpartie? Die winterlichen Stücke, die »Tirols Sport & Vital Park Achensee« spielt, sind vielfältig. Auf und abseits von Loipe und Piste wartet ein umfassendes Angebot. Schließlich entspannt und tankt jeder anders auf in der schönsten Zeit des Jahres. Was sich Urlauber wünschen, der Achensee spielt's: sportlich, actionreich – oder einfach nur ganz locker und entspannt. Und immer inmitten des wunderbaren Wechsel-

spiels von Berg und See, das es in dieser Form sonst nirgendwo gibt.

PARADIES FÜR LANGLÄUFER UND SKIFÄHRER

Am Achensee werden Langlaufträume wahr. Von sanft-hügeligen Strecken entlang des Seufers bis zu anspruchsvollen Loipen in die Täler des Naturparks Karwendel: »Tirols Sport & Vital Park« präsentiert mit über 200 Kilometern Loipen ein bekannt abwechslungsreiches Langlaufvergnügen, sowohl für klassische Wintersportler als auch für Skater. Die Region bietet das »pure Langlaufvergnügen«, wie etwa Loipen-Legende Jochen Behle feststellte. Angeboten werden auch spezielle Camps für klassische Langläufer (vom 14. bis 16. Januar 2022), sowie für Skater (vom 21. bis 23. Januar 2022).

Klein, fein und abwechslungsreich präsentieren sich wiederum die Skigebiete der Region. Das größte Skigebiet Christlum in Achenkirch, die Skigebiete in Maurach und Pertisau sowie die Lifte im verträumten Örtchen Stein-

berg am Rofan und in Wiesing erschließen mit 30 Aufstieghilfen 53 Pistenkilometer. Für große und kleine Pistenfische ist hier alles dabei – von leichteren und schwierigeren Abfahrten bis hin zu solchen, die aufgrund ihrer Breite für Kinder gut geeignet sind. Auch Carver und Snowboarder sind gerne in den Achensee-Skigebieten unterwegs.

ERLEBNIS AUF ZWEI KUFEN

Den Winter erleben kann man aber auch perfekt auf zwei Kufen: Gut eingepackt auf den Berg stapfen, in eine Hütte auf ein Tiroler Schmankerl einkehren und danach mit dem Schiltlen ins Tal fahren ist ein winterliches Vergnügen, das sich am Achensee großer Beliebtheit erfreut. Sechs Naturrodelbahnen stehen fürs Rodeln in der Region bereit. Dabei hat man auch immer wieder den Achensee im Visier. Wer eine Nachteteile ist, kann auch abends rodeln gehen. Auf fünf der sechs Rodelbahnen wird das Licht angeknipst – zum Teil sogar bis Mitternacht, wenn der Mondschein allein nicht mehr ausreicht.

ENTSPANNEN UND GENIEßEN

War man am Achensee draußen aktiv, tankt man drinnen noch weiter auf. »Wellness« wird in der Region besonders großgeschrieben. Von Massagen und fernöstlichen Entspannungstechniken über ein Badehaus im Jugendstil bis hin zu erstklassigen Spa-Suiten wird alles geboten. Einige Hotels bieten auch »Day-Spas« an. Im Freizeitzentrum »Atoll Achensee« kann man in den Pools des »Panorama-BADs« oder in den Saunen des »Penthouse-SPAs« entspannen. Beim Wellness am Achensee wird auch gern »Tiroler Steinöl« verwendet, das in der Region gewonnen und zu Pflegeprodukten verarbeitet wird.

Urlaub mit Schnee, Eis und kristallklarer Luft auf der Naturbühne Achensee – das heißt, den Winter mit allen Sinnen genießen.

ACHENSEE TOURISMUS

Achenseestraße 63
A-6212 Maurach am Achensee
Tel. +43 (0) 595300-0
Mail: info@achensee.com

www.achensee.com



Geschichte

MEIN ALPENKITSCH

Tschüss Rollski!

Im nächsten Sommer will Dario
Cologna zu Fuß ins Sertigtal

Als ich mit 20 aus dem abgelegenen Münster-
tal hinter dem Ofenpass nach Davos gezogen
bin, kam ich in die Stadt – und blieb trotzdem
in den Bergen. Das passt! Ich bin wegen des
Langlaufs hier, ich brauchte einen zentralen
Stützpunkt, einen Ort zum Trainieren, aber
auch einen, aus dem ich gut an die Rennen
überall auf der Welt komme. Mir gefällt aber
auch das Städtische hier, Davos hat 11.000
Einwohner. Es ist etwas los, man kann aus-
wärts essen, Eishockey schauen oder auch mal
in den Ausgang gehen.

Mein liebste Jahreszeit ist, logisch, der Win-
ter. Ab dem Herbst hoffe ich, dass der Schnee
kommt. Oft ist es ein Zittern und Bangen, ob
Ende November schon die ersten Loipen mit
Naturschnee offen sind. Wenn es dann schneit,
freue ich mich noch immer wie ein Kind.

Mit dem Schnee wird es ernst, die Wett-
kämpfe beginnen, das ist schön. Allerdings
heißt es: Ein guter Langläufer wird im Sommer
gemacht. Das hat was. Vom Trainingspensum
her ist der Sommer strenger als der Winter.
Häufig bin ich mit den Rollski auf der Straße
unterwegs, die Bewegung ist haargenau dieselbe
wie auf dem Schnee. Pro Einheit mache ich
40 Kilometer. Da kommt man, bei zwei Train-
ingseinheiten pro Tag, auf 300 Kilometer pro
Woche. Ich fahre gerne in die Seitentäler im
Landwassertal hinein, am liebsten ins Sertigtal.
Dort ist es wunderschön und ruhig, man merkt
nichts vom großen Davos.

Manchmal stelle ich mir vor, wie es sein
wird im nächsten Sommer, wenn ich meine
Karriere beendet habe. Wie ich ins Sertigtal
gehe, so wie immer. Einfach nicht mit den
Rollski, sondern mit meiner Frau und unserem
kleinen Sohn.

Noch habe ich aber einiges vor. Meine letzte
Saison, meine letzten Olympischen Spiele. Und
an diesem Wochenende das Weltcuprennen in
Davos. Ich will nicht zu sehr daran denken, dass
es das letzte ist. AUFGEZEICHNET VON SARAH JÄGGI



Dario Cologna
Der Schweizer Langläufer, 35,
hat bereits vier olympische
Goldmedaillen gewonnen.
Nach Peking ist Schluss

Als die Skandalgeschichte
1983 erschien, tobten die
österreichischen Touristiker

Der liebste Piefke ist der abreisende

Er wollte nur das Sommerloch stopfen. Aber dann
löste CHRISTOPH KOTANKO mit seiner Attacke auf den
Massentourismus fast eine Staatskrise aus

Es ist ein Jugendstreich, der bleibt.
Am 12. Juli 1983 erschien im
Nachrichtenmagazin *Wochenpresse*
meine Coverstory mit dem Titel
»Wer braucht die Piefkes?«. Un-
terzeile: »Österreich im Ausver-
kauf«. Seit 38 Jahren verschafft
mir diese Polemik Einladungen zu Wortspenden
im TV, zu Podiumsdiskussionen oder Mittagessen
mit dem deutschen Botschafter. Buchautoren, die
dem deutsch-österreichischen Verhältnis nach-
spüren, erfragen meinen Befund. Sogar mit Felix

Mitterer, Autor der Fernsehserie *Die Piefke-Saga*,
bin ich nach Jahrzehnten wieder in Kontakt: Er
arbeitet an einer Fortsetzung, bei der es um den
Corona-Irrsinn von Ischgl geht.

Wie kam es dazu?

Österreich lebt wesentlich vom Tourismus.
2019, im Jahr vor dem Corona-Knick, betrug
die direkten Wertschöpfungseffekte 21,7 Milliar-
den Euro, 5,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts.
Die Gäste wollen umsorgt und unterhalten wer-
den. Nicht zufällig heißt die Branche Fremden-
verkehrsindustrie. Diese Industrie verursacht, wie



andere auch, Schäden. »Der Tourist zerstört, was
er sucht, indem er es findet«: Hans Magnus En-
zensberger hat schon vor Jahrzehnten die Ver-
wüstungen des Massentourismus vorausgesehen.

Von 118 Millionen Nächtigungen gingen 67
Prozent auf das Konto deutscher Gäste. Soge-
nannte kleine Leute, aber auch die Größen der
deutschen Politik stellten in Österreich ihre
Sehnsucht nach Natur, Schmäh und Schnitzel,
nach einer Heimat in der Fremde. Helmut Kohl,
Jahr für Jahr Sommerfrischler am Wolfgangsee,
war vernarrt in »den natürlichen Charme der
Österreicher, ihre Lebensweise und Gastfreundschaft«.
Das die eigene Identität den Wunschvor-
stellungen zahlender Gäste geopfert wurde,
war kein Thema. Dass auf den Speisekarten der
Almhütten die Preise in Deutschmark standen,
galt als raffinierte Serviceleistung, nicht als An-
biederung. Dass in Tirol Fremde gegen Bar-
zahlung zur »Bauernhochzeit zum Mitfeiern«
eingeladen wurden, war eine scheinbar normale
Dienstleistung. Als junger Reporter einer Lokal-
zeitung hatte ich dieses Ambiente kennengelernt.
Höhe- beziehungsweise Tiefpunkt meiner Feld-
forschung war ein »Lederhosen-Striptease« in ei-
ner versifften Bar im Gasteiner Tal.

Als die *Wochenpresse* in jenem Hochsommer
von 1983 eine Titelgeschichte brauchte, heckte ich
mit meinem Zimmerkollegen Hubertus Czernin
(dem späteren Waldheim-Aufdecker und *Profil*-
Herausgeber) die Piefke-Story aus. In der Red-
aktionskonferenz fand das Thema breite Zu-
stimmung. Chefredakteur Hans Magenschab
war im Urlaub – was ihn später fast den Job
gekostet hätte. Die Arbeit am Text nahm nur
zwei Tage in Anspruch. Die Grundthese war
schnell klar: »Der liebste Gast ist der abreisende.«
Ich ließ den Schriftsteller Peter Turrini zu
Wort kommen (»Heute gehört der Wörther See
deutschen Industriellen, die Heimat ist enger
geworden, besonders für Nicht-Millionäre«).
Diese Aussage hatte zur Folge, dass die *Wochen-
presse* in Kärnten nicht verkauft wurde, die
Händler versteckten in Absprache mit den Ho-
teliers die Exemplare.

Auch den Vorstand des Volkskunde-Instituts
an der Wiener Uni, Helmut Fielhauer, befragte
ich. Er löste einen Proteststurm aus, indem er
sagte: »Nicht der deutsche Konsument ist primär
schuld, sondern der heimische Produzent. Unser
Brauchtum ist vielfach nur mehr ein bewusster
Exotismus.« Die Österreicher müssten endlich
zeigen, »dass nicht alles käuflich ist«.

Das Titelbild entstand an einem Nachmittag
binnen zwei Stunden. Unser Grafiker Andreas
Berger kostümierte den beliebten Redaktions-
boten mit einem schwarz-rot-goldenen T-Shirt,
einer doofen Schirmmütze und einer Ausgabe
der *Bild*-Zeitung, die Fotografin Nora Schuster
drückte auf den Auslöser – fertig.

Kaum war meine Unverfrorenheit erschienen,
begann die Entrüstung. Mir war klar gewesen,
dass der Artikel Wellen schlagen würde. Mit der-
art hohem Seegang hatte ich nicht gerechnet.

Für den Wirbel gab es mehrere Gründe. Erstens
war eine derartige Dreistigkeit von der *Wochen-
presse* nicht zu erwarten. Sie war das, was man in
der österreichischen Küche gutbürgerlich nennt:
Konservativ im Politik- und Wirtschaftsteil, liberal
in der Kultur- und Gesellschaftsberichterstattung.

Chefredakteur Magenschab und mein Ressortleiter
Gerald Freihofner waren CVer, Mitglieder einer
katholischen Studentenverbindung, die zum Vor-
feld der ÖVP gehörte.

Zweitens wurde ein wichtiger Industriezweig
hinterfragt. FPÖ-Handelsminister Norbert Steger
entschuldigte sich bei den Gästen und ordnete
eine millionenschwere Sonderwerbeaktion in
Deutschland an. »Eine ganze Branche ist fas-
sungslos«, verlautbarte die Sektion Fremdenver-
kehr in der Bundeswirtschaftskammer. Necker-
mann und andere Reiseveranstalter veröffent-
lichten Distanzierungen: »Dieser Artikel ist eine
Diffamierung unserer Gäste.« Einflussreiche
Wirtschaftstreiber verlangten den Kopf des
Chefredakteurs. Zeitungseigentümer war die In-
dustriellenvereinigung. Deren Generalsekretär
bestellte Magenschab zum Rapport. In der
nächsten Ausgabe wurde eine »Klarstellung«
eingesetzt, durch die Magenschab beide Seiten –
die externen Kritiker und die Redaktion – be-
friedigen wollte. Er nannte den Aufruhr eine Fehl-
deutung und garnierte seinen Beitrag mit Imma-
nel Kant: »Widerlegt zu werden ist keine Gef-
fahr – wohl aber, nicht verstanden zu werden.«

Der dritte Grund für die Empörung war wo-
möglich der Hauptgrund: Meine kleine Ab-
handlung berührte das Selbstverständnis vieler
Einheimischer und die knifflige Beziehung zum
großen Nachbarn. 1983, zwölf Jahre vor dem
EU-Beitritt Österreichs, war das viel problemati-
scher, als es heute ist.

Die Leserbrief wurden in Wäschekörben in
die Redaktion geschleppt. Es gab ein paar zu-
stimmende Zuschriften (»amüsant geschriebe-
ner Artikel«), doch das Verhältnis zu den ab-
lehrenden war 1 zu 100. Eine deutschnationale
Leserin schrieb: »Dass einer den Deutschenhass
und den Antigermanismus so weit treiben
kann, einen so schändlichen Artikel zu schrei-
ben, ist unverständlich. Dies wahrscheinlich
deswegen, da wir Deutsche überhaupt nicht so
hassen können wie die Slawen, zu denen Herr
Doktor Kotanko sicher gehört.« (Meine Familie
kommt mütterlicherseits aus dem Innviertel,
väterlicherseits aus Neufelden im Böhmerwald,
sie ist also eine altösterreichische Mischkulanz).
Ein anderer Leser schrieb: »Dieser Schmäh-
artikel ist eine Verhöhnung der konzilianten,
toleranten, gemühtlichen Art, die Österreich trotz
unbedeutender Kleinheit in der ganzen Welt
beliebt macht.« Im Nationalrat dachte Jörg
Haider, damals Fraktionsführer der FPÖ, laut
über eine Anzeige gegen mich wegen »Volksver-
hetzung« nach.

Was bleibt von der Erregung? Die *Wochen-
presse* fusionierte 1993 zur *Wirtschaftswoche*. Und
dass ein enthemmter Massentourismus wie in
Ischgl ein Holzweg ist, steht spätestens seit Corona
fest. Wenn ein Ort, eine Region verbraucht ist,
können die Gäste woanders hingehen. Die Ein-
heimischen können das nicht. Daher müssen sie
besonderes Interesse an der Entwicklung eines
sanften Tourismus haben. »Ballermann im Schnee«
hat keine Zukunft.

Christoph Kotanko, 68, war von 2003 bis 2010
Chefredakteur der Tageszeitung »Kurier« und ist
seit 2011 Korrespondent der »Oberösterreichischen
Nachrichten« in Wien

ANZEIGE

WERTE
DIE VERBINDEN.



NORZ
IHR GOLDSCHMIED SEIT 1764

Maria-Theresien-Str. 8 | 6020 Innsbruck | Telefon +43 512 58 44 31 | www.norz.gold