

16 kurze Fragen und etwas längere Antworten zum Massentourismus, der touristischen Entwicklung und Bewahrung der Naturwerte der Rigi in Zeiten der Klimakrise – und warum der «Masterplan» der Rigi Bahnen AG nichts taugt

1. Frage

Sind die Alpen als Ort der Erholung gefährdet und droht ihnen die Übernutzung durch einen entfesselten Tourismus?

Antwort

Die Alpen mit ihren unvergleichlichen Berg- und Tallandschaften sind einmalig auf dem Planeten Erde. Leider zerstört der Mensch durch die zunehmende Erschliessung und Übernutzung ihren besonderen Landschafts- und Naturstatus. Die 3106 Unterzeichnenden der 1. Rigi-Petition «Nein! zu Rigi-Disney-World»¹ forderten ein Bekenntnis für eine sanfte Erholungsdestination als Top-Naherholungsdestination der Zentralschweiz. Ein zentraler Aspekt ist die Gleichwertigkeit von Naherholungsdestination und Tourismus. Die eine Funktion darf die andere nicht stören bzw. verdrängen, sondern beide sollen sich wechselseitig ergänzen und bereichern.

2. Frage

Wird der Schutz der alpinen Landschaften zu wenig ernst genommen?

Antwort

Anstatt umfassende Lösungen zum Schutz der Natur- und Landschaftswerte anzugehen, wird heute mit fragwürdigen Massnahmen überall Symptombekämpfung betrieben. Dringend notwendig sind jedoch Schutzprojekte auf der Basis einer soliden Drittmittelfinanzierung und die Information der Bevölkerung zum Stand des Umweltschutzes. Sowie ein klares Bekenntnis für die Naturwerte in der Öffentlichkeit, auch für die des Naherholungsbergs Rigi. Denn die alpinen Landschaften sind überall unter Druck.

3. Frage

Gibt es noch so etwas wie eine Urnatur, die man in den Alpen erleben kann?

Antwort

Auf der Rigi gibt es diese Urnatur schon seit langem nicht mehr. Die Rigi ist eine traditionell und vielfältig genutzte Kulturlandschaft. Fakt ist jedoch, dass in der Schweiz die noch intakte Natur wegen immer mehr Zersiedelung und Erschliessung generell gefährdet ist. Dringend notwendig sind deshalb politische Massnahmen zum Schutz der Natur und Landschaften. Für die Rigi ist wichtig, dass ihre Verfügungshoheit bei der Bevölkerung bleibt und dies per Gesetz in Nutzungs- und Zonenreglemente eingeschrieben wird. Dazu braucht es den demokratischen Prozess.

¹ https://www.petitionen.com/nein_zu_rigi-disney-world

4. Frage

Was sind Gründe dafür, dass man in der Bergwelt mit künstlichen Installationen – wie Erlebnisparks, Rodelbahnen, Skyglider und Aussichtsplattformen – ein Bergerlebnis vermitteln will?

Antwort

Es geht im Kern um eine noch kaum hinterfragte Konsumhaltung. Die Rigi Bahnen verwenden in ihrem von den Petitionen «Nein! zu Rigi-Disney-World» und «Rigi: 800'000 sind genug!»² kritisierten «Masterplan» Begriffe wie «das Authentische», «das Echte» oder das «Nichtkopierbare» als modische Füllwörter, um das kostenpflichtige Bergerlebnis zu maximieren, wobei der eigentliche Inhalt dieser Begriffe auf der Strecke bleibt. Die Rigi wird so zur austauschbaren Ware «Berg», der zum Konsumobjekt degradiert wird. Gegen dieses Denken wehren sich beide Rigi-Petitionen. Niemand will, dass die Rigi zu einem Konsumobjekt verkommt. Heute dreht sich alles um das Konsumieren von etwas und die sich zuspitzende Umweltkrise wird dabei verdrängt. Die Gefahr, dass unsere Erde unbewohnbar wird oder – optimistischer – unsere Zivilisation in Hungersnöten, Flüchtlingsströmen und Ressourcenkriegen enden könnte, wird in unserer Spassgesellschaft noch immer nicht als Hauptnachricht gesehen.

5. Frage

Was sind die Beweggründe der Touristiker, welche die Entwicklung zu noch mehr Konsum vorantreiben?

Antwort

Obschon sich viele Menschen am heute veralteten Denken stören, das noch in den Köpfen vieler Touristiker ist, sehen diese die Berge und die Landschaft als Produkt, das man rigoros vermarkten will. Das hat jedoch nichts mit Nachhaltigkeitsdenken zu tun, denn es handelt sich um eine die Zukunft zerstörende wirtschaftliche Sichtweise, die nicht einmal sieht, dass mit Künstlichkeit und Übernutzung die eigenen Lebensgrundlagen zerstört werden. Noch viel schlimmer ist die damit verbundene systematische Zerstörung der Natur. Anstatt ein Geschäftsmodell zu praktizieren, das die grossartige Natur- und Kulturlandschaft, wie wir sie auf der Rigi haben, anderen Menschen möglichst umweltschonend zugänglich macht.³

6. Frage

Waren die Alpen nicht schon in der Vergangenheit ein Ort der Inszenierung und des gelenkten Blicks oder ist das eine neuzeitliche Erscheinung?

Antwort

Der massentouristische Aufschwung im 19. Jahrhundert und die Tourismusexpansion seit den 1960er Jahren mit neuen Urlaubsstilen und Erlebniswelten sind eine Folge der Globalisierung. Es gibt also diesen globalen Trend, der sich derzeit kaum ändern dürfte. Dazu gehört ein nicht nachhaltiges Wachstum, das beim Massentourismus zu unerwünsch-

² https://www.petitionen.com/rigi_800000_sind_genug

³ Diese Entwicklung kritisierten verschiedene Leserbriefe in der Vitznauer Wochen-Zeitung. Sie lösten die öffentliche Auseinandersetzung über die touristische und ökologische Zukunft der Rigi aus. Der darin erstmals verwendete Begriff der «Disneyifizierung» ist inzwischen in die Tourismusedebatte, auch beim Landschaftsschutz, eingeflossen. Die Leserbriefe sind einsehbar via:

http://www.rene-stettler.ch/pdf/rigi_bahnen_unnachhaltigkeit_t1.pdf

https://www.rene-stettler.ch/pdf/rigi_bahnen_unnachhaltigkeit_t2.pdf

ten Begleiterscheinungen führt, wie man sie in Venedig, Barcelona und Amsterdam kennt. Die Verpflichtungen der meisten Tourismusunternehmen zu einem schonungsvollen Wachstum bleiben Lippenbekenntnisse. Der Tourismus war nie nachhaltig und ist auch heute nicht nachhaltig. Das weiss die Tourismusbranche. Sie tut es sich aber schwer das zuzugeben und gerät nun mit der Klimadebatte unter Druck.

7. Frage

Was sind die primären Risiken im künftigen Umgang mit dem Alpenraum und der Rigi?

Antwort

Der einheimische Markt wird zunehmend vom internationalen Massentourismus verdrängt. Das ist leider eine Tatsache. Die Touristiker verstehen unter Wertschöpfung beim Ganzjahrestourismus im alpinen Raum die Inszenierung von Einkaufs- und Unterhaltungsbereichen, welche die Umsätze steigern sollen. Darüber zu streiten ist sinnlos. Denn die Rigi Bahnen bestreiten die von ihnen vorangetriebene Entwicklung schon seit Beginn der öffentlichen Kritik ihrer Wachstumspläne und halten ihren «Masterplan» für den einzig gehbaren Weg. Mit dem Beharren auf dieser einseitig wirtschaftlichen Interessen gehorchenden Logik der Entwicklung sind jedoch schon auf kurze Sicht harte Auseinandersetzungen mit der Bevölkerung vorprogrammiert. Für die Bergbahnen, die von dieser Entwicklung allein profitieren, ist der kurzfristige Profit der Antriebsmotor. Der Tourismus, den sie vor Augen haben, hat die Bodenhaftung verloren.

8. Frage

Für viele Touristiker sind neue Attraktionen in der Bergwelt eine wirtschaftliche Notwendigkeit. Gibt es Alternativen?

Antwort

Der Schutz des Bestehenden ist heute wichtig und nicht die Frage, wie das Bestehende ausgebaut und neue Angebote, die kommerziell und erlebnisorientiert ausgerichtet sind, entwickelt werden sollen. Mit der Ausnahme der Optimierung der Gästeankunft auf Rigi Kulm braucht es auf der Rigi keine weiteren baulichen Eingriffe und auch keine künstlichen Erlebniswelten, denn das echte Erlebnis, die prächtige Landschaft und Rundblick, sind das schon Gegebene. Seit Jahrhunderten. Es gibt inzwischen breit diskutierte Ansätze für einen naturnahen Tourismus.⁴ Für die Rigi muss der Schutz des ökologischen Erbes im Zentrum stehen.

9. Frage

Werden letztlich auf der Rigi die Eventideen der Touristiker und künstliche Erlebnisse obsiegen? Im «Masterplan» der Rigi Bahnen AG sind verschiedene Ideen skizziert.

Antwort

2016 stellten die Rigi Bahnen AG und die RigiPlus AG ihre Visionen für die touristische Zukunft des Bergs vor. Im «Masterplan» war unter anderem die Rede von «Staffel-Alp», «Erlebnisbauernhof», «Swiss-Shopping-Welt» und «Abenteurpark Rigi». Das sorgte für Aufsehen und Kritik. Wir wehrten uns mit der 1. Rigi-Petition gegen die Disneyfizierung der Rigi. Die Rigi Bahnen beeilten sich und beschwichtigten immer wieder seit deren Lancierung. Fakt ist, dass die Spirale der Rigi-Besucherzahlen steil nach oben zeigt. Nun droht mit der

⁴ <https://www.naturnahertourismus.ch/index.php?id=14377> (8.3.20)

Schaffung von neuen Erlebnisangeboten – vor allem beim Sommertourismus – an vielen Orten in den Alpen Ungemach.

Anzufügen ist, dass der «Masterplan», der von Inszenierung, Echtheit und Glaubwürdigkeit spricht, nichts anderes als ein Widerspruch in sich selbst ist. Was ist an einer auf Rigi Staffel angedachten Schnapsbrennerei authentisch? Kirschbäume sucht man auf dem Berg vergeblich. An einem Beispiel wie diesem zeigt sich das veraltete Denken der Touristiker.

«Es bestehen aber immer noch unterschiedliche Meinungen über die Art, wie der Berg inszeniert werden soll», sagte der Verwaltungsratspräsident der Rigi Bahnen AG, Karl Bucher, zum Stand der Auseinandersetzung vor zwei Jahren. Aus diesem Satz geht hervor, dass die «Inszenierung» der Rigi nach wie vor in den Köpfen ist. Das Problem ist das kurzfristige Denken, das auf Masse anstatt auf Qualität und langfristige umweltschonende Nutzung setzt, um eine ressourcenschonende Bewirtschaftung bei allen touristischen Aktivitäten zu ermöglichen. Es geht deshalb heute darum, die beliebte Erholungsdestination vor unbedachten Eingriffen zu bewahren.

10. Frage

Gibt es alternative Tourismuskonzepte zum «Masterplan» der Rigi Bahnen AG?

Antwort

Ideal wäre für die Rigi ein Tourismuskonzept nicht für die Massen, sondern eines mit dem Fokus auf Naturerlebnis, Kulinarik, Gesundheit, ökologisches Bewusstsein und Schweizer Gäste. Nun sind das genau die schwierigen Herausforderungen beim Neubau von Infrastrukturen und sie müssen sehr vorsichtig angegangen werden, damit die Rigi nicht zu einem alpinen Disney-World verkommt. Es ist eine Gratwanderung. Das ist auch die Meinung vieler Alpenschützer.

In Erinnerung rufen muss man, dass die Rigi für die Bevölkerung «mehr als ein Berg» ist.⁵ Die Stille und Schönheit der Königin der Berge und das sie umgebende Alpenpanorama entzücken die Menschen beim Besuch auf Rigi Kulm und schon auf dem Weg dorthin. Die Rigi ist ein Kleinod der Natur mit einmaliger alpiner Panoramansicht. Nochmals: Im Zentrum muss heute der Schutz der Natur- und Landschaftswerte stehen. Also nicht «möglichst wenig, möglichst spät», sondern – angesichts der Umweltkrise – ökologische Lösungen als Vorsorgeprinzip. Denn das Gleichgewicht zwischen Natur, Alpwirtschaft und Tourismus ist heute gefährdet. Die Klimaerwärmung bringt die jahrhundertealten Traditionen der alpinen Bewirtschaftung zusätzlich unter Druck. Mit dem Klima kann man nicht verhandeln. Wenn es zu spät ist, ist es zu spät.

11. Frage

Kann der radikale Umbau in Richtung mehr Ökologie gelingen?

Antwort

Wir haben im Grunde keine Zeit mehr um diesen Umbau zu bewerkstelligen. Bereits im Sommer 2017 wurde die Obergrenze von 800'000 Rigi-Touristen pro Jahr öffentlich diskutiert.⁶ Zwei Jahre später kommen knapp eine Million Reisende jährlich auf die Rigi. Diese Massen beanspruchen täglich die natürlichen Ressourcen des Bergs, zum Beispiel das auf Rigi Kulm knapp gewordene Wasser. Auf Rigi Kulm ist das Wasser wegen des

⁵ <http://adikaelin.ch/buecher/rigi/> (8.3.20)

⁶ https://www.rene-stettler.ch/pdf/lz_23.7.17_rigibahnen_unnachhaltigkeit.pdf

Hitzesommers 2018 und allgemein weniger Niederschlagsmengen im Winter und Frühling während den letzten Jahren zu einer knappen Ressource geworden. Immer mehr Touristen bedeutet immer mehr Wasserbedarf für deren dringende Bedürfnisse und leider auch immer mehr Littering auf der Bergspitze. Das hat nichts mit Rücksicht gegenüber der Natur zu tun. Auch der ökologische Fussabdruck der Touristen aus Fernost und Übersee, die wegen einem Bergerlebnis von weit her auf die Rigi reisen, ist skandalös.

Es muss heute auch darum gehen, die durch die ClimateStrike-Bewegung öffentlich gemachte Kritik an der Politik dafür zu nutzen, um das Meinungsklima insgesamt in Richtung Ökologie zu verschieben. Die jüngeren politischen Erfolge der Grünen und Grünliberalen in der Schweiz und anderen europäischen Ländern zeigen, dass die Leute sich grosse Sorgen um die Umwelt machen.

12. Frage

Was sind die Konsequenzen für die Rigi?

Antwort

Wir fordern auf der Rigi einen massvollen Tourismus. Das, was auf der Rigi passiert, ist von grosser Bedeutung, denn die Rigi ist einer der alpinen Symbolberge. Wir erwarten vom Verwaltungsrat der Rigi Bahnen AG klare Hinweise, wie das Wachstum gebremst wird. CO₂-Reduktionsziele für die Rigi sind ein Instrument für eine ressourcenschonende Entwicklung hin zu mehr Umweltschutz und Qualitätsbewusstsein.

13. Frage

Wie sieht die Zukunft des alpinen Tourismus in der Schweiz und auf der Rigi aus?

Antwort

Es geht heute darum, ökologische Verantwortung, soziale Solidarität und wirtschaftliche Effizienz mit der ungeschmälernten Bewahrung des universellen Werts alpiner Tourismusdestinationen als Freizeit- und Erholungsdestinationen in Einklang zu bringen. Mit diesem verantwortungsvollen Ansatz und der daraus resultierenden Wertschöpfung kann die Zukunft umwelt- und ressourcenschonend gesichert werden.

14. Frage

Was sind heute Ansätze für eine umweltschonende Entwicklung alpiner Regionen? Was sind die Herausforderungen in diesem Punkt für die Rigi?

Antwort

Es geht zunächst darum, in ganz verschiedenen Bereichen neue Ansätze einer umweltschonenden Bewirtschaftung ins Auge zu fassen. Im Bewusstsein, dass bei der Gästeankunft im Tal die grössten Emissionen von CO₂ entstehen, geht es darum bei neuen Arealplanungen, wie zum Beispiel im Fall der Rigi in Arth-Goldau, Vitznau und Weggis, für bis ins Detail durchdachte Verkehrskonzepte zu sorgen. Gemeint damit sind zum Beispiel messbare CO₂-Reduktionsziele für die Gästeankunft und nicht noch mehr CO₂-Ausstoss! Das Stichwort ist hier die Elektromobilität. Es geht auch um eine verantwortungsvolle Konsumation auf dem Berg. Regionale Wertschöpfungsketten und das grüne Image der Rigi sollen gestärkt werden. Vorzeigebispiele wie das Kräuterhotel Edelweiss auf Staffelhöhe gibt es bereits.⁷

⁷ <https://www.kraeuterhotel.ch/index.php/de/> (8.3.20)

Für die Schweiz wie auch für die Naherholungsdestination Rigi muss der vom Bundesrat am 8. März 2013 verabschiedete Aktionsplan «Grüne Wirtschaft» für alle Akteure zur verbindlichen Grundlage werden. Das bedeutet, dass der Konsum ökologischer und die Kreislaufwirtschaft mit fünf Umsetzungsschwerpunkten gestärkt werden soll: Konsum, Abfälle, Ziel, Messung und öffentliche Information. Naturnahe Lebensräume sollen auf der Rigi wiederhergestellt werden. Massnahmen im Bereich Altlasten, Wanderwege und der Bewahrung der Biodiversität sind oberstes Gebot. Denn wir stehen an der Schwelle zur 6. Aussterbekatastrophe der Arten. Schon auf einer Wanderung auf der Rigi spürt man, wie sich die Umwelt verändert und vor allem mit welchem erschreckenden Tempo das geschieht.

15. Frage

Wie könnten der Tourismus auf der Rigi und die Alpenlandschaft in Zukunft aussehen?

Antwort

Für die beiden Rigi-Petitionen und ihre Unterzeichnenden ist elementar, dass die Rigi ein allen Menschen zugängliches, nicht unter dem Diktat der Kommerzialisierung stehendes positiv-emotionales Raumerlebnis ermöglicht. Denn die Rigi soll auch ein Erholungs- und Freizeitraum für unsere Nachkommen bleiben: Für das Wandern und den beschaulichen Genuss der einmaligen Berglandschaft.

Im Kern geht es bei den beiden Petitionen «Nein! zu Rigi-Disney-World» und «Rigi: 800'000 sind genug!» deshalb um Qualität und Mass – und nicht Quantität und Masslosigkeit auf dem touristischen Anziehungspunkt Rigi. Niemand möchte, dass die Rigi von einem «totalen» Tourismus dominiert wird, wie ihn der Alpenforscher Werner Bätzing in seinen Büchern kritisiert. Leider ist auf der Rigi genau dies schon heute schon der Fall. Der Massentourismus schadet der Rigi auf lange Sicht. Gegensteuer ist also das Gebot der Stunde.

Wir haben eine «Öko-Oase» auf Rigi Kulm zur Diskussion gestellt.⁸ Das war durchaus ernst gemeint. Während dem bis 2040 angelegten Projekt soll immer wieder aufs Neue evaluiert werden, wie die Rigi als Ort für ressourcenschonendes Denken und Handeln bei Besucherinnen und Besuchern ankommt. Nicht als Renaturierungsprojekt, sondern als ein Projekt an dem sich jeder Rigidast am Umweltschutz direkt beteiligt und die dort erzählten Geschichten weiter erzählt – wie nämlich der respektvolle Umgang mit der Natur in einer Welt mit endlichen Ressourcen praktiziert werden kann und was dies für den einzelnen Menschen bedeutet.

16. Frage

Was sind die Forderungen für den Freizeittourismus?

Antwort

Der Tourismus polarisiert, seit es ihn gibt. Er enthüllt zahlreiche Positionen zwischen kompromissloser Zustimmung zu einer den Menschen beglückenden Selbstverwirklichung mit Erholungsanspruch und kritischer Ablehnung aufgrund seiner Schadenswirkungen durch Unterhaltungsverdummung und Umweltzerstörung, die vermeidbar ist.

Wir fordern mit zwei Petitionen einen Systemwechsel im Tourismus: Weg vom Massentourismus und hin zum – auch in der Schweiz immer wieder beschworenen – Qualitätstourismus. Diesen Systemwechsel braucht es, auch auf der Rigi, davon sind wir überzeugt.

⁸ https://www.rene-stettler.ch/pdf/stille_auf_der_rigi_t2.pdf

Wir glauben daran, dass nicht die Massen den Erfolg des Tourismus in der Schweiz bestimmen werden, sondern die intakte Natur über Erfolg oder Misserfolg entscheiden wird.

Die Rigi Bahnen müssen also bei sich anfangen und etwas ändern. Nämlich zuerst einmal ihre normativen Sachzwänge offenlegen und dann den Gästemix nicht mehr einseitig auf die ausländischen Märkte – vor allem Asien – ausrichten, sondern auf eine Kundschaft, die mit dem Zug oder Bus anreist und nicht mit dem das Klima killenden Flugzeug über 8000 Kilometer Distanz. Es ist denkbar via Marketing entsprechende Alleinstellungsmerkmale und Anreize für die Rigi zu schaffen, um die Leute von umweltschonenden Formen des Anreisens zu überzeugen und zu belohnen. Die Rigi könnte mit einem ökologisch-ausgerichteten Marketing zum grünen Erholungsberg Europas werden.⁹

Wir haben die «Charta Rigi 2040» entworfen deren hoher Verbindlichkeitsgrad nicht mehrheitsfähig war, weil sie klare Verpflichtungen einfordert.¹⁰ Diesen Verpflichtungen, die den Realitätstest bestehen, liegt der 2018 erschienene faktenorientierte Bericht des Club of Rome «Wir sind dran. Was wir ändern müssen, wenn wir bleiben wollen» zugrunde. Die Charta formuliert Ziele für den Schutz des Rigigebiets, Verminderungsstrategien zur Reduktion der CO₂-Emissionen um 100% in drei 4-Jahres-Schritten über die nächsten 12 Jahre sowie die Umsetzung des schon erwähnten vom Bundesrat im Jahr 2013 verabschiedeten Aktionsplans «Grüne Wirtschaft».

15. März 2020

Text / Redaktion: © Dr. phil. René Stettler, Kulturwissenschaftler, Rigi Kaltbad



Aus diesem Text darf im Rahmen akademischer Konventionen zitiert werden. Er darf für den persönlichen Gebrauch heruntergeladen, jedoch nicht ohne Erlaubnis des Autors veröffentlicht werden (zum Beispiel via E-Mail, Mailinglisten, Newsletter, Internetforen, Webseiten, soziale Medienplattformen etc.).¹¹

⁹ <https://www.blick.ch/news/schweiz/zentralschweiz/bis-zu-70-millionen-franken-sollen-investiert-werden-wird-die-rigi-zum-disney-land-oder-zur-oeke-oase-id7805992.html> (8.3.20)

¹⁰ https://www.rene-stettler.ch/pdf/charta_rigi_2040_entwurf_rs.pdf

¹¹ Weitere Leserbriefe, Berichte und Medienmitteilungen zur aktuellen touristischen Entwicklung der Rigi sind über folgende Links einsehbar:

<https://www.rene-stettler.ch/essays-texte.html> (rechte Spalte)

<https://www.rene-stettler.ch/medienberichte.html#1>