

Grenzen der touristischen Tragfähigkeit von Kulturerbestätten

Entwicklung von Kriterien und Indikatoren für ein nachhaltiges
Destinationsmanagement

Prof. Dr. Rainer Hartmann



Gliederung

- 
1. Kulturelles Erbe und Tourismus
 2. Nachhaltiges Kulturmanagement
 3. Fallstudien

Intro Städte- und Kulturtourismus

- ▶ Der Städte- und Kulturtourismus zählt in seinen sehr unterschiedlichen Facetten sowohl national als auch international zu den Urlaubsformen mit kontinuierlichen Steigerungsraten.
- ▶ Im Fokus stehen dabei in vielen Fällen Kulturerbestätten, die z.T. auch den Status von UNESCO-Welterbestätten besitzen.



Definition Kulturtourismus

- ▶ Kulturtourismus bezeichnet jede auf **Kultur** (in einem breiten Verständnis) ausgerichtete Reise.
- ▶ Er wird damit zu einem **Oberbegriff** für ein bestimmtes Segment im Tourismus.
- ▶ Klassische **Bildungs- und Studienreisen**, deren Fokus vor allem auf der (Kunst-)Geschichte anderer Länder liegt, werden zu **besonderen Formen** dieses Segments.

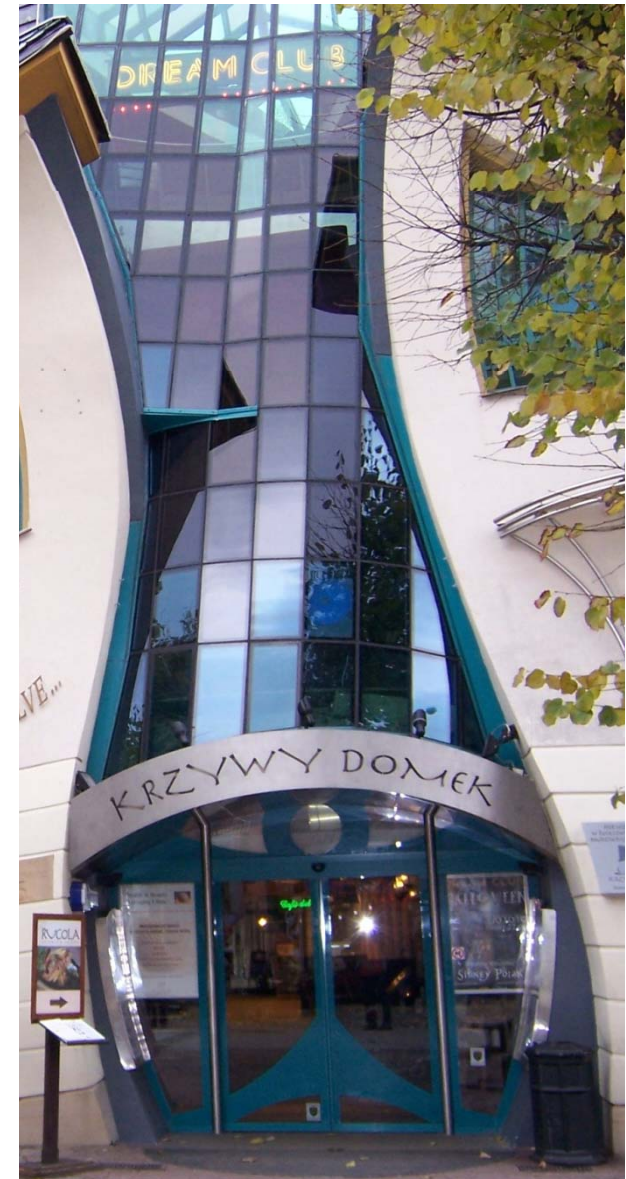
(nach Nahrstedt, in Dreyer 2000, S. 5ff)



Vier grundsätzliche Merkmale des Kulturtourismus

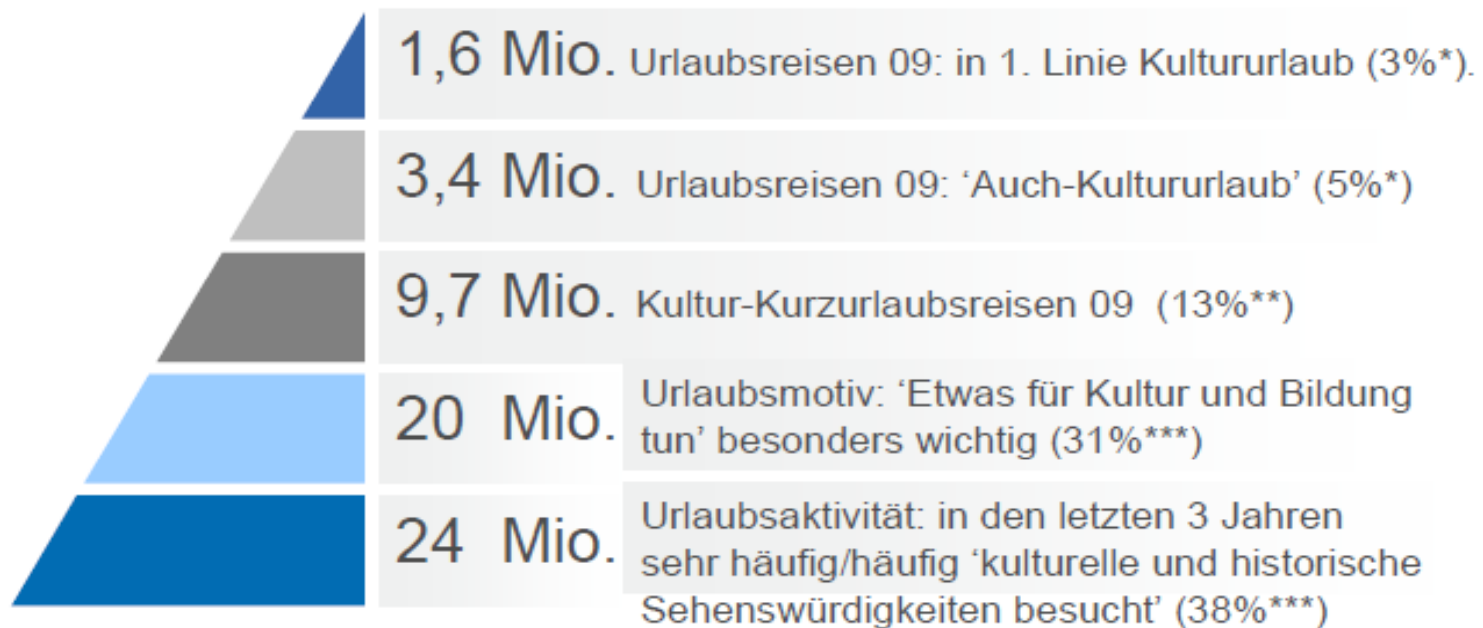
1. **Interesse** der Touristen an Kultur
(mit unterschiedlicher Intensität)
2. **Besichtigung** kultureller Einrichtungen
(sowohl Hoch- als auch Alltagskultur)
3. **Teilnahme** an Kulturveranstaltungen
(Festspiele, Events, Brauchtum ...)
4. Zentrale Rolle einer **fachlich fundierten Informationsvermittlung** (durch qualifizierte Personen, spezielle Medien)

(Steinecke 2007)



Deutscher Markt: Kultur im Urlaub ...

Kultur im Urlaub ist etwas für viele –
Im Zentrum der Reisen steht Kultur aber nur bei wenigen!



* Bezogen auf alle Urlaubsreisen 2009

** Bezogen auf alle Kurzurlaubsreisen Nov. 08 bis Okt. 09

*** Bezogen auf Bevölkerung 14+ Jahre

RA ReiseAnalyse
2010

Zentrale Problembereiche im Welterbe-Tourismus

- > Zielkonflikt kulturelles Erbe und Tourismus
- > Wirtschaftlichkeit und Vermarktung des Welterbes
- > Welterbe Management im Kontext von Nachhaltigkeit

Luger 2008

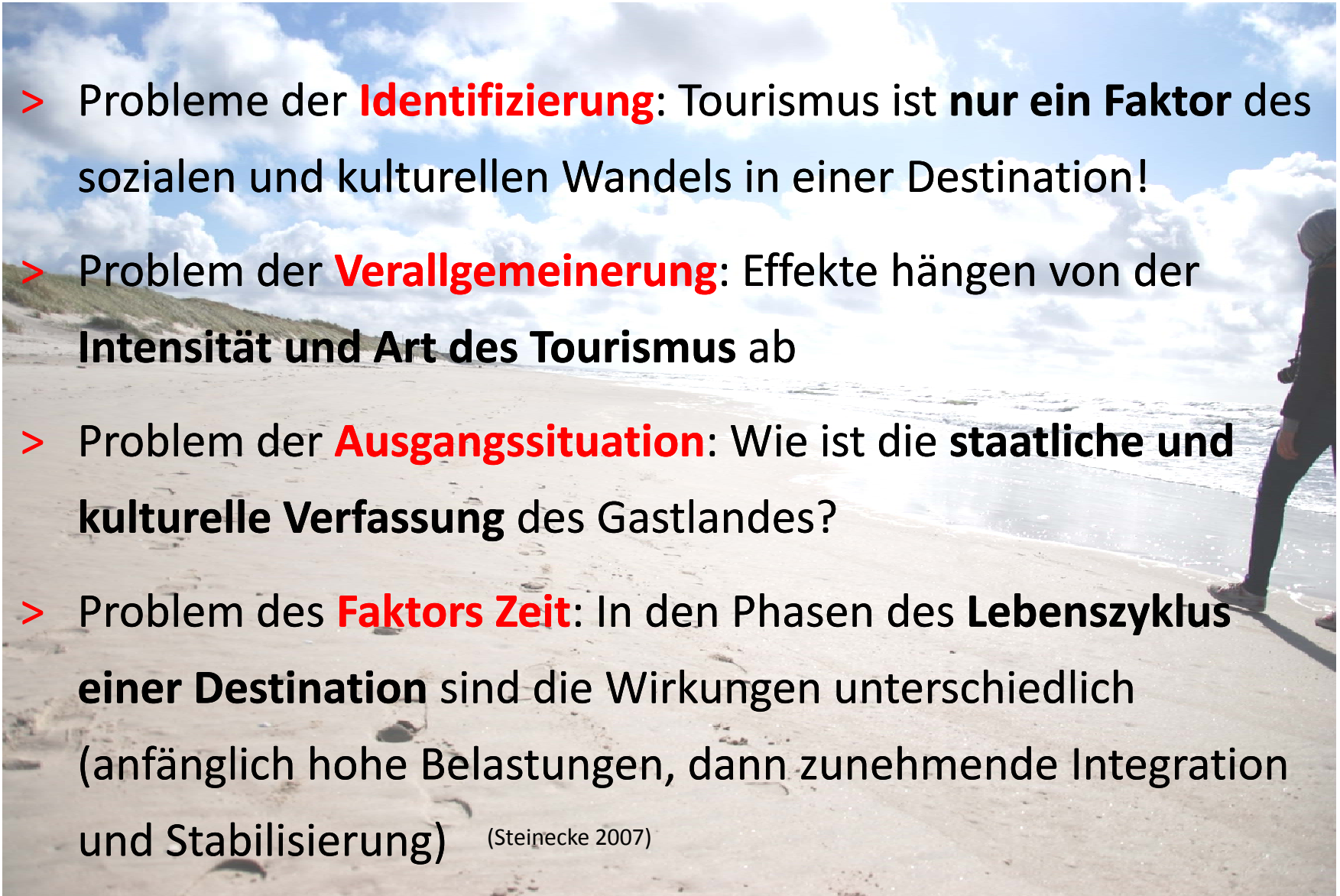


Zielkonflikt kulturelles Erbe und Tourismus

- > **Welterbe** = Prinzip der Erhaltung und Tradierung dessen, was von Generation zu Generation weitergegeben wird ...
- > **Tourismus** = Prinzip des Verbrauchs bzw. Konsums von Landschaft und Ressourcen: individuelle Bedürfnisbefriedigung, erlebnisorientierte Vereinnahmung der Welt (Luger 2008)



Probleme der Erfassung und Beurteilung

- 
- > Probleme der **Identifizierung**: Tourismus ist **nur ein Faktor** des sozialen und kulturellen Wandels in einer Destination!
 - > Problem der **Verallgemeinerung**: Effekte hängen von der **Intensität und Art des Tourismus** ab
 - > Problem der **Ausgangssituation**: Wie ist die **staatliche und kulturelle Verfassung** des Gastlandes?
 - > Problem des **Faktors Zeit**: In den Phasen des **Lebenszyklus einer Destination** sind die Wirkungen unterschiedlich (anfänglich hohe Belastungen, dann zunehmende Integration und Stabilisierung) (Steinecke 2007)

Gliederung

- 
1. Kulturelles Erbe und Tourismus
 2. Nachhaltiges Kulturmanagement
 3. Fallstudien

Herausforderungen für Kulturerbe-Stätten

- **Grundsätzliches Ziel:** Positive Effekte optimieren und negative Konsequenzen minimieren!
- > Schaffung einer **Balance** bzw. des Ausgleichs zwischen **Schutz und Konsum**, zwischen **Erhaltung und Vermarktung** des Kulturerbes.
- > Schaffung von Kommunikationsplattformen, die permanenten Austausch für alle Seiten ermöglicht (**Partizipation**).



Herausforderungen für Kulturerbe-Stätten

- > Garantieren, dass die **Einnahmen** aus dem Tourismus zu einem erheblichen Ausmaß **in die Erhaltung des Welterbes** fließen.
- > **Verknüpfung** des Kulturtourismus mit anderen **regionalen Wirtschaftsbereichen**: Streuung der wirtschaftlichen Effekte.
- > Voraussetzung dafür ist die **Entwicklung und Umsetzung von Master- /Managementplänen.** (Luger 2008/Steinecke 2007)



Cultural Heritage Management (Best practice)

[How To Get Started](#)
[Success Stories](#)
[Resources](#)
[About Us](#)
[Home](#)

Cultural Heritage Tourism



Made possible by the
AMERICAN EXPRESS
Company.

This section supported by


Five Principles for Successful and Sustainable Cultural Heritage Tourism

Make the most of your opportunities for cultural heritage tourism by following the National Trust for Historic Preservation's five basic principles. Follow these principles and you'll avoid many difficulties that could otherwise arise when culture, heritage and tourism become partners.

Collaborate



Much more can be accomplished by working together than by working alone. Successful cultural heritage tourism programs bring together partners who may not have worked together in the past. [read more...](#)

Find the Fit



Balancing the needs of residents and visitors is important to ensure that cultural heritage tourism benefits everyone. It is important to understand the kind and amount of tourism that your community can handle. [read more...](#)

www.culturalheritagetourism.org

5 Principles for Sustainable Cultural Heritage Tourism

by The National Trust for Historic Preservation

- > Used to avoid many difficulties that arise when culture, heritage and tourism become partners.
- > Principles/Strategies:

- 1. Collaborate**
- 2. Find the Fit**
- 3. Make Sites and Programs Come Alive**
- 4. Focus on Quality and Authenticity**
- 5. Preserve and Protect**



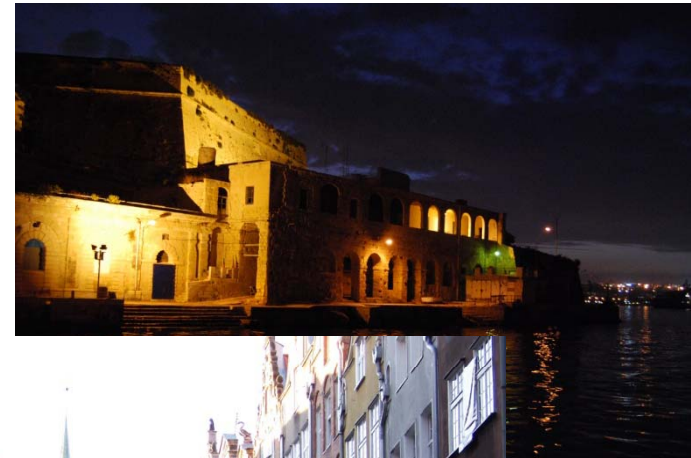
Die Fallstudien



Untersuchungsregionen 2009-2012

Malta (2009)

Stadt Valletta (La Valetta),
Tempel von Gigantija,
Hypogäum von Hal Saflieni
(UNESCO Kulturerbe seit 1980)



Polen (2010)

Altstadt von Danzig (Gdansk)



Litauen (2011 und 2012)

Altstadt von Vilnius (Wilna)
(UNESCO Kulturerbe seit 1994),
Kurische Nehrung
(UNESCO Kulturerbe seit 2000)

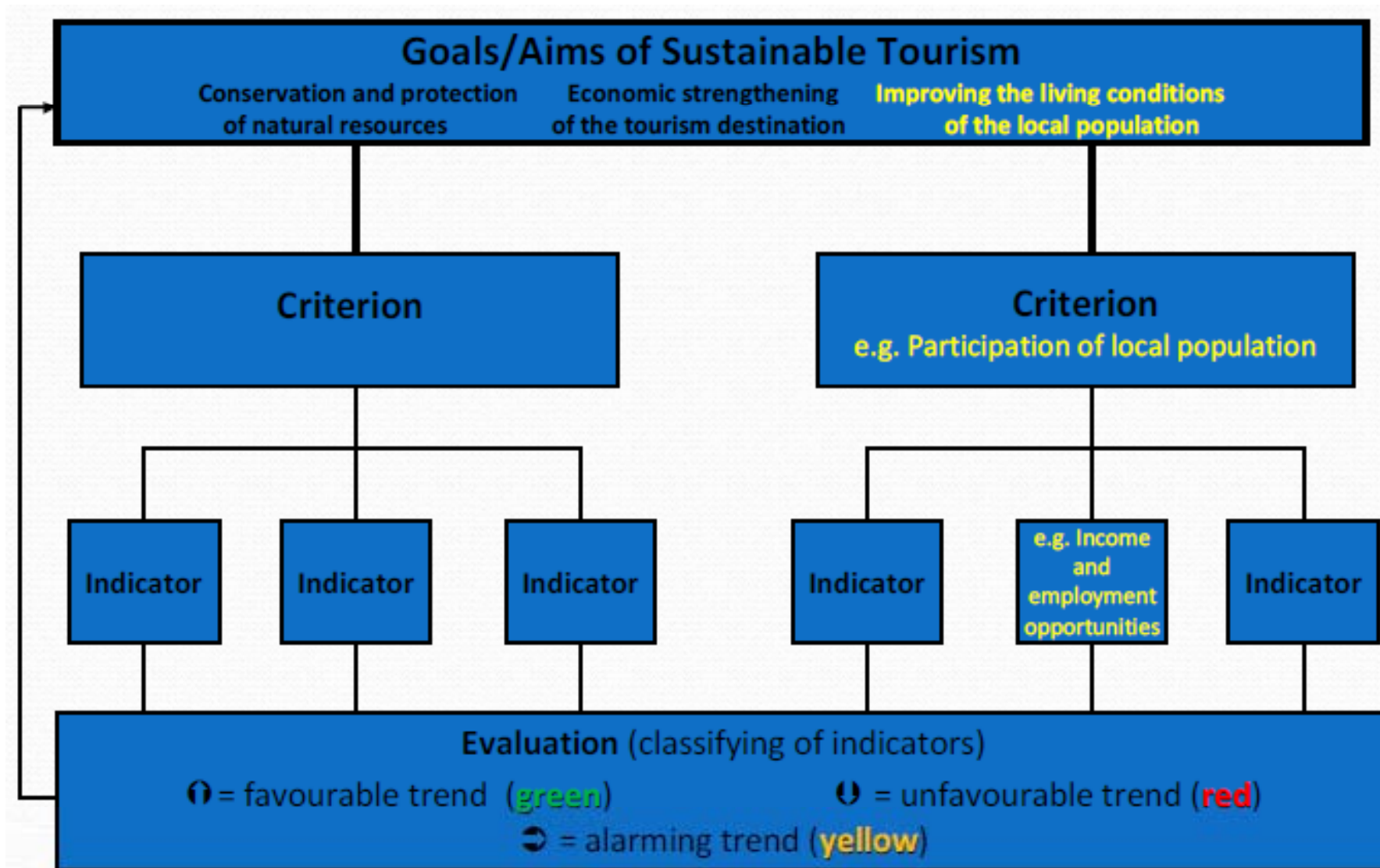


Forschungsansatz

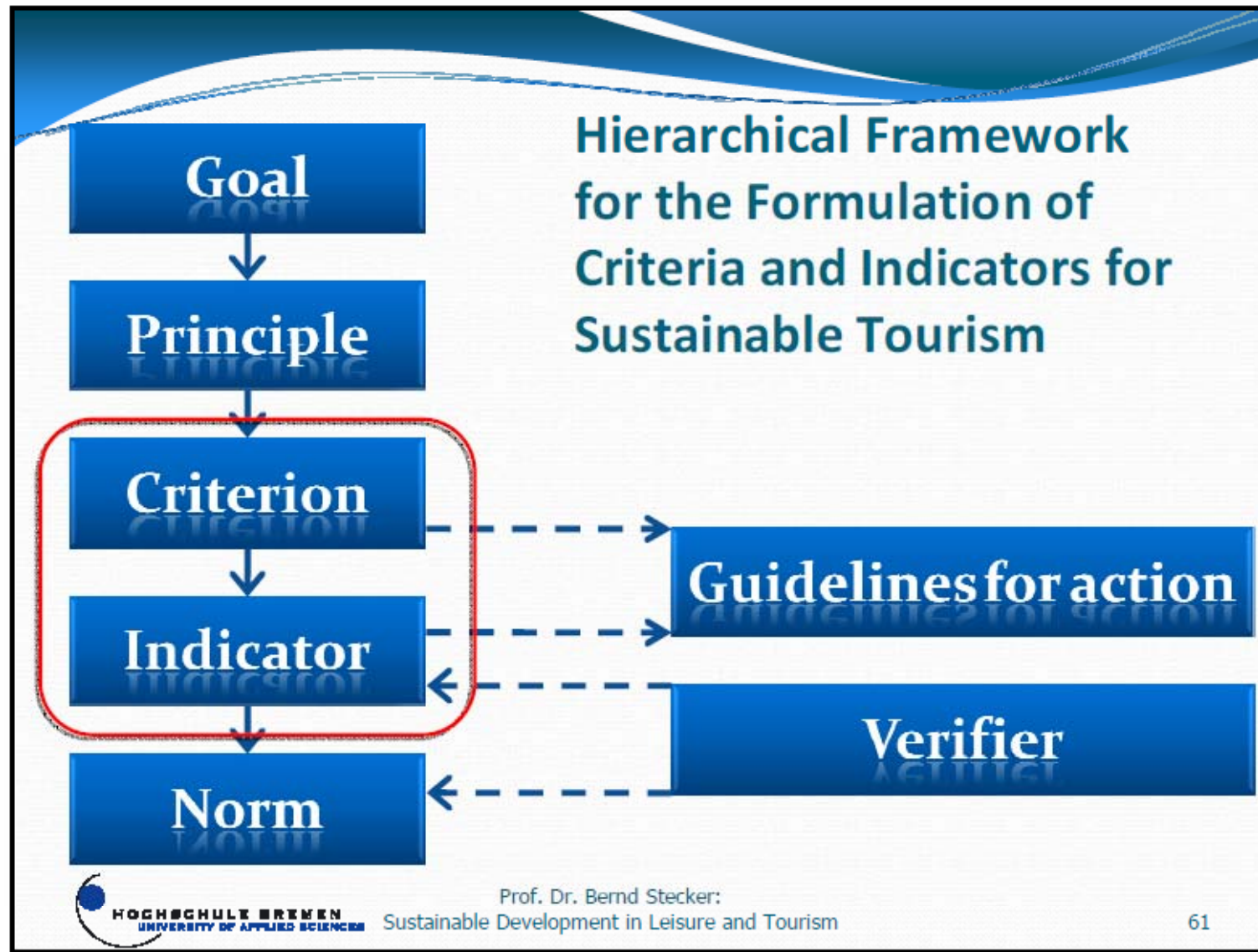
- > **Erfassung, Analyse und Beurteilung der Auswirkungen des Kulturtourismus im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung.**
- > Projekt läuft seit 2009 als „Lehrforschung“ im Rahmen des Master-Studiengangs „International Studies of Leisure and Tourism“ (gemeinsam mit Prof. Dr. Bernd Stecker).
- > Vor Ort werden die **ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen des Tourismus** erfasst und beurteilt. Zudem werden die Rahmenbedingungen im Sinne einer **institutionellen Nachhaltigkeit** überprüft.



System von Kriterien und Indikatoren zur Überprüfung der Nachhaltigkeit (Stecker 2009)



Hierarchische Untersuchungsanordnung



Global Sustainable Tourism Criteria (UNWTO)

> C.1. Code of Behavior

- > The company follows established guidelines or a code of behavior for visits to culturally or historically sensitive sites, in order to minimize visitor impact and maximize enjoyment.

> Potential Indicators:

- *Company policy includes established guideline or code of behavior*
- *Changes in site based on annual assessment*

> C.2. Historical Artifacts ...

> C.3. Protection of Sites ...

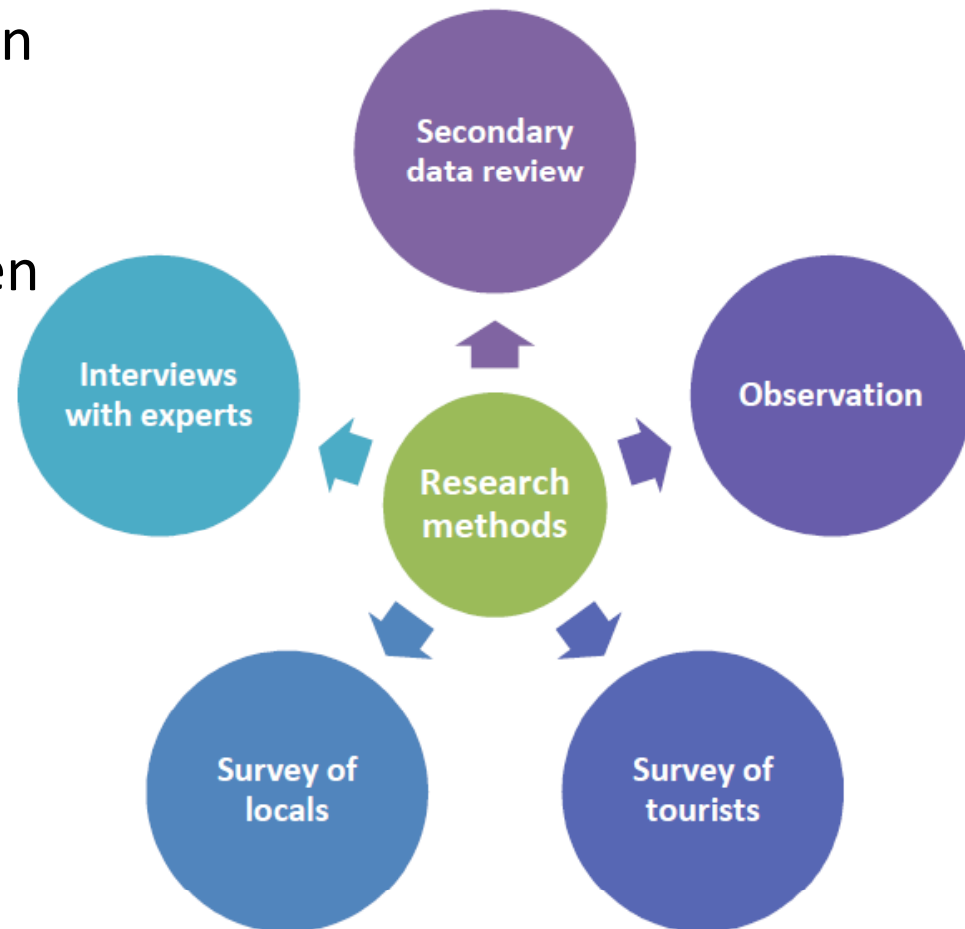
> C.4. Incorporation of Culture ...



<http://www.sustainabletourismcriteria.org>

Untersuchungsmethoden (Indikatorenebene)

- > Methodenmix bezogen auf Primär- und Sekundärquellen
- > Anwendung von qualitativen Interviews, quantitativen Befragungen von Einheimischen und Touristen
- > Entwicklung von Beobachtungsbögen



Bsp. Litauen: Befragung der Einheimischen

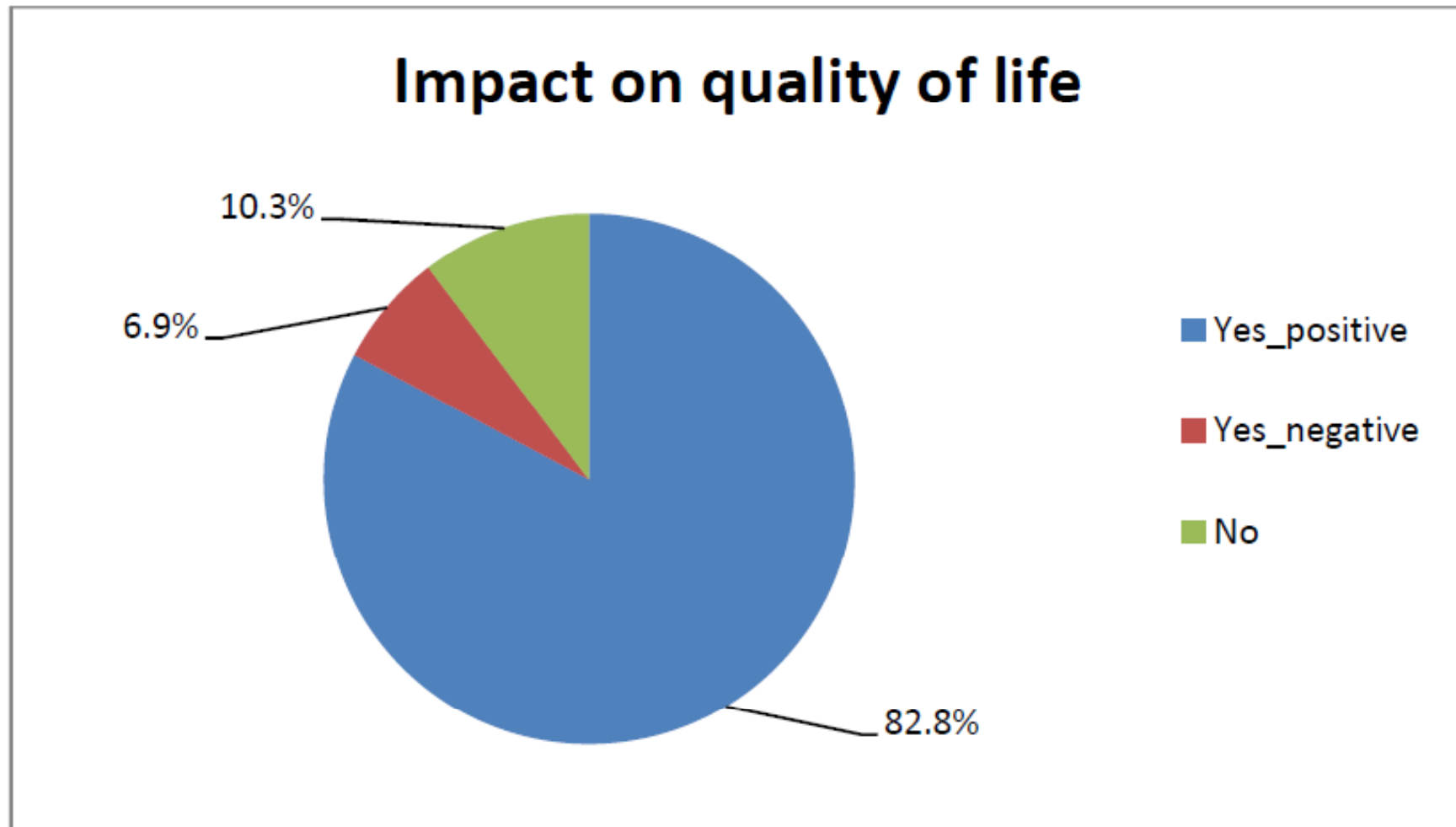


Figure 12: Impact on quality of life, n=29 (compiled by author, based on CD appendix 5)

Bsp. Litauen: Beobachtungsergebnisse

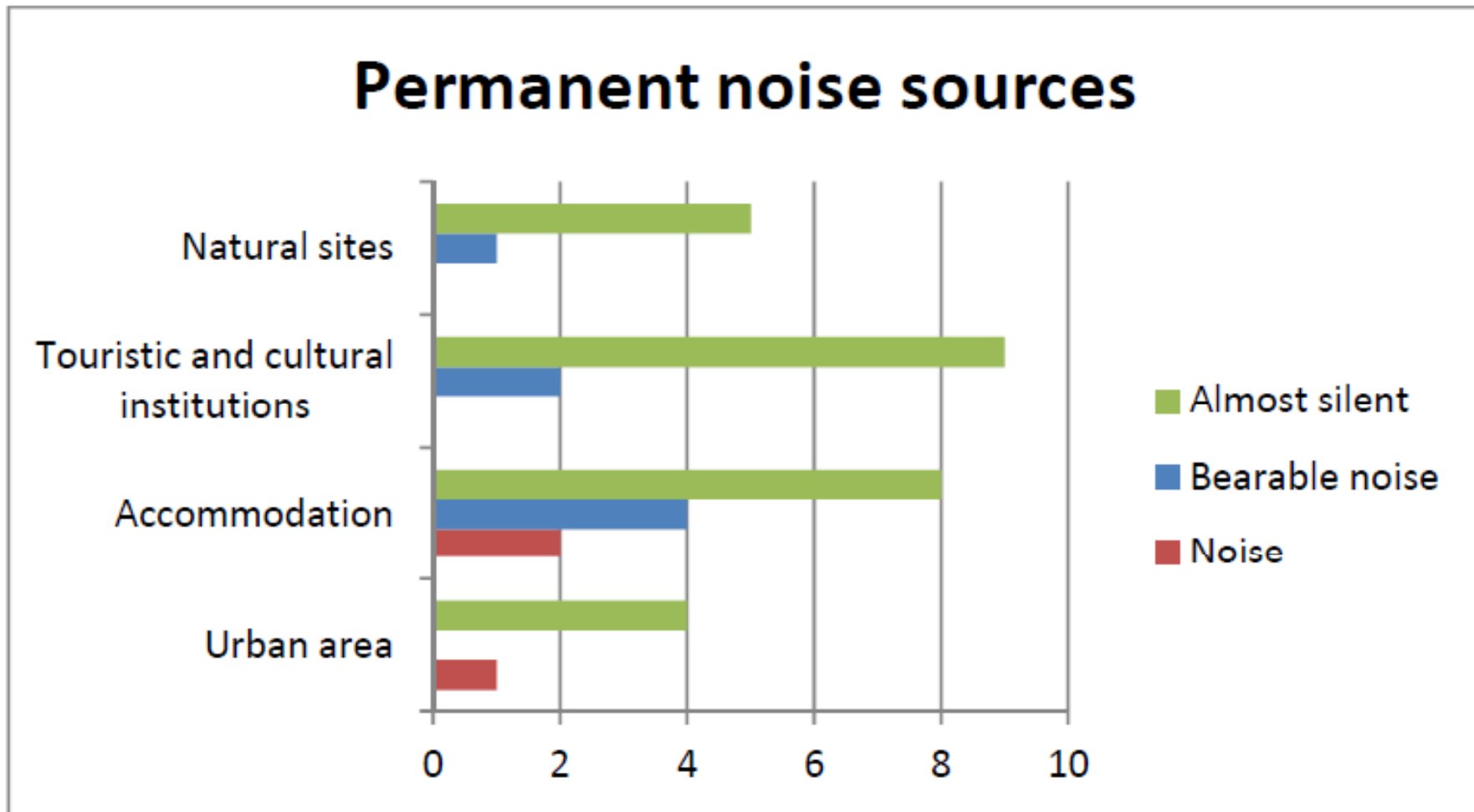


Figure 25: Permanent noise sources (compiled by author, based on CD appendix 7)

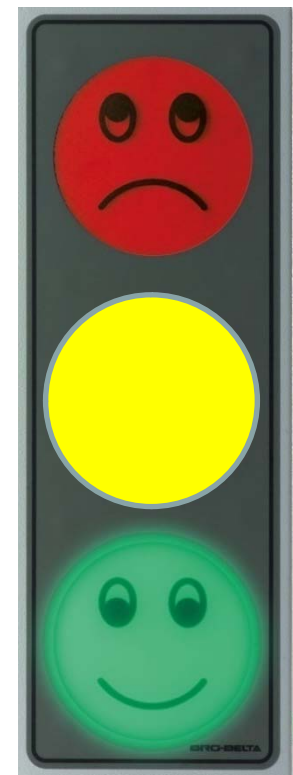
Bsp.: Bewertung der Ergebnisse - Ampelsystem

- > **Kriterium für institutionelle Nachhaltigkeit:** Entwicklung institutioneller Strukturen
- > **Indikator 1a:** *Vorhandensein einer Koordinationsinstanz für nachhaltigen Tourismus*

Green: A specific coordinating authority for sustainable tourism exists.

Yellow: A specific coordinating authority for sustainable tourism does not exist but sustainable tourism topics are included in the planning process.

Red: No coordinating authority for sustainable tourism at all and no sustainability topics included in tourism planning.



Vergleichende Darstellung der Destinationen

Destination	Institution. Nachhaltigkeit	Ökonomische Perspektive	Soziokultur. Perspektive	Ökologische Perspektive
Malta	Tendenziell ungünstig	Tendenziell günstig	Tendenziell günstig	Keine eindeutige Tendenz
Danzig (PL)	Tendenziell ungünstig	Keine eindeutige Tendenz	Keine eindeutige Tendenz	Keine eindeutige Tendenz
Kurische Nehrung (LT)	Tendenziell ungünstig	Keine eindeutige Tendenz	Tendenziell günstig	Keine eindeutige Tendenz
Vilnius (LT)	Keine eindeutige Tendenz	Keine eindeutige Tendenz	Keine eindeutige Tendenz	Keine eindeutige Tendenz

- > **Bewertung des Tourismus durch lokale Bevölkerung,**
Gästebedürfnisse erfüllt, Einheimische nutzen touristische Infrastruktur, Schutz der Kultur durch Tourismus,
- > **Lokale Arbeitsplätze im Tourismus,** Ausgaben der Touristen, universitäre Ausbildung im Tourismus, Beitrag des Tourismus zum BIP, Stärkung regionaler Wirtschaftskreislauf,
- > **Sauberkeit/kein Müll, keine Störung/Lärmbelästigung durch Touristen,**
- > **Erreichbarkeit mit ÖPNV, Besuchermanagement,** verfügbare Radwege, Ausschilderung ...



- > **Fehlendes Konzept für nachhaltigen Tourismus,**
kein Beschwerdemanagement,
- > **fehlende Ausbildung,** kaum neue Jobs durch Tourismus,
hohe Saisonalität der Arbeitsplätze,
- > **fehlende Nachhaltigkeitslabel, Wasserverbrauch hoch,**
kaum Einsatz erneuerbarer Energien,
kaum Energiesparmaßnahmen,
- > **Verfügbarkeit ÖPNV, barrierefreie Toiletten,** bauliche
Beeinträchtigungen durch Tourismus, barrierefreier Zugang
zu touristischen Attraktionen, viel Individualverkehr...



Resümée

> It's still a long way to go ...



A narrow, cobblestone street in a historic town. The street is flanked by stone buildings. On the right, a large green tree stands next to a prominent green door with a brass handle. A small sign above the door reads '85' and 'GORG'. On the left, there are potted plants and a balcony with a black metal railing. The street leads into the distance, where more buildings and a red door are visible.

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit !**