

Öffentliche Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestags zum Thema

**„Regionale Baukultur und touristische Vermarktung“ 11.02.2009 in Berlin
(Paul-Löbe-Haus)**

Schriftliche Stellungnahme

**von Dr. Peter Schabe M.A., Deutsche Stiftung Denkmalschutz, Sprecher der Sektion
Baukultur im Deutschen Kulturrat**

Bedeutung von Baukultur für die Attraktivität von Reisezielen (Fragenkomplex 1)

Baukultur, ob regional oder überregional, trägt zu einem wesentlichen Teil zur Attraktivität von Reisezielen bei. Was dabei das baukulturelle Erbe betrifft, dessen Bewahrung sich die Deutsche Stiftung Denkmalschutz verschrieben hat, belegt die vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) 2007 mit herausgegebene Studie „Städtebaulicher Denkmalschutz und Tourismusentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der UNESCO Welterbestädte“¹, dass Denkmal-Sehenswürdigkeiten und das historische Stadtbild bei der Entscheidung für kulturtouristische Reiseziele von zentraler Bedeutung sind, und zwar sowohl was die Übernachtungs- als auch die Tagesgäste betrifft.

Flächendenkmale, Baudenkmalensembles und Einzeldenkmäler bilden Geschichte exemplarisch ab, machen für den Betrachter unmittelbar anschaulich und begreifbar, wie vorhergehende Generationen etwa gewohnt und gearbeitet haben. Geschichte durch Besichtigung kulturhistorischer interessanter Orte dreidimensional zu erfahren, sie im Angesicht ihrer authentischen baulichen Zeugnisse zu erleben und zu erlernen, wird für immer mehr Menschen reizvoll, wie der kontinuierlich wachsende Kultur- und Städtetourismus beweist.

Bauliche Wahrzeichen, Plätze, historische Straßenzüge und Einzelgebäude prägen sich durch Besichtigung in das menschliche Gedächtnis ein. Von Bedeutung ist dabei die Unterschiedlichkeit von Stadt-, Orts- und Dorfbildern aufgrund von andersartiger Topografie und architektonischen und städtebaulichen Eigenheiten wie z.B. regionaltypischen Bauweisen. So weichen etwa Fachwerkstädte von ihren steingebauten Pendanten ab oder barock erhaltene Stadtkerne von Schöpfungen des Historismus. Baumaterial und Baustile vermögen am jeweiligen Ort eine spezielle Atmosphäre zu schaffen. Unterschiedlich sein bedeutet Unverwechselbarkeit, die bedeutsam ist für die Entwicklung kultureller Identität. Andererseits geht es immer auch um Vergleichbarkeit. Das heißt, der Kulturtourist, der sich an den verschiedensten Orten dem baukulturellen Erbe zuwendet, wird die von ihm besichtigten Städte, Orte, Dörfer für sich bewerten. So wird er, was etwa die Architektur betrifft, Kirchen, Rathäuser, andere öffentlichen Bauten und Bürgerhäuser nach ihrer Ausstrahlung und Gestaltungsqualität beurteilen. Besonders positiv dabei ist, dass er bei jeder Reise, die er unternimmt, kulturgeschichtlich dazu lernt und durch das Gesehene Baukultur besser zu differenzieren versteht. Darin liegt m.E. einer der Gründe für die Attraktivität dieser Form des Tourismus.

¹ Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung BMVBS und Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung BBR (Hrsg.). Städtebaulicher Denkmalschutz und Tourismusentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der UNESCO-Welterbestädte. Berlin/Bonn 2007. S. 49.

Qualität vor Masse (Fragenkomplex 2)

Das baukulturelle Erbe bildet in seiner historischen Gestalt und Vielschichtigkeit einen starken Gegensatz zur Architektur der Moderne. Wenn letztere als konforme Satellitenstädte und reine Zweckbauweise daher kommt, wie von der Nachkriegszeit bis heute viel zu massenhaft entstanden, kann sie nur als nüchtern, monoton und nicht selten inhuman empfunden werden. Von einer solchen schlecht gebauten Umwelt hebt sich das Alte, wenn es fachgerecht instand gesetzt ist, umso wohltuender ab, ein weiterer Grund, weshalb kulturinteressierte Menschen Reisedestinationen wählen, bei denen sie in sanierte Altstädte gelangen, um die dort in zahlreichen Generationen entstandene Vielfalt der Baukunst zu erleben.

Die spürbar vorhandene generelle Skepsis gegenüber dem neuen Bauen und allzu oft mangelndes Vertrauen in die moderne Alltagsarchitektur, selbst wenn dieses qualitativ gestaltet ist, kann gleichwohl dazu führen, dass sich Teile der Gesellschaft in die Vergangenheit flüchten und für die komplette Nachbildung verloren gegangener Baudenkmale aussprechen. Eine solche Haltung mag für den Kulturtourismus förderlich sein, ist jedoch in der Regel nicht im Sinne professioneller Denkmalschützer und –pfleger. Diese sind im Gegenteil zumeist offen für notwendige bauliche Erweiterungen von Baudenkmalen, Baulückenschließungen, Umnutzungen und Solitärneubauten in zeitgenössischer Formensprache, die selbstbewusst sein darf, sich jedoch in den Bestand angemessen einfügen sollte. Lokale Bautraditionen zu berücksichtigen oder weiterzuentwickeln ist hier der gangbare Weg.

Bauvorschriften, nicht zuletzt Gestaltungssatzungen und die Einsetzung von Gestaltungsräten helfen zu verhindern, dass Gesamtdenkmalensembles durch baulichen Wildwuchs beeinträchtigt werden und damit touristische Attraktivität einbüßen. Das gilt nicht zuletzt auch für die Kulturlandschaft. Die touristisch boomende Ostseeküstenregion in Mecklenburg-Vorpommern, in der beim Neubau von Ferienhäusern auf die Verwendung traditioneller Reetdeckung geachtet wird, mag hier als positives Beispiel stehen.

Bei der Bauplanung und -auftragserteilung sollte der freie Wettbewerb gelten. Jedoch sollten sensible Fälle, für die es einer behutsamen planerischen Betreuung mit besonderer Erfahrung im Umgang mit dem baukulturellen Erbe bedarf, nach wie vor besser fachkompetenten Vertretern der lokalen und regionalen Architektenschaft übertragen werden. Das trifft in gleichem Maße für die ausführenden Bau- und Handwerksbetriebe zu, denn das heimische Bauhandwerk sollte immer durch Bauaufträge gestärkt werden, nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen, sondern auch um stetig Erfahrungen in der Bauausführung erlangen und dadurch die örtliche Bautradition bewahren und an nachfolgende Generationen weitergeben zu können.²

Die o.g. Tourismus-Studie des BMVBS und eine von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz 2007 durchgeführte Fachtagung „Neue Wege des Denkmaltourismus am Beispiel Baden-Württemberg“ belegen, dass bei Städtetouristen, denen es vorrangig um das baukulturelle Erbe geht, ein besonderes Interesse an Hotels und Pensionen in historischer Bausubstanz besteht.³ Deshalb sollte das Angebot solcher Beherbergungen erhöht werden können. Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz, die seit Jahren mit ihren Spendern erfolgreich MONUMENTE-Reisen durchführt und dabei in denkmalgeschützten Objekten übernachtet, kann den festgestellten Trend zur Übernachtung in historischer Bausubstanz bestätigen. Ein Grund dafür, warum sich Quartiere in Baudenkmalen zunehmender Beliebtheit erfreuen, liegt sicherlich in der Individualität, die sie Hotels mit anonymer Serienarchitektur entgegen zu setzen haben.

² (Mehr dazu siehe in gemeinsames Memorandum Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS), Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZdH) und Deutsche Stiftung Denkmalschutz (DSD) „Erhalt des baukulturellen Erbes in unseren Städten“ von November 2008. Als PDF-Datei auf der Internetseite des BMVBS www.bmvbs.de

³ Wie Anm. 1, S. 89 und Peter Schabe. Denkmaltourismus wird immer bedeutender. Tagung der Deutschen Stiftung Denkmalschutz in Berlin, in: Deutscher Städte- und Gemeindebund (Hrsg.). Stadt und Gemeinde. 62. Jg., Nr. 12/2007. S. 495.

Sanierungs-Förderprogramme als Voraussetzung für die erfolgreiche touristische Vermarktung (Fragenkomplex 4)

Die Städtebauförderungsprogramme des Bundes sind ein besonders effektives Instrument zur Beseitigung städtebaulicher Missstände. Mit ihrer Hilfe wurden und werden städtische Quartiere bis hin zu ganzen Innenstädten samt Denkmalbestand und städtischer Infrastruktur erfolgreich saniert. Dadurch sind beste bauliche Voraussetzungen für eine erfolgreiche touristische Vermarktung von regionaler historischer Baukultur und Architektur gegeben. Die Städtebauförderung, die ja von den Bundesländern und Kommunen komplementär finanziert wird, führt zu einer baulichen Aufwertung von Städten und wirkt sich dort, wo sie einer hohen baukulturellen Dichte zugute kommt, unmittelbar tourismusfördernd aus.

Vor allem das bislang nur in den neuen Ländern realisierte Programm Städtebaulicher Denkmalschutz hat dazu beigetragen, dass dort in den letzten 20 Jahren 181 besonders erhaltenswerte historische Stadtkerne vor dem Verfall gerettet werden konnten. Man spricht, was das Sanierungsergebnis betrifft, von neu erblühten Städten, die aufgrund ihrer wieder gewonnenen Schönheit touristisch zunehmend nachgefragt sind.

Bedingt durch den wirtschaftlichen und demografischen Wandel kämpfen viele Orte mit Gebäudeleerständen, und schützenswerte historische Bausubstanz kann häufig nur erhalten werden, wenn sie einer neuen Nutzung zuführbar ist. Mit Mitteln aus dem Programm Städtebaulicher Denkmalschutz werden innerhalb der Förderkulisse etwa kostenintensive Maßnahmen wie die denkmalgerechte Umnutzung von Bürgerhäusern und Industriedenkmalen zu touristischen Beherbergungsstätten, Gaststätten oder Einzelhandelseinrichtungen sowie anders herum von einstigen Gewerbebauten zu Wohnbauten oder Kirchenbauten zu Kultur- und Konzertstätten, realisiert. So manches Baudenkmal wurde dabei auch in eine Tourismusinformation umgewandelt (z.B. Canalettohaus in Pirna, Salzkirche in Tangermünde und Pferderemise Potsdam-Sanssouci).

Ob seiner ablesbaren Erfolgsgeschichte in den fünf östlichen Bundesländern, ist das Programm Städtebaulicher Denkmalschutz ab 2009 ebenfalls für die westlichen Bundesländer aufgelegt, um hier damit ähnliche Effekte zu erzielen.

Was hingegen das baukulturelle Erbe im ländlichen Raum betrifft, konnte mit Unterstützung des Dorferneuerungsprogramms von Bund und Ländern, in Kombination mit EU-Mitteln, in der Vergangenheit manches Baudenkmal bewahrt werden. So bilden heute sanierte Dörfer mit intaktem historischen Ortsbild, gut erhaltenen Hofanlagen, anmutiger Dorfkirche und ggf. Herrenhaus samt revitalisiertem Park nicht zuletzt in Verbindung mit entsprechenden Freizeitangeboten interessante Reiseziele, die im regionaltouristischen Zusammenhang vermarktet werden.

Außerdem genannt werden muss das „Leuchtturmprogramm“ des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien für die Erhaltung von Denkmälern von besonderer nationaler kultureller Bedeutung. Es handelt sich hier um das älteste Denkmalförderprogramm des Bundes, das dort wo es eingesetzt wird, die Attraktivität baukultureller Zeugnisse als Reiseziel erhöht.

Das aktuell im Konjunkturpaket 1 der Bundesregierung geschnürte vierjährige 150 Mio EUR Programm zur Sicherung und Instandsetzung der Welterbestätten in Deutschland hebt deren Denkmalsonderstatus hervor und wird auch flankierende touristische Maßnahmen bedienen.

Weitere notwendige Voraussetzungen für die erfolgreiche touristische Vermarktung des baukulturellen Erbes (Fragenkomplex 4)

Dass eine Stadt nicht allein aufgrund ihrer sanierten architektonischen und städtebaulichen „Schönheit“ touristisch gut funktioniert, dürfte als erwiesen gelten. Stets bedarf es noch anderer

Qualitäten, allem voran eines attraktiven Einzelhandels und ausreichend guter Übernachtungs- und Gaststättenangebote. Weiterhin dürfen heute Kultur- und Unterhaltungsangebote, wozu sicherlich orts- und regionaltypische Events wie Stadtfeste zählen, nicht fehlen. Zur touristischen Infrastruktur hinzu kommen professionelles Marketing und ein Höchstmaß an Servicefreundlichkeit. Erst wenn eine Stadt mit einem sehenswerten baukulturellen Erbe eine solche breite Angebotspalette besitzt, ist sie als kulturtouristisches Reiseziel und ebenso als Tagungsort besonders anziehend (positive Beispiele Wismar, Dinkelsbühl, Schwäbisch-Hall).

In einer gemeinsamen Resolution des Handelsverbands BAG und der Deutschen Stiftung Denkmalschutz (DSD) zum Denkmalschutz und Einzelhandel von 2008 wird betont, wie wichtig eine gute Wechselbeziehung zwischen Denkmalschutz und Wirtschaft in historischen Innenstädten ist.⁴ Durch einen funktionierenden Einzelhandel bleiben Altstädte für Einwohner und Touristen als Wirtschaftsstandort interessant und werden nicht zu rein musealen Gebilden. Der Einzelhandel profitiert vom Flair sanierter Altstädte, da in solcher Atmosphäre die Kauflust der Touristen stimuliert wird. Es muss nur das Angebot stimmen. Als positive Beispiele seien hier Quedlinburg und Weimar genannt, als Problemfall hingegen inzwischen mancher Ort am Mittelrhein, der zuletzt in seiner touristischen Monostruktur, die auf die Weinkultur abzielt, verharret ist.

Barrierefreiheit dürfte bei der touristischen Vermarktung von regionaler historischer Baukultur und Architektur künftig eine immer stärkere Rolle spielen. Bei der nicht nur wünschenswerten, sondern erforderlichen gemeinsamen Beschäftigung mit diesem Thema stehen Denkmalschützer, –pfleger und Touristiker allerdings noch eher am Anfang. Eine der wenigen öffentlichen Diskussionen bislang, bei denen es unter der Überschrift Baukultur zwischen Architekten und Denkmalpflegern u.a. um die Auslotung von Schnittstellen beim Thema Barrierefreiheit ging, war ein gemeinsames Kolloquium von Bundesarchitektenkammer (BAK) und Vereinigung der Landesdenkmalpfleger der Bundesrepublik Deutschland (VdL) 2007 in Berlin, das den Titel „Alte Bauten in einer alternden Gesellschaft“ trug.⁵

Zwar gibt es inzwischen zahlreiche in Baudenkmalern untergebrachte Museen und andere denkmalgeschützte öffentliche Einrichtungen wie Kirchen, Rathäuser, Theater, Hotels und Gaststätten, die im Zuge der Sanierung mit barrierefreien Rampen und Aufzügen ausgestattet wurden. Jedoch bestehen, was die Besichtigung von Einzeldenkmälern mit wertvoller Innenausstattung oder die touristische Unterbringung darin betrifft, oft unüberwindbare Probleme aufgrund denkmalschutzrechtlicher Auflagen, so dass in diesen Fällen die Herstellung von Barrierefreiheit ausgeschlossen ist. Um dem in einer überalternden Gesellschaft zweifelsohne vorhandenen Bedarf an barrierefrei zugänglichen Bauten nachzukommen, ist jedoch die zunehmende Kompromissbereitschaft von Denkmalschützern gefragt. Denn die barrierefreie sowie altengerechte Herrichtung des Altbaubestands ist ressourcenschonend, d.h. spezielle Neubauten sind dadurch entbehrlich. Unzweifelhaft ließen sich gerade im Übernachtungsbereich mit umgebauten Baudenkmalern gut vermarktbar neue touristische Angebote schaffen. Andererseits darf auch hier wertvolle Denkmalsubstanz durch bauliche Eingriffe nicht derartig überformt werden, dass ihre Authentizität dabei verloren geht.

Beispiele für eine erfolgreiche bundesländerübergreifende touristische Vermarktung im Bereich des baukulturellen Erbes stellen die zahlreichen Tourismusstraßen dar, von denen allerdings nur einige so attraktiv sind, dass sie auf gute Besucherresonanz stoßen und dadurch wirtschaftlich sind, wie die Straße der Romantik, die vor allem bei Reisenden aus dem Ausland nach wie vor gefragt ist. Da die Vielzahl der touristischen Straßen inflationär ist, sollte eher das reichhaltig vorhandene Angebot qualitativ verbessert werden, anstatt dauernd neue Routen ins Leben zu rufen. Eine Alternative sein können Themenpakete wie „Renaissancestädte in Sachsen“

⁴ Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (BAG) und Deutsche Stiftung Denkmalschutz (DSD) (Hrsg.). Gemeinsame Resolution zum Denkmalschutz und Einzelhandel in Deutschen Städten. Berlin, Juni 2008. Als PDF-Datei auf der Internetseite der Deutschen Stiftung Denkmalschutz www.denkmalschutz.de

⁵ Claudia Schwalfenberg. Alte Bauten in einer alternden Gesellschaft. Als PDF-Datei auf der Internetseite der Bundesarchitektenkammer www.bak.de

(Torgau, Meißen, Görlitz) oder beispielsweise bundesländerübergreifend die Zisterzienserbaukunst in Süd- und Nord-Deutschland.

Ein herausragendes Beispiel mit Alleinstellungsmerkmal besitzen die deutschen Welterbestätten. Sie sind vor allem bei ausländischen Besuchern begehrte touristische Ziele. Hier hat auch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) durch aktive Werbung in aller Welt viel für die Vermarktung getan. Weiterhin bewirbt die DZT seit dem Tag des offenen Denkmals, der unter dem Motto „Rasen, Rosen und Rabatten“ stand und erstmals in Deutschland das Bewusstsein für die Bedeutung denkmalgeschützter Parkanlagen verbreitert hat, intensiv das Thema historische Schlösser und Gärten. Dieses Thema eignet sich auch für die grenzüberschreitende Vermarktung, wie der Förderverein Fürst-Pückler-Region e.V. mit seinem Projekt Gartenkulturpfad „Parks und Gärten beiderseits der Neiße“ beweist, das weit nach Polen und Tschechien hinein ausstrahlt. Andere grenzüberschreitende Projekte, die mit finanzieller Unterstützung der EU erfolgreich realisiert werden konnten, sind die Europäische Route der Backsteingotik, die maßgeblich von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz mit initiiert wurde und beispielsweise die Baltic-Fortress-Route, der demnächst die Route Cultura Forte folgen soll, die sich ebenfalls auf Festungsanlagen konzentriert, nur diesmal von der Ostsee bis zum Mittelmeer nach Venedig führt. Auch erwähnt werden soll das junge Projekt Via Regia im Dreiländereck Deutschland (Sachsen/Oberlausitz), Polen und Tschechien.

Erhaltung und touristische Vermarktung des architektonischen Erbes als kultureller Identitätsfaktor (Fragenkomplex 3)

Wenn das überkommene baukulturelle Erbe bewahrt, gepflegt und touristisch vermarktet wird, kann es Städten und Regionen eine neue Zukunft geben, vor allem dort, wo durch Deindustrialisierung ganze historische Stadtkerne in ihrer wirtschaftlichen Situation gefährdet sind. Indem Orte mit reichem Denkmalbestand, auch brachgefallene Industrieanlagen (Beispiel Bernhardsche Spinnerei und das Stelzenhaus in Leipzig-Plagwitz) zu kulturtouristischen Anziehungspunkten entwickelt werden, wächst der Fremdenverkehr, und es entstehen infolgedessen neue Arbeitsplätze, durch die die Abwanderungswelle arbeitsfähiger Einwohner zumindest teilweise aufgefangen werden kann.

Wenn Altstädte durch Revitalisierungsmaßnahmen ihre einstige Pracht neu entfalten, vermittelt das den Bewohnern ein neues Selbstwertgefühl. Außerdem zieht die zurück gewonnene Stadtqualität, zumal wenn die Lebensunterhaltskosten erschwinglich sind, Neubürger an. Bestes Beispiel hierfür ist die Stadt Görlitz. Bewohner, die bleiben, können sich infolge der durch die Stadtsanierung gestiegenen Lebensqualität jetzt noch leichter und intensiver mit ihrer Umwelt bzw. Heimat identifizieren.

Durch Erhaltung des Denkmalbestands wird die Individualität der Stadt, ihres historischen Zentrums, ihrer Quartiere und Straßen hervorgehoben. Durch geschicktes Marketing kann die baukulturelle Individualität und Qualität einer Stadt oder Region (Backstein-Architektur, Fachwerkbauweise, Umgebendehauslandschaft, alpenländischer Baustil) zur Marke entwickelt werden, wozu ein Marketingkonzept mit Corporated Identity und Corporated Design, die aussagekräftig sind, ebenso gehören, wie eine Internetpräsenz, die für die historischen baulichen Besonderheiten wirbt, so dass auch ausländische Besucherinteressenten angezogen werden. Hierbei sind die 33 deutschen Welterbestätten eindeutig im Vorteil, denn sie besitzen durch die UNESCO-Auszeichnung schon ein solches Prädikat. Aber nicht alle nutzen dies effizient für ihre Außenwerbung.

Wichtig ist, dass historische Stadt-, Orts- und Dorfgefüge nicht, wie mancherorts geschehen, voreilig durch Gebäudeleerstandsprobleme perforiert werden und durch hässliche Baulücken touristisches Potenzial verlieren. In diesem Sinne wurde es höchste Zeit, beim Stadumbauprogramm, in den neuen Ländern, in denen damit in erster Linie überzähliger Wohnraum durch Rückbau vom Markt genommen wird, der städtebaulichen Aufwertung historisch bebauter Stadtbereiche mehr Raum zu geben und durchzusetzen, dass, gemäß der

mit der Charta von Leipzig⁶ ausgerufenen integrativen Stadtentwicklung, der Rückbau von außen (von den Trabantenstädten) nach innen (in die Innenstädte und ihr historisches Weichbild) noch konsequenter als bisher betrieben wird. Identitätsstiftend für die Bürger wirkt sich dabei vor allem aus, wenn die Prozesse der Stadtentwicklung und –sanierung inklusive der Freiraumplanung und die Entwicklung neuer Tourismuskonzepte transparent gehalten sind und wenn sie diese aktiv begleiten können. Hier ist der Bereich städtischer und regionaler Planungskultur und die Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements angesprochen, den die Entwickler einer neuen Baukultur ebenfalls verbessert haben wollen. In diesem Sinne hat sich auch der Deutsche Kulturrat in einer Stellungnahme 2007 zum Stadumbauprogramm ausgesprochen.⁷

Bundespolitische Unterstützung für die verstärkte Einbindung von regionaler Baukultur und Architektur im Tourismus (Fragenkomplex 5)

Die bundespolitische Ebene sollte Forschungsvorhaben finanzieren, mit denen die Wechselbeziehung von Baukultur und Tourismus wissenschaftlich expliziert untersucht wird, um Aufschluss darüber zu erhalten, wie beides zusammen optimiert werden kann.

Die Bundespolitik muss mehr darauf achten, dass die Bundesländer ihrer Kulturhoheit nachkommen, in dem sie die Reduzierung ihrer Finanzmittel und ihres Personals (Landesdenkmalpflege) zur Erhaltung des baukulturellen Erbes stoppen und ihren diesbezüglichen Etat wieder kontinuierlich aufstocken, denn davon profitiert auch der Kulturtourismus.

Die Bundespolitik sollte stets dafür sein, dass die Einkommenssteuer-Abschreibungsparagrafen 7i und 10f erhalten bleiben, denn sie tragen entscheidend dazu bei, dass sich Privatleute Baudenkmäler leisten können und indem sie damit den reichen Denkmalbestand in Deutschland mit bewahren, die Grundlagen für Tourismus im Hinblick auf das baukulturelle Erbe schaffen.

Vertreter der Bundespolitik könnten sich an Kampagnen zur Baukultur mit wechselnder Thematik beteiligen, die untersetzt sind mit Diskussionen, Ausstellungen und Wettbewerben, um in der Gesellschaft Bewusstsein und Interesse für die gebaute Umwelt zu wecken, mit dem Ziel, dadurch einen Tourismus für die Komplexität von Baukultur zu initiieren, wie es ihn noch nicht gibt.

Die Bundespolitik könnte unterstützen, dass die Bundesstiftung Baukultur einmal jährlich bundesweit einen Preis für gelungene Beispiele von Baukultur vor Ort auslobt und dass diese Beispiele als Reiseziele touristisch vermarktet werden.

Auf bundespolitischer Ebene kann darauf hingewirkt werden, dass die Bundesländer dazu beitragen. die Qualifizierung von Fremdenführern und Reiseleitern generell zu verbessern und im Besonderen auf das Gebiet der Baukultur auszudehnen. Beides könnte in die Bildungsoffensive der Länder und deren Initiative für ein „Lebenslanges Lernen“ aufgenommen werden. Von Ländern und Kommunen sollten für diese Aufgabe finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt werden.

Unterstützung für die regionale Baukultur und Architektur durch Tourismuswirtschaft und Tourismusverbände (Fragenkomplex 6)

Tourismuswirtschaft und –verbände sollten darauf hinwirken, dass Fremdenführer dafür qualifiziert werden, in ihrem Aktionsradius Rundgänge, Stadtrundfahrten und Reiseleitungen in

⁶ Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt, angenommen am 24.09.2007. Als PdF-Datei auf der Internetseite des BMVBS.

⁷ Deutscher Kulturrat. Stellungnahme: Stadumbaue als bauliche und freiräumliche Kulturleistung. Berlin, April 2007. Als PdF-Datei auf der Internetseite des Deutschen Kulturrats www.kulturrat.de

Regionen und andere Länder fachkompetent zum Thema Baukultur durchzuführen. Geschult und unterstützt werden könnten die Fremdenführer und Reiseleiter durch professionelle Baukultur-Akteure. Im Bereich baukulturelles Erbe könnten Denkmalschützer und -pfleger sowie die Deutsche Stiftung Denkmalschutz behilflich sein.

Tourismus ist eine Gemeinschaftsaufgabe, kann also nicht allein von Touristikern gelöst werden. Gerade beim Innenmarketing ist so manches verbesserungsfähig und sollten Tourismuswirtschaft und Tourismusverbände im Hinblick auf das baukulturelle Erbe darauf achten, dass in den Städten und Landkreisen ein regelmäßiger gemeinsamer Gedankenaustausch unter Tourismusentscheidern und Denkmalschützern und -pflegern stattfindet. Solche der Koordination und Kooperation dienenden Arbeitstreffen, in denen Tourismus- und Sanierungskonzepte sowie -probleme (beispielsweise die Übernutzung von Denkmalen) besprochen und abgestimmt werden können, finden vielerorts bislang entweder gar nicht oder zu selten statt.

DZT, DTV und andere Tourismusverbände sollten in ihre Werbung für den Tourismusstandort Deutschland künftig das Thema Baukultur einbeziehen.

Zusammen mit dem Bund, den Bundesländern, den Kommunen und der Tourismuswirtschaft könnten sie die französische Idee des Kulturerbe-Labels aufgreifen und für Regionen hierzulande entwickeln, die ein reiches baukulturelles Erbe aufweisen, jedoch touristisch nur schwach frequentiert sind. Ein solches Label, das die Vernetzung vorhandener kleinteiliger Strukturen voraussetzt, könnte jene Kulturlandschaften wettbewerbsfähig machen und zugleich schützen.

Berlin, 2.02.2009

Peter Schabe