

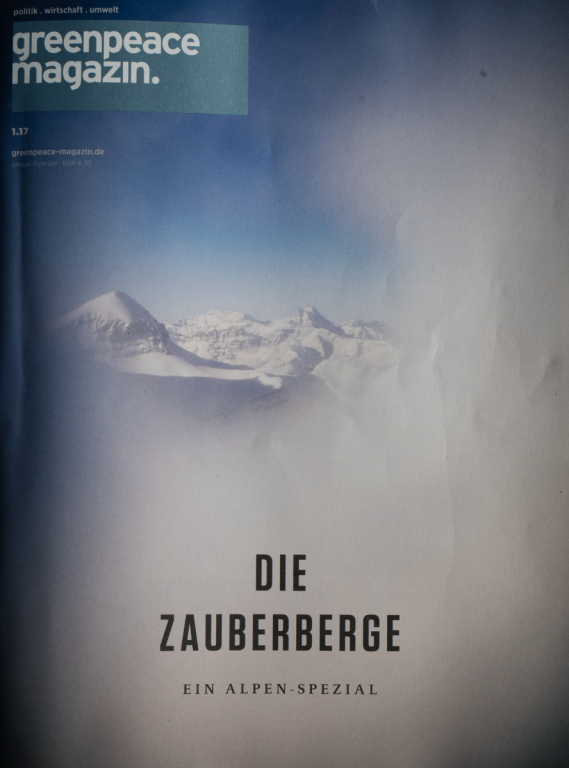
politik . wirtschaft . umwelt

**greenpeace
magazin.**

1.17

greenpeace-magazin.de

Januar-Februar EUR 6,70



DIE ZAUBERBERGE

EIN ALPEN-SPEZIAL

LUXUS SCHNEE

1050 m
GSTAAD, SCHWEIZ

Die Jahreszeit „Winter“ war einmal. Selbst Edel-Destinationen – mit Prominenz, Unternehmergeist und Mitteln gesegnet – tun sich schwer, den Tourismus in Zeiten des Klimawandels neu zu erfinden. Zum Beispiel Gstaad. Eine Betrachtung in drei Jahreszeiten
Von Christian Schmidt und Lina Müller (Illustrationen)

Winterliebe

Wanderer, kehrst du an den Ort deiner ersten Liebe zurück, ist vieles gleich und manches anders. Noch immer quietscht die Schmalspurbahn, wenn sie bei Schönried die Hochebene verlässt und sich in die Tiefe windet. Links noch immer die Türme des Fünfternhotels „Palace“, rechts darunter noch immer die Dächer des Dorfs. Alles wie damals, 1968. Aber im Kiosk des Bahnhofs steht nicht mehr Frau von Siebenthal, sondern eine Nachfolgerin. Sie wischt gerade Kot zusammen, den das Hündchen einer Dame in Pelz fallen gelassen hat. Und im Automaten am Bahnsteig werden keine Maltesers, Taschentücher, Cola und Kondome, sondern Alpkäse, Würste und Salz mit Wildkräutern angeboten.

Du trittst hinaus auf die Hauptstraße von Gstaad in Berner Oberland und staunst. Wo einst der Verkehr sich staute und den Schnee schwärzte, erwartet dich eine Flaniermeile, Kopfsteinpflaster statt Asphalt, und wo in deiner Jugend rote Krüge mit weißen Punkten im Schaufenster standen, hängen nun Kleider von Hermès, wo du ein Stück Fleischkäse bekamst, glänzen jetzt Diamanten von Cartier.

So vieles hat sich verändert. Doch die größten Umbrüche stehen dem Bergdorf noch bevor. Der Klimawandel stellt den Fremdenverkehr bereits jetzt auf den Kopf. Wie aber wird es hier in fünfzig oder hundert Jahren aussehen – wenn mit Schnee und Gletschern die heutige Geschäftsgrundlage des Skirts endgültig geschmolzen sein wird? Wie bereiten sich die Einheimischen darauf vor? Erkennen sie eine Mitverantwortung, und falls ja, was tun sie gegen die Erwärmung?

Gstaad. Das ist jener weltbekannte Ort, dessen Renommee nicht auf Anhub nachvollziehbar ist. Nur 1049 Meter über Meer gelegen, bietet er weder ein Bergpanorama mit weißen Firnen noch einen See mit lauschigen Uferwegen oder eine Aussicht, die weiter als bis zum nächsten Hügel reicht. Aber der Ort hat etwas anderes zu bieten, es ist die heilige Dreifaltigkeit des Fremdenverkehrs: Heimatgefühl, Ruhe und eine weitgehend unversehrte Landschaft.

Deshalb kommt Bernie Ecclestone hierher, Chef des Formel-1-Zirkus. Michael Jackson verliebte sich einst so in den Ort, dass er gleich das „Palace“ kaufen wollte. Madonna fasst ihre Gefühle für Gstaad in die Worte: „Ich bin im Paradies.“ Roman Polanski hat hier unter Hausarrest den Ausgang des Auslieferungsverfahrens abgewartet, als ihn die USA wegen Sex mit einer Minderjährigen verurteilen wollten. Nun empfindet er „eine tiefe Freundschaft mit der Bevölkerung Gstaads“. Die Stars leben in Chalets, die nur drei Stockwerke hoch sein dürfen, sich dafür nochmals drei in den Boden graben, für Pool, Heimkino und Fitness.

Die Welt der Einheimischen sieht anders aus. Ihre Häuschen haben die Größe und den Charme von Kuckucksuhren; in den Stuben stehen elektrische Speicherheizungen, die aus Umweltschutzgründen nicht mehr benutzt werden dürfen, weshalb nun wieder die Kachelöfen eingefeuert werden. Es riecht ☺



nach Asche, kaltem Kaffee und gut gelagertem Käse. Das war in deiner Jugend so, und so es ist heute noch.

An der Flaniermeile, genannt Promenade, weißt du einige deiner künftigen Gesprächspartner. Sie sitzen irgendwo in der langen Reihe reichverzierter Chalets, etwa Martin Bachofner, der Direktor des Tourismusverbandes. Er hat eine schwierige Aufgabe zu lösen. Oder Marcel Bach. Als Bauernsohn in Gstaad aufgewachsen, ist er heute Besitzer des Luxushotels „Alpina“ sowie des größten Winterrummelplatzes der Region, „Glacier 3000“. Er wird erst nach längerem Nachhaken bereit sein, über die Auswirkungen des Klimas auf seine Firmen – und umgekehrt – zu reden. Ein Dritter muss auch in der Nähe sein: ein Bauunternehmer, der einzige grün Denkende im konservativen Dorf. Aus Angst um Aufträge will er seinen Namen nicht im Greenpeace Magazin lesen, den Reporter lieber nicht persönlich treffen. Und unbeliebt sind „im“ Gstaad, wie die Einheimischen sagen, Nestbeschmutzer wie er. Über einen Mittelsmann lässt er aussprechen, was er von den Auswüchsen des Fremdenverkehrs in seinem Heimatort hält.

Nun haben aber beide Seiten ein Problem, Gäste wie Einheimische. Ein Problem, das größer und größer wird.

Es ist Mitte März 2016. In Gstaad müsste immer noch Winter sein. Ein schweizerischer Bergwinter, so wie er auf den Postkarten der Papeterie „Caddonau“ zu sehen ist. Doch auf den Dächern liegen nur ein paar Zentimeter Weiß, die Südhänge sind grün, und in der Sonne ist es geradezu sommerlich warm.

Du schaust dir das alles an und erinnerst dich an Gstaad in den Sechzigerjahren, als du hier zum ersten Mal auf Skiern standst. Dein Lehrer hieß Fritz Schneeberger, und sein Name war Programm. Die Schneeberge entlang der Straßen übertrugst dich. Die Chalets versteckten sich unter einer dicken Zuckerschicht. Die Tannen trugen weiße Hauben. Hier, in dieser Pracht, verliebtest du dich zum ersten Mal, mit 13. Ihr teiltet euch den Skiliftbügel, gemeinsam fuhr ihr durch staubenden Tiefschnee. Du warst hin und weg.

Nun ist alles anders. Die Wintersaison 2015/2016 hat sich über Monate so weiterentwickelt, wie sie begonnen hat: gar nicht. Mit Ausnahme eines weißen Fadens unter den Skiliftmasten und einem etwas breiteren Faden daneben sah Gstaad an Weihnachten wie im Sommer aus. Und auch in den ersten Tagen des neuen Jahrs zeigte die Schneefallstatistik nur „1 cm“ an, das Thermometer meldete sieben Grad. Skifahren war so attraktiv wie Bäderferien in der Badewanne, und weiße Berge fanden sich einzig in den Toiletten des Hotels „Alpina“ – in Form von Pyramiden aus weißen Handtuchrollchen. Das Tourismusbüro bot den gelangweilten Gästen Beschäftigungsprogramme an. Plätzen backen, Hindernislauf, angeleitet von arbeitslosen Skilehrern, Wanderausflüge mit dem Fondue-Rucksack.

Wetterwarnung für die Region Gstaad, Stufe „Erhebliche Gefahr“, 30. Januar 2016:

„Intensiver Dauerregen mit 50 bis 80 mm, lokal bis 100 mm. Schneefallgrenze steigt bis 2400 Meter.“

Der Schneemangel traf Gstaad nicht zum ersten Mal. Winter mit Grünphasen häufen sich in den vergangenen Jahren, manch-

mal mit so hohen Temperaturen, dass nicht einmal die Schneekanonen eingesetzt werden können. In weiser Voraussicht hat der Tourismusverband Gstaad bereits vor zehn Jahren die Universität Bern beauftragt, eine Studie zum Thema „Klimawandel und Tourismus“ zu erarbeiten. Das Ergebnis: Steige die Temperatur bis ins Jahr 2030 um zwei Grad, sei im Kanton Bern nur noch die Hälfte der 26 Skiorte „sicheres“, steige sie um vier Grad, seien es noch drei. Gstaad ist in beiden Szenarien draußen.

Dazu passt, was das Fachblatt „Journal of Climatology“ im September 2015 schrieb. Orte in der Höhenlage von Gstaad müssten bis Ende des Jahrhunderts mit einem Schneerückgang zwischen „77 und 89 Prozent“ rechnen. Anders gesagt, die Jahreszeit „Winter“ mit glitzerndem Pulverschnee und rodelnden Kindern wird es dann nicht mehr geben. Schneemangel und eine fehlende Winteratmosphäre, prophezeiten schon die Berner Wissenschaftler, seien die „zentralen Themen“ der Zukunft.

Doch diese Zukunft ist längst Gegenwart.

Ende 2015 mussten die Gstaader Bergbahnen in einem Kraftakt vorm Konkurs gerettet werden. In den Sechziger- und Siebzigerjahren, als Roger Moore sich im Auftrag Ihrer Majestät durch den Schnee des Berner Oberlands schwang (und danach in Gstaad ein Chalet kaufte), verwandelten Skilifte jeden Hügel in eine Goldgrube. Das ging so lange gut, bis die Temperaturkurven den zunehmenden Ausstoß an Klimagasen zu spiegeln begannen. In Gstaad sanken die Besucherzahlen, die Bahnen schrieben rote Zahlen, schließlich tiefrote, sodass das Aus unmittelfar bevorstand.

Für den Ort, der bislang gleich viele Arbeitslose wie Multimillionäre zählt, ein potenzielles Desaster. Ein Bankrott der Bahnen würde wohl alle mit in den Ruin reißen: die Hotellerie, die Handwerker, die Bauern mit ihren Winterjobs als Skilehrer, die Juweliere im Dorf, das Porsche-Autohaus. Auch würden die Bodenpreise kollabieren, in bevorzugter Lage aktuell bis zu 50.000 Euro pro Quadratmeter. Plötzlich wurde klar, auf welch dünnem Eis die Destination gebaut ist: Schmilzt der Schnee, schmilzt auch die Lebensgrundlage. Das drohende Ende der Bergbahnen brachte Streit und Angst ins Dorf. Insgesamt sieben Expertenbüros versuchten sich an der Sanierung – ohne Erfolg.

Jetzt, ein halbes Jahr später, fahren die Bahnen noch immer. Ihre Besitzer hatten in letzter Sekunde entschieden, fast ihr gesamtes Kapital abzuschreiben. Ein schmerzhafter und wichtiger Schritt, doch er genügte nicht. Erst als die Gemeinde dreißig Millionen Euro aus der Steuereasse und zwei Gstaader Milliarden – der ehemalige Serono-Hauptaktionär Ernesto Bertarelli und der Roche-Verwaltungsrat André Hoffmann – gemeinsam noch einmal so viel Geld in das marode Unternehmen pumpen, waren die Bahnen über den Berg. Bertarelli hat das jedoch nicht bedingungslos. Er verlangt dafür die Nutzungsrechte an einem der Gstaader Hausberge, dem Kellerli. Was man ihm murrend gewährte. Die Gondelbahn auf den Gipfel wird 2018 abgebrochen, Bertarelli wird dann das Bergrestaurant zu einer Luxuslodge für sich und seinesgleichen umbauen.

Die Wintersaison hat sich über Monate so entwickelt, wie sie begonnen hat: gar nicht.



Langfristig hat Gstaad damit allerdings noch nichts gewonnen. „Die Sanierung bringt weder zusätzliche Skifahrer noch wirkt sie dem Klimawandel entgegen“, sagt der grün denkende Kritiker. Sie sei ein Wiederbelebungsversuch mit kurzfristiger Wirkung und fixiere einen Status quo, „der auf die Vergangenheit anstatt die Zukunft gerichtet ist“.

Am Abend des 15. März lädt der Tourismusverband zur Jahresversammlung in den Saal des Restaurants „Landhaus“, die Bühne umrahmt von Berner- und Schweizerflagge. Zweihundert Zuhörer sind da, Bauern mit Baseballkappen und sonnengebräunter Haut, Handwerker mit schwierigen Händen, dazwischen vereinzelt Menschen in Bürokleidung, wenige Frauen. Sie sind gekommen, um sich von Tourismusdirektor Martin Bachofner über den Stand der Dinge informieren zu lassen.

Du mischst dich unter die Zuhörer. Vielleicht ist auch dein unbekannter Gesprächspartner hier, aber wohl kaum. „Menschen wie ich“, hat er ausrichten lassen, „kommen hier oben im Beliebtheitsgrad gleich nach dem Teufel.“ Trotz seiner mondänen Klientel ist Gstaad immer noch ein Dorf von Berglern, und viele dieser Bergler sind miteinander verwandt – der Name „Bach“ ist im Telefonverzeichnis 47-mal vertreten, „Brand“ 105 mal, „von Siebenthal“ 55-mal. Man hält zusammen und bewahrt, was man erarbeitet hat. Für Kritiker ist kein Platz.

20 Uhr. Der Tourismusdirektor – großgewachsen, hager, Schalk im Gesicht – stellt sich hinter das Rednerpult. Sein Publikum will Erfreuliches hören. Das Debakel mit den Bahnen steckt allen noch in den Knochen, es muss endlich wieder vorwärtsgehen.

Entsprechend lässt Bachofner das Schreckgespenst Klimawandel unerwähnt. Als Hauptsorgen spricht er den starken Franken und die deshalb ausbleibenden Gäste aus der EU an: „minus acht Prozent“. Weshalb er und sein Team sich auf die Suche nach „neuen Märkten“ gemacht haben: nach Kundschaft aus Indien, China, Südostasien und den Golfstaaten. Es sind Menschen, die kein Interesse am Skifahren haben, dafür umso mehr am Glamour von Gstaad und am Après-Ski. Allein im vergangenen Geschäftsjahr habe man mehrere Tonnen Prospekte in alle Welt verschickt, mit dem Resultat, dass Gstaad nun „plus 43,9 Prozent“ Übernachtungen aus diesen Regionen verbuchen könne. Diese neuen Gäste bezeichnet Bachofner als Gstaads „Rückversicherung“. Seine Ankündigung, man habe das Geschäftsjahr dank ihrer doch noch mit einem kleinen Plus abschließen können, trägt ihm herzlichen Applaus ein.

Die Folgen dieser neuen Strategie bleiben unerwähnt. Mit jährlich 1,3 Milliarden Tonnen CO₂ verursacht der Fremdenverkehr weltweit fünf Prozent der schädlichen Klimagase – mehr, als er zum globalen Bruttosozialprodukt beiträgt. Die Flüge machen dabei fast die Hälfte der Belastung aus. Auf Gstaad bezogen heißt das: Jeder Passagier produziert auf der Reise von Asien nach Zürich 1,5 Tonnen CO₂, hin und zurück drei Tonnen.

Als die Veranstaltung zu Ende ist, hat sich die glänzende Schneeschicht auf den Tannenzweigen aufgelöst, die Schornsteine sind wieder nackt. Es regnet. ➤

Der Wärmeeinbruch hat Folgen. Am nächsten Morgen windet sich eine Autoschlange in Richtung „Glacier 3000“, neben den Reisenden aus Fernost ist diese permanente Kirmes auf dem Gletscher Gstaads zweite Rückversicherung gegen den Gästeschwund. Unterwegs im Postauto, hast du dasselbe Ziel. „Hoi Bethli, hoi Göpf, hoi Franz“, begrüßt der Chauffeur seine Passagiere.

Nach einer halben Stunde Fahrt steigst du um in die Gondelbahn. Sie bringt dich in fünfzehn schwindelerregenden Minuten auf dreitausend Meter über dem Meer, derweil sich unter dir Freerider die Steilwände hinunterstürzen. Oben angekommen, öffnet sich eine weite Gletscherlandschaft mit mehreren Skiliften, inklusive einer Achterbahn wie auf dem Jahrmarkt, zudem gibt es den „Peak Walk“ oder, wie die Werbung erklärt, „die erste Hängebrücke der Welt, die zwei Gipfel miteinander verbindet“. Wozu braucht es die, fragst du dich; vor allem ist das Ding nur lächerliche 107 Meter lang, und zwischen den Endpunkten klappt nicht einmal ein richtiger Abgrund. Im Selbstbedienungsrestaurant hängen Fotos von Formel-1-Boliden, im Hauptrestaurant Fotos von Wasserfällen. Die beiden Sujets lassen sich kurzschließen: Auch der CO₂-Ausstoß von Rennwagen verwandelt Eis in Wasser.

Für den „Glacier 3000“ ist der Klimawandel ein Segen. Nachdem der Rummelplatz bereits zweimal in Konkurs gegangen war, kaufte ihn Marcel Bach zusammen mit Ecclestone und einem weiteren Geschäftspartner für ein Taschengeld. Inzwischen zwingen die steigenden Temperaturen die Gäste aus dem schneearmen Gstaad immer häufiger hier herauf, entsprechend floriert das Unternehmen. Und auch Bach heizt das Geschäft mit Besuchern aus Fernost an. Er beschäftigt in Korea, China und Indien eigene „Market Directors“, die für die Destination in der fernen Schweiz werben.

Doch wie lange noch? Die Skiliftmasten sind im Gletscher Tsanfleuron verankert. Das Eis schrumpft stark, allein im vergangenen Jahr verlor es mehr als zwei Meter Dicke und zwanzig Meter Länge. Berechnungen der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich zufolge wird die Eiszunge in einem halben Jahrhundert weggeschmolzen sein. Spätestens dann droht der nächste Konkurs.

Sommertraum

15. Juli 2016. An den Fassaden der Chalets blühen Geranien, darüber glänzt ein wolkenloser Himmel. Wanderer kühlen ihre Füße im Dorfbrunnen, und vor dem Cartier-Geschäft stülpt sich eine Verkäuferin Latexhandschuhe über, um ein Papiertaschentuch aufzuheben.

Treffen mit Tourismusdirektor Martin Bachofner. Seit der Versammlung im „Landhaus“ sind drei Monate vergangen. Sein Büro ist mit Arvenholz getäfelt, an der Wand ein Hirschgeweih und Plakate aus Zeiten, als in Gstaad noch genug Schnee lag



Neben den Reisenden
aus Asien ist die Kirmes
„Glacier 3000“ Gstaads
Rückversicherung gegen
den Gästeschwund.

und der Schnee auch echt war. Bachofner hat von den Hotels kürzlich die neusten Gästezahlen erhalten, und die sehen noch schlechter aus als im Frühjahr. Nun hat man kein „kleines Plus“ mehr, sondern ein Minus von zwei Prozent. Was also tun?

Tja, sagt Bachofner, den Rückgang mit Gästen aus Fernost auszugleichen sei in der Tat „nicht sehr nachhaltig“. Aber verglichen mit der Gesamtzahl seien die Touristen aus Asien eine „Minderheit“, also dürfe man das nicht so stark gewichten. Gstaad engagiere sich durchaus gegen den Klimawandel, Bachofner zählt auf: Das Dorf wird per Fernwärme geheizt, und zwar mit Holz aus der Region; den Strom produziert man – zumindest teilweise – in lokalen Wasserkraftwerken, die Bergstation auf dem „La Videmanette“ deckt ihren Bedarf mittels Fotovoltaik, die Gstaader Pistenmaschinen fahren mit Biodiesel und messen die Schneedicke per GPS, um nicht zu viel Schnee zu verschieben. Auch die Hotels seien aktiv, sagt Bachofner. Sie hätten gemeinsam eine zentrale Wäscherei gegründet, nun sei eine Einkaufskooperative in Planung, um die Transportwege zu vermindern. Und ein weiterer wichtiger Punkt: Man versuche Tagesgäste zur Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu bewegen, weshalb die Region seit einigen Jahren direkt mit der Hauptstadt Bern verbunden sei.

Als du nach dem Gespräch hinaus in die Sonne trittst, bist du etwas ratlos. Wasserkraft, Biodiesel, Fernwärme, mehr öffentliche Verkehrsmittel – das ist alles andere als innovativ. Eigentlich hättest du mehr erwartet. Viel mehr. Einen Strauß von Ideen. Ein Konzept für die Zukunft, mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ als rotem Faden. Oder zumindest einige schöne Sätze, wie sie etwa die Destination Laax-Falera im Kanton Graubünden auf Lager hat: „Wir brauchen den Schnee, und der Schnee braucht uns.“ Aber davon ist keine Rede. Doch weshalb auch? Die ganze Welt tut sich schwer mit dem Thema Klimaschutz. Ein Jahr nach dem gefeierten Erfolg von Paris hapert es allerorten mit der Umsetzung. Und obwohl jeder Elektroautos gut findet, fahren noch kaum welche davon herum. Weshalb sollte also ausgerechnet Gstaad eine Ausnahme sein?

Trotzdem bist du enttäuscht und kontaktierst den Bauunternehmer, der unerkannt bleiben möchte. Dieser nimmt seinen Heimort in Schutz: Das komme schon gut. Gstaad brauche noch etwas Zeit, auch „neue Köpfe und die Einsicht, dass Nachhaltigkeit ein Verkaufsargument ist“. Wie lange denn noch? „Zehn Jahre.“

Wetterwarnung für die Region Gstaad, Stufe „Erhebliche Gefahr“, 22. Mai 2016:

„Intensiver Dauerregen mit 50 bis 80 mm.“
Am nächsten Tag wanderst du über Rüebeldorf, Chalberhöni und Bodevorschess auf die Alp Beust zu Willi und Christine Bach. Auf Empfehlung des Tourismusbüros, wie kurz vor dir zehn Journalisten aus Russland (Moskau – Zürich retour: 0,8 Tonne CO₂). Hier präsentiere sich das Gstaader Bergleben in seiner ganzen Schönheit, noch so ursprünglich und unverdorben wie in der guten alten Zeit. Tatsächlich. Du gehst durch eine bezaubernde

Landchaft mit Matten und Wäldern, dazwischen – als hätte sie der liebe Gott mit großer Geste gesät – Höfe, Scheunen und Ställe. Nichts stört dein Auge, nichts dein Ohr. Die Alphonthe Beust mit ihrer sonnendevorbrannten Fassade aus dem Jahr 1792 thront hoch über dem Tal.

Im Innern stehen Willi und Christine Bach vor einem Kupferkessel über offenem Feuer, sie sind am Käsen. Jeden Tag verarbeiten sie die Milch von 22 Kühen. Als das Gespräch auf das Thema Klimawandel kommt, ist das Interesse allerdings gering. „Das wird hochgespielt wie einst das Waldsterben“, sagt der Senn und belächelt deine Hinweise auf Veränderungen, während er mit der Käseharfe die weiße Masse krümelklein schneidet. „Wetterextreme gab es schon immer.“ Er will auch nichts von Schneemangel wissen, alles nur Gerede. Die Diskussion geht weiter, du argumentierst, der Senn belächelt, bis schließlich zwei frische Käselaike unter der Presse liegen.

Du bist etwas erstaunt; denn ein Besuch auf der Alp Beust gehört zur neuen Tourismus-Strategie von Gstaad. Im Mittelpunkt steht die „alpine Echtheit“, anders gesagt: die schöne Bergwelt, belebt und gepflegt von der einheimischen Bevölkerung, besucht und bewundert von den Touristen. „Wir wollen Gstaad langfristig neu positionieren. Weg vom Winter als Hauptsaison, hin zu einem Vierjahreszeitentourismus“, hatte dir Bachofner erklärt. Bezüglich Nachhaltigkeit gelte es nicht nur, punktuelle Maßnahmen wie die Fernwärme oder den Biodiesel der Pistenfahrzeuge im Auge zu haben, sondern einen grundsätzlichen Wandel im Verhalten der Besucher zu erreichen, so wie es Gstaads Slogan vorgebe: „Come up, slow down“. Gefördert würden umweltfreundliche Sportarten wie Radfahren, Klettern, Wandern und Schneeschuhlaufen, dazu jene Anlässe, für die der Ort bereits international bekannt sei: das jährliche Yehudi-Menuhin-Festival, die Tennis-Open und das Beachvolleyball-Turnier, letzteres übrigens mit einem eigenen Nachhaltigkeitsbericht, bei dem der Verbleib jedes Plastikbechers verfolgt werde.

Entsprechend hast du erwartet, dass Senn Willi Bach als Protagonist dieser Strategie auch in das gedankliche Umfeld passt, dass er sich also um die Umwelt und ihr verlorenes Gleichgewicht sorgt, insbesondere, da er sein Land biologisch bewirtschaftet. Aber das war eine Fehleinschätzung. Deinen kritischen Dorfkenner verwundert das nicht. Bach sei Mitglied der Schweizerischen Volkspartei, klärt er dich Tage später auf. Also bei jener Rechtsaußen-Partei, die gemäß ihrem „großen Vorsitzenden“ – dem ehemaligen Schweizer Bundesrat Christoph Blocher – den Klimawandel als „eine Erfindung der wirtschaftsfeindlichen Opposition“ definiere.

Du verabschiedest dich von Ehepaar Bach und steigt hoch zum Eggl. Unterwegs Alpenrosen und Bärtige Glockenblumen, Kleines Knabenkraut und Augentrost, Gemeines Leinkraut und Enzian, Alpen-Wundklee und Alpen-Sonnenröschen. Bei jedem Bergbach tauchst du den Kopf ins Wasser. Es ist sehr heiß. Was sagte eine Gstaader Taxifahrerin? Das Thermometer habe kürzlich 34 Grad gezeigt. Natürlich hatte sie sich getäuscht, ☺

„Die Natur wird immer lebendiger“, sagt der Wildhüter. „Es gibt mehr Stürme, mehr Erdbeben und mehr Überschwemmungen.“

immerhin liegt der Ort tausend Meter über dem Meer, aber tatsächlich wird es auch im Sommer wärmer hier. Im Juni zeigte das Thermometer bereits unübliche 26 Grad, im August stieg die Temperatur auf 29 Grad. Zu heiß und somit passend zur Aussage der Wetterforschung, die das Jahr 2016 weltweit als das heißeste seit Beginn der Aufzeichnungen vor mehr als hundert Jahren bezeichnet. Was für den Fremdenverkehr ähnliche Folgen haben wird wie der ausbleibende Schnee. Gstaad war früher beliebt für seine Sommerfrische, doch die kühlende Bergluft wird mehr und mehr Vergangenheit. Künftig werden sich die Touristen auch im Sommer für höher gelegene Reiseziele entscheiden.

Wetterwarnung für die Region Gstaad, Stufe „Mäßige Gefahr“, 4. September 2016:
„Waldbrandgefahr.“

Als du Tage später wieder in der Bahn Richtung Unterland fährst, bist du dir nicht sicher, ob Bachofner seine schöne neue Strategie der „alpinen Echtheit“ wird durchsetzen können. Jedenfalls nicht mit dem Argument des Klimawandels. Senn Willi Bach ist nicht der einzige, der von der Fieberkurve des Planeten nichts wissen will. Du hast unter anderem mit einem ehemaligen Gstaader Gemeindepräsidenten, dem Dorfchronisten, einem weiteren Biobauern, dem größten Anbieter von Sportaktivitäten der Region, einem Bergführer und dem Autor eines Buchs über das lokale Wetter gesprochen, und sie alle haben dir zu verstehen gegeben, der Klimawandel sei überhaupt nicht bewiesen. Vielleicht gebe es „Klimaveränderungen“, aber diese könnten durchaus kurzfristig sein.

Zwei aber haben erkannt, was auf dem Spiel steht. Der erste ist Wildhüter Rolf Zumbrunnen. Er, der die Balzflüge des Steinadlers beobachtet und sich darüber freut, der angefahrenes Wild erlösen muss und darüber traurig ist, kennt seine Heimat bis in den letzten Winkel. Zumbrunnen sagt über Gstaad: „Die Natur wird immer lebendiger.“ Und das meint er nicht als Kompliment. „Es gibt mehr Stürme, mehr Erdbeben und mehr Überschwemmungen.“ Er verweist auf Unwetter, die sich nur alle zwanzig Jahre ereignen sollten, sich nun aber häufen. Der Wildhüter macht deutlich: Wir sind im Anthropozän angekommen, in jener Epoche, in der die Menschheit der wichtigste Einflussfaktor auf Erden ist.

Der zweite, der in Sachen Klima Klartext spricht, ist Andrea Scherz, Inhaber des „Palace“. Preis der Turmsuite pro Nacht: ab 4750 Franken, rund 4400 Euro. Scherz sitzt im Salon seines Hotels, Polstersessel, großer Kamin, an den Wänden Fotos einiger seiner berühmten Gäste: Marlene Dietrich im weißen Netzmantel, Richard Burton und Liz Taylor ins Gespräch vertieft, Louis Armstrong während eines Konzerts im Hause. Als einziger Hotelier in Gstaad regt Scherz seine Kundschaft dazu an, die Klimabelastung durch ihre Anreise mit einer Spende zu kompensieren. Frage: Weshalb nur er? Fürchten die anderen Hoteliers um ihre Gäste, weil Nachhaltigkeit mit zusätzlichen Kosten, mit Sparen und Verzicht gleichgesetzt wird? Scherz hat darauf eine kurze Antwort: „Früher sagte man: ‚Geiz ist



geil.“ Heute sagt man: „Grün ist geil.“ Seine Kollegen hätten das offenbar noch nicht erkannt. In seinem Haus mache er aber die Erfahrung, dass viele Besucher einen nachhaltigen Lebensstil sehr unterstützen, und auch er persönlich plädiere für ein Umdenken, aus zwei einfachen Gründen: „Weil ich die Natur liebe und weil sie mein Geschäft ist.“ Scherz zahlt deshalb pro Tourist und Nacht sagenhafte 50 Cent an die Non-Profit-Organisation Sustainable Travel International, die damit wiederum Projekte zum Schutz der Umwelt finanziert.

Herbsthoffnung

4. Oktober 2016. Die Bahn bringt dich zum dritten Mal nach Gstaad. Am Bahnhof steht diesmal keine Frau mit Pelz und Hündchen, dafür hängt über den Gleisen die Werbung einer Tierschutzorganisation: „May we skin you alive?“ Sie meint das Häuten noch lebender Pelztiere. Du schaust in den Automaten am Bahnsteig. Das Angebot ist um Kekse und Honig erweitert worden, die Idee scheint zu funktionieren. An den Hängen rund um Gstaad bringen die Bauern den zweiten Heuschnitt ein, so spät im Jahr wie kaum je zuvor, möglich dank des außerordentlich warmen Septembers. Aber die kalte Jahreszeit kündigt sich an. Die ersten Bäume leuchten gelb, in Richtung „Glacier 3000“ liegt bereits ein Hauch Schnee, und nur noch die im oberen Dorfteil stehenden Chalets der Superreichen haben Abendsonne, während die Häuser der Einheimischen unten im Talgrund schon früh in den Schatten tauchen.

Du gehst die Promenade entlang, schaust einmal mehr durch die Schaufenster des „Chalet Lulu“ und fragst dich, weshalb hier zwei Bugatti Veyron mit je 1200 PS ausgestellt sind und nicht zwei Tesla Model S, von 0 auf 100 in zweieinhalb Sekunden, was doch auch ganz passabel ist. Und einmal mehr bestaunst du gleich nebenan das bronzene Kalb, das scheinbar aus dem Dorfbrunnen trinkt, ein Stück Kunst, gesponsert vom omnipräsenten Bernie Ecclestone. Nun gut, denkst du, das bronzene Kalb ist also Gstaads goldenes Kalb, es heißt „Tourismus“, und alle tanzen darum herum.

Am folgenden Tag stehst du an der Talstation der Rellerli-Bahn. Es ist jene Bahn, die infolge des Klimawandels zuerst abgebrochen werden muss. Natürlich wird hier nicht mehr investiert, aber für die künstliche Beschneidung anderer Pisten hat Gstaad seit Anfang 2016 knapp fünf Millionen Euro ausgegeben. Dabei wolle man sich doch vom Skisport eher distanzieren, hatte Tourismusdirektor Bachofner gesagt.

An der Talstation wartest du auf Tobias Luthé, 41, ein Multitalent. Er ist Professor für Nachhaltigkeit an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur, Dozent an der Universität Lugano und der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich, Initiator der „Sustainable Mountain Tourism Alliance“, zudem Skilehrer und Erfinder des ersten total recycelbaren Skis.

Luthé forscht seit 15 Jahren über den Tourismus im Gebirge. Er wird dir erklären, in welche Richtung sich Gstaad entwickeln könnte, um in Zeiten des Klimawandels wirtschaftlichen Erfolg zu haben – auf Basis eines kleineren ökologischen Fußabdrucks.

Die Gondel trägt euch in die Höhe, über Kälber, Ziegen und Esel, die in geradzue biblischer Harmonie gemeinsam weiden. Luthé macht gleich klar, dass Gstaad sich auf schwierige Zeiten einstellen muss: „Nicht alles, was bisher richtig war, ist auch in Zukunft richtig.“ Und meint damit den Wintertourismus. Dieser werde zwar nicht verschwinden, seine Bedeutung aber abnehmen. „Gstaad und seine Einwohner müssen die Vergangenheit loslassen. Damit das gelingt, brauchen sie eine starke Vision mit konkreten Alternativen.“ Die Chancen für einen Turnaround seien intakt. Die Schweiz, Geburtsort des Wintertourismus, habe bereits einmal Pioniergeist gezeigt; diesen gelte es wiederzubeleben, „und zwar mit Freude fürs Risiko“.

Was heißt das konkret? Luthé: „Gstaad muss lernen, den Tourismus grundsätzlich anders zu betrachten, nicht als geschlossenes System, sondern in Kombination mit allen anderen Wirtschaftssektoren.“ Er skizziert: „Thema Arvenholz. Baut ein Gstaader Schreiner ein Hotelbett, erhält er nicht nur seinen Lohn und der Hotelier die Basis für sein Geschäft. Wird der Gast über die beruhigende Wirkung des Arvenholzes informiert – das Aroma senkt die Herzfrequenz –, kann er ein Kissen kaufen, das mit den Spänen aus der Bettproduktion, also den Abfällen, gefüllt ist. Genährt wird das Kissen natürlich in Gstaad. Darüber hinaus bietet das Tourismusbüro dem Gast eine geführte Wanderung oder Skitour in die Arvenwälder an. Unterwegs kehrt er bei einem Bauern ein, der ihm seinen Arvenschnaps verkauft.“ Lerne man in Gstaad, so vernetzt zu denken, sei bereits viel erreicht. Dieses Beispiel lasse sich beliebig weiterweben und auf andere Bereiche ausdehnen. Finanzieren ließe sich die Umsetzung mithilfe der im Tal lebenden Milliardäre und aus Steuergeldern. „Gstaad hat ein großes unternehmerisches Potenzial.“

Damit diese Renaissance genügend Schwung erhalte, müsse der Tourismusverband aber „eine Stelle ausschließlich zur Förderung der Nachhaltigkeit schaffen“. Aufgabe dieser Person sei es, Synergien durch vernetztes Denken und Arbeiten zu entwickeln, gleichzeitig auch neue Ideen umzusetzen, „etwa mit Solarenergie verstärkte Rockkonzerte. Oder gratis Elektrofahräder, das macht Spaß und zeigt gleichzeitig die Möglichkeiten dieser Technik. Oder eine Art Pokémon-Parcours quer durch Gstaad und Umgebung.“ Luthés Devise: „Man muss die Leute dort abholen, wo sie sind.“

Und dann präsentiert Luthé noch seine Lieblingsidee: Gstaad könne mit einem jährlichen Kongress zum Thema „Nachhaltigkeit“ so bekannt werden wie Davos mit dem „World Economic Forum“. Kreative Menschen, Designer, Wissenschaftler, Start-up-Unternehmer, lokale Handwerker, Touristiker, Vertreter der Politik – sie alle würden sich treffen, um „radikal anders gedachte“ Lösungen für eine umweltgerechte Zukunft zu entwerfen, lokal ausgedacht, aber mit Ausstrahlung in den ganzen

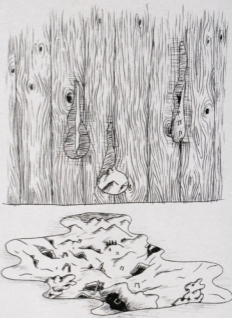
Alpenraum und darüber hinaus. Nachhaltigkeit als Lebensstil, gleichbedeutend mit Genuss und Spaß auf Basis eines umweltgerechten Verhaltens. Eine Idee, die auf fruchtbaren Boden fallen könnte, plant doch Gstaad ein Kongress- und Kulturzentrum mit 1200 Plätzen. Jedenfalls sei er überzeugt, sagt Luthe, dass sich das Dorf „zum Vorbild für eine nachhaltige Wirtschafts- und Lebensweise im alpinen Raum“ umbauen lasse, das Thema Schnee inklusive, aber nicht mehr so zentral wie heute.

Dann pausiert das Gespräch. Du denkst darüber nach, etwas unsicher, ob sich denn auf diese Weise der Fremdenverkehr in Gstaad wirklich neu erfinden lasse. Weshalb den Ort nicht von Grund auf umbauen? Zum weltweit ersten klimaneutralen Bergparadies, in das die Gäste nur so strömen, weil sie unbedingt Teil dieser Zukunft sein wollen? Nicht nur die „Promenade“ autofrei, sondern die gesamte Region. Im Zentrum nicht der Schnee, sondern Langsamkeit und Ruhe: „Come up – slow down.“ Eigentlich wäre ja schon alles da...

Dann schweifst du ab und denkst an jenen Tag zurück, als du zum letzten Mal in einer dieser Gondeln saßest: Februar 1968. Das Ende der Schulferien war gekommen und damit der Moment, von deiner Jugendliebe Abschied zu nehmen. Katrin. Gemeinsam fuhrt ihr hinauf, gemeinsam hinunter, Schwung um Schwung, in perfekter Harmonie. An der Talstation angekommen, wusstest du nicht, was sagen. Sie auch nicht. Und dabei blieb es, keine Berührung, nichts. „Tschau.“ Du hast sie nie wiedergesehen, aber auch nie vergessen.

Schließlich kommt das Gespräch mit Dorfkönig Marcel Bach doch noch zustande. In den Räumen seiner Firma „Bach Immobilien“ direkt an der Flaniermeile, alles in Weiß, gepflegt für eine Klientel, die bis zu vierzig Millionen Euro für ein Chalet ausgibt. Er trägt Poloshirt und Weste, um den Hals eine Kette mit Glücksbringern aus Tibet. Bach sagt Sätze wie: „Wenn man touristisch aktiv ist, entstehen immer Probleme. Wir haben nur keine Probleme, wenn gar nichts mehr läuft. Aber das kann nicht die Lösung sein.“ Oder: „Die Gletscher sind schon oft gekommen und gegangen.“ Auch wenn man die Klimaerwärmung dennoch ernst nehmen müsse. Das Gespräch wandert weiter zu seinen aus Fernost importierten Gästen, zu seinem Rummelplatz „Glacier 3000“, den du als fragwürdig und unnötig bezeichnest, worauf Bach kontert: „Was wollen Sie von mir hören? Ich muss am Ende des Monats die Löhne meiner Mitarbeiter bezahlen.“ Das ist Bachs Zeithorizont – das Ende des Monats.

Dabei scheint er sich der Konsequenzen seines Tuns bewusst zu sein. An einer Wand seines Fünfsternehauses „Alpina“ prangt ein Zitat des thailändischen Aktionskünstlers Rirkrit Tiravanija, Original im New Yorker Museum of Modern Art. Das Zitat lautet: „The days of this society are numbered.“



„Wenn man touristisch aktiv ist, entstehen immer Probleme“, sagt der Dorfkönig. „Wir haben nur keine Probleme, wenn gar nichts mehr läuft. Aber das kann nicht die Lösung sein.“



In unserer Magazin-App lernen sie Gstaad in Videoimpressionen von einer ganz besonderen Seite kennen.