

TOURISMUS & WISSENSCHAFT

Karlheinz Töchterle sieht so manche Möglichkeit, wie sich Wissenschaft in den für Tirol wichtigen Wirtschaftszweig des Tourismus einbringen kann.

„Vielleicht ist dieses Gefühl, auch ungefragt Teil eines Angebots und gleichsam Verkaufsobjekt zu sein, der tiefste Grund grassierender Tourismusskepsis.“



KARLHEINZ TÖCHTERLE

wurde 1949 in Brixlegg geboren. Er studierte Klassische Philologie und Germanistik in Innsbruck, Konstanz und Padua, habilitierte sich 1986 in Klassischer Philologie und hatte Gastprofessuren in Graz und München. 1997 wurde er Professor an der Uni Innsbruck, 2000 übernahm er die Leitung des Instituts für Sprachen und Literaturen. 2007 wurde er Rektor der Universität Innsbruck, im April 2011 parteifreier Wissenschafts- und Forschungsminister. Seit Dezember 2013 übt Töchterle ein Nationalratsmandat aus und ist wieder an die Universität Innsbruck zurückgekehrt.

Seit Jahrzehnten blase ich in der heimatischen Musikkapelle nun schon das Flügelhorn. Wenn wir am Morgen durch das Dorf marschieren, lösen wir nicht nur bei Gästen aus Fernost den typischen Foto-reflex des Exotischen aus, während uns zähe Reste jugendlicher Nachtschwärmer erstaunt und verständnislos nachstieren. Meine Frau war in ihrer Jugend Mitglied einer Schuhplattlergruppe, die – durchaus gekonnt und niveauvoll – ihr Publikum mit Tirolität unterhielt. Mehrere Familienmitglieder, mich eingeschlossen, arbeiteten einst als Skilehrer und bedienten das Klischee des Tiroler Bergfexen und Naturburschen.

Tourismus in Tirol ist also ein besonderes Geschäft, denn er vermarktet Tirol mit Haut und Haar, nicht nur Betten und Berge, Hotels und Hütten, Seen und Seilbahnen, nein, das ganze Land samt seiner Bewohner ist „Produkt“.

Vielleicht ist dieses Gefühl, auch ungefragt Teil eines Angebots und gleichsam Verkaufsobjekt zu sein, der tiefste Grund grassierender Tourismusskepsis. Es gibt offensichtlichere, vor allem die Erschließungswut des Wintertourismus, der mit Aufstieghilfen und Pisten Wunden in unsere Landschaft reißt, aber auch die schiere Masse der Gäste, die unsere Infrastruktur immer öfter an ihre Belastungsgrenzen führt. Im Zillertal z. B. ist das Straßennetz zu Stoßzeiten stets hoffnungslos verstopft.

Die Kehrseite: Der Tourismus bringt Wohlstand, und zwar nicht nur den an ihm direkt Teilhabenden. Sonst von Abwanderung bedrohte Seitentäler und Randregionen Tirols können so nicht nur wirtschaftlich bestehen, sondern sogar blühen und Arbeitspendler anlocken. Wer Tirol abseits des Zentralraums mit geografisch analogen Peripherien in anderen Ländern vergleicht, sieht diese segensreiche Wirkung des Tourismus ganz klar: dichteste Strukturen, wo auch in kleineren Gemeinden alles, und das meist fußläufig, zu Gebote steht, vom Arzt bis zum Zeitungskiosk.

Als banales Fazit bleibt, die Vorteile dieses Wirtschaftszweiges für unser Land zu sehen und zu nützen, seine Nachteile nicht zu leugnen und möglichst zu minimieren. Die einleitend angedeutete Totalität unseres touristischen Angebotes ist dabei Stärke und Schwäche zugleich. Während andernorts ein komplett ausgestattetes Resort reichen mag, bedarf unser Konzept, in dem der Gast nicht nur eine Ferienanlage, sondern größere Landschaftsräume einschließlich ihrer Bewohner und deren Kultur ‚konsumiert‘, einer inneren Stimmigkeit, die nur gelingt, wenn alle Akteure, belebte wie unbelebte, daran schlüssig mitwirken. Dies aber fordert vom Tourismus in hohem Ausmaß soziale, kulturelle und ökologische Verträglichkeit ein. Gelingt diese, wird unser Totalkonzept erfolgreich und international konkurrenzfähig bleiben.

Die hier vertretene Sicht fordert insbesondere Politik und Wissenschaft zu vernetztem Handeln und Forschen. Weder reicht es für jene, mit touristischen Vorhaben punktuell umzugehen, noch für diese, sich in ihren Fragestellungen auf eng touristische zu beschränken. Gerade in Tirol ist die Beachtung von Einbettungen und Kontexten unentbehrlich, unsere Universität böte da mit ihrer Fülle an Disziplinen beste Voraussetzungen.

Dazu ermutigen können erkennbare ähnliche Ansätze bei den Akteuren selbst, sowohl bei den Betreibern des touristischen Geschäfts als auch bei den konventionell als Gegnern angesehenen ‚Umweltschützern‘. Abgesehen von ein paar Fundamentalisten haben sich viele Tourismusverantwortliche längst entsprechende Sehweisen angeeignet und richten ihr Handeln danach aus. Kürzlich etwa hörte ich den Geschäftsführer der Bergbahnen von Mayrhofen berichten, dass dort die Schneeproduktion auf Basis genauester und natürlich digital vernetzter Daten und Programme auf ein Mindestmaß reduziert wird, was Ressourcen, aber auch Geld spart. Auch hier ist natürlich viel Wissenschaft am Werk, die sich in Analyse und Gestaltung noch wesentlich umfassender in diesen für uns so wichtigen Wirtschaftszweig einbringen könnte.