**Maturafrage 2 zur kompetenzorientierten Reifeprüfung in GWK**

|  |  |
| --- | --- |
| **Name/E-Mail:** | Christoph Bräuml, Christoph.Braeuml@stud.sbg.ac.at |
| **laufende Nr.:** | S 06 6B 02 |
| **Klasse:** | 6. Klasse AHS-Oberstufe |
| **Lehrplankapitel:** | Produktionsgebiete im Wandel – Außerwert-und Inwertsetzung als sozioökonomische Problemstellungen |
| **Richtlernziel des Lehrplans:** | die Eignung von Naturräumen für die Tourismusentwicklung sowie die Folgen der Erschließung vergleichend bewerten |
| **Titel:** | Tourismus in den Alpen |

**Folgende Inhalte wurden im Unterricht thematisiert:**

* verschiedene Formen des Tourismus
* das Wissen über den Klimawandel besitzen

**Methodenwissen:**

* Grafiken und Diagramme lesen und interpretieren
* Texte verstehen und zusammenfassen
* Hypothesen bilden, kritisch hinterfragen und begründen

**Aufgabenstellung:**

1. Ordne den untenstehenden Abbildungen (M01-M04) die jeweilige Tourismusform zu und erkläre diese anschließend. Gehe dabei im Detail auf die wesentlichen Unterschiede zwischen Massentourismus und sanfter Tourismus ein.
2. Vergleiche die Abbildungen M05-M07 über die Entwicklungen der Übernachtungen im gesamten Alpenraum. Analysiere erkennbare Tendenzen, Ursachen und Potenziale.
3. Viele Orte bzw. Regionen leben hauptsächlich von den Einnahmen durch den Wintertourismus. Dieser bringt jedoch auch zahlreiche Probleme mit sich.

Arbeite anhand der Materialien M08-M10 bestimmte Problemfelder heraus. Gibt es darüber hinaus noch weitere Risiken?

1. Stell dir vor du bist Tourismuschef einer Region welche besonders von der Klimaerwärmung betroffen wäre. Die Region XY lebte bisher hauptsächlich nur vom Wintertourismus, doch in einigen Jahren ist dies keine sichere Einnahmequelle mehr.

Erarbeite nun ein Marketingkonzept für die Tourismusregion – welche Alternativen bzw. anderen Möglichkeiten von Tourismus gibt es und auf welche könnte man sich spezialisieren?

**Material**

**M01**

*M01 In Schräglage: Der Big Ben ist eines der vielen Wahrzeichen von London (dpa o.J.:o.S.)*

*Quelle: © dpa (o.J.): In Schräglage: Der Big Ben ist eines der vielen Wahrzeichen von London. <http://www.badische-zeitung.de/reise-1/sightseeing-in-london-leichtgemacht--56134204.html> (Zugriff:2015-03-07).*

*(Foto)*

**M02**

*M02 Freeride – Flo (Knowles o.J.:o.S.)*

*Quelle: © Knowles, S. (o.J.): Freeride – Flo. <http://dougaltavener.com/Deutsch/05-Ski/Ski\_Freeride.html> (Zugriff: 2015-03-07).*

*(Foto)*

**M03**

*M03 NaturFreunde Deutschlands e.V. (Sturm o.J.:o.S.)*

*Quelle: © Sturm, R. (o.J.): NaturFreunde Deutschlands e.V.. Verband für Umweltschutz, sanften Tourismus, Sport und Kultur.<http://www.naturfreunde-ferien.de/ueber-uns/> (Zugriff:2015-03-07).*

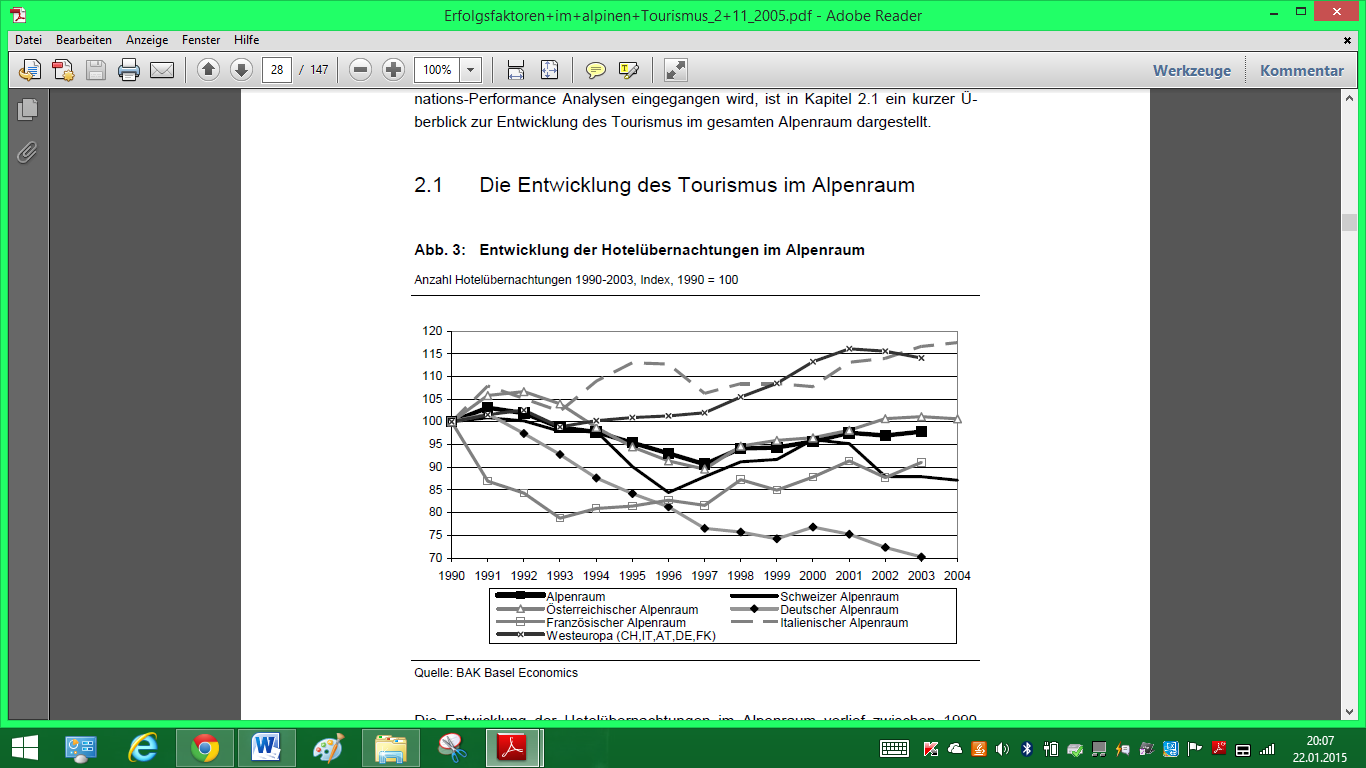
*(Foto)*

**M04**

*M04 Badespaß?! (Picture Alliance o.J.:o.S.)*

*Quelle: © Picture Alliance (o.J.): Badespaß?! <http://www.cicero.de/salon/schimmelpilz-massentourismus/49432> (Zugriff:2015-03-07).*

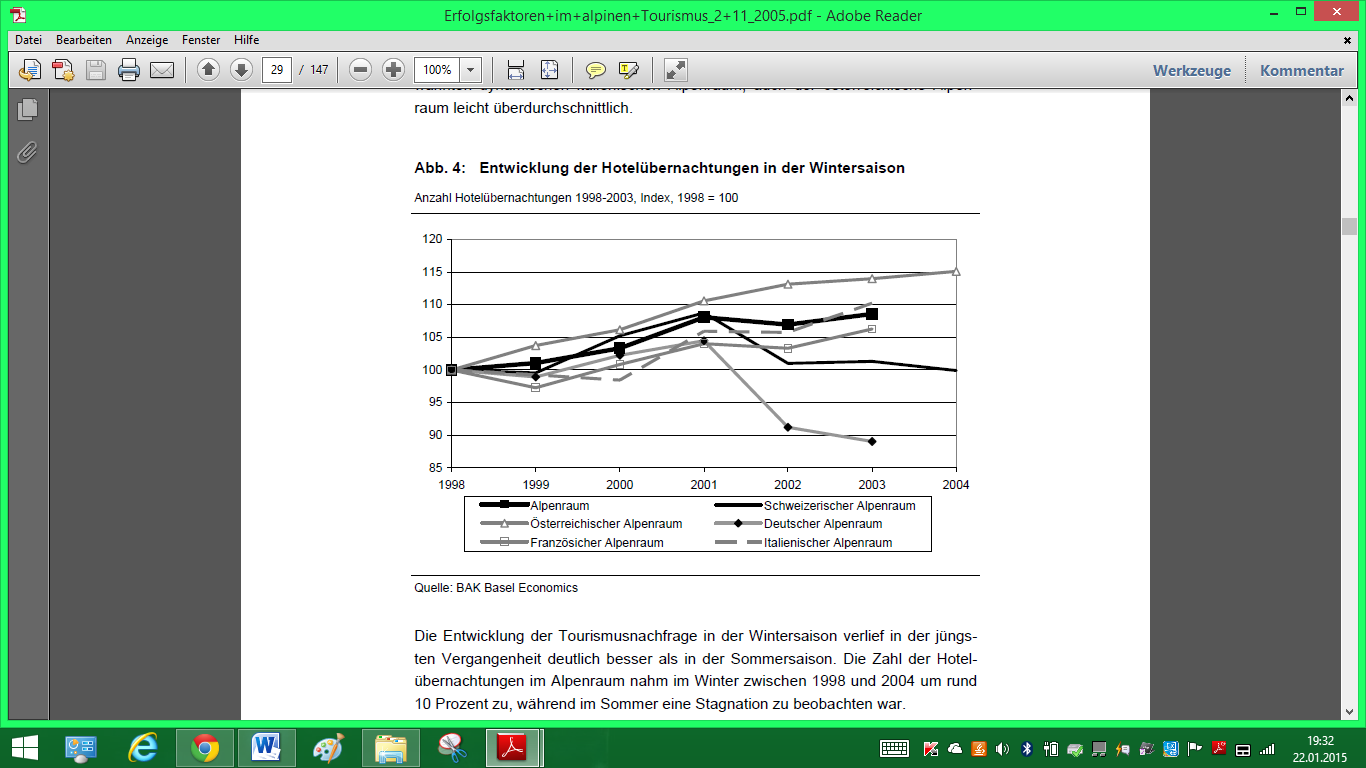
*(Foto)*

**M05: Entwicklung der Hotelübernachtungen im Alpenraum**

*M05 Entwicklung der Hotelübernachtungen im Alpenraum (BAK Basel Economics o.J.:28)*

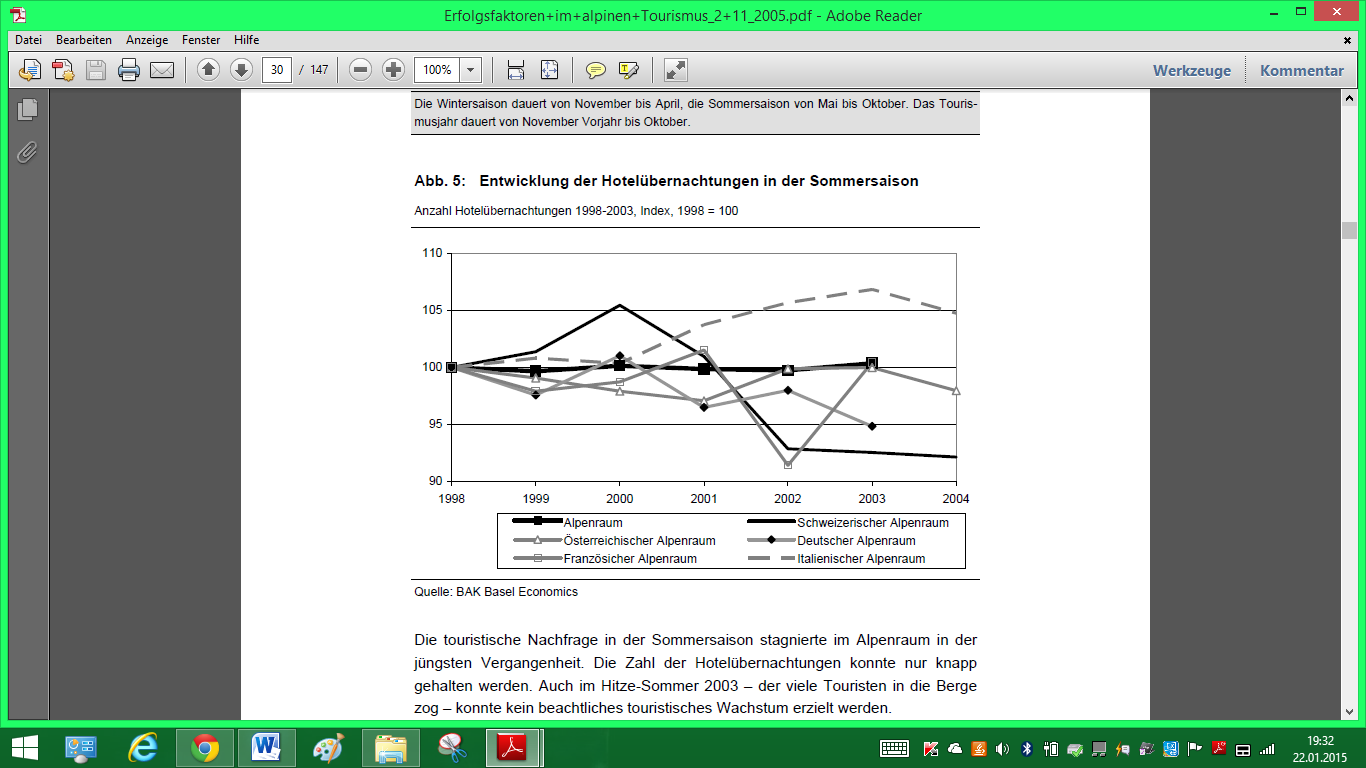
*Quelle: © BAK Basel Economics (o.J.): Erfolgsfaktoren im alpinen Tourismus. <http://www.seco.admin.ch/dokumentation/publikation/00008/00025/02303/index.html?lang=de&download=NHzLpZeg7t,lnp6I0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCEe3t5hGym162epYbg2c\_JjKbNoKSn6A--> (Zugriff:2015-03-07).*

**M06: Entwicklung der Hotelübernachtungen in der Wintersaison**



*M06 Entwicklung der Hotelübernachtungen in der Wintersaison (BAK Basel Economics o.J.:29)*

*Quelle: © BAK Basel Economics (o.J.): Erfolgsfaktoren im alpinen Tourismus. <http://www.seco.admin.ch/dokumentation/publikation/00008/00025/02303/index.html?lang=de&download=NHzLpZeg7t,lnp6I0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCEe3t5hGym162epYbg2c\_JjKbNoKSn6A--> (Zugriff:2015-03-07).*

**M07: Entwicklung der Hotelübernachtungen in der Sommersaison**

*M07 Entwicklung der Hotelübernachtungen in der Sommersaison (BAK Basel Economics o.J.:30)*

*Quelle: © BAK Basel Economics (o.J.): Erfolgsfaktoren im alpinen Tourismus. <http://www.seco.admin.ch/dokumentation/publikation/00008/00025/02303/index.html?lang=de&download=NHzLpZeg7t,lnp6I0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCEe3t5hGym162epYbg2c\_JjKbNoKSn6A--> (Zugriff:2015-03-07).*

*(Diagramm)*

**M08: Knackpunkt künstliche Beschneiung**

„Fehlende Winteratmosphäre ist schlecht für das Geschäft. Die Wintersportregionen wollen ihren Gästen die ganze Saison über befahrbare Pisten bieten und haben daher in den letzten Jahren massiv in die Installation von Beschneiungsanlagen investiert. Diese Anlagen verursachen allerdings sehr hohe Kosten und langfristige Schäden für die Umwelt.

In den Alpen werden heute mit jährlich an die 95 Mio. Kubikmeter Wasser 24.000 ha Skipisten beschneit. Das entspricht dem Jahresverbrauch einer Stadt mit 1,5 Mio. Einwohnern. Dieses Wasser fehlt natürlich während der Wintermonate in den Gewäs­sern: Forscher haben festgestellt, dass seit Einführung der Schneekanonen zum Beispiel in Bächen und Flüssen der französischen Alpen im Winter bis zu 70 % weniger Wasser fließt. Natürliche Fließgewässer haben in den Alpen im Winter ohnehin einen niedri­gen Wasserstand, und die Wasserentnahme für die Beschneiung kann auf die Artenzu­sam­men­setzung nachteilige Auswirkungen haben.

Die Produktion von Kunstschnee, die in den Alpen pro Saison mehr als 600 Mio. kWh elektrische Energie verschlingt, beginnt oft schon Anfang Oktober und dauert bis Anfang Mai. Die Investitionskosten pro km beschnei­bare Piste belaufen sich auf bis zu 820.000 Euro, die Betriebskosten pro km beschneite Piste betragen zwischen 16.400 und 82.000 Euro.“

*M08 Knackpunkt künstliche Beschneiung (Naturfreunde Österreich 2011:11)*

*Quelle: © Naturfreunde Österreich (2011): Alpiner Wintertourismus und Klimawandel. <http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011\_Klima\_Wintersport\_Broschuere\_.pdf> (Zugriff:2015-03-07).*

**M09: Folgen des Tourismus für die Umwelt**

„Die Liste der ökologischen Schäden ist lang und oft haben wenige Eingriffe bereits fatale Folgen für Mensch und Umwelt. So werden beim Bau neuer Hotels, Straßen, Parkplätze und Skipisten Flächen versiegelt, Bergwälder abgeholzt und die vor Hangrutschungen schützenden Grasnarben zerstört. Mit dem steigenden Verkehr erhöhen sich die Lärm- und Abgasemissionen um ein Vielfaches. Durch die fortlaufende Erschließung, Versiegelung und Zersiedelung der Landschaften steigt außerdem die Gefahr von Überschwemmungen, Muren und Lawinen, welche die neuen und auch alten Bebauungen in Mitleidenschaft reißen können.

Durch Skiraupen und Kunstschnee wird der Boden verdichtet und die Vegetationsdecke zerstört. In wärmeren und schneeärmeren Wintern wird der Einsatz von Schneekanonen zur Produktion von künstlichem Schnee zunehmend erforderlich. Dadurch erhöht sich wiederum der Wasser- und Energiebedarf. Die Ausweitung der eigentlichen Schneezeit verzögert nicht nur das Auftauen der Böden im Frühjahr, sondern auch die Tierwelt wird in ihrem natürlichen Verhalten durch die Wintersportler gestört.

Letzte Ruheplätze der Natur werden durch das Heli-Skiing erschlossen. Bei dieser neuen Sportart werden die Urlauber direkt auf höhere, nur mit dem Helikopter erreichbare Gebirgsbereiche geflogen, um von dort aus ihre Abfahrt zu starten. Die negativen Auswirkungen des Wintertourismus auf das alpine Ökosystem werden besonders im Sommer offensichtlich. An manchen Orten sind die Schäden so stark, das er ein Grund für den Rückgang des Sommertourismus ist.“

*M09 Folgen des Tourismus für die Umwelt (Ellrich 2012:o.S.)*

*Quelle: © Ellrich, M. (2012): Infoblatt Alpentourismus. Bedeutung, Entwicklung und Probleme des Alpentourismus. <http://www2.klett.de/sixcms/list.php?page=geo\_infothek&article=Infoblatt+Alpentourismus&node=Tourismus%2C+Alpen> (Zugriff:2015-03-07).*

*(Text)*

**M10: Änderung des Reiseverhaltens bei schneearmen Wintern**



*M10 Änderung des Reiseverhaltens (Naturfreunde Österreich 2011:7)*

*Quelle: © Naturfreunde Österreich (2011): Alpiner Wintertourismus und Klimawandel. <http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011\_Klima\_Wintersport\_Broschuere\_.pdf> (Zugriff:2015-03-07)*

**Erwartungshorizont:**

1. Ordne den untenstehenden Abbildungen (M01-M04) die jeweilige Tourismusform zu und erkläre diese anschließend. Gehe dabei im Detail auf die wesentlichen Unterschiede zwischen Massentourismus und sanfter Tourismus ein.

(eigene Entwicklung)

M01 – Städtetourismus, M02 – Sporturlaub, M03 – sanfter Tourismus, M04 – Massentourismus

Sanfter Tourismus: Region wird nicht verändert (Nachhaltigkeit) Die Einnahmen aus dem Tourismus bleiben in der Region. Regionale Produkte stehen im Vordergrund.

Massentourismus: möglichst viel Geld mit Tourismusregion machen, ohne Rücksicht auf Nachhaltigkeit.

Sporturlaub: boomende Tourismusform – „auspowern“ der Touristen (beispielsweise Mountainbiken).

Städtetourismus: Fokus liegt auf Kultur und Sightseeing. Beispiele: London, Barcelona, Venedig, Paris.

1. Vergleiche die Abbildungen M05-M07 über die Entwicklungen der Übernachtungen im gesamten Alpenraum. Analysiere erkennbare Tendenzen, Ursachen und Potenziale.

(eigene Entwicklung)

Markante Unterschiede der Übernachtungen allgemein und von spezifischen Ländern im Vergleich im Sommer und Winter. Rückgang im Alpenraum Deutschlands, Anstieg in Italien. Tourismuschancen im Sommer: Italien mit enormen Aufschwung – Klimawandel als eine mögliche Ursache für den eventuellen Rückgang erkennen.

1. Viele Orte bzw. Regionen leben hauptsächlich von den Einnahmen durch den Wintertourismus. Dieser bringt jedoch auch zahlreiche Probleme mit sich. Arbeite anhand der Materialien M08-M10 bestimmte Problemfelder heraus. Gibt es darüber hinaus noch weitere Risiken?

(eigene Entwicklung)

Problem der Beschneiung – enorme Investitionen und Einfluss auf die Umwelt (Fließgewässer geht zurück) – Bergwälder werden abgeholzt und Grasnarben (welche vor Hangrutschungen schützen) zerstört - Gefahr von Überschwemmungen, Muren und Lawinen – Problem der Schutzbebauungen – Schwer erreichbare Gebirgsbereiche werden befahren – Auswirkungen auf das Ökosystem.

1. Stell dir vor du bist Tourismuschef einer Region welche besonders von der Klimaerwärmung betroffen wäre. Die Region XY lebte bisher hauptsächlich nur vom Wintertourismus, doch in einigen Jahren ist dies keine sichere Einnahmequelle mehr.

Erarbeite nun ein Marketingkonzept für die Tourismusregion – welche Alternativen bzw. anderen Möglichkeiten von Tourismus gibt es und auf welche könnte man sich spezialisieren?

(eigene Entwicklung)

Umstieg auf eine andere Tourismusform – sanfter Tourismus im Winter wenn möglich und besonders im Sommer. Fokus auf Tourismus außerhalb der Winterzeit. Einzigartiges Tourismuskonzept entwickeln (wie Alpin Pearls) – neue Zielgruppe.