

Innsbrucker Manifest des Alpenraums zur tourismuspolitischen Zusammenarbeit im Alpentourismus

verabschiedet anlässlich des
1. Politischen Gipfeltreffens der Tourismusminister alpiner Regionen
am 13.09.2010 in Innsbruck, Tirol

Am Beginn des 21. Jahrhunderts steht der Alpenraum vor grundlegenden politischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Herausforderungen. Wir, die tourismusintensiven Alpenregionen Österreichs (Kärnten, Salzburg, Tirol, Vorarlberg, Oberösterreich), Italiens (Südtirol, Trentino, Belluno), Deutschlands (Bayern), der Schweiz (Graubünden, Wallis) und Liechtensteins, bekennen uns zu einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit, um unseren Lebensraum als Tourismusdestination erfolgreich zu positionieren und strategisch aufzuwerten. Der mächtige Alpenbogen bildet die gewachsene Plattform für die Definition gemeinsamer touristischer Interessen, für eine wirksame Vernetzung unserer Stärken und für eine Allianz zur Wahrnehmung unserer touristischen Chancen.

Die Zeichen für ein deutliches Signal im Alpentourismus stehen günstig. Mit der ausdrücklichen Erwähnung im Vertrag von Lissabon wird der Tourismus politisch zu einem wichtigen Aufgabenfeld der Europäischen Union aufgewertet. Die „Madrid Declaration“ der für Tourismus zuständigen Minister der EU vom 15.4.2010 ist sowohl auf eine bessere Koordinierung der tourismuspolitischen Aktivitäten als auch auf die gezielte Förderung eines innovativen, nachhaltigen und sozialen Tourismus in Europa gerichtet. Die Europäische Kommission hat mit Mitteilung vom 30.6.2010 die im Vertrag von Lissabon verankerten zusätzlichen Kompetenzen im Tourismus mit einem konkreten Aktionsrahmen unterlegt. Mit dem Konzept der „Makroregionen“ liegt zudem ein europäisches Modell für die Zusammenarbeit zusammenhängender Räume bzw. Themenfelder vor, das wir Länder des Alpenraums nutzen wollen. Eine weitere wichtige Basis für eine erfolgreiche Kooperation der Alpenstaaten sowie der Alpenregionen ist die Alpenkonvention mit ihren Protokollen.

Vor diesem Hintergrund sind wir überzeugt, dass die Stärkung der tourismuspolitischen Zusammenarbeit der Alpenländer nicht nur ein Gebot der Stunde, sondern auch eine Chance darstellt, den Tourismus in den alpinen Regionen nachhaltig zu fördern und damit eine wichtige Lebensgrundlage der Menschen in diesen Gebieten zu sichern. Wir handeln dabei aufeinander abgestimmt im Lichte der folgenden Eckpunkte dieser Deklaration.

* * *

I. Die Alpen sind unsere touristische Identität

Der Alpenraum verfügt als stark ländlich und kleinstädtisch strukturierter Lebensraum in imposanter Bergkulisse über einen eigenen, unverwechselbaren Charakter. Für die Gebirgsregionen ist der Tourismus als Leitwirtschaft ein wichtiger Wirtschafts- und Wohlstandsfaktor und damit unverzichtbar im Kampf gegen Entsedelung und Abwanderung. Der Tourismus in den Alpenregionen ist historisch geprägt von der Liebe zur Heimat, von Pioniergeist, Wettbewerbsstärke und Innovationswillen. Als selbstbewusste, weltoffene Länder finden wir den Ausgleich zwischen dem Bewahren unserer alpinen Ressourcen und der aktiven Teilhabe am touristischen Fortschritt. Die Authentizität, mit der wir Tourismus praktizieren, wird mit Vertrauen und Treue unserer Gäste belohnt.

Die langfristige Sicherung des alpinen Tourismus durch tragfähige und nachhaltige Lösungen verlangt aber nach einem grenzüberschreitenden Zusammenwirken der politischen und wirtschaftlichen Kräfte im Rahmen einer institutionalisierten Verständigung. Wir können voneinander lernen und uns gegenseitig unterstützen. Wir forcieren daher einen stärkeren Austausch bewährter Praktiken etwa im Bereich der touristischen Aus- und Weiterbildung mit dem Ziel, die Qualität in diesem Sektor ständig zu verbessern. Darüber hinaus werden gemeinsame Strategien entwickelt, um die Motivation, selbständig oder unselbständig im Tourismus tätig zu werden, zu fördern. Wir wollen das Bekenntnis der Bevölkerung zum Tourismus weiter stärken und unsere Identifikation mit dem Alpenbogen mit vereinten Kräften ins allgemeine Bewusstsein rücken.

II. Die Alpenbewohner sind bewährte Gastgeber

Seit jeher heißen wir Gäste im Bergland willkommen. Unsere kleinteiligen Betriebsstrukturen und der hohe Anteil an familiengeführten Unternehmen gewinnen in einer globalisierten Welt zunehmend an Bedeutung. Die Alpen sind ein wahres Refugium mit Herzlichkeit. Die Serviceorientierung und die Kompetenz der Touristiker im Alpenraum stellen in Verbindung mit ihrem Bekenntnis zu Qualität die wesentliche Basis für den Erfolg dar. Selbstbewusstsein als Gastgeber und Dienstleistung bilden eine symbiotische Einheit.

Der Tourismus ist ein wichtiger Arbeitgeber und steht in positiver Wechselwirkung mit dem gesamten Wirtschaftskreislauf. Die Alpenländer leben vom Engagement ihrer Bevölkerung für den Tourismus. Eine langfristige Absicherung eines kompetenten Fachkräftenachwuchses ist für die Tourismusregionen im Alpenraum überlebensnotwendig. Wir werden gemeinsame Strategien und attraktive Austauschprogramme entwickeln, um die Jugend an die Tourismusbranche heranzuführen. Im gemeinsamen Dialog schaffen wir Modelle mit dem Ziel, für die mitarbeiterintensive Tourismusbranche auf eine steuerliche Entlastung des Faktors Arbeit hinzuwirken. Das Engagement der UnternehmerInnen und der Dienst am

Kunden müssen honoriert werden, um ungeachtet zahlreicher Mühen die Begeisterung für die Arbeit im Tourismus zu erhalten.

III. Die Alpen sind ein unvergleichlicher Naturraum

Die majestätische Berglandschaft in all ihren faszinierenden Facetten ist unser Kapital, das sorgsam bewahrt werden muss. Dem umsichtigen Umgang mit natürlichen Ressourcen wird daher höchste Priorität eingeräumt. Dieser Grundsatz entspringt der Verbundenheit unserer Bevölkerung mit ihrem ökologisch sensiblen Lebensraum und bringt eine Reihe neuer Herausforderungen mit sich.

Die Touristiker im Alpenraum müssen sich mit der Problematik des Klimawandels aktiv beschäftigen und gemeinsame Antworten finden. Ein Anstieg der Temperaturen könnte die Zahl der schneesicheren Schigebiete deutlich reduzieren. Im Sommer hingegen könnten Alpendestinationen mit milden Temperaturen bei Gästen aus den künftig heißeren Südländern punkten. Der Klimawandel verändert aber auch das Konsum- und Freizeitverhalten der Gäste hin zu ökologischen Werthaltungen. Neue Strategien und innovative Produkte in den Alpenländern sind daher gefragt. Auch hier ist die starke Kommunikation von gemeinsamen Überzeugungen und Angeboten der Schlüssel im international verschärften Wettbewerb um den Gast von morgen. Partikulärlösungen sind oft nicht mehr zukunftsfähig.

IV. Die Alpen sind ein touristischer Intensivraum

Der Tourismus im Alpenraum hat sich als stabile Größe im Wirtschaftsgefüge und in der Raumentwicklung etabliert. Mit rund 500 Millionen Übernachtungen und 800.000 Betten senden die tourismusintensiven Alpenregionen ein starkes Signal an die Märkte in Europa und Übersee. Die Dynamik der Branche scheint ungebrochen, weltweit bescheinigen Analysen dem Tourismus auch für die kommenden Jahrzehnte ein stattliches Wachstumspotenzial. Die Alpenländer sind gefordert, die Weichen zu stellen, um an dieser Entwicklung zu partizipieren. Ein konzentriertes Marketing für die Alpen wird hier eine entscheidende Rolle spielen, um Konkurrenzangeboten wirkungsvoll entgegenzutreten zu können. Wir befürworten daher das Ziel, auf den Kernmärkten in Europa und auf Hoffnungsmärkten in Übersee einen gemeinsamen, starken Impuls zu setzen.

Neben einer schlagkräftigen Dachwerbung mit dem Thema „Alpen“ im Mittelpunkt sind jedoch auch Mechanismen zu entwickeln, um der zentralen Bedeutung des Faktors Wertschöpfung entsprechend zu genügen. Das hohe Qualitätsniveau der Alpenländer setzt ein angemessenes Preisniveau voraus, doch der steigende Preisdruck und neue Vertriebswege erschweren die Preisgestaltung. Wir erkennen die Notwendigkeit, hier zum Nutzen aller zu alpenweiten Strategien zu finden und uns gegenseitig zu stärken.

Darüber hinaus gilt es, in unserer Bevölkerung die Akzeptanz für den Tourismus hoch zu halten. Massentourismus kann auch zu Belastungen für die Einheimischen führen. Solche negativen Auswirkungen müssen durch Maßnahmen zumindest verringert werden. Es muss uns gemeinsam gelingen, die insgesamt positiven Effekte des Tourismus der gesamten Bevölkerung zu vergegenwärtigen und deren Aufgeschlossenheit gegenüber dem Alpentourismus mit einer breit angelegten Kommunikationsarbeit abzustützen. Ohne eine gastfreundliche Bevölkerung kann sich eine Destination nicht glaubwürdig als Urlaubsland definieren.

V. Die Alpen verbinden Tradition, Kultur und Innovation

Die Alpen bieten auf engstem Raum Vielfalt, Natur, Gesundheit, Erholung, Inspiration, Kultur und Tradition. Es ist zweifellos dieses Gesamterlebnis, welches den Gast fasziniert und den Alpenraum in besonderer Weise auszeichnet. Der Urlaub in den Bergen ist originär und unverwechselbar. Die alpinen Tourismusdestinationen verfügen über modernste Infrastrukturen sowie über eine qualitativ exzellente und differenzierte Beherbergungsstruktur, über hochwertige Kulinarik und ein abwechslungsreiches Sport- und Freizeitangebot. Der Schulterschluss zwischen Ursprünglichkeit und Moderne gelingt. Insbesondere der „alpine Winter“ ist eine touristische Erfolgsgeschichte und setzt Standards in der Angebots- und Produktgestaltung.

Wir sehen hier zahlreiche Möglichkeiten des intensiven Erfahrungsaustausches, der gemeinsamen grenzüberschreitenden Angebotsgestaltung und der tourismusfachlichen Abstimmung, um die alpenspezifischen Vorzüge in Szene zu setzen. Ein kreatives, harmonisches Aufeinandertreffen der verschiedenen Identitäten des Alpenraumes ist eine Bereicherung und entfaltet für den Gast einen besonderen Charme. Wir unterstützen die Kontakte unserer Verantwortungsträger, der Touristiker und Kulturträger zur Steigerung des Zusammengehörigkeitsgefühls und zur konkreten Umsetzung gemeinsamer Projekte.

VI. Die Alpen sind Europas Jungbrunnen

Der Alpenraum eignet sich wie keine zweite Destination zur Regeneration. War das Zusammenspiel von wunderschöner Landschaft, reinem Wasser, hochwertiger Nahrung sowie Flora und Fauna bereits früher unter dem Begriff der „Sommerfrische“ geläufig, so finden wir dieses Urlaubserlebnis heute aufgewertet durch verschiedenste Gesundheits-, Wellness- und Sportangebote. Die ebenso liebliche wie schroffe Berglandschaft verkörpert einen Erholungsraum für alle Alters- und Gesellschaftsschichten und bedient hervorragend die ureigenste Bestimmung eines Urlaubes: die Erneuerung von Körper und Geist. Dieser Themenbereich kann durch länderübergreifende Maßnahmen, durch strategische Grundlagenarbeit, zielgruppenspezifische Angebotsgestaltung und intelligentes Alpenmarketing noch effizienter in Szene gesetzt werden.

Daneben gilt unsere Aufmerksamkeit in besonderem Maße den jungen Gästen, um auch sie für die Vorzüge des Alpentourismus zu sensibilisieren. Hier besteht das Erfordernis, sie für den Aufenthalt in den Bergen mit maßgeschneiderten Angeboten zu begeistern und diese entsprechend zu kommunizieren. Wir fördern daher akkordierte innovative Maßnahmen auf dem Gebiet des Bergtourismus mit dem Ziel, auch jüngere Bevölkerungsschichten anzusprechen. Besonderes Augenmerk gilt hier den Berg- und Schulsportwochen.

VII. Der Alpentourismus ist überdurchschnittlich krisenresistent

Eine erfolgreiche Tourismusedwicklung geht mit einer Verbesserung von Wertschöpfung und Nachhaltigkeit sowie mit einer breiten Verankerung in möglichst vielen Wirtschaftsbereichen und Gesellschaftsgruppen einher. In diesem Sinne sind auch zukunftsfähige Programme für die Kooperation von Landwirtschaft und Tourismus sicherzustellen. Zudem braucht es etwa neue Lösungen für die finanzielle, aber auch bauliche Absicherung der alpinen Freizeitinfrastrukturen. Schließlich sind Modelle für erleichterte Betriebsübergaben zu erarbeiten.

Vor dem Hintergrund der Finanz- und Wirtschaftskrise hat sich der alpine Tourismus als erstaunlich stabilisierend und krisenresistent erwiesen. Dieser Effekt ist wissenschaftlich zu analysieren und aufzuarbeiten. Die gewonnenen Erkenntnisse können Richtschnur für uns alle sein, den Tourismus für die Unwägbarkeiten der Zukunft zu wappnen und für maßgeschneiderte Rahmenbedingungen zu sorgen.

VIII. Die Alpen sind ein Gebiet touristischer Chancen

Die sensiblen Umfeldbedingungen sowie die fortschreitende Globalisierung der Reisewirtschaft stellen die Touristiker vor neue Herausforderungen. Doch die Chancen für den alpinen Tourismus sind heute mehr denn je intakt. Die zentrale Lage innerhalb Europas sowie die klimatische Begünstigung schaffen ideale Voraussetzungen für eine Positionierung als leicht und sicher erreichbarer, landschaftlich reizvoller und gut ausgestatteter Freizeit- und Erholungsraum mit intakter Natur.

Auf dem Sektor der Besucherlenkung bestehen jedoch noch anspruchsvolle Aufgabenstellungen, die es mit dem Ziel der Schaffung von ökologisch nachhaltigen Mobilitäts- und Logistiklösungen zu bewältigen gilt. Wir setzen uns auf europäischer und nationalstaatlicher Ebene für eine bessere Koordinierung der Ferienregelungen und damit für eine Entzerrung der Reiseströme ein. Eine Verlängerung der Saisonen wirkt sich positiv auf die Umwelt und Bevölkerung aus und verbessert die wirtschaftliche Basis der touristischen Unternehmen.

Das große Potenzial der Berggebiete muss auch mit einer gemeinsamen Grundlagenforschung für den Alpenraum einhergehen. Hier werden wir ebenfalls Schwerpunkte unserer gemeinsamen Zusammenarbeit setzen und hochwertige Expertisen in Auftrag geben.

* * *

Wir fertigen dieses Manifest im Bewusstsein unserer gemeinsamen Stärke und im Vertrauen auf eine gelebte Solidarität in Kernfragen, die uns alle berühren und nur gemeinsam erfolgreich beantwortet werden können. Wir wollen den Alpenraum als wichtigstes Reiseziel Europas erhalten. Ohne unsere jeweiligen Besonderheiten oder den konstruktiven, fairen Wettbewerb untereinander zu relativieren, wollen wir Kooperationen zum gemeinsamen Vorteil pflegen und den Alpenraum als Tourismusdestination insgesamt zukunftsfähig halten. Diese Plattform bietet die Möglichkeit, touristischen Themen, die über regionale bzw. nationale Anliegen hinausgehen, Gewicht und Stimme zu geben, und kann Keimzelle einer zukünftigen Makroregion Alpenraum sein.

Hiezu wollen wir jährlich auf tourismuspolitischer Ebene unsere Beziehungen stärken, den freundschaftlichen Erfahrungsaustausch pflegen und zu akkordierten Handlungsempfehlungen finden, die in einer laufenden Zusammenarbeit unserer touristischen Organisationen ihren substantiellen Niederschlag finden sollen. Gemeinsam sollen die verantwortungsvoll erarbeiteten Anliegen des Alpenraumes im jeweiligen Verantwortungsbereich verwirklicht werden.

Innsbruck, 13. September 2010