

Qualitative touristische Entwicklung anhand ausgewählter Destinationen mit UNESCO-Weltkulturerbe-Label

Maren Hille

Hochschule Harz, Friedrichstraße 57-59, 38855 Wernigerode

1. Einführung in die Thematik des UNESCO-Welterbes

Basierend auf dem Haager Abkommen wurde die Welterbekonvention im Jahr 1972 durch die UNESCO beschlossen und trat 1975 in Kraft (vgl. Strasser, 2007, S. 102). „Grundidee der Welterbekonvention und der aus ihr resultierenden Welterbeliste ist es, Natur- und Kulturerbestätten von außergewöhnlichem universellen Wert für die gesamte Weltgemeinschaft für gegenwärtige und zukünftige Generationen zu bewahren“ (DUK, o.J.). Daraus ableitend können materielle Stätten, aufgrund ihrer Einzigartigkeit, Integrität (Unversehrtheit) und Authentizität (historische Echtheit) auf die Welterbeliste aufgenommen werden (vgl. UNESCO 1972, zitiert nach vgl. Pedersen, 2002, S. 14). Bis zum heutigen Zeitpunkt hat das Welterbekomitee unter Hinzuziehung der Beraterorganisationen ICOMOS International und IUCN 1.157 Denkmäler, Gebäudeensembles und natürliche Regionen (Jimura, 2019, S. 6) zum Welterbe ernannt, wovon sich 51 Stätten in Deutschland befinden (Werte des UNESCO World Heritage Centre, 2023).

Da sich die UNESCO aus 193 Staaten (vgl. UNRIC, 2019) zusammensetzt und die Auszeichnung zum Welterbe bereits für Stätten in 167 Ländern der Welt vergeben hat (vgl. DUK, 2019), verfügt das Label über einen hohen, internationalen Bekanntheitsgrad. Die Ernennung einer neuen Stätte ist folglich nicht nur für die einheimische Bevölkerung von besonderer Tragweite, sondern kann auch für Tagesgäste und Touristen in ihrer Freizeit- und Urlaubsgestaltung interessant sein. Destinationsmanagementorganisationen sehen in der Auszeichnung zum Welterbe häufig eine Chance, Gäste für ihren Ort oder die Region zu gewinnen (vgl. Ryan & Silvanto, 2009, S. 291). Dieses unterstreicht auch eine quantitative Befragung mit 6.003 Probanden. 52% der Interviewpartner:innen gaben an, dass der UNESCO-Welterbestatus bei der Auswahl des Reiseziels relevant oder sogar sehr relevant ist. Wenn das Reiseziel bereits feststeht, ist darüber hinaus für 81% der Befragten ein Besuch einer Welterbestätte interessant oder sehr interessant (vgl. inspektour GmbH & FH Westküste, 2016, S. 20).

Mit Bezug auf den eingangs erwähnten Schutzgedanken der UNESCO, muss ein nachhaltiger Tourismus verfolgt werden, um un gelenkten Massentourismus zu verhindern, welcher zu einer Beschädigung bis hin zur Zerstörung der Stätten führen könnte (vgl. DUK, o. J.), siehe auch (Debrine, 2017). Dem gegenüber steht jedoch, dass Tourismus auch zu Wertschöpfung in den jeweiligen Städten oder Regionen führen kann und damit zum einen der Bevölkerung hilft und zum anderen die finanziellen Ressourcen in den Erhalt der Stätten investiert werden können. Zudem hat die UNESCO die Intention, über die geschützten Kultur- und Naturgüter zu informieren und damit für Aufklärung zu sorgen, da Menschen eher bereit sind Natur- und Kulturgüter zu schützen, deren Ursprung und Entwicklung sie kennen (vgl. DUK, o. J.). Aus diesem Grund wird innerhalb des Forschungsvorhabens anhand von vier Fallbeispielen in Deutschland geprüft, inwieweit

sich Städte qualitativ weiterentwickeln, nachdem eine Stätte im Destinationsportfolio zum Welterbe ernannt wurde. Es werden nicht nur quantitative Kennzahlen wie die Gästeankünfte oder –übernachtungen vor und nach der Welterbbewertung betrachtet, sondern die Stadt als Lebensraum, welcher durch die Verantwortlichen der Stadtpolitik, der Tourismuspolitik und der Kulturpolitik gestaltet werden kann.

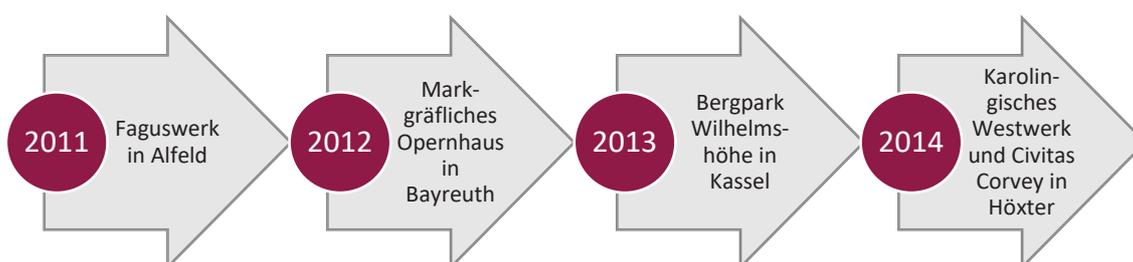
2. Methodisches Vorgehen

In den Städten mit Welterbestätte werden qualitative Interviews geführt. Als zentrale Instanzen stehen hierbei die Destinationsmanagementorganisation bzw. Tourismusorganisationen und der Denkmalschutz sowie das Attraktionsmanagement im Fokus, die die Welterbestätte aus verschiedenen Perspektiven (Schutz, Entwicklung und Vermarktung) beeinflussen. Da das Forschungsvorhaben auf Interviews aufbaut, müssen sich die Befragten noch an den Entwicklungsprozess erinnern können, welcher durch die Welterbbewertung eingesetzt hat. Um einzuschätzen, wie lange sich Personen verlässlich erinnern können, wurde Literatur aus dem Bereich der Erinnerungspsychologie bzw. zur Funktion des Gedächtnisses für die zeitliche Einschränkung herangezogen. Aus psychologischer Sicht werden Erinnerungen mit der Zeit ungenauer, welches nicht mit einem Zerfall der Erinnerungen zu tun hat, sondern durch Interferenzen d.h. Überlagerungen durch hinzukommende Erinnerungen, begründet wird (vgl. Jenkins & Dallenbach, 1924, S. 612). Dadurch können Erinnerungen nicht mehr oder nur verändert durch die Probanden abgerufen werden (vgl. Myers, 2014, S. 353). Um Überlagerungsfehler zu reduzieren, werden ausschließlich Welterbestätten in die Betrachtung mit einbezogen, dessen Ernennung nicht weiter als 12 Jahre zurückliegt. Damit können auch mehr Personen als potentielle Informanten für die Befragung zur Destinationsentwicklung dienen, als bei Stätten, die bereits in den siebziger oder achtziger Jahren zum Welterbe ernannt wurden. Nach Felser können Menschen darüber hinaus Informationen besser abrufen, die auf sie selbst bezogen sind, sodass es sinnvoll erscheint, nur Personen zu befragen, die in einer der vier Falldestination bereits als Einwohner gelebt haben und Prozesse im direkten Lebensraum mitgestaltet oder durch ihre Arbeitsstelle bzw. eine ehrenamtliche Position mit der Welterbbewertung direkt betroffen waren (vgl. Felser, 2015, S. 68).

Für die Beantwortung der Forschungsfrage ist es jedoch ebenfalls essentiell, dass nach der Ernennung zum Welterbe ein Zeitraum liegt, indem eine qualitative Entwicklung der Stadt als Destination erfolgen konnte. In der allgemeinen Tourismuswirtschaft, als Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre, wird wie in (Freyer, 2015) häufig eine Dreiteilung in operative, normative und strategische Entwicklungsziele unterschieden. Während die operativen Ziele in das alltägliche Unternehmensgeschäft eingeführt und dementsprechend zeitnah umgesetzt werden können, sind die strategischen Ziele mit bis zu fünf Jahren anzusetzen. Ähnlich unterteilt Wöhe Planungsmaßnahmen je nach Komplexitätsgrad und betreffender Zuordnung in eine operative und taktische Planungsphase, welche nach maximal einem Jahr beziehungsweise zwei bis fünf Jahren abgeschlossen sind. Hinzu kommt die strategische Planung, welche mindestens 5 Jahre andauert und auch darüber hinaus gehen kann (vgl. Wöhe, 2016, S. 74). Ferner hat die Corona-Pandemie die touristische Entwicklung in den Jahren 2020-2022 stark gehemmt, sodass Fallbeispiele gewählt wurden, welche den Titel vor mehr als acht Jahren verliehen bekommen haben. Aus den beiden genannten Kriterien ergibt sich ein Betrachtungszeitraum von 2011-2014.

Außerdem weist die Welterbeliste ein starkes Ungleichverhältnis hinsichtlich der beiden Sparten des Weltnatur- und des Kulturberbes auf. Dieses spiegelt sich in Deutschland mit 48 Kulturerbestätten und nur drei Naturerbestätten wider. Auch in der bereits vorhandenen Literatur zeigt sich, dass das Welterbe z.T. mit dem Kulturerbe-Begriff gleich gesetzt wird oder Synonyme wie Denkmäler verwendet werden. Aus diesem Grund werden innerhalb des Forschungsvorhabens ausschließlich Weltkulturerbestätten aus dem zuvor festgelegten Zeitraum betrachtet. Hierzu zählen das Faguswerk in Alfeld (Niedersachsen), das markgräfliche Opernhaus in Bayreuth (Bayern), der Bergpark Wilhelmshöhe in Kassel (Hessen) und das karolingische Westwerk und die Civitas Corvey in Höxter (Nordrhein-Westfalen), (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Welterbestätten in Deutschland im Ernennungszeit 2011-14



Quelle: eigene Darstellung auf Werten des (UNESCO World Heritage Centre, 2023)

Die vier Fallbeispiele liegen jeweils in einem anderen Bundesland, was bei der Antragsstellung zu Unterschieden führen kann. Zudem zeigen sie eine große inhaltliche Bandbreite. Neben dem Bergpark als Kulturlandschaft, dessen Wassersystem bis heute funktionsfähig erhalten ist, wird mit dem Faguswerk eine Fertigungsstätte betrachtet, welche das Erstlingswerk Walter Gropius aus dem Jahr 1911 darstellt. Zudem wird ein musisch-künstlerisches Einzelbauwerk mit dem Opernhaus in Bayreuth und ein sowohl klerikales als auch weltpolitisches Bauwerk mit dem karolingischen Westwerk und der Civitas Corvey betrachtet (DUK, 2019b). Die Lage der vier Fallbeispiele zeigt Abbildung 2.

Die qualitativen Interviews in den vier dargestellten Destinationen werden mit Hilfe eines Leitfadens durchgeführt. Zur Erstellung des Leitfadens wird neben der Literatur zum Destinationsmanagement wie von (Beritelli et al., 2015); (Steinecke & Herntrei, 2017); (Beritelli et al., 2014) sowie (Kreilkamp & Project M GmbH, 2014) ebenfalls der Ansatz des Forschungsprojektes zum qualitativen Wachstums nach Sternad und Mödritscher herangezogen (Sternad & Mödritscher, 2020). Dieses erscheint sinnvoll, da Sternad und Mödritscher ebenfalls mit qualitativen Interviews gearbeitet und daraus neun Themenfelder abgeleitet haben, in denen qualitatives Wachstum in Unternehmen einsetzte.



Quelle: eigene Darstellung in lizenzfreier Karte der Bildplattform Pixabay

In dem Leitfaden zur qualitativen Destinationsentwicklung werden die Spezialisierung hinsichtlich des Kulturbereiches, die Markenbildung, eine Weiterentwicklung des Gesamtangebotes sowie das Entstehen von Netzwerken bzw. Kooperationen betrachtet. Darüber hinaus wird geschaut, inwieweit Prozesse optimiert werden können, wie sich die Infrastruktur verändert und ob ein Kulturwandel zwischen den einzelnen Akteuren einsetzt.

Literaturverzeichnis

- Beritelli, P., Laesser, C., & Reinhold, S. (2015). Geschäftsfeldinnovationen in touristischen Netzwerken. In *Business Innovation: Das St. Galler Modell* (Bd. 1, S. 455–472).
- Beritelli, P., Reinhold, S., & Laesser, C. (2014). Prozessorientierung im Destinationsmanagement. *Marketing Review St. Gallen*, 34–47.
- Debrine, P. (2017). „Lasst uns bessere Touristen sein!“ - Nachhaltiger Tourismus zum Schutz des Welterbes. <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/welterbe/welterbe-sein/nachhaltiger-tourismus-zum-schutz-und-erhalt-des-welterbes>
- DUK. (o. J.). *Nachhaltiger Tourismus an Welterbestätten*. <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/welterbe/welterbe-sein/nachhaltiger-tourismus>

- DUK. (2019a). *Welterbeliste*. <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/welterbe/welterbe-weltweit/welterbeliste>
- DUK. (2019b). *Welterbestätten in Deutschland*. <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/welterbe/welterbe-deutschland/welterbestaetten-deutschland>
- Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. In *Verhaltenstherapie* (4. Aufl.). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-22591-2_20
- Freyer, W. (2015). *Tourismus - Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie* (11. Aufl.). Oldenbourg Verlag.
- inspektour GmbH, & FH Westküste. (2016). *Die touristische Relevanz der deutschen UNESCO-Welterbestätten und Nationalparks bei der Destinationswahl ITB 2017- Ergebnispräsentation gekürzt*.
- Jenkins, J. G., & Dallenbach, K. M. (1924). Obliviscence during Sleep and Waking. *The American Journal of Psychology*, 35(4), 605. <https://doi.org/10.2307/1414040>
- Jimura, T. (2019). Heritage Management and Conservation Activities at World Heritage Sites. In *World Heritage Sites* (S. 20–33).
- Kreilkamp, E., & Project M GmbH. (2014). Destinationsmanagement 3.0 – Inspiration und Koordination gewinnen an Bedeutung. In *Unsere Wirtschaft - Zeitschrift der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg*.
- Myers, D. G. (2014). *Psychologie* (3. Aufl., Bd. 30, Nummer 3). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-40782-6>
- Pedersen, A. (2002). World Heritage Manuals 1. *World Heritage Manuals*, 96.
- Ryan, J., & Silvano, S. (2009). The World Heritage List: The making and management of a brand. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(4), 290–300. <https://doi.org/10.1057/pb.2009.21>
- Steinecke, A., & Herntrei, M. (2017). *Destinationsmanagement* (2. Aufl.). UVK Verlagsgesellschaft mbH mit UVK/Lucius.
- Sternad, D., & Mödritscher, G. (2020). Entrepreneurial Leaps: Growth Processes in Transition Phases Between Dynamic States. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1–33. <https://doi.org/10.1177/1042258720929890>
- Strasser, P. (2007). Welt-Erbe? Thesen über das „Flaggschiffprogramm“ der UNESCO. In D. Hemme, M. Tauschek, & R. Bendix (Hrsg.), *Prädikat „Heritage“ - Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen* (S. 367). LIT Verlag Dr. W. Hopf.
- UNESCO World Heritage Centre. (2023). *World Heritage List*. <http://whc.unesco.org/en/list>
- UNRIC. (2019). *UN-Mitgliedstaaten*. <https://unric.org/de/mitgliedstaaten/>
- Wöhe, G. (2016). *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre* (G. Wöhe, U. Döring, & G. Brösel (Hrsg.); 26. Aufl.). Franz Vahlen GmbH.