

LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen
LWL-Archäologie für Westfalen

HISTORISCHE KULTURLANDSCHAFT *trifft* TOURISMUS

ONLINE-DOKUMENTATION

III. Westfälischer Kulturlandschaftskonvent

Der Westfälische Kulturlandschaftskonvent

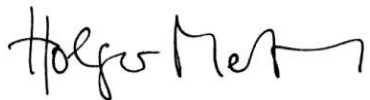
Der Westfälische Kulturlandschaftskonvent setzt sich derzeit aus 42 ständigen Mitgliedern, die vom LWL berufen wurden, zusammen. Es sind allesamt Experten oder wichtige Entscheider, die für die Gestaltung unserer Kulturlandschaft verantwortlich sind. Der Konvent steht für Informationsaustausch und für gemeinsames Handeln. Die Mitglieder vertreten die Perspektiven: Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur, Archäologie, Raumordnung, Planung und Regionalentwicklung, Landwirtschaft, Tourismus, Naturschutz, Forstwirtschaft, Landschaftsökologie, Wasserwirtschaft, Energiewende, Geographie, Landespflege, (Landschafts-)Architektur und Heimatpflege. Die Konvente widmen sich jeweils einem Schwerpunktthema im Kontext der Bewahrung von historischen Kulturlandschaften.

Verschiedene Zeiträume haben mit ihren unterschiedlichen Einflüssen und Rahmenbedingungen Spuren in unserer aktuellen Kulturlandschaft hinterlassen. Die Berücksichtigung dieser historischen Merkmale bietet Ansatzpunkte für die Kulturlandschaftsentwicklung, um sowohl materielle als auch immaterielle Werte in der Landschaft für uns und nachfolgende Generationen zu erhalten. Der Schlüssel für den langfristigen Erhalt unseres kulturellen Erbes liegt im partnerschaftlichen Handeln. Das Format des Westfälischen Kulturlandschaftskonvents versteht sich daher als dialogorientierter Kommunikationsprozess.

Ein wichtiges Ziel des Prozesses ist der kontinuierliche interdisziplinäre Wissens- und Erfahrungsaustausch, um sich im Miteinander für die verschiedenen Belange in der Kulturlandschaftsentwicklung zu sensibilisieren. Auf dieser Grundlage können gemeinsame Handlungsfelder und Ziele ausgelotet werden.

Auch mit dem III. Konvent, der sich mit den Berührungspunkten der historischen Kulturlandschaft und dem Tourismus auseinandergesetzt hat, wurde dieses Ziel erreicht. Die Tagung hat dazu beigetragen, dass sich die Kooperationspartner besser kennengelernt haben. Die in das Programm eingebettete Projektbörse spiegelte den Nutzen der Zusammenarbeit wieder und war für das gegenseitige Verständnis sehr hilfreich. Ich denke, dass die vielen Beteiligten vielfältige Impulse für ihr Wirken im Rahmen der Kulturlandschaftsentwicklung mitgenommen haben. Diese Online-Dokumentation hält für Sie die zahlreichen diskutierten Teilaspekte der Zusammenarbeit fest.

Ich bedanke mich bei allen Kooperationspartnern, Referenten und Gästen für ihr Mitwirken und hoffe, dass die Dokumentation ein Beitrag ist, um den Dialog in den unterschiedlichsten Aufgabenfeldern zu verstetigen.



Dr. Holger Mertens
Landeskonservator für Westfalen-Lippe



Viel zu spät begreifen viele die
versäumten Lebensziele:
Freude, Schönheit der Natur,
Gesundheit, Reisen und Kultur.
Darum, Mensch, sei zeitig weise!
Höchste Zeit ist's! Reise, reise!

Wilhelm Busch (1832 – 1908)

HISTORISCHE KULTURLANDSCHAFT *trifft* TOURISMUS

120 Experten nahmen am III. Westfälischen Kulturlandschaftskonvent teil

Das Ziel des III. Westfälischen Kulturlandschaftskonvents war es, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen einer erhaltenden Kulturlandschaftsentwicklung und eines auf Nachhaltigkeit angelegten Tourismusangebotes in Nordrhein-Westfalen herauszuarbeiten. Das auf einen breiten Diskurs zielende Tagungsprogramm war vom Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) in Zusammenarbeit mit dem Dachverband Tourismus NRW und seinen regionalen Verbänden entwickelt worden.

Über 120 Teilnehmer aus den Bereichen Touristik, Denkmalpflege, Architektur, Stadtplanung, Regionalentwicklung sowie Stadtmarketing tauschten sich über das Verhältnis von historischer Kulturlandschaft und Tourismus aus.

„Die ländlichen und städtischen Kulturlandschaften haben für den Tourismus große Bedeutung. Von der Qualität und Authentizität unserer Landschaft in Westfalen-Lippe hängt das Reiseverhalten von Nah- und Ferntouristen ab“, sagte LWL-Kulturdezernentin Dr. Barbara Rüschoff-Thale. Sie betonte, dass sich der LWL dafür einsetze, dass das historische Erbe bei Planungen einbezogen werde. „Wir plädieren für einen verantwortungsvollen und achtsamen Umgang mit dem jeweiligen gewachsenen Kontext. Dabei sollte das Ergebnis der Planung eine zeitgemäße Antwort sein.“

„In der Weiterentwicklung des Kulturtourismus und in der Erschließung des ländlichen Raumes in NRW für den Tourismus liegen noch große Potenziale. Für deren Erschließung sind stabile Netzwerke zwischen Kulturverantwortlichen und Touristikern unverzichtbar“, erklärte Dr. Heike Döll-König, Geschäftsführerin des Dachverbandes Tourismus NRW.

Der III. Westfälische Kulturlandschaftskonvent fand am 3. November 2015 im LWL-Landeshaus in Münster statt.

Nachfolgend erhalten Sie einen Einblick in die Veranstaltung.



Der LWL als Kulturdienstleister



Foto: LWL / Darius Djaschah

LWL-Kulturdezernentin
Dr. Barbara Rüschoff-Thale
stellte in ihrer Eröffnungsrede
den LWL als Kulturdienstleister
vor.

„Die Erforschung, Bewahrung und Vermittlung unseres kulturellen Erbes ist ein Kulturauftrag.“

„Unser Auftrag ist es, unsere Kulturlandschaften mit all ihren Facetten zu erforschen und dieses Wissen zielgerichtet zu vermitteln, um damit zum Erhalt historischer Merkmale beizutragen. Für uns ist es eine Verpflichtung, die Menschen in Westfalen-Lippe für die Gestaltung ihrer ländlichen und urbanen Kulturlandschaften zu sensibilisieren, da ihr Erscheinungsbild großen Einfluss auf unser Lebensgefühl hat.

Denn gerade in einer zunehmend globalisierten Welt wird die Qualität des eigenen lokalen Umfeldes immer wichtiger. Wir plädieren in diesem Zusammenhang dafür, dass das historische Erbe im großen wie im kleinen Maßstab einbezogen wird. Uns geht es um eine achtsame und respektvolle sowie zukunftsorientierte Planungskultur, die sich auf den jeweiligen örtlichen Kontext bezieht.

Denn nur lebenswerte Städte und Gemeinden tragen dazu bei, dass die Menschen hier gerne wohnen und arbeiten. Authentische Orte sind außerdem eine entscheidende Grundlage für den Nah- und Ferntourismus. Deshalb sollte es unser gemeinsames Ziel sein, die historischen Kulturlandschaften zu erhalten und sie verantwortungsvoll zu gestalten und weiterzuentwickeln.“

(Auszüge aus der Eröffnungsrede von Frau Dr. Barbara Rüschoff-Thale)

Historische Kulturlandschaft und Tourismus

Gemeinsame Wurzeln und gemeinsame Wege?

Dr.-Ing. Thomas Büttner, der das Büro für Heimatkunde & Kulturlandschaftspflege in Morschen leitet, hielt den Einführungsvortrag:

Das Reisen zum Zwecke der Erholung in Natur und Landschaft ist im Wesentlichen eine Errungenschaft der beginnenden Neuzeit. In diese Epoche, gekennzeichnet durch einen tiefgreifenden Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft, fällt auch die Idee von Landschaft als schöne, naturnahe und vielfältige Kulturlandschaft ganzheitlichen Charakters.

Mit einem „menschlichen Maß“ gestaltet, eröffnete sie mannigfaltige Destinationen für den entstehenden Tourismus, der in seinen Anfängen noch Fremdenverkehr genannt wurde. Dass das individuelle Reisen lange Zeit zuvor andere Beweggründe hatte, zeigt der Blick in die Geschichte des Pilgerwesens und der Kavaliersreisen. Doch bevor auf die Entwicklungslinien des Tourismus näher eingegangen wird, sollen noch ein paar einführende Worte zum Landschaftsbegriff vorangestellt werden.

Kulturlandschaft

Kulturlandschaft ist immer das Ergebnis der Wirkung und Wechselwirkung von natürlichen und kulturellen Faktoren. Mal schlägt die Naturvorgabe stärker im Gestaltbild einer Landschaft durch, mal die menschliche Hand. Indem wir die Merkmal prägenden Landschaftsbausteine imaginär zu einem größeren Ganzen zusammenfassen, entsteht ein besonderes Bild von Landschaft.

Der landschaftliche Blick, das ästhetische Empfinden und Erleben von Landschaft, hat seine Wurzeln in der Renaissance, in einer Zeit, wo Landschaft zunächst als „geschauter Naturausschnitt“ (Müller 1975) betrachtet wurde und später als eigenständiges Motiv eine Verselbstständigung in der Landschaftsmalerei erfuhr. Nach dem Vorbild arkadischer Landschaften sind im 18./19. Jahrhundert Landschaftsgärten gestaltet worden, in Dichtung und Literatur wurde das „landschaftliche Auge“ weiter geschärft. Kulturlandschaft ist also durch und durch Menschenwerk.

Ein Wesensmerkmal der Landschaft ist auch, dass Sie stets im Wandel begriffen ist und sich den stets ändernden Ansprüchen der Menschen an ihre Umwelt anpasst. So eröffnen historische

Kulturlandschaftselemente als Zeitfenster in der aktuellen Kulturlandschaft einen Einblick in das Leben und Wirtschaften vorausgegangener Generationen.

Sie spiegeln somit „Land & Leute“ wieder, prägen die Eigenart einer Landschaft. Es kann sich hierbei um Befestigungsanlagen vergangener Zeiten, Alt- und Hohlwege, Kirchen und Kapellen oder z.B. auch um traditionelle Landnutzungsformen wie Wässerwiesen, Plaggeneschen oder Mittelwälder handeln. Sie stellen Ankerpunkte der Heimat dar und besitzen darüber hinaus ein hohes Potenzial für den Tourismus.



Thomas Büttner gab einen Überblick anhand vieler konkreter Beispiele.

Pilgerreisen und Wallfahrten

Zunächst war das Pilgern, das im 4. Jahrhundert im Christentum an Bedeutung gewann, zentraler Beweggrund für das Reisen in ferne Länder. Man wollte zum Zwecke der geistigen Ertüchtigung in der Fremde Gott finden, erhoffte sich Sündenvergebung für die begangenen Missetaten. Jerusalem, Rom und Santiago de Compostela entwickelten sich so zu den wichtigsten Pilgerzielen im Mittelalter. Im Laufe der Zeit bildete sich ein immer dichteres Netz an Pilgerwegen aus, das den bestehenden Handels- und Heerstraßen folgte. Entlang der Pilgerwege entstanden Herbergen, Kirchen und Klöster, um Pilgern Unterkunft und göttlichen Beistand zu gewähren. Parallel dazu entwickelten sich seit dem Spätmittelalter viele regional und bisweilen auch nur lokal bedeutende Wallfahrtsorte.

Grand Tour – Kavaliersreise

Zu Beginn der Frühen Neuzeit sollte das Reisen zu Bildungszwecken zunehmend an Bedeutung gewinnen. Die durch Europa führenden Kavaliersreisen (Grand Tour) gehörten „zum guten Ton“ für die Söhne des europäischen Adels und später auch des wohl situierten Bürgertums. Die „ewige Stadt“ Rom galt als Inbegriff weltlicher und christlicher Geschichte. Ziel der Grand Tour war es, Bildung und Sprachkenntnisse zu erweitern, Kontakte zu knüpfen sowie Prestige und Weltläufigkeit zu erwerben.

Im 18. Jahrhundert, im Zuge der Aufklärung und der einsetzenden Industrialisierung, nahm das Interesse der Menschen an fremden Kulturen und Lebenswelten stetig zu. Umfängliche Berichte von Weltreisen und die mannigfaltige Reiseliteratur beförderten das Reisefieber. Es kam zu einem Aufblühen von Herbergen und Gasthöfen entlang der Reiserouten. Adelschlösser wurden als Sommersitze ausgebaut, Landschaftsgärten angelegt. Stadtzentren und Heilbäder entwickelten sich als kulturelle Verweilorte. Nicht selten wurden Architekturstile aus der positiv erlebten „Fremde“ in die Heimat importiert.

Romantische Landschaften

Im späten 18. und im 19. Jahrhundert gewann das romantische Gedankengut an Bedeutung. Die Liebe zur Natur wurde entdeckt (Einfluss Rousseaus), das „sich vergnügen und sich selbst finden“ erwuchs zu einer prägenden Denkweise der gehobenen Bevölkerungsschichten dieser Zeit. Es entflammte eine Begeisterung für die Gotik und für das europäische Mittelalter. Schriftsteller, Dichter und Maler formten das Bild von wesenhaften, romantischen Landschaften. Ein Beispiel hierfür ist das Rheintal mit der Loreley als ein bis heute lebendiger Mythos. Das aufstrebende Bürgertum adaptierte in zunehmenden Maße das adelige Freizeitverhalten und entdeckte auch die Vorliebe für Vergnügungsreisen. Im Laufe des 19. Jahrhunderts entstanden erste Verlage für Reisehandbücher, sogar erste Reisebüros wurden gegründet. Die Zahl der Reisenden wuchs stetig an.

Sommerfrische und die Entdeckung der Alpen als Reiseziel

Neben dem Reisen in ferne Länder hatte sich ab der Mitte des 19. Jahrhunderts die Sommerfrische als ein fester Bestandteil des adeligen Freizeitgebarens herausgebildet. Man suchte zur Sommerzeit Erholung auf dem Lande. Auch bürgerliche Gesellschaftsschichten taten dies. Gasthäuser und Pensionen dienten als Quartiere. Der prosperierende Ausflugs- und Fremdenverkehr führte neben dem Aufblühen des Gastronomiegewerbes auch zu einem weiteren Ausbau der Seebäder und Kurorte. Das Wandern und auch das Bergsteigen genoss immer mehr Zuspruch. Die Alpen gewinnen als touristisches Reiseziel an Bedeutung, Alpenvereine wurden gegründet (der erste alpine Verein entstand 1857 in England) und schließlich der Spaß am Schilaufen entdeckt. So konnte sich der Alpentourismus auf den Winter ausdehnen und „Wintertourismuszentren“ entstehen.

Durch die fortschreitende Industrialisierung und den technischen Fortschritt, nicht zuletzt durch den Siegeszug der Eisenbahn als Verkehrs- und Transportmittel begünstigt, kam es an der Wende zum 20. Jahrhundert zur Ausweitung des Touristiklientels und der Reiseziele. Auch untere soziale Schichten konnten, aufgrund der neuen Mobilität und der ihnen im Zuge der gesellschaftlichen Reformen eingeräumten

Möglichkeiten, Freizeitvergnügen in Natur und Landschaft ausüben. Man denke nur an die Naturfreunde-Bewegung. Entscheidend war hier das Recht des freien Zugangs zur Natur. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts werden auch erste Kreuzfahrtschiffsreisen angeboten, die aber zunächst den reichen Bevölkerungsteilen vorbehalten war.

Anfänge des Massentourismus

Mit Einrichtung des Jahresurlaubs und der Gründung der Organisation „Kraft durch Freude“ (KdF) wurde zur Zeit des Nationalsozialismus die Voraussetzung für den Massentourismus geschaffen. Die durch das Amt für Reisen, Wandern und Urlaub (RWU) angebotenen Reisen und Reiseziele waren Teil der nationalsozialistischen Propaganda. Als Reisemittel dienten die Reichsbahn, später auch der Omnibus. Auch Schiffskreuzfahrten waren im Angebot. Bereits 1927 wurde mit der Deutschen Alpenstraße eine Ferienstraße eingerichtet, um einmalige Landschaftserlebnisse für Autofahrer zu inszenieren. Reiseführer, Aussichtspunkte entlang der Wegstrecke und „szenische“ Linienführung von Straßen und Wegen waren hier ein zentrales Gestaltungsmittel. Bis 1950 entstanden in Deutschland vier weitere Ferienstraßen:

Deutsche Weinstraße (1935), Schwarzwaldhochstraße (1939), Grüne Küstenstraße (1946; heute nicht mehr touristisch vermarktet) und die Romantische Straße (1950).

„Boom“ des Tourismus in der Nachkriegszeit

In der Nachkriegszeit entwickelte sich der Urlaub als Prestigeobjekt für alle Gesellschaftsschichten. Die mit dem Wirtschaftsaufschwung verbundene sinkende Arbeitszeit, Erhöhung des Realeinkommens und der steigende Individualverkehr schufen die Voraussetzungen hierfür. Versandhändler wie Neckermann und Quelle sowie der Automobilclub ADAC boten günstige Pauschalreisen an. Als landschaftlicher Ausdruck dieser Entwicklung stellt sich die Errichtung von Hotelhochbauten im Ausland dar. Flugreisen waren noch bis in die 1950er-Jahre hinein den wohlhabenden Bevölkerungsteilen vorbehalten. Erst ab den 1970er-Jahren gewann das Flugzeug als Verkehrsmittel des Tourismus zunehmend an Bedeutung. Seitdem nahm der Anteil an Auslandsreisen stetig zu.

In den 1970er Jahren erfolgte auch ein Ausbau der Ferienstraßen, um Landschaften, regionaltypisches Gewerbe und kulturelles Erbe miteinander zu verknüpfen. Nach der Wiedervereinigung kam es zu einer weiteren Gründungswelle in den neuen Bundesländern. Der Schwerpunkt der Ferienstraßen liegt bis heute auf PKW-Reisen für Kurzurlauber und Wochenendausflügler. Aktuell gibt es über 150 Ferien- und Themenstraßen in der BRD (z.T. grenzüberschreitend).

Sanfter Tourismus

Seit Beginn der 1980er Jahre entwickelt sich der Sanfte Tourismus als Gegenbewegung zum Massentourismus.

Im Vordergrund steht das Ideal eines umwelt- und sozialverträglichen Reisens. Ausdrucksformen des Sanften Tourismus sind u.a. der Fahrrad- und Wandertourismus oder auch Gesundheits-, Öko- und der Kulturtourismus. So wird der „Kulturtourismus als eine Strategie und Philosophie im Tourismus [verstanden], die versucht, den Gästen kulturelle Eigenarten, Erscheinungsformen und Ereignisse in einer Region oder einem Ort nahezubringen und sie durch geeignete Kommunikationsmittel und -wege mit ihr in emotionalen Kontakt treten zu lassen.“ (Klemens Unger)

Europäische Kulturstraßen

Um neue Möglichkeiten des Kulturtourismus anzubieten, aber auch um das kulturelle Erbe als gemeinsame kulturelle Identität Europas zu erhalten und lebendig zu gestalten, rief der Europarat ein Programm der Kulturwege ins Leben. So wurde 1987 der Jakobsweg als erste Europäische Kulturstraße ausgezeichnet. In den 1990er Jahren erlangte der Jakobsweg sogar den Rang eines Weltkulturerbes. Es hat letzten Endes eine Ausweitung des ursprünglichen Pilgermotivs stattgefunden. Pilgern ist nunmehr auch ein Ausdruck von Reiselust: beim Wandern durch fremde Regionen Land & Leute kennenlernen.

Aktuell gibt es 29 Kulturwege des Europarats. Neben dem bereits erwähnten Jakobsweg zählen hierzu u.a. die Via Francigena und Via Regia, eine Auswahl an Zisterzienserabteien, die Hanse, die Routen der Wikinger, die Wege der Weinberge, die Europäische Route des Jüdischen Erbes und die Europäische Route der historischen Thermalstädte, das Jugendstilnetzwerk u.v.m.

Welterbestätten

Auch die seit 1975 mit in Kraft tretenden der Welterbekonvention ausgezeichneten Welterbestätten der UNESCO erfreuen sich einer sehr hohen touristischen Nachfrage. So zeichnet sich bspw. das Weltkulturerbe durch eine besondere architektonische und denkmalwürdige Qualität aus. Solche Stätten – die seit 1992 auch Landschaften als gemeinsames Werk von Natur und Mensch umfassen können – müssen aufgrund ihrer Einzigartigkeit, Authentizität und Integrität (Unversehrtheit) weltbedeutend sein. Gegenwärtig sind 41 Natur- und Kulturerbestätten Deutschlands in die Welterbeliste der UNESCO eingetragen. Die überwiegende Mehrheit der deutschen Stätten gehört zum Weltkulturerbe. Das Karolingische Westwerk und die Civitas Corvey in Westfalen-Lippe wurde 2014 zum Welterbe erhoben.

Naturparke, Biosphärenreservate und Nationalparke

Eng verbunden mit der Idee des Sanften Tourismus sind auch Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate als Großschutzgebiete.

Naturparke sind wegen ihren landschaftlichen Voraussetzungen besonders für die Erholung bzw. für einen nachhaltigen Tourismus geeignet. Die gegenwärtig bestehenden 104 Naturparke nehmen zusammen genommen eine Fläche von mehr als einem Viertel Deutschlands ein. 1957 wurde mit dem Hoher Vogelsberg der erste Naturpark ausgewiesen, bis 1990 sollten es 64 sein. Die Wiedervereinigung setzte neue Impulse für Naturparkbewegung.

Im Gegensatz zu den Naturparks umfassen die 15 Biosphärenreservate Deutschlands (ohne die Meeresflächen) nur etwa 3 % der Gesamtfläche des Bundesgebiets. Bereits 1970 hatte die UNESCO als Weltkulturorganisation das Programm „Der Mensch und die Biosphäre“ bzw. „Man and Biosphere“ gegründet. Biosphärenreservate sind Modellregionen, die dem Schutz der biologischen Vielfalt, der Bildung für Nachhaltigkeit und eine ökologisch und eine sozial verträgliche Entwicklung der Wirtschaft als vorrangige Ziele verfolgen. Auch der Tourismus spielt hier eine große Rolle. Etwa 0,6 % der Gesamtfläche Deutschlands nehmen 16 Nationalparks (ohne die Meeresflächen) ein. In Nationalparks steht die Wildnisidee im Vordergrund, das Erleben einer „ungestörten“ Naturlandschaft. Zentrales Leitmotiv ist dementsprechend die Förderung des Artenschutzes und der biologischen Vielfalt. Neben der Umweltbildung wird im Nationalparktourismus ein wichtiger Beitrag zur Regionalentwicklung gesehen. Bereits seit 1970 gibt es den Nationalpark Bayerischer Wald.

Zusammenfassung

An dieser Stelle endet der kursorische Ausblick auf die Entwicklungslinien des Tourismus. Festzuhalten ist, dass Kulturlandschaft und Tourismus gemeinsame Wurzeln haben, ja „Brüder im Geiste“ sind. Die zunehmende Bedeutung des seit den 1980er Jahren sich entwickelnden Sanften Tourismus als eine auf das qualitätsvolle Erleben von Natur und Kultur setzende Tourismusform geht mit der „Wiederentdeckung“ der Kulturlandschaft als wertvoll zu erachtendes Gut einher. Ansprechende Kulturlandschaften und Sanfter Tourismus bedingen einander. Die Auswirkungen des demographischen Wandels und auch die Neuerungen, die im Zuge der Gestaltung der Energiewende auf uns zukommen, erfordern kreatives Handeln, um die Kulturlandschaft in ihren Wesensmerkmalen zu erhalten und damit auch als Erholungslandschaft entwickeln zu können.

Text: Dr. Thomas Büttner

Berkthold-Fackler, F.; Krumbholz, H.: Reisen in Deutschland. Eine kleine Tourismusgeschichte, Oldenbourg/München 1997.

Council of Europe: Europäische Landschaftskonvention. **Informationslink**

Council of Europe: Europäische Kulturstraßen. **www.culture-routes.net**

FERIENSTRASSEN.INFO - Vermarktungsinitiative Deutscher Ferienstraßen in Kooperation mit dem ADAC. **www.ferienstrassen.info**

Hachtmann, R.: Tourismus-Geschichte. Göttingen 2007.

Leibetseder, M.: Kavalierstour – Bildungsreise – Grand Tour: Reisen, Bildung und Wissenserwerb in der Frühen Neuzeit, in: Europäische Geschichte Online, hrsg. vom Institut für Europäische Geschichte (Mainz), 2013. **Informationslink**

Müller, G. (1975): Zur Geschichte des Wortes Landschaft. In: Wallthor, A. H. v.; Quirin, H. (Hrsg.): „Landschaft“ als interdisziplinäres Forschungsproblem. Veröffentlichungen des Provinzialinstituts für Westfälische Landes- und Volksforschung des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe, Reihe 1, Heft 21. Münster, S. 4-12 .

Naturfreunde: Geschichtsportal. **www.naturfreunde.de**

Pröbstle, Y.: Kulturtouristen: Eine Typologie. Springer VS, 2014.

Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland: Deutschlands Beitrag zum Welterbe. **www.kmk.org**

Verband Deutscher Naturparke e.V (VDN). **www.naturparke.de**

Wikipedia, online: Artikel „Geschichte des Reisens“. **Artikellink**

Wikipedia, online: Artikel „Kulturtourismus“. **Artikellink**

Ernstfall oder Glücksfall?

Die Öffnung historischer Kulturlandschaften für die touristische Vermarktung



Foto: LWL/ Darius Djahanschah

Dr. Heike Döll-König, Geschäftsführerin des Dachverbandes Tourismus NRW, stellte in ihrem Vortrag die notwendigen Belange der Tourismusbranche dar, um ein nachhaltiges Tourismusangebot entwickeln zu können.

„Die Öffnung historischer Kulturlandschaften für die touristische Vermarktung wird immer wieder als Vorgang der schleichenden Zerstörung dieser authentischen Orte geschildert.

Um die Stätten der Erinnerung überhaupt zugänglich zu machen, müssen vielerorts Veränderungen vorgenommen werden, die die Originalität der Orte zu verhindern scheinen.“

Döll-König regte in Ihrem Vortrag an, die Vorbehalte gegenüber der touristischen Vermarktbarkeit abzubauen und stattdessen die Potenziale der Kulturlandschaften für die Entwicklung unverwechselbarer Reiseerlebnisse zu nutzen. Damit die Kulturlandschaften nicht nur als Kulisse dienen, sei es nötig, der Landschaftsrezeption eine aktivere Rolle zuzugestehen. Die historische Entwicklung der Flächen des Landes aufzuzeigen und in spannende Vermittlungsformate einzubinden, könne in der touristischen Vermarktung sowohl interessante Marktchancen eröffnen als auch – und das vor allem – Verständnis für die Erhaltung bzw. den bedachten Umgang mit den Kulturlandschaften befördern.

Die Vernetzung von Akteuren mit unterschiedlichsten Interessen zwischen den Bereichen Tourismus, Städtebau und Denkmalschutz sowie die vorbildhafte Darstellung gelungener Projekte ist für Döll-König die wichtige Aufgabe, die der diesjährige Kulturlandschaftskonvent unter der Überschrift „Historische Kulturlandschaft trifft Tourismus“ leisten kann.

Nachbericht : Jens Nieweg, Tourismus NRW

Der Tourismus NRW e.V. bewirbt das Erlebnis besonderer Kulturlandschaften in Nordrhein-Westfalen:
www.nrw-tourismus.de/kulturlandschaften

Bewerbung von NRW als Kurzreiseziel im Merian Nordrhein-Westfalen:
www.merian.de/thema/nordrhein-westfalen

Die „Historische Kulturlandschaft“ lesen lernen



Quelle: LWL/DLBW

Die bisher erschienenen Fachbeiträge zur Kulturlandschaftsentwicklung.

„Wir beschreiben und erforschen unsere Kulturlandschaften. Auf dieser Grundlage definieren wir Ziele für den Umgang mit der historischen Kulturlandschaft und ihrer Elemente. Damit möchten wir ihre Werte und Potenziale bewusst machen und zu ihrem Erhalt beitragen.“

*Dr. Dorothee Boesler, Referatsleiterin Städtebau und Landschaftskultur bei der
LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen*

Unser Verständnis von erhaltender Kulturlandschaftsentwicklung

Dr. Dorothee Boesler, Referatsleiterin Städtebau und Landschaftskultur bei der LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen, beleuchtete in ihrem Vortrag die Arbeit und die Rolle des Landschaftsverbandes im Rahmen der Kulturlandschaftsentwicklung.

Die Kulturlandschaft ist das Ergebnis der Wechselwirkung zwischen naturräumlichen Gegebenheiten und menschlicher Einflussnahme im Verlauf der Geschichte. Dynamischer Wandel ist daher ein Wesensmerkmal der Kulturlandschaft. In der Kulturlandschaft erforscht die LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen diejenigen Bereiche, Elemente und Strukturen, die ein Zeugnis für den Umgang unserer Vorfahren mit Natur und Landschaft sind. Diese Ausschnitte aus der Kulturlandschaft sind wegen ihrer herausgehobenen Bedeutung als historische Kulturlandschaften besonders wertvoll. Um diese möglichst schonend in die Weiterentwicklung der Kulturlandschaft einzubringen, stellen wir beispielsweise über Datenbanken abrufbare Informationen bereit (z.B. kulturhistorische Fachbeiträge zur räumlichen Planung), die auch anderen Interessierten zur Verfügung stehen. Denn für die Erlebbarkeit und den Erhalt der historischen Kulturlandschaft brauchen wir Partner, wie z.B. den Tourismus, der konkrete Erlebnisangebote erarbeitet.

Die Themen der möglichen Inwertsetzungen sind vielfältig: Angefangen von den Denkmälern, die als Pensionen, Hotels oder Gaststätten genutzt werden, über die Umnutzung von Denkmälern für touristische Informationsstellen oder Kulturstätten bis hin zu attraktiven Erlebnisangeboten beispielsweise von historischen Eisenbahnstrecken oder von Niederwäldern und anderen historischen Landnutzungsstrukturen. Tourismus und Denkmal- bzw. Kulturlandschaftspflege verfolgen in diesem Zusammenhang die gleichen Ziele: Es geht uns um Lebensqualitäten und um Räume, die Geschichte und Identität haben. Es geht darum, Eigenarten in den Kulturlandschaften zu entdecken, die unverwechselbar sind. Es geht auch darum, Umnutzungen und Wandel sinnvoll zu gestalten, mit Respekt vor dem historischen Bestand und mit einem hohen Qualitätsanspruch. Und darüber hinaus sollte es unser gemeinsames Anliegen sein, die Menschen für die historischen Qualitäten unserer Kulturlandschaften zu sensibilisieren.

Text: Dr. Dorothee Boesler

NUTZEN SIE UNSER WISSEN

Kulturlandschaftliche Fachbeiträge

Die LWL-Fachbeiträge stehen Ihnen hier zum Download zur Verfügung.

www.lwl.org

GeoDatenKultur

Das Kulturlandschaftsinformationssystem gibt Wissen zu den westfälisch-lippischen Kulturlandschaften weiter.

www.lwl.org

Gärten und Parks in Westfalen-Lippe

Das Portal gibt eine Übersicht kulturell bedeutender Gärten und Parks in Westfalen-Lippe.

www.gaerten-in-westfalen.de

Der Blick in die Tiefe

Der Wert unseres größten Archivs

Prof. Dr. Michael Rind, Direktor der LWL-Archäologie für Westfalen, stellte in seinem Vortrag verschiedene touristische Projekte vor, die archäologische Fundstellen sensibel in ihre Konzeption mit einbeziehen.

„Vielerorts gibt es bereits die Verknüpfung von der Vermittlung archäologischen Wissens mit touristischen Belangen, sei es bei einzelnen Bodendenkmälern wie Burgen, Grabhügeln oder bei Landwehren sowie in archäologischen Parks oder auf Fahrrad- bzw. Wanderwegen, die historische Orte mit einbeziehen“, stellte Prof. Rind in seinem Vortrag heraus.

Als Beispiele nannte Rind: Die Höhle „Hohler Stein“ bei Rüthen-Kallenhardt, das „Steinzeithaus“ in Heek-Ammerter Mark, das Projekt „Megalithic Routes“ und die „Jakobswege“ der Altertumskommission sowie den „Emsauenweg“, den „Lehrpfad Schlangen-Oesterholz“, die „Römer-Lippe-Route“, den „Römerpark Aliso – Archäologische Baustelle“, die „Bergbauwüstung Altenberg“ mit Pingendorf, die „Siegener Hecke“, den „Hohlweg“ Oberholzklaus, die „Falkenburg“, die „Bielefeld-Archäo-Welle“ als auch das „Kloster tom Roden“ bei Höxter und die „Externsteine“.

Er stellte heraus, dass an manchen Orten keine Besucherlenkung stattfinden könne, wie z.B. bei der „Blätterhöhle“, da diese sonst nicht zu erhalten und zu schützen seien. Informationen hierzu werden aber über das Internet und in Museen gewährleistet.

Nachbericht: Dr. Christoph Grünewald, stellv. Leiter der LWL-Archäologie für Westfalen



Eine Luftaufnahme der Falkenburg in Detmold



Der Römerpark und die Römerbaustelle in Halter



Die Höhle „Hohler Stein“ bei Rüthen-Kallenhardt

PROJEKTBÖRSE

12 PROJEKTE
ZEIGEN DEN NUTZEN
INTERDISZIPLINÄRER ZUSAMMENARBEIT

III. Westfälischer Kulturlandschaftskonvent

AUSTAUSCH UND DIALOG



GartenKulturReisen zwischen Rhein und Weser

Ein Projekt des Gartennetzwerkes EGHN

www.eghn.org

Der Schlosspark in Nordkirchen



GartenKulturReisen zwischen Rhein und Weser

www.eghn.org



„Die GartenKulturReisen nutzen das Potential unseres Gartenkulturerbes für den Kulturtourismus.“

*Dipl.-Ing. Christian Grüßen, Plan+, Gelsenkirchen,
Projektkoordinator; im Auftrag der Stiftung Schloss Dyck, Zentrum für
Gartenkunst und Landschaftskultur, Jüchen*

Titel, Träger und Ziel des Projektes

Mit seinen „GartenKulturReisen zwischen Rhein und Weser“ und „StadtGartenRouten“ bietet das Europäische Gartennetzwerk EGHN, vertreten durch den Projektträger Stiftung Schloss Dyck sowie die beiden Landschaftsverbände für Westfalen-Lippe (LWL) und das Rheinland (LVR), für Individual- und Gruppenreisen buchbare Angebote an, bei denen ausgewählte Parks und Gärten in Nordrhein-Westfalen im Mittelpunkt stehen. Sie alle sind Partner im EGHN und laden dazu ein, vor Ort und in ihrem Umfeld Gartenkunst, Natur, Geschichte, Heimat, Kultur und regionale Identität zu erleben, Neues und Verborgenes zu entdecken, Altbekanntes mit anderen Augen zu sehen und das Besondere der Kulturlandschaft zu genießen.

GartenKulturReisen zwischen Rhein und Weser

www.eghn.org



Quelle: PlanPlus / Christian Grüßen

Barockbrücke im Park von Schloss Dyck in Jüchen

Umsetzung

Für Gruppen werden 15 mehrtägige Gartenreisen in Teilregionen des Landes NRW zu bestimmten Themen sowie eine Reise vom Rhein bis zur Weser angeboten. Für Einzelreisende gibt es acht Zwei-Tages-Angebote, darunter auch die beiden StadtGartenRouten für Köln und Münster als buchbare Angebote. Die Entwicklung und Vermarktung der Angebote erfolgt in Zusammenarbeit mit Plan+ (Gelsenkirchen), projekt2508 (Bonn) und art cities Reisen (Konstanz). Die GartenKulturReisen wurden durch das Programm „Ziel2.NRW“ der Europäischen Union (EFRE) und des Landes Nordrhein-Westfalen im Schwerpunkt „Erlebnis.NRW“ gefördert.

Kommunikation und Bewerbung

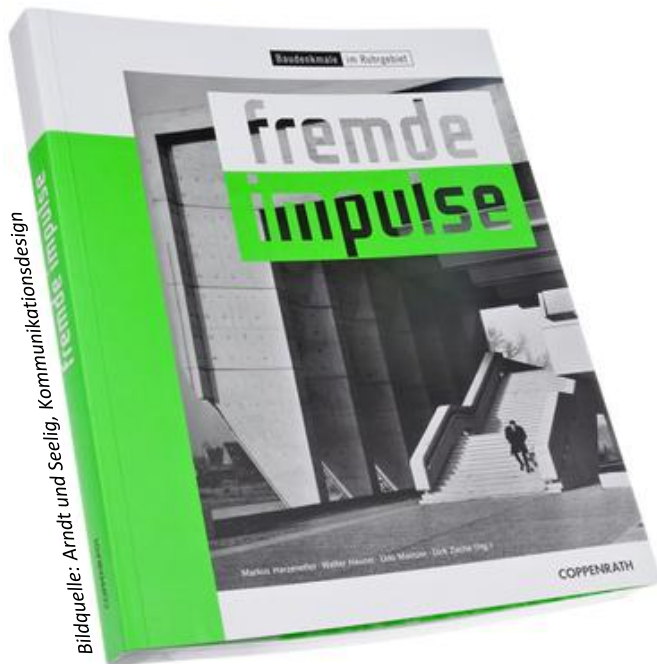
Die Vermarktung läuft über die Webseite www.gartenkulturreisen.de und über Kataloge, die u.a. auf den Tourismusmessen ITB Berlin und RDA Köln, über die beteiligten Parks, Gärten und Tourismusverbände sowie durch Direktmailings verteilt werden. Weiterhin gab es Expedienten- und Pressereisen, Roadshows bei EGHN-Partnern im In- und Ausland sowie Anzeigen in Gartenmagazinen. Mit Behringer Touristik, einem der größten Paketveranstalter Deutschlands, konnte eine Kooperation vereinbart werden, die u.a. die Auflage und Verteilung einer Sonderbroschüre beinhaltet.

Text: Christian Grüßen

Fremde Impulse

Ein Vermittlungsprojekt, das Denkmalobjekte vorstellt, die eine Verbindung der Kulturlandschaft des Ruhrgebiets mit den europäischen Regionen aufzeigen

www.lwl.org/LWL/Kultur/fremde-impulse/



Die Publikation zum Projekt

**„Das Projekt FREMDE IMPULSE ist aktueller denn je!
Wir möchten anregen, dessen Inhalte neu zu entdecken
und Anknüpfungsmöglichkeiten für den Tourismus in NRW
aufzeigen.“**

*Dr.-Ing. Barbara Seifen und Dr. Oliver Karnau, Projektverantwortliche
bei der LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen*

Fremde Impulse

www.lwl.org/LWL/Kultur/fremde-impulse/

Fremde Impulse - Baudenkmale im Ruhrgebiet
war ein Projekt der LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen und des LVR-Amtes für Denkmalpflege im Rheinland zur Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010. Kooperationspartner waren die Industriemuseen der Landschaftsverbände.

Hintergrund

Das Projekt macht bis heute, über die noch aktive Internetseite, die „kulturellen Spuren“ von Austausch und Migration im Baubestand sichtbar. Es macht deutlich, dass „unsere“ alt-bekannten Bau- und Bodendenkmale wesentlich durch Impulse von außen geprägt sind. Neues gab es, wenn Anderes oder Fremdes hergekommen ist. Gerade im Ruhrgebiet leben viele Menschen mit Migrationshintergrund, von denen immer wieder neue Impulse ausgehen. Das Projekt „Fremde Impulse“ vermittelt die besondere Vielfalt einer Region, die durch Wandel von äußeren Impulsen charakterisiert ist.

Grafik der Webseite: Arndt und Seelig, Kommunikationsdesign



Ausschnitt der Webseite

Ziel

Ziel des Projektes war es, den auswärtigen Besuchern der Kulturhauptstadt 2010 Denkmale als Dokumente für diese Impulse zu vermitteln. Die Landschaftsverbände präsentierten ihre kulturellen Netzwerke. Ein weiteres Ziel war es, das Thema den Bewohnern und Touristen im Ruhrgebiet über die Laufzeit der Kulturhauptstadt hinaus verständlich zu machen.

Zielgruppen

Die Zielgruppen waren die Besucher der Kulturhauptstadt RUHR.2010. Heute sind es die Bewohner des Ruhrgebiets und die Touristen im Ruhrgebiet.

Fremde Impulse

www.lwl.org/LWL/Kultur/fremde-impulse/

Bausteine des Konzepts

1. Wanderausstellung (läuft bis heute)
2. Aufsatzband und Arbeitsheft (vergriffen)
3. „Blechbox“ (vergriffen)
4. Zentrale Veranstaltung 2010
- (4. Westfälischer Tag für Denkmalpflege)
5. Internet-Auftritt (weiterhin aktiv)

Finanzierung

Insgesamt sind 435.000 EUR aufgewendet worden, davon kamen 220.000 EUR vom LWL, weitere 220.000 EUR vom LVR und 15.000 EUR von der RUHR.2010-Organisation.

Der Finanzrahmen des Projektes wurde exakt eingehalten!

Umsetzung

Ein Autoren-Team aus den Denkmalämtern hat das Konzept ausgearbeitet und die Texte geschrieben. Der Internet-Auftritt wurde attraktiv gestaltet und ist noch aktiv. Die Wanderausstellung wurde 2010 an neun Standorten im Ruhrgebiet und in den Landeshäusern des LVR und des LWL präsentiert; sie ist noch aktuell und wird an verschiedenen Standorten gezeigt. Die Publikationen wurden verkauft und sind bis auf Reste vergriffen.

Reflexion

Die öffentliche Resonanz war und ist sehr gut. Unsere Fragestellung wurde aufgegriffen und weiter bearbeitet. Schulen im Ruhrgebiet haben sich mit dem Projektthema befasst. Es wurden ein Fach-Kolloquium und zwei weitere Ausstellungen zum Thema veranstaltet. Der Katalog wird wie ein Handbuch genutzt.

Das Projekt ist beispielgebend für die Darstellung von fremden Einflüssen auf Kunst und Architektur. In Fachkreisen und Politik erlangt „Fremde Impulse“ deshalb bis heute bundesweit Aufmerksamkeit.

Text: Dr. Oliver Karnau



„Blechbox“ ...



... mit Infokarten zu den Objekten

Guiding Architects Network

Ein internationales Netzwerk für Architekturführungen und Architekturreisen

www.guiding-architects.net/de/

guiding-architects.net



Quelle: Guiding Architects Network



Zur Projektbeschreibung

Guiding Architects Network

www.guiding-architects.net/de/

Träger

Einzelmitglieder des Guiding Architects Netzwerkes.

Inhalt

Netzwerk für Architektur-Führungen und Architekturreisen.

Zahlen

2004	Gründung von guiding-architects.net mit 11 Mitgliedern in Zürich
2013	24.395 Teilnehmer
2014	1.339 Touren
2016	43 Mitglieder

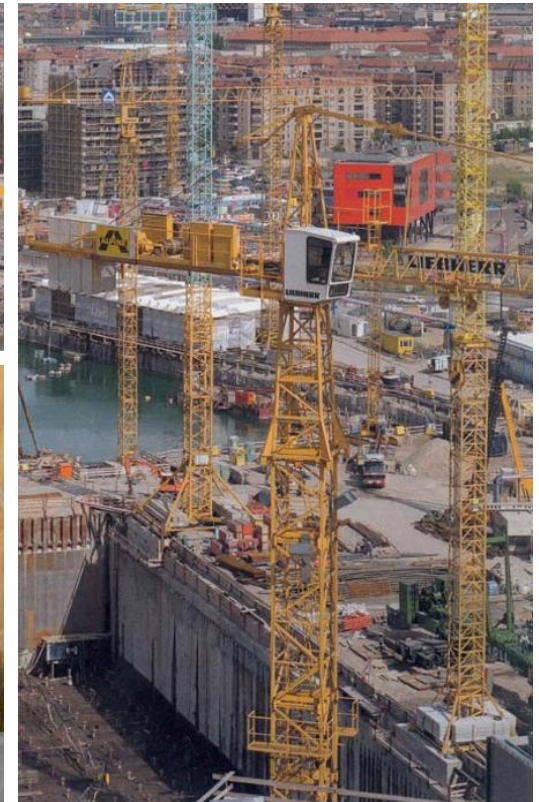
Ziel

Professionell organisierte Architekturturen in Städten und Regionen.

Zielgruppen

Architekturbüros, Architektenkammern, Projektentwickler, Hersteller von Baumaterialien, Gemeinden, Universitäten, Reisebüros, Incentive-Agenturen, Kunstvereinigungen, Pressevertreter, Architekturfreunde, Kulturreisende und alle an Baukultur interessierten Menschen.

„Kulturstädte mit ihren architektonischen, historischen und gesellschaftlichen Merkmalen sind die Basis unserer Arbeit.“ *Johannes Schuler, Board Guiding Architects*



Baustellen in Berlin als Exkursionsorte

Guiding Architects Network

www.guiding-architects.net/de/

Konzept

Architekturguides aus der ganzen Welt teilen ihre Erfahrungen bei jährlichen Netzwerktreffen in einer der Partnerstädte und in einem Internetforum. Des Weiteren unterstützen sie sich gegenseitig bei der Vermittlung von Kunden.

Unsere Mitglieder sind unabhängige Architekturbüros und Firmen, die professionell organisierte Architekturtouren in ihrer Region oder Stadt anbieten. Alle unsere Führer haben einen beruflichen Hintergrund im Architekturbereich. Deshalb kennen sie sich in der Baukultur ihrer Region aus, vom Bauprozess bis hin zur Planungspolitik. Sie haben viel Erfahrung mit Architekturführungen und passen ihre Erläuterungen den Bedürfnissen und Wünschen der Reisenden an.

Finanzierung

Die Büros der Architekturguides sind wirtschaftlich selbstständige Unternehmen, welche sich selbst finanzieren. Das Netzwerk Guiding Architects erhebt von seinen Mitgliedern einen Jahresbeitrag zur Deckung der laufenden Kosten.

Umsetzung

Die Programme der Touren werden von unseren lokalen Partnern entwickelt. Alles ist möglich, von kurzen Spaziergängen bis hin zu Rundum-Sorglos-Architekturreisen über mehrere Tage. Während der Architekturführungen werden aktuelle architektonische Entwicklungen, der städtebauliche Kontext, soziale und politische Hintergründe und andere Themen auf fundierte und unterhaltsame Weise präsentiert.

Evaluierung

Eine Qualitätskontrolle der Einzelmitglieder findet über Feedbackformulare der Kunden und einen dem Board beigeordneten Quality Management Assistenten statt.

Text: Johannes Schuler



Bildquelle: Thomas Krüger/GA Berlin

GA-Jahrestreffen im Ruhrgebiet

Halden-Hügel-Hopping

Ein Projekt für Themen- und Bergwandern
im nördlichen Ruhrgebiet

www.halden-huegel-hopping.de

Persönlich geführte HHH-Wanderung auf Halde Hoheward in Herten



Halden-Hügel-Hopping

www.halden-huegel-hopping.de



Halde Runenberg, Gelsenkirchen



Halden Mottbruch und 22, Gladbeck



Nordsternpark, Gelsenkirchen

Alle Bilder: Kreis Recklinghausen

„Das Projekt Halden-Hügel-Hopping setzt die spezifische Kulturlandschaft des Ruhrgebiets in Wert. Es vermittelt dazu einer breiten Öffentlichkeit Inhalte - ganz leicht beim Wandern.“

Sven Ahrens, Projektleiter HHH, Fachdienst Kreisentwicklung und Wirtschaft der Kreisverwaltung Recklinghausen

Titel

Halden-Hügel-Hopping – Das neue Bergwandererlebnis im Stadt-Landschaft-Raum des Vests.

Finanzierung

Dem Kreis Recklinghausen (Projekträger) wurden dafür rd. 150.000 € Ziel-2-Fördermittel (EFRE) von Land und EU bewilligt. Eingeflossen sind zudem Eigenleistungen des Projekträgers, der Projektpartner und insb. von Ehrenamtlichen.

Ziel

„Initialisierung, Detailplanung und Einrichtung einer thematisch aufgeladenen Qualitätswanderoute mit Alleinstellungsmerkmal Halden, Berge und anderen Hochpunkten im Ruhrgebiet nebst ihrer Profilierung am Markt zur Steigerung von Gästezahl und Wertschöpfung“ lautete im Förderantrag die Kurzbeschreibung für das Halden-Hügel-Hopping (kurz: HHH). Das HHH sollte eine direkte Ergänzung zum Wandern in der Natur-Landschaft des Naturparks Hohe Mark und der Haard schaffen, indem es in Stadt-Landschaft geholt wird und neue Perspektiven auf Raum, Natur und Industriekultur eröffnet. Das HHH sollte überhaupt erst die Assoziation Ruhrgebiet und Wandern schaffen sowie einen positiven Beitrag zum Image und zur Entwicklung des Ruhrtourismus leisten.

Halden-Hügel-Hopping

www.halden-huegel-hopping.de

Umsetzung

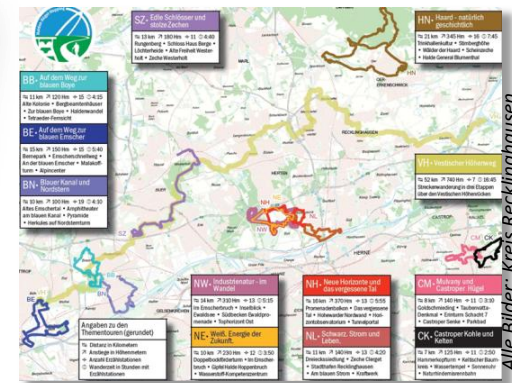
Für das HHH wurde ein Netz von Wanderwegen über die künstlichen Berghalden und natürlichen Hügel mit immer neuen Rundblicken auf Stadt-Landschaft im Wandel entworfen. Die Situation vor der Industrialisierung (u.a. Bruchwälder, dünne Besiedelung), raumwirksame Entwicklungen in ihrer Hochphase (u.a. Bergbau, Haldenschüttung) und ihre Nachbergbauentwicklung (u.a. Flächenrecycling, Renaturierung) werden so beim Wandern zugänglich gemacht. Ergebnis sind zwölf Thementouren, 185 km Wanderwegen, integrierte 17 Halden und Hügel, 2.500 Höhenmeter und 150 sog. Erzählstationen, an denen der Wanderer Themeninfos vom Guide oder aus der App erhält. Beide übernehmen auch die Wegweisung, denn auf Schilder am Wegesrand wird bewusst verzichtet.

Zeitraum

Binnen gut zwei Jahren wurden die Thementouren entwickelt und umgesetzt. HHH steht seit der Eröffnung am 8. Mai 2015 für Themen- und Bergwandern im nördlichen Ruhrgebiet.



Startseite der App „Halden-Hügel-Navi“



Infoblatt und Übersichtskarte

Alle Bilder: Kreis Recklinghausen

Kommunikation und Marketing

Der Wandergast kommt auf drei Arten zum HHH: Ausführlich mit persönlichem oder „smart“ mit digitalem Wanderführer und schlicht mit GPS-Gerät oder Handkarte. Für Individualwanderer ist die App „Halden-Hügel-Navi“ gemacht. Sie hält die Wegweisung, die HHH-Inhalte und einfach alles vor, was dem Wanderer sonst noch nützen könnte. Für Gruppen werden geführte Touren angeboten. Erste Infoquelle ist die Website.

HHH schafft mit seinen „Stadt-Land“-Wanderwegen neuartige Landschaftserlebnisse: Der Deutsche Alpenverein meint zum HHH, das sei „gewissermaßen Kulturwandern für Fortgeschrittene mit technischer Minimalausrüstung“ (s. Klemm: Ruhrgebiet. Berge von Arbeit. In: DAV-Panorama 3/2015). Text: Sven Ahrens

Wege der Jakobspilger in Westfalen

Ein Forschungsprojekt der Altertumskommission für Westfalen 2002–2015

www.jakobspilger.lwl.org

Das Projekt rekonstruierte mittelalterliche Fernwege durch Westfalen, die auch von Pilgern auf ihrem Weg nach Santiago de Compostela genutzt wurden. Die Spuren wurden mit Hilfe von direkten und indirekten Hinweisen auf das Vorhandensein eines alten Weges durch verschiedene Methoden gefunden:



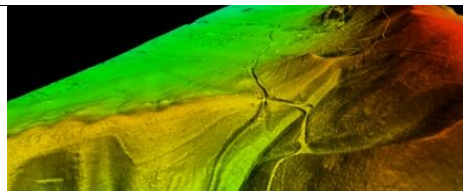
Ausgrabung eines gepflasterten Teilstücks vom alten Hellweg in Paderborn-Balhorn.

Quelle: Stadt Paderborn/Kulturamt



Zu den typischen Wegbegleitern des Mittelalters gehörten auch Wegekreuze.

Quelle: Altertumskommission für Westfalen



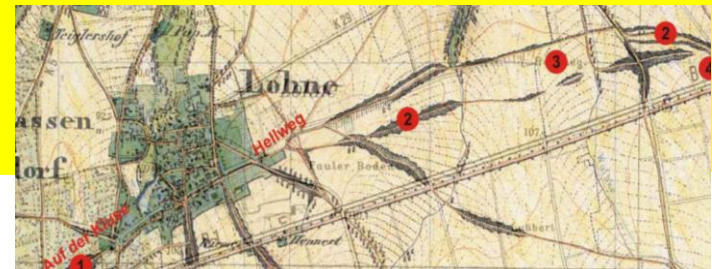
Alte Wegespuren im Airborne Laserscan.

Quelle: Geobasis NRW



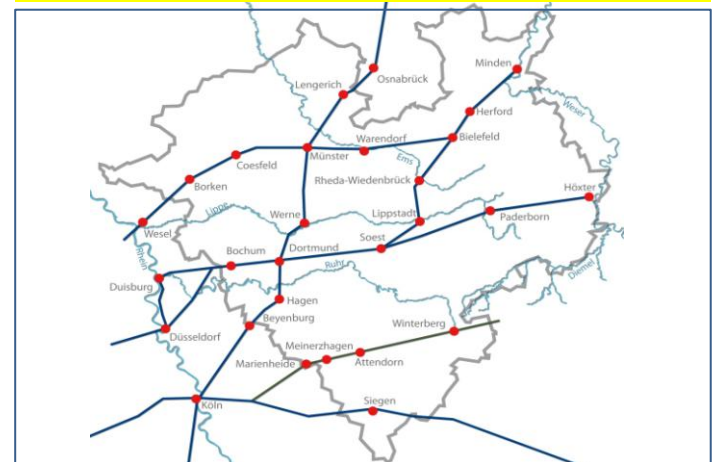
Ein Hohlweg als Teilstück der Trasse des alten Hellweges in Höxter.

Quelle: Altertumskommission für Westfalen



Die Auswertung alter Kartenwerke wie hier am Hellweg bei Schmerlecke lässt oftmals ehemalige Wegtrassen und Wegbegleiter erkennen. 1: Hohlweg, 2: Im Luftbild erkennbare Wegspur, 3: Flurname in Verbindung mit „Hellweg“, 4: Galgen.

Quelle: GeoBasis NRW; grafische Bearbeitung Altertumskommission für Westfalen/ U. Steinkrüger



Die erforschten und ausgeschilderten Wege der Jakobspilger in Westfalen.

Quelle: Altertumskommission für Westfalen

Wege der Jakobspilger in Westfalen

www.jakobspilger.lwl.org



Ausschilderung der Wege der Jakobspilger



Bilderquelle: Altertumskommission für Westfalen

Hintergrund

1987 erklärte der Europarat das Netz der Pilgerwege, die im Mittelalter zum Grab des Apostels Jakobus d. Ä. in Santiago de Compostela führten, zur ersten Europäischen Kulturstraße. Gleichzeitig rief der Europarat dazu auf, diese Wege in ihrem historischen Verlauf zu erforschen, zu sichern und zu pflegen. Er sieht ihre Bedeutung vor allem in der Funktion, territoriale wie sprachliche Grenzen zu überwinden und misst Ihnen dadurch eine wichtige Symbolik für das Zusammenwachsen Europas bei.

Projektverantwortliche / Inhalt

In den Jahren 2002–2015 hat sich die Altertumskommission für Westfalen dieses Themas angenommen und insgesamt fünf auf Santiago ausgerichtete Fernwege durch Westfalen, die im Mittelalter auch von Jakobspilgern begangen wurden, in ihrem ursprünglichen Verlauf erforscht und rekonstruiert:

Osnabrück – Münster – Wuppertal
Höxter – Dortmund – Bochum
Minden – Bielefeld – Soest
Bielefeld – Münster – Wesel
Marburg – Siegen – Köln

„Die Verzahnung einer fundierten wissenschaftlichen Erforschung und einer ganzheitlichen Kommunikationsstrategie machen die Qualität des Projektes aus.“

Dr. Ulrike Steinkrüger, wissenschaftliche Referentin der Altertumskommission für Westfalen

Wege der Jakobspilger in Westfalen

www.jakobspilger.lwl.org



Grafik: EU-Symbol ist gemeinfrei,

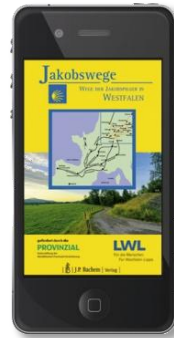
Ausschilderung eines
Pilger- und
Wanderweges



Internetauftritt



Publikationen



Web-Anplikation

Umsetzung

So entstand ein Netz an Pilgerwegen, die den Trassen mittelalterlicher Routen folgen. Basis ist die gründliche wissenschaftliche Erforschung des jeweiligen Wegeverlaufs auf Grundlage der historisch-geographischen Methodik nach D. Denecke. *Literatur: Dietrich Denecke, Methodische Untersuchungen zur historisch-geographischen Wegforschung im Raum zwischen Solling und Harz. Ein Beitrag zur Rekonstruktion der mittelalterlichen Kulturlandschaft. Göttinger Geographische Abhandlungen 54. Göttingen 1969.*

Kommunikation und Marketing

In der Vermittlung der Forschungsergebnisse an die Öffentlichkeit ergab sich der Schnittpunkt mit dem Tourismus. Sie erfolgte durch: Ausschilderung moderner Pilger- bzw. Wanderwege mit dem offiziellen Symbol des Europarates (stilisierte gelbe Muschel auf blauem Grund), Begleitpublikation in Form eines Pilgerführers, der wissenschaftliche und touristische Interessen verbindet, einem Internetauftritt mit breit aufgestelltem Serviceangebot und einer Web-App mit Navigation und Informationen aus den Büchern in Kurzform. Hinzu kamen Vorträge und Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen.

Zielgruppen

Im Rahmen des Projekts hat sich ein Netzwerk aus Pilgerbegeisterten, kulturgeschichtlich Interessierten, Heimatvereinen, Kommunen und Tourismuspartnern entwickelt. Zahlreiche eigenständige Initiativen entlang der Wege beleben diese. Das Zielpublikum ist überwiegend religiös/spirituell geprägt. Eine Vermarktung des Themas wird als störend empfunden. Vielmehr hat sich eine sensible Betreuung durch die Tourismuspartner als förderlich erwiesen.

Text: Dr. Ulrike Steinkrüger

Kloster Bentlage

Vom historischen Konventsgebäude zur kulturtouristischen Destination

www.kloster-bentlage.de

Rückwärtige Fassade des Klosters

„Zu uns kommen international renommierte Künstler. Sie alle eint die Faszination für die Ausstrahlung und die Inspirationskraft dieses Ortes.“

Jan-Christoph Tonigs, künstlerischer Leiter Kloster Bentlage



Kloster Bentlage

www.kloster-bentlage.de

Das Kloster Bentlage wurde 2014 in der Kategorie „Regionale Identität“ beim ersten „Tourismuspriis der Sparkassen in Westfalen-Lippe“ für sein zukunftsweisendes Konzept ausgezeichnet.

„Wir bewegen Kunst: Kunst mit Herkunft – Kunst mit Zukunft“, das war der Projekttitle des Wettbewerbsbeitrags. Der Jury gefiel die Symbiose aus geschichtlichem Erleben, zeitgenössischer Kunst und zielgruppenorientierten Kulturangeboten mit Übernachtungsmöglichkeiten, regionaler Verpflegung und den organisierten Kulturreisen der Begegnungsstätte.

„Den Verantwortlichen ist es gelungen, einen Ort zu schaffen, der mit seinen Angeboten die kulturellen Besonderheiten der Region aufgreift, sich in die Landschaft einpasst und so auf vielfältige Weise erlebbar wird“, hieß es in der Laudatio.
„Es ist ein Ort, der auf vorbildhafte Weise Tradition und Moderne, Vergangenheit und Gegenwart zusammenführt.“

„Unser ganzheitliches Betriebs- und Nutzungskonzept basiert auf der Einbeziehung der lokalen Akteure. Mit unserer Netzwerkarbeit schaffen wir einen lebendigen Ort. Unsere Gäste geben uns die Rückmeldung, dass für Sie das Kloster und seine Landschaft in Kombination mit seinem kulturellen Angebot ein Kleinod in Westfalen ist.“

Gerrit Musekamp, Geschäftsführer Kloster Bentlage gGmbH



Vordere Fassade des Klosters



Ehemaliges Ökonomiegebäude / heute Ausstellungsgebäude



Innenansicht Ausstellungsraum



Kloster Bentlage

www.kloster-bentlage.de

Der Wert der historischen Kulturlandschaft als Basis für die touristische Entwicklung

Das 1437 gegründete ehemalige Kreuzherrenkloster liegt am Rand der Stadt Rheine inmitten des Erholungsgebietes Bentlage in direkter Nachbarschaft zum NaturZoo und der Saline Gottesgabe in einer noch weitgehend erhaltenen historischen Kulturlandschaft am linken Ufer der Ems. Die im Jahre 1803 säkularisierte und seit 1978 im Stadtbesitz befindliche Klosteranlage präsentiert sich heute als Kunst- und Kulturdenkmal ersten Ranges, dessen faszinierende zeitgemäße Instandsetzung über 500 Jahre Geschichte lebendig werden lässt.

Das denkmalgeschützte Konventsgebäude vermittelt Geschichte

Bentlage ist das besterhaltene gotische Konventsgebäude eines ländlichen Klosters in Westfalen. Barocke und klassizistische Bauspuren verweisen auf die Bautätigkeit der Mönche und ihrer Nachfolger, einer belgischen Adelsfamilie, die das Kloster ab 1803 als Schloss nutzte. Bei der Restaurierung wurden diese Altersspuren bewusst erhalten. Die Ergänzungen wurden mit modernen Materialien ausgeführt. Die geschichtliche Entwicklung bleibt somit am Gebäude ablesbar.

Ein sensibles und innovatives Nutzungskonzept hilft bei der Erhaltung unersetzbares Kulturgutes

Seit Beginn der 1990er-Jahre hat sich das Kloster Bentlage als ein wichtiges Zentrum für zeitgenössische Kunst im Münsterland etabliert. Werke bedeutender Künstler des In- und Auslandes werden in einem umfangreichen Ausstellungsprogramm präsentiert. Ambitionierte regionale und internationale Kooperations- und Austauschprojekte werden vom Kloster Bentlage initiiert bzw. von ihm mitgetragen. Wegen seiner Lage an der Ems inmitten der mehrere Jahrtausende alten Kulturlandschaft des Bentlager Waldes ist das Klosterschloss ein beliebtes Ausflugsziel für Radwanderer und Kulturliebhaber (*Radfahrer finden über den EmsRadweg und die 100 SchlösserRoute direkten Zugang zum Gelände*).

Text: Jan-Christoph Tonigs



Luftaufnahme der Klosteranlage



Innenaufnahme Ausstellungsräume im Kloster



Skulptur vor dem Ausstellungsraum
im ehemaligen Ökonomiegebäude

Münsterland-Reitroute

Ein 1000km langes Wegenetz

www.muensterland-reitroute.de

Dank der Münsterland-Reitroute können Reiterinnen und Reiter nun bis an viele Sehenswürdigkeiten heran reiten.

Auf dem Pferderücken das Münsterland mit seiner einmaligen Parklandschaft erkunden, mit dem vierbeinigen Partner wunderschöne Reitwege genießen und ganz nebenbei kulturelle Sehenswürdigkeiten entdecken – das ermöglicht die Münsterland-Reitroute ihren Gästen.

Zusammenarbeit im Netzwerk

Seit 2004 arbeiten die Kreise Borken, Coesfeld, Recklinghausen (seit 2007), Steinfurt, Warendorf und die Stadt Münster gemeinsam mit dem Münsterland e.V. daran, die touristischen Angebote der Pferdereion Münsterland weiter zu fokussieren.

Pferde sind charakteristisches Merkmal des Münsterlandes

Als führende Pferdereion Deutschlands behauptet sich das Münsterland mit mehr als 80.000 Vierbeinern und rund 58.000 Pferdesportlern. Das einmalige Angebot an Pferdebetrieben und Institutionen von internationalem und nationalem Rang zieht Hobby-Reiter, Profis und Pferdebesitzer gleichermaßen in die Region.



Quelle: Münsterland e.V.; Friederike Scheytt

Münsterland-Reitroute

www.muensterland-reitroute.de

Erlebnis der münsterländischen Kulturlandschaft

Westfalen hat die höchste Dichte an Ausbildungsbetrieben im Pferdesektor, allerdings gibt es für die Mehrheit der Reiter und Fahrer – die Freizeitreiter – kaum Angebote. Die Zahl derjenigen, die ihren Urlaub und ihre Freizeit mit dem Pferd verbringen möchten, steigt jedoch kontinuierlich an. Um diesem Trend gerecht zu werden, hat der Münsterland e.V. als Projektträger in Kooperation mit den Kreisen Borken, Coesfeld, Recklinghausen, Steinfurt, Warendorf und der Stadt Münster einen Förderantrag zum Ziel.2-Wettbewerb „Erlebnis.NRW“ gestellt. Unter Koordination des Münsterland e.V. haben die Projektpartner im Herbst 2010 mit der Realisierung des Projekts unter dem Titel „SchRitt für SchRitt – Parklandschaft erleben: Netzwerke ausbauen – Wertschöpfung heben“ begonnen.

„Da Natur und Kultur im Münsterland eng miteinander verbunden sind, können Reiter die kulturellen Sehenswürdigkeiten sogar vom Pferd aus erleben. Eingebettet in die abwechslungsreiche Landschaft geht es vielfach vorbei an den Schätzen des Münsterlandes, den Burgen und Schlössern, Herrensitzen und imposanten Schlossgärten.“

Marion Pleie, Projektleiterin der Münsterland-Reitroute



Bild: Marion Heindorf

Einheitliche Ausschilderung der Route und Stationen

Das Projekt setzt sich aus vier Modulen zusammen:

Infrastruktur

Im Modul „Infrastruktur“ wurde eine münsterlandweite Anker-Reitroute realisiert, die durch ihre Länge und ihren Abwechslungsreichtum eine große reiterliche Attraktivität besitzt. Zudem erhielten viele Betriebe der Region eine Anbindung an die Route – ein Novum, das die bisherige Einschränkung der (zu) kurzen, in sich geschlossenen Wegeabschnitte für Reiter abgelöst hat. Bestehende Reitwege und -routen werden gezielt genutzt und durch neu geschaffene Abschnitte miteinander zu einer regionalen, über 1.000 Kilometer langen Rundroute verbunden.

Damit ergibt sich ein zusammenhängender, insbesondere dem Mehrtagestourismus Rechnung tragender Rundkurs, der zukünftig weiter zu einem gebietserschließenden Netz ausgebaut werden soll. Die Route ist komplett ausgeschildert. Ferner wurden über 180 Reit- und Raststationen akquiriert, die auf die Ankunft von Reiter und Pferd eingestellt sind. Entweder können Reiter und Pferd auf einem Betrieb übernachten oder es gibt Kooperationen zwischen Hotels oder Pensionen und Pferdebetrieben. Darüber hinaus bieten über 150 Anbindebalken, die an den Gaststätten oder Cafés aufgestellt worden sind, zahlreiche Rastmöglichkeiten.

Münsterland-Reitroute www.muensterland-reitroute.de



Die Route führt über attraktive Wege und entlang vieler Sehenswürdigkeiten des Münsterlandes

Vernetzung

Wesentlich für die Verbesserung der touristischen Wertschöpfung durch den Reittourismus im Münsterland ist das zweite Modul „Vernetzung“: Um ein hochwertiges Reiterlebnis bieten zu können, wurden im Rahmen des Projektes einerseits die in der Region ansässigen Fach-Betriebe (z.B. Reiterhöfe, Unterkünfte- und Gastronomiebetriebe) in die konzeptionelle Ausrichtung integriert. Zum anderen ging es und geht es auch zukünftig entscheidend um die Vernetzung mit weiteren touristischen Angeboten, die dem Gast neue Möglichkeiten bieten.

Durch die Entwicklung zielgruppenorientierter Kombinationsangebote mit anderen touristischen Themenfeldern des Münsterlandes eröffnen sich dem Reittouristen ganz neue Wege, die Region Münsterland „vom Pferd aus“ zu erleben. Beispiele sind die Vernetzung mit Natur-, Kultur-, Freizeit- und Sportangeboten. Damit werden auch Gruppen und Familien angesprochen, bei denen nicht alle Mitglieder reiten. Diese vernetzte Ausrichtung des Reittourismus erhöht die Attraktivität des Münsterlandes als Reitsportdestination, steigert die Wertschöpfung, da mehr Betriebe eingebunden werden, und schafft somit einen spürbaren regionalen Mehrwert.

Qualitätsmanagement

Im dritten Modul „Qualitätsmanagement“ stand die Sicherung eines qualitativ hochwertigen Angebotes im Fokus. Dazu wurden den Betrieben entlang der Route verschiedene Schulungen angeboten. Ein zentrales Thema war der Service gegenüber den Gästen. Die Betriebe konnten sich sowohl DEHOGA klassifizieren lassen als auch die Zertifizierungsmaßnahmen der Deutschen Reiterlichen Vereinigung, dem Bundesverband für Pferdesport und Pferdezucht, in Anspruch nehmen.

Marketing & Vertrieb

Im flankierenden Modul „Marketing und Vertrieb“ wurden verschiedenste Online- und Offline-Kanäle bespielt. Dazu gehörte die Erstellung von 17 Abschnittskarten mit den Daten der Route und den Kontaktdaten der Reit- und Raststationen. Die Routenverläufe wurden darüber hinaus für die Online-Darstellung aufbereitet. Über den Tourenplaner Münsterland können Interessierte sich Touren eigenständig planen, sich Tourenvorschläge ansehen oder sich über die Bodenbeschaffenheiten der Route informieren. Selbstverständlich werden auch hier die Betriebe entlang der Reitroute vorgestellt. *Text: Marion Pleie*

Netzwerk Ländlicher Raum

Ein Projekt der DenkmalAkademie der Deutschen
Stiftung Denkmalschutz

www.denkmalakademie.de

Internetseite der Deutsche Stiftung Denkmalschutz



DEUTSCHE STIFTUNG
DENKMALSCHUTZ

Aktuelles

Denkmale erhalten

Denkmale erleben

Spenden & Helfen

Über uns

Service



Bild: Dr. Eberhardt Feußner



DEUTSCHE STIFTUNG
DENKMALSCHUTZ

DenkmalAkademie

Netzwerk Ländlicher Raum

www.denkmalakademie.de

Das Netzwerk Ländlicher Raum ist ein Fortbildungs- und Vernetzungsangebot für Akteure im Bereich Denkmalschutz und im Bereich der Erhaltung des Kulturellen Erbes

Hintergrund

Bis in die 1990er-Jahre konnten ländliche Regionen angesichts steigender Kosten in den Ballungsgebieten mit einem stetigen Zufluss junger Familien rechnen. Hinzu kam ein von Eigenheimzulage und Werbung unterstütztes Idealbild vom Leben im Grünen inmitten intakter Dörfer und einer gesunden sicheren Umgebung.

Inzwischen ist angesichts der demografischen Herausforderungen gerade die über Jahrhunderte gewachsene ländliche Kultur gefährdet.

Konzept

Das Netzwerk Ländlicher Raum informiert und schult Akteure, Bewohner und Kommunen bei der Zukunftssicherung ihrer Heimatregionen und unterstützt sie, die Chancen gerade ländlicher Kulturregionen zu nutzen. Gerne beraten wir sie auch zu Fragen der Förderung oder vermitteln fachkompetente Hilfe.



Bild: Dr. Eberhardt Feußner

Das Netzwerk Ländlicher Raum setzt auf kulturelle Bildung und Erfahrungsaustausch.

Netzwerk Ländlicher Raum

www.denkmalakademie.de

Finanzierung

Zur Gründung des Netzwerks Ländlicher Raum erhielt die DenkmalAkademie eine Anschubförderung des Landes Hessen und der Europäischen Union (Leader+). Auch nach Auslaufen der Förderung hat sich das Netzwerk etabliert. Seine Angebote haben so großes Interesse gefunden, dass sich 2014 erstmals neue Kooperationspartner aus anderen Bundesländern an den Netzwerkangeboten beteiligen.

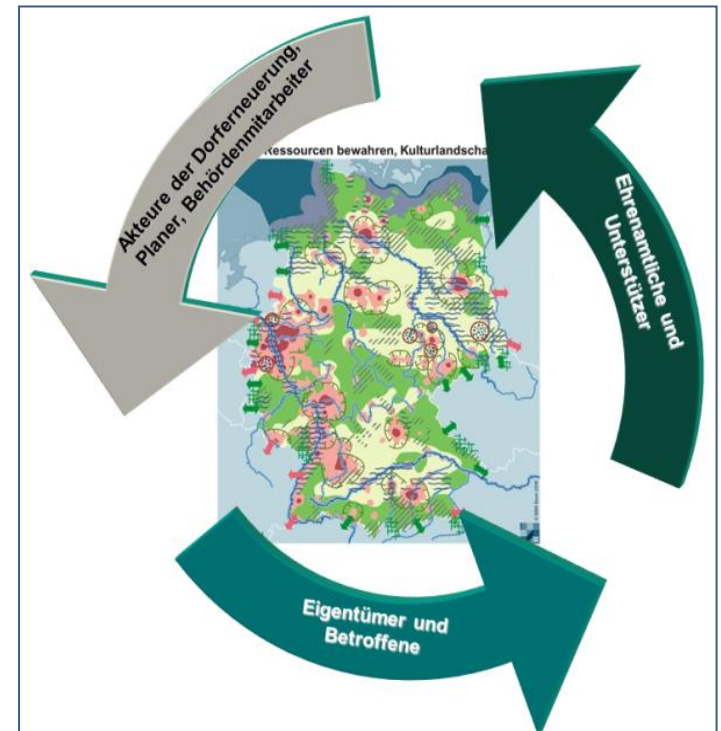
Rückblick

Inzwischen blickt die Akademie auf über 60 NLR-Veranstaltungen mit mehr als 1.300 Teilnehmern zurück.

Auch 2016 werden wieder neue Themen angeboten, die gerade für Behördenmitarbeiter, Architekten, Planer, Bewohner, Eigentümer, politisch Verantwortliche und alle anderen Akteure in der Dorferneuerung interessant sind. *Text: Dr. Eberhard Feußner*

„Kulturelle Bildung ist ein wesentlicher Faktor um kulturelles Erbe zu erhalten.“

Eberhard Feußner, Projektleiter Netzwerk ländlicher Raum



Quelle: Dr. Eberhard Feußner

Das Netzwerk Ländlicher Raum setzt auf die Vernetzung ehrenamtlicher und amtlicher Akteure aus dem Bereich der Denkmalpflege

Römerpark Aliso

Ein Museumsort am Römermuseum in Haltern

www.lwl-roemermuseum-haltern.de/roemerpark-aliso

Der Römerpark Aliso



Römerpark Aliso

www.lwl-roermuseum-haltern.de/roemerpark-aliso



Quelle: Dr. Rudolf Aßkamp

Plan des LWL-Römermuseums und vom Römerpark Aliso
in Haltern am See

Der Römerpark Aliso mit der Römerbaustelle in seinem zweiten Bauabschnitt ist die zweite Ausbaustufe des 1993 eröffneten LWL-Römermuseums. Das Museum befindet sich ebenso wie der Park auf dem Gebiet der ehemaligen römischen Militäranlagen.

Eine ungleich größere Bedeutung als in der Gegenwart hatte Haltern – aus der Antike ist der Name ALISO überliefert – vor 2000 Jahren zur Zeit des römischen Kaisers Augustus. Damals befand sich in Haltern der größte Militärkomplex der Römer rechts des Rheins nördlich der Alpen, dem allerdings nur eine kurze Lebensdauer beschieden war: von ca. 12 v. Chr. bis 16 n. Chr.

Ziel ist ein archäologisches Freigelände, das sich deutlich von bereits existierenden Parks – wie etwa in dem 50 km entfernten Xanten – unterscheidet, dadurch, dass die Holz- und Fachwerkgebäude unter Wahrung größtmöglicher Authentizität – durch Handwerker mit originalgetreuen Werkzeugen und Materialien errichtet werden sollen – sozusagen als archäologische Großbaustelle. Der Standort und das LWL-Römermuseum erhoffen sich eine Attraktivitätssteigerung: von jetzt gut 40.000 auf dann vielleicht 100.000 Besucher pro Jahr.

Zielgruppen sind historisch interessierte Einzelbesucher und Gruppen, Familien mit Kindern sowie Schulklassen, die römische Bauweise nicht nur als Zuschauer erleben, sondern durch eigenes Ausprobieren selber erfahren wollen.

Römerpark Aliso

www.lwl-roemermuseum-haltern.de/roemerpark-aliso



Quelle: Dr. Rudolf Aßkamp

Nachtaufnahme des LWL-Römermuseums

In einem eigens eingerichteten „Experimentierfeld“ können Besucher Abläufe und Prinzipien römischen Bauens ausprobieren und nachvollziehen – natürlich unter museumspädagogischer Betreuung. Angedacht sind Fachwerk-, Schmiede- und Zimmereiarbeiten, auch Töpferei, Korbflechten, Seilerei und vieles andere mehr. Das Projekt ist in seinem 1. Bauabschnitt, der auf herkömmliche Art und Weise durch Baufirmen errichtet wurde, nahezu fertig: das Westtor und daran anschließende Teile der Umwehrung des Hauptlagers von Haltern sind auf den originalen Ausgrabungsbefunden rekonstruiert worden. Sobald die Barrierefreiheit durch eine nach Norden anschließende Rampe, die rein äußerlich die sogenannte Holz-Erde-Mauer über 50 m verlängern wird, gegeben ist, wird dieser Bauabschnitt im Jahr 2016 eröffnet. *Text: Dr. Rudolf Aßkamp*

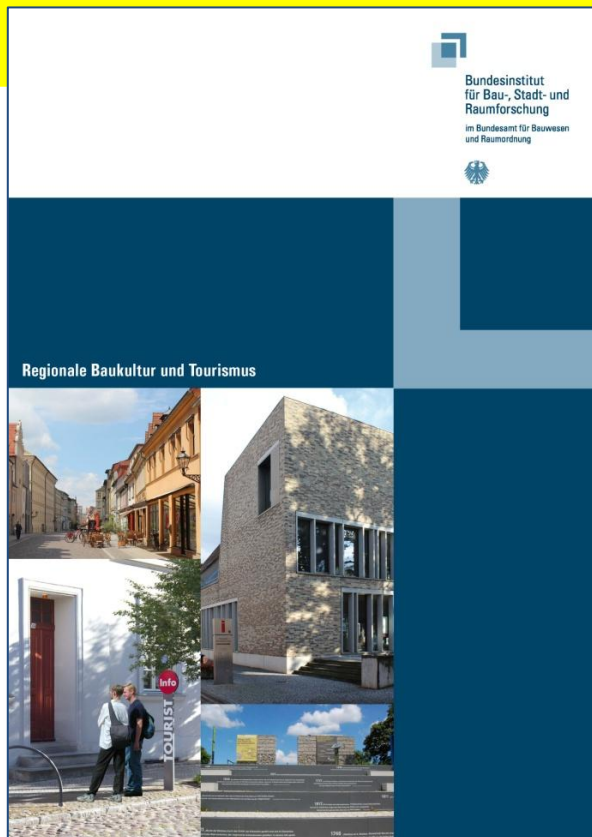
„ Der Römerpark Aliso wird in Zukunft einen ganz wichtigen Baustein bilden, auf dem dann touristische Projekte wie die „Römer-Lippe-Route“ oder „Römerspuren in der Stadt“ aufbauen können.“

Dr. Rudolf Aßkamp, Leiter des LWL-Römermuseums und vom Römerpark Aliso in Haltern am See

Regionale Baukultur und Tourismus

Ein Forschungsprojekt des Bundesinstitutes für Bau-, Stadt- und Raumforschung

www.bbbsr.bund.de



Quelle: Dr. Frank Pflüger

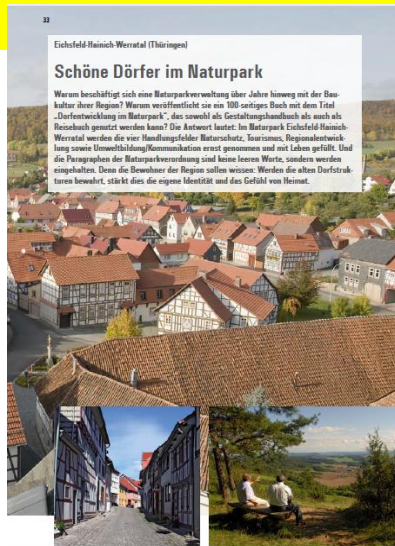
Gutes Bauen als Chance für Tourismus

Regionale Baukultur und Tourismus sind bisher weitgehend Welten, zwischen denen es nur wenig Austausch gibt. Das ist erstaunlich, denn beide könnten viel von einer strukturierten und zielgerichteten Zusammenarbeit lernen. Wie das genau aussehen könnte, zeigt diese Publikation. Regionale Baukultur wird bereits an einigen Orten in Deutschland diskutiert. Sie zeichnet sich durch ihre Orientierung an der Identität und Charakteristik einer Region aus. Zum guten Planen und Bauen gehört es, den Kontext zur Landschaft herzustellen, regionale Materialien und Ressourcen zu nutzen und energetische Anforderungen zu berücksichtigen.

Regionale Baukultur stärkt das Bewusstsein für die Qualität der gebauten Umgebung. Die Autoren haben aus ihren Fallstudien strategische Handlungsfelder und Empfehlungen abgeleitet, wie Baukultur gezielt als "Qualitätslabel" einer Region genutzt werden kann, wie es die Tourismuswirtschaft unterstützen und die Lebensqualität in der Region insgesamt fördern kann. Und wie sich beide Bereiche befruchten. *Text: Dr. Frank Pflüger*

Regionale Baukultur und Tourismus

www.bbsr.bund.de



Exemplarische Innenseiten der Broschüre

Quelle: Dr. Frank Pflüger

„Um die Synergien von regionaler Baukultur und Tourismus zu realisieren, braucht es noch breitere Bündnisse aus Multiplikatoren und Interessierten, denen die Weiterentwicklung der naturräumlichen und gebauten Umwelt am Herzen liegt. Dreh- und Angelpunkt ist eine Baukultur, die nicht nur auf herausragende Einzelgebäude zielt, sondern auch in der Alltagsarchitektur durch hochwertige Gestaltung, regionale Bezüge, Materialien und Bautechniken die lokale Identität stärkt und auf diese Weise zu unverwechselbaren, authentischen Eindrücken vor Ort beiträgt.“

Dr. Frank Pflüger, Leiter der vom BBSR beauftragten Forschungsgemeinschaft HJPplaner und COMPASS GmbH

„Schatzsuche“ im WDR

Eine Fernsehserie, die kulturelles Erbe vorstellt,
z.B. Höfe, Burgen und Schlösser

www.wdr.de/mediathek/video > Suchbegriff: Schätze hinter Festungsmauern

Schatzsucher Dr. Ulrich Reinke an der Ringmauer um Burg Vischering in Lüdinghausen

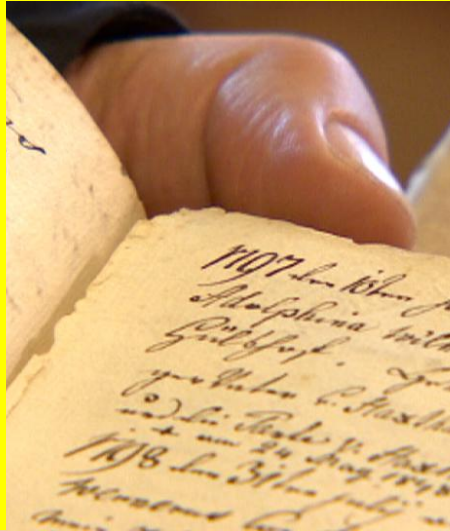


„Schatzsuche“ im WDR

www.wdr.de/mediathek/video > Suchbegriff: Schätze hinter Festungsmauern



Auf dem Dachboden von Burg Hülshoff in Havixbeck



Familienbuch der Droste-Hülshoffs, Original-Eintrag zur Geburt der Tochter Annette v. D.-H., 1797



Bruchstücke einer Gipsfigur, Dachbodenfund Haus Ruhr in Senden.



Burg Vischering in Lüdington

Die „Schatzsuche“ in der WDR-Lokalzeit Münsterland zeigt unbekannte – oder unerkannte – Seiten von Höfen, Burgen und Schlössern in der Region. Die Sendereihe begleitet die ausgewiesenen Kunst-, Bau- und Sachkulturkenner Dr. Jan Carstensen, Dr. Fred Kaspar und Dr. Ulrich Reinke durch die Gebäude und ihr Umfeld. Dabei dürfen sich die drei Experten auch abseits der offiziellen Besucherpfade bewegen, verschlossene Türen und Schränke öffnen, Dachböden und Kellergewölbe durchmessen, immer auf der Suche nach Objekten und Spuren, die es lohnt zu entdecken, zu erklären oder auch zu enträtseln.

Die Bandbreite der Entdeckungen ist riesig, sie reicht von der lange verschollenen Original-Geburtsanzeige der Annette von Droste Hülshoff über ein kunstvoll repariertes Familiengeschirr, das drei Kriege überlebt hat, ein 200 Jahre altes Scraffitto im barocken Fensterglas, eine Ofenplatte aus der Renaissance, Teile eines spätgotischen Chorgestühls, jahrhundertealte Wandmalereien bis hin zum Totenbild, das aus menschlichem Haar gefertigt ist.

„Schatzsuche“ im WDR

www.wdr.de/mediathek/video > Suchbegriff: Schätze hinter Festungsmauern



Quelle: Wolfgang Jung

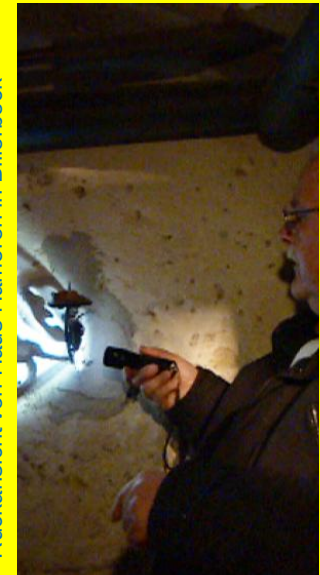
Im Salon von Haus Hameren in Billerbeck



Familien-Porzellan mit alten Reparaturklammern,
Haus Marck in Tecklenburg



Rückansicht von Haus Hameren in Billerbeck



Barocker Wandleuchter, Kellerfund Haus Marck in
Tecklenburg

Die „Schatzsuche“ versucht, völlig unterschiedlich vorgebildete Menschen für das kulturelle Erbe in der Region zu interessieren, indem sie das Entdecken und Enträtseln in den Vordergrund rückt. Dabei wird in der Regel eher dem „story-telling- object“ der Vorzug gegeben als dem im wahrsten Sinne wertvollen (weil reich verzierten) Objekt. So können sogar alte Steinmetzzeichen oder die Reparaturklammern im Porzellan zum spannenden „Schatz“ werden. Die „Schatzsuche“ lief in bisher 16 Folgen und zwei halbstündigen Features zwischen Oktober 2013 und Mai 2015 im WDR-Fernsehen. *Text: Wolfgang Jung*

„Mit dem Format konnten wir sonst nicht sichtbares Kulturgut für eine breite Öffentlichkeit zugänglich machen.“ *Wolfgang Jung, freier Redakteur beim WDR*

Wege durch das Land

Ein Kulturprojekt, das Ort, Text und Musik
miteinander verknüpft

www.wege-durch-das-land.de/literatur-und-musikfest.html

Wandern mit Worten im «gebirgichten Westfalen»



Wege durch das Land

www.wege-durch-das-land.de/literatur-und-musikfest.html

Projekttitel und -träger

Das Literatur- und Musikfest ›Wege durch das Land‹ zieht seit dem Jahr 2000 zwischen Mai und August bis zu zehntausend Besucher in die Landschaften Ostwestfalen-Lippes. Zunächst als Projekt des Literaturbüros Ostwestfalen-Lippe mit Sitz in Detmold geführt, wird es seit 2010 von der Wege durch das Land gGmbH getragen. Gesellschafter dieser gemeinnützigen GmbH sind das Literaturbüro Ostwestfalen-Lippe e. V., die Kreise Gütersloh, Höxter, Lippe, Minden-Lübbecke und Paderborn sowie die Stadt Bielefeld und der Landesverband Lippe.

Projekthinhalt

In jedem Sommer rückt ›Wege durch das Land‹, ausgehend von Detmold, die Bedeutung Ostwestfalen-Lippes als eine literaturgeschichtliche Kernregion Deutschlands vielbeachtet in den Fokus der Aufmerksamkeit. ›Wege durch das Land‹ wurde als erstes Festival in Deutschland mit dem Schwerpunkt Literatur und Musik gegründet und hat diese Stellung bis heute inne. Die Lesungen und Konzerte finden in Schlössern und Gutshöfen, Mühlen, Scheunen, Kirchen, Klöstern und unter freiem Himmel statt. Diese Orte dienen nicht als Kulisse: Im Gegenteil, jeder Einzelne wird mit seiner, insbesondere literarischen, Geschichte einbezogen. Nur mit diesem Ortsbezug sind die Veranstaltungen von ›Wege durch das Land‹ denkbar, jede von ihnen ist ein Unikat.

Die starke inhaltliche Verknüpfung von historischem Text – gelesen von prominenten Schauspielern –, zeitgenössischem Werk internationaler Schriftsteller, eingebunden in eine fein abgestimmte Musikauswahl, bildet den Kern jeder Veranstaltung. Zu der drei- bis vierstündige Inszenierung, zu der auch eine lange Pause gehört, gehört auch die Möglichkeit zu Führungen durch die oft privaten Anlagen als auch ein gastronomisches Angebot. Die Bedeutung deutschsprachiger Autoren, die in der Vergangenheit in der Region wirkten, für die Literatur der Gegenwart wird durch Widmungstexte und Hommagen sowie durch Kompositionen und Improvisationen zeitgenössischer europäischer Autoren, Komponisten und Musiker herausgearbeitet. Dabei folgt das Festival einem innovativen, sparten- und länderübergreifenden Ansatz. Und immer wieder wird die heimische Landschaft mit ihren Protagonisten thematisiert und in Spannung gesetzt zu Mythos und Urbanität. Das anspruchsvolle Programm reagiert auf einen Mangel und auf ein Bedürfnis zugleich: Es fordert heraus, es spricht intellektuell und emotional an. In Zeiten des medialen Überangebotes möchte es das Schöne, Sinnhafte, Weltläufige zeigen und Fragen stellen.

„Unser Projekt bleibt jedoch nicht stehen bei dem, was ist. Es vergibt Auftragsarbeiten an Schriftsteller, die in neuen Texten der Landschaft begegnen, Traditionen aufgreifen und Neues entwickeln. Das Programm ist nie nur Illustration des Vorhandenen, kein museales Bewahren, sondern ein aktives, voranblickendes Gespräch.“

Eine Sprecherin von ›Wege durch das Land‹

Wege durch das Land

www.wege-durch-das-land.de/literatur-und-musikfest.html

Projektziel

Literatur an Orte zu binden und zu ihnen in Beziehung zu setzen, den Blick für das kulturelle Erbe und die Besonderheiten der Region zu schärfen, eine Spannung zwischen der Literatur der Vergangenheit und zeitgenössischen Positionen herzustellen – dies sind die Ziele des Literatur- und Musikfestes ›Wege durch das Land‹. Ostwestfalen-Lippe ist eine Kernlandschaft der deutschen Literaturgeschichte voller bedeutender geschichtlicher Spuren. Diesen Reichtum gilt es überregional sichtbar zu machen, die vielen verborgenen Schätze ans Licht zu holen und für die Region fruchtbringend zu nutzen.

So stärkt ›Wege durch das Land‹ gleichermaßen die Kultur als wichtigen Standortfaktor in Ostwestfalen-Lippe.

In jedem Jahr führen die Veranstaltungen von ›Wege durch das Land‹ nahezu zehntausend Besucher – nicht nur aus Ostwestfalen-Lippe, sondern aus dem gesamten Bundesgebiet an teils unbekannte sowie versteckte Orte in der Region. So verankert das Literatur- und Musikfest diese Landschaft in der überregionalen öffentlichen Wahrnehmung und stärkt gleichzeitig über die Einbindung lokaler (Kultur-)Initiativen die kulturelle Identität in der Region.

Als Beispiel sei eine Veranstaltung im Weserdorf Heimsen genannt: Der Schauspieler und Musiker Robert Stadlober hat gemeinsam mit Künstlerfreunden ein individuelles, auf dieses kleine Dorf bezogenes Programm entwickelt. Mehrere längere Aufenthalte in Heimsen, eine intensive Zusammenarbeit mit den lokalen Vereinen, der Mühlengruppe, dem Heimat- und Heringsfängermuseum und vielen anderen, gingen der Veranstaltung voraus. So konnte ein herausragendes künstlerisches Projekt entstehen, das zum einen das dörfliche Gemeinschaftsgefühl stärkte, zum anderen aber Heimsen beispielhaft für viele Orte mit ähnlichen Herausforderungen des Strukturwandels überregional bekannt machte.

Zielgruppen

›Wege durch das Land‹ ist kein Angebot nur für einen ausgesuchten Kreis, sondern öffnet sich bewusst der breiten Öffentlichkeit. Über die Carte blanche, einem ermäßigten Angebot für Studenten, von Gästen übernommenen Kartenpatenschaften sowie vor allem die Kinderveranstaltungen im Rahmen der ›Jungen Wege‹ werden auch einem jungen interessierten Publikum Zugänge geboten. Während die Erwachsenen ›ihr‹ Programm verfolgen, können Kinder am selben Ort schreibend, lesend, spielend und musizierend mit den Künstlern des Abends ein Parallelprogramm erleben und selbst gestalten.

Wege durch das Land

www.wege-durch-das-land.de/literatur-und-musikfest.html



Quelle:
Nele Fiedler

Eindrücke von „Lesungsorten“

Projektfinanzierung

Neben den Beiträgen der Gesellschafter wird ›Wege durch das Land‹ vom Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen sowie von der Kunststiftung NRW finanziell unterstützt. Zudem wird das Literatur- und Musikfest von führenden Wirtschaftsunternehmen aus Ostwestfalen-Lippe finanziell und ideell gefördert, beispielsweise von der Beckhoff Automation GmbH & Co. KG, Miele & Cie. KG, Hörmann KG, FSB Franz Schneider Brakel GmbH & Co. KG. Dieses Engagement zeigt, dass die Bedeutung von Kultur als wichtiger Standortfaktor in der Wirtschaft erkannt worden ist: Attraktivitätssteigerung der Region durch qualitativ herausragende Veranstaltungen.

Projektumsetzung

Das Literatur- und Musikfest ›Wege durch das Land‹ umfasst je nach Saison ca. 40 – 50 Veranstaltungen mit mehreren hundert Künstlern aus verschiedenen Nationen. Die Bandbreite reicht dabei von abendlichen Lesungen und Konzerten über Wanderungen, Nachtlesungen, Literarischen Exkursionen, einer ganztägigen Lyriksession, mehrtägigen Theater-/Performance-Veranstaltungen mit dem Projekt ›Schauspieler in Residence‹ oder ganz außergewöhnlichen Erlebnissen wie der ›Versuch über ein Dorf‹ im Weserdorf Heimsen. Die Besucherzahlen liegen dabei je nach Veranstaltung zwischen 50 und 600 Gästen.

Dabei arbeitet ›Wege durch das Land‹ mit einem Team von 5-6 Mitarbeitern für die Bereiche Organisation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kartenbüro und Buchhaltung sowie externer Unterstützung im Bereich Veranstaltungstechnik und der Veranstaltungsbetreuung vor Ort.

Text: Projektbüro ›Wege durch das Land‹

THEMENGRUPPEN

Sechs Themengruppen vertieften einzelne Handlungsfelder. Diese starteten mit zwei Impulsvorträgen, um auf deren Grundlage in eine gemeinsame Diskussion einzusteigen.

Ziel des Austausches war es, Wege für eine interdisziplinäre Zusammenarbeit zu skizzieren.

III. Westfälischer Kulturlandschaftskonvent

Die Geschichte des Tourismus in Westfalen

Ein Impuls für die Zukunft?

1

Wo liegen die Anfänge des Tourismus in Westfalen?

Wer ist warum wohin gereist?

Hat der Tourismus schon damals das kulturelle Erbe einbezogen?

Welche Zeitzeugnisse aus der Geschichte des Tourismus gibt es heute in Westfalen-Lippe?

Werden diese in den Kulturtourismus einbezogen?

Hilft uns unser historisches Wissen für Zukunftsfragen des Tourismus?

Kann geschichtliches Wissen in Handlungskonzepte und Strategien einbezogen werden?

Welche Planungsmethodik ist dabei gefragt?

Sommerfrische und Ausflug Die Geschichte des Tourismus in Westfalen

Dr. Matthias Frese

Wissenschaftlicher Referent

LWL-Institut für Regionalgeschichte



Collage von Werbeplakaten und Prospekten für den Geschäftsbericht 1981 „75 Jahre Landesverkehrsverband Westfalen 1907-1982“

Wer heutzutage in Urlaub fährt, unternimmt dies in Deutschland zumeist ganz selbstverständlich. Der Tourismus ist ungeachtet aller Krisen eine Boombranche.

In historischer Perspektive stellt touristische Mobilität allerdings keine Selbstverständlichkeit dar. Reisen waren mit vielfachen Strapazen verbunden. Zudem konnten sich Reisen zur Unterhaltung oder Bildung bis weit ins 19. Jahrhundert nur eine kleine vermögende Schicht aus dem Adel und dem Großbürgertum leisten. Urlaubsreisen in größerer Zahl von Menschen aus allen sozialen Schichten lassen sich in Westfalen erst seit dem späten 19. Jahrhundert und besonders seit den 1920er-Jahren beobachten.

LWL-Archivamt für Westfalen, Archiv LWL, Best. 807/316

Die Städte und die Ferienorte auf dem Land erleichterten mit kommunalen und später regionalen Verkehrsvereinen sowie mit den neuen kommerziellen Reisebüros die Planung und Durchführung der Reisen. Zudem erweiterten die Reiseanbieter die Urlaubssaison durch Angebote für den Winterurlaub. Vor allem aber wuchs seit den 1920er-Jahren die disponible Zeit der Reisewilligen durch verkürzte Wochenarbeitszeiten und langsam steigende Urlaubsansprüche.

Diese Entwicklung setzte sich nach dem Zweiten Weltkrieg schon seit Anfang der 1950er-Jahre wieder mit rasch steigenden Urlauber- und Übernachtungszahlen in den westfälischen Urlaubsgebieten fort. Doch schon seit den späten 1960er- und Anfang 1970er-Jahren lagen die Ziele für die „schönsten Wochen des Jahres“ immer häufiger an der Nord- und Ostsee, an den Alpen und im nahen Ausland.

LWL-Archivamt für Westfalen, Archiv LWL, Best. 807



Plakat ca. 1930. Westfälischer Verkehrsverband



Werbeplakat, abgedr. in: Westfalenspiegel, 1955, H. 5.

Sommerfrische und Ausflug Die Geschichte des Tourismus in Westfalen

Die Mittelgebirge in Westfalen blieben aber eine Domäne für ältere Urlauber und Familien, zumal zahlreiche kleinere Bauernhöfe angesichts des landwirtschaftlichen Strukturwandels kostengünstige Unterkünfte für Feriengäste schufen. Auch für kürzere „Zweiturlaube“ außerhalb der Hauptsaison waren die nahen westfälischen Reiseziele attraktiv. In jüngerer Zeit kommen vermehrt kombinierte Städte- und Urlaubsreisen hinzu, zu denen auch der Anteil der Besucher aus dem Ausland, insbesondere aus den Niederlanden, aus Belgien und aus Großbritannien beiträgt.

Die wachsende individuelle Mobilität, die vermehrten Urlaubszeiten, die steigende Nachfrage nach preisgünstigen Ferienunterkünften und die Krise des innerdeutschen Tourismus seit Ende der 1960er- bis Anfang der 1970er-Jahre veranlassten die regionalen und lokalen deutschen Reise- und Urlaubsveranstalter und -vermittler, die bisherigen Angebotsformen und Inhalte zu modifizieren und zu erweitern, z.B. im kulturellen oder im sportlichen Bereich. Zunehmend wurden neben den traditionellen Erholungs-, Kurzzeit-, Ausflugs- und Städtereisen hybride Reiseformate aus verschiedenen Angeboten entwickelt („Bindestrich-Tourismus“). Städte wie Münster bewarben beispielsweise neben dem Zweiturlaub „Städtereisen“ mit Kultur, Einkauf und Unterhaltung für den kombinierten Besuch von Stadt und Ferienaufenthalt im Umland. Hierzu trägt auch die seit den 1970er-Jahren rückläufige durchschnittliche Urlaubsdauer bei. Zu diskutieren ist allerdings, inwieweit solche hybriden Reiseformate nicht neue Verpackungen, etwa durch die Eventisierung, altbekannter Angebote darstellen.

Der Vortrag skizzierte knapp einige Etappen bei der Herausbildung und der Entwicklung des modernen Tourismus seit dem 19. Jahrhundert und diskutierte die Präsentation ländlicher Urlaubsziele und städtischer Reiseziele im historischen Längsschnitt und mit räumlichem Schwerpunkt auf die westfälischen Teilregionen (Teutoburger-Wald, Sauerland, Münsterland). *Text: Dr. Matthias Frese*



LWL-Archivamt für Westfalen, Archiv LWL

Werbeplakat, abgedruckt in: *Westfalenspiegel*, 1954, H. 4.

LITERATUREMPFEHLUNG

Matthias Frese, „Die Herausbildung des Massentourismus in Westfalen“, in: *Westfälische Forschungen* 47 (1997), S. 561-584; ders., *Historische Tourismusforschung in Westfalen: Entwicklung des Tourismus, Quellenlage, Forschungsstand und –perspektiven*, in: *Archivpflege in Westfalen-Lippe*, hrsg. LWL-Archivamt für Westfalen 82, (2015), S. 6-15; ders. *Erlebnis und Erholung. Land und Stadt im Fokus des Tourismus in Westfalen 1945-2010*, in: Franz-Werner Kersting/Clemens Zimmermann (Hg.), *Stadt-Land-Beziehungen im 20. Jahrhundert*, Paderborn 2015, S. 197-223.

Vor welchen Herausforderungen steht der Tourismus in NRW?

Dr. Heike Döll-König

Geschäftsführerin Tourismus NRW e.V.

Die derzeitigen Aussichten für die weltweite Tourismusbranche sind positiv, alle Schätzungen gehen von einer wachsenden Zahl an Reisen aus. Auch Nordrhein-Westfalen profitiert von diesem Trend. Bereits im sechsten Jahr in Folge verzeichnet das bevölkerungsreichste Bundesland steigende Ankunfts- und Übernachtungszahlen. Die mittel- oder langfristige Prognose legt allerdings den Handlungsbedarf offen: Aufgrund des demographischen Wandels muss innerhalb der nächsten Dekaden mit einem Rückgang gerechnet werden. Um dieser Herausforderung zu begegnen, hat sich der Tourismus NRW e.V. mit seinen regionalen Partnerorganisationen bereits neue Ziele gesetzt: Nordrhein-Westfalen wird stärker als Kurzreiseziel etabliert. Diese Spezialisierung dient der stärkeren Abgrenzung zu anderen Regionen, denn eine Folge der begrüßenswerten Globalisierung – immer mehr Ausländer wählen NRW als Reiseziel – ist eine steigende Zahl an Destinationen, die mit Nordrhein-Westfalen im Wettbewerb stehen.

Auch die gesellschaftlichen Megatrends Digitalisierung und Individualisierung müssen stärker als bislang in der Angebotsentwicklung der Reisebranche aufgegriffen werden. Dies betrifft das Informations- und Buchungsverhalten ebenso wie die Art der Dokumentierung der Reiseerlebnisse im digitalen Raum. Der Erlebnisanreiz als Anlass für die Reise wird dabei immer unabhängiger von der Distanz zum Wohnort getroffen.

Viel wichtiger bei der Entscheidungsfindung für eine Destination ist der Reisezweck (etwa Kulturgeschichten erfahren, auf Pilgerwegen sich selbst entdecken, neue Genusswelten erschließen, Fitness erhöhen, Stresslevel senken etc.), auf den die Destinationsvermarkter stärker reagieren müssen.

Der Gast von morgen erwartet einzigartige Reiseerlebnisse abseits ausgetretener Tourismuspfade, um seinen Individualisierungsdrang befriedigen zu können. Hierbei spielen am Zielort eine gute und unverwechselbare Architektur und Einrichtungen lokaler „Szenen“ eine Rolle, die bislang nur selten auf der touristischen Landkarte standen. Da der Gast vermehrt die Attraktion nicht nur gezeigt bekommen, sondern selbst mit zu ihrer Entstehung beitragen möchte (Beispiele: Grabungscamp, Genuss-Seminar, Kreativtourismus), müssen die Aktionsangebote vor Ort angepasst werden.

Die Kulturlandschaften des Landes sollten dabei die Basis für die Erzählungen bieten, auf denen diese Angebote angesiedelt werden können. Sie sind der identitätsgebende Rahmen für die Erlebnisse, die national und international Reisende in ihren Bann ziehen. *Text: Dr. Heike Döll-König*

LESE-EMPFEHLUNGEN

Jeder möchte reisen, niemand möchte Tourist sein.

Über die Neuausrichtung des Urlaubs:

bit.ly/de-touristification

Die Individualisierung des Reiseverhaltens:

bit.ly/trips-on-demand

Wie wird ein altbekanntes Reiseziel wieder attraktiviert:

bit.ly/neues-altes-reiseziel

Die Geschichte des Tourismus in Westfalen

Ein Impuls für die Zukunft?

STATEMENT DES MODERATORS ZUR DISKUSSION

1

Dr. Martin Bredenbeck

Wissenschaftlicher Referent beim Bund Heimat und Umwelt in Deutschland (BHU)

„Tourismus: Im Unterschied zum Urlaub fasst der Begriff Reisen jeglicher Art und Länge zusammen. Das bedeutet heute zusehends aber auch eine Spezialisierung für neue Zielgruppen und neue Ansprüche. Tourismus ist kein Selbstläufer, sondern muss darauf reagieren, was Menschen möchten, was Landschaften und Bauwerke an neuen Erzählungen möglich machen und wie man mit ihnen auf zeitgemäße Themen reagieren kann. Reisen in Deutschland liegt im Trend, wobei die Klassiker wie Bayern, ein traditioneller und viel erzählter "Sehnsuchtsort", zahlenmäßig noch überwiegen. Im Workshop haben wir jedoch herausarbeiten können, welche besonderen Qualitäten Westfalen dabei helfen können, sich in Szene zu setzen und im besten Sinne auch zu vermarkten: schnelle Erreichbarkeit von Ballungszentren aus, Unterscheidbarkeit von der Arbeitswelt und Entschleunigung, potentielle Schwerpunkte auf Kuren und Erholung. Als der Tourismus hier begann, spielte Geschichte bereits eine große Rolle: Tourismus heißt immer auch, Inhalte zu schaffen, was die Arbeit der Heimat- und Verschönerungsvereine geprägt hat. Heute könnte die Geschichte der Geschichte ein Narrativ sein, das sich in touristischer Weise erschließen lässt: als Tourist entdecken, wie der Tourismus sich entwickelt hat, kann ein lehrreicher Genus sein. Und anschließend Entspannung genießen. Es wird also neue Aufgaben für die alten Vereine und Institutionen geben!“

Erhalt und Umnutzung von Kulturgut

Eine nachhaltige Ressource?

Warum bedarf es der Umnutzung von kulturlandschaftsprägenden Gebäuden, Gärten, Parks und Landschaften?

Worin liegt der Wert unseres kulturellen Erbes in Bezug auf Umnutzungen?

Gibt es Merkmale einer qualitativ guten Umnutzung?

Gibt es gemeinsame Umnutzungsstrategien zur Förderung des Tourismus und zur Erhaltung des kulturellen Erbes?

Welche Belange treffen dabei aufeinander?

Welche Fördermöglichkeiten bestehen?

Welche guten Beispiele gibt es?

Leerstand im ländlichen Raum Umnutzung als gemeinsame Chance?

Dr.-Ing. Barbara Seifen

Kommissarische Referatsleiterin Praktische Denkmalpflege
LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in
Westfalen

Der ländliche Raum war über Jahrhunderte wirtschaftliche Basis und Kulturträger der Regionen. Heute sind viele Dörfer von Abwanderung bedroht, andere gehen im Umland der Städte in einer flächendeckenden Suburbanisierung auf. Manche aber wandeln sich weiter zu modernen Standorten für die Landwirtschaft, den ökologischen Landbau, den Dienstleistungsbereich und das Handwerk. Und sie dienen als Wohnort und Lebensmittelpunkt, zunehmend auch von Leuten, die sich bewusst für ein Leben auf dem Land entscheiden. Dieser Strukturwandel, mit all seinen Facetten, hat große Auswirkungen auf viele wertgebende und identitätsstiftende bauliche und landschaftliche Merkmale. Viele Gebäude der landwirtschaftlichen Nutzung haben ihre ursprüngliche Funktion verloren und drohen zu verfallen, in historischen Dorfkernen stehen viele Gebäude leer. Wenn neu gebaut wird, dann überwiegend am Ortsrand. Auf vielen Höfen fehlen Hofnachfolger oder aus anderen Gründen ist eine Weiterführung des Betriebs nicht möglich, sodass es zur Aufgabe von Höfen kommt. Der Vortrag zeigte mit konkreten Beispielen auf, welche Chancen die Denkmalpflege für die Entwicklung des ländlichen Raums bietet, von der auch der Tourismus profitieren kann. Dr.-Ing. Barbara Seifen stellte den denkmalgerechten Umgang mit Denkmälern und ihrer umgebenden Kulturlandschaft anhand von konkreten Beispielen vor. Damit erhielten die Zuhörer Einblick in die Rolle der Denkmalpflege in Planungsprozessen. Sie verstehe sich als Impulsgeber und Berater beim Erhalt sowohl materieller als auch immaterieller Werte. Der Denkmalpflege sei es wichtig, dass die Geschichte eines Gebäudes ablesbar bleibe. Die Beispiele belegten, dass im Dialog mit allen Beteiligten denkmalverträgliche sowie nachhaltige und zukunftsorientierte Lösungen erarbeitet werden können. *Text: Dr. Barbara Seifen*



- 1) Wirtschaftsgebäude des Kloster Bentlage ,heute Ausstellungsraum
- 2) Reisescheune und Ackerhaus im Wirtschaftshof des Klosters Marienmünster, heute kultureller Veranstaltungsort
- 3) ehem. Speicher Fachwerkhhaus Friedhof 34 in Burgsteinfurt, heute Ferienwohnung



„Im Sinne eines Alleinstellungsmerkmals, das im Marketing oft gesucht wird, ist gerade die Charakteristik eines Bauwerks mit seiner historischen Substanz sowie seinem Alterungswert ein wesentlicher Aspekt von Konzepten zur Umnutzung und Neuausrichtung.“ *Dr.-Ing. Barbara Seifen*

MEHR INFORMATIONEN

Die Publikationen „Vom Nutzen des Umnutzens“
finden Sie hier zum Download:

www.lwl.org/dlbw/service/publikationen/umnutzung

Umnutzung von Kulturgut
Eine nachhaltige Ressource?

2

Forschungsvorhaben Regionale Baukultur und Tourismus

Dr. Frank Pflüger

Projektleiter des o.g. Forschungsvorhabens
HJPplaner, Aachen

Regionale Baukultur und Tourismus scheinen vielerorts zwei voneinander völlig getrennte Welten zu sein, zwischen denen es keinen oder nur wenig Austausch gibt. Erstaunlich genug, wenn man bedenkt, wie sehr beide Seiten von einer engeren Zusammenarbeit profitieren können. Und dies gilt in besonderer Weise auch für die Bewahrung und Weiterentwicklung ländlicher Kulturlandschaften und historischer Gebäude.

Anhand von vier Beispielen aus der Forschungsstudie „Regionale Baukultur und Tourismus“ wurde im Vortrag aufgezeigt, wie die Verbindung von Baukultur und Tourismus sowohl ein wirksames Konzept gegen die Beliebigkeit, Austauschbarkeit und Banalisierung in Architektur und Städtebau ist als auch ein wichtiger Entwicklungsimpuls zur Bewahrung und Weiterentwicklung von Kulturlandschaften sein kann.

So macht sich der Südschwarzwald auf die Suche nach einer neuen Architektursprache, um auf der einen Seite Modernität in den Schwarzwald zu bringen, aber dabei Tradition und Verwurzelung nicht aufzugeben. Ein anderes Beispiel ist das mutige Weiterbauen am UNESCO-Welterbe der Lutherstädte Wittenberg, Eisleben und Mansfeld. Die Welterbegebäude wurden denkmalgerecht saniert und gleichzeitig durch moderne Neubauten im historischen Kontext ergänzt. Diese Gebäude übernehmen dienende Funktionen und sind die Voraussetzung, um den heutigen touristischen Ansprüchen gerecht zu werden. So wertig das Produkt Wein, so qualitativ wird in Franken geplant und gebaut. Unter dem Label „Wein und Architektur“ setzen historische Weingüter bewusst auf modernes Ambiente und sprechen somit ein breites Publikum an. Eine klassische Win-Win-Situation: Weinbau und Tourismus als zwei wichtige Wirtschaftszweige investieren in ihre Zukunft und tragen wesentlich zum Erhalt und Stärkung des ländlichen Raums bei.



Sanierung und Neubau eines typischen Schwarzwälder Hotels (oben),
Neubau des Kunstmuseums in Ahrenshoop angelehnt an die traditionelle
Rohrdacharchitektur (unten).



Quelle: Dr. Frank Pflüger

Unter dem Titel „Ein Ort wie gemalt“ zeigt das Ostseebad Ahrenshoop, wie der ländliche Baustil der Rohrdachhäuser den Charme eines Ortes prägen kann. Neben der Bewahrung und Sanierung der traditionellen Bauformen ergänzen zahlreiche zeitgenössische Bauten den historischen Baubestand. Mit dem Kunstmuseum (Staab Architekten) wurde ein baukultureller Leuchtturm schlüssig in die Kleinteiligkeit des Ortes eingefügt. *Text: Dr. Frank Pflüger*

MEHR INFORMATIONEN

www.baukultour.de

Die Broschüre „Regionale Baukultur und Tourismus“ kann man kostenlos bestellen unter:

modellvorhaben-baukultur@bbr.bund.de

oder als PDF herunterladen unter: www.bbsr.bund.de

2

Umnutzung von Kulturgut
Eine nachhaltige Ressource?

Erhalt und Umnutzung von Kulturgut

Eine nachhaltige Ressource?

STATEMENT DER MODERATORIN ZUR DISKUSSION

2

Dr. Stephanie Arens

Leitung Arbeitsbereich „Regionale Entwicklung, Schwerpunkt LandLeben“ Südwestfalen Agentur

„Der Erhalt und die Umnutzung von Kulturgut ist wesentlich für ländliche Räume, weil so Ortsbildprägendes und Identitätsstiftendes und somit auch Imageprägendes erhalten bleibt. Gleichzeitig impliziert Umnutzung – eingebunden in regionale Baukulturprozesse - aber auch zeitgemäßes Weiterentwickeln und Weiterdenken von Kulturgut, das so als echte Ressource für die Attraktivitätssteigerung von lebendigen Regionen verstanden werden kann und auch die touristische Markenbildung unterstützt.“

Digitale Kommunikation

Eine gemeinsame Chance?

Wie machen die LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen und die LWL-Archäologie für Westfalen ihr Wissen zugänglich?

Nutzt der Tourismus die bestehenden Wissensangebote?

Wie nutzt der Tourismus die digitale Kommunikation?

Wie können der Tourismus und das kulturelle Erbe von der zunehmenden digitalen Kommunikation profitieren?

Wie könnte eine entsprechende Strategie aussehen?

Wo liegen die Chancen und wo die Risiken?

Wir geben Wissen weiter Digitalisierung des historischen Erbes als Kulturauftrag Dr. Birte Graue

Referatsleiterin Restaurierung und Dokumentation
LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in
Westfalen

Erforschung und Erhalt sowie touristische Erschließung und Nutzung unseres kulturellen Erbes sind eng miteinander verbunden und bilden ein gemeinsames Interessensgebiet von Denkmalpflege und Tourismus. Zum denkmalgerechten Erhalt unseres kulturellen Erbes tragen praktische Maßnahmen, Erfassung, Erforschung und Dokumentation sowie auch die Vermittlung des kulturellen Erbes und der damit verbundenen Werte entscheidend bei. Beim LWL werden die für Denkmalschutz, Denkmalpflege und Denkmalrecht relevanten vorhandenen Informationen zusammengetragen sowie neues Fachwissen zu Denkmälern in Westfalen-Lippe generiert. Wenn in diesem Zusammenhang von der Digitalisierung unseres kulturellen Erbes gesprochen wird, so ist hier die digitale Aufbereitung der Denkmalfachinformation gemeint. Die meisten denkmalrelevanten Informationen liegen analog vor, so dass ein umfangreicher Arbeitsauftrag in der Digitalisierung selbst besteht. Die Digitalisierung ist eine Kernaufgabe für die Forschung zum Kulturerbe sowie zu Erhalt und Vermittlung unseres kulturellen Erbes. Neben der Homepage werden bei der LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen Datenbanken und Portale als digitale Medien genutzt. Diese dienen der Erfassung und Erschließung von denkmalrelevantem Fachwissen für das Fachpublikum und die interessierte Öffentlichkeit. Die eigentliche touristische Erschließung und Nutzung ist keine originäre Aufgabe der Denkmalpflege. Sehr wohl besteht vonseiten der Denkmalpflege ein großes Interesse an einer nachhaltigen touristischen Erschließung von Denkmälern, ...



Ausschnitt der Homepage der DLBW

... denn die damit verbundene Weitergabe und Vermittlung der Inhalte und Werte der Kulturgüter ist ein entscheidender Beitrag zu ihrem Erhalt. So versteht sich die Denkmalpflege als Partnerin im Sinne eines qualifizierten Kulturtourismus. *Text: Dr. Birte Graue*

MEHR INFORMATIONEN

Nutzen Sie unsere Wissensportale und Datenbanken!

KLARADelos ist die Denkmäler-Datenbank in Westfalen-Lippe und ist für unsere Partner vor Ort und Wissenschaftler zugänglich:
www.lwl.org/delos/

GeoDatenKultur ist ein Kulturlandschaftsinformationssystem zu den Kulturlandschaften in Westfalen-Lippe
www.lwl.org/LWL/Kultur/GDK/

Das Portal „Gärten und Parks in Westfalen-Lippe“ gibt Ihnen eine Übersicht der Gärten und Parks in Westfalen-Lippe
www.gaerten-in-westfalen.de

„Fremde Impulse“ ist ein Projekt zur Kulturhauptstadt Europas, Ruhr.2010, und stellt anhand von ausgewählten Beispielen den Reichtum und die spezifische Authentizität des Denkmalbestands im Ruhrgebiet durch fremde Einflüsse dar.
www.lwl.org/LWL/Kultur/fremde-impulse/

Neue Formen touristischer Kulturkommunikation am Beispiel des Projekts #Kunstpilgern

Jan-Paul Laarmann

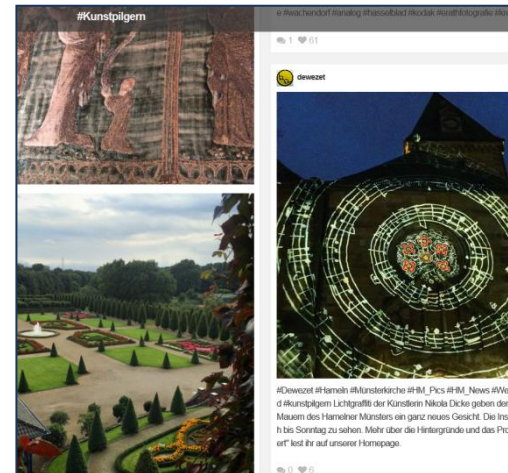
Beauftragter für Kulturkommunikation, Trend-Themen
und Social Media
Tourismus NRW e.V.

In Zusammenarbeit mit der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen realisierten Kulturkenner.de und Tourismus NRW e.V. im Herbst 2015 ein neuartiges Projekt im Bereich Multiplikatorenmarketing. Zur Eröffnung der Ausstellung THE PROBLEM OF GOD in Düsseldorf entwarfen sie im Netz vier neue, bildstark erzählte Reiserouten durch Nordrhein-Westfalen entlang der Verbindungslinien von zeitgenössischer Kultur und Religion. Anschließend gingen 15 ausgewählte Pioniere begleitet von großem Medienecho unter dem Hashtag #Kunstpilgern auf Reisen, von denen sie live und auch im Nachgang in ihren Blogs und Netzwerken berichteten. Als neues Instrument der anlassbezogenen Kommunikation wird dazu die Website www.kunstpilgern.de über den gesamten Ausstellungszeitraum weiterentwickelt. Im Kurzvortrag wurden Intention, Probleme und Erfahrungen reflektiert und ein neuer Ansatz eines metakuratorischen Tourismusmarketings durch neue Erzählungen vorgestellt. *Text: Jan-Paul Laarmann*

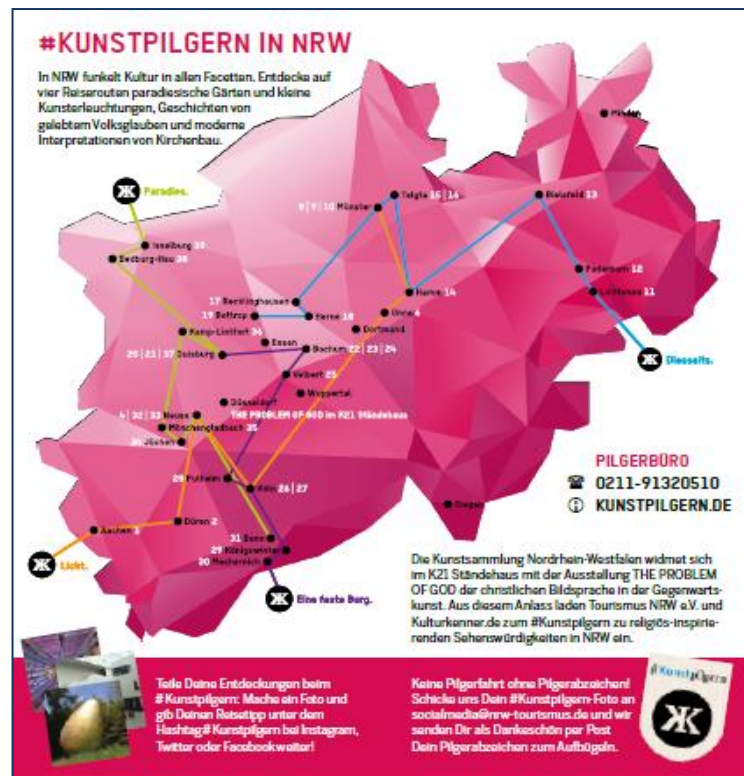
MEHR INFORMATIONEN

Unter folgendem Link finden Sie weitere Hinweise zum Projekt

<http://bit.ly/kunstpilgern>



Flyer zum Projekt Kunstpilgern



Quelle: Tourismus NRW e.V.

Digitale Kommunikation
Eine gemeinsame Chance?

3

Digitale Kommunikation

Eine gemeinsame Chance?

STATEMENT DES MODERATORS ZUR DISKUSSION

3

Dr. Jan Graefe

Geschäftsführer der Agentur Graefe media UG

„In einer zunehmend digitalisierten Lebenswelt wird die digitale Kommunikation von kulturellen Institutionen mit mündigen Bürgerinnen und Bürgern eine stärkere Rolle einnehmen müssen, als dies derzeit noch der Fall ist. Mobile Geräte (Smartphones, Tablets) sind stets verfügbar; Wissen und Informationen können und sollen jederzeit online abrufbar sein. Für kulturelle Institutionen ist es für die Außenwahrnehmung daher von großer Relevanz gut aufbereitete Informationen, Daten und Fakten für eine öffentliche Nutzung zur Verfügung zu stellen. Institutionen sollten sich mit Tourismusverbänden austauschen und eine digitale Strategie erarbeiten, denn der Schutz der Kulturgüter und ihre Bewahrung für kommende Generationen ist natürlich von eminenter Wichtigkeit.“

Kulturlandschaftsmarketing

Welche Strategien sind notwendig?

Ist die Landschaftsqualität ein Faktor im Wettbewerb der Regionen? Was sind die Kriterien für Qualität?

Werden die wertgebenden Merkmale von Landschaften schon genügend ausgeschöpft, um die Identitäts- und Imagebildung von Regionen zu fördern?

Wie sieht dann ein strategisches zielgruppenorientiertes Kulturlandschaftsmarketing aus?

Wie können der Erhalt des kulturellen Erbes und der Tourismus gemeinsam zum nachhaltigen Landmanagement beitragen?

Welcher Wissenstransfer ist hierfür notwendig?

Regiobranding

Branding von Stadt-Land-Regionen durch Kulturlandschaftscharakteristika

Dr. Daniela Kempa

Projektleiterin des Forschungsvorhabens

Institut für Umweltplanung, Leibniz Universität Hannover

Kulturlandschaften spielen eine wichtige Rolle bei der Beurteilung von Lebensqualität und Wohlbefinden in städtischen und ländlichen Regionen. Vor allem in ländlichen Regionen wird das Bedürfnis der Bevölkerung nach Identifikation und räumlicher Bindung auch wesentlich durch die umgebende Kulturlandschaft gestillt. Aber welche Aspekte der Kulturlandschaft prägen eine Region und wie können Landschaftsqualitäten erkannt und für eine nachhaltige Entwicklung in den Regionen eingesetzt werden? Dazu ist eine inter- und transdisziplinäre Annäherung an das Thema Kulturlandschaft und regionale Identität notwendig. Im Forschungsprojekt Regiobranding arbeiten Wissenschaftler und Praxispartner aus sieben Fachbereichen gemeinsam an der Beantwortung dieser Fragen. Mit den unterschiedlichen disziplinären Sichtweisen wird die Kulturlandschaft mit einer breiten Perspektive und Expertise betrachtet, die neben den natürlichen Landschaftselementen und der Landschaftsnutzung auch das kulturelle Erbe, bauliche Strukturen und die regionale Kultur sowie gemeinsamen Erfahrungen, Werte und Geschichte einbezieht. In der ersten Projektphase wird nicht nur das Offensichtliche und Prägende der regionalen Kulturlandschaft untersucht, vielmehr begibt sich das Projekt auch auf die Suche nach versteckten Werten.

Diese sollen durch Methoden aufgedeckt werden, die nicht nur die Außensicht auf die Region, sondern auch die Innensicht der Bewohnerinnen und Bewohner sichtbar macht.

Durch die Verknüpfung beider Ansätze sollen sowohl wertvolle Impulse von außen gegeben aber auch (bisher) versteckte identitätsbildende Kulturlandschaftswerte der Bevölkerung aufgedeckt werden, die zu einem Kulturlandschaftsbranding weiterentwickelt werden können. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Herausbildung und Festigung regionaler Identität(en) eine wesentliche Grundlage für ein langfristig funktionierendes Branding bildet; denn nur was von den Bewohnern und Bewohnerinnen einer Region getragen wird, kann glaubwürdig nach außen vermarktet werden.

Text: Daniela Kempa



Kulturtouristen

Eine Typologie

Dr. Yvonne Pröbstle

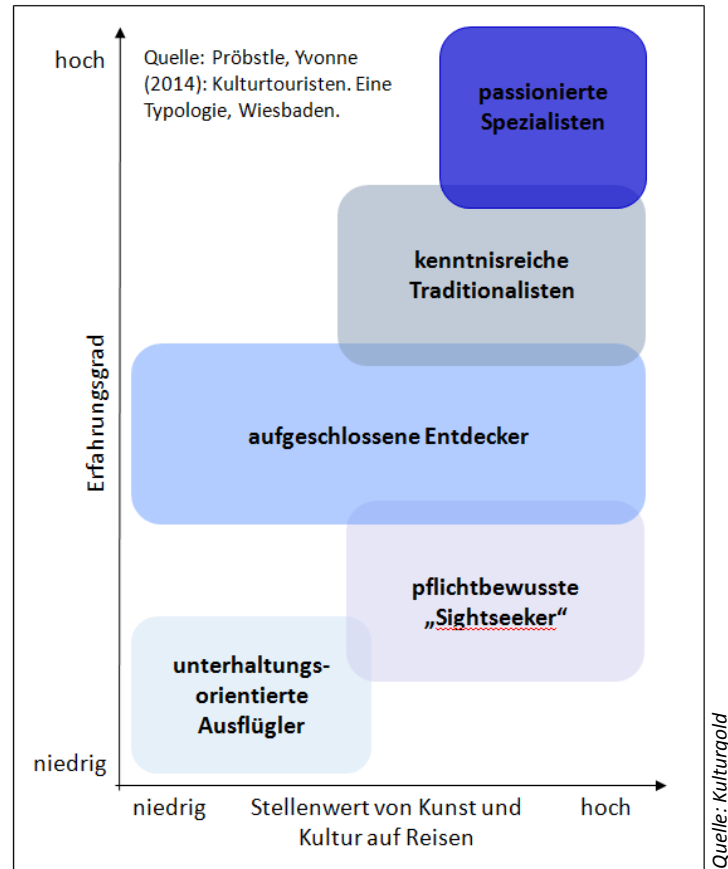
Geschäftsführende Gesellschafterin

Agentur Kulturgold, Stuttgart

Kultur- und Tourismusakteure beobachten aufmerksam ein reisefreudiges Kulturpublikum, das losgelöst vom Alltag und außerhalb der gewohnten Umgebung Kulturangebote in Anspruch nimmt. Touristiker begreifen kulturelle Ressourcen als Attraktivitätsfaktor in der Konkurrenz um die Gunst der Touristen, die Kulturbetriebe sehen ihrerseits ein Potenzial zur Besucherentwicklung. Erfolgreiche Strategien und Maßnahmen erfordern jedoch Kenntnisse über die potenzielle Zielgruppe. Wer also sind diese so genannten Kulturtouristen?

Dr. Yvonne Pröbstle stellt eine empirisch begründete Typologie der kulturtouristischen Nachfrage vor. Die Untersuchungsergebnisse erlauben Rückschlüsse auf das Kulturverständnis der verschiedenen Typen von Kulturtouristen, ihre Motive, und kulturellen Aktivitäten sowie ihre Rezeptions- und Aneignungsmuster im Alltag wie auf Reisen. Das Ergebnis ist eine differenzierte Sicht auf die kulturtouristische Nachfrage, die Kultur- und Tourismusakteuren eine Orientierungshilfe für strategische und operative Entscheidungen bietet und nicht zuletzt die Frage nach dem Kulturpublikum von morgen aufwirft.

Text: Dr. Yvonne Pröbstle



Kulturtouristen-Typologie

Kulturlandschaftsmarketing

Welche Strategien sind notwendig?

STATEMENT DER MODERATORIN ZUR DISKUSSION

4

Antje Nöhren

Geschäftsführer der Agentur Graefe media UG

„Die Diskussion spiegelte die unterschiedlichen Perspektiven und damit Definitionen von historischer Kulturlandschaft und Marketing wider. In diesem Zusammenhang wurde herausgestellt, dass alle an Planungen beteiligten Disziplinen herausgefordert sind ihre Kommunikationsarbeit so auszuarbeiten, dass interdisziplinäre Partner den jeweiligen Belang anhand von greifbaren Kernbotschaften verstehen und nachvollziehen können. Erst auf dieser Grundlage ist eine fächerübergreifende Zusammenarbeit möglich. Der Wissenstransfer müsste daher fachlich kompetent moderiert und didaktisch aufbereitet werden.“

Der Wert des kulturellen Erbes

Gibt es unentdeckte Potenziale?

5

Vor welchen Herausforderungen steht der Tourismus?

Vor welchen Herausforderungen steht der Erhalt der historischen Kulturlandschaft?

Ist die erhaltende Kulturlandschaftsentwicklung ein gemeinsames Ziel?

Wie kann in diesem Zusammenhang das Wissen des LWL helfen, neue Handlungsfelder für den Kulturtourismus zu erschließen?

Welche Qualitäten sind im ländlichen Raum vorhanden, die der Tourismus noch entdecken kann?

Wie könnte eine gemeinsame Strategie aussehen?

Die historische Kulturlandschaft mit ihren wertgebenden Elementen als Destination

Udo Woltering

Sachgebietsleiter Vermittlung und Baukultur
LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat 2014 die Studie „Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen“ herausgegeben und stellt darin fest, dass auch der ländliche Raum touristische Potentiale hat, dass sich aber die Kulturlandschaft als Kulisse für touristische Aktivität verändert und die regionale Identität gefährdet ist. Als Strategie wird vorgeschlagen, über Bewusstseinsbildung den Erhalt ländlicher Lebensräume in den Mittelpunkt der Entwicklung zu stellen. Lokale Identitäten sind in die touristischen Produkte zu integrieren, heißt es in der Studie.

Die spezifischen Identitäten und Charaktere der verschiedenen Kulturlandschaften werden in der Regel geprägt durch historische Gebäude (Baudenkmale), historische Landschaftsdetails wie z.B. Gärten und Parks, Alleen oder durch Strukturen wie spezielle historische Siedlungsmuster (Einzelhoflage im Münsterland oder Hagenhufendörfer in OWL). Sie geben dem jeweiligen ländlichen Raum die besondere Ausstrahlung und tragen zur besonderen Note der touristischen Destination bei.

Unser Fachamt hat in verschiedenen Veröffentlichungen die Besonderheiten der Kulturlandschaften in Westfalen-Lippe beschrieben. So weisen die Kulturlandschaftsführer des LWL auf die Besonderheiten entlang einzelner Wanderwege hin. Auf der regionalen Ebene sind die bedeutsamen historischen Kulturlandschaftsbereiche und Orte herausgearbeitet. Diese sind in den kulturlandschaftlichen Fachbeiträgen des LWL zu finden.

In unserer Datenbank www.lwl.org/LWL/Kultur/GDK/ oder in unserem Portal www.gaerten-in-westfalen.de sind umfassende Beschreibungen öffentlich zugänglich, die auch von Touristikern für die Entwicklung von Angeboten genutzt werden können. Und es kommen immer neue Erkenntnisse hinzu. Touristiker und LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen können hier eine fruchtbare Zusammenarbeit zum Erhalt der Identitäten der historischen Kulturlandschaften im ländlichen Raum eingehen. *Text: Udo Woltering*



Auswahl der Publikationen der LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen

Quelle: LWL-DLBW

MEHR INFORMATIONEN

Hier erhalten Sie eine Übersicht über alle Publikationen der LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen
www.lwl.org/dlbw/service/publikationen

Die „Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen“ finden Sie unter folgendem link:
www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF

Tourismus im ländlichen Raum Herausforderung im Kontext von Bewahren und Inszenieren des kulturellen Erbes

Dr. Alexander Schuler

Geschäftsführender Gesellschafter

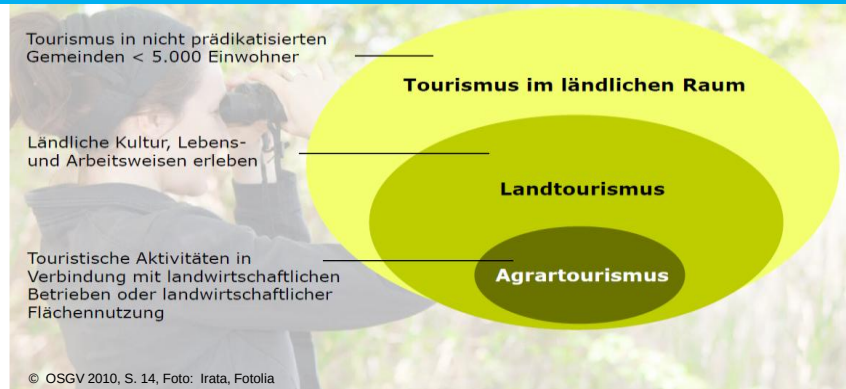
BTE Tourismus- und Regionalberatung

Partnerschaftsgesellschaft mbB

Seit fünf Jahren in Folge wachsen die touristischen Ankünfte und Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben in Deutschland. Sie erreichen 2014 mit 424,1 Mio. Nächtigungen einen neuen Höchststand. Mit den Übernachtungsgästen in den gewerblichen Betrieben, den 341,8 Mio. Übernachtungen im „Grauen Markt“, den 2,84 Mrd. Tagesreisen sowie den 75,6 Mio. Übernachtungen ausländischer Gäste wurde in 2014 ein touristischer Gesamtkonsum von 278,3 Mrd. EUR erreicht. Damit werden in Deutschland 2,9 Mio. Arbeitsplätze gesichert (vgl. DTV 2015).

In Deutschland boomt der Städtetourismus. Allein auf die zehn Magic Cities entfallen 20% Prozent der gewerblichen Übernachtungen. Auch der ländliche Raum kann in den vergangenen Jahren Steigerungen verzeichnen. Insbesondere Reisemotive wie „Lust auf Natur“, aber auch neue Trends wie „Raus aus dem Alltag“, „Entschleunigung“, das Interesse an regionalen Produkten oder eine wachsende Nachfrage nach Segmenten wie Wandern und Radfahren machen den ländlichen Raum interessant.

Aber was wird eigentlich als „Tourismus im ländlichen Raum“ bezeichnet? Der Tourismus im ländlichen Raum kann als übergreifende Begrifflichkeit verstanden werden, welche die „... Kulisse für vielfältige touristische Angebote und Aktivitäten ohne zwingenden direkten Bezug zu Landwirtschaft und ländlicher Kultur...“ bildet (Zeiner/Harrer, 2012). Beim Landtourismus steht dagegen die ländliche Kultur im Mittelpunkt (Einblicke in traditionelle Lebensweise, Konsum regionaler Produkte etc.).



Folie des Impulsvortrages

Welche Handlungsbedarfe bestehen, damit die ländliche Kultur für den Tourismus in Wert gesetzt werden kann?

- Markenbildung: Marken sorgen für mehr Vertrauen beim Gast, Sicherheit für den Unternehmer und Effektivität im Marketing
- Infrastruktur: Markenorientierte Infrastruktur (Objekte und Wege) schafft Reiseanlässe und ruft Folgeinvestitionen hervor
- Produktinszenierung: zielgruppengerechte Aufbereitung des Angebotes muss im Mittelpunkt stehen, Qualitätsorientierung
- Organisation und Kooperation: Aufgabenorientiert, vernetzt, arbeitsteilig, entlang der Wertschöpfungskette
- Nachhaltigkeit: Erhalt der Kulturlandschaft, Stärkung regionaler Identität, Barrierefreiheit, Schutz der Biodiversität etc.
- Fachkräfte: Fachkräftesicherung, -bindung, -entwicklung
- Mobilität: öffentliche Alltags- und individuelle Freizeitmobilität sind zu verzahnen, umweltschonende Anreise zu fördern
- Kommunikation & Vertrieb: Megatrend Digitalisierung, Vertrieb: Einbindung privater Partner

Text: Dr. Alexander Schuler

LITERATUREMPFEHLUNG

Rein, H./Schuler, A. (Hrsg., 2012):

Tourismus im ländlichen Raum www.springer.com



Der Wert des kulturellen Erbes

Gibt es unentdeckte Potenziale?

STATEMENT DES MODERATORS ZUR DISKUSSION

5

Klaus Beck

Architekt und Stadtplaner vom Büro „Architektur und Stadtplanung Klaus Beck

„Wir erleben das kulturelle Erbe im Zusammenspiel von Kulturlandschaft und Baukultur. Was bedeutet Kultur?“ Im Wortsinn sowohl das Bearbeiten wie auch das Pflegen, im weitesten Sinne Alles, was Menschen gestaltend hervorbringen. Das gilt gleichermaßen für die Um- Gestaltung der vorgefundenen „Ur“- Landschaft zur Kulturlandschaft wie für die darin errichteten Gebäude. Die traditionellen Kultur- und Baukulturlandschaften zeugen von jahrhundertelanger Arbeit von Menschen, und damit von einer aufbauenden und pflegenden Wirksamkeit, die das Vorgefundene aufgreift, entwickelt und verwandelt. Das steht in Gegensatz zu dem aktuell weltweit verbreiteten zerstörenden Umgang mit Landschaften und Lebensräumen. In diesem von Menschen gestalteten Vermitteln zwischen Natur und Kultur erkennen wir eine Einheit, die wir in ihrer Wirkung als „schön“ erleben, das Potential des kulturellen Erbes.“

Netzwerke

Welchen Wert hat interdisziplinäre Zusammenarbeit?

Welche Netzwerke gibt es?

Wie funktionieren diese?

Wie sind diese organisiert?

Gibt es Netzwerke zur Pflege der historischen Kulturlandschaft?

Gibt es Netzwerke im Kulturtourismus?

Welche Rolle spielt das Ehrenamt?

Wie vereinbart man gemeinsame Ziele?

Welche Strukturen und Prozesse sind dafür notwendig?

Wie können für gemeinsame Projekte Fördermittel akquiriert werden?

Bildungsnetzwerke zur Stärkung der regionalen DenkmalKultur

Karl-Eberhard Feußner

Leiter der DenkmalAkademie

Deutsche Stiftung Denkmalschutz

Das "Netzwerk Ländlicher Raum"

Fit durch Schulung und Erfahrungsaustausch

Ländliche Regionen stehen aufgrund des Strukturwandels vor großen Herausforderungen! Denn zusätzlich zu der absehbaren demographischen Entwicklung und der Notwendigkeit, unsere natürliche und gebaute Umwelt zu erhalten, führt die wirtschaftliche Lage zu einer stärkeren Verschiebung des öffentlichen Fokus auf die Ballungsräume. Das "Netzwerk Ländlicher Raum" der Denkmalakademie der Deutschen Stiftung Denkmalschutz hat sich die Erhaltung und Weiterentwicklung der vorhandenen Kulturlandschaft zur Aufgabe gemacht.

Das Netzwerk bietet ein Qualifizierungsprogramm bestehend aus Tagungen und Seminaren für Bürger, aber auch für politisch Verantwortliche, Fachvertreter aus Verwaltungs- und Planungsberufen sowie für regionale Arbeitskreise in der Dorferneuerung an, um Wissen über das kulturelle Erbe in der Landschaft weiterzugeben und um Konzepte für dessen Erhalt und Pflege aufzubauen. Ein Ziel dieser kulturellen Bildungsarbeit ist die Identifikation der Bewohnerschaft mit ihrem kulturellen Erbe. Auf dieser Basis darauf kann Kulturtourismus im ländlichen Raum aufgebaut werden, denn dieser stellt ein großes wirtschaftliches Potential für die Zukunftssicherung ländlicher Räume dar.

Zur Gründung des Netzwerks Ländlicher Raum erhielt die DenkmalAkademie eine Anschubförderung des Landes Hessen und der Europäischen Union (Leader+).

Auch nach Auslaufen der Förderung hat sich das Netzwerk etabliert. Seine Angebote haben so großes Interesse gefunden, dass sich 2014 erstmals neue Kooperationspartner aus anderen Bundesländern an den Netzwerk Angeboten beteiligten.

Text: Karl-Eberhard Feußner



Kulturelle Bildung von verschiedenen Zielgruppen

MEHR INFORMATIONEN

Informationen über unsere Veranstaltungen und Anmeldeunterlagen fordern Sie bitte unter nlr@denkmalakademie.de an.

Quelle: Deutsche Stiftung Denkmalschutz

6

Netzwerke
Welchen Wert hat interdisziplinäre Zusammenarbeit?

Vom Wert der Zusammenarbeit Die Wertschöpfungskette im Tourismus

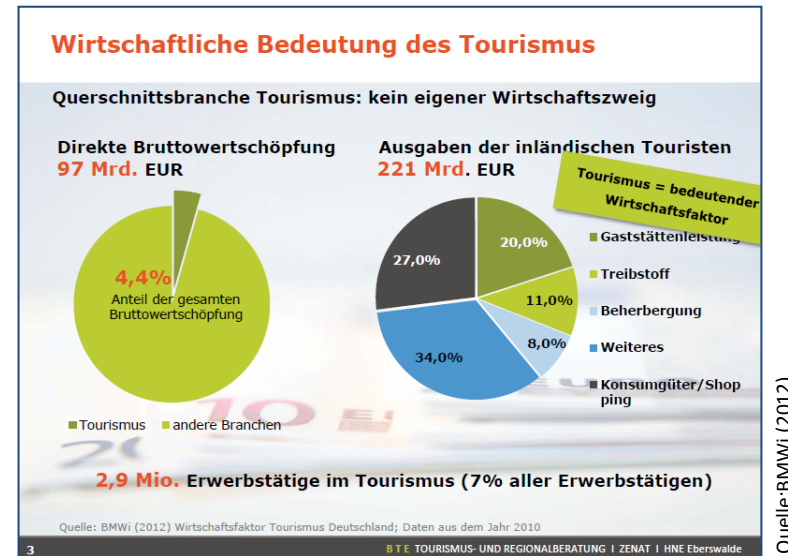
Prof. Dr. Hartmut Rein

Studiengangsleiter Nachhaltiges Tourismusmanagement
ZENAT Zentrum für nachhaltigen Tourismus
Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde

Der Tourismus gilt weltweit als wichtiger Wirtschaftsfaktor, der Wachstum und Beschäftigung generiert. In Deutschland trägt der Tourismus mit 4,4% zur Gesamtwirtschaftsleistung bei. Unter Berücksichtigung der indirekten und der induzierten Effekte des Tourismus erreicht dieser sogar einen Anteil von 9,7 Prozent an der wirtschaftlichen Gesamtleistung Deutschlands. Dieser hohe Beitrag beruht unter anderem auf den vielfältigen Verflechtungen, die für die Erstellung eines touristischen Angebotes erforderlich sind. Dafür sind Kooperationen und Netzwerke grundlegende Voraussetzung. Besonders deutlich wird dies, wenn man die vielfältigen Dienstleistungen und Produktbausteine betrachtet, die mit einer Reise verbunden sind. Diese werden getragen von privaten, halböffentlichen und öffentlichen Akteuren aus den Bereichen Tourismus, Gastgewerbe, Handwerk, Landwirtschaft, Einzelhandel, Verwaltungen, Vereinen, Interessengruppen etc. Eine „schöne Landschaft“ ist für 89,5% der Bevölkerung eines der wichtigsten Entscheidungskriterien für die Wahl eines Urlaubszieles. Die Qualität der Landschaft ist somit eine zentrale Grundlage für den Tourismus. Vielfältige Beispiele, die von Netzwerken aus Akteuren im Umfeld von Tourismus und Landschaft getragen werden, zeigen wie diese gemeinsam bewahrt werden kann.

Besonders ausgeprägte Netzwerke finden sich in den zahlreichen Naturparks, Nationalparks und Biosphärenreservaten, die zusammen die Nationalen Naturlandschaften bilden. Die sogenannten Partner-Programme bezeichnen Netzwerke zwischen den Schutzgebieten und regionalen Wirtschaftspartnern,

bei denen es v.a. um Kooperation zum Erhalt der Natur und Landschaft und die Entwicklung eines naturschonenden Tourismus geht. Diese Netzwerke tragen erfolgreich dazu bei, dass inzwischen 50,9 Mio. Menschen jährlich die deutschen Nationalparks und 65,3 Mio. Menschen die deutschen Biosphärenreservate besuchen und damit einen Bruttoumsatz von rund 2,1 Mrd. EUR pro Jahr bzw. 2,94 Mrd. EUR pro Jahr generieren. *Text: Prof. Dr. Hartmut Rein*



Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland, Daten aus dem Jahr 2010

LITERATUREMPFEHLUNG

Rein Hartmut/Schuler Alexander (Hrsg.) 2012: Tourismus im ländlichen Raum. Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.

In dem Buch finden sich eine Vielzahl von Beiträgen, die das Thema der Konferenz mit Fakten und weitergehenden Beispielen untersetzen.

6

Netzwerke
Welchen Wert hat interdisziplinäre Zusammenarbeit?

Welchen Wert hat interdisziplinäre Zusammenarbeit?

STATEMENT DER MODERATORIN ZUR DISKUSSION

Dr. Yasmine Freigang

Projektleiterin „Kultur in Westfalen“ bei der LWL-Kulturabteilung

Worüber sprechen wir?

Der Begriff Netzwerk wird in der Praxis für unterschiedliche Ausprägungen von Zusammenarbeit verwendet, die Grenzen sind fließend. Netzwerke agieren im Spannungsfeld zwischen öffentlichem Auftrag, bürgerschaftlichem Engagement und privatwirtschaftlichem Interesse. Sie sind ideell oder wirtschaftlich ausgerichtet, durch Social Media entstehen immer wieder neue Formen.

Was braucht ein gutes Netzwerk?

Als allererstes und immer: einen Kümmerer! // gemeinsame Ziele, diese müssen SMART sein // Mehrwert für jeden Partner // Qualität // auskömmliche Finanzen // Regeln // Vertrauen und vieles mehr ...

Was ist die wichtigste Motivation für Mitarbeit in einem Netzwerk?

Wissenstransfer

Ein Teilaspekt von vielen: Was brauchen ehrenamtliche Netzwerke am meisten?

Hauptamtlichen Manager/Kümmerer // Schulung und Begleitung // Anerkennung

RESÜMEE + AUSBLICK

„Im Rahmen unserer wissenschaftlichen Fach- und Beratungsarbeit setzen wir auch auf eine vernetzende Öffentlichkeitsarbeit. Die Diskussionsaspekte des Westfälischen Kulturlandschaftskonvents greifen wir auf, um sie an anderer Stelle zu vertiefen. Unsere Homepage und unser Newsletter informieren Sie über alle aktuellen Projekte, über unsere Fachgutachten, Publikationen und Datenbanken als auch über unser facettenreiches Veranstaltungsprogramm“.

Dr. Holger Mertens, Landeskonservator für Westfalen-Lippe

JETZT ABONNIEREN!

LWL-Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen

NEWSLETTER

Aktuelles | Veranstaltungen | Publikationen

www.lwl-dlbw.de



Was ist Reisen?
Ein Ortswechsel?
Keineswegs!
Beim Reisen wechselt man
seine Meinungen und Vorurteile.

Anatole François Thibault (1844 – 1924), französischer Erzähler, Lyriker, Kritiker und Historiker, Nobelpreisträger für Literatur (1921)

RÜCKFRAGEN UND ANREGUNGEN

Gerne können Sie uns bei Fragen
oder Anregungen kontaktieren.

**Landschaftsverband
Westfalen-Lippe**

Heike Schwalm
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Fürstenbergstraße 15
48147 Münster
Tel.: 0251 591-4567
Fax: 0251 591-4025
E-Mail: heike.schwalm@lwl.org