

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/325650509>

HAVLÍČEK, T. (2009): Gstaad–Saanenland. Příklad sociálně–ekonomického mikroregionu. In: Geografické rozhledy, 19, 1, 8–9.

Article · June 2018

CITATIONS

0

READS

7

1 author:



Tomáš Havlíček

Charles University in Prague

58 PUBLICATIONS 453 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Development, transformation and differentiation of religion in Czechia in the context of global and European shifts [View project](#)



Post-secularism in Czechia: trends and regional differentiation [View project](#)



Gstaad – Saanenland

Příklad sociálně-ekonomického mikroregionu

Vznik a vývoj regionů je závislý na celé řadě faktorů, které jsou v současnosti především antropogenní povahy. Ve vysokohorských oblastech nabývají více na významu fyzickogeografické podmíněnosti. Regiony jsou pak vymezeny především vysokohorskými hřebeny, resp. údolími, která jsou pro činnost člověka nejvýznamnější. V minulosti (v Alpách do konce 19. století) byla takováto údolí samostatnými, většinou uzavřenými regiony, se samozásobitelským hospodářstvím, a tudíž také velmi homogenní. Změna nastala až po průmyslové revoluci a s rozvojem cestovního ruchu, kdy tato regionální uzavřenost stále více ztrácela na významu. Jedním takovým klasickým příkladem alpského regionu je Gstaad – Saanenland na francouzsko-německém jazykovém pomezí ve Švýcarsku.

Historicko-geografické podmíněnosti

Mikroregion Gstaad – Saanenland (Amtsbezirk Saanen) se nachází v jihozápadní části kantonu Bern v oblasti německo-francouzské jazykové hranice a zahrnuje větší obec Saanen, jejíž součástí je i Gstaad, Saanenmöser nebo Schönrüed, a dvě menší obce – Gsteig bei Gstaad a Lauenen. Nejvýznamnější sídla, Gstaad a Saanen, leží v nadmořské výšce kolem 1000 m a nejvyšší vrcholky přesahují 3000 m. Celkový počet obyvatel již přesáhl 8600 a stále roste, a to od roku 1900, kdy zde žilo 5000 obyvatel. Pro venkovskou periferní oblast je tento nárůst poměrně značný. Například sousední francouzsky mluvící region Pay d'Enhaut s podobnými fyzickogeografickými podmínkami vykazuje ve stejném období spíše stagnaci obyvatelstva.

Význam a rozmach regionů v Alpách byl v období před průmyslovou revolucí podmíněn především výskytem nerostných surovin, významným soustředěním šlecht a církve, polohou na tranzitní, resp. obchodní cestě a také produkcí zemědělských komodit schopných transportu. Právě chov skotu (světově proslulé plemeno Simmentaler Fleckvieh) a s tím spojená výroba sýrů započaly výrazný rozmach a položily zákla-

dy rozvoje tohoto regionu. I když horských usedlostí především z finančních důvodů stále ubývá, je regionální zemědělská produkce důležitým článkem zdejšího hospodářství.

Rozmach průmyslu v Evropě, a tím i zbohatnutí vyšších vrstev společnosti, které měly více peněz i více volného času, znamenal pro region Gstaad – Saanenland především novou příležitost v oblasti cestovního ruchu. I když první hostinec pro turisty zde byl založen již roku 1577, hlavní rozmach cestovního ruchu nastal až začátkem 20. století. Období „Belle Epoque“ v turistice v Alpách znamenalo pro vybraná atraktivní střediska (např. Zermatt, Bad Gastein, Gstaad), která byla i dobře dostupná po železnici, nebývalý rozvoj. Jen do první světové války zde bylo postaveno 14 velkých luxusních hotelů a vznikly také světově proslulé dětské domovy pro bohatou klientelu. Po propadu cestovního ruchu v meziválečném období dochází k jeho velkému rozmachu až ve druhé polovině 20. století (Stalder, Schneeberger 2003).

Jaký je současný rozvoj a identita tohoto alpského regionu? Jaké jsou hlavní faktory působící na utváření a proměny regionu, resp. mikroregionu ve vysokohorských oblastech v podmínkách evropeizace a globalizace?

Geneze a evoluce regionu Gstaad – Saanenland

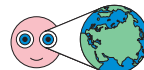
Pro vznik a utváření (genezi) regionů ve vysokohorských oblastech je příznačný velký význam fyzickogeografických faktorů (především orografie). V současnosti, kdy díky kvalitní infrastruktuře ztrácí horská bariéra svůj původní vliv, stále více vystupují do popředí faktory antropogenní povahy, tedy lidská rozhodnutí a činnosti. Díky dlouhotrvající politické stabilitě ve Švýcarsku je příznačné také téměř neměnné administrativní uspořádání a po mnoho generací utvářené sociální a ekonomické vazby, a to především v zemědělství, živnostech a v cestovním ruchu. Přesto je ovšem pro region, resp. mikroregion nutné stále znovutváření vlastní identity v měnící se situaci, jako je například dnešní evropeizace a globalizace. Alpský mikroregion Gstaad – Saanenland využil pro tento proces především cestovní ruch, který dnes přináší více než 50 % hrubého domácího produktu celého regionu, ale v porovnání s 80% podílem ve srovnatelných regionech, jako Zermatt nebo St. Moritz, je to relativně málo, což ovšem na druhou stranu ukazuje na větší různorodost místního hospodářství a tím větší odolnost v krizových obdobích.

V regionu Gstaad – Saanenland také dochází k silnému propojení mezi zemědělstvím, živnostmi a dominantním cestovním ruchem, což je dobrý předpoklad pro zdárnou evoluci identity (myšleno přizpůsobení regionu měnícím se rámcovým podmínkám) daného regionu, kdy jsou mikroregiony vystaveny vnějším tlakům. Začínají se zde tak rozšiřovat tendence směrem k samozásobitelskému (subsistenčnímu) hospodářství, které však mají odlišný charakter než před industrializací. Jedná se o vzájemné propojení lokálních služeb a zemědělských i řemeslných produktů s aktivitami v cestovním ruchu i s místními obyvateli. Uplatňování této myšlenky v praxi podporuje jak udržitelný rozvoj daného mikroregionu (lokality), tak i setrvávání místních obyvatel v regionu (Havlíček 2005). Dominantní postavení v tomto vývoji má cestovní ruch, který je významným odběratelem produkce a služeb místních zemědělců a živnostníků.

Ještě na začátku devadesátých let 20. století vystupovaly v propagaci cestovního ruchu



Obr. 1: Údolní oblasti Alp jsou často velmi intenzivně lidmi využívány a přesto působí sídlo, jako například Gstaad harmonickým dojmem. Foto: T. Havlíček



V ZORNÉM POLI GEOGRAFŮ

jednotlivé obce a jejich části hlavně individuálně. Od roku 1995 došlo k vytvoření velmi úspěšného turistického svazku s reklamním sloganem „Come up, slow down“, propagujícím již celý region Gstaad – Saanenland. Tím došlo nejen k harmonizaci a zkvalitnění turistických služeb, ale také k znovuvytváření a budování regionální identity. Ta je, jak se ukazuje, pro zdárný rozvoj regionu nesmírně důležitá.

Významným dopadem tohoto vývoje byl i nárůst počtu přenocování o téměř 10 % mezi roky 1995 a 2001, což je pro turistické středisko zaměřené hlavně na bohaté klienty a velmi kvalitní, a tedy i dražší služby značný úspěch. Většina ubytovacích kapacit se totiž nachází v pěti- a čtyřhvězdičkových hotelích. Rovněž využití ubytovacích zařízení stoupl ve stejném období ze 35 % (1995) na 49 % (2001), což bylo mj. způsobeno úbytkem ubytovacích zařízení z 39 na 33. K tomuto úspěchu také přispěly významné sportovní a kulturní akce mezinárodního významu, jako je pravidelný tenisový turnaj světové série, turnaj plážového volejbalu nebo letní hudební slavnosti.

Dalším důležitým článkem utváření regionální identity je regionální marketing zemědělských produktů. Již přes deset let zde existuje spolupráce jednotlivých menších i středně velkých zemědělských farem za účelem lepšího odbytu vlastní produkce a také budování image regionu, čímž lze částečně bránit stále většímu tlaku globál-



Obr. 2: Příklad cílené propagace subsistenčního hospodářství (regionální produkce) v mikroregionu („značkového regionu“) Saanenland. Zdroj: Gemeindeverbund Saanenland 2003

ního trhu. Jedná se přitom nejen o zemědělství, ale také o zpracovatelský průmysl, kterým je například mlékárna v Gstaadu. Tato strategie se zatím vyplatila, a to i díky tomu, že místní hotely odebírají především zemědělskou produkci regionálních provozů. Také místní obyvatelé stále ve větší míře raději nakupují regionální zemědělské produkty a tím dochází nejen k úspoře energetických a dopravních nákladů, ale také k menšímu ničení životního prostředí. V souvislosti s tímto vývojem se uvádí pojem „značkové regiony“ (label regions), které jsou pak významnými nositeli regionální identity.

Závěr

Článek se pokusil nastínit na příkladu alpského regionu Gstaad – Saanenland vznik, utváření a udržování regionálních tendencí v území, které je významným způsobem determinováno fyzikogeograficky, ale které díky současným rámcovým podmínkám globalizace a evropeizace utváří svoji regionální identitu a image na základě mnoha aspektů lidských činností. Nejvýznamnější z nich jsou vznik a utváření regionálního turistického regionu Gstaad – Saanenland a také propagace, produkce i odbyt regionálních zemědělských komodit, a to především mléčných a masných výrobků. Oba tyto trendy přispívají ke stále většímu regionálnímu povědomí a tím i k hlubšímu zakořenění místních obyvatel a jejich vlivu na utváření dnes především sociálně-ekonomického regionu Gstaad – Saanenland.

Tomáš Havlíček, PŘF UK v Praze
tomhav@natur.cuni.cz



Obr. 3: Malé rodinné zemědělské farmy mohou ve švýcarských Alpách přežít především díky vysokým dotacím a také silnému propojení s cestovním ruchem a samozásobitelským hospodářstvím v mikroregionu. Foto: T. Havlíček

Článek byl vypracován v rámci výzkumných projektů GA ČR č. 403/07/0743 s názvem: „Role lidského a sociálního kapitálu v procesu integrace periferií do regionálních struktur Česka v kontextu nové Evropy“ a MMR ČR VaV č. WD-01-07-1 s názvem: „Regionální diferenciace venkovských obcí Česka: disparity a možnosti rozvoje“. Autor tímto děkuje grantovým agenturám za finanční podporu.

Gstaad-Saanenland. The article uses the example of the Alpine region Gstaad – Saanenland to outline the emergence, formation and maintenance of regional tendencies in the area. The area's character is determined by physical geography at first, and then shaped by the current conditions of globalization and Europeanisation that greatly influence its regional identity and image. Author is using the example of interconnection between local services, agricultural products and craft activities in tourist and local populations. As a result, several „label regions“ emerged that are the major representatives of regional identity.

LITERATURA:

- HAVLÍČEK, T. (2005): Alpy. Regionální rozvoj a integrace evropských velehor. In: Geografické rozhledy, 14, č. 4, s. 88–89.
STALDER, U., SCHNEEBERGER, K. (2003): Gstaad – Saanenland:

Tourismusdestination zwischen internationalem Mythos und lokaler Realität. In: Geographica Bernensia. Exkursionsführer 40. Bern, 21 s.
Gemeindeverbund Saanenland (2003): Propagační materiály sdružení obcí mikroregionu Saanenland – Gstaad.
<http://www.saanen.ch/>