Intensivstationen.

Alpenansichten von Lois Hechenblaikner

Dossier für Lehrpersonen

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung 2

2. Angebote für Schulklassen 2

3. Drehbuch der Ausstellung 3

4. Ausstellungstexte 5

4.1. Pistenplan 5

4.2. Aufprallschutzmatten 9

5. Hintergrundinformationen 17

6. Fotoreporter im Skigebiet 21

7. Literatur 22

1. Einleitung

Der österreichische Fotograf Lois Hechenblaikner zeigt die Alpen als Alpenfabrik. Die von ihm dokumentierten Skiorte sind Orte der industriellen Erlebnisproduktion. Hechenblaikner nennt sie „Intensivstationen“. Er zeigt eine technisierte Restnatur, eine Landschaft, die zur Eventmaschine mutiert mit planierten Pistenautobahnen, asphaltierten Speicherseen für die Kunstschneeproduktion, computergesteuerten Glühwein-Getränkeanlagen und Massenevents auf Restgletschern. Lois Hechenblaikner rückt ins Bild, was Bergkalenderbilder nicht zeigen. Er interessiert sich für die Hinterbühnen der eroberten Alpen; die Dinge, die wir ahnen, aber nicht unbedingt sehen wollen. Hechenblaikner ist ein unerbittlicher Beobachter.

Die Ausstellung „Intensivstationen“ zeigt erstmals in dieser Breite neben Fotografien auch Filme und gesammelten Zivilisationsmüll aus den Tiroler Skianlagen. „Intensivstationen“ ist in einer sterilen krankenhausähnlichen Welt inszeniert, die der Fotograf mit dem Alpinen Museum und dessen Szenografen Philipp Clemenz, Luzern, geschaffen hat.

Die didaktischen Unterlagen bieten Schülerinnen und Schülern die Gelegenheit, sich mit dem Wintertourismus und insbesondere mit Sichtweise des Künstler Lois Hechenblaikner auf die Thematik auseinanderzusetzen. Sie werden angeregt, genau hinzuschauen, über die Bilder und Installationen Hechenblaikners nachzudenken und eigene Überlegungen zu formulieren. Die Ausstellung und das didaktische Material ermöglichen einen interdisziplinären Umgang mit dem Thema Wintertourismus. Neben den didaktischen Unterlagen für den individuellen Ausstellungsbesuch bieten wir für Schulklassen Führungen und Workshops an.

2. Angebote für Schulklassen

Führung: Wintererlebnis all inclusive

Tourismusregionen sprechen Jugendliche vermehrt mit einer Vielfalt an Pisten, unzähligen Halfpipes und Après-ski-Parties als Zielgruppe an. Wie beurteilen Jugendliche selbst die Bilder von Hechenblaikner, auf denen Speicherseen für Kunstschneekanonen, in Plastikplanen verpackte Skipistengletscher und Grossraum-Bergdiscos abgebildet sind? In einer Führung wird ohne Moralkeule das Dilemma vom aktuellen Umgang mit natürlichen Ressourcen und dem wirtschaftlichen Druck im Wintertourismus thematisiert.

5. – 9. Klasse, BVS/10. Schuljahr, Gymnasien und Berufsschulen
1h | Fr. 160.– inklusive Eintritt

Workshop: Blickwinkel

Lois Hechenblaikners Alpenansichten sind kompromisslos. Sie können auch als Gegenpol zu den Werbebildern der Touristiker verstanden werden. Welchen Blick haben Kinder auf die Bergwelt und die Menschen in den Bergen? Im Workshop werden verschiedene (Berg)Bilder aufgenommen, diskutiert und mit den gegensätzlichen Zugängen gespielt. Die Kinder erhalten dabei die Möglichkeit diese Bilder auf eine kreative Art festzuhalten.

1. – 6. Klasse
1½ h | Fr. 180.– inklusive Eintritt
Reservation und Beratung unter booking@alpinesmuseum, 031 350 04 42

3. Drehbuch der Ausstellung

1_Eingang

Ein steriler, hochglanzweisser Raum empfängt das Publikum mit der Wandaufschrift „Intensivstationen“. Milchglas-Schiebetüren verwehren den Blick in die Ausstellung. Erst durch die Betätigung des markanten Auslöseknopfes wird die Türöffnung freigegeben. Die Atmosphäre im Vorraum erinnert an eine Klinik. Die BesucherInnen bekommen am Empfang einen Orientierungsplan.

2_Anlieferung

Der erste Raum ist gefüllt mit einem Berg von geschredderten, ausrangierten Skis. Eine ganze Saisonernte aus dem Tirol.

3/4_Eingriffe/Normalzustand

Im zweiten Ausstellungsraum fächern sich 14 Bildkojen auf, die durch textile Wände voneinander getrennt sind. Je 7 Bildkojen (1,5 x 4m) stehen in Gehrichtung rechts und links des Mittelganges. In jeder Koje wird ein grossformatiges Bild oder ein Filmscreen platziert. Rechts, Fotografien von sommerlichen Pistenbaustellen in den Bergen. Links, inszenierte und kommerzialisierte Skiwelten in der Wintersaison.

5_Hospitality

Den Raumabschluss bildet die kleinformatige Fotoserie „Herzlich willkommen“. Eine Serie, die aus der persönlichen Begrüssung eine stereotype Höflichkeitsformel macht. Gastfreundschaft als Floskel des Massentourismus?

6_Entsorgungsmaschine

Eine Videoinstallation im Hodlersaal zeigt auf Grossleinwand und im Endlos-Loop eine Ski-Schreddermaschine, die im Tirol jeweils im Frühjahr ausrangierte Skis schreddert. Der Sound erinnert an Knäckebrot. Der Film steht frontal zu Ferdinand Hodlers Grossgemälde „Aufstieg und Absturz“, das 1894 mit der Darstellung des Absturzes am Berg Patrioten irritierte. Eine Sitzlandschaft mit Aufprallschutzelementen aus dem Pistenbau laden zum Verweilen ein. Der Raum wird ausserhalb der normalen Museumsöffnungszeiten auch für Begleit- und Forumsveranstaltungen genutzt.

7_ Glückssplitter

Im gleichen Raum werden auserwählte Fundstücke aus der Schredderernte präsentiert. Lois Hechenblaikner fischte Skitrümmer mit grossenZeitgeistschlagwörtern aus dem grossen Haufen: Revolution, Harmony, Action, Highspeed. Die BesucherInnen gelangen aus dem Schredderraum über Treppenaufgänge ins 2. Obergeschoss.

8_Intensivstationen

Hier wartet der Salon bleu, die happy hour, das Aprèsskivergnügen. Blaues, gedämpftes Grundlicht prägt die Raumatmosphäre. 20 grossformatige Fotos auf LED-Leuchtkästen, die über dem Boden schweben, zeigen Aufnahmen von Aprèsski-Lokalen, rustikalen Bars, computerisierten Getränkeverkabelungen, Freiluft-Parties und Grossevents in den Alpen. Die Besucher bewegen sich durch den Bilderwald ohne definierte Reihenfolge.

9_Leichentücher

Im letzten Raum, einem kunstmusealen white cube, werden die BesucherInnen von zwei „stillen“ Bildern im Grossformat (2,5 x 2 m) verabschiedet. Skigletscher in der Nachsaison, mit weissen Laken bedeckt. Irgendwo ist ein Richtungspfeil aufgesprayt: Gletscherpfad.

Ausstellungsmobiliar

Die Ausstellungsräume werden mit (orangen) Aufprallschutzpolstern möbliert, die aus den grössten Schweizer Skigebieten stammen. Das Mobiliar ist mit Facts & Figures beschriftet, die über die Anzahl von Liftanlagen, künstlich beschneite Pistenkilometer, verkaufte Skiabos und Anzahl Arbeitsplätze Auskunft geben.

4. Ausstellungstexte

4.1. Pistenplan

Jede Besucherin und jeder Besucher erhält am Empfang einen Pistenplan. Der Plan dient der Orientierung durch die Ausstellung. Die verschiedenen Ausstellungsbereiche mit Werkserien von Lois Hechenblaikner haben jeweils einen Titel. Die auf dem Plan aufgeführten Zitate von Lois Hechenblaiker kommentieren die einzelnen Werkbereiche. Zusätzlich enthält der Pistenplan die Legenden der Bilder und Installationen.

1 Personaleingang

2 Anlieferung

Skiernte Wintersaison 2011, Herkunft anonym

„Seit Jahren beobachte und dokumentiere ich die Hinterbühnen des alpinen Massentourismus. Hier spielt sich ab, was Wintersportler nicht sehen sollen und häufig auch nicht sehen wollen. Unsere Industriegesellschaft erzeugt massenhaft unverrottbare Materialien, die mittlerweile Städte, Ozeane, die Antarktis und auch alpine Regionen zumüllen“.

Lois Hechenblaikner

3 Eingriffe

1 Erdrutsch durch Pistenerweiterung, Steinach am Brenner, Oktober 2010

2 Pisten- und Kunstschnee-Speicherbaustellen, Idalp 2‘500 m.ü.M., Ischgl, Paznauntal, August 2009

3 Kunstschnee-Speicherbau, St. Johann (Nähe Kitzbühel), Juli 2007

4 Pistenautobahnbau, Steinach am Brenner, Juli 2004,

5 Hintertuxer Gletscher, Tuxertal, Zillertal, August 2005

6 Video Kunstschnee-Speicherbau Tiefenbach-Gletscher, Sölden, Ötztal, August 2009

7 Kunstschnee-Speicherbau Tiefenbach-Gletscher, Sölden, Ötztal, August 2009

„Baustellen interessieren mich. Sie sind in ihrem unfertigen Zustand ‚ehrlicher’ als das Endresultat. Skipisten muss man im Sommer sehen. Dann ragen die Elektrokabel noch aus dem Boden und wir sehen die Bagger, die aus Naturlandschaften Freizeitlandschaften bauen. Im Winter sieht man fast nur noch perfekte Skipisten und viele fragen sich: ‚Wo ist das Problem?’“

Lois Hechenblaikner

4 Normalzustand

1 Skibrücke, Hochgurgl, Ötztal, April 2005

2 Parkplatz, Rettenbach-Gletscher, Sölden, Ötztal, April 2011

3 Liftkreuzung mit Porsche-Showcase, 2'320 m ü.M., Idalp, Ischgl, April 2005

4 Video Liftkreuzung, Idalp, Ischgl, April 2012

5 Zielraum Int. Hahnenkamm-Skirennen, Kitzbühel, Januar 2008

6 Restaurant und Aprés Ski-Hütte Gampe Thaya, Ischgl, April 2004

7 Talabfahrt, Gemeinde Kappl, Paznauntal, April 2005

„Was macht ein funkelnagelneuer Porsche hoch oben auf einer Skipiste? Wie normal ist es, mit dieselfressenden Pistenraupen Hänge zu glätten? Wie verrückt ist es, Talabfahrten zu beschneien, wenn links und rechts der Schnee längst weggetaut ist? Als skifahrender Konsument erlebe ich die Landschaft anders, als wenn ich hier in dieser Ausstellung diese Bilder anschaue. Das ist ein Grund, warum ich fotografiere. Bilder können die Wahrnehmung verändern. Das kennen wir aus der Lebensmittelindustrie. Wir mögen Huhn, aber nicht die Bilder, wie Hühner produziert und verarbeitet werden.“

Lois Hechenblaikner

5 Hospitality

1 Scheffau am Wilden Kaiser, 2011

2 Schwendau, Zillertal, 2012

3 Schlitters, Zillertal, 2007

4 Schürzenjäger Open-Air, Finkenberg, Zillertal, 2008

5 Hochsölden, Ötztal, 2011

6 Kaltenbach, Hochzillertal, 2012

7 Gerlospass, Zillertal, 2006

8 Königsleiten, Gemeinde Wald im Pinzgau, 2006

9 Kaltenbach, Skigebiet Hochzillertal, 2007

10 Rettenbach-Gletscher, Sölden, Ötztal, 2005

11 Hotel Alpenresidenz, Kühtai, 2004

12 Skigebiet Hochzillertal, 2007

13 Tux, Zillertal, 2000

14 Gerlospass, Zillertal, 2003

15 Auffahrt nach Samnaun, 2005

16 Skihütte Finkennest, Lanersbach, Zillertal, 2006

17 Skigebiet Lanersbach, Zillertal, 2006

18 Mayrhofen, Zillertal, 2007

19 St. Anton am Arlberg, 2005

20 Hotel Castello, Sölden, 2007

21 Hintertux, Hintertuxer Gletscher, 2004

22 Kitzbühel, 2005

23 Fiss, Nähe Reschenpass, 2006

24 Bergstation, Skigebiet Hochzillertal, 2011

25 Hangl Sport & Mode, Samnaun, 2008

26 Taxenbach, Pinzgau, 2008

27 Finkenberg, Zillertal, 2008

28 Zams, Oberinntal, 1999

29 Going am Wilden Kaiser, 2007

30 Fügen, Zillertal, 2003

31 Kirchberg bei Kitzbühel, 2012

32 Gerlos, Zillertal, 2008

33 Bichlbach, Ausserfern, 2001

„Wörter nützen sich ab wie Skibeläge. ‚Herzlich Willkommen' gehört in diese Kategorie. Ich habe diese Aufschriften über Jahre wie Strandgut gesammelt und dokumentiert. Und je länger ich dran war, desto mehr hatte ich das Gefühl, ich sammle Leergut. ‚Herzlich Willkommen' wird zur Leerformel, zur Wegwerf-Sprachhülse, die in dieser inflationären Wiederholung nur noch in ihren Umrissen an Gastfreundschaft erinnert."

Lois Hechenblaikner

6 Entsorgungsmaschine

Schredderanlage, Video, Juli 2007

7 Glückssplitter

Skitrümmer-Selection, Sammlung 2003-2011

„Wie schnell kann man auf Skipisten rasen? 100 km/h? Und was steht auf den Skiern drauf? Mega-Speed. Tornado. Mach 1. Mach 1 wäre Schallgeschwindigkeit: 1'076 km/h. So schnell fährt nur der Herrgott. Die mehr als zehnfache Übertreibung. Das hat System. Die Erlebnisindustrie arbeitet mit Übersteigerung. Sie erfindet ständig neue Super-Superlative. Sie verkauft die grossen Glücksversprechen und hinterlässt aussagekräftigen Sondermüll."

Lois Hechenblaikne

8 Intensivstationen

Reihe I

1 „Hexenkessl“, Lanersbach, Zillertal, 2008

2 „Hohenhaus-Tenne“, Hintertux, Zillertal, 2008

3 „Goassstall“, Hinterglemm, Salzburg, 2010

4 „Zardini´s Schindlhof“, Waidring, Bezirk Kitzbühel, 2008

5 „Bla Bla“, Sölden, Ötztal, April 2008

Reihe II

6 Aprèsski-Bar Getränkeverteiler, 2011

7 Aprèsski-Bar Bierverteiler, 2007

8 Aprèsski-Bar Rotwein-Verteiler, 2005

9 Aprèsski-Bar Glühwein-Verteiler, 2006

10 Neuinstallation eines Aprèsski-Bar-Getränkeverteilers, 2008

Reihe III

11 Saisonabschluss-Event Idalp, Ischgl, April 2009

12 Saisonabschluss-Event Idalp, Ischgl, April 2004

13 Saisonabschluss-Event Idalp, Ischgl, April 2010

14 Saisonabschluss-Event Idalp, Ischgl, April 2009

15 Saisonabschluss-Event Idalp, Ischgl, April 2009

Reihe IV

16 Gletscher-Event „Hannibal“, Rettenbach-Gletscher, Ötztal, 2009

17 Gletscher-Event „Hannibal“, Rettenbach-Gletscher, Ötztal, 2004.

18 Gletscher-Event „Hannibal“, Rettenbach-Gletscher, Ötztal, 2008.

19 Gletscher-Event „Hannibal“, Rettenbach-Gletscher, Ötztal, 2005

20 Gletscher-Event „Alpenglühen“, Weltmeisterschaft der Pyrotechniker, Rettenbach-Gletscher, Ötztal, 2007

„Die Almhütte ist eigentlich Sehnsuchtsarchitektur pur. Die Welt mag den Bach hinunter gehen, aber in den Bergen ist die Welt noch in Ordnung. So idyllisch sieht es allzu gerne der Städter. Denn dort droben warten nette Bergler mit vielen Astlöchern im Mobiliar und Hirschgeweihen an den Wänden. Die Apèsski-Bars im Hüttenstil inszenieren diese Sehnsucht. Und im Keller steht die effiziente Gäste-Melkmaschine, der volldigitale, computergesteuerte Getränkeverteiler, der keinem Gast einen Milliliter zuviel ausschenkt. So sieht heute industrialisiertes Herdenmanagement aus.“

Lois Hechenblaikner

Gletscherpfad, Stubaier Gletscher, Stubaital, Juli 2010

Skigebiet, Stubaier Gletscher, Stubaital, Juli 2010

„Die Natur nimmt sich jederzeit das Recht heraus, sich zurückzuziehen. Die Folien sind ein hilfloser Versuch, das Abschmelzen der Gletscher aufzuhalten und den Skibetrieb weiterzuführen. Das ist menschlich verständlich, aber es funktioniert auf Dauer nicht. Ich kann im Winter, bei offenem Fenster ja auch nicht die kalte Luft mit blossen Händen aufhalten. Ich fahre jeden Sommer zu den Gletschern hoch. Ich muss das sehen und mit der Grossformat-Kamera festhalten."

Lois Hechenblaikner

4.2. Aufprallschutzmatten

Die Ausstellungsräume werden mit Aufprallschutzpolstern möbliert, die aus den grössten Schweizer Skigebieten stammen. Das Mobiliar ist mit Facts & Figures beschriftet, die über die Anzahl von Liftanlagen, künstlich beschneite Pistenkilometer, verkaufte Skiabos und Anzahl Arbeitsplätze Auskunft geben.

ANDERMATT

AUFPRALLSCHUTZPOLSTER DER ANDERMATT GOTTHARD SPORTBAHNEN AG

Matelas de protection des Andermatt Gotthard Sportbahnen AG

Impact protection padding by Andermatt Gotthard Sportbahnen AG

SKIGEBIET domaine skiable / skiing resort	**ANDERMATT (UR)**
HÖHE altitude / height	**1 444 bis 2 963 m ü. M.**
LIFTANLAGEN remontées mécaniques / lifts	**9**
PISTENKILOMETER kilomètres de pistes / kilometres of ski-runs	**70 km**
DAVON KÜNSTLICH BESCHNEIT ODER GLETSCHER avec enneigement artificiel ou sur glacier / of which with artificial snow	**11 km**
BESCHNEIUNGSTECHNIK techniques d'enneigement / snow-making technique	**KEINE ANGABEN**
PISTENFAHRZEUGE dameuses / snow groomers	**6**
ARBEITSPLÄTZE BERGBAHNEN (WINTER) places de travail aux remontées mécaniques (hiver) / jobs mountain railways (winter)	**95**
UMSATZ BERGBAHNEN (2010 / 11) chiffre d'affaires des remontées mécaniques (2010 / 11) / turnover mountain railways (2010 / 11)	**7 Mio.**

«Dank stark eingesetzter technischer Beschneiung am Gemsstock konnten die fehlenden Niederschläge vom Herbst kompensiert werden. Dies zeigt uns deutlich auf, dass in Zukunft die Beschneiung der Talabfahrt Gurschen-Andermatt zu einem wichtigen Thema werden muss, und die Problemlösung für die Wasserbeschaffung im bestehenden System schnell realisiert werden sollte.»

Geschäftsbericht der Andermatt Gotthard Sportbahnen AG 2011 / 12, S.11.

« Nous avons pu compenser le déficit de précipitations de l'automne en utilisant massivement nos installations d'enneigement dans le secteur du Gemsstock. Il en ressort clairement que nous devrons désormais accorder une grande importance à l'enneigement de la descente dans la vallée de Gurschen à Andermatt et réaliser rapidement la solution retenue pour alimenter le système existant. »

Rapport de gestion des Andermatt Gotthard Sportbahnen AG pour 2011 / 12, page 11.

"Thanks to the increased use of snow machines on the Gemsstock, the lack of precipitation could be compensated for. This clearly indicates that the use of snow machines for the Gurschen-Andermatt downhill run must be seriously discussed in the future and the solution to the problem of water procurement for the existing system found quickly."

Annual report Andermatt Gotthard Sportbahnen AG 2011 / 12, page 11.

FLIMS LAAX FALERA

AUFPRALLSCHUTZPOLSTER DER WEISSE ARENA BERGBAHNEN AG

Matelas de protection des Weisse Arena Bergbahnen AG

Impact protection padding by Weisse Arena Bergbahnen AG

SKIGEBIET	**FLIMS LAAX FALERA WEISSE ARENA (GR)**
domaine skiable / skiing resort	
HÖHE	**1 100 BIS 3 018 m ü. M.**
altitude / height	
LIFTANLAGEN	**29**
remontées mécaniques / lifts	
PISTENKILOMETER	**220 km**
kilomètres de pistes / kilometres of ski-runs	
DAVON KÜNSTLICH BESCHNEIT ODER GLETSCHER	**70 km**
avec enneigement artificiel ou sur glacier / of which with artificial snow	
BESCHNEIUNGSTECHNIK	
techniques d'enneigement / snow-making technique	
SCHNEEKANONEN / CANONS À NEIGE / SNOW CANNONS	**CA. 160**
LANZEN / LANCES / LANCES	**CA. 180**
PISTENFAHRZEUGE	**18**
dameuses / snow groomers	
ARBEITSPLÄTZE BERGBAHNEN (WINTER)	**190**
places de travail aux remontées mécaniques (hiver) / jobs mountain railways (winter)	
UMSATZ BERGBAHNEN (2010 / 11)	**38 Mio.**
chiffre d'affaires des remontées mécaniques (2010 / 11) / turnover mountain railways (2010 / 11)	

«Um einen frühen Saisonstart und den Betrieb der Kernanlagen und Talabfahrten sicherzustellen, hat die Weisse Arena Bergbahnen AG in den letzten Jahren in den Ausbau der mechanischen Beschneiung investiert.»

Geschäftsbericht Weisse Arena Bergbahnen AG 2010 / 11, S.31.

« Au cours des dernières années, les Weisse Arena Bergbahnen AG ont investi dans l'amélioration de l'enneigement mécanique afin d'assurer un début de saison précoce et de garantir l'exploitation des installations cruciales et des descentes dans la vallée. »

Rapport de gestion des Weisse Arena Bergbahnen AG pour 2010 / 11, page, 31.

"To ensure an early start to the season and the operation of core installations and downhill ski-runs, over the past years the Weisse Arena Bergbahnen AG has invested in expanding mechanical snow production facilities."

Annual report Weisse Arena Bergbahnen AG 2010 / 11, page 31.

GSTAAD

AUFPRALLSCHUTZPOLSTER DER BERGBAHNEN DESTINATION GSTAAD AG (BDG AG)

Matelas de protection des Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG AG)

Impact protection padding by Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG AG)

SKIGEBIET	**GSTAAD MOUNTAIN RIDES**
domaine skiable / skiing resort	
HÖHE	**950 bis 2 971 m ü. M.**
altitude / height	
LIFTANLAGEN	**53**
remontées mécaniques / lifts	
PISTENKILOMETER	**220 km**
kilomètres de pistes / kilometres of ski-runs	
DAVON KÜNSTLICH BESCHNEIT ODER GLETSCHER	**60 % DER HAUPTPISTEN**
avec enneigement artificiel ou sur glacier / of which with artificial snow	
BESCHNEIUNGSTECHNIK	
techniques d'enneigement / snow-making technique	
SCHNEEKANONEN / CANONS À NEIGE / SNOW CANNONS	**ÜBER 700**
LANZEN / LANCES / LANCES	**277**
PISTENFAHRZEUGE	**36**
dameuses / snow groomers	
ARBEITSPLÄTZE BERGBAHNEN (WINTER)	**420**
places de travail aux remontées mécaniques (hiver) / jobs mountain railways (winter)	
UMSATZ BERGBAHNEN (2010 / 11)	**23 Mio.**
chiffre d'affaires des remontées mécaniques (2010 / 11) / turnover mountain railways (2010 / 11)	

«Dank dem Kunstschnee verzeichnen die Verkehrserträge aus dem Wintergeschäft – verglichen mit dem Vorjahr – nur einen leichten Rückgang. Noch vor vier Jahren (Saison 2006 / 2007) hat die BDG AG in einem vergleichbar schneearmen Winter 36 % Umsatzeinbusse verzeichnet, heute sind es 7 %.»

Geschäftsbericht Bergbahnen Destination Gstaad AG 2010 / 11, S.5.

« Grâce à la neige artificielle, les produits des transports hivernaux ne marquent qu'un léger recul par rapport à l'année précédente. Il y a quatre ans, lors d'un hiver aussi pauvre en neige (saison 2006 / 07), les BDG AG avaient enregistré une baisse du chiffre d'affaires de 36 %, contre 7 % cette fois-ci. »

Rapport de gestion des Bergbahnen Destination Gstaad AG pour 2010 / 11, page 5.

"Thanks to artificial snow, revenue from the winter season has only slightly declined season – compared to last year. Four years ago (2006 / 07 season), the BDG AG recorded a 36 % loss in revenue in a comparable winter with poor snow-fall; today it is 7 %."

Annual report Bergbahnen Destination Gstaad AG 2010 / 11, page 5.

VERBIER

AUFPRALLSCHUTZPOLSTER DES BERGBAHNUNTERNEHMENS TÉLÉVERBIER SA

Matelas de protection de l'entreprise de remontées mécaniques Téléverbier SA

Impact protection padding by the mountain railway company Téléverbier SA

SKIGEBIET domaine skiable / skiing resort	**VERBIER – LES QUATRE VALLÉES (VS)**
HÖHE altitude / height	**821 BIS 3 330 m ü. M.**
LIFTANLAGEN remontées mécaniques / lifts	**100**
PISTENKILOMETER kilomètres de pistes / kilometres of ski-runs	**410 km**
DAVON KÜNSTLICH BESCHNEIT ODER GLETSCHER avec enneigement artificiel ou sur glacier / of which with artificial snow	**42 km**
BESCHNEIUNGSTECHNIK techniques d'enneigement / snow-making technique	
SCHNEEKANONEN / CANONS À NEIGE / SNOW CANNONS	**33**
LANZEN / LANCES / LANCES	**75**
PISTENFAHRZEUGE dameuses / snow groomers	**25**
ARBEITSPLÄTZE BERGBAHNEN (WINTER) places de travail aux remontées mécaniques (hiver) / jobs mountain railways (winter)	**400**
UMSATZ BERGBAHNEN (2010 / 11) chiffre d'affaires des remontées mécaniques (2010 / 11) / turnover mountain railways (2010 / 11)	**51 Mio.**

«Die schwachen Schneefälle machten 2010 / 11 die grösste künstliche Beschneiung der letzten drei Jahre notwendig. Es wurden 181 207 m³ Wasser verbraucht. Das sind 10,2 % mehr als im Vorjahr und mehr als 50 % mehr als 2008 / 09.»

Geschäftsbericht der Téléverbier SA 2010 / 11, S.7.

« Vu les faibles chutes de neige naturelle, l'enneigement mécanique a été le plus conséquent de ces trois dernières années, avec 181'207 m³ d'eau utilisée (+10,2 %), mais +50 % par rapport à 2008-09. »

Rapport de gestion Téléverbier SA 2010 / 11, S.7.

"Given the poor amount of natural snow fall, use of artificial snow has been most consistent over these last three years, requiring 181.207 cubic metres of water (+10.2 %), but +50 % compared with 2008-09."

Annual report Téléverbier SA 2010 / 11, page 12.

ZERMATT

AUFPRALLSCHUTZPOLSTER DER ZERMATT BERGBAHNEN AG

Matelas de protection des Zermatt Bergbahnen AG

Impact protection padding by Zermatt Bergbahnen AG

SKIGEBIET	**MATTERHORN SKI PARADISE (VS)**
domaine skiable / skiing resort	
HÖHE	**1 620 BIS 3 899 m ü.M.**
altitude / height	
LIFTANLAGEN	**54 (ZERMATT 34 & CERVINIA / VALTOURNENCHE 20)**
remontées mécaniques / lifts	
PISTENKILOMETER	**360 km (ZERMATT 200 & 160 CERVINIA / VALTOURNENCHE)**
kilomètres de pistes / kilometres of ski-runs	
DAVON KÜNSTLICH BESCHNEIT ODER GLETSCHER	**150 km (ZERMATT)**
avec enneigement artificiel ou sur glacier / of which with artificial snow	
BESCHNEIUNGSTECHNIK	
techniques d'enneigement / snow-making technique	
SCHNEEKANONEN / CANONS À NEIGE / SNOW CANNONS	**70**
LANZEN / LANCES / LANCES	**830**
PISTENFAHRZEUGE	**32**
dameuses / snow groomers	
ARBEITSPLÄTZE BERGBAHNEN (WINTER)	**280**
places de travail aux remontées mécaniques (hiver) / jobs mountain railways (winter)	
UMSATZ BERGBAHNEN (2010/11)	**48 Mio. (WINTER)**
chiffre d'affaires des remontées mécaniques (2010 / 11) / turnover mountain railways (2010 / 11)	

«Ohne die Investitionen in Pisten und Schneianlagen in den vergangenen Jahren mit einem heutigen Anlagevermögen von rund CHF 100 Mio. hätte es in Zermatt bitter ausgesehen.»

Geschäftsbericht der Zermatt Bergbahnen AG 2010 / 11, S.12.

« Sans les investissements consentis les années passées en faveur des pistes et des installations d'enneigement, les temps auraient été durs à Zermatt, avec un actif immobilisé d'une centaine de millions de francs. »

Rapport de gestion des Zermatt Bergbahnen AG pour 2010 / 11, page 12.

"Without the investments in ski-runs and snow-making systems over the past years, with an invested capital of about SFr 100 million to date, things would look quite desperate in Zermatt."

Annual report Zermatt Bergbahnen AG 2010 / 11, page 12.

LENZERHEIDE

AUFPRALLSCHUTZPOLSTER DER LENZERHEIDE BERGBAHNEN AG

Matelas de protection des Lenzerheide Bergbahnen AG

Impact protection padding by Lenzerheide Bergbahnen AG

SKIGEBIET	**FERIENREGION LENZERHEIDE (GR)**
domaine skiable / skiing resort	
HÖHE	**1 230 BIS 2 865 m ü. M.**
altitude / height	
LIFTANLAGEN	**35**
remontées mécaniques / lifts	
PISTENKILOMETER	**155 km**
kilomètres de pistes / kilometres of ski-runs	
DAVON KÜNSTLICH BESCHNEIT ODER GLETSCHER	**70 km**
avec enneigement artificiel ou sur glacier / of which with artificial snow	
BESCHNEIUNGSTECHNIK	
techniques d'enneigement / snow-making technique	
SCHNEEKANONEN / CANONS À NEIGE / SNOW CANNONS	**126**
LANZEN / LANCES / LANCES	**277**
PISTENFAHRZEUGE	**18**
dameuses / snow groomers	
ARBEITSPLÄTZE BERGBAHNEN (WINTER)	**220**
places de travail aux remontées mécaniques (hiver) / jobs mountain railways (winter)	
UMSATZ BERGBAHNEN (2010 / 11)	**27 Mio.**
chiffre d'affaires des remontées mécaniques (2010 / 11) / turnover mountain railways (2010/11)	

«Dieser Winter hat eindrücklich gezeigt: Die technische Beschneiung ist unsere Lebensversicherung – ohne sie wäre ein regulärer Skibetrieb oft nicht möglich gewesen.»

Geschäftsbericht Lenzerheide Bergbahnen 2010/11, S. 11.

« Cet hiver l'a clairement démontré: l'enneigement technique est notre assurance vie – en son absence, il aurait souvent été impossible de skier normalement. »

Rapport de gestion des Lenzerheide Bergbahnen pour 2010/11, page 11.

"This winter was an impressive indicator of how artificial snow is our life insurance – without it regular skiing operations would often not be feasible."

Annual report Lenzerheide Bergbahnen 2010/11, page 11.

JUNGFRAUREGION

GRINDELWALD WENGEN MÜRREN LAUTERBRUNNEN

AUFPRALLSCHUTZPOLSTER DER JUNGFRAUBAHNEN AG

Matelas de protection des Jungfraubahnen AG

Impact protection padding by Jungfraubahnen AG

SKIGEBIET — **JUNGFRAU SKI REGION (BE)**

domaine skiable / skiing resort

HÖHE — **560 BIS 2 970 M.Ü.M.**

altitude / height

LIFTANLAGEN — **45**

remontées mécaniques / lifts

PISTENKILOMETER — **213 km**

kilomètres de pistes / kilometres of ski-runs

DAVON KÜNSTLICH BESCHNEIT ODER GLETSCHER — **110 km**

avec enneigement artificiel ou sur glacier / of which with artificial snow

BESCHNEIUNGSTECHNIK

techniques d'enneigement / snow-making technique

SCHNEEKANONEN / CANONS À NEIGE / SNOW CANNONS — **TOTAL 320**

LANZEN / LANCES / LANCES

PISTENFAHRZEUGE — **25**

dameuses / snow groomers

ARBEITSPLÄTZE BERGBAHNEN (WINTER) — **KEINE ANGABEN**

places de travail aux remontées mécaniques (hiver) / jobs mountain railways (winter)

UMSATZ BERGBAHNEN (2010 / 11) — **42,5 Mio. (WINTER)**

chiffre d'affaires des remontées mécaniques (2010 / 11) / turnover mountain railways (2010 / 11)

«Mit dem Bau von Beschneiungsanlagen und den neuen Sesselliften Honegg und Eigernordwand ist es denn auch gelungen, innerhalb der Skiregion Marktanteile zu gewinnen. Diese Anstrengungen werden mit dem Neubau der Sesselbahn Wixi fortgesetzt. Diese Anlage erschliesst die sonnigen und attraktiven Pisten rund um das Lauberhorn und transportiert pro Saison gegen 450 000 Schneesportler. Sie hat durch den Bau der Beschneiungsanlagen an Bedeutung gewonnen.» Jahresbericht Jungfraubahn Holding 2011, S. 12.

« La construction d'installations d'enneigement artificiel et des nouveaux télésièges Honegg et Eigernordwand nous a permis de gagner des parts de marché dans la région. L'effort se poursuit avec le remplacement du télésiège Wixi. Desservant les attrayantes pistes ensoleillées situées sur les flancs du Lauberhorn, il transporte quelque 450'000 adeptes des sports de neige par saison. Il a gagné en importance grâce aux nouvelles installations d'enneigement. » Rapport de gestion de la Jungfraubahn Holding pour 2011, page 12.

"Thanks to the construction of artificial snow blower systems and the new chairlifts 'Honegg' and 'Eigernordwand', it has also been possible to gain market shares within the skiing region. These efforts are being continued with the construction of the new chairlift 'Wixi', which accesses the attractive sunny ski-runs around the Lauberhorn and transports almost 450.000 people per season. It has increased in important through the construction of the artificial snow blower systems." Annual report Jungfraubahn Holding 2011, page 12.

Biographie Lois Hechenblaikner

Lois Hechenblaikner wurde 1958 in Reith im Alpbachtal (Tirol, Österreich) geboren. Nach einer Lehre als Autoelektriker entdeckte er die Fotografie für sich und arbeitete fast zwei Jahrzehnte als Reisefotograf vorwiegend im asiatischen Raum. Seit Mitte der 1990er Jahre lebt Lois Hechenblaikner wieder im Tirol und beschäftigt sich mit der Entwicklung vor der eigenen Haustür, insbesondere mit den Auswirkungen des Massentourismus auf Kultur und Landschaft der Tiroler Alpentäler. Seine Bilder registrieren seismografisch, wie sich die Industrialisierung der Gastfreundschaft im Tirol vollzieht und welche Spuren sie in der Landschaft und bei den Menschen hinterlässt.

Lois Hechenblaikner stellte einzelne Werke schon mehrfach in der Schweiz aus, u.a. 2005 in der Ausstellung „In den Alpen“ im Kunsthaus Zürich oder 2010 mit der Ausstellung „Grüsse aus dem Tirol“ im Museum Bickel in Walenstadt. Die kommende Ausstellung „Intensivstationen“ im Alpinen Museum ist die bisher umfassendste Einzelausstellung Hechenblaikners überhaupt und wird zeitgleich mit dem soeben erschienenen Fotobuch „Winter Wonderland“ (Steidl Verlag Göttingen) realisiert.

Für seine Arbeit wurde Lois Hechenblaikner mehrfach ausgezeichnet. So unter anderem mit dem „Preis der Stadt Linz“ und dem „Internationalen Kulturpreis für Photoreportagen“ auf der ISPO München. 2012 erhält Lois Hechenblaikner in St. Moritz den renommierten „King Albert Mountain Award“ für sein fotografisches Werk.

Die Geschichte des Tourismus in den Alpen

Vom Schrecken zur Bewunderung

Nur ja nicht ins Gebirge! Der Mensch im Mittelalter hatte Angst vor den Bergen. Sie galten als Sitz von bösen Geistern. Die wilden und oft dunkeln Täler, Schnee, Eis und unberechenbare Naturgewalten versetzten Einwohner und Fremde in abergläubisches Staunen, oft auch in Angst und Schrecken.

Bis ins 17. Jahrhundert galten die Alpen als gefahrvolle und scheussliche Hindernisse. Im Laufe des 18. Jahrhunderts änderte sich die Einschätzung der Gebirgslandschaften in weiten Bevölkerungskreisen. Viele Dichter begannen die Berge als einen Ort der Unberührtheit und Intaktheit zu schildern. J.J. Rousseau löste mit seinem Aufruf „zurück zur Natur“ grosse Begeisterung bei vielen Menschen aus. Aber Reisen waren zu dieser Zeit den obersten Bevölkerungsschichten vorbehalten, und der Tourismus in den Alpen hielt sich bis in die erste Hälfte des 19. Jahrhunderts in Grenzen.

Die Engländer als Gipfelstürmer

Angetrieben durch den Sportgeist und die literarischen Berichte von Erstbesteigungen begründeten die Engländer den klassischen Alpinismus. Gipfel um Gipfel wurde bezwungen. Bergsteigern war noch keine Modesache, „sondern Angelegenheiten erlesener Geister und besonders ausgestatteter Konstitutionen“. Es ging um das Duell zwischen Mensch und Berg. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts gab es bald keinen Gipfel mehr, den nicht ein menschlicher Fuss betreten hatte. Ferdinand Hodlers Grossgemälde „Aufstieg und Absturz“, welches in der Ausstellung präsentiert wird, ist in Anlehnung an die Erstbesteigung des Matterhorns des Engländers Eduard Wimper gemalt.

Auf die Gipfelstürmer folgen die Touristen

Der Alpinismus brachte den Tourismus in die Berge Alpenclubs wurden gegründet, Berghütten erstellt und die Wegnetze ausgebaut. Die Touristen, lange Zeit vor allem Engländer und Engländerinnen, brachten Geld in die abgelegenen Regionen. Zum Beispiel Zermatt:

1820 tauchte ein Kräutersammler als erster „Tourist“ im abgelegenen Dorf auf. Er musste vom Pfarrer vor der aufgebrachten Bevölkerung, die den Fremden handgreiflich vertreiben wollte, in Schutz genommen werden. 1833 wurde mit dem Gasthaus „Cervin“, das gerade mal drei Betten anbot, das erste Hotel eröffnet. Die tragische Erstbesteigung des Matterhorns von 1865, bei der vier Bergsteiger den Tod fanden, machte das Dorf schlagartig weltberühmt. Herbergen und Hotels schossen aus dem Boden, 30 Jahre später war die erste Bergbahn gebaut.

Nach der Jahrhunderwende fuhren die ersten „Verrückten“ auf ihren selbstgebastelten Brettern durch den Tiefschnee. 2010 zählt Zermatt über 1,3 Millionen Übernachtungen pro Jahr. Den Gästen stehen über 54 Liftanlagen und 360 Pistenkilometer zur Verfügung.

Skifahren als Volkssport

Nach dem ersten Weltkrieg begannen immer mehr Menschen, sich in ihrer Freizeit sportlich zu betätigen. Der neu aufkommende Skisport entwickelte sich zu einem wahren Volksvergnügen. Orte wie Davos oder St. Moritz, die eigentlich der Erholung dienten, wurden wegen ihrer idealen Geländerverhältnisse für den Wintersport regelrecht überlaufen. Der Wintersport wurde zu wichtigsten Einnahmequelle im alpinen Gebiet und ist es bis heute geblieben.

Quelle: Andres, Michael; Gujer Marianne 1998: Freizeit, Reisen, Tourismus. Eine Projektmappe. Mülheim an der Ruhr.

Compact Nr. 08/2011; Tourismus im Klimawandel. Ein Hintergrundbericht der Cipra

- Von den 100‘000 ha Pistenfläche im gesamten Alpenraum wird mit 47% fast die Hälfte künstlich beschneit. In der Schweiz sind es 36%, in Österreich 66% und in Italien 70%.
- Um 1m³ zu erzeugen werden bis zu 500 Liter Wasser benötigt. Für die Grundbeschneiung eines Hektars Piste braucht es also 600‘000 bis 1,5 Mio. Liter Wasser.
- In Davos macht der Wasserverbrauch durch die Beschneiung 21,5% des gesamten jährlichen Verbrauchs aus, in Scuol sogar 36,2%. Zur Produktion von 1m³ technischen Schnees erfordern 1,5 – 9 kWh Strom. Für die Grundbeschneiung eines Hektars Piste werden also 5000 – 27‘000 kWh benötigt.
- Die Betriebskosten für einen Kilometer künstlich beschneite Piste belaufen sich auf 20‘000 – 100‘000 CHF pro Jahr. Investiert werden pro Kilometer aber bis zu 1 Mio. Schweizer Franken.
- In der Zukunft wird vermehrt in Speicherseen investiert. Volumen von 30‘000 bis 80‘000 m³ kosten zwischen von 1,5 bis zu 3,5 Millionen Schweizer Franken.
- In Tirol werden rund 30 ha des Gletschers mit Folien oder Vliesen abgedeckt. Das entspricht ca. 3 % der Gletscher-Skigebietsfläche, 1 ‰ der Gletscherfläche oder 42 Fussballfeldern.
- In Saint Martin de Belleville, einem Skigebiet in Frankreich, stammen 74% des gesamten CO^2 Ausstosses vom touristischen Verkehr.
- In den Alpen werden 84% der Urlaubsreisen mit dem Pkw unternommen.

Beobachter vom 28.10.11; Baggern oder Beten

- Ein Pistenfahrzeug kostet 350 Franken pro Stunde.
- Ein Drittel des Energiebedarfs in den Schweizer Skigebieten wird für Schneekanonen verwendet.
- Die Solaranlage auf dem ersten Solarskilift der Welt in Tenna GR wird jährlich 90‘000 Kilowattstunden Strom liefern. Zusätzlich zum Liftbetrieb kann noch der Bedarf von zwölf Einfamilienhäusern gedeckt werden.
- In der Grössten Seilbahnkabine der Schweiz finden 180 Personen auf zwei Etagen Platz. Die Bahn steht in Samnaun.
- Die Leistungsstärksten Schweizer Sesselbahnen befördern 4000 Personen pro Stunde in Flumserberge SG und Champéry/Crosets VS.
- Die längste Piste der Schweiz misst 17 Kilometer und führt vom Matterhorngletscher bis nach Zermatt.
- Die Insgesamt 1774 Transportanlagen in den Schweizer Bergen beförderten im Winter 2010/11 insgesamt 26 Millionen Touristen.

- Gemäss Schätzungen des BAKBASEL verdanken im Alpenraum 15% der Erwerbstätigen ihre Arbeitsstelle direkt oder indirekt dem Tourismus. Im Wallis sind 25% und im Graubünden sogar 30% der Arbeitnehmer im Bereich Tourismus beschäftigt.
- Im gesamten Alpenraum stieg die Zahl der Erwerbstätigen im Gastgewerbe von rund 478'000 im Jahr 2000 auf rund 517'000 im Jahr 2009 an, was einem durchschnittlichen jährlichen Anstieg von 0.9 Prozent entspricht.
- Insgesamt kommen im Alpenraum auf einen Einwohner fast 0.5 Gästebetten.

Alpmedia.net 2012; Aufrüstung im alpinen Wintersport. Ein Hintergrundbericht

- Im Winter 1998/1999 konnten in Tirol insgesamt über 23 Millionen Übernachtungen verbucht werden.
- Die Skipisten der Alpen umfassen 40‘000 Kilometer Länge. Dies entspricht dem Erdumfang.
- Die Skipisten machen 0.9% der Alpenfläche aus. In den französischen Nordalpen sind es gar 5.2%.

Seco Nr. 07/2011; Schweizer Tourismus im Klimawandel

- Im Jahr 2005 hat der Tourismus einen Anteil von 5% des globalen CO2-Ausstosses.
- Von 1995 bis 2010 haben sich allein die internationalen Touristenankünfte von 530 Mio. auf 935 Mio. entwickelt, sich also beinahe verdoppelt. Bis ins Jahr 2020 sollen sie auf 1600 Mio. wachsen.
- Zwischen 1850 und 2000 verminderte sich die Fläche um über 40 % und das Volumen aller Gletscher um rund 50 %. Allein im Hitzesommer 2003 haben die Alpengletscher 8 % des verbliebenen Volumens eingebüsst.
- Bei einer jährlichen Abnahme des Gletschervolumens von 2–3 % könnten 75 % der Gletschergebiete bis Mitte des Jahrhunderts verschwunden sein. (Sec)

Tiroler Tourismus 2011; Daten und Fakten

- In der Wintersaison 2011/2012 konnten im Tirol 5,26 Mio. Ankünfte und 25,69 Mio. Übernachtungen verzeichnet werden.
- Gäste aus Deutschland bilden 50% der gesamten Besucherzahlen. Die Niederlande steht mit 13,5% an zweiter Stelle.
- Im Tiroler Tourismus sind über 53‘000 Menschen beschäftigt, wovon 70% auf Gaststätten und Beherbergung entfallen.
- Der Tourismus im Tirol generiert ca. 7,3 Mrd. Euro Umsatz.

Symbolbilder Fotoaktion

6. Fotoreporter im Skigebiet

In einer Fotoaktion mit ausgewählten Schulklassen aus 3-5 Skiorten im Berner Oberland, im Wallis und in Graubünden (in Erarbeitung) sowie mit Skilager-Klassen aus dem Stadt- und Agglomerationsgebiet des Mittellandes werden Kinder und Jugendliche aufgefordert, Skiorte aus ihrer Perspektive zu fotografieren.

Das Bildmaterial wird im Web öffentlich sichtbar gemacht und dient dem Vermittlungsteam des Alpinen Museums als **Basismaterial für Führungen und Workshops** in der Ausstellung „Intensivstationen“. Für die Fotoaktion arbeitet das Alpine Museum mit diversen lokalen Partnern wie Schulen, Tourismusbüros und lokalen Museen zusammen.

Ziel: Ergänzend zu Lois Hechenblaikners Sicht auf die Tourismusindustrie in den Alpen werden Fotografien von Kindern und Jugendlichen aus Skigebieten gezeigt. Wie nehmen städtischen Kinder und Jugendliche als Gäste den Wintertourismus wahr und welche Momentaufnahmen zeigen in Skigebieten lebende Schülerinnen und Schüler?

Mit der Fotoaktion erhalten Kinder und Jugendliche, die durch ihren Wohnort direkt in den Wintertourismus eingebunden sind, die Möglichkeit, ihre Perspektive auf diesen Wirtschaftszweig zu präsentieren. Zugleich kommen Schulklassen aus Bergregionen in direkten Kontakt mit einer kulturellen Institution, die sich mit ihrem Lebensraum auseinandersetzt.

Andres, Michael; Gujer Marianne 1998. Freizeit, Reisen, Tourismus. Eine Projektmappe. Mülheim an der Ruhr.

Angeli, Thomas; Benz, Daniel; Homann Birthe 2011. Skiland Schweiz: Baggern oder Beten. Beobachter Ausgabe 22/11. Zürich. 26-37 S.

BAK Basel (Hrsg.) 2011. Performance der Schweizer Tourismuswirtschaft im internationalen Vergleich. Zwischenbericht zum «Internationalen Benchmarking Programm für den Schweizer Tourismus Update 2010-2011». Basel.

Bürki, Rolf 2000. Klimaänderung und Anpassungsprozesse im Wintertourismus. Publikation der Ostschweizerischen Geographischen Gesellschaft, Heft 6. St. Gallen.

Cipra International (Hrsg.) 2011. Tourismus im Klimawandel. Ein Hintergrundbericht der Cipra. Compact Nr. 8/2011. Schaan.

Cipra International (Hrsg.) 2006. Skifahren in Ewigkeit, Amen. Nr. 81/Dezember 2006. Schaan.

Cipra Deutschland (Hrsg.) 2003. alpMedia Hintergrundbericht. Aufrüstung im Alpinen Wintersport. Schaan.

Schweizer Tourismus-Verband STV et al. (Hrsg.) 2010. Schweizer Tourismus in Zahlen 2009. Bern. 52 S.

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung – Tourismus (Hrsg.) 2011. Der Schweizer Tourismus im Klimawandel. Auswirkungen und Anpassungsoptionen. Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF). Bern.

Widmann, Eva 2005. Nachhaltige Entwicklung im Tourismus in den Alpen. Ökotourismus als Chance für eine nachhaltige Entwicklung. Diplomarbeit Fachhochschule Mainz, Wirtschaftswissenschaften. Mainz.