

# Gross und zunehmend grün – Arosas ambitioniertes Klimaziel

Dass Tourismus und Nachhaltigkeit sich nicht ausschliessen müssen, möchten immer mehr Tourismusorte unter Beweis stellen. Auch Arosa steckt sich hohe Ziele und will die nachhaltigste Destination der Alpen werden. Auf ein Gästewachstum verzichten möchten die Verantwortlichen trotzdem nicht.

Text: Raffael Thielmann

## Projekt klimaneutrale Destinationen

Die Bündner Destinationen Arosa und Val Poschiavo arbeiten gemeinsam mit der Fachhochschule Graubünden und myclimate am Projekt «Klimaneutrale Destinationen – KlimDest». Ziel des Projektes ist ein umfassendes Monitoring des Klimafussabdruckes. Von bisherigen Monitoring-Konzepten hebt sich dieses Projekt dadurch ab, dass auch die An- und Abreise der Gäste, die Mobilität vor Ort und die konsumierten Speisen miteinbezogen werden.

Eng an das Monitoringprojekt ist in Arosa die Destinationsstrategie «Arosa 2030» geknüpft und in Val Poschiavo das Projekt «100% Val Poschiavo».



Mit der Rhätischen Bahn ist Arosa gut und attraktiv erreichbar. Die Anreise mit dem ÖV ist ein wichtiger Beitrag zum ambitionierten Nettonullziel 2030. © Arosa Tourismus

Von Ruhesuchenden eher gemieden, doch von Massen aufgesucht, bringen die grossen Tourismusdestinationen Millionen von Gästen in die Schweizer Berge. Allein Arosa, eine der bekanntesten Tourismusdestinationen der Schweiz, zählt jährlich knapp eine Million Logiernächte, was rund einen Fünftel aller Übernachtungen im Kanton Graubünden ausmacht. Nun versuchen immer mehr grosse Tourismus-Destinationen den Spagat zu schaffen: weiterhin wachsen und gleichzeitig nachhaltiger werden. Die Gemeinde Arosa möchte sich dabei als Vorreiterin im nachhaltigen Tourismus positionieren. Ihre Nachhaltigkeitsstrategie heisst «Arosa 2030» und soll den Weg ebnen in eine klimaneutrale Zukunft. In der Strategie werden acht Versprechen abgegeben, zum Beispiel: «Wir streben nach mehr und leisten unseren Beitrag, dass Arosa ökologischer Nachhaltigkeits-Pionier im alpinen Tourismus wird.»

## Langsamer, länger und näher

Verantwortlich für Umsetzung und Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie ist Claudio Föhn, Projektleiter Nachhaltigkeit von Arosa Tourismus (mehr zur Person siehe Box). Während seines Tourismusstudiums an der Fachhochschule Graubünden hat ihn eine Aussage des deutschen Schriftstellers Hans Magnus Enzensberger besonders geprägt: «Der Tourist zerstört, was

er sucht, indem er es findet.» Dies im Wissen um den beträchtlichen Einfluss des Tourismussektors: Global ist er für rund zehn Prozent der Treibhausgasemissionen verantwortlich. Statt von «nachhaltigem Tourismus» spricht Claudio Föhn daher auch lieber von einer «nachhaltigen Entwicklung im Tourismus». Das schraubt den Anspruch ein bisschen runter. Für diese nachhaltige Entwicklung muss der Tourismus aber «langsamer, länger und näher» werden. Denn ein Haupttreiber der Emissionen ist der touristische Transport, der etwa 75% der CO<sub>2</sub>-Bilanz im Tourismussektor ausmacht. Es ist daher nicht erstaunlich, dass Arosa seine Gäste dazu bringen will, mit dem Zug anzureisen und länger zu bleiben. Die Website von Arosa Tourismus macht unter «Anreise» bewusst Lust auf die Anreise mit ÖV – zum Beispiel mit schönen Fotos der Rhätischen Bahn und einem ausführlichen Beschrieb. «Nudging» wird dieses Konzept des sanften Drucks genannt (von engl. to nudge für anstupsen). Noch stärker in Richtung ÖV-Anreise «stupsen» soll künftig ein in der Hotelübernachtung inbegriffenes ÖV-Ticket. Es ist bisher noch nicht umgesetzt.

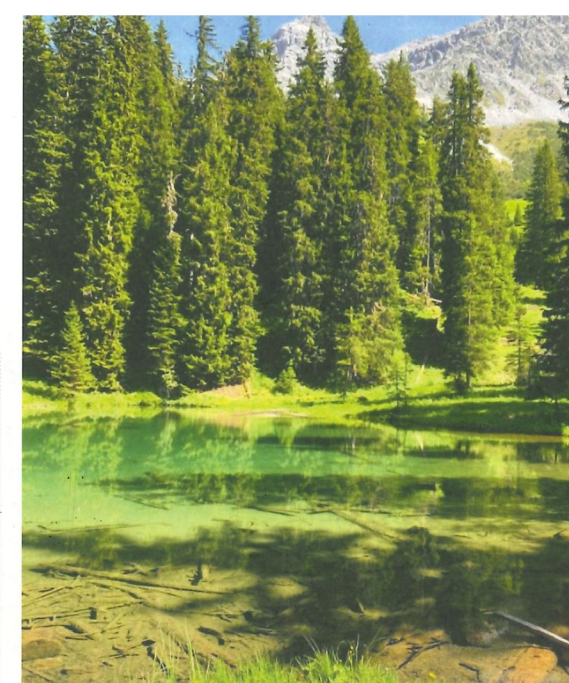
## Daten sollen helfen

Wie die Gäste dann effektiv ins Gebiet gelangen, ist gar nicht so einfach zu erfassen. Am meisten verspricht sich Claudio Föhn von einer Kooperation mit dem Schweizer Start-Up «42 Hacks». Mit Hilfe von anonymisierten Mobilfunk-Mobilitätsdaten und künstlicher Intelligenz kann ausgewertet werden, ob sich die Leute mit dem Zug oder anderswie nach Arosa bewegen. Erfasst werden so alle Bewegungen innerhalb der Schweiz in Richtung Arosa. Die Auswertung zeigt zum Beispiel, ob und wie jemand vom Flughafen Zürich nach Arosa gereist ist. Auch von wo die Leute in die Schweiz fliegen, soll in die Rechnung einbezogen werden. Das geschieht dann jedoch nicht mehr über die Mobilfunkdaten, sondern durch die Angaben der Gäste im Hotel. Ziel ist es, ein umfassendes Monitoring der CO<sub>2</sub>-Emissionen aufzubauen, um damit Fortschritte bei deren Vermeidung messen zu können.

## Illusion des grünen Wachstums

Erfreulicherweise kommt am Thema Nachhaltigkeit heute niemand mehr vorbei. In Arosa scheint das Engagement ehrlich gemeint und nicht nur ein Marketing-Mittel zu sein. Trotzdem wird sich zeigen müssen, ob eine nachhaltige Entwicklung mit dem bisherigen Verständnis von wirtschaftlichem Wachstum vereinbar ist. Denn Arosa will neben der Nachhaltigkeit auch die Wirtschaft stärken und in den nächsten Jahren noch mehr Übernachtungen generieren – grünes Wachstum also. Ob das gelingen kann, bleibt fraglich. Wirklich nötig wäre daher, dass die Tourismusdestinationen darüber nachdenken, wie die Zukunft jenseits von Gästezuwachs und weiterem Ausbau aussehen könnte. Darauf angesprochen, ob es wirklich realistisch sei, dass Arosa sein eigenes Nettonullziel bis 2030 erreicht, antwortet Claudio Föhn mit dem Sprichwort: «Ziele nach dem Mond. Selbst wenn du ihn verfehlst, wirst du zwischen den Sternen landen.» Es bleibt zu hoffen, dass die Landung gelingt, und es nicht bei den schönen Zitaten bleibt.

Raffael Thielmann hat im Frühling einen dreiwöchigen Zivildienstinsatz bei Mountain Wilderness Schweiz absolviert.



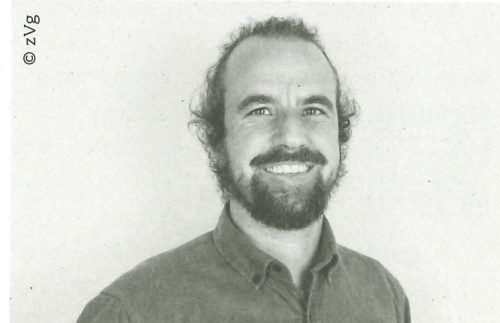
Wenig erschlossene Natur leistet ebenfalls einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Grüenseeli östlich von Arosa, fotografiert von unserer Unterstützerin Claudia Nanninga. © Claudia Nanninga



## La croissance verte : les ambitions climatiques d'Arosa

Le tourisme moderne ne peut se passer d'une confrontation avec la notion de durabilité. Arosa, qui attire chaque année un million de touristes, affiche ses ambitions en voulant devenir la station la plus écologique de l'arc alpin. Sans toutefois renoncer à la croissance économique. Afin d'atteindre cet objectif, la station grisonne développe des stratégies visant à influencer les séjours de ses touristes : ceux-ci doivent devenir plus lents, plus longs et de proximité. Une analyse des données de téléphonie mobile est censée prêter main-forte dans ce domaine : avec l'aide d'une start-up, l'on espère réussir à se faire une image précise des trajets des touristes sur le territoire suisse, afin de développer par la suite des offres de mobilité douce adéquates. Arosa ambitionne d'annuler ses émissions de CO<sub>2</sub> d'ici 2030. L'avenir nous dira si cette vision d'une croissance verte est réaliste.

«Wirklich nötig wäre, dass die Tourismusdestinationen darüber nachdenken, wie die Zukunft jenseits von Gästezuwachs und weiterem Ausbau aussehen könnte.»



Seit Februar 2022 ist Claudio Föhn Projektleiter Nachhaltigkeit von Arosa Tourismus. Sein Ziel ist es, dass Arosa zur nachhaltigsten Feriendestination der Schweiz wird. Selbst sieht sich der Touristiker als Vernetzer und Motivator. Er versucht, die richtigen Leute miteinander ins Gespräch zu bringen und vor allem auch zu sensibilisieren; sei es bei den Leistungsträgern in Arosa, bei den Gästen oder auch in der Tourismusbranche, wo er seine Erfahrungen immer wieder mit Referaten weitergibt.