

Die Kontroverse: **Tourismus und**



Auf der Lenzerheide findet alljährlich die Lenzerheide Motor Classics (LMC) statt. Obschon der Anlass eine lange historische Tradition hat, gibt es Diskussionen, ob sich Tourismus und Motorsportveranstaltungen vertragen. Wir haben recherchiert und nachgefragt.

Motorsport

Fotos: Markus Kunz, zvg



Der Druck auf Motorsportveranstaltungen nimmt im Rahmen der Klimadebatte generell zu. Insbesondere in einem sensiblen Umfeld einer Tourismusdestination, die bei ihren Gästen vor allem der intakten Natur, der Ruhe und der schönen Landschaft wegen punktet. Diese Kontroverse beinhaltet tatsächlich Zündstoff. Der Veranstalter der LMC, der Verein Lenzerheide Motor Classics, hat sich bereits sehr früh mit der Thematik auseinandergesetzt. Verschiedene Faktoren rechtfertigen die Veranstaltung, andere wiederum verlangen Erklärungen und entsprechende Massnahmen.

Entscheidende Grundkriterien

Eine Tourismusdestination lebt von Gästen. Insofern ist es klar, dass Veranstaltungen ein wichtiges Instrument sind, um bestehende Gäste zu unterhalten, wiederkehrende neue Gäste zu gewinnen, deren Aufenthaltsdauer auszudehnen und bestenfalls die Saison früher zu starten beziehungsweise zu verlängern. Summa summarum geht es um Emotionen und um Geld: Wie viel Wertschöpfung bleibt?

Alle diese Kriterien erfüllt die LMC. Das Durchführungsdatum Anfang Juni liegt genau am Anfang der Sommersaison und ermöglicht es, den Saisonstart mit einem Topenvent zu beginnen. Dies ist mit ein Grund dafür, dass verschiedene Hotels und Restaurants bereits öffnen, Betten ausgelastet sind und ausgabefreudige Teilnehmer und Gäste den Ort beleben. Eine Wertschöpfungsstudie auf Basis der Veranstaltung (2019) hat ergeben, dass der

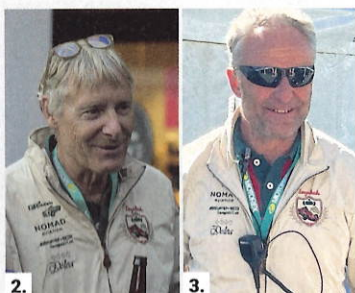
Event rund eine Million Franken Wertschöpfung in die Region bringt. Ebenso zeigen Befragungen der Teilnehmer, dass diese wiederkehrend die Lenzerheide besuchen.

Politische Faktoren

Ihre lange Tradition liegt in der DNA fast aller heute noch bestehenden Motorsportveranstaltungen. So auch in der Lenzerheide: Bereits im Jahr 1951 fanden die ersten Autorennen von Tiefencastel auf die Lenzerheide statt. Die Anlehnung an die lange Tradition war denn auch mit ein Grund für die Neuauflage der LMC im Jahr 2011. Ohne die geschichtliche Verankerung hätte ein solcher Anlass kaum eine Chance. Darüber hinaus hilft mit Sicherheit die Trägerschaft in Form eines breit abgestützten Vereins, in dem Einheimische, Zweitheimische und Gäste tatkräftig und vor allem ehrenamtlich bei der Durchführung des Events mithelfen. Die vorbildlich offene, nach innen und aussen gerichtete Kommunikation der Organisatoren schafft Akzeptanz und Verankerung bei sämtlichen Zielgruppen und Beeinflussern.

Image und Initiative

Ebenso entscheidend ist die Frage nach der Kompatibilität des Events mit der Gesamtausrichtung des touristischen Angebots. Genau hier entsteht die eigentliche Kontroverse. Ausser man leitet entsprechende Gegenmassnahmen ein. So zeigten erste Bemühungen zu Beginn der Klimadebatte im Jahr 2016 ihre Wirksamkeit und sorgten für Verständnis. Bereits damals hatte der amtierende Vereinspräsident



2.

3.

«Unser Ziel ist ein toller Anlass für alle Beteiligten mit Fokus auf Nachhaltigkeit und Wertschöpfung für Destination und Bevölkerung. Die LMC steht ein für die Geschichte des Motorsports in der Region und die Pflege des mobilen Kulturguts.»

Hans Orsatti, OK-Präsident LMC

1. Die Lenzerheide Motor Classic (LMC) sorgt für viel Gesprächsstoff.

2. Markus Gruber, Vereinspräsident LMC.

3. Hans Orsatti, OK-Präsident LMC.

Das sind die Meinungen

Andi Demuth proaktiv mit dem Claim «Unsere Oldtimer fahren klimaneutral» geworben und mittels Unterstützung von Klimaprojekten weitsichtig für viel Goodwill gesorgt.

Enormer Aufwand – enorme Wirkung

Noch weiter ging das OK vergangenes Jahr. In Zusammenarbeit mit der Carbon Connect AG wurde der CO₂-Fussabdruck ermittelt, der Anlass zertifiziert, mittels Kompensationszahlungen an Klimaprojekte kompensiert und dadurch quasi klimaneutral durchgeführt.

Die Ermittlung des CO₂-Fussabdrucks bedarf einer akribischen Arbeit und umfasste nebst dem Anlass selbst auch die Flugshow der Patrouille Suisse. Sämtliche Treibhausgasemissionen (Kohlenstoffdioxid, Methan, Stickstoffoxide usw.) und damit der direkte und indirekte Ausstoss in allen Kategorien wurde errechnet. Das beinhaltet die Mobilität der Gäste und der Besucher, das eigentliche Rennen und die Organisation, die Gastronomie und die Übernachtungen bis hin zu den Drucksachen.

134 Tonnen CO₂ als Bilanz

Der CO₂-Gesamtausstoss der LMC beträgt knapp 134 Tonnen. Den grössten Anteil daran haben die An- und Rückreise der über 7000 Gäste mit 85 Tonnen, das sind 65 Prozent der Emissionen des gesamten Anlasses. Erstaunlicherweise verursachte die eigentliche Attraktion, der Rennrundkurs, nur 3,3 Prozent der gesamten Emissionen. Die Teilnehmerübernachtungen wurden mit 5,2 Prozent bewertet. Die Flugshow der Patrouille Suisse wird zusammen mit dem Trainingsflug und den Anflügen ab Emmen ermittelt und macht rund 60 Tonnen zusätzlich aus. Alle verursachten Emissionen wurden via Zertifikat ausgewiesen und durch Zahlung ausgeglichen. Diese wurde durch einen Nachhaltigkeitssponsoren bezahlt, der das Zertifikat wiederum als positiven Vermarktungspunkt nutzen konnte. Eine Ziffer zur Einordnung dieser Zahlen: Der gesamtschweizerische Verkehr stösst rund 37 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr aus (2021).

Fazit

Die Recherche, die Umfrage und die entsprechenden Antworten darauf haben gezeigt, dass in diesem Fall Angriff die beste Verteidigung ist. Ob dadurch der Druck für motorsportliche Veranstaltungen geringer wird, bleibt zu bezweifeln. Sicher ist aber, dass die Veranstalter der LMC mit einem guten Beispiel zeigen, wie entsprechende Massnahmen im sensiblen Umfeld einer Tourismusdestination gegenseitiges Verständnis und Toleranz fördern und dass dadurch in der Vermarktung sogar grosse Chancen bestehen, die genutzt werden können. Ob das Beispiel von Kompensationszahlungen an Motorsportveranstaltungen Schule machen wird oder nicht, bleibt offen. Sicher ist aber: Auch ein kleines Zeichen kann grosse Wirkung zeigen!

Text: Markus Mehr

Wir befragten wichtige Exponenten und Leistungsträger zur Lenzerheide Motor Classics. Die Zitate reflektieren den Anlass mitsamt seiner Wirkung:

«Die Ferienregion Lenzerheide ist eine Eventdestination. Zurzeit sind wir daran, die Eventstrategie zu überarbeiten und die Events neu zu beurteilen. Wichtig ist, dass Veranstaltungen Mehrwerte für viele bringen und die Einschränkungen möglichst gering gehalten werden. Weiter soll eine möglichst hohe soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit vorhanden sein. Und der Fokus soll vermehrt auf Qualität anstelle Quantität liegen.»

Maurin Malär, Gemeindepräsident

«Der Anlass führt aufgrund der Einbindung der Bevölkerung, Zweitheimischen und Gästen, der lokalen Verankerung und der ausgezeichneten Kommunikation des OK zu keinen wesentlichen Konflikten. Es muss hervorgehoben werden, dass die diversen Massnahmen der Veranstalter im Bereich Nachhaltigkeit die Akzeptanz des Anlasses sehr positiv beeinflussen.»

Philipp Vassalli, Kurdirektor Lenzerheide

«Für uns sind das absolute Spitzentage und bringen eine nachhaltige Wertschöpfung. Ich finde es zudem wichtig, dass es mit der LMC ein Event auf der Lenzerheide gibt, der geschichtlich und kulturell hier verankert ist, jedoch nichts mit Bike oder Wintersport zu tun hat. Viele Gäste reisen in einer eher schwach nachgefragten Zeit extra für die LMC an. Die deutliche Mehrheit der Gäste, die davon nichts wussten, sind begeistert, dass ihnen so ein Spektakel geboten wird.»

Elias Leu, Direktor Hotel Lenzerhorn, Lenzerheide

«Die LMC ist eine grossartige Veranstaltung, die Oldtimer genies- sen grosse Sympathie bei den Gästen. Diese beleben das Dorf zum Saisonauftakt und zeigen sich sehr ausgabe- und konsumfreudig. Der Anlass bringt spürbar mehr Wertschöpfung für das Gewerbe als andere Events.»

Doris Spiess, Boutique- und Barbesitzerin, Lenzerheide

«Jede Veranstaltung mit einer medialen Aufmerksamkeit macht den Namen Lenzerheide und den Ort in der Öffentlichkeit bekannter. Das hilft über das ganze Jahr, mehr Gäste für die Region zu begeistern. Konflikte sind mir nicht bekannt, aber es gibt die eine oder andere kritische Stimme zu diesem Anlass. Nicht alle Gäste haben Freude an den lauten Motoren und der gesperrten Strasse.»

Andreas Züllig, Präsident Hotellerie Suisse, Lenzerheide