



## Peak – Wintertourismus in den Alpen

Dokumentarfilm, Deutschland/Italien 2011, Kurzfassung 30 Min. (2015), ab 16 Jahren

Regie: Hannes Lang

Produktion: unafilm

Kamera: Thilo Schmidt, Hajo Schomerus

Schnitt: Stefan Stabenow

Ton: Peter Rösner

Sprache: Deutsch

Untertitel: Deutsch, Französisch

Begleitmaterial: Birgit Henökl-Mbwisi, Hildegard Hefel

### Themen

Auseinandersetzung mit den Folgen des Wintersports in den Alpen, Chancen und Grenzen in der Wintertourismusentwicklung einer Region angesichts des Klimawandels, nachhaltiger Tourismus in den Alpen

---

### Kompetenzen

Die Schüler/-innen ...

- reflektieren ihr eigenes Wintersportverhalten und diskutieren ihre Standpunkte,
- analysieren, recherchieren und arbeiten zu Alpentourismus, Skifahren/Snowboarden und Alternativen des Wintersporttourismus,
- analysieren und reflektieren anhand des Filmtitels Peak das Thema der Nachhaltigkeit auf individueller, politischer und wirtschaftlicher Ebene,
- setzen sich mit den Vor- und Nachteilen von Skitourismus auseinander und erarbeiten die Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Ökologie/Umwelt.

---

### Inhalt

Skifahren oder Snowboarden zählt zu den beliebtesten Freizeitsportarten im Winterurlaub. Viele der Tourist/-innen wünschen sich Pulverschnee, Sonne, Berge, frische Luft und am Abend feiern beim Après-Ski. Vor allem in den Alpen sollen immer noch neue Gebiete für den Tourismus erschlossen werden. Zugleich macht die Klimaerwärmung den Skigebieten zu schaffen.

Der Dokumentarfilm beobachtet über ein Jahr lang die Bau- und Produktionsprozesse rund um den Ski-Tourismus in den Tiroler Alpen (Rettenbachgletscher, Sölden). Dem zunehmenden Rückgang der Gletscher und den geringeren Schneemengen versuchen die Betreiber durch den Bau eines riesigen Schmelzwasserbeckens für die künstliche Beschneigung der Skipisten entgegenzuwirken. Die Bilder der Bauarbeiten (Sprengungen des Berges, schwere Baumaschinen in der alpinen Landschaft) wirken dabei teilweise ebenso surreal wie die langen und ruhigen Einstellungen auf die Wintertourist/-innen. Der Dokumentarfilm fragt durch die gezielte Montage von tableauartig anmutenden Bildern nach dem Verhältnis von Technik und Natur. Wie künstlich darf oder kann eine Landschaft sein? Oder: Wie künstlich muss sie sein, damit sie unserer Sehnsucht nach

Urlaubsspaß und Erholung gerecht wird? Gleichzeitig werden aber in den wenigen Interviews auch die ökonomische Abhängigkeit des Dorfes vom Wintertourismus und die daraus resultierenden Folgewirkungen thematisiert.

Mit wenigen Worten, in ruhigen, langen Einstellungen im Cinemascope-Format (Breitbildformat) erkundet der Film den massiven Einsatz von Technik, um unabhängig von natürlichen Wetterbedingungen eine perfekte Winterlandschaft für die Tourist/-innen zu produzieren. Mit verstörenden, aber auch faszinierenden Bildern (vorwiegend Panorama und Totale) stellt der Film das Spannungsverhältnis dieser Tourismusregion dar. Die Bilder gewinnen durch eine reduzierte Tonebene, die nur die Geräusche vor Ort wiedergibt, noch mehr an Ausdrucksstärke, sei es der dröhnende Lärm der Schneekanonen oder der Lärm der Diskothek. Der Regisseur verzichtet auf Kommentare von externen Expert/-innen. Vielmehr wird ohne wertende Kommentare mit Bildern die zunehmende Zerstörung des Alpenraums durch den Menschen eindrucksvoll vermittelt.

## Didaktische Impulse

Hinweis: Die folgenden Impulse schlagen verschiedene Methoden und unterschiedliche thematische Schwerpunkte für die Bearbeitung des Films vor. Jeder Impuls ist in sich geschlossen und kann einzeln bearbeitet werden.

### Impuls 1

#### Alpentourismus

*Ziel:* Die Schüler/-innen reflektieren ihr eigenes Wintersportverhalten und diskutieren ihre Standpunkte. Sie analysieren, recherchieren und arbeiten zu Alpentourismus, Skifahren/ Snowboarden und die Zukunft von Alternativen des Wintersporttourismus.

*Alter und Zielgruppe:* ab 16 Jahren; allgemein höhere Schule, Berufsschule/Tourismusfachschule

*Dauer:* 2 Unterrichtsstunden

*Material:* Stifte, Flipchartpapier, Kopiervorlage «Zukunft des Wintersporttourismus»

*Ablauf:*

**Reflexion – Kleingruppenarbeit:** In der Klasse werden zwei Plakate jeweils mit dem Titel «Sommersportwoche» und «Wintersportwoche» aufgehängt. Die Schüler/-innen bilden Kleingruppen (vier bis fünf Personen) und führen folgenden Auftrag durch: Eure Schule muss sich entscheiden, ob sie nur mehr Sommer- oder Wintersportwochen anbietet. Für die Abstimmung im Schulgemeinschaftsausschuss (bestehend aus Lehrpersonen, Elternvertreter/-innen und Schüler/-innen) wird von jeder Klasse ein Feedback eingeholt. Diskutiert in der Gruppe eure Standpunkte und bedenkt dabei: Welche Vorteile/Nachteile/Gefahren gibt es bei Sommer-/ Wintersportwochen für Direktor/-in und Lehrpersonen, Schüler/-innen, Eltern, Natur und Umwelt? Überlegt auch, welche Folgen eure Entscheidung für die betroffenen Regionen hat (Dorf/Stadt, Menschen).

Haltet die wichtigsten Punkte, die euch zu eurer Entscheidung geführt haben, auf dem entsprechenden Plakat (Wintersportwoche oder Sommersportwoche) fest.

**Filmsichtung und kurze Besprechung des Inhalts – Plenum:** Die Schüler/-innen sehen sich gemeinsam den Film an. Anschließend wird der Film anhand folgender Fragen gemeinsam besprochen:

- Was sind die Themen des Films?
- Welche der im Film angesprochenen Themen waren euch bekannt? Was war neu?
- Was will der Film vermitteln? Worüber sollen die Zuschauer/-innen informiert bzw. wodurch zum Nachdenken angeregt werden?
- Warum heißt der Film Peak?

**Erarbeitung unterschiedlicher Thesen – Kleingruppenarbeit:** Es werden Kleingruppen gebildet (vier bis fünf Personen). Jede Gruppe erhält in der Anzahl der Schüler/-innen die Kopiervorlage «Zukunft des Wintersporttourismus». Nach der Lektüre überlegen sich die Schüler/-innen die Positionen unterschiedlicher Interessengruppen zum Thema «Zukunft des Wintersporttourismus in den Alpen angesichts des Klimawandels». Sie verfassen für die Interessengruppen kurze, prägnante Thesen und präsentieren diese visuell ansprechend auf einem Plakat. Wichtig ist, dass die Schüler/-innen durch entsprechende Anordnung der Thesen auf dem Plakat auch ihre eigene Haltung als Gruppe zum Ausdruck bringen.

**Präsentation der Ergebnisse – Plenum:** Die Gruppen stellen ihre «Bilder» vor. Die Aufgabe der anderen Schüler/-innen ist es, die Haltung der präsentierenden Gruppe herauszufinden. Die Gruppe geht auf die Interpretationen ein, korrigiert oder ergänzt sie.

**Diskussion – Plenum:** Wenn am Schluss noch Zeit bleibt, können folgende Fragen gemeinsam diskutiert werden: Wie viel Natur darf dem Skitourismus «geopfert» werden und wo müsste es Grenzen geben?

#### **Mögliche Erweiterung**

In einer nächsten Einheit kann ein Rollenspiel durchgeführt werden: In einer Gemeindeversammlung sitzen Bürgermeister/-in, Hotelbesitzer/-in, Liftbetreiber/-in, Umweltschützer/-in, Landwirt/-in am Podium und diskutieren gemeinsam Ideen für die zukünftige Ausrichtung des Wintertourismus in ihrem Ort. Im Publikum sitzen unterschiedliche Personen aus der Gemeinde, die nach der Diskussion auch Fragen an das Podium stellen können. Ziel ist es, einen lösungsorientierten Kompromiss auszuhandeln, der möglichst unterschiedlichen Akteur/-innen wie Interessen gerecht wird. Eine detaillierte Beschreibung des Ablaufs eines Rollenspiels findet sich im zweiten Impuls des Begleitmaterials zum Film «Die Gans mit den goldenen Eiern – Tourismus an Costa Ricas Pazifikküste».

## Zukunft des Wintersporttourismus

Teilt euch die Lektüre der untenstehenden Textpassagen auf, diskutiert in der Gruppe kurz die Inhalte der Textpassagen und des Films. Überlegt euch anschließend zum Thema «Zukunft des Wintersporttourismus in den Alpen angesichts des Klimawandels» die Haltungen und Positionen der unten stehenden Personengruppen: Was sind die Interessen der Gruppe? Welche Ziele verfolgen sie? Welche Strategien schlagen sie vor?

- Bürgermeister/-in einer Gemeinde, die vom Skitourismus lebt
- Hotelbesitzer/-in oder –manager/-in eines Hotels, das vom Skitourismus lebt
- Hotelangestellte/-r, die/der während des Winters ihr/sein (Jahres-)Einkommen verdient
- Tourist/-in, der/die jedes Jahr zum Skifahren in diesen Ort/Gemeinde kommt und Geld bringt
- Liftbetreiber/-in, der/die für Schnee und gute Schifahrbedingungen sorgt
- Umweltschützer/-in, der/die sich im Ort für Sommertourismus einsetzt, weil im Winter der Schnee künstlich erzeugt werden muss, was für die Gemeinde eine große Belastung darstellt
- Jungunternehmer/-in aus dem Dorf mit viel kreativem Potenzial und Ideen für Neuausrichtung des Tourismus
- Landwirt/-in, der/die unter den Folgen der künstlichen Beschneigung leidet (Wassermangel, Erdbeben, Erosion)
- Wissenschaftler/-in, der/die vor Zerstörung der Natur durch Beschneigungsanlagen, Klimawandel usw. warnt und für eine nachhaltige Tourismusedwicklung plädiert
- Dorfbewohner/-in, der/die von der zunehmenden Verbauung und der wirtschaftlichen Abhängigkeit genug hat

Fasst die Standpunkte der jeweiligen Personengruppe in knappen Sätzen bzw. Thesen zusammen. Schreibt die einzelnen Sätze bzw. Thesen je auf ein Kärtchen.

Gestaltet ein Plakat mit euren Thesen und versucht diese möglichst bildhaft darzustellen. Wichtig ist, dass ihr durch entsprechende Anordnung der Thesen auf dem Plakat auch eure Haltung als Gruppe zum Ausdruck bringt. Dazu könnt ihr die Kärtchen auf das Plakat heften und durch eine ansprechende visuelle Gestaltung ergänzen.

### Textpassagen

Tourismusexperte Christian Baumgartner: «Rück- oder Nichtbebauungen lösen das Grundproblem von Wintersportorten im Klimawandel nicht. Schließlich ist nicht selten die gesamte Infrastruktur auf Skisport oder Snowboarden ausgerichtet: Hier wird das Geld verdient. Doch es verdienen nicht nur Liftbetreiber und Skiverleiher an den Wintersportgästen. Letztlich partizipiert die gesamte Region, wenn Gäste hier übernachten, essen und einkaufen und die Gewinne daraus in Renovierungen, neue Möbel oder Straßen fließen. Weil die Umsätze aber größtenteils vom Liftbetrieb und damit von der Schneedecke abhängen, wird der zu verteilende Kuchen statistisch gesehen immer kleiner. [...] Wintersportorte müssten deshalb dringend neue schneeungebundene Angebote entwickeln, die einen Ersatz für den langsam wegschmelzenden Skitourismus darstellen.»

[www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011\\_Klima\\_Wintersport\\_Broschuere\\_.pdf](http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011_Klima_Wintersport_Broschuere_.pdf) (S. 21)

Axel Doering, Sprecher des Arbeitskreises Alpen beim deutschen Bund Naturschutz: «Die Beschneuerung mit dem massiven Wassereinsatz wirkt sich auf die Vegetation aus. Da verändert sich das Vegetationsbild in höheren Lagen, weg von den angepassten Hochlagenarten, hin zur Allerweltsvegetation. Um den Kunstschnee effizient einzusetzen, müssen die Pisten zudem besonders gut geplant werden, da jede Unebenheit mehr Kunstschnee zur Präparierung braucht. Im Sommer hat das Ganze zur Folge, dass das Wasser viel schneller abläuft. Die Gefahr von Murenabgängen und Bodenerosion steigt.»

[www.welt.de/wissenschaft/article123984127/Pisten-Beschneuerung-foerdert-Katastrophen-im-Sommer.html](http://www.welt.de/wissenschaft/article123984127/Pisten-Beschneuerung-foerdert-Katastrophen-im-Sommer.html)

Alpenforscher Werner Bätzing: «Seit den 80er-Jahren stagniert der Alpentourismus und verliert stetig Marktanteile am weltweiten Tourismus, der sich im selben Zeitraum fast verdreifacht hat. Für die Zukunft prognostiziere ich, dass der Alpenraum im besten Fall seine Übernachtungszahlen halten kann. Mehr liegt nicht drin. [...] Ich sehe zwei Strategien: In den Tourismuszentren muss der Tourismus auf den quantitativen Ausbau verzichten und auf Qualität setzen, das heisst: ein unverwechselbares Angebot schaffen. Damit meine ich nicht Konzerte, Hängebrücken und Aussichtsplattformen, sondern regionenspezifische Angebote. Auch muss der Tourismus raus aus dem Getto und sich wieder mit der lokalen Wirtschaft und Kultur zusammentun. Den Gemeinden mit bisher wenig oder gar keinem Tourismus empfehle ich, ein natur- und sozialverträgliches Tourismusangebot als komplementäre Einkommensquelle aufzubauen. [...] So wie dies beispielsweise das Osttiroler Villgratental tut. Das Tal verzichtet auf Skilifte, Schneekanonen, Schneehasenbars und bietet den Gästen stattdessen Schneeschuh- und Skiwanderungen in einer intakten Kultur- und Naturlandschaft. Beispielhaft ist auch der Versuch des österreichischen Alpenvereins, mit sogenannten «Bergsteigerdörfern» einen naturnahen Tourismus zu etablieren.»

[www.pronatura.ch/tl\\_files/dokumente\\_de/7\\_service\\_de/pro\\_natura\\_magazin/2015/Pro\\_Natura\\_Magazin\\_2\\_2015\\_Weniger\\_ist\\_mehr-Bergtourismus\\_funktioniert\\_auch\\_anders.pdf](http://www.pronatura.ch/tl_files/dokumente_de/7_service_de/pro_natura_magazin/2015/Pro_Natura_Magazin_2_2015_Weniger_ist_mehr-Bergtourismus_funktioniert_auch_anders.pdf) (S. 11)

Klimaforscherin Univ.-Prof. Dr. Helga Kromp-Kolb: «Wir werden auch in Zukunft kalte und schneereiche Winter erleben. Die Frage ist allerdings, wie viele Winter es hintereinander ohne oder mit zu wenig Schnee geben wird. Wie kann die Tourismusbranche damit umgehen, dass die Gäste über mehrere Jahre hinweg ausbleiben? Die derzeitige Lösung sind Beschneigungsanlagen. Dafür braucht man allerdings niedrige Temperaturen, Energie und Wasser. Das Beschneien von Pisten ist bestenfalls eine Übergangslösung, damit die Gemeinden und Regionen Zeit haben, sich anders zu positionieren, zum Beispiel den Sommertourismus zu forcieren oder ganz etwas anderes zu entwickeln. Gleichzeitig müssen sie für gute Verkehrsanbindungen sorgen. [...] Wichtig ist, dass man auch lokal mit öffentlichen Verkehrsmitteln auskommt. Man muss bei der Planung berücksichtigen, dass man in Zukunft nicht nur weniger Schnee, sondern auch weniger Energie zur Verfügung haben wird.»

[www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011\\_Klima\\_Wintersport\\_Broschuere\\_.pdf](http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011_Klima_Wintersport_Broschuere_.pdf) (S. 26)

«Ohne Snowfarming hätte Sölden in diesem Jahr den Skiworldcup absagen müssen», betont Posch, Geschäftsführer der Bergbahnen Sölden. Doch er und seine Kollegen hatten vom Frühjahr über 250.000 Kubikmeter Schnee über den Sommer gerettet. Mit speziellen Planen abgedeckt und an schattigen Plätzen zu Schneehaufen aufgetürmt. [...] Fieberhaft sucht die Tourismusbranche der alpinen Skisportorte nach Ideen, um das Geschäft mit dem Schnee in Zukunft möglich zu machen. Wissenschaftler tüfteln an der Zusammensetzung des Fliesmaterials für die Abdeckplanen. [...] Snowfarming gilt als das derzeit umweltschonendste Verfahren im Bereich technischer Schnee. Es gibt noch andere Möglichkeiten: Mit Kühlschläuchen soll der Boden so kalt gehalten werden, dass der Schnee auch bei wärmeren Temperaturen liegen bleibt. Auch über den derzeit noch verbotenen Einsatz spezieller Bakterien, sogenannte «Snowmax», wird nachgedacht. Sie sollen den Schnee gegen Wärme resistenter machen.»

[www.deutschlandfunk.de/snowfarming-schnee-von-gestern-fuer-die-pisten-von-heute.697.de.html?dram:article\\_id=307442](http://www.deutschlandfunk.de/snowfarming-schnee-von-gestern-fuer-die-pisten-von-heute.697.de.html?dram:article_id=307442)

«Experten befürchten, dass der Zugspitzgletscher bald – vielleicht schon in zwei Jahrzehnten – ganz verschwinden könnte. Die Planen sollen das hinauszögern. «Wir sehen es als unsere Aufgabe, diesen Gletscher zu schützen», sagt die Sprecherin der Zugspitzbahn, Verena Lothes. «Wir wollen natürlich auch das Skigebiet solange wie möglich erhalten.» [...] Planen sind freilich kein geeignetes Mittel zum Schutz von Gletschern an sich. «Es gibt Untersuchungen, dass der Einfluss der Maßnahmen auf die Gletscher insgesamt nicht messbar ist», sagt der Innsbrucker Glaziologe Martin Stocker-Waldhuber vom Institut für Gebirgsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. «Es geht nicht um den Gletscher, es geht um den Skibetrieb.» [...] Naturschützer sehen die Maßnahmen skeptisch. «Das ist, wie wenn man einem Krebskranken ein Pflaster auf eine kleine Wunde klebt. Es ändert nichts an den Ursachen der Klimawandels und der generellen Gefährdung des Gletschers», sagt Christine Margraf vom Bund Naturschutz in Bayern. Die Maßnahmen könnten den Gletscherrückgang nicht aufhalten, sondern höchstens punktuell verlangsamen. «Wenn sie für den Gletscher wirklich etwas tun wollten, sollten sie mit Skibetrieb sorgsamer umgehen.»

[www.welt.de/regionales/muenchen/article106426463/Planen-schuetzen-Zugspitzgletscher-vor-Sommersonne.html](http://www.welt.de/regionales/muenchen/article106426463/Planen-schuetzen-Zugspitzgletscher-vor-Sommersonne.html)

«Bei der Schneebeirtschaftung, auch Snow-Farming genannt, werden grosse Schneemassen mit Pistenfahrzeugen am Pistenrand geholt, zu bestimmten Stellen transportiert und gepresst; teilweise wird der angehäuften Schnee auch abgedeckt. Dies dient der allgemeinen Pistenpräparierung oder der Errichtung künstlicher Pistenbauten wie Half Pipes, Schanzen oder Schneepärken sowie dem Schutz von Gletschergrotten. Intensive Formen der Schneebeirtschaftung beeinträchtigen das alpine Landschaftsbild (visuelle «Narben» in der Schneedecke dort, wo der Schnee geholt wird) und erfordern einen grossen Maschineneinsatz (Energieverbrauch, Lärm und Abgase).»

[www.bergrecht.ch/Eigene%20Publikationen/CIPRA\\_GI\\_abd\\_Poso507.pdf](http://www.bergrecht.ch/Eigene%20Publikationen/CIPRA_GI_abd_Poso507.pdf) (S. 3)

«Die Alpenflüsse versorgen 170 Millionen Menschen mit Wasser. Der Klimawandel wird die Verfügbarkeit von Wasser in den Alpen und darüber hinaus massiv einschränken. Weniger Regen, zunehmende Trockenheit im Sommer und deutlich geringere Schneefälle im Winter sind nur einige der prognostizierten Folgen. Entsprechend werden die Ansprüche an die Nutzung der Ressource Wasser steigen, und die Konkurrenz zwischen den verschiedenen Nutzergruppen wird zunehmen. Nur noch rund 10% der Fließgewässer in den Alpen können als ökologisch intakt bezeichnet werden – sind also weder verschmutzt oder verbaut noch in ihrem Abflussgeschehen gestört.» [www.cipra.org/de/positionen/116](http://www.cipra.org/de/positionen/116)

Ehemaliger Gemeindepräsident von St. Antönien, Ernst Flütsch: «So gesehen ist der naturnahe Tourismus bei uns aus der Not geboren und musste erst langsam aufgebaut werden. Seit den Achtzigerjahren gehört St. Antönien zu den beliebtesten Gebieten für Ski- und Schneeschuhtouren in der Schweiz. Aber auch im Sommer kommen viele Gäste zu uns. Bei der Auslastung beträgt unser Verhältnis zwischen Sommer und Winter 50 Prozent. Das ist ein guter Wert im Vergleich zu grossen Winterdestinationen, die Mühe haben mit dem Sommergeschäft. [...] Wir profitieren von der immer noch wachsenden Beliebtheit der Skitouren. Wir haben viele Gäste, die genug haben vom Anstehen und vom Gerangel an den Skiliften und deshalb auf Skitouren umgestiegen sind. Insgesamt sind unsere Zahlen stabil. Wir erklären den Wintergästen, wie schön es im Sommer bei uns ist. Es gibt blühende Blumenwiesen, man kann Wild beobachten. Viele kehren dann zu uns zurück. Bei uns gibt es wirklich unberührte Natur. Unser Nachteil hingegen ist, dass wir bei Schlechtwetter praktisch keine Alternativen haben.»  
[www.pronatura.ch/tl\\_files/dokumente\\_de/7\\_service\\_de/pro\\_natura\\_magazin/2015/Pro\\_Natura\\_Magazin\\_2\\_2015\\_Weniger\\_ist\\_mehr-Bergtourismus\\_funktioniert\\_auch\\_anders.pdf](http://www.pronatura.ch/tl_files/dokumente_de/7_service_de/pro_natura_magazin/2015/Pro_Natura_Magazin_2_2015_Weniger_ist_mehr-Bergtourismus_funktioniert_auch_anders.pdf)

**Impuls 2****Peak – und was hat das mit Nachhaltigkeit zu tun?**

*Ziel:* Die Schüler/-innen analysieren den Filmtitel Peak und erarbeiten, in welcher Weise dieser mit Nachhaltigkeit zu tun haben könnte. Sie reflektieren das Thema der Nachhaltigkeit auf individueller, politischer und wirtschaftlicher Ebene.

*Alter und Zielgruppe:* ab 16 Jahren; allgemein höhere Schule, Berufsschule/Tourismusfachschule

*Dauer:* 2 Unterrichtsstunden

*Material:* Stifte, Flipchartpapier, Kopiervorlage «Peak», ev. Internetzugang (PC oder Mobiltelefon)

*Ablauf:*

**Kurze Begriffsklärung vor dem Film als Einstieg – Plenum:** Mit den Schüler/-innen wird besprochen, was der Begriff Peak, der diesem Film den Titel gibt, bedeutet? «Der Begriff Peak kommt aus dem Englischen und bedeutet «Gipfel, Spitze, Scheitelwert». In der Messtechnik und Stochastik bezeichnet man mit Peak einen signifikanten Spitzenwert.»

<http://de.wikipedia.org/wiki/Peak>

**Auftrag an die Schüler/-innen während des Films:**

- Achtet darauf, welche Motive oder Absichten der Filmemacher gehabt haben könnte, seinem Film den Titel Peak zu geben.
- Welche Assoziationen habt ihr zu dem Titel Peak während des Films?

**Filmsichtung und kurze Besprechung des Inhalts – Plenum:** Die Schüler/-innen sehen sich gemeinsam den Film an. Anschließend wird der Film anhand folgender Fragen gemeinsam besprochen:

- Was ist das zentrale Thema des Films?
- Welche Interessengruppen kommen im Film vor? Welche Anliegen haben sie?
- Mit welchen Maßnahmen versuchen die Betreiber den Wintertourismus am Gletscher zu erhalten?
- Wie wird mit Schnee- und Wassermangel umgegangen?
- Welche der im Film angesprochenen Themen waren euch bekannt, was war neu?
- Wenn ihr die langen Einstellungen der schönen Berglandschaft, der Arbeiten am Speicherteich, der Tourist/-innen mit einem Kommentar hinterlegen müsstet, welchen Inhalt hätte dieser? Was vermittelt der Film mit diesen Bildern?
- Warum hat der Regisseur als Filmtitel den Begriff Peak gewählt?
- Wie beurteilt ihr die hohen Investitionen zum technischen Ausbau der Skigebiete? Was spricht für, was gegen den Ausbau?
- Welche Folgen könnten diese Entwicklungen (Klimawandel und technischer Ausbau der Skigebiete) für die lokale Bevölkerung in 35 Jahren bzw. im Jahr 2050 haben?

**Entwicklung von Maßnahmen – Kleingruppenarbeit:** Die Schüler/-innen teilen sich in Kleingruppen zu vier bis fünf Personen, alle Schüler/-innen erhalten die Kopiervorlage «Peak». Nach der Lektüre der beiden Zitate diskutieren sie die Zusammenhänge zwischen diesen und dem Film. Sie reflektieren Möglichkeiten eines nachhaltigen Lebensstils und überlegen, was dies in ihrem Lebensalltag bedeuten würde. Wären sie bereit, ihren ökologischen Fußabdruck zu verändern, oder sehen sie darin wenig Sinn? Welche Rolle kommt ihrer Meinung nach der Politik und Wirtschaft zu? Gemeinsam überlegen sie sich, welche Maßnahmen auf individueller, politischer und wirtschaftlicher Ebene sinnvoll wären.

**Präsentation – Plenum:** Jede Gruppe präsentiert die Ergebnisse im Plenum.



## Peak

«Der österreichische Kybernetiker Heinz von Foerster (1911–2002) formulierte aus der Kenntnis der Komplexität einen ethischen Imperativ: «Handle stets so, dass die Anzahl der Wahlmöglichkeiten größer wird!» Wie aber wissen wir a priori, welche unserer Handlungen die Anzahl der Möglichkeiten vergrößern wird – insbesondere dann, wenn wir akzeptieren, dass das Verhalten von Menschen und Erde nicht vorhersehbar ist? Es wäre schon ein großer Schritt in Richtung dauerhaft akzeptabler Lebensqualität für alle, wenn wir jene Handlungen vermeiden lernen würden, durch die wir die Wahlmöglichkeiten sicher einschränken.»

Verena Winniwart, Hans Rudolf Bork (2014), Geschichte unserer Umwelt. Sechzig Reisen durch die Zeit, primus Verlag, Darmstadt, S. 9f

«Eine dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können» (WELTKOMMISSION, 1987: 51) – so definieren die Autorinnen und Autoren das Ziel, dem sich die Menschheit verschreiben sollte. Im Fokus stehen internationale und intergenerationale Gerechtigkeit sowie die gleichberechtigte Mitwirkung aller Akteure, die Partizipation.

Poetischer ausgedrückt findet sich derselbe Gedanke in einem Leitspruch der Umweltbewegung der 1970er-Jahre: «Wir haben die Erde von unseren Kindern nur geliehen.»

Verena Winniwart, Hans Rudolf Bork (2014), Geschichte unserer Umwelt. Sechzig Reisen durch die Zeit, primus Verlag, Darmstadt, S. 8f

### Arbeitsauftrag

Schritt 1: Lest in Einzelarbeit die Zitate durch und überlegt, was diese mit dem Inhalt des Films gemeinsam haben könnten. Schreibt alle Assoziationen, die euch zwischen den Zitaten und dem technischen Ausbau des Skitourismus angesichts des Klimawandels einfallen (Beschneigungsanlagen, drohende Wasserknappheit etc.) auf die Rückseite des Blatts.

Schritt 2: Besprecht anschließend in der Gruppe alle Parallelen, die ihr gefunden habt. Überlegt gemeinsam, welchen ökologischen Fußabdruck ihr mit eurem Lebensstil hinterlässt (Wohnung, Ernährung, Mobilität, Konsum). Dieser gibt in Hektaren an, wie viel Fläche (wie viele Welten) jemand auf Grund seines Lebensstils zur Befriedigung seiner Bedürfnisse benötigt: [www.mein-fussabdruck.at](http://www.mein-fussabdruck.at)

Diskutiert gemeinsam folgende Fragen: Können wir unseren bisherigen Lebensstandard überhaupt halten oder sind die Grenzen des Wachstums erreicht? Was würde ein nachhaltiger Lebensstil in unserem Alltag bedeuten? Wären wir überhaupt bereit etwas an unserem Lebensstil zu verändern? Wenn ja, in welchen Bereichen? Hat es überhaupt eine Auswirkung, wenn wir als Einzelpersonen unseren Lebensstil verändern? Welche Rolle kommt der Politik und Wirtschaft zu?

Schritt 3: Überlegt euch gemeinsam Maßnahmen auf individueller, politischer und wirtschaftlicher Ebene, wie eine akzeptable Lebensqualität für alle erreicht werden könnte.

**Impuls 3****Peak – der Nutzen des Skitourismus?**

*Ziel:* Die Schüler/-innen setzen sich mit den Vor- und Nachteilen von Skitourismus für ein Land auseinander und erarbeiten die Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Ökologie/Umwelt.

*Alter und Zielgruppe:* ab 16 Jahren; allgemein höhere Schule, Berufsschule/Tourismusfachschule

*Dauer:* 3 Unterrichtsstunden

*Material:* Flipchartpapier, Stifte, Internetzugang (PC oder Mobiltelefon), Kopiervorlage «Plakatkampagne Schattenseiten des Tourismus in den Alpen», Kopiervorlage «Plakatkampagne Nachhaltiger Tourismus in den Alpen»

*Ablauf:*

**Filmsichtung und kurze Besprechung des Inhalts – Plenum:** Die Schüler/-innen sehen sich gemeinsam den Film an. Anschließend wird der Film anhand folgender Fragen gemeinsam besprochen:

- Was sind die Themen des Films?
- Warum heißt der Film Peak?
- Welche der im Film angesprochenen Themen waren euch bekannt? Was war neu?
- Was will der Film vermitteln? Worüber sollen die Zuschauer/-innen informiert bzw. zum Nachdenken angeregt werden?
- Wie beurteilt ihr die hohen Investitionen zum technischen Ausbau der Skigebiete? Ist dies eurer Meinung nach eine passende Antwort auf den Klimawandel, entspricht es einem zukunftsfähigen Tourismus?
- Welche Folgen könnten diese Entwicklungen für die lokale Bevölkerung in 35 Jahren bzw. im Jahr 2050 haben?
- «Ohne Fremdenverkehr gäbe es hier oben nichts!» sagt einer der Bauarbeiter im Film. Welche Alternativen fallen euch für die Region ein? Gäbe es andere touristische Szenarien oder Möglichkeiten von Regionalentwicklung?
- Ist ein naturnaher, nachhaltiger Wintertourismus eine Option?

**Ausarbeitung einer Plakatkampagne – Kleingruppenarbeit:** Es werden Kleingruppen gebildet mit vier bis fünf Personen. Diese gestalten zu Variante 1, Variante 2 oder Variante 3 eine Plakatkampagne (A3):

Variante 1: Die Schüler/-innen erstellen eine Plakatkampagne mit ihren Vorstellungen zum Wintertourismus 2050. Sie sollen dabei die unterschiedlichen Akteur/-innen und Interessen mitbedenken.

Variante 2: Die Schüler/-innen bekommen die Kopiervorlage «Plakatkampagne Schattenseiten des Tourismus in den Alpen» und entwickeln über die Schattenseiten des Skitourismus eine zynische Plakatkampagne, in der sie die negativen Aspekte des Skitourismus durch positive Messages hervorheben. Ein Beispiel für eine derartige Kampagne findet sich unter: <https://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-greenpeace-triezt-seinen-liebblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne/>

Variante 3: Die Schüler/-innen erhalten die Kopiervorlage «Plakatkampagne Nachhaltiger Tourismus in den Alpen» und gestalten eine Plakatkampagne zu nachhaltigem Tourismus mit passenden Slogans.

**Präsentation – Plenum:** Die Plakate werden in der Klasse aufgehängt und von den Schüler/-innen im Plenum kommentiert. Die Plakate können auch in der Schule ausgestellt werden.

## Plakatkampagne Schattenseiten des Tourismus in den Alpen

Lest den unten stehenden, kurzen Text zu Tourismus in den Alpen. Überlegt euch mindestens drei konkrete und klare Sujets, mit denen ihr eine Plakatkampagne über die Schattenseiten des Skitourismus gestaltet. Sucht im Internet nach passenden Bildern.

Bei dieser Kampagne sollen auf eine zynische und witzige Art die negativen Aspekte durch positive Messages hervorgehoben werden, wie z.B. auf: <http://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-greenpeace-triezt-seinen-liebblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne/>

Achtet bei der Gestaltung des Plakats auf folgende Punkte: wenig, aber markanter Text (5–7 Worte), der in max. 2 Sekunden erfasst werden kann; grosse Schrift zwecks guter Lesbarkeit; gute Platzierung des Logos; Positionierung des Produkts in der Bildmitte; mit Farbkontrasten arbeiten; Verwendung von Gesichtern in Zusammenhang mit Produkten.

Mehr Information: [www.pro-media.org/download/VISATT-Analyse.pdf](http://www.pro-media.org/download/VISATT-Analyse.pdf)

Im Gegensatz zum weltweiten Tourismusboom stagniert der Alpentourismus seit einigen Jahren. Um neue Besucher/-innen zu gewinnen, wird häufig auf die quantitative und nicht die qualitative Karte gesetzt: Es werden hohe Summen in die Schneesicherheit investiert: Schneekanonen, Planen zur Abdeckung (Snowfarming), leistungsfähige Liftanlagen, Neuerschließungen etc. Mit dem Wandel von der traditionellen, bäuerlichen Kulturlandschaft zur touristischen Erholungslandschaft gehen eine Vielzahl von Umweltbelastungen einher: der Bau von flächenintensiven touristischen Anlagen (z.B. Hotels, Wellnesszentren, Golfplätze etc.) in oft ökologisch labilen Höhen- und Hangbereichen, Belastung der Umwelt durch die Produktion von künstlichem Schnee (hoher Energie- und Wasserverbrauch, Verletzung der Böden), höhere Verkehrsbelastung, Zunahme an Müll und Abwässern etc. Zusätzlich wird auf den Erlebnistourismus gesetzt, so auch mit Österreichs höchster Hängebrücke inklusive «Treppe ins Nichts» am Dachsteingletscher, die neben dem «Eispalast» im Inneren des Gletschers und dem «Skywalk», der Aussichtsplattform mit Glasboden, die Inszenierung der Dachsteinwelten perfektionieren soll. Die steigende Vermarktung der Alpen greift zunehmend in die Naturlandschaft ein und führt oft zu nur schwer reversiblen Umweltzerstörungen.

Zur Vertiefung und Inspiration kann folgender Text herangezogen werden: Beschreibung der Problemfelder im Skitourismus und Tipps für einen nachhaltigen Tourismus:

[http://assets.wwf.ch/downloads/skigebiete\\_in\\_der\\_schweiz\\_positionspapier\\_wwf\\_2011\\_d.pdf](http://assets.wwf.ch/downloads/skigebiete_in_der_schweiz_positionspapier_wwf_2011_d.pdf)  
[www.wwf.de/aktiv-werden/tipps-fuer-den-alltag/umweltvertraeglich-reisen/skifahren-winter-sport-mit-folgen](http://www.wwf.de/aktiv-werden/tipps-fuer-den-alltag/umweltvertraeglich-reisen/skifahren-winter-sport-mit-folgen)

## Plakatkampagne Nachhaltiger Tourismus in den Alpen

Lest den unten stehenden, kurzen Text zu nachhaltigem Tourismus in den Alpen. Überlegt euch zu den angeführten Qualitätsstandards mindestens drei konkrete und klare Sujets, mit denen ihr eine Plakatkampagne zu nachhaltigem Tourismus in den Alpen gestaltet. Sucht im Internet nach passenden Bildern.

Achtet bei der Gestaltung des Plakats auf folgende Punkte: wenig, aber markanter Text (5–7 Worte), der in max. 2 Sekunden erfasst werden kann; grosse Schrift zwecks guter Lesbarkeit; gute Platzierung des Logos; Positionierung des Produkts in der Bildmitte; mit Farbkontrasten arbeiten; Verwendung von Gesichtern in Zusammenhang mit Produkten.

Mehr Information: [www.pro-media.org/download/VISATT-Analyse.pdf](http://www.pro-media.org/download/VISATT-Analyse.pdf)

Der naturnahe Tourismus stellt derzeit einen Anteil von rund 20 Prozent am Alpentourismus dar. «Als spezifisch auf die alpine Natur und Landschaft bezogene Form des nachhaltigen Tourismus unterstützt der naturnahe Tourismus den Naturschutz und die qualitätsvolle Landschaftsentwicklung in den Alpenregionen.

Qualitätsstandards des naturnahen Tourismus: Die Checkliste besteht aus zehn Qualitätsstandards mit je fünf Kriterien, die mit qualitativen und quantitativen Indikatoren unterlegt sind. Die Qualitätsstandards betreffen folgende Themen: 1. Naturnahe Region; 2. Angenehme Qualität des Ortes in Bezug auf Architektur, Landschaft und Raum; 3. Naturnahe Angebotsentwicklung; 4. Angepasste Beherbergung und Verpflegung; 5. Förderung einer nachhaltigen Verkehrsplanung; 6. Schutz und Aufwertung von Natur und Landschaft; 7. Information und Sensibilisierung; 8. Naturnahes Marketing; 9. Förderung der regionalen Wertschöpfung; 10. Qualitätsmanagement.»

[www.landschaft.wzw.tum.de/fileadmin/pdf/veranstaltungen/Zusammenfassung\\_Siegrist\\_20140112.pdf](http://www.landschaft.wzw.tum.de/fileadmin/pdf/veranstaltungen/Zusammenfassung_Siegrist_20140112.pdf)

Eine genauere Beschreibung der Qualitätsstandards findet ihr unter [www.bafu.admin.ch/sport\\_tourismus/10631/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,lnp6loNTUo42l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2YUq2Z6gpJCGfX12gmym162epYbg2c\\_JjKbNoKSn6A--](http://www.bafu.admin.ch/sport_tourismus/10631/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,lnp6loNTUo42l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2YUq2Z6gpJCGfX12gmym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A--)

### Weiterführende Informationen und Beispiele zur Inspiration:

Beispiele für naturnahen Tourismus in den Alpen:

[www.bergsteigerdoerfer.at](http://www.bergsteigerdoerfer.at)

[www.alpenverein.de/presse/bergsteigerdoerfer-hinterstein-ramsau\\_aid\\_15232.html](http://www.alpenverein.de/presse/bergsteigerdoerfer-hinterstein-ramsau_aid_15232.html)

Die Dachorganisation CIPRA setzt sich seit 1952 für den Schutz und die nachhaltige Entwicklung in den Alpen ein. Seit 1988 setzt sie mit Höhenfeuern jährlich ein Zeichen für den Erhalt des natürlichen Erbes der Alpen. Um Natur und Landschaft sprechen zu lassen, brennen im August alpenweit die Feuer. CIPRA Schweiz koordiniert die Aktion. Weitere Informationen und Anmeldung der Feuer: [www.feuerindenalpen.com](http://www.feuerindenalpen.com)

Beschreibung der Problemfelder im Skitourismus und Tipps für einen nachhaltigen Tourismus: [http://assets.wwf.ch/downloads/skigebiete\\_in\\_der\\_schweiz\\_positionspapier\\_wwf\\_2011\\_d.pdf](http://assets.wwf.ch/downloads/skigebiete_in_der_schweiz_positionspapier_wwf_2011_d.pdf)  
[www.wwf.de/aktiv-werden/tipps-fuer-den-alltag/umweltvertraeglich-reisen/skifahren-winter-sport-mit-folgen](http://www.wwf.de/aktiv-werden/tipps-fuer-den-alltag/umweltvertraeglich-reisen/skifahren-winter-sport-mit-folgen)