



# Verein zum Schutz der Bergwelt e.V.

gegründet 1900, gemeinnütziger und nach Art. 42 BayNatSchG anerkannter Naturschutzverein in Bayern

---

**Verein zum Schutz der Bergwelt**  
Praterinsel 5 80538 München Deutschland

**VzSB-Geschäftsstelle**

Praterinsel 5  
80538 München  
Deutschland

Ansprechpartnerin:  
Verena Kleiter  
Tel.: +49/(0)89/211224-55  
Fax: +49/(0)89/14003-81827  
E-Mail: info@vzsb.de  
Bürozeiten:  
Mo, Mi: 14-18 Uhr, Fr: 9-16 Uhr  
Internet: www.vzsb.de  
Steuer-Nr.: 143/223/70580  
1. Vorsitzender:  
Prof. Dr. Michael Suda

Ihre Nachricht

Unser Zeichen

Telefon-Durchwahl

E-Mail

Datum

089/211224-55

info@vzsb.de

## „Bergwelt ohne Tabu?“

Exposé zur Symposienreihe des Vereins zum Schutz der Bergwelt

und zum Auftakt-Symposium am 7.5.2009

„Perspektiven der Höhenlandwirtschaft in den Alpen“

April 2009

Die Erschließung der alpinen Hochlagen geht aktuell – außer in den Entsedelungsregionen vornehmlich im Südwesten der Alpen – weiter und wird sich in Zukunft noch beschleunigen. Über 100 Jahre orientierte man sich an ökonomischer Rationalität bei der technischen Optimierung der Infrastruktur der „eigensinnigen“ Berge: Mit „Hard Skills“, dem „Gewusst wie“, baute man Straßen und Seilbahnen, alpine Tourismusdestinationen, Speicherseen und Überlandleitungen. Außer an den schnell kreierte Hot Spots des Tourismus und der Energiewirtschaft blieben die Hochlagen (im folgenden Text: inkl. der Mittellagen), im wesentlichen Natur- und historisch entstandene Kulturlandschaften, auch außerhalb der Naturschutzgebiete, für diesen unbedingten Eroberungsgeist auf merkwürdige Weise „tabu“. Beispielhaft dafür ist die Zone C im „Bayerischen Alpenplan“. Nur die Forst- und Almwirtschaft brachten einen – im Vergleich zum Rest der Welt – immer noch bescheidenen Infrastrukturwandel in die seltsam immunen Hochlagen: In der Mitte Europas blieb die Bergwelt der Alpen, aller Wahrscheinlichkeit zum Trotz, ein Mosaik weitgehend unverfügter Natur und traditioneller Kulturlandschaft. Und die touristischen Erschließungen, insbesondere der Alpenvereine mit ihren Wanderwegen und Hütten, erlaubten den Genuss der „Tabuzonen“ – bei strikter Einhaltung der „Chancengleichheit“ der Naturen: Die „Menschen-Natur“ darf nur mit eigener Kraft, also nur technisch unbewaffnet der „Berg-Natur“ begegnen. Diese Charakterisierung gilt wohl bis in die 1960er Jahre.

**Konten Inland:**

HypoVereinsbank München  
Kto.Nr. 58 03 86 69 12  
BLZ 700 202 70  
IBAN: DE59 7002 0270 5803 8669 12  
BIC: CRESCHZ40R

Postbank München  
Kto.Nr. 99 05 808  
BLZ 700 100 80  
IBAN: DE66 7001 0080 0009 9058 08  
BIC: PBNKDEFF

**Konten Ausland:**

Hypo Tirol Bank Innsbruck  
Kto.Nr. 20 05 91 75 4  
BLZ 57000  
IBAN: AT16 5700 0002 0059 1754  
BIC: HYPTAT22

Credit Suisse Basel  
Kto.Nr. 99 68 26-01  
IBAN: CH97 0483 5099 6826 0100 0  
BIC: CRESCHZ40R

Mit dem Natur- und Umweltschutz entstanden in den modernen Gesellschaften ein Wertekanon und ein Rechtssystem, die wie geschaffen schienen, dieses Tabu im ökologisch sensiblen Alpenraum vor dem industrialisatorischen Eroberungsgeist zu schützen. Aus diesen Motiven heraus entstand auch die „Alpenkonvention“, in deren Fokus aber nicht nur die Hochlagen, sondern die naturräumliche Sondersituation der Alpen im europäischen „Beschleunigungsraum“ stehen. Dennoch und gegen alle Bremsversuche: Der Neubau und der Zusammenschluss von Skigebieten, die immer zahlreicher und höher hinauf gebauten, meist ganzjährig genutzten Tourismussiedlungen, Straßenerschließungen von Almregionen, Wasserkraftnutzung auch der kleineren Gewässer, Hochwasser- und Lawinenschutz für riskante Gebiete, das Tabu begann unter dem Druck insbesondere ökonomischer Interessen an den Rändern, aber auch im Inneren zu erodieren.

Der Natur- und Umweltschutz war und ist mehr als nur ein „Sicherheitssystem“ der Natur- und Kulturlandschaftsräume. Er beeinflusst einen und wird beeinflusst von einem postmaterialistisch-reflexiven, hedonistisch eingefärbten Lebensstil („Nachhaltigkeit“, „Bio“, „Slow Food“, „Wellness“, „Lohas“). Der drohende Klimawandel stärkt diesen tiefgreifenden Bewusstseins- und Wertewandel. Im Tourismus spricht man vom Übergang von der Spaß- zur Sinngesellschaft. Generell begannen die Chancen für einen „sanften“ Tourismus und eine „alternative“ Ökonomie zu steigen. Die unverfügbaren Räume („Wildnis“) werden weltweit immer attraktiver (und verfügbarer). Der Alpenraum, inmitten eines urbanen Mitteleuropa, ist prädestiniert für diese Entwicklung. Neue Märkte, in ihrer „Profit-Dynamik“ eingeebnet von den Wertsetzungen „regionaler Identitäten“, wurden zu Hoffnungsträgern für einen selbstbestimmten, „authentischen“ Alpenraum: „Wir Alpen – neues Denken, Neues denken“ wurde zum Paradigma der CIPRA: Eine neue, reflexive Moderne sollte in den Alpentälern ihre Chance bekommen, nicht zuletzt indem sie mit den Taburäumen in den Hochlagen (und deren Mythos) kreativ korrespondiert.

Es entstand eine neue symbolische Ordnung mit einer eigenen Semantik – und damit bisher unbekanntem Perspektiven auf die Lösung von Strukturproblemen, aber auch auf die Optionen, die auf den Hochlagen seit den 1970er Jahren herangewachsen waren.

Das Strukturproblem: Das über die Hochlagen gelegte Veränderungs-Tabu hatte einerseits die Existenz der Almen gesichert und zum Überleben an den Subventionstropf gehängt, andererseits, außer ihrer ziemlich lückenlosen Erschließung, ihre Modernisierung (mit Ausnahme der „Melkviehalmen“, siehe unten) und die touristische Nutzung größeren Stils verhindert. Der Wandel in der Landwirtschaft, auch der mentale Wandel, und die Unsicherheit staatlicher Zuschüsse gefährden unter diesen Umständen die Zukunft der „Grenzertragslage Alm“.

Die Option: Auf diese Weise wurde nicht nur eine weitgehend „unverfügbare Natur“ bzw. „archaische Kulturlandschaft“ konserviert (und mystifiziert), sondern gleichsam eine ökonomische „Tabula rasa“ inmitten eines dynamischen Wirtschaftsraumes vorbereitet, die in ihrer unbefleckten Attraktivität nur darauf wartet, monetär zum Blühen gebracht zu werden.

Die Hard Skills, die „Techniken des Profits“ der bisherigen Erschließung waren zu schwach für ihre großräumige Eroberung in ökonomischer Absicht. Ihnen gilt ja gerade das Tabu: Jede Almerschließung geriet so zum Konflikt, jeder Lift ins andere, noch unberührte Tal wurde zum bekämpften „Tabubruch“, jeder Stausee zum langjährigen Fight mit den Bürgerinitiativen und Naturschutzverbänden.

Den Soft Skills dagegen, also der „sozialen Kompetenz“, der Fähigkeit, Wertsysteme zu erkennen und sich an diese zu halten bzw. sich ihnen anzuschmiegen, eröffnen sich dergestalt – ursprünglich ungeahnte – neue Möglichkeiten und damit neue Räume. Denn die neuen, „alternativen“ Werte richteten sich ja gerade gegen den Eroberungs-

rungsgeist der Hard Skills – vor den neuen Soft Skills wird das „Tabu der Bergwelt“ selber schwach: Ein „sanfter“ Tourismus auf der Alm („Wellnessalm“) könnte dauerhaft die unsicheren staatlichen Subventionen flankieren und so die Almwirtschaft mit ihrer reichen Biodiversität retten, das „Standing“ der Tourismusorte in der globalen Konkurrenz könnte mit einer ästhetischen Neuinszenierung der Landschaft vom Tal bis zum Gipfel im regionalen Geiste („Landschaft als Produkt“) gestärkt werden. Naturschutzgebiete, in die man spektakuläre naturpädagogische Zentren baut, lassen sich mit einem „Mehrwert für die Natur“ vermarkten – und bekommen, wie die Mittentaler „Bergwelt Karwendel“, 2009 den Preis der Alpenkonvention für ein „nachhaltiges Tourismuskonzept“. Auch der Zweck von so harten Projekten wie Wasserkraftwerken wird sich in nicht zu ferner Zukunft im neuen Sinne umdefinieren lassen: Es handelt sich dann nicht mehr um lukrative, naturzerstörerische Unternehmungen, sondern sie sichern regional die nachhaltige Energieversorgung und dienen nicht mehr, wie früher noch, der „Veredelung“ von Atomstrom, sondern speichern regenerative Energie aus Windkraft – auch wenn das nur die halbe Wahrheit sein wird.

Die Soft Skills bieten Lösungen für die Strukturprobleme der Hochlagen, sowie Optionen für tragfähige Konzepte im Sinne der Werte der Nachhaltigkeit oder zumindest eines neuen Lebensstils, der mit diesen Werten korrespondiert. Und sie haben mit einer alternativen Ökonomie, im Medium der authentischen Kraft regionaler Märkte, die Chance, diesen Prozess auch wirtschaftlich tragfähig zu gestalten.

Das Ergebnis könnte allerdings eine subkutan stattfindende flächendeckende „Enttabuisierung der Bergwelt“ sein – und sie würden damit die Hochlagen langfristig öffnen für einen harten Tourismus, der auf diese Chance nur wartet (der „Berg als 365-Tage-Bühne“).

### **Auftaktsymposium am 7.5.2009**

#### **„Perspektiven der Höhenlandwirtschaft in den Alpen“**

Der VzSB will die Frage „Bergwelt ohne Tabu?“ in mehreren Symposien in den kommenden Jahren stellen. Im Fokus steht die skizzierte Dialektik des Übergangs von den Hard Skills zu den Soft Skills, mit denen das Potential der Hochlagen in Wert gesetzt werden könnte. Wir beginnen in diesem Jahr mit den Strukturproblemen der Almwirtschaft und ihren Lösungsversuchen – und beleuchten damit auch die These vom Übergang von den Hard Skills zu den Soft Skills: Das Konzept der Melkviehalmen, wie es insbesondere in Tirol und Vorarlberg betrieben wird, steht noch ganz im Zeichen der Hard Skills, des „Gewusst wie“, ohne auf irgendwelche Wertsetzungen außerhalb der kruden Ökonomie zu achten: Eine bestens ausgebaute Infrastruktur optimiert die Transportkosten, mit Kraftfuttereinsatz wird die (subventionierte) Milchleistung garantiert, Almgebäude werden der modernen Viehhaltung angemessen, die entstehende Gülle wird auf den Almen ausgebracht und führt zu großflächigen Biodiversitätsverlusten. Das „Tabu der Bergwelt“ ist nicht Medium, sondern Behinderung der Veranstaltung. Die Gründe, die Almwirtschaft als besonderen Raum der biologischen Vielfalt und als eine der ästhetischen Attraktionen der Moderne zu erhalten, sind zumindest den unmittelbaren Akteuren und ihren Vertretern entfallen.

Ganz anders die Versuche, ein zweites wirtschaftliches Standbein für die Almwirtschaft aufzubauen. Die Unsicherheit der Subventionen in einer sich verändernden Landwirtschaft im globalen Rahmen (EU, WTO) scheint dies zwingend zu verlangen – sofern man die Almwirtschaft im bisherigen Umfang aufrecht erhalten will. Dies ist ein alpenweiter Trend: Formen des „sanften“ Tourismus sollen die Almwirtschaft mit den regionalen Märkten zusammenführen und dem urbanen Publikum öffnen. Belehrt von den Soft Skills der Alternativökonomie werden

aus Kuhalmen „Wellnessalmen“ und esoterische „Kraftplatzalmen“, aus der Sennerin wird das „Feng-Shui-Mädel“ und im Käsezuber nimmt man das Freiluftbad. Das „Tabu der Bergwelt“ wird selbst zur Attraktion – auch wenn es sich in dieser Form der Inwertsetzung aufzulösen beginnt. Voraussetzung dazu ist die Motorisierung des Zugangs, also eine Verkehrs-Infrastruktur – mit der die Almregionen allerdings schon längst, ohne dass dies intendiert worden wäre, für eine solche Entwicklung „aufgeschlossen“ worden sind.

Im Symposium soll die Ambivalenz dieses neuen Weges vor der Folie der Melkviehalmen diskutiert werden. Aber auch die Dynamik, die damit angestoßen wird: Die sanfte Variante wird sich, wenn sie das „Tabu der Bergwelt“ noch weiter erodiert hat, gegen den Sog des harten Tourismus nicht immunisieren können.

Die entscheidende Frage wird sein: Gibt es Alternativen? Welche Herausforderungen kommen angesichts dieser Perspektiven auf den Naturschutz zu? Welche Werte kann er einer Alternativ-Ökonomie entgegensetzen, die ja von seinem eigenen Geiste befruchtet ist? Was bedeutet das für die Alpenvereine, die bisher das Paradigma der puristischen und, was den Krafteinsatz betrifft, strikt reziproken Form der Begegnung des modernen Menschen mit der Bergwelt hochgehalten haben? Dieses – touristische – Paradigma ist nämlich das einzige, das mit dem „Tabu der Bergwelt“ ästhetisch und sportlich korrespondiert, d.h. es voraussetzt, es respektiert und langfristig weder das Tabu noch die Natur der Bergwelt aufzehrt.

Verfasser: Rudi Erlacher, 2. Vorsitzender des VzSB