



### Wandern war früher

Heute geht's mit 80 Sachen runter vom Berg. Der »Airofan« am Achensee macht's möglich.



### Augen zu und durch

Der wahrscheinlich schnellste Weg vom Gipfel zum Parkplatz: der Alpine Coaster in Imst.

Wie sich Touristiker die Zukunft der Berge vorstellen

## Playground Alpen

Schnell hin, schnell rauf, schnell runter. Muss doch nicht groß Zeit kosten, wenn man die Faszination der alpinen Natur erleben will. Eine Satire

**W**enn Touristen wie Päckchen verschnürt an einem Stahlseil talwärts sausen, dann nennt man das heute »Flying Fox« – und es hat wenig mit der umgebenden Natur, viel aber mit Beschleunigung zu tun. Die einzige Voraussetzung für ein Fahrgeschäft dieser Art ist eigentlich, dass es drunter hübsch runtergeht, weil sonst das Kreischen nur halb soviel Spaß macht. Nun mögen diese lautstarken Erregungszustände im Münchner Olympiapark niemanden stören, im Rofan aber, wo sich seit 2007 Adrenalinjunkies mit dem »Airofan Skyglider« und mehr als 80 Stundenkilometern in die Tiefe stürzen, kriegen es Wild, Bauern und Wanderer langsam mit den Nerven, hört man. Im Zugspitzgebiet und in Bayrischzell am Wendelstein dagegen hat man die Flying-Fox-Projekte mittlerweile aboder zumindest doch auf Eis gelegt. Ob das mit der Negativ-PR vom Achensee oder doch eher mit einer gewissen Schwerfälligkeit, was Innovationen anbelangt, zu tun hat? Man weiß es nicht genau. Dass zumindest die Garmischer ein bockiges Bergvolk sein können, haben sie jüngst bei den Vorbereitungen für die Olympiabewerbung 2018 bewiesen.

Jedenfalls, glaubt man den medial wirksamen Alpentouristikern, werden sie es bestimmt bald bereuen, die damischen Bayern, dass sie diese Chance verpasst haben. Die Chance, die »Marke Alpen« einer ganz neuen Generation von Touristen zu verkaufen. Die Zeiten des heroischen Bergsteigers nämlich, die sind längst vorbei. Da war sich der deutsche Markenexperte Klaus Brandmeyer bei der Kick-off-Veranstaltung des neuen Tourismus-Lobbyverbundes »TheAlps« kürzlich ganz sicher. Der Fachmann aus Ham-

burg weiß außerdem, dass die Alpen eine gigantische, fantastische Kulisse sind, die man Touristen bequemer zugänglich machen sollte.

### Eine schöne Zeit in der Natur

Diese neue Generation also, die Brandmeyer da auf das Flipchart projiziert, »geht das Ganze entspannt an. Die will einfach eine schöne Zeit in der Natur haben und fertig.« So seien die Touristen eben, sagt er, »und zurückziehen kann man sie auch nicht.« Aber – und da sind wir jetzt richtig erleichtert – man versünde sich auch nicht, wenn man die Berge für eben diese Klientel inszeniere. Sicher nicht, geht es doch um eine »authentische Verbindung« von Lebens- und Urlaubsraum, wie wir später von den versammelten Tourismusexperten noch hören. Und darum, auf dem »Playground Europe« erfolgreich mitzuspielen. Wenn das nicht mal eine schöne Zukunftsvision ist! Ganz Europa ein Spielplatz. Da saust der Graubündner Bergbauer mit dem Alpine Coaster zur örtlichen Schaukäserei ins Tal, seine Milchkanne fest umklammert. Und der Schweizer Kollege nimmt den Flying Fox um neun zu seinem Nebenerwerbsjob in Zermatt. Dort treibt er jeden Tag um halb zehn die Kühe des Schweizer Tourismusverbands durchs Dorf. Vorbei an Gästen, die sich freuen wie die Kinder.

*Heidi Tiefenthaler, freie Journalistin*

