

ANALYSE zum anhaltenden Bauboom auf den Berggipfeln im Dienste der Massen

# Schizophrenie in den Alpen

Das ewige Eis hat sich weit auf die Alpengipfel zurückgezogen. Wohin man blickt - statt in der Eiszeit wähnt man sich in der Eisenzeit: Metallkonstruktionen schiessen wie Pilze aus dem auftauenden Permafrostboden. Hier eine Sommerrodelbahn, da neue Masten für eine grössere und noch schnellere Gondelbahn. Hier eine Hängebrücke, da eine neue Aussichtsplattform. Jüngstes Beispiel: eine 107 Meter lange Hängebrücke im Gebiet Glaciers 3000 bei Gstaad BE. Die weltweit erste Hängebrücke, die zwei Berggipfel miteinander verbindet, wie die Marketing-Leute bald feststellten.

Weitere Beispiele gefällig? In den Glarner Alpen ist eine 45 Meter lange Hängebrücke geplant, inklusive Aussichtsplattform. Auch diese Konstruktion soll dereinst Wanderer in grosser Zahl ins Gebiet Elm-Ämbächli locken. Die grösste Touristenattraktion der Alpen liegt allerdings - wie der «Peak Walk» - im Berner Oberland: Das Jungfraujoch ist «Top of Europe». Nun herrscht ganz grosser Bahnhof auf der höchstgelegenen Eisenbahnstation Europas: Einem neuen Projekt mit über 60 Meter hohen Masten vor der Eiger nordwand sei Dank, sollen künftig noch mehr asiatische Touristen auf 3500 Metern über Meer in Empfang genommen werden («Nordwestschweiz» vom 24. Oktober 2014).

## Touristengaudi auf 3000 Metern: im Raupenfahrzeug herumkarren

Die Argumente der Bergbahnen sind bestechend. Es gehe darum, konkurrenzfähig zu bleiben in einem schwierigen Markt. Dank der Investitionen sollen Besucher in Scharen kommen. Die Elmer konnten sogar die Schweizer Berghilfe an Bord ziehen. 500 000 Franken, und damit ein Drittel der Projektkosten, schiesst diese gemeinnützige Hilfsorganisation ein. Dass die Berghilfe bei ihrem finanziellen Engagement die Finanzierung eines Touristengaudis mit einschliesst, ist ein Novum. Zwar hängen hier und dort Brücken mit Berghilfe-Beteiligung, sie dienen aber primär zu Verbindungs- und Transportzwecken. Etwa um es Bergbauern zu ermöglichen, eine abgelegene Alp sicher zu erreichen.

Auch bei der nun eingeweihten Brücke im Gebiet Glaciers 3000 handelt es sich um eine rein



**Daniel Fuchs**  
«Schein und Sein klaffen auseinander. Es bleibt das Gefühl, von findigen Bergvermarktern gehörig übers Ohr gehauen worden zu sein.»

touristische Angelegenheit: Die Besucher hängen über die Brücke und müssen über den gleichen Weg wieder zurück. Der «Peak Walk» stösst Landschaftsschützern sauer auf. Das ist «der Gipfel der Dekadenz», schrieb die Organisation Mountain Wilderness. Die Brücke habe null Funktion, ausser «einer gesättigten Spassgesellschaft auf knapp 3000 Metern zu einem weiteren Adrenalinkick zu verhelfen». Glaciers 3000 ist Landschaftsschützern schon lange ein Dorn im Auge: Der kaum noch vorhandene Gletscher dient nicht nur als Skigebiet, sondern auch als Helikopterlandeplatz. Eine Sommerrodelbahn ist wegen des vielen Schnees häufig gar nicht in Betrieb. Hinzu kommt ein zum «Snowbus» umgebautes Raupenfahrzeug, mit dem Touristen über den Gletscher gekarrt werden.

## Massentourismus ja, Masseneinwanderung nein

Mit Unterstützung der Bevölkerung wollen die Bergbahnen in eine Richtung: Immer mehr Menschen sollen auf die Berge befördert werden. Das lässt die Kassen klingeln. Massentourismus ja, Masseneinwanderung nein. Dass sich gerade die Berggebiete letzten Februar für ein Ja zur Masseneinwanderungsinitiative ausgesprochen haben, ist vor dem Hintergrund dieses Baubooms in den Bergen nur schizophren.

Aufs Jungfraujoch werden auch bei schlechtem Wetter Hunderte Touristen gebracht. Auch wenn sie bei einem Schneesturm keinen Meter von der Gletscherwelt zu sehen bekommen werden. Schein und Sein klaffen auseinander: So spektakulär ein «Peak Walk» auf den 2971 Meter hohen Scex Rouge im Gebiet Glaciers 3000 auch klingen mag, so wenig fiel Besuchern vorher überhaupt auf, dass es sich bei der sechs Meter tieferen Erhebung um einen Gipfel handelt, auf der Bergstation und Ausgangspunkt für die Hängebrücke stehen. Die Schweizerische Depeschagentur nannte diesen «ersten» Gipfel ganz pragmatisch «View Point». Auf der Schweizerischen Landeskarte ist nicht einmal ein Name vermerkt. Was aber bleibt? Nervenkitzel für ein paar Meter, den man sich im Vergnügungspark ebenso holen kann. Und das Gefühl, von findigen Bergvermarktern gehörig übers Ohr gehauen worden zu sein.

@ daniel.fuchs@azmedien.ch

## KOMMENTAR

### Keine Angst vor einer Flaniermeile

Gemäss der Initiative des Schlierener GLP-Gemeinderats Nikolaus Wyss soll die Strasse zwischen Bahnhof und Stadtplatz zur Flaniermeile werden. Damit macht sich Wyss dort keine Freunde. Obwohl selbst den Geschäftsbesitzern die Bahnhofstrasse nicht gefällt, wollen sie keine Veränderung.

Die Gewerbler befürchten, dass Kunden fernbleiben, wenn diese nicht mehr direkt vor den Geschäften parkieren dürfen. Die



von Bastian Heiniger

## Die Geschäftsbesitzer fürchten Umsatzeinbusse, falls die Bahnhofstrasse autofrei wird.

se Angst ist verständlich. Die Geschäftsbesitzer verbinden mit der Veränderung Umsatzverluste und damit existenzielle Probleme. Es gibt allerdings Argumente, welche die Ängste unbegründet erscheinen lassen:

Wenn die Fussgängerzone attraktiv gestaltet wird, bringt das eine Aufwertung. Wo sich Pendler und Passanten wohlfühlen, verweilen sie länger. Und wenn einst die Limmattalbahn auf dem Stadtplatz halten sollte, wird es so oder so mehr Passanten geben. Die Strasse wird belebter. Gemäss der Zentrumsplanung soll der Verkehr im Ortskern ohnehin reduziert werden. Allein deshalb macht es für die Geschäfte Sinn, sich über kurz oder lang stärker auf Fussgänger auszurichten. Doch selbst die motorisierten Kunden finden dann noch genügend nahe Parkplätze: Vom Bahnhof, Parkside oder dem Alten Gemeindeplatz dauert es kaum eine Minute bis zur Bahnhofstrasse - zu Fuss.

Eine Fussgängerzone wäre ein erster Schritt zu einem belebteren Zentrum. Davon profitieren letztlich beide Seiten. Die Einwohner wie auch die Gewerbler.

@ bastian.heiniger@azmedien.ch

## Wer Fortschritt fordert, muss Wachstum wollen!

Auf Wachstum verzichten, das heisst: Auf neue Ideen verzichten

Wachstum der Wirtschaft heisst vor allem: Wachstum des Wissens. Und zwar jenes Wissens, das an den Weltmärkten Werte schafft. Genau so sind wir wohlhabend geworden: durch die Entwicklung unserer Technik im zunehmend globalen Wettbewerb, durch Ideen und Innovationen, durch den Einfallsreichtum der Menschen. Das statistische Ergebnis: ein hohes Pro-Kopf-Einkommen. Wichtiger ist aber das, was gesellschaftlich erreicht wurde: eine hohe Lebensqualität mit guter medizinischer Versorgung, ausgebautem Sozialstaat, solider Bildung, vielfältiger Kultur und gepflegter Umwelt. Es ist Fortschritt auf fast allen Gebieten.

Auf Wachstum verzichten, das hiesse also: nicht nur auf neue Ideen verzichten, sondern auch auf deren grossen sozialen Ertrag. Das wäre ein hoher Preis. Wachstumskritiker sehen nun das Wachstum zwingend an Grenzen stossen. National sind es die Grenzen der Innovationskraft in einer alternden Gesellschaft, die für sie zählen. Global sind es die Grenzen der Ökologie, allen voran der weltweite Klimawandel. Die Fähigkeit der Menschen, diese Herausforderungen zu bewältigen, wird dabei als gering eingeschätzt.

In Wirklichkeit werden diese Fähigkeiten als viel zu gering eingeschätzt. Nehmen wir die Alterung der Gesellschaft.

Gibt es nicht doch viele Möglichkeiten, die betriebliche Arbeitsteilung zwischen (mehr) Älteren und (weniger) Jüngeren so zu verbessern, dass genug Innovationskraft dabei herauskommt? Können wir nicht Jüngere von unnützen Aufgaben entlasten und Ältere zu neuen Leistungen motivieren? Können wir nicht auch durch geeignete Zuwanderer unsere Innovationskraft ergänzen und stärken?

Ähnliches gilt für die globalen Aufgaben, vor denen wir stehen. Der weltweite Energieverbrauch wird massiv steigen, denn grosse Entwicklungsländer werden sich industrialisieren. Die Menschen dort wollen auch wohlhabend werden, und niemand sollte versuchen, sie daran zu hindern. Um deren Wachstum in Einklang mit globalen ökologischen Zielen zu bringen, braucht aber die Welt neues technisches Wissen - in Deutschland genauso wie in China, Indien und Bangladesch. Dieses Wissen fällt aber auch hierzulande nicht vom Himmel, sondern es entsteht vor allem durch eines: Wachstum.



## PRO

Karl-Heinz Paqué

Dekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Magdeburg, Minister a. D. Autor von: Wachstum! Die Zukunft des globalen Kapitalismus. Hanser 2010.

## DIE DEBATTE

### Wachstum? – kontrovers oder differenziert?

Die Wirtschaft braucht es, die Umwelt verträgt es nicht – Wachstum kann heute nur noch kontrovers betrachtet werden. Dass heute vieles schief läuft beim Umgang mit natürlichen Ressourcen stellen nicht einmal die härtesten Befürworter des Wachstums infrage. Wachstumskritiker andererseits sehen sich schnell dem Vorwurf gegenüber, einseitig einen Abbau von Lebensqualität und Wohlstand zu fordern. Und da findet sich erwartungsgemäss wenig Zuspruch. Deshalb sollte man die Frage nach dem Wachstum differenziert angehen. Wer Wachstum will, sollte sagen, wie er das Problem mit der immer stärker belasteten Umwelt lösen will. Und wer kein Wachstum mehr will, sollte uns glaubwürdig schildern können, dass er uns damit nicht in eine freudlose Zukunft schicken will.

Was ist Ihre Meinung?  
Diskutieren Sie online mit.  
Pro und Kontra



## Brauchen wir Wachstum? Nein: Wir brauchen Mässigung!

Ein auf Wachstum angelegtes Wirtschaftssystem bedroht sich selbst

Was bedeutet es, dass sich in einem durchschnittlichen Haushalt an die 20 000 Gegenstände befinden? Und einer davon, die Bohrmaschine, pro Jahr ganze 13 Minuten genutzt wird? Es bedeutet, dass Überfluss besteht und dieser immer mehr wird. Die Produktion der Konsumgüter verbraucht natürliche und menschliche Ressourcen - beide sind bekanntlich endlich, werden aber trotzdem wachsend verbraucht, so als ob sie unendlich seien. Mit dieser Diskrepanz bedroht sich das bestehende Wirtschaftssystem bereits heute selbst.

Auch auf der Konsumseite soll alles wachsen. «More and more» heisst ein Modelabel und zeigt, dass Werbung ab und zu ehrlich sein kann. Kulturell hat sich dieses Steigerungsprinzip in die Seelen der Menschen eingeschrieben. Sie folgen den Konsumimperativen, oft ohne sich dessen bewusst zu sein. Ihr Selbst definieren sie hauptsächlich über ihren Konsum und holen sich so bei Anderen Anerkennung. Als Konsument konkurrieren sie zugleich gegeneinander: Wer ist aktueller, erscheint schöner oder ist technisch besser ausgestattet? Aktueller zu sein, bedeutet schneller zu sein. Der individuelle und massenhaf-

te Konsum erfährt eine steigende Beschleunigung. Diese trägt bei zur Erschöpfung, auch zum Burnout. Konsumglück und -schmerz liegen nahe beieinander.



## KONTRA

Franz Hochstrasser

Psychologe, langjähriger Projektarbeiter für die Deza in Osteuropa, Publizist. Autor von: Konsumismus. Kritik und Perspektiven. oekom Verlag 2014.

Konsum diene ursprünglich der Lebenserhaltung. Inzwischen werden viele Waren angeboten, die destruktiv auf die Menschen, die Gesellschaft und die Natur wirken. Extrembeispiele sind Nahrungs- und Suchtmittel, welche die Körper beschädigen, oder Waffen - auch sie werden konsumiert, mit breiten Todesfolgen.

Das Wachstum kann jedoch nicht beibehalten werden. Die inzwischen kleinen Zuwachsraten in den entwickeltesten Ländern sind Vorboten dafür. Es muss aber auch aktiv aufgegeben werden, denn wachsend sind die ökologisch zwingenden Massnahmen (nur schon im CO<sub>2</sub>-Bereich) nicht zu stemmen. Erneuerbare Energien allein, ohne Abbau von Kohlen- und Öl-Kraftwerken, bringen nicht die Wende, sondern zusätzliches Wachstum. Demgegenüber ist Suffizienz angesagt. Suffizienz heisst Mässigung - kleines Alltagsbeispiel: Man könnte die Bohrmaschine mit anderen teilen - Mässigung gegenüber den Menschen, der beschleunigten Gesellschaft und den leidenden Ressourcen.