

A photograph of a modern building facade with large glass windows and a stone tower in the background. The building has a white frame and large glass panels. The sky is blue. The text is overlaid on a white rectangular background.

BAUKULTUR UND TOURISMUS

.....
Unterwegs zu neuen Partnerschaften
.....

BAUKULTUR UND TOURISMUS

Unterwegs zu neuen Partnerschaften

Bundesinstitut für
Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)
im Bundesamt für
Bauwesen und Raumordnung (BBR)

Juli 2020

INHALT

Grußworte	6
01 BAUKULTUR UND TOURISMUS ... STELLT SICH VOR	11
Hintergründe, Beteiligte und Ablauf des Projekts	
02 BAUKULTUR UND TOURISMUS ... UNTERWEGS	21
Ziele und Ergebnisse der Modellvorhaben (MV)	
MV Elbe-Weser	25
MV Mainbernheim	37
MV Mecklenburg-Strelitz	49
MV Sauerland	61
MV Südschwarzwald	73
MV Uckermark-Barnim	85
MV Weißwasser/Muskauer Faltenbogen	97
03 BAUKULTUR UND TOURISMUS ... PERSÖNLICH	109
Entdeckungstouren beteiligter Akteure	
04 BAUKULTUR UND TOURISMUS ... EMPFIEHLT	125
Empfehlungen zur Umsetzung	
Anhang	163
Impressum	178



GRUSSWORT

ANNE KATRIN BOHLE

**Staatssekretärin im Bundesministerium des Innern,
für Bau und Heimat**

Die Stärkung der regionalen Baukultur ist ein wichtiger Motor für die Weiterentwicklung eines nachhaltigen, zukunftsorientierten und dezentralen Tourismus. Baukulturell wertvolle Gebäude, Ensembles und ganze Orte können Regionen und Kul-

turlandschaften für den Tourismus hochattraktiv machen und auch ökonomisch in Wert setzen. Auf der anderen Seite kann wachsender Tourismus den Spielraum für gutes Planen und Bauen erhöhen und das Bewusstsein der Besucherinnen und Besucher für Baukultur stärken.

Doch beides wird bis heute immer noch zu wenig zusammengedacht und geplant – insbesondere auch in dezentralen Lagen, im ländlichen Raum. Um die jeweiligen Akteure zusammenzubringen und das interdisziplinäre Vorgehen in den Regionen zu verankern, haben das Bundesbauressort und das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung das Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“ aufgelegt. Über drei Jahre wurden gemeinsame Strategien, Methoden und Maßnahmen für eine zukunftsfähige gemeinsame Entwicklung von Baukultur und Tourismus in sieben Modellregionen erprobt.

Bei der Zusammenarbeit ging es vor allem darum, wie qualitätsvolles, regionaltypisches und zeitgemäßes Bauen und Planen gezielt als „Qualitätslabel“ einer Region genutzt werden kann, wie es die Tourismuswirtschaft unterstützen und die Lebensqualität in der Region insgesamt fördern kann.

Sieben Regionen – Elbe-Weser, Sauerland, Südschwarzwald, Weißwasser/Lausitz, Uckermark/Barnim, Mecklenburg-Strelitz und Mainbernheim – haben unterschiedliche Strategien der Verknüpfung von Bau-

kultur und Tourismus angewandt und erprobt. Was sie erreicht haben, unterstützt durch die Forschungsassistenz von HJPlaner und Compass, vor allem aber auch durch den Erfahrungsaustausch untereinander, ist bemerkenswert. Die Maßnahmen reichen von der Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsinstrumenten, über Sanierungs- und Inwertsetzungs-Konzepten, der Entwicklung von neuen Leitbildern bis hin zur Gründung von Kompetenzzentren, wie dem bauWERK Schwarzwald zur Förderung regionspezifischer Bau- und Handwerkskultur. Bei allen Modellvorhaben standen insbesondere Aufbau und Verstetigung interdisziplinärer Akteurs-Netzwerke im Fokus. Die guten Beispiele aus den Modellvorhaben motivieren hoffentlich viele Verantwortliche für Baukultur und Tourismus, auch in ihren Regionen künftig diese beiden Bereiche stärker zusammenzudenken, gemeinsame Netzwerke aufzubauen und innovative Projekte aufzulegen.



Anne Katrin Bohle



GRUSSWORT

DR. MARKUS ELTGES

Leiter Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung

Liebe Leserinnen und Leser, ein reiches baukulturelles Erbe und eine hochwertige Architektur sind für eine Region ein echtes Pfund. Sie stärken die Verbundenheit der Menschen mit ihrem Ort und ihrer Region – und prägen das Heimatbild. Ein reiches baukultu-

relles Erbe und eine hochwertige Architektur locken gleichzeitig viele Touristen an. Ein erfolgreicher Tourismus wiederum trägt zur Wertschöpfung in ländlichen Räumen bei. Er schafft damit größere Möglichkeiten für gutes Planen und Bauen.

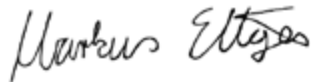
Das Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“ verknüpfte die Themen Baukultur und Tourismus miteinander. In den Modellvorhaben ging es vor allem darum, die regionale Entwicklung voranzutreiben. Im Fokus stand, wie Akteure beider Felder im ländlichen Raum zusammenarbeiten können und welche Werkzeuge sich dafür eignen.

Die ausgewählten Modellvorhaben verfolgten unterschiedliche Ansätze: Einige von ihnen – wie Uckermark-Barnim und Weißwasser – versuchten, die Öffentlichkeit und wichtige Akteure vor Ort für dieses Thema zu sensibilisieren und zu begeistern. Andere Modellvorhaben wie das Sauerland oder der Südschwarzwald konnten bereits auf ein vorhandenes Akteursnetzwerk zurückgreifen. Sie strebten innerhalb der Projektlaufzeit eine Verstetigung und Institutionalisierung an. Die Stadt Mainbern-

heim ging mit ihrem Projekt, das erste Albergo Diffuso in Deutschland zu werden, einen innovativen Weg.

Die Verknüpfung von Baukultur und Tourismus bietet einen großen Entwicklungsmehrwert – gerade für ländliche Regionen. Wichtige Bereiche auf dem Weg zu einer erfolgreichen Baukultur- und Tourismusregion sind die Netzwerkbildung und -arbeit, die Förderung von Baukultur und die Bewusstseinsbildung sowie Marketing und Kommunikation.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und inspirierende Lektüre.



Dr. Markus Eltges



BAUKULTUR UND TOURISMUS

... STELLT SICH VOR

.....

Wie kam es zum ExWoSt-Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“? Hintergründe, Beteiligte, Vorgehen und anderes Wissenswertes.

.....



BAUKULTUR ist für uns ...
GEBÄUDE
KULTUR - und
KUNST- und
WIRTSCHAFT

BAUKULTUR ist für uns ...
Zukunft durch
Herkunft

BAUKULTUR ist für uns ...
Kontextbezogen

BAUKULTUR ist für uns ...
Partizipation
Bürgerbeteiligung

BAUKULTUR ist für uns ...
+ Tourismus
DAS BESTE
AUS BEIDEN
WELTEN

BAUKULTUR ist für uns ...
PROZESSE

BAUKULTUR ist für uns ...
Atmosphäre

BAUKULTUR ist für uns ...
BEWUSSTSEIN
SCHAFFEN

BAUKULTUR ist für uns ...
KOMMUNI-
KATION

BAUKULTUR ist für uns ...
TOLERANZ
... DISZIPLINEN

BAUKULTUR ist für uns ...
IDENTITÄT

BAUKULTUR ist für uns ...
QUALITÄT

BAUKULTUR ist für uns ...
Vielfalt
ohne beliebig zu sein

BAUKULTUR ist für uns ...
GEMEIN-
SAM (VON
ANFANG AN)

BAUKULTUR ist für uns ...
im Wandel /
in Produkt-lebens-
zeit

BAUKULTUR ist für uns ...
REGIONS-
BEZOGEN

BAUKULTUR ist für uns ...
Ankurbelung

BAUKULTUR ist für uns ...
Einigung / Fortführung
auf gemeinsame
Kriterien

BAUKULTUR ist für uns ...
eine Möglichkeit
zur Populierung

BAUKULTUR UND TOURISMUS – EINE SICH FESTIGENDE BEZIEHUNG

Zugegeben, es ist noch immer eine zarte Bindung zwischen Baukultur-Akteuren und Touristikern. Doch das Bewusstsein, dass diese Zweisamkeit Gutes bewirken kann, ist in den Regionen angekommen.

Bundesweit existieren Beispiele für das gewinnbringende Zusammenwirken von qualitativem Planen und Bauen und touristischer Entwicklung. Die Intention, den Mehrwert für beide Seiten besser zu erschließen, ihn vor allem in ländlichen Regionen nutzbar zu machen, führte 2016 zum Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“. Es ist ein Projekt des Programms Experimenteller Wohnungs- und Städtebau (ExWoSt), eingerichtet vom ehemaligen Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit. Eine erste Studie „Regionale Baukultur und Tourismus“ wurde 2015 abgeschlossen. Die darin vorgestell-

ten Beispiele und Forschungsergebnisse unterstreichen: Das kooperative Handeln von Touristikern und Baukulturschaffenden macht Regionen zukunftsfähig, fördert Wertschöpfung und kann zur Stabilität ländlicher Räume beitragen.

Doch wie in jeder partnerschaftlichen Beziehung will dieses Miteinander geübt und gepflegt werden. In der dreijährigen Forschungsarbeit, die auf die Vorstudie folgte, lag deshalb der Fokus auf der Frage, wie sich regionale Kooperationen von Baukultur und Tourismus strategisch und operativ stärken lassen. Dazu sollten die bisherigen Ansätze und Erkenntnisse in die Praxis überführt und gemeinsam mit ausgewählten

Modellvorhaben (MV) an einer Umsetzung vor Ort gearbeitet werden. Folgende Ziele wurden dafür formuliert:

- Vernetzung relevanter regionaler Akteure aus Baukultur und Tourismus und Förderung der Zusammenarbeit beider Disziplinen
- Entwicklung geeigneter Baukultur- und Tourismusstrategien, die auch Werbestrategien zur Vermarktung von Baukultur einschließen und Erarbeitung von Beratungstools für beide „Seiten“
- Umsetzung der gemeinsam definierten Maßnahmen und Förderung beispielhafter Projektentwicklungen sowie
- Verstetigung des angeschobenen Prozesses und Evaluierung des Erfolges

AKTIV IM PROJEKT: REGIONEN UND PERSONEN

Zur Festlegung der Modellvorhaben startete das ExWoSt-Forschungsfeld im Frühsommer 2016 einen bundesweiten Projektauftrag. 72 Regionen reagierten mit einer Bewerbung und bewiesen damit die zeitgemäße Relevanz des Forschungsvorhabens. Aus dem Auswahlverfahren im Herbst des Jahres gingen sieben Regionen als Modellvorhaben (MV) hervor:

- MV Elbe-Weser
- MV Mainbernheim
- MV Mecklenburg-Strelitz
- MV Sauerland
- MV Südschwarzwald
- MV Uckermark-Barnim und
- MV Weißwasser/Muskauer Faltenbogen

Die Teilnahme hat in allen Modellvorhaben engagierte Touristik- und Baukultur-Akteure zusammengeführt. Wer dies im Einzelnen war und welche neuen Kooperationen auf den Weg gebracht wurden, wird in Kapitel zwei vorgestellt.

Begleitet und beraten wurden die Modelldestinationen während der gesamten Projektlaufzeit von einem interdisziplinären BAUKULTOUR-Team, bestehend aus den Stadtplanern/Architekten Dr. Frank Pflüger und Tina Hörmann von HJPplaner aus Aachen sowie den Tourismusexperten Martina Leicher und Karsten



Palme von der COMPASS Tourismusberatung aus Köln. Diese sogenannte Forschungsassistentin stand den Modellvorhaben bei Fragen und Problemen sowohl inhaltlicher als auch organisatorischer Art zur Seite. Außerdem konzipierte das Team die begleitenden gemeinsamen Veran-

staltungen und die Abschlusstagung im Kloster Chorin.

Unterstützt wurden sie von Anne Keßler, vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI) und von Christoph Vennemann, vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und

Raumforschung (BBSR), die zusammen die wissenschaftliche Begleitung des Projektes übernahmen.

INSTRUMENTE, FORMATE UND AKTEURE, DIE DAS PROJEKT TRUGEN

Der Erfolg der dreijährigen Zusammenarbeit ist maßgeblich auf die engagierten und motivierten Akteure zurückzuführen. Dabei gestaltete sich die Arbeit in den sieben Modellvorhaben – je nach Zielsetzung, Ausgangslage, Akteurskonstellation und regionalen Besonderheiten – sehr unterschiedlich. Die verschiedenen Wege zur erfolgreichen Baukultur- und Tourismusregion werden in Einzelbeiträgen im zweiten Kapitel „Baukultur und Tourismus ... unterwegs“ geschildert.

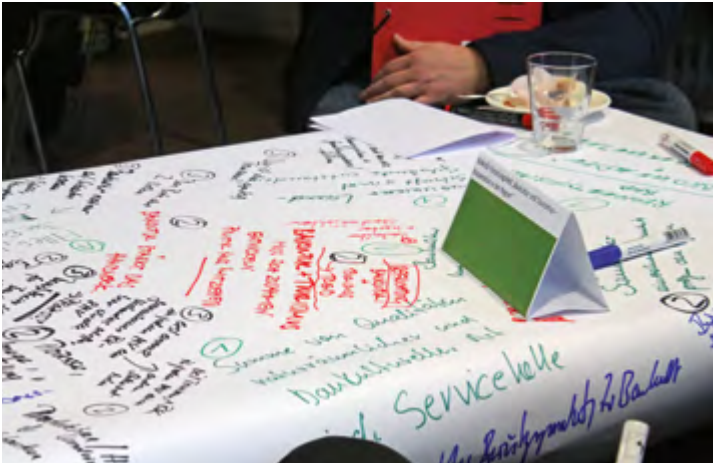
Bereisungen: Ein wesentlicher Bestandteil bei der Begleitung aller Modellvorhaben waren die halbjährlich durchgeführten Besuche in den Modellvorhaben durch das BAUKULTOUR-Team sowie die Vertreter/innen von BMI und BBSR. Hier ging es darum, einen eigenen Eindruck von der Situation vor Ort bzw. von der Region mit ihren baukulturellen und touristischen Potenzialen und Hemmnissen zu erhalten, die relevanten lokalen Akteure kennenzulernen und den aktuellen Sachstand zu reflektieren. So wurden regelmäßig die Projektziele, die Forschungsfragen, die durchgeführten Arbeits-

schritte bzw. Maßnahmen und die gemachten Erfahrungen diskutiert und baukulturell und touristisch interessante Örtlichkeiten besichtigt.

Erfahrungswerkstätten: In den durch die Forschungsassistenten moderierten mehrtägigen Arbeitstreffen tauschten sich alle beteiligten Modellvorhaben über ihre Erfahrungen, Erfolge und Misserfolge aus und lernten dadurch voneinander. Es ging vor allem darum, Fragestellungen, die sich aus der Zusammenarbeit von Baukultur- und Tourismusakteuren in der Praxis ergeben hatten, möglichst konkret zu beantworten und Lösungsoptionen zu erarbeiten.

Regionalkonferenzen: Neben den Bereisungen und den Erfahrungswerkstätten fanden sechs regionale Veranstaltungen in Form von Netzwerktreffen oder regionalen Auftaktveranstaltungen statt. Sie dienten dazu, in den Regionen über die Anliegen der Modellvorhaben zu informieren und die Erkenntnisse an regionale und lokale Akteure weiterzutragen. Im MV Weißwasser erfolgte zudem im Sommer 2018 ein internationaler Erfahrungsaustausch.

Wissenstransfer: Ganz wesentliche Ziele des Forschungsvorhabens waren die Weitergabe der Erfahrungen untereinander, die Ergebnissicherung und die Ableitung übertragbarer Erkenntnisse und Empfehlungen. Im



Rahmen ihrer Koordinationsaufgaben stellte die Forschungsassistentin den Informationsaustausch zwischen Auftraggeber und Modellvorhaben ebenso sicher wie den Austausch zwischen den sieben Modellvorhaben. Zum kontinuierlichen Wissenstransfer innerhalb des ExWoSt-Forschungsfeldes gehörte es auch, die aus der Projektarbeit hervorgegangenen „Guten Beispiele“ zu

sammeln. Sie werden in dieser Veröffentlichung auszugsweise vorgestellt.

Abschlussstagung: Den Abschluss des Forschungsfeldes bildete eine öffentliche Tagung unter dem Motto „Klosterpartie“ am 19. Juni 2019 im Kloster Chorin im MV Uckermark-Barnim. In Anwesenheit von Anne Katrin Bohle, Staatssekretärin



im Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI), nahmen neben Akteuren aus den Modellvorhaben auch Tourismusexperten und -praktiker, Architekten, Stadt- und Landschaftsplaner, Denkmalpfleger, Vertreter von Politik, Ministerien, Verwaltung, Verbänden beider Disziplinen und Pressevertreter teil. Ebenso vertreten waren Interessenten aus den Regionen, die sich im Jahr 2016 um eine Aufnahme als Modellvorhaben beworben hatten.

Die äußerst positiven und für beide Disziplinen neuen interessanten Erfahrungen und Erkenntnisse der dreijährigen Arbeit im ExWoSt-Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus“ haben das BMI, das BBSR und das BAUKULTOUR-Team dazu bewegt, diese Publikation zu erstellen. Sie richtet sich an interessierte Menschen im Tourismus, an baukulturell Engagierte und natürlich an alle, die an der baukulturell und touristisch qualitätvollen Entwicklung des ländlichen Raumes interessiert sind. ★



Wir danken den Akteuren aus den Modellvorhaben sowie der wissenschaftlichen Begleitung in BMI und BBSR für die tolle Zusammenarbeit und den Autorinnen und Autoren der „Exkurse“, dass sie ihre ganz subjektive Sicht auf einige Aspekte von BKuT-Kooperationen in ihrer Region ergänzend beigetragen haben.



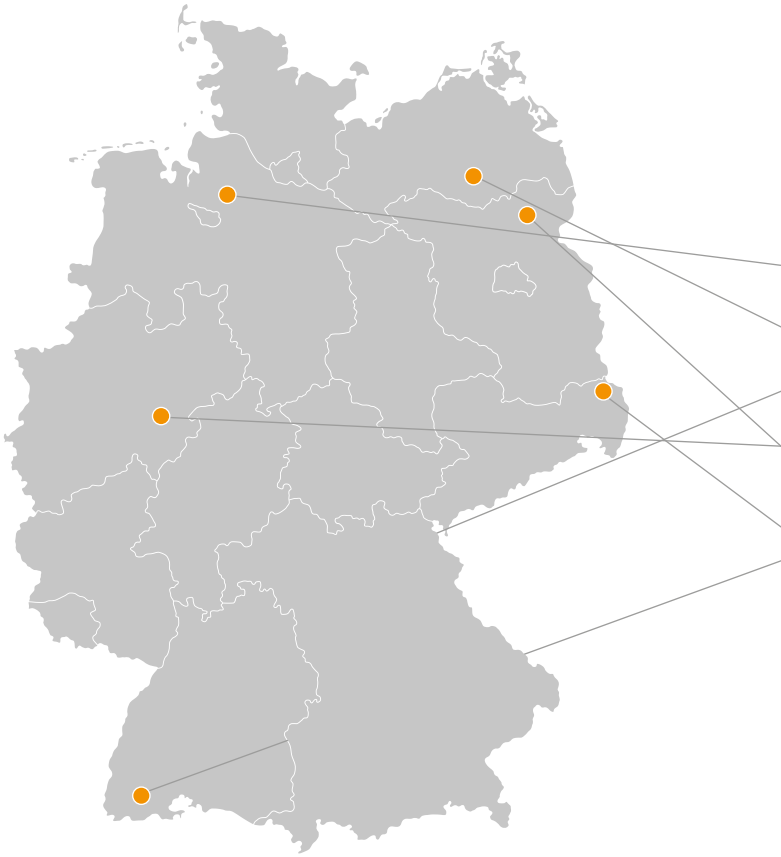
BAUKULTUR UND TOURISMUS

... UNTERWEGS

.....

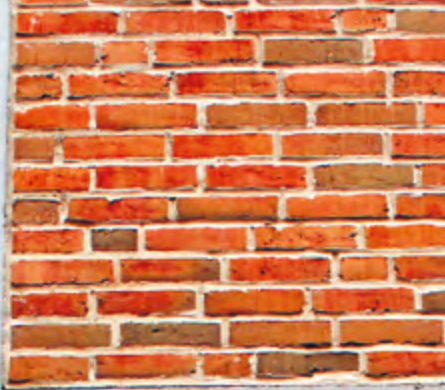
Sieben Modellvorhaben haben die Kooperation von Touristikern und Baukulturakteuren in ihren ländlichen Regionen erprobt und vorangebracht. Von ihren Ausgangslagen, Zielen und Ergebnissen wird im Folgenden berichtet. Dazu gibt es jeweils zwei „Gute Beispiele“ als anregende Impulse.

.....





MV ELBE-WESER	S. 25
MV MAINBERNHEIM	S. 37
MV MECKLENBURG-STRELITZ	S. 49
MV SAUERLAND	S. 69
MV SÜDSCHWARZWALD	S. 73
MV UCKERMARK-BARNIM	S. 85
MV WEISSWASSER/ MUSKAUER FALTENBOGEN	S. 97

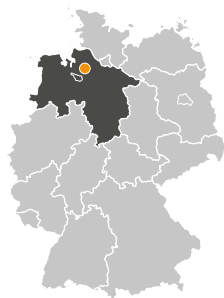


GESUCHT – GEFUNDEN: DIE SPUR DER STEINE

Zwischen Elbe, Weser und Nordsee prägt der Backstein nicht nur ganze Stadtquartiere, sondern auch die ländlichen Regionen. Doch taugt er auch als touristischer Leitfaden oder sollte sich die „Spur der Steine“ schlussendlich als Holzweg erweisen? Diese Frage stellten sich die Akteure aus vier touristischen Destinationen der Elbe-Weser-Region innerhalb des Projektes nicht selten. Denn der Raum, der mit dem touristischen Leitfaden der Backsteinkultur verbunden und beworben werden soll, erwies sich nicht nur geografisch als äußerst divergent. Am Ende stand dennoch ein handfester Nutzen für alle Beteiligten. Nicht zuletzt dank einer guten Prise norddeutscher Stetigkeit.

AM ANFANG WAR DER BACKSTEIN ...

Lothar Tabery liebt es, seine norddeutsche Heimat aus der Perspektive des Radlers zu erkunden. Meist abseits der bekannten touristischen Routen unterwegs, gerät dabei eine Vielzahl interessanter vom Backstein geprägter Gebäude, Orte und Ensembles in seinen Blick. Ihr gemeinsames Schicksal: ein mehr oder weniger tiefer Dornröschenschlaf. Für den ehemaligen Vizepräsidenten der



Architektenkammer Niedersachsens und stellvertretenden Vorsitzenden des Forums BauKulturLand Elbe-

Weser war dies ein impulsgebender Wink. Dieses Potenzial zu nutzen für eine touristische Vermarktung und die Geschichte der Backsteinkultur für Touristen und Einheimische spannend zu inszenieren ist seither seine Mission.

Zu erzählen gibt es genug, denn die Geschichte des Backsteins reicht zurück bis 6.000 v. Chr. Damit ist der Backstein einer der ältesten Baustoffe der Menschheit. Im Elbe-Weser-Dreieck legt er eine gut sichtbare Spur. Seine variantenreiche Verwendung verbindet Dörfer und Städte, historische Gebäude und zeitgenössische Architektur. Diese „Spur der Steine“ mit lebendigen Formaten touristisch aufzubereiten, war das Anliegen des Modellvorhabens Elbe-Weser.

EINZIGARTIG! DAS ZAUBERWORT IM TOURISTISCHEN WETTBEWERB

Meer, Wind, Strandkorb – solche Urlaubsgeschichten erzählen viele Regionen im norddeutschen Raum. In dieser Konkurrenzsituation bietet die „Spur der Steine“ einen Anker zur Profilierung. Das Ziel: Entdeckungstouren nehmen Besucher und Bewohner der Region mit, vermitteln ihnen Wissenswertes über den Baustoff Backstein, erzählen interessante Geschichten über Menschen



Ziele des Modellvorhabens

- **Touristische Formate erarbeiten und zur regionalen Profilierung nutzen**
- **Get-together von Baukulturakteuren und Touristikern, um ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln**
- **Sensibilisieren für die Bedeutung von Baukultur in der Region und für die Region**

und ihre Häuser und schlugen eine Brücke zum Verständnis zeitgenössischer Architektur.

Für diese Idee fand Lothar Tabary schnell Mitstreiter, die Steine schlugen sozusagen Funken. Hans Hermann Bode, Kreisbaurat des Landkreises Stade und Vorsitzender des BauKulturLand e.V. Elbe-Weser, Benjamin Bünning, Geschäftsführer des Natur- und Erlebnisparks Bremerförde, sowie Dr. Ute Maasberg, Referentin für Öffentlichkeitsarbeit der Architektenkammer Niedersachsen, kamen als engagierte Förderer der Idee hinzu. Die Geschäftsführer weiterer Tourismusverbände aus dem Landkreis Stade, dem Cuxland sowie von Teufelsmoor-Worpswede-Unterweser vergrößerten den Kreis zusätzlich. Die ‚Hochschule 21‘ in Buxtehude übernahm die wissen-



schaftliche Begleitung des Projekts. Somit war die Gruppe der Akteure gut gemischt und starkklar für eine erste, grundlegende Analyse.

Schnell zeigte sich hierbei das enorme Potenzial, das sich im Elbe-Weser-Dreieck verbirgt. Als projekt-relevant wurden verschiedene Gebäudetypologien identifiziert. Sie alle sind durch den Backstein geprägt und bieten die Grundlage für vielfältige und interessante Geschichten. Neben Burgen, Schlössern, Herrensitzen, Rat- und Gemeindehäusern, Kirchen, Klöstern, Kapellen, Wohn-, Geschäfts- und Bauernhäusern wurden auch Lagerhallen, Spei-

cher, Archive, Kulturbauten, Hotels, Gaststätten, militärische Bauten, Industriegebäude, Türme und Landmarken als potenzielle Objekte betrachtet. Hinzu kamen weitere Objekte aus der Garten- und Landschaftsarchitektur, Gebäudegruppen und Ensembles sowie Straßenräume und Plätze. Diese in gemeinschaftlicher Arbeit zu analysieren, baukulturell und touristisch zu bewerten und in einer „Story“ über das Thema Backstein als touristischen Leitfaden durch die Region zusammenzuführen war die Aufgabe für die kommenden Jahre.

KURS HALTEN IN SCHWIERIGEM FAHRWASSER

Frisch gestartet, geriet die Projektgruppe schnell in schwieriges Fahrwasser. Auf ersten Treffen und Workshops stellte sich heraus: Die Umsetzung der Idee wird nicht einfach. Zu gering die Ressourcen, zu groß die Unterschiede in einer Region, die mehrere Landkreise umfasst, ländliche und städtische Destinationen, Küstenregionen und Hinterland. Mehrere Hundert Objekte wären zu analysieren gewesen und die Einbindung in die unterschiedlichen Strategien von vier Tourismusverbänden mit verschiedener Ausrichtung hätte geklärt werden müssen. Technische Lösungen zur Darstellung hätten ebenso gefunden werden müssen, wie das verbindende Element zwischen den Objekten und Orten, das gleichzeitig noch von touristischer Relevanz sein sollte. Als große Hürde stellten sich zudem die begrenzten zeitlichen Ressourcen der Tourismusverbände dar. Themen, wie etwa Digitalisierung, Marketing, Nachhaltigkeit, barrierefreie Gestaltung der Destination, ließen die „Spur der Steine“ häufig zur Standspur werden. Als anfänglicher Stolperstein erwies sich darüber hinaus das noch relativ geringe Wissen über Baukultur aufseiten der Tourismusverbände. So konnte der potenziell aus dem Projekt erwachsende Mehrwert zur Profilierung der Destination zunächst nur unzureichend bewertet werden. Umgekehrt fiel es

den Akteuren, die die baukulturelle Seite vertraten, schwer, die Arbeit von Tourismusverbänden und deren Bedarfe zu verstehen. Hier war intensive Informations- und Aufklärungsarbeit nötig, um beide Seiten zusammenzubringen und einen Dialog auf Augenhöhe zu ermöglichen.

Als hilfreich erwies sich dabei die Durchführung eines Workshops mit externer Moderation. In diesem wurden klarere Ziele definiert, ein konkretes Kernanliegen identifiziert, Schnittmengenthemen zwischen den Akteuren herausgefiltert und die Aufgaben des Projektes auf das Machbare begrenzt. Den Durchbruch für die gemeinsame Arbeit aber brachte die klare Formulierung des erwarteten Nutzens für die einzelnen Akteure. Während die Baukulturseite das Bewusstsein für das Thema und die Schärfung der Sinne für Baukultur und Architektur gefördert sehen wollte, fragten die Touristiker nach handfesten und vermarktbareren Angeboten, attraktiven Bildern und spannenden Hintergrundgeschichten.

ÜBER VERSCHLUNGENE WEGE ZUM ZIEL

Über den weiteren Weg des Modellvorhabens gab es unterschiedliche Vorstellungen. Zunächst sollte die Bahnlinie des Moorexpresses – ver-



kehrend zwischen Bremen und Stade – als roter Faden für die Vernetzung interessanter Objekte dienen, dann kamen weitere Routen ins Spiel, es wurden diverse Vorschläge zum „Storytelling“ entwickelt und zusätzliche Ideen zur Vermarktung eingebracht. Der Diskurs war aufwendig, führte in Sackgassen, auf Umwege und geriet zwischenzeitlich wieder ins Stocken. Zudem stellte sich die Frage, ob die Elbe-Weser-Region überhaupt eine touristische Destination ist und ob Baukultur ein verbindendes Element sein könnte. Dies wurde schließlich verneint,

denn die Gästeinteressen sowie die Angebote der Urlaubsgebiete zwischen Elbe, Weser und Nordsee unterscheiden sich deutlich. Der scheinbare Knock-out für das Miteinander erwies sich jedoch – einmal deutlich ausgesprochen und von allen akzeptiert – als Schlüssel zum Erfolg. Von nun an war der Prozess getragen von einem gemeinsamen Verständnis und von der Gewissheit, dass am Ende alle Beteiligten zwar unterschiedliche, aber dafür konkrete Nutzen davontragen würden. Doch was könnte die Grundlage dafür sein, wenn eine Route, ein



Thema allein nicht reichen würde, die divergierenden Bedarfe in der Modellregion zu erfüllen? In dieser Prozessphase wurde die zielführende Idee der Datenbank geboren. Sie bietet Destinationen vielfältige Möglichkeiten der individuellen Nutzung. So kann eine Destination ausgehend von den eingestellten Objektinformationen Angebote mit Mehrwert für ihre Gäste entwickeln.

DIE BACKSTEINE WERDEN DIGITAL

Willkommene Starthilfe für den Aufbau der Datenbank lieferte das Museum Schwedenspeicher in Stade. Über die Kooperation mit dem Museum konnte die Objekterfassung durch die bereits vorhandene Datenbanksoftware des Museums vorangetrieben werden. Die Objekte wurden zunächst katalogisiert, be-

schrieben, fotografiert und online gestellt. Die Sammlung unter dem Namen „Baukultur entdecken“ umfasst inzwischen 150 Einträge. Ihren Nutzern bietet die Webseite:

- die Sortierung nach Gebäudetypen und touristischen Regionen
- einen kombinierbaren Stichwortfilter für die Suche nach Orten und besonderen Merkmalen, wie z. B. Museum, Mühle etc.
- Links und Videos zu den eingestellten Objekten
- Kartendarstellungen für den geografischen Überblick
- einen integrierten Routenplaner für die Anreise mit privaten oder öffentlichen Verkehrsmitteln

Die Projektsammlung ist nicht abgeschlossen, sondern wird weiter in unregelmäßiger Folge ergänzt. Alle ausgewählten Bauwerke bezeugen den Umgang mit dem Backstein bzw. Mauerziegel als regionaltypischem Baustoff und mit dessen „steinernem“ Vorgänger, dem Feldstein. Die abrufbaren Informationen lassen Unterschiede, aber auch Parallelen und Zusammenhänge erkennen und ermöglichen die Annäherung an eine kulturgeschichtliche Betrachtung. Die Datenbank lässt sich einbinden in die Webseiten der regionalen Tourismusverbände. Es können Routen entwickelt, Bilder genutzt und Geschichten erzählt werden. Ein wertvoller Fundus zur Destinationsentwicklung und für

das Destinationsmarketing ist entstanden. Er hilft bei der Darstellung regionaler Baukultur und zeigt die Bedeutung des Backsteins und der entsprechenden Gebäude.

QUINTESSENZ

Die „Spur der Steine“ hat in der Region Elbe-Weser-Dreieck erstmalig Baukultur und Tourismus zusammengebracht. Jedoch bedurfte es einer Menge Zeit und intensiver Kommunikation, um ein Miteinander zu etablieren. Der Durchbruch gelang mit einer eindeutigen Definition des Nutzens des Modellvorhabens für alle Beteiligten. Auf dieser Basis entstand dann eine umfangreiche Datenbank mit über 150 Objekten. Die regionalen Akteure nutzen sie nun ganz nach ihrem individuellen Bedarf. Die Sammlung von Architekturobjekten mit Backstein als verbindendem Element ist zur Grundlage für touristische Routen, spannende Geschichten und informative Hintergründe geworden. ★



GUTES BEISPIEL

KATTAU MÜHLE IN BUXTEHUDE

SCHLAGWÖRTER

- Wohnen, Gewerbe und Restaurant
- Sanierung, Umbau und Erweiterung mit Anhebung des Gebäudes

WO? Buxtehude, Niedersachsen

WORUM GEHT ES? Die ehemalige Mühle am Hafen Buxtehudes ist ein markantes und städtebaulich wichtiges Gebäude. Ihre Sanierung und Neunutzung war nur mit außergewöhnlichem Aufwand durch Anhebung des teilweise abgesackten Gebäudes um ca. 40 cm möglich.

INHALT Die gute Zusammenarbeit von Stadt, Architekten und Investor führte nach intensiven Diskussionen mit der Denkmalpflege zu einem erfolgreichen Ergebnis. Das Gebäude enthält hochwertig ausgestattete Wohnungen in den Obergeschossen und zusätzlich Wohnungen auf dem Dach, sowie Gewerbeflächen im Erdgeschoss einschließlich eines italienischen Restaurants. Das Erdgeschoss wurde mit einer modernen, aber sensibel angefügten, Erweiterung vergrößert. Der Bezug zum Wasser ist an mehreren Seiten erhalten geblieben.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Die umgebaute Kattau Mühle ist ein positives Beispiel für die gelungene Integration moderner Elemente im Kontext einer stadtbildprägenden, historischen Bausubstanz.



GUTES BEISPIEL

TAUBENHOF IM GUT CADENBERGE

SCHLAGWÖRTER

- Unterkunftsbetrieb und Café
- Zusammenarbeit verschiedener Akteure
- Instandsetzung alter Bausubstanz und Gartenkultur

WO? Cadenberge, Niedersachsen

WORUM GEHT ES? Die Pächter des Taubenhofs haben durch Instandsetzung der alten Bausubstanz und durch das Angebot von Café und Übernachtungsmöglichkeiten gemeinsam mit dem vom Landkreis Cuxhaven unterhaltenen Graf Bremer Gutspark ein attraktives touristisches Anlaufziel geschaffen.

INHALT Ein besonderer Charme des Taubenhofs liegt im Fachwerk-Gebäudeensemble des Gutes. Kernstück ist das Gutscafé in der 1747 errichteten großen Scheune. Gästehaus, Kino, Kulturangebote sowie Kunsthandwerkermärkte ergänzen die Anlage. Der zugehörige Park ist baulich und kunsthistorisch besonders wertvoll und ein wichtiges Zeugnis der Gartenkunst des 19. Jahrhunderts. Es handelt sich um einen nach englischem Vorbild gestalteten Landschaftspark, der auch Relikte des Mittelalters und der Barockzeit aufweist.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Durch die Kombination von privatem und öffentlichem Engagement wurde eine baukulturell wertvolle Gesamtanlage erhalten und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.



MV MAINBERNHEIM

EINE STADT WIRD ZUM HOTEL

Ein bisschen wie zu Hause, ein bisschen wie im Hotel. Dieses Wohlfühlgefühl können Gäste eines Albergo Diffuso genießen. Der in Deutschland noch recht unbekannt Begriff beschreibt ein über den Ort „verstreutes Hotel“. Unterkünfte, zentrale Rezeption und Gastronomie sind kleinteilig ins Dorfleben integriert: Einheimische und Touristen begegnen sich ganz selbstverständlich. Der Gegenentwurf zum anonymen Massentourismus hat in Italien zahlreichen von Landflucht betroffenen Dörfern eine neue Perspektive vermittelt. „Warum nicht die Idee über die Alpen holen“, dachten sich die Mainbernheimer, „und damit neuen Schwung in das kleine historische Markgrafenstädtchen bringen?“ Geeignete Gebäude, Leerstand und vor allem Pioniergeist gab es genug.

EIN NEUES HOTEL IM ORT? LIEBER DEN ORT ZUM HOTEL MACHEN!

Die Idee ist bestechend! Anstatt Gäste zentral in einem Hotel unterzubringen, entstehen Zimmer und Apartments über den Ortskern verteilt in unterschiedlichen Gebäuden. Auf den Service eines Hotels muss dennoch keiner verzichten. Albergo Diffuso heißt das Konzept – ein ganzer Ort als Herberge. Das besondere Erlebnis für die Besucher: Ein



Albergo Diffuso hebt die Trennung zwischen Einheimischen und Touris-

ten weitgehend auf. Der Gast rückt dicht heran ans normale Dorfleben. Die Gassen der Stadt sind der Hotel- flur, der die einzelnen Unterkünfte verbindet, die öffentlichen Plätze sind Begegnungsorte, zum Frühstück lädt das lokale Café, Abendessen gibt es im Gasthaus. Anstatt mit anderen Touristen im Hotel zu sitzen, treffen sich Einheimische und Gäste ganz selbstverständlich und essen die gleichen regionalen Gerichte. Ein Konzept, das den Bedürfnissen vieler Reisender nach Authentizität, Nähe und Individualität entspricht.

Neu ist das Konzept nicht: Über 100 Dörfer, Weiler und historische Ensembles in Italien arbeiten bereits seit mehr als 30 Jahren nach dem Prinzip der Alberghi Diffusi und sind in einem entsprechenden Verband organisiert. Erfunden wurde das Konzept der Alberghi Diffusi von Prof. Giancarlo Dall’Ara, einem italienischen Tourismusberater, der vor der Aufgabe stand, Lösungen für von Abwanderung betroffene Bergdörfer zu finden. Die Orte waren zwar traumhaft schön – wegen fehlender wirtschaftlicher Perspektiven wollte dort jedoch niemand mehr leben. Bei allem Erfolg in Italien und ersten Nachahmern in der Schweiz, steht das Konzept nördlich der Alpen erst am Anfang.



.....

Ziele des Modellvorhabens

- **Leerstand im historischen Ortskern überwinden**
 - **Eine in Deutschland einzigartige Unterkunftsart und ein touristisches Alleinstellungsmerkmal schaffen und neue Gäste gewinnen**
 - **Touristen zu Gästen der Stadt machen, indem sie dezentral verteilt im Ortskern wohnen**
-

REIZVOLL: EINE LÖSUNG FÜR MEHRERE PROBLEME

Peter Kraus, der 1. Bürgermeister von Mainbernheim, hatte schon seit Längerem mit Leerständen im historischen Ortskern zu kämpfen. Mit den beauftragten Stadtplanern Markus Schäfer und Yvonne Slanz, vom Büro „transform“ aus Bamberg, suchte er nach Lösungen, den Ort zu beleben und Objekte einer neuen Nutzung zuzuführen. Gleichzeitig sollte der Tourismus angekurbelt werden. Die Idee für das erste deutsche Albergo Diffuso wurde geboren.

Anfängliche Untersuchungen im Rahmen des Mainbernheimer Konzeptes Albergo Diffuso wurden 2016 vom Bayerischen Landesamt für Denkmalpflege gefördert. Auch ein baulicher „Grundstein“ war schon gesichtet: Im Rahmen der



Stadtsanierung hatte die Kommune bereits vor Längerem ein Gebäude in der Altstadt erworben. Von einem Architekturbüro hochwertig in eine Radlerherberge umgebaut, sollte das Objekt zum künftigen Ankerort des *Albergo Diffuso* Mainbernheim werden.

Der Bürgermeister und die Planer fanden schnell Mitsstreiter. Erwin Riedelbach vom örtlichen Tourismusbüro und gleichzeitig Ferienwohnungsvermieter sowie die stellvertretenden Bürgermeister, Gasthofbesitzer und der Verein Altstadtfreunde mussten nicht lange überzeugt werden: Eine

erste Arbeitsgruppe formierte sich schnell. Die Chance, mehrere Herausforderungen mit einem Konzept zu lösen und sich gleichzeitig als innovative Stadt in einem starken touristischen Umfeld zu profilieren, wurde gerne angenommen. Die Stadt stellte in Aussicht, zwei historische Stadttürme nutzen zu können, Vermieter aus dem Ort boten ihre Zimmer und Apartments an, die Gasthofbesitzer waren mit im Boot und der Landkreis Kitzingen, die Regierung von Unterfranken und das Bayerische Landesamt für Denkmalpflege sagten ihre Unterstützung zu. Es konnte losgehen.



ALLEM ANFANG WOHLT EIN ZAUBER INNE – BIS ES UM DETAILS GEHT

Die Vision war da, die Akteure gewillt, die Ziele formuliert, die Arbeitsschritte definiert und eine Anschubfinanzierung durch das ExWoSt-Forschungsfeld gegeben. Nun gibt es aber kein Patentrezept für den Aufbau eines Albergo Diffuso. Allenfalls einen groben Rahmen stellen die vom italienischen Erfinder entwickelten Kriterien dar. Dazu zählen etwa: Die Bevölkerung muss selbst die Initiative ergreifen und investieren. Es soll nicht neu gebaut oder angebaut werden. Umbauten sind nur im Bestand erlaubt, um den besonderen historischen Stil der Orte

als zentrales Qualitätsmerkmal eines Albergo Diffuso zu bewahren. Und: Der Gast muss einen Ansprechpartner vor Ort haben und eine Möglichkeit, sich zu verpflegen. Innerhalb dieses Rahmens gibt es viele verschiedene Möglichkeiten, ein Albergo Diffuso zu entwickeln.

Wo aber viel Freiheit besteht, gibt es auch viele unterschiedliche Ansätze und Ideen. Die Fragen, die im Ort aufgeworfen wurden, waren entscheidend für die weitere Planung und sollten möglichst einvernehmlich beantwortet werden: Welche Qualitätsstandards sollen für das künftige Albergo Diffuso gelten? Wer ist der Betreiber und wie fi-

nanziert sich das Ganze? Wie wird der Zimmerservice organisiert? Wer darf Objekte einbringen? Was muss getan werden, um die historischen Stadttürme zu sanieren? Wie wird vermarktet, gebucht und abgerechnet? Während einige Akteure auf hohe Qualität und hohe Preise sowie professionelle Vermarktung drängten, bevorzugten andere einen niederschweligen Einstieg nach dem Motto: „Erst mal anfangen und sich dann schrittweise verbessern.“ Hinzu kam die Debatte um die baukulturelle Qualität der Objekte, um technische Fragen bei der Sanierung der Stadttürme und fehlende Erfahrungen im Hotelmanagement.

Parallel mit dem durchaus schwierigen Abstimmungsprozess stieg die Nachfrage nach Häusern, Wohnungen und Ladenlokalen, so dass der Leerstand nicht länger ein drängendes Problem des Ortes Mainbernheim war. Zu ersten Hindernissen gesellte sich also ein schwindender Handlungsdruck. In der Kombination eine große Herausforderung für die Akteure vor Ort. Die Idee drohte zu scheitern.

EIN LEITBILD MUSS HER

„Wenn ich mal nicht weiter weiß, gründ' ich einen Arbeitskreis“ – die Umsetzung dieses Mottos, oft zitiert und parodiert, half tatsächlich wei-

ter. Nachdem sich die Akteure eingestanden hatten, dass grundlegende Fragen in der anfänglichen Euphorie nicht gestellt worden waren, begann die Phase der inhaltlichen Arbeit und der Feinabstimmung. Es bildeten sich drei Arbeitsgruppen, die konkrete Inhalte der Themenbereiche herausarbeiteten:

- ▣ Qualität, Umfang, Ziele, Angebote des Albergo Diffuso
- ▣ Umsetzung eines Impulsprojektes und
- ▣ Betrieb eines Albergo Diffuso in der Praxis

In intensiver Diskussion wurden Kriterien entwickelt, die zur Beurteilung von Objekten für das Albergo Diffuso Mainbernheim herangezogen werden sollten. Bei diesen Kriterien ging es vor allem um die baukulturellen Qualitäten. Die Arbeitsgruppe sah es aber als schwierig an, Eigentümern bei der Innenausstattung maßgebliche Vorgaben mit auf den Weg zu geben. Zudem sichert die im Ort geltende Gestaltungssatzung, kombiniert mit einer verpflichtenden Sanierungsberatung, bereits die qualitative Umsetzung von Bauvorhaben. Um dieses Problem zu lösen und um den Rahmen für die zukünftige Entwicklung des Albergo Diffuso zu definieren, wurde ein Leitbild erarbeitet. Es diente auch dazu, klarer zu kommunizieren, was mit dem Albergo Diffuso geplant ist.

Es zeigte sich jedoch schnell, dass noch immer konkrete Fragen, wie beispielsweise die nach einem geeigneten Betreibermodell, der Vermarktung oder dem Management, nur unzureichend beantwortet werden konnten. Also wurde eine Exkursion nach Italien unternommen, um bereits bestehende Erfahrungen zu nutzen und unter anderem mit dem Entwickler der Albergo-Diffuso-Idee, Prof. Dall'Ara, persönlich zu sprechen. Im Ergebnis gab es dort viele Erkenntnisse und Lösungsansätze, aber immer noch keinen Durchbruch. Die zentrale Erkenntnis war: Die Alberghi Diffusi sind so unterschiedlich, wie die Orte, in denen sie liegen.

Die lange und intensive Beschäftigung mit dem Thema hatte aber schließlich zur Folge, dass nach und nach Klarheit bei den entscheidenden Fragen geschaffen wurde. Im Leitbild sind nun Aussagen enthalten, die der weiteren Entwicklung als Rahmen dienen werden. Dabei geht es um folgende Themen:

- Begrifflichkeiten und damit verbundene Ziele und Inhalte
- Kriterien für eine Teilnahme
- Qualitätssicherung über eine Gestaltungskommission
- mögliche Objektkategorien
- Geschäftsbetrieb
- touristisches Angebot
- Vermarktung und Beteiligungsmöglichkeiten

Gleichzeitig hat die Stadt Mainbernheim für die beiden historischen Stadttürme, den Pulverturm und den oberen Torturm, jeweils eine Machbarkeitsstudie in Auftrag gegeben. Überdies sanierten Mainbernheimer Unternehmer eine alte Schmiede, um dort eine kleine Brauerei mit Schankraum zu eröffnen – ein weiteres Angebotselement im werden den Albergo Diffuso. Die Krise war überwunden.

GUT DING WILL WEILE HABEN

Der Prozess hatte bis dahin über zwei Jahre gedauert und war geprägt von anfänglicher Euphorie, zwischenzeitlicher Verwirrung, ausführlichen Debatten und umfangreichem Erkenntnisgewinn. Diese Erkenntnisse zukünftig in ein tragfähiges Konzept zu überführen war der letzte Arbeitsschritt bis zum Abschluss der Arbeit als Modellvorhaben. Dazu ist der Albergo Diffuso Mainbernheim e. V. gegründet worden, der sich zum Ziel gesetzt hat, das Albergo Diffuso als lose Gemeinschaft von Beherbergungsbetrieben zu vermarkten. Das Projekt ist nun primär eine Privatinitiative und in diesem Sinne zumindest einem Ursprungsgedanken wieder nähergekommen. Das bringt den Vorteil mit sich, dass die privaten Akteure stärker in der Pflicht stehen, das Vorhaben voranzutreiben, und dass die umfänglichen Erwartungen gegenüber der Stadt Mainbernheim zurückgenommen werden. Die Stadt



hat aber zumindest eine weitere grundsätzliche organisatorische und finanzielle Unterstützung zugesagt. Das Albergo kann nun wachsen.

QUINTESSENZ

In Mainbernheim gab es gute Grundlagen für den Aufbau eines Albergo Diffuso. Die Förderung durch das ExWoSt-Forschungsprogramm hat der Entwicklung einen zusätzlichen Schub gegeben, sodass die Akteure mit viel Energie und Tatendrang gestartet sind. Fehlende Erfahrungen, unvermutete Schwierigkeiten, ungeklärte Grundlagen des Betriebs, der Finanzierung und der Qualität ließen jedoch zwischenzeitlich den Schwung erlahmen und führten zum Rückzug einiger Beteiligter. Die

Schlussfolgerung aus dem Modellvorhaben ist, dass innovative Tourismus- und Baukulturprojekte eine belastbare Akteursgruppe benötigen, die in der Lage ist, schnell auf neue Erkenntnisse und Begebenheiten zu reagieren. Den Akteuren sollte klar sein, dass unerwartete Herausforderungen auftreten können, für die flexible und neue Lösungen gefunden werden müssen. Kurzum: Pioniere haben es immer schwer. ★



GUTES BEISPIEL

EXKURSION ZU ALBERGHI DIFFUSI IN DER REGION FRIAUL

SCHLAGWÖRTER

- Von anderen lernen
- Blick über den Tellerand
- Neue Motivation für engagierte Akteure

WO? Akteure aus Mainbernheim/Unterfranken in Oberitalien

WORUM GEHT ES? Die Idee des Albergo Diffuso entstand in Italien. Bei diesen „verstreuten“ Hotels sind Zimmer, Rezeption und Gastronomie in diversen Gebäuden eines Ortes untergebracht. Um vom italienischen Original für das erste deutsche Albergo Diffuso zu lernen, unternahmen Akteure des MV Mainbernheim diese Exkursion.

INHALT Bei einer dreitägigen Reise nach Oberitalien wurden verschiedene realisierte Projekte besichtigt. Durch den Blick hinter die Kulissen und die Gespräche mit örtlichen Akteuren gewann das vorher abstrakte Konzept an Anschaulichkeit und Überzeugungskraft. Selbst stark entlegene Bergdörfer sind durch die Idee des Albergo Diffuso vitalisiert worden und haben über den sanften Tourismus neue wirtschaftliche Entwicklungschancen erhalten. Für die Besucher aus Mainbernheim war dies neuer Ansporn, intensiv an ihrer Idee weiterzuarbeiten.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Gemeinsam den eigenen Ort zu verlassen und anderswo mit Menschen zu sprechen, die ähnliche Projekte realisiert haben und mit den gleichen Fragestellungen konfrontiert waren, hilft, die eigenen Schwierigkeiten mit anderen Augen zu sehen und neu darüber nachzudenken.



GUTES BEISPIEL

RADLERHERBERGE MAINBERNHEIM

SCHLAGWÖRTER

- Sanierung und Umnutzung eines leer stehenden Gebäudes
Touristische Unterkunft und Veranstaltungsort im Zentrum der Altstadt

WO? Mainbernheim/Unterfranken, Bayern

WORUM GEHT ES? Mainbernheim befindet sich im Landkreis Kitzingen, der neben dem Wein auch das Wandern und das Radfahren im Naturpark Steigerwald und am Main als touristische Themen fördert. Die weitgehend intakte Altstadt Mainbernheims steht als Ensemble unter Denkmalschutz.

INHALT Durch die Sanierung eines im Besitz der Kommune befindlichen, historischen Gebäudes wurde eine „Radlerherberge“ mit sechs Zimmern für bis zu 14 Personen geschaffen, die den Radtourismus stärken und die Aufenthaltsdauer von Gästen erhöhen soll. Betrieben wird die Herberge durch die Gemeinde. Das historische Gebäude wurde mit wenigen zurückhaltenden Maßnahmen saniert. Für alle neuen Elemente, wie Anbau und rückwärtiger Zugang, wurden zeitgemäße Materialien und Bauformen gewählt, die den Altbau stimmig ergänzen. Der Saal wird auch für öffentliche Veranstaltungen genutzt.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Die Radlerherberge stärkt das touristische Potenzial des historischen Ortes und stellt eine baukulturell ambitionierte Keimzelle für das in Mainbernheim geplante Albergo Diffuso dar.



BAUKULTURELLES ERBE, GEFÜLLT MIT NEUEM LEBEN

Wäre der touristische Wettbewerb ein Kartenspiel, hätte Mecklenburg-Strelitz immer ein Trumpfpass auf der Hand. Als vermutlich größte Wassersportregion Mitteleuropas kann sich das einstige Großherzogtum seit Jahren seiner naturliebenden Gäste sicher sein. Doch ausruhen will sich die Modellregion auf dem Status quo nicht. Ihr Ziel: Die Kulturlandschaft soll die touristische Basis erweitern. Dabei geht es nicht nur um die Inwertsetzung des baulichen Erbes von Königin Luise & Co., sondern ebenso um zeitgenössische Interpretationen und Entwürfe. Doch damit das neue Ass im Qualitätstourismus zukünftig punkten kann, hieß es für die Akteure zunächst ein gemeinsames Spielverständnis zu entwickeln.

EIN TOURISTISCHES PORTFOLIO – NICHT NUR AUF WASSER GEBAUT

Wer zur Mecklenburgischen Kleinseenplatte reist, möchte Wassersport treiben, Rad fahren oder wandern. Das „Land der 1000 Seen“ bezeichnet sich selbst als die größte Wassersportregion Mitteleuropas. Da ist es nicht verwunderlich, dass rund 80 Prozent der Gäste Aktivitäten in der Natur als Reiseanlass angeben, nur



fünf Prozent benennen Kultur als Grund. Dabei gibt es in der Region einen Schatz baulicher und kulturel-

ler Besonderheiten – so zum Beispiel die gut erhaltene barocke Idealstadtanlage von Neustrelitz. Die Residenzstadt kann zwar kein Schloss mehr präsentieren, wird aber geprägt durch die gotische Schlosskirche sowie zahlreiche klassizistische und neugotische Bauten des großherzoglichen Baumeisters Friedrich Buttell aus der Mitte des 19. Jahrhunderts. Auch im Umland von Neustrelitz gibt es – wie fast überall in Mecklenburg-Vorpommern – herausragende Bauten der Backsteingotik sowie touristisch interessante Schlösser und Parks. Nicht zu vergessen: Aus der Familie des Großherzogs von Mecklenburg-Strelitz gingen drei europäische Königinnen hervor, darunter Sophie Charlotte, Königin von Großbritannien und Irland, und die beliebte Königin Luise von Preußen. Bekannt sind sie heute meist nur noch den Studienreisenden und älteren Besuchern der Region. Höfische „Verehrer“ pilgern denn auch zu den geschichtsträchtigen Stätten wie zur Schlossinsel Mirow, dem Geburtsort von Charlotte, oder zum Schloss Hohenzieritz, dem Sterbeort Luises.

Dass diese traditionelle Baukultur der Region einen Imagewandel nötig hat, um auch für jüngere Zielgruppen in Zukunft attraktiv zu werden und langfristig eine Saisonverlängerung über die Sommermonate hinaus zu erreichen, war den Touristikern schon länger bewusst. Daraus



Ziele des Modellvorhabens

- **Durch die Sensibilisierung für Baukultur die Tourismusentwicklung auf eine breitere Basis stellen**
- **Aufmerksamkeit für den kulturhistorischen Raum des ehemaligen Großherzogtums erzeugen**
- **Tourismus und qualitätsvolles Bauen enger verflechten**

erklärt sich auch der Untertitel des Modellvorhabens: „Historische Baukultur im Wandel“. Wie dieser Wandel erreicht werden kann, war eine der zentralen Fragen.

REGIONS- UND LANDES- AKTEURE VERNETZEN SICH

Als Projektträger fungierten der Landkreis und regionale Touristiker, die insbesondere bei der Antragstellung von der Landesarchitektenkammer und dem Landestourismusverband unterstützt wurden. Die Zusammenarbeit zielte darauf ab, an einem konkreten Beispiel im ländlichen Raum von Mecklenburg-Vorpommern zu zeigen, wie Städte und Gemeinden (und ihre Bausubstanz) und der Tourismus durch das Zusammenwirken aller thematisch



relevanten regionalen Akteure gestärkt und profiliert werden können.

Im Fokus stand die Untersuchung positiver Wechselwirkungen von Baukultur und Tourismus für die regionale Entwicklung. Gerade in Mecklenburg-Vorpommern ist das eine zentrale Frage, zählt der Tourismus doch zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen des Bundeslandes. Will die Region künftig touristisch als Baukulturregion wahrgenommen werden, ist dies, von der Aktualisierung und Modernisierung des touristischen Angebotes abgesehen, nur über eine intensive Kommunikation der gemeinsamen Ziele und vernetztes Handeln möglich. Eine dauerhaf-

te Zusammenarbeit aller relevanten Akteure sollte befördert werden.

ERFREULICHE RESONANZ, VIELFÄLTIGE ERWARTUNGEN

Der Startschuss fiel mit einer öffentlichkeitswirksamen Eröffnungsveranstaltung im Juni 2017 im „Kulturquartier Mecklenburg-Strelitz“. Sie sollte den potenziellen Akteuren die Projektinhalte, das geplante Vorgehen sowie die Zielvorstellungen nahebringen und als Initialzündung für Kooperationen dienen. Für den Auftaktworkshop des Modellvorhabens wurde „laut getrommelt“.

So konnte ein außergewöhnlich breites Spektrum an Akteuren motiviert werden. Neben überregionalen Vertretern der Architektenkammer Mecklenburg-Vorpommern und des Landestourismusverbandes, Mitarbeitern von Kommunal- und Regionalverwaltungen und Genehmigungsbehörden sowie zahlreichen Architekten folgten auch diverse Politiker/Bürgermeister der Einladung des Landrates. Ebenso nahmen Vertreterinnen und Vertreter von lokalen und regionalen Initiativen und LEADER-Aktionsgruppen, Hoteliers, Ferienwohnungsanbieter, Gastronomen, ein regionaler Holzhausproduzent und eine Pastorin der evangelischen Kirche („Pfarramt für Tourismus“) an der Veranstaltung teil. Die hohe Resonanz spiegelte aber auch die Vielfältigkeit der möglichen Ansätze, die Unterschiedlichkeit der Interessenlagen und die diversen Hoffnungen und Wünsche an das Modellvorhaben wider. Für die Koordinierungsgruppe keine leichte Aufgabe, hier in der Folgezeit den Fokus zu behalten und am Ball zu bleiben.

Gesetzt war als inhaltliche Klammer der nachhaltige Qualitätstourismus, der eine wichtige regionalökonomische Rolle spielt. Eine identitätsstiftende Funktion besitzt in der Region jedoch bisher vor allem der gemeinsame Naturraum. Der Wunsch: Zukünftig sollte das Zusammenspiel von Geschichte, Baukultur und Tou-

rismus neue, ergänzende Impulse geben und die regionale Identität stärken. Wie dies geschehen sollte und welche Zielgruppen angesprochen werden sollten, war noch festzulegen. Es kamen dafür sowohl Akteure aus dem Bereich der Tourismusförderung, Verwaltung und der Baukultur, aber auch potenzielle Investoren sowie öffentliche und private Grundstückseigentümer in Frage.

KLARHEIT DURCH SWOT-ANALYSE

Eine gemeinsam erarbeitete Potenzialevaluierung (SWOT-Analyse) war dann der zentrale Schritt und die Voraussetzung, um konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten. Im Rahmen der Analyse wurden zuerst zu den beiden Teildisziplinen Fragestellungen entwickelt. Bezogen auf den Tourismusbereich wurde beispielsweise gefragt, ob die touristischen Akteure über die Baukultur in der Region informiert sind und ob sich der Tourismus durch seine Verknüpfung mit Baukultur weiter ausbauen lässt.

Ergänzend ging es im SWOT-Teilbereich Baukultur darum, ob die Baukultur in der Region für jedermann verständlich beschrieben und, wenn ja, ob darüber erfolgreich informiert wird und inwieweit Kooperationen



und Vernetzungen von Baukultur und Tourismus vorhanden sind. Im Wesentlichen sollte herausgearbeitet werden, wie sich die regionale Baukultur zu einer starken und für den Tourismus verwertbaren Marke entwickeln kann. Dabei richtete sich der Blick nicht allein auf die Darstellung des baulich-kulturellen Erbes, sondern auch auf eine zeitgenössische Interpretation zukünftiger Bau- und Planungsaufgaben. Besonders vor dem Hintergrund der faszinierenden Landschaft ist Baukultur in diesem Kontext immer in Kombination mit dem Naturerlebnis zu sehen.

IM ERGEBNIS WURDEN ALS KERNPOTENZIALE DREI THEMEN IDENTIFIZIERT:

1. Baukultur & Essen: Historische Baukultur der land- und wasserwirtschaftlichen Lebensmittelproduktion als authentische Stätten für die touristische Infrastruktur (Gastronomie, Beherbergung, Unterhaltung) nutzen. Hier geht es z. B. um Nachnutzung von Ställen, Scheunen, Bootshäusern, Mühlen oder einer Meierei.
2. Bauen & Kulturlandschaft: Baukultur ist als ein prägendes Element in der Kulturlandschaft zu verstehen. Basis dafür ist es, die Komposition

der Landschaft zu verstehen, zu respektieren und fortzuführen.

3. Baukultur & Großherzogtum: Historische Baukultur – Zeugnis höfischen Lebens in Mecklenburg-Strelitz: Damit sind sowohl repräsentative Bauten wie Schlösser und Parkanlagen, Guts- und Herrenhäuser, Kirchen als auch Infrastruktur (Postämter, Bahnhöfe, Schleusen usw.) und Alltagsarchitektur (Landarbeiterhäuser, Speicher, Schmiede usw.) aus der Zeit des Großherzogtums gemeint, welche die historisch wertvollen Stadt-, Orts- und Landschaftsbilder der Region prägen.



Es ist ein breites Spektrum an Gebäuden, die in der jüngeren Vergangenheit in der Region durch den Tourismus eine Neu- bzw. Umnutzung erfahren haben. So wurde in Neustrelitz aus dem ehemaligen verfallenen Kornspeicher am Hafen ein Hotel, aus dem ehemaligen Postgebäude das „Kulturquartier“ inklusive Museum, Veranstaltungsräumen und Stadtbibliothek, aus der alten Kachelofenfabrik ein Kulturtreff mit Gästehaus und Programm kino; die entweihte Schlosskirche wurde zu einer Kunstausstellungshalle und der Wäschespül pavillon am See zum Café. Hinzu kommen weitere ambitionierte Einzelprojekte. Auch die aktuelle, hochpolitische Diskussion um einen möglichen Wiederaufbau des Neustrelitzer Schlosses ist in diesem

Kontext zu sehen. Sie zeigt, dass das Thema Baukultur die Akteure der Region stark beschäftigt.

VERSTETIGUNG ÜBER EIN BAUKULTUR-CAFÉ

Dem langfristigen Erhalt des Baukultur-Tourismus-Diskurses und der Kooperation von Baukultur und Tourismus in der Region soll ein „Baukultur-Café“ im Kulturquartier in Neustrelitz dienen, das als lockere Veranstaltungsreihe konzipiert ist und seit April 2019 regelmäßig ein Netzwerk aus Baukultur- und Tourismusakteuren zusammenbringt. Ziel ist, die notwendige Bewusstseinsbildung in den unterschiedlichen



Akteursgruppen und die Vereinheitlichung der Werte und Begrifflichkeiten in der Baukultur und im Qualitätstourismus weiter zu befördern.

QUINTESSENZ

Baukultur ist als weiterer wichtiger Baustein des Qualitätstourismus abseits der Küsten Mecklenburg-Vorpommerns identifiziert worden. Die Baukultur der Region Mecklenburg-Strelitz soll künftig vermehrt aufgegriffen und vermittelt werden. Voraussetzung dafür ist die langfristige enge Kooperation von Touristikern und Baukultur-Akteuren. Letztere sind gefragt, den fachlichen Hintergrund und die nötige „Hardware“,

spricht die baukulturell wertigen Gebäude, Anlagen und Informationen beizusteuern. Der intensive Prozess hat zudem neue Themen für die touristische Inwertsetzung zutage gefördert. Wichtigstes Fazit: Für eine touristische Vermarktung von Baukultur braucht es immer den Kontext der Region in Verbindung mit der Qualität des Naturraumes, denn für sich allein ist Baukultur im ländlichen Raum kein Reiseanlass. ★



GUTES BEISPIEL

CITTASLOW PENZLIN

SCHLAGWÖRTER

- Erhalt charakteristischer Stadtstrukturen
- Förderung der regionalen Identität
- Bewusstseinswandel zur Wertschätzung und Wahrung regionaler Besonderheiten

WO? Amt Penzliner Land, Mecklenburg-Vorpommern

WORUM GEHT ES? Das internationale Netzwerk „Cittaslow“ entstand 1999 in Italien aus der Slowfood-Bewegung. Ziel des Netzwerkes ist die Stärkung lokaler und regionaler Identität und eine bessere Lebensqualität. Der Fokus liegt auf Städten unter 50.000 Einwohnern. In Deutschland gibt es 21 Mitgliedsstädte (Stand: März 2020).

INHALT Seit 2013 gehört Penzlin zur Cittaslow-Bewegung. Schwerpunkte der Entwicklung sind Umweltpolitik, Infrastrukturpolitik, urbane Qualität, Aufwertung lokaler Erzeugnisse, Gastfreundschaft, Cittaslow-Bewusstsein und landschaftliche Qualität. Im Zusammenhang mit dem Themenfeld „Baukultur und Tourismus“ sind insbesondere die Aktivitäten zum Erhalt des Burgen-Ensembles und der historischen Altstadt mit der St. Marien Kirche zu nennen.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? In Penzlin hat man sich zum Ziel gesetzt, „ein authentisches Stück norddeutscher Geschichte zu bewahren und gleichzeitig bei der Sanierung der Innenstadt auf urbane Qualität zu setzen“ (www.amt-penzliner-land.de). Durch das Cittaslow-Netzwerk kann der Ort sich Anregungen und Hilfestellung dabei einholen.



GUTES BEISPIEL

CAFÉ IM WÄSCHESPÜLHAUS AM ZIERKER SEE

SCHLAGWÖRTER

- Gastronomie/Café in touristischer Umgebung
- Belebung denkmalgeschützter Bausubstanz durch Umnutzung
- Attraktives neues Angebot am Seeufer

WO? Residenzstadt Neustrelitz, Mecklenburg-Vorpommern

WORUM GEHT ES? Das ehemalige großherzogliche Wäschespülhaus ist Zeugnis der Baukultur im Großherzogtum Mecklenburg Strelitz. Baumeister war Friedrich Wilhelm Buttel für den Großherzog Adolph Friedrich. Das Wäschespülhaus wurde im Jahr 1821 erbaut. Im Jahr 2017 wurde es umgebaut.

INHALT Ein ortsansässiger Gastronom wendete sich mit der Idee, im Objekt ein Sommercafé zu eröffnen, an die Stadt Neustrelitz, die dieses Objekt verwaltet. Unter Hinzuziehung einer Architektin und des Denkmalschutzes konnte für das in Holzbauweise über dem Wasser errichtete Gebäude die neue Cafénutzung auf engstem Raum kurzfristig abgestimmt werden. In Koordination mit einer städtischen Maßnahme in der Nachbarschaft wurden die erforderlichen Anschlüsse realisiert.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Das beispielhafte Zusammenspiel der Akteure ermöglichte es, einen historischen Ort neu zu nutzen und erlebbar zu machen. Seit Caféeeröffnung im Sommer 2017 ist die Bekanntheit des denkmalgeschützten Wäschespülhauses spürbar gestiegen.



MV SAUERLAND

DIE SAUERLAND-IDENTITÄT GEWINNT KONTUR UND KRAFT

Das touristische Image des Sauerlands ist bestens: endlose Wanderwege, klare Stauseen, kleinteilige Orte, traditionelle Fachwerkhöfe und in der Wintersaison schnell erreichbare Skipisten. Doch worauf gründen die Sauerländer selbst ihre Identität, abseits der viel gerühmten Bodenständigkeit? Das Modellvorhaben hat eine inspirierende und Klarheit bringende „Nabelschau“ in Gang gesetzt. Dabei füllte sich der Begriff der Baukultur zusehends mit Leben und gemeinschaftsstiftender Bedeutung – festgehalten in einer selbstverpflichtenden Charta.

EIN INTERDISZIPLINÄRES NETZWERK MIT PASSENDER CHEMIE

Mit dem Ziel die regionale Identität des Sauerlandes zu ergründen und nach innen und außen zu stärken hatte sich bereits, bevor der Antrag zum Modellvorhaben gestellt worden war, ein „Sauerland-Markenrat“ gebildet. Sein Anliegen ist es am Thema sauerländische Identität zu arbeiten und die „Marke Sauerland“ zu modernisieren. So war es



eine wesentliche Intention der Teilnahme am ExWoSt-Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus“, dieses schon vorhandene Engagement zu

nutzen, um das Thema Baukultur innerhalb der Region strategisch anzugehen, die vielfältigen Aktivitäten zu bündeln und miteinander zu verzahnen sowie entstandene Bündnisse zwischen Tourismus, Wirtschaft und Kommunen auszubauen bzw. weitere zu knüpfen.

Wenn sich fast zwanzig Expertinnen und Experten unterschiedlicher Disziplinen – die unabhängig voneinander und in völlig verschiedenen Arbeitszusammenhängen im Sauerland aktiv sind – zum Thema „Baukultur und Tourismus“ zusammensetzen, gibt es naturgemäß verschiedene Vorstellungen, Erwartungen und Handlungsansätze. Diese zu sortieren, anzugleichen, ausdiskutieren und konstruktiv fortzuentwickeln war zunächst die wichtigste Aufgabe des neu gegründeten, ca. 20-köpfigen „Akteursnetzwerkes“. Von Anfang an war aber auch klar: Eine hoch qualifizierte Gruppe von Akteuren wird sich nur über eine längere Zeit binden, wenn jedes einzelne Treffen für die Teilnehmenden einen Mehrwert hat, es sich also lohnt teilzunehmen.

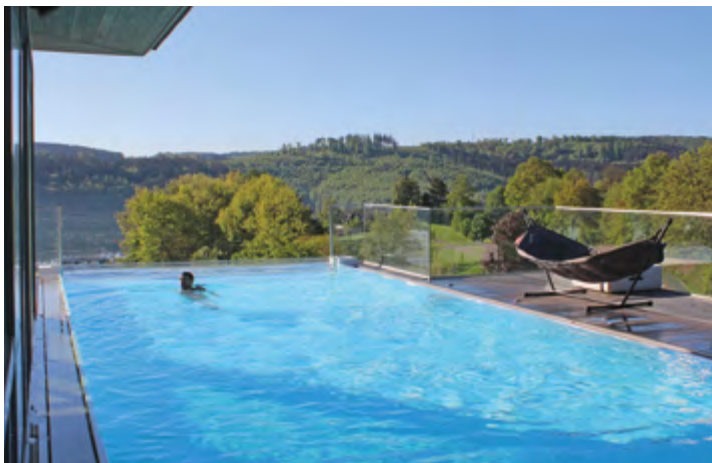
Dies ist offensichtlich gelungen. Über zwei Jahre hinweg hat sich die Gruppe etwa jedes halbe Jahr getroffen und zwei Tage lang an einem inspirierenden Ort im Sauerland getagt. Alle Netzwerktreffen wurden mit Unterstützung eines externen Büros inhaltlich und organisatorisch



Ziele des Modellvorhabens

- **Für baukulturelle Potenziale in der Region sensibilisieren und nach Möglichkeiten suchen, diese auch touristisch zu nutzen**
- **Unterschiedliche regionale Akteure vernetzen**
- **Expertise nutzen von Fachleuten, die im Sauerland und Südwestfalen aktiv sind**
- **Erarbeiten eines Leitbildes Sauerland-Baukultur – später „CHARTA Baukultur“**

gut vor- und nachbereitet. Zwischen den Treffen fanden teilweise Sitzungen von kleineren Arbeitsgruppen statt. Als Verbindung zwischen den Netzwerkmitgliedern und -terminen fungierte ein Kernteam, das die Idee für das Modellvorhaben entwickelt und die Akteure zusammengebracht hatte. Dass dieses Akteursnetzwerk im Modellvorhaben Sauerland so gut funktioniert hat, war einer der Erfolgsfaktoren. Die Zusammensetzung passte, die Chemie stimmte, die zeitliche Belastung durch die Treffen wurde offenbar durch den interessanten interdisziplinären Austausch kompensiert.



BAUKULTUR – EIN BEGRIFF, DER GEFÜHLT SEIN WILL

Wer regionale Baukultur fördern will, muss erst einmal ein gemeinsames Verständnis erarbeiten, worin sie besteht und was sie ausmacht. Dieser Deutungs- und Abstimmungsprozess hat das Modellvorhaben Sauerland von Anfang an begleitet und wird sich auch über den Abschluss hinweg fortsetzen. Dass er nicht nur von Baufachleuten zu führen ist, sondern ebenso von anderen Professionen und eine Diskussion in breiter Öffentlichkeit erfordert, wurde im Akteursnetzwerk schnell erkannt. Verschiedene Ansätze zur Annähe-

rung und Begriffsklärung sind erprobt und angewendet worden:

Der Fotowettbewerb „Lieblingsplätze gesucht“ hat die Öffentlichkeit niedrigschwellig zum Thema Baukultur angesprochen. Bevölkerung und Gäste des Sauerlandes waren aufgefordert, sich mit Fragen wie „Was macht das Sauerland für mich aus?“, „Wo finde ich es besonders schön oder besonders typisch?“ fotografisch auseinanderzusetzen. Vordergründig war die Fotoaktion zwar als Wettbewerb konzipiert, sie diente aber mehr als Umfrage. Die eingereichten Beiträge zeigten – ver-

mutlich nicht überraschend – weit überwiegend historische Gebäude. So wurde deutlich, dass öffentlich noch klarer zu vermitteln ist, worum es bei Baukultur geht – nämlich, dass ein breites Baukulturverständnis neben dem Umgang mit historischer Bausubstanz und dem baukulturellen Erbe auch das zeitgenössische Bauen, die Freiraum- und Landschaftsgestaltung sowie Planungsprozesse einbeziehen sollte.

Innerhalb des Akteursnetzwerkes bildeten sich Arbeitsgruppen zu den Themen „anregen/sensibilisieren“, „vermitteln“ und „erleben“. Es wurden gute Beispiele für Gebäude und baukulturelle Prozesse gesucht, gefunden und dargestellt. Es ging um „Storytelling“, d. h. um Geschichten, die das Typische einer Bauweise, die Besonderheit einer Landschaft, die Einzigartigkeit eines Ensembles oder die herausragende Bedeutung eines Gebäudes erklären und erläutern. Auch Instrumente zur Vermittlung wurden entwickelt, u. a. eine Baukultur-App, die auf Basis einer Datenbank Informationen zu baukulturellen Themen und Objekten von und für regionale Anbieter zeigt. Den größten Tourismusbezug hatte das Thema „erleben“: In der Arbeitsgruppe wurden touristische Musterprojekte identifiziert und neu entwickelt sowie Informationen dazu aufbereitet.

Aus dem Kernteam heraus wurde eine „Farbpalette des Sauerlandes“ als Collage gestaltet, die u. a. die Farben von Grauwacke, von unbehandeltem Holz und Fachwerk, von Schiefer und vom Grün der Wälder und Wiesen aufgreift. Ebenso entstand ein symbolisches „Werkstoffhaus“ mit einem Sockel aus Grauwacke, einem Eichenholzbaukörper und einem Schieferdach, das von einer Fachwerkbänderole zusammengehalten wird.

All diese Aktivitäten dienten dazu, ein gemeinsames Grundverständnis für die „Baukultur des Sauerlandes“ zu erarbeiten, den Begriff zu erläutern, mit Leben zu füllen und einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln. In zahlreichen Vorträgen und Veranstaltungen für unterschiedliche Zielgruppen (Verwaltung, Touristiker, Politik, Handwerk, Gewerbe, Bürgerschaft) sowie mit einer kontinuierlichen Pressearbeit wurden die Erkenntnisse und Aktivitäten des Modellvorhabens kommuniziert.

EINE „CHARTA“ ALS FUNDAMENT DER ZUKÜNFTIGEN ARBEIT

Zum Abschluss des Modellvorhabens ist nach intensiven Diskussionen untereinander und mit anderen Akteuren der Region eine Charta formuliert worden, die mit zehn Aspekten den Baukulturbegriff in seiner Breite erläutert. Sie beschreibt für alle, die



sich dem Thema verpflichtet fühlen und daran weiter arbeiten wollen, einen Grundkonsens und stellt eine freiwillige Selbstverpflichtung dar.

BAUKULTUR IST MEHR ALS EIN TOURISTISCHER MEHRWERT

Der Sauerland-Tourismus e.V., in Person seines Geschäftsführers Thomas Weber, war neben dem Initiator Klaus Fröhlich von der Stadt Arnsberg der zweite besonders wichtige Motor des Modellvorhabens. Trotzdem schwang das Thema Tourismus immer nur „mit“ und die Ansprüche

und Bedürfnisse der Gäste und Besucherinnen bzw. der touristischen Leistungsanbieter im Sauerland standen bei den Treffen des Akteursnetzwerkes nie allein im Vordergrund.

Die großen Vorbilder für eine erfolgreiche Baukultur und Tourismus-Kooperation – die Region Vorarlberg oder die Gemeinde Vals in Graubünden –, die es geschafft haben, Baukultur bzw. außergewöhnliche Bauten zum Reiseanlass für einen Besuch der Destination werden zu lassen, hatten natürlich auch die Sauerländer vor Augen. So ging es immer auch darum, bauliche und sonstige

außergewöhnliche Objekte und Projekte aus Architektur, Landschaft, Kunst etc. zu nutzen, um (über)regionale Strahlkraft zu erzeugen. Denn von diesen gibt es im Sauerland nicht wenige. In den vergangenen Jahren entstanden baukulturell sehr ambitionierte touristische Projekte wie Aussichtstürme, Plattformen, Landschaftsgestaltungen, Hotels oder sonstige Bauwerke; weitere sind geplant. Aber zentral war und ist die Auffassung, den im Sauerland bewährten Gestaltungskanon als touristisches Alleinstellungsmerkmal herauszuarbeiten und damit die regionale Identität zu schärfen.

Aus diesem Grund wird derzeit auch keine touristische Baukulturstrategie angestrebt. Es geht dem Sauerland-Tourismus und den anderen Akteuren im Netzwerk nicht darum, Touristen „anzulocken“, sondern darum, bei Bewohnern und Akteuren ein Selbstbewusstsein für die Region zu entwickeln und so die Baukultur insgesamt zu fördern. Dass dies dann auch die Gäste zu schätzen wissen, davon gehen die Netzwerker aus. Zudem werden die positiven Impulse weitere Bereiche wie etwa die Fachkräftesicherung stärken. Baukultur schafft somit einen Mehrwert für die gesamte Region.

WIE GEHT'S WEITER?

Zum Abschluss des Modellvorhabens wurde ein Werkstattbericht veröffentlicht, der die Ziele, die wesentlichen Arbeitsschritte und erprobten Strategien des Modellvorhabens leicht lesbar und übersichtlich zusammenfasst. Er verdeutlicht die unterschiedlichen Annäherungen an das Thema, nennt die Akteure und beschreibt den Prozess. Aber er macht auch Lust auf Beteiligung und Teilhabe, denn die Arbeit des Modellvorhabens Sauerland an „Strategien für Südwestfalen“ soll nicht abgeschlossen sein, sondern nach Beendigung des ExWoSt-Forschungsfeldes „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“ erst richtig starten.

Dazu wird als nächster Schritt im Rahmen des Förderprogramms REGIONALE 2025, die in Südwestfalen stattfinden wird, ein Antrag zur Einrichtung einer Netzwerkstelle gestellt, die die begonnenen Aktivitäten institutionalisiert und in der Region etabliert.

QUINTESSENZ

Eine große Stärke des Modellvorhabens Sauerland war und ist, dass für die Baukultur- und die Regionalentwicklung das Thema Tourismus zwar als sehr wichtig angesehen wurde, aber potenzielle Gäste des Sauerlandes nie allein im Mittelpunkt des Interesses standen. Es



wurde immer und ausschließlich an Baukultur für die Region als Ganzes gedacht und gehandelt. Es ging um die Menschen, die im Sauerland leben, arbeiten, investieren oder eben Urlaub machen. Für jeden Einzelnen ist Baukultur – nach Auffassung der Verfasserinnen und Verfasser der „Charta“ – von Bedeutung und alle sollen profitieren.

Basis für diesen Ansatz war das fachlich sehr breit aufgestellte Akteursnetzwerk, das zahlreiche Interessengruppen und Wirtschaftsbereiche

abdeckt und die Auffassung vertritt, dass „Sauerland-Baukultur“ der immaterielle Reichtum der Region ist, den es zu schützen, zu bewahren, weiterzuentwickeln und der Öffentlichkeit zu verdeutlichen gilt. ★



GUTES BEISPIEL

SAUERLAND-MUSEUM

SCHLAGWÖRTER

- Sanierung, Umbau und Erweiterung eines Museums
- Bauen im Kontext, städtebauliche Einbindung
- Gelungene Kombination von Alt und Neu

WO? Arnsberg, Nordrhein-Westfalen

WORUM GEHT ES? Im Rahmen der REGIONALE 2013 entschied sich der Hochsauerlandkreis zu Sanierung, Umbau und Erweiterung des Sauerland-Museums zum „Museums- und Kulturforum Südwestfalen“. Aus einem europaweitem Architekturwettbewerb ging das Büro Bez + Kock, Stuttgart als Sieger hervor.

INHALT Die Positionierung des Neubaus am Hang unterhalb des Altbaus, die Rücksicht auf bestehende Wegeachsen sowie die Anbindung an die renaturierten Ruhrterrassen spielten – neben der anspruchsvollen Innenraumkonzeption für ein modernes Museum – bei der Planung eine besondere Rolle und wurden in enger Abstimmung mit der Stadt Arnsberg entwickelt. Der Neubau bietet durch seine Lage und die Anordnung der Öffnungen außergewöhnliche Sichtbeziehungen zur Stadt und ergänzt das Stadtbild der Altstadt mit einer zeitmäßigen Formensprache.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Die Einbindung des prägnanten Neubaus in die vorhandene Hangkante, die Einbettung in ein landschaftsgestalterisches Gesamtkonzept und die Wiederherstellung der Sichtachse zum „Landsberger Hof“ sind in hervorragender Weise gelungen.



GUTES BEISPIEL

CHARTA SAUERLAND-BAUKULTUR

SCHLAGWÖRTER

- Baukulturvermittlung
- Bewusstseinsbildung
- Motivation von Akteuren

WO? Südwestfalen/Sauerland, Nordrhein-Westfalen

WORUM GEHT ES? Im ExWoSt- Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“ erarbeitete ein Akteursnetzwerk diese Charta, um die regionale Baukultur ins Bewusstsein von Bevölkerung, Kommunen, Bauherren, Planern, Bauhandwerk und Produzenten zu rücken.

INHALT Die Charta ist als „Selbstverpflichtungserklärung“ konzipiert, der möglichst viele Akteure beitreten sollen und die in der Zukunft fortgeschrieben werden kann und soll. Nach einem intensiven Diskussionsprozess wurden zehn Grundsätze für eine „Sauerland-Baukultur“ formuliert. Es werden die Vorteile und Chancen erläutert, die sich dadurch für die Region ergeben. Die Charta will keine Vorschriften machen, sondern informieren, interessieren und zur Beteiligung motivieren.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Aufzuschreiben und zu erklären, was in einer Region unter Baukultur verstanden wird, kann eine erfolgreiche Strategie sein, um das Thema Baukultur ins Bewusstsein eines größeren Akteurskreises zu bringen.

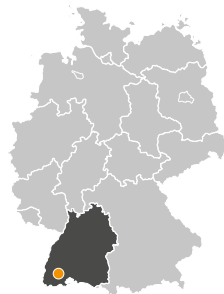


TRADITION UND MODERNE UNTER „EINEM DACH“

Der klassische Schwarzwaldhof steht für eine Zeit, in der der Alltag nicht immer heil, aber überschaubar war. Die Bilder der Höfe und Dörfer inmitten einer imposanten Mittelgebirgslandschaft haben sich in den Köpfen von Generationen verankert, machen den Südschwarzwald weltweit zu einem bebilderten Sehnsuchtsort. Für die Region eine Herausforderung. Es gilt, ein touristisches Image zu bewahren, ohne zu verkitschen und den Anschluss an die Architektursprache von heute zu verlieren. Das Modellvorhaben hat das Thema beharrlich in einen breiten interdisziplinären Austausch gebracht. Mit Erfolg: Beratungsangebote, Wettbewerbe, Best-Practice-Broschüren und zukünftig die Institution „bauWERK“ bauen Brücken in die Moderne. Den besonderen Genius Loci des Südschwarzwalds wird dies nicht schwächen, sondern stärken.

KUCKUCKSUHR UND BOLLENHUT – HAT DER SCHWARZWALD NOCH MEHR ZU BIETEN?

Ja, natürlich: Der Schwarzwälder Schinken oder die Schwarzwälder Kirschtorte gehören auch dazu. Nicht zuletzt diese geläufigen



Markenbegriffe stehen dafür, dass der Südschwarzwald ein weltweit bekannter, bebildeter Sehnsuchtsort ist. Die Pflege seiner Dörfer und der imposanten Mittelgebirgslandschaft ist somit unmittelbar mit der touristischen und damit auch der wirtschaftlichen Entwicklung der Region verbunden. Wichtig dabei erscheint die adäquate baukulturelle Weiterentwicklung der spezifischen Südschwarzwälder Bauformen und Dorfstrukturen – und zwar jenseits aller Kitschchromantik.

Neben dem Erhalt des baukulturellen Erbes des Schwarzwaldhauses geht es also um eine der Region angepasste Neuinterpretation dieser klassischen Gebäudetypologie für zeitgemäße Nutzungen. Ebenso ist es dringend notwendig, dass Gaststätten und Hotels ihr in die Jahre gekommenes Angebot aktualisieren. Dabei gilt es, die Erwartungen der Zielgruppe nationaler wie internationaler Besucher an eine attraktive und einmalige Urlaubsregion auf hohem Niveau zu erfüllen.

Das Zusammenspiel von regionaler Baukultur und Tourismusentwicklung bietet das Potenzial, in beiden Themenbereichen Verbesserungen im Sinne einer zukunftsfähigen Regionalentwicklung herbeizuführen und gleichzeitig das touristische Profil des Südschwarzwaldes zu schärfen. Regionale Baukultur bedeutet dabei für Bewohner und Besucher



Ziele des Modellvorhabens

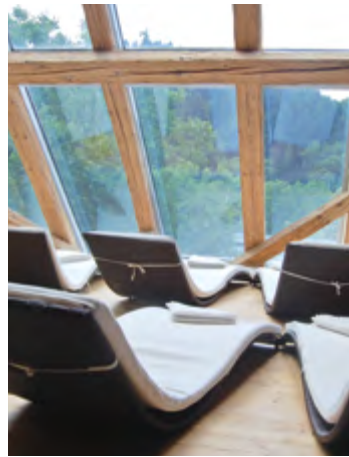
- **Die regionale Authentizität im Spannungsfeld zwischen Tradition und Moderne zeitgemäß weiterentwickeln**
- **Mit regionaler Baukultur die Identität stärken und zur Weiterentwicklung des kulturellen Erbes beitragen**
- **Mit Beratungsangeboten sowohl Bauherren als auch touristische Betriebe unterstützen**
- **Alle Aktivitäten in der Region auf einer Plattform für Baukultur bündeln: Kompetenzzentrum „bauWERK“ SCHWARZWALD**

gleichermaßen, durch die Bewahrung des baulichen Erbes sowie durch moderne, dem Ort angepasste Neugestaltung dem Lebensumfeld sowie dem Freizeit- und Urlaubsort unverwechselbare Identität zu verleihen.

KEIN START BEI NULL DANK HILFREICHER VORARBEIT

Der Weg, durch eine Qualitäts- und Beratungsoffensive in die Zukunft zu starten, hat zu Beginn des neuen Jahrtausends begonnen, als es der Tourismusbranche im Schwarzwald

deutlich schlechter ging als heute. Der damalige Regierungspräsident brachte wichtige Akteure des Tourismus und der Architektenschaft zusammen und startete 2009 gemeinsam mit der Architektenkammer Baden-Württemberg im Bezirk Freiburg die Initiative „Baukultur Schwarzwald – Neues Bauen im Schwarzwald“. Mit dem Auszeichnungsverfahren „Architekturpreis 2010“ sind gute Beispiele aus den Bereichen Städtebau, Siedlungsentwicklung, öffentliche Einrichtungen, Tourismus, Landwirtschaft, Wohnen, Gewerbe und Industrie zusammengetragen und in einer Broschüre veröffentlicht worden. Seither wird der Preis regelmäßig ausgelobt.



EINE NEUE ARCHITEKTUR- SPRACHE ALS BRÜCKE IN DIE ZUKUNFT

Was wäre der Schwarzwald ohne die typischen Schwarzwaldhöfe? Sie liegen landschaftlich freistehend und imposant oder auch in Ortslagen integriert, sind für Bewohner und Touristen gleichermaßen identitätsstiftend und Inbegriff einer über Jahrhunderte gewachsenen Architektursprache und Bautradition. Doch der Strukturwandel in der Landwirtschaft hält Einzug, die demografischen Entwicklungen tun ihr Übriges: Traditionelle Höfe fallen aus der Nutzung, stehen leer und

sind dem Verfall preisgegeben. Neue landwirtschaftliche Nutzungs- und Wirtschaftsformen erfordern neue Gebäude und neue Infrastrukturen. Die Dimension der Gebäude, die spezifischen Eigenschaften und die denkmalrechtlichen Anforderungen stellen hohe Anforderungen an die Um- bzw. Weiternutzung.

Eine Bestandsaufnahme im Rahmen des ExWoSt-Forschungsfeldes hat einen Überblick über den noch verbleibenden Bestand an historischen Schwarzwaldhöfen verschafft – sowohl über freistehende Höfe als auch über ortsbildprägende Ge-



bäude in Siedlungslagen. Auf Basis dieser Daten wurden mit Vertretern aus Landwirtschaft, Bau und Denkmalschutz weitere Schritte in den Blick genommen – ein spannendes Handlungsfeld, das die Arbeit der baukulturellen Weiterentwicklung in Zukunft wesentlich mitprägen wird.

Den Akteuren vor Ort war klar: Dieses kulturelle Erbe zu bewahren ist von zentraler Bedeutung. Es wird aber nur dann gelingen, wenn sich über den konservatorischen Erhalt hinaus gleichzeitig eine neue Architektursprache des Schwarzwalds mit regional angepassten Bautypologien entwickelt, die es schafft, die Historie in die Moderne zu überführen.

BEDARFSGERECHTES BERATUNGSANGEBOT VERSTETIGEN

Die Gäste im Schwarzwald kommen während ihres Aufenthaltes mit einer Vielzahl von Einzelunternehmern in Kontakt. Ob Gastwirt, Hotelier oder Vermieter einer Ferienwohnung: Sie alle prägen mit ihren Angeboten das Bild einer Region. Umso wichtiger, mit ihnen ins Gespräch zu kommen und über aktuelle Trends, Qualitäten und neue Perspektiven zu reden. Das im Südschwarzwald als Gastgeber-Beratungsangebot begonnene Gastronomie-Coaching trifft in diesem Zusammenhang den Nerv der Zeit.

Interessierte Gastgeber hatten zum Beispiel im Rahmen einer eintägigen Exkursion die Möglichkeit, drei bei-

spielhafte Neu- und Umbauten von Hotel- und Gastronomiebetrieben im Naturpark Südschwarzwald zu besichtigen und gemeinsam in den Austausch über qualitätsvolle und zukunftsfähige Angebote zu kommen. Ein Seminar für Gastgeber (Hoteliere, Gastronomen, Besitzer von Ferienwohnungen, Pensionen etc.) bezüglich der Gestaltung in und um ihren Gewerbebetrieb vertiefte das Beratungsangebot. Die Formate „Exkursion“ und „Seminar“ werden, nicht zuletzt aufgrund des guten Zuspruchs in der ersten Runde, zukünftig weitergeführt. Der Zuspruch ist auch deshalb hoch, weil im Schwarzwald, wie in vielen anderen touristischen Destinationen Deutschlands, ein umfänglicher Generations- und Eigentümerwechsel ansteht. Diese neuen Akteure gilt es zukünftig zu unterstützen und zu beraten.

Im Juni 2019 kam das Gastgeber-Magazin heraus. Das Magazin hat das Thema Baukultur und Tourismus umfänglich aufgearbeitet und mit Best-Practice-Beispielen für baukulturell-touristische Projekte bei Bewohnern, Gästen und insbesondere Gastgebern geworben. Das Heft war und ist eine Motivationshilfe für die vielen Betriebsinhaber, die zukunfts-feste Investitionsentscheidungen treffen wollen.

LASST UNS ÜBER GESTALTUNG REDEN!

Gestaltungsbeiräte sind ein bewährtes baukulturelles Instrumentarium. Deshalb ist im Rahmen des Modellvorhabens die „Gestaltungsberatung des Naturparks Südschwarzwald“ institutionalisiert worden. Sie hat das Ziel, die Gestaltungsqualität kommunaler, gewerblicher und touristischer Neu- und Umbauten zu erhöhen. Das eingerichtete Kuratorium „Gestaltungsberatung im Naturpark Südschwarzwald“ hat potenzielle Gestaltungsberater angesprochen und im Sommer 2018 eine Schulung für Gestaltungsberater durchgeführt. Die Gestaltungsberatung in Form der Gestaltungskommission hat sich etabliert und die Arbeit der Projektstelle „Gestaltungsberatung und Gestaltungskommission“ wurde gefestigt. Zusätzliche Projektgelder konnten für den werbewirksamen Kurzfilm „Regionale Architektur im Schwarzwald“ eingeworben werden. Ein besonders motivierendes Format war ein „Pecha-Kucha-Abend“ mit den Gestaltungsberatern zum Thema „Regionale Architektur im Schwarzwald“, bei dem in einer begrenzten Zeit kurzweilige Präsentationen geboten wurden.

Die Erfahrungen mit der Gestaltungsberatung vor Ort machen Mut. So können Bauherren qualifiziert beraten und Wettbewerbsverfahren für Einzelbauherren (z. B. Hoteliere)

bzw. Vereine (z. B. Bergwacht Schwarzwald) angeregt werden. Das Angebot rund um Themen der Architektur und Gestaltung wird rege nachgefragt, ist aber kein Selbstläufer. Eine solche Beratung muss bei der öffentlichen Hand und privaten Bauherrschaft aktiv beworben und niederschwellig angeboten werden. Die Sensibilisierung für Gestaltungsfragen braucht Ausdauer und Beharrlichkeit. Ohne die institutionelle Verankerung und die Ausstattung mit personellen und finanziellen Ressourcen gelingt dies nicht.



EIN „BAUWERK SCHWARZWALD“ ENTSTEHT

Zentrales Anliegen des über Jahre gewachsenen Netzwerks von Vertretern aus Architektur, Landschaftsplanung, Handwerk, Design, Regionalentwicklung, Tourismus, Bildung und Kultur ist es, eine Plattform bereitzustellen, die die Schwarzwälder Baukultur, das Handwerk und Design zusammenführt. Es geht darum, bauschaffende und gestaltende Akteure zusammenzubringen, sich auszutauschen, neue Kooperationen zu bilden und Impulse für den Erhalt der Schwarzwälder Bau- und Handwerkskultur zu geben.

Eine Projektgruppe „Schwarzwald_Institut“, später umbenannt in „bauWERK SCHWARZWALD“, erarbeite-

te gemeinsam mit den regionalen Akteuren eine Gründungskonzeption. Die Gründung eines Trägervereins ist in konkreter Vorbereitung. Das bauWERK wird als Wissensspeicher und Impulsgeber nachhaltig in der Region und über sie hinaus wirken. Es ist geplant, die Institution als Kompetenzzentrum für die Baukultur und das Handwerk an einem geeigneten Ort im Schwarzwald zu eröffnen und zu betreiben.

MOTOR NATURPARK SÜDSCHWARZWALD

Erfolgreich sein konnte das Modellvorhaben Südschwarzwald nur durch eine konsequente Netzwerkarbeit. Für das Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation

in der Region“ haben sich der Naturpark Südschwarzwald, die Architektenkammer Baden-Württemberg – Kammerbezirk Freiburg/Südbaden, und die Schwarzwald Tourismus GmbH zusammengeschlossen. Überzeugt davon, dass Baukultur und Tourismus in direktem Bezug zueinander stehen und sich gegenseitig positiv beeinflussen können, wurde zum einen das touristische Profil der Region gestärkt und zum anderen das Anliegen der regionalen Baukultur in vielfacher Weise vor Ort verankert.

Die Fäden liefen am höchsten Punkt des Schwarzwalds, auf dem Feldberg, beim Naturpark Südschwarzwald zusammen. Die beharrliche koordinierende und federführende Arbeit der engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Na-



turparks Südschwarzwald war ein wesentlicher Schlüssel dafür, den Schwarzwald zu einer Baukultur- und Tourismusregion zu machen.

QUINTESSENZ

Im Rahmen des Modellvorhabens ist die bereits vor Jahren begonnene Zusammenarbeit der Baukultur- und Tourismus-Akteure in eine koordinierte und nachhaltige Struktur überführt worden. Mit den Bausteinen „Erfassung der Schwarzwaldhöfe“, „Gestaltungsberatung“, „Gastronomie-Coaching“ sowie „Netzwerkarbeit“ wurde das Thema „Baukultur und Tourismus“ in der Region breit verankert. Darüber hinaus wird mit dem „bauWERK SCHWARZWALD“ ein Kompetenzzentrum für die Baukultur und das Handwerk im Schwarzwald entstehen. Es dient als offene Anlaufstelle für Fachleute und alle Interessierten der Handwerks-, Bau- und Wohnkultur im Schwarzwald. ★



GUTES BEISPIEL

DORFGASTHAUS „DAS RÖSSLE“ IN GESCHWEND

SCHLAGWÖRTER

- Erhalt und Wiedernutzung eines Baudenkmals und historischen Kultur-gutes
- Schaffung eines soziokulturellen Dorfmittelpunktes

WO? Todtnau-Geschwend/Südschwarzwald, Baden-Württemberg

WORUM GEHT ES? Das denkmalgeschützte, typische Schwarzwaldhaus im Dorf Geschwend beherbergte seit dem 16. Jahrhundert immer eine Gaststätte. Seit 2008 stand es leer, 2010 gründeten vier Familien die Genossenschaft „dasrößle eG“ zur Restaurierung und zum Betrieb eines neuen gemeinschaftlichen Dorfgasthauses.

INHALT Die urige Wirtsstube aus dem 18. Jahrhundert wurde inklusive der originalen Wand- und Deckenverkleidungen und Dielenböden saniert. Das Gasthaus verfügt nun außerdem über einen Biergarten und über sieben modern ausgestattete Doppelzimmer. Im Jahr 2013 war die Wiedereröffnung; die eG hat inzwischen über 300 Genossenschafter. Der Kulturverein „dasrößle e.V.“ organisiert im Dorfgasthaus ein vielfältiges Veranstaltungsangebot.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Das Besondere an diesem Projekt ist, dass durch den Zusammenschluss engagierter Bewohnerinnen und Bewohnern ein ortstypisches, historisches Baudenkmal erhalten und in eine touristische Nutzung gebracht werden konnte. Für die Einheimischen wurde „dasrößle“ wieder zu einem Ort, der das Dorfleben bereichert.



GUTES BEISPIEL

EXKURSION: GASTGEBER TREFFEN GASTGEBER

SCHLAGWÖRTER

- Direkte Zielgruppenansprache
- Bedürfnisse und Herausforderungen der Gastgeber erfahren und den Austausch untereinander fördern
- Know-how-Transfer

WO? Naturpark Südschwarzwald, Baden-Württemberg

WORUM GEHT ES? Im Rahmen des ExWoSt-Forschungsfeldes „Baukultur und Tourismus“ bot das Modellvorhaben Südschwarzwald im Juni 2018 eine Exkursion für Gastgeber an zu beispielhaften Neu- und Umbauten im Hotel- und Gaststättengewerbe.

INHALT Unter fachkundiger Führung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Naturpark Südschwarzwald als Projektträger und der Schwarzwald Tourismus GmbH wurden insgesamt vier Objekte besichtigt. Vor Ort konnten unterschiedliche Aspekte und Fragen zu Neu- und Umbaumaßnahmen im Gastgewerbe eruiert werden. Angesprochen wurden Themen wie das Umbauen im denkmalgeschützten Bestand, moderne schwarzwaldtypische Architektur, Betriebsformen, Innengestaltung und Design, Finanzierung und Fördermöglichkeiten. Durch die Fahrt machte sich der Naturpark als Ansprechpartner bei den Gastgebern bekannt.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Die Exkursion förderte den Austausch und Wissenstransfer zwischen den touristischen Gastgebern der Region. Durch die gemeinsame Fahrt gelang gleichzeitig eine baukulturelle Weiterbildung und eine Reflektion über die Gestaltung der eigenen Betriebe.

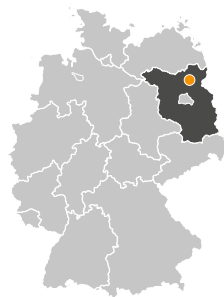


BAUKULTUR MACHT „STANDORTTREU“

Tausende Kraniche machen jedes Jahr Station im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin. Doch stets tickt die Uhr, das Naturwunder Vogelzug kennt kein Bleiben. Überzeugt standorttreu dagegen sind die meisten Menschen der Region Uckermark-Barnim. Sie schätzen das naturnahe Umfeld, genießen das Gefühl „der guten alten Zeit“, das die Orte oft noch ausstrahlen. Im Modellvorhaben wurde jedoch weniger zurück als nach vorn geschaut. Gesucht wurde nach Wegen, die gewachsene Kulturlandschaft mit ihren besonderen Feld- und Ziegelsteinbauten zu erhalten und mit Offenheit für Zeitgemäßes weiterzuentwickeln. Ein Prozess, der natürlich in einem Biosphärenreservat zugleich darauf abzielt, Tages-touristen und Urlaubern ein unverwechselbares Reiseerlebnis zu vermitteln – auch an Tagen ohne Kraniche ...

UCKERMARK UND BARNIM: KEIN FREILUFTMUSEUM, KEINE STEHENGEBLIEBENE IDYLLE

Die Uckermark liegt zusammen mit dem Barnim direkt vor den Toren Berlins und ist für viele Hauptstädter ein beliebtes Naherholungsziel. In die naturnahen Landschaften des UNESCO-Biosphärenreservates Schorfheide-Chorin eingebettet liegen Dörfer und Kleinstädte wie „aus



der guten alten Zeit“: Hier gibt es noch den grünen Anger, den Dorf-teich und das Feuerwehrhäuschen,

das Pfarrhaus, den Gutshof und die Schule sowie seit Jahrhunderten den bäuerlichen Drei- oder Vierseithof mit den typischen Mittelflurhäusern aus Fachwerk. Zusammen mit einigen baukulturellen und touristischen Highlights, wie dem Schiffshebewerk Niederfinow oder dem Kloster Chorin, bilden sie die Kulisse für ein authentisches und harmonisches Erholungs- bzw. Urlaubserlebnis. Viele Gäste kommen zwar wegen der Natur, aber erst durch die in harmonisch eingebundenen Dörfern erlebte stilvolle Gastronomie oder Beherbergung wird das Naturerlebnis zu einem Reiseerlebnis.

Allein das Biosphärenreservat verzeichnet jährlich rund zwei Millionen Besucher; etwa 70 Prozent davon sind Tagesgäste, überwiegend aus Berlin. Viele dieser Berliner Besucher entscheiden sich später für die Region als Wohnstandort. Nicht selten bringen sie dabei ihre Ansprüche an Wohn- und Infrastruktur mit, gleichzeitig aber auch frische Ideen und neue Impulse. Neben den neu zuziehenden Bewohnern spielen die Rückkehrer eine wichtige Rolle bei der perspektivischen Weiterentwicklung. Mit ihren Erfahrungen „aus der Fremde“ sowie ihren emotionalen Bindungen zur Heimat können sie wichtige Beiträge zur Regionalentwicklung leisten.

Es gibt aber auch eine Kehrseite der Medaille, die im Modellvor-



Ziele des Modellvorhabens

- ➔ **Über ein Leitbild für die eigene regionale Baukultur sensibilisieren**
 - ➔ **Instrumente zur Verbesserung der Baukultur kommunizieren und erproben – nicht nur im touristischen Bereich**
 - ➔ **Lebensqualität und Wertschöpfung steigern durch die Synergien von Baukultur und Tourismus**
-

haben ebenfalls offen diskutiert wurde: Kleine Dorfgemeinschaften und bauliche Ensembles – wie Groß Dölln, Beversee oder Groß Väter – werden durch die zunehmende Vermarktung schnell überfordert oder sogar übernutzt. Viele Hausbesitzer oder Dorfbewohner möchten sich nicht wie in einem Freiluftmuseum ausgestellt fühlen. Die Gefahr, dass letzten Endes die Kleinode und Geheimtipps durch den Anstieg der Touristenzahlen verschwinden, ist nicht von der Hand zu weisen. Die Herausforderung für eine zukunftsfähige Entwicklung ist also: Wie kann der Charme der Dörfer und Landschaften bewahrt werden, aber trotzdem Neues entstehen?



DER LANGE WEG ZU EINEM BAUKULTURELL- TOURISTISCHEN LEITBILD

Dass die Verknüpfung der Themen Baukultur und Tourismus gerade in einem Biosphärenreservat ein wichtiges Element zum Erhalt der Kulturlandschaft ist, wollten Petra Buchholz vom Landkreis Uckermark und Uwe Graumann vom Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin als Initiatoren und Treiber im Modellvorhaben Uckermark-Barnim unter Beweis stellen. Maßnahmen, die zum Erhalt von wertvoller Bausubstanz beitragen, schienen ihnen da natürlich am naheliegendsten. Doch was genau ist baukulturell wertvoll? Und was regionaltypisch? Welche

Kubaturen, welche Stilelemente, welche Materialien kommen aus der Region? Welche Bauten aus der jüngeren Vergangenheit, also der DDR-Zeit, sind regionaltypisch? Und sind sie erhaltenswert? Diese und ähnliche Fragen standen zu Beginn der Arbeit im Modellvorhaben lange Zeit im Mittelpunkt und es bedurfte einer grundlegenden Klärung, um weiterzukommen. Dabei sollten ursprünglich „einfach nur“ die vorhandenen Leitbilder der Kommunen, Körperschaften und des Biosphärenreservates in einem neuen Leitbild zusammenggeführt werden, mit einem Fokus auf den Synergien zwischen Baukultur und Tourismus. Aber ein Leitbild, das „von oben“ entwickelt

wird, hat schlechte Chancen von der Öffentlichkeit und privaten Bauherren akzeptiert zu werden. Wer darüber hinaus für das regionaltypische zeitgenössische Bauen sensibilisieren will, muss auch die Dörfer und Gemeinden involvieren. Dasselbe gilt, wenn die touristische Vermarktung des Themas Baukultur vermehrt zur Wertschöpfung beitragen soll.

So wurde der Leitbildprozess prägend für die Projektlaufzeit und ermöglichte eine intensive Auseinandersetzung mit den Kriterien für regionaltypisches Bauen und die daraus abzuleitende Tourismusrelevanz von Baukultur im Biosphärenreservat. Der Diskurs wurde breit und durchaus kontrovers geführt – immer wieder motiviert und angestoßen durch Petra Buchholz als „Kümmerin“. Unterschiedlichste administrative, touristische und wissenschaftliche Akteure der Region brachten sich aktiv ein. Das Leitbild ist das Ergebnis – oder mehr noch die Essenz – aus diesen vielen verschiedenen Positionen und Inputs. Mit ihm liegt erstmals ein Dokument vor, das die wesentlichen Grundsätze und Ziele aus den Bereichen Baukultur und Tourismus zusammenführt. Es ist eine Vision für die baukulturelle Identität der Region Uckermark-Barnim und kann als Orientierung für alle künftigen Aktivitäten dienen.

BOTTOM-UP STATT TOP-DOWN

Eine wichtige Erkenntnis aus dem Leitbildprozess war, dass Baukultur nur dann in der Region „ankommen“ wird, wenn sie gelebt und wenn das Verständnis für eine regionale Bauweise in der Bevölkerung ankommt und es „in die Fläche“ gebracht wird. Das leitete über zur Frage, wie sich diese Ziele erreichen lassen.

Für die Einheimischen sind (Dorf-) Feste und feierliche Anlässe ein bewährtes Mittel, um auf Erfolge und das damit verbundene Anliegen hinzuweisen und um gemeinsame Erlebnisse zu schaffen, die sich im Bewusstsein verankern. Unter dem Thema „Entdecken, was uns verbindet“ wurden im Modellvorhaben verschiedene Formate genutzt, um das Thema Baukultur in die Gemeinden zu tragen und zu „feiern“. Dazu zählten beispielsweise der Tag des offenen Denkmals, die Messe BarnimBau, der Baukulturtag, der Aktionstag des Biosphärenreservats zum Thema Baukultur oder Bauherrenwettbewerbe. Denn nicht nur für die Touristen, auch für die Bewohner ist ein intaktes, regionaltypisches Umfeld ein wichtiger Standortfaktor. Und überspitzt formuliert: Jeder Dorfbewohner ist zugleich ein touristischer Leistungsträger, der einen hohen Anteil am touristischen Gesamterlebnis hat.



Neben einer bürgernahen Öffentlichkeitsarbeit ist die offensive Präsentation guter Beispiele eine zielführende Methode. Besonders die Tourismusakteure brauchen nicht nur Sensibilisierung, sondern etwas Konkretes zum „Anfassen“: Sie benötigen Vorbilder des Zusammenspiels von Tourismus und Baukultur, Muster von ganzheitlichen Konzepten (beispielsweise Unterkunft, Gastronomie und Erlebnisorientierung in einem Angebot) und Informationen über eine zeitgemäße Beherbergungsarchitektur. Während der Projektlaufzeit wurde deshalb eine Liste mit guten Beispielen aus der Region erstellt, die online abrufbar ist und zukünftig in weitere Webseiten integriert wird.

Auch für die Gruppe der Bauwilligen, die ebenfalls als Baukulturakteure bezeichnet werden können, sind gute Beispiele hilfreich. Im Idealfall wird so schon bei der Konzeption die Einbindung in das Orts- und Landschaftsbild und das touristische Umfeld berücksichtigt. Um diesen Prozess zu unterstützen, wurde im Modellvorhaben die Broschüre „Regionaltypisches Bauen und Sanieren“ entwickelt. Sie ist ein Instrument, das in übersichtlicher und illustrierter Weise die regionale Baukultur aufzeigt und den Bauherren praxisnahe Gründe liefert, sich für regionaltypische Materialien und Bauweisen zu entscheiden. Durch die Onlineverfügbarkeit der Broschüre und die Auslage in den

Kommunalverwaltungen erreicht die Publikation die Zielgruppe der Bauwilligen ebenso wie die genehmigenden Behörden selbst. Denn auch die Kommunen tun gut daran, die Aufenthaltsqualität an zentralen Orten und Plätzen zu pflegen bzw. zu steigern – sind diese doch oft zugleich Treffpunkte für Touristen wie Einheimische und damit wichtige Imageträger.

Für die Zukunft ist die Entwicklung von Gestaltungssatzungen angedacht. Erste praktische Erkenntnisse können aus dem Orientierungsrahmen „Leitlinien für die bauliche Gestaltung in kleinen Ortschaften“ gezogen werden, die im Auftrag des Ministeriums für Infrastruktur und Landesplanung des Landes Brandenburg und der brandenburgischen Architektenkammer erarbeitet worden sind.

DER BALL ROLLT WEITER!

Die Fokussierung auf das Thema Baukultur hat dazu geführt, dass in den Landkreisen Barnim und Uckermark in Kooperation mit den an der Steuerungsgruppe beteiligten Institutionen diverse Folgeprojekte und -initiativen entstanden. Sie garantieren, dass das Thema weiterverfolgt wird. Zudem fand die Baukultur Eingang in diverse übergeordnete Planungen, wie etwa in das Leitbild



der Regionalen Planungsgemeinschaft Uckermark-Barnim und in den Moderationsprozess Tourismusentwicklung im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin. Der Ball rollt also weiter. Das ist notwendig, denn das Thema Kommunikation bleibt ebenso bestehen wie das Problem, dass private Bauherren schwer zu erreichen sind – obwohl einige der ausprobierten Ansätze erfolgversprechend sind. So ist weiterhin eine Onlineplattform in der Diskussion, die zum Kauf stehende Häuser und Grundstücke auflistet und über regionaltypische Bauweise, verfügbare Gestaltungssatzungen und ein Händler- und Handwerkernetzwerk informiert, das traditionelle Materia-



lien und Techniken einbringen kann. Wichtig ist in diesem Kontext zu zeigen: Regionaltypisches Bauen muss nicht teuer sein!

QUINTESSENZ

Das persönliche Engagement der Vertreterinnen und Vertreter der Landkreise und des Biosphärenreservats sowie das Zusammenspiel der Steuerungsrunde haben das Projekt geprägt. Gemeinsam an greifbaren Outputs zu arbeiten und diese zu reflektieren haben das Modellvorhaben am stärksten vorangebracht. Die Entwicklung im Modellvorhaben wurde „von unten“ getragen und „nach oben“ weitergereicht – mit

dem Resultat, dass „Baukultur und Tourismus“ zu einem breiten Thema in der Region wurde. Das unterstreicht eine Haupteigenschaft des Forschungsfeldes: Ein möglichst breit aufgestelltes Netzwerk ist die treibende Kraft für alle Bestrebungen in einer Region und sichert zudem die nachhaltige Fortsetzung der thematischen Arbeit über die Projektlaufzeit hinaus. ★



GUTES BEISPIEL

BIORAMA-PROJEKT

SCHLAGWÖRTER

- Umnutzung eines historischen Wasserturms zur barrierefreien Aussichtsplattform
- In Privatinitiative zu Galerie und Veranstaltungsort umgebaute Villa

WO? Joachimsthal, Brandenburg

WORUM GEHT ES? Das Areal mit dem restaurierten Wasserturm und einer Villa dient einerseits als zentraler Zugang zum Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin und verbindet andererseits Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Ökologie und Tourismus.

INHALT Die öffentliche Aussichtsplattform des unter Denkmalschutz stehenden Wasserturms sticht durch einen farbig hervorgehobenen Aufzugsturm heraus und bietet kilometerweite weite eindrucksvolle Ein- und Ausblicke. Die von historischen und zeitgenössischen Merkmalen geprägte Villa hat als besonderen Blickfang ein 100 m² großes Edelstahlmosaik an der Außenfassade. Die Villa wird u. a. als Galerie für Kunstprojekte mit Bezug zum Biosphärenreservat und unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit genutzt.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Das BIORAMA-Projekt ist eine private Initiative, die mit viel Engagement und Herzblut von den neuen Besitzern umgesetzt wurde. Das Areal zeigt deutlich auf, wie innovative Vorhaben mit dem Erhalt der Bausubstanz und unter Einhaltung des Denkmalschutzes realisiert werden können.



GUTES BEISPIEL

SCHLOSS LANKE

SCHLAGWÖRTER

- Denkmalgetreue Um- und Nachnutzung
- Unterkunftsbetrieb, Co-Working und Veranstaltungsort
- Impuls durch zugezogene Neubürger

WO? Wandlitz, Brandenburg

WORUM GEHT ES? Das verfallene Schloss Lanke wurde 2008 von drei Familien als Bauherrengemeinschaft gekauft und in mehrjähriger Detailarbeit denkmalgerecht restauriert. Neben Wohnungen für die neuen Besitzer, werden acht individuell eingerichtete Ferienwohnungen angeboten. Im Erdgeschoss befinden sich Büroflächen, die als Co-Working-Fläche genutzt werden.

INHALT Das von der Schorfheide umgebende Schloss Lanke wurde mit dem Anspruch restauriert, möglichst viel von der historischen Bausubstanz des zwischen 1856 und 1858 von Eduard Knoblauch errichteten Renaissancebaus zu erhalten. Jede der Ferienwohnungen ist individuell mit historischem Mobiliar eingerichtet und einer historischen Persönlichkeit gewidmet. Das Schloss wird außerdem für Hochzeiten, Kunst- und Kulturveranstaltungen genutzt. Wenn möglich, wird bei der Realisierung der Veranstaltungen mit lokalen Betrieben kooperiert.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Das private Engagement für die Sanierung von Schloss Lanke sichert den Erhalt der denkmalgeschützten Anlage und ermöglicht eine Begegnungsstätte für die Lanker Alt- und Neubürger und für Gäste der Schorfheide.

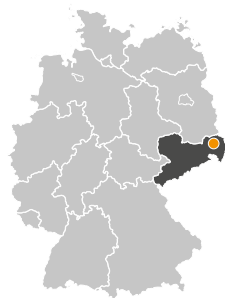


WERTSCHÖPFENDES COMEBACK DER ARCHITEKTURMODERNE

Scherben bringen Glück, heißt es. Danach sah es jedoch in der ehemaligen Glasregion um Weißwasser lange Zeit nicht aus. Mit dem Niedergang der Industrie in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts waren die meisten baulichen Zeugnisse der industriellen Glasproduktion dem Verfall preisgegeben. Der Gedanke, dass eine Lagerhalle wie der „Neufert-Bau“ genau wie ein Schloss Touristen anlocken könnte, lag im Lausitzer Neißeland noch in weiter Ferne. Ganz nah dagegen wartete mit dem Geopark Muskauer Faltenbogen ein erfahrener, internationaler Partner. Kooperierend und offen für gute Beispiele anderer Industrieregionen brachten die Akteure in und um Weißwasser einiges ins Rollen. Ein neues Lebensgefühl bricht sich zunehmend Bahn, macht die Stadt attraktiv für Bewohner und Touristen.

IM EILTEMPO VOM HEIDE- DORF ZUR INTERNATIO- NALEN GLASMETROPOLE

Noch Mitte des 19. Jahrhunderts war Weißwasser in der Oberlausitz ein kleines Heidedorf im Muskauer Faltenbogen. Erst die Entscheidung,





die Bahnstrecke Berlin–Görlitz durch Weißwasser zu führen, ließ den Ort förmlich explodieren. Grundlage für das industrielle Wachstum waren zunächst die hier vorkommenden Rohstoffe für die Glas- und Ziegelproduktion, eng verknüpft mit der Landschaft des heutigen binationalen UNESCO Global Geoparks Muskauer Faltenbogen (Deutschland – Polen).

Elf Glashütten wurden zwischen 1872 und 1903 gegründet. In den 1920er und 1930er Jahren gelangte Weißwasser so zu wirtschaftlicher Größe und wurde attraktiv für einige bedeutende Persönlichkeiten dieser Zeit, wie beispielsweise Professor Wilhelm Wagenfeld. Der als Designer einer „Bauhaus-Leuchte“ bekannt gewordene Wagenfeld arbeitete als künstlerischer Leiter der Vereinigten Lausitzer Glaswerke (VLG). Einer seiner Kollegen war der Bauhausschüler Ernst Neufert, der später mit seiner „Bauentwurfslehre“ weltweite Bekanntheit erlangte. Gleichzeitig mit der ersten Auflage dieses Hauptnachschießwerkes für Architekten entstand 1936 ein Glaslager – in Weißwasser nur „der Neufert-Bau“ genannt – aus seiner Hand. Als Zeugnis des rationalen, normierten Industriebaus besitzt der Neufert-Bau einen hohen Denkmalwert. Er ist weitgehend original erhalten, doch derzeit eine baufällige Ruine. Und „schön“ im allgemeinen Verständnis ist er sowieso nicht.

Ziele des Modellvorhabens

- **Baukulturelle und touristische Potenziale aus der (Industrie-)Historie der Region erkennen und weiterentwickeln**
- **Bevölkerung und Akteure für den baukulturellen Wert dieser Potenziale sensibilisieren**
- **Erarbeiten einer Baukultur- und Tourismusstrategie**
- **Mit einem internationalen Ansatz die Übertragbarkeit auf vergleichbare Regionen ermöglichen**

Heute steht das Lager ebenso leer wie das Volkshaus, die Glasfachschule, der Bahnhof und Teile des stadtraumprägenden TELUX-Osram-Altwerkes, in dem viele Jahre lang Leuchtmittel produziert wurden. Über die Jahrzehnte ist jedoch die Erinnerung an die Tradition der Glasmacherstadt verblasst und bis auf ein Glaswerk blieb nichts mehr von der Glasindustrie. Weißwasser hat sich von einer Glasmacher- in eine Braunkohlestadt gewandelt. Im Südwesten grenzt der 1968 aufgeschlossene Tagebau Nochten direkt an die Stadt. Seit der Wende haben mehr als die Hälfte der Einwohner Weißwasser verlassen. Jetzt steht die Energiewirtschaft vor einem großen Strukturwandel und damit bricht



wieder ein wichtiger Identifikationsfaktor der Stadt weg.

BAUKULTUR UND TOURISMUS ALS HOFFUNGSTRÄGER

Die industrielle Baukultur mit dem Tourismus vor Ort zu verknüpfen, wäre doch vielleicht eine gute Idee, einen neuen Weg einzuschlagen. Das dachten jedenfalls Dr. Lars Scharnholtz und Heidi Pinkepank vom Institut für Neue Industriekultur (INIK) in Cottbus. Doch war dafür zunächst herauszufinden, welches touristische Potenzial in den Zeugen der Vergangenheit schlummert und wie die regionale Baukultur ein Fundament für einen qualitätsvollen Tourismus sein kann. Für die von

der Nachfolgeindustrie der Braunkohleförderung und -verstromung geprägte Region eine zunächst sehr akademische und abstrakte Fragestellung. Tourismus war für die Menschen in Weißwasser bisher keine Option. Deshalb war vollkommen unklar, wie ausgerechnet die alten Gebäude, Ruinen und Industriebrachen Gäste „anlocken“ sollten. Der Tourismus in der Region fand bislang überwiegend in Schloss- und Parkanlagen, etwa in denen von Bad Muskau, Königshain oder Krobnitz, statt.

Torsten Pötzsch, Oberbürgermeister von Weißwasser, fand den Ansatz jedoch spannend. In der Folgezeit setzte er alles daran, möglichst viele



Akteure in der Region zu überzeugen, dass der Tourismus Schwungrad und Katalysator für die Entwicklung und Nachnutzung der leer stehenden Bauten der Industriekultur sein könnte. Andersherum betrachtet, könnte aber auch die Baukultur die Tourismusentwicklung fördern, wenn sie als Marke und Alleinstellungsmerkmal verstanden wird. Im deutsch-polnischen UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen stießen diese Überlegungen auf offene Ohren – und vor allem auf eine bereits vorhandene Struktur. Die folgende inhaltliche wie personelle Einbindung des Geoparks und die damit verbundene Verflechtung von

erdgeschichtlichen und industriege-
schichtlichen Dimensionen war ein
entscheidender Impuls für das Mo-
dellvorhaben.

Mit geeinten Kräften wurden die Ziele des Modellvorhabens in Angriff genommen: Durch eine intensive Kommunikation nach innen und außen, die beispielhafte Erprobung touristischer Vermittlungsmethoden sowie die abschließende Erarbeitung einer Baukultur- und Tourismusstrategie sollte die regionale Baukultur zu einem touristischen Produkt für das Stadt- und Standortmarketing entwickelt werden. Die wirtschaftliche gewerbliche Nutzung von Ge-

bäuden und damit die Wirtschafts- ansiedlung und Fachkräftesicherung sollte hierbei weiterhin im Vordergrund stehen, der Tourismus in diesem Fall als Marketing- und Wirtschaftsförderungsinstrument genutzt werden.

IDENTIFIZIEREN, BEWUSST MACHEN, VERMITTELN

Um die Besonderheiten der regionstypischen Bauweisen bewusst zu machen, wurden im Modellvorhaben potenziell interessante Bauten identifiziert und in Form von Steckbriefen erfasst. Diese Datensammlung diente als Grundlage für Broschüren, Karten und Webseiten sowie für eine Wanderausstellung und für Gästeführungen.

Es blieb die Frage: Wie sind die Menschen vor Ort zu erreichen? Zumal für viele Einheimische die Identifikation mit den Bauten der Industriemoderne teilweise schwierig und sogar schmerzlich ist – ein Umstand, der zu Beginn des Vorhabens nicht unbedingt berücksichtigt wurde. Häufig gibt es noch negative Erinnerungen an und negative Assoziationen mit Industriebauten, die sich jedoch bei entsprechender Nachnutzung wandeln könnten. Bestes Beispiel hierfür ist der teilweise Umbau des TELUX-Geländes in das Soziokulturelle Zentrum (SKZ) mit der „Hafenstube“, in der seither zahlreiche kulturelle Veranstaltungen stattfinden.

Es war also eine gehörige Portion Kreativität gefragt, um das Thema Baukultur und Tourismus mit dem Lebensalltag der Menschen zu verknüpfen, beispielsweise durch Anekdoten oder den Bezug zu Alltagsprodukten. Für die Bewohner vor Ort und gleichfalls für Gäste dachte sich die Gruppe um Pöttsch, Scharnholz und Pinkepank – unterstützt von Christine Lehmann, der neuen Leiterin des Glasmuseums in Weißwasser – eine Reihe von sehr kreativ umgesetzten Kulturformaten aus.

DAS „MASZ“ ALLER DINGE: EIN NEUES LEBENSGEFÜHL

Im Rahmen des Projektes „Modellfall Weißwasser – Das Masz aller Dinge“ (das Masz leitet sich von Neuferts Bauentwurfslehre ab) fanden eine Reihe performativer Veranstaltungen statt. Am eindrucksvollsten sicherlich der Auftritt zweier Schauspieler, die Ernst Neufert und Wilhelm Wagenfeld verkörperten und an deren ehemaligen Wirkungsstätten ein Gastspiel gaben: auf dem TELUX-Gelände, am Neufert-Bau, im Volkshaus oder in der Glasfachschule. Die Formate waren so breit gefächert, dass für jeden etwas dabei war – von künstlerischen Lichtbrücken, Tanz- und Schauspielwerkstätten hin zu ganz praktischen Angeboten wie gemeinsamen Aufräumaktionen. Gewollt war aber viel mehr, als nur zu unterhalten: „Es ist eine Chance, dass sich Menschen damit aus-

einandersetzen, woher wir kommen und was unsere Geschichte ist. Wir wollen eine neue Lust, ein neues Lebensgefühl wecken“, so formulierte es Torsten Pötzsch. Darüber hinaus waren Formate an und mit den Objekten erfolgreich – wie z. B. Porträts stadtbekannter Persönlichkeiten am Neufert-Bau, das Aufstellen von Hinweisschildern, die Visualisierungen etwa auf Postkarten oder Führungen zum Tag des offenen Denkmals und zum Tag der Städtebauförderung. Jüngst wurde das Projekt „Uncover“ begonnen, in dem man durch „Augmented-Reality-Technologie“, also computergestützte Wahrnehmung, an bedeutende Orte der Glasindustrie erinnert.

Zusammen mit Presseartikeln in Tageszeitungen, in der Fachpresse, in sozialen Medien und mit anderen Medienberichten haben diese Formate für die Einwohner das wichtige Signal gesetzt, dass sich in Weißwasser wirklich etwas tut, und zwar nicht für die Gäste, sondern für sie selbst. Dabei halfen auch das Interesse und die Anforderungen des Bundes im Rahmen des Forschungsfeldes oder die Förderung durch die Bundeskulturstiftung. Den weiten Blick über den Tellerrand bot ein überregionaler Erfahrungstransfer als Sonderformat, bei dem mit drei ähnlichen, aber touristisch fortgeschritteneren Regionen (Bayerisch-Tschechische Porzellanstraße, Industriekultur-Festival Industriada in

Polen und Grand Region D/F/B/Lux) Vermittlungs- und Marketinginstrumente erarbeitet wurden.

„GLASKLAR“, IN WEISSWASSER GEHT ES WEITER!

Zunehmend wird den Menschen vor Ort klar, dass die regionale Baukultur ein bedeutender Teil des Gesamtbildes ihrer Region ist und wichtig für die Identität, Außenwirkung und Weiterentwicklung. In diesem Sinne soll die Verknüpfung von Baukultur- und Tourismusakteuren weitergeführt und ausgeweitet werden. Koordinierend wird hierbei die Mitte 2018 gegründete AG BaukulTour im Förderverein des transnationalen UNESCO Global Geoparks Muskauer Faltenbogen tätig bleiben, was die Verstetigung des Themas über die Laufzeit des Forschungsfeldes hinaus garantiert. Hierzu haben sich deren Mitglieder einer BaukulTour-Charta verschrieben.

Für die Weiterführung des Projektes stehen vor allem die touristische Vermittlung und die Förderung von Sanierungen und Nachnutzungen besonders wichtiger Objekte an: in Weißwasser sind das der Neufert-Bau und das Volkshaus, die Umnutzung der Glasfachschule als Bundesbehördenzentrum sowie die Sanierung und Umnutzung des Bahnhofs als Tor zum Faltenbo-

gen, in Bad Muskau die Sanierung und Nachnutzung der Pücklerschen Brauerei für die Gastronomie sowie in Klein Kölzig die Umnutzung der Ziegelei als touristisches Informationszentrum des Geoparks. Dies ist eine insgesamt ganz erstaunliche Entwicklung, die nicht zuletzt auf den Impulsen aus dem Forschungsfeld beruht und die zu Beginn der Laufzeit sicherlich niemand für möglich gehalten hätte.

Die Stadt Weißwasser wird das Thema Glas als Aufhänger für die erneute Identitätsfindung nutzen. Mit dieser thematischen Klammer kann der Bogen von den Bodenschätzen der Region bis zur Stadt- und Industriegeschichte geschlagen werden. In der Tourismusstrategie ist das Klammerthema Glas als ein Instrument des Standort- und Regionalmarketings gesetzt. Auf dieser Grundlage lassen sich dann weitere touristisch relevante Themen, wie etwa „Braunkohlenabbau/Braunkohlenverstromung“ und „Klinkerarchitektur/Baustoffindustrie“, einbinden. Die im Rahmen der Baukultur- und Tourismus-Strategie erarbeitete BaukulTour-Charta bietet erste Orientierungshilfen für eine regionale Baukultur.

Eins ist jedenfalls „glasklar“: Baukultur und Tourismus lassen sich im Modellvorhaben nicht ohne die besonderen Rahmenbedingungen denken. In Zeiten der Energiewende wird die

gesamte Region in den kommenden Jahren vom Lausitzer Strukturwandel geprägt sein, der durch den schrittweisen Ausstieg aus der Braunkohlenverstromung gekennzeichnet ist. Damit verbunden sind – wieder einmal – tiefe gesellschaftliche, wirtschaftliche und auch kulturelle Einschnitte.

QUINTESSENZ

Das Maß aller Dinge ist die Bevölkerung vor Ort mit ihren Bedürfnissen und Möglichkeiten. An ihre Alltagsthemen anzuknüpfen und sie zu verbinden mit regionaler Baukultur und der touristischen Vermittlung der Landschaft, erwies sich als richtiger Weg im Modellvorhaben. Im Prozess sind neue Impulse für den Tourismus gegeben worden – von den Touristikern zumeist erst wahrgenommen, wenn daraus vermarktbarere Produkte oder Angebote erwachsen sind. Da mit dem Oberbürgermeister zunächst ein „Solist“ initiativ geworden ist, hat es seine Zeit gebraucht, um die richtigen Akteure zusammenzubringen. Erst als auf die bestehenden Strukturen des Geoparks aufgesetzt wurde, kam die Netzwerkbildung gut voran. Diese Verankerung in bestehenden Strukturen garantiert zudem die Fortsetzung der thematischen Arbeit auch über die Projektlaufzeit hinaus. ★



GUTES BEISPIEL

1 NITE TENT

SCHLAGWÖRTER

- Exklusivität und Individualität
- Touristischer Zugang zu außergewöhnlichen (sonst nicht zur Übernachtung zugänglichen) Orten
- Aufenthaltsverlängerung vor Ort

WO? Im eigenen Zelt in Weißwasser/O.L. und anderen ausgewählten, exklusiven Orten

WORUM GEHT ES? Das Konzept „1 nite tent“ schafft die Möglichkeit einer kostenlosen Übernachtung im eigenen Zelt an interessanten Orten. Wichtig ist aber auch der Kontakt zu Einheimischen und das Vermitteln des Besonderen eines Ortes. Organisiert wird das nichtkommerzielle Angebot über das Internet (u. a. <https://1nitetent.com>).

INHALT In Weißwasser/O.L. kann man direkt an einem ehemaligen Lagerhaus campen, das vom Architekten Ernst Neufert für die Glasproduktion in Weißwasser geplant wurde. Das Grundstück liegt zentral in der Stadt und ist ein stadt-, industrie- und auch architekturgeschichtlich höchst interessanter Ort mit dem Charme einer Ruderalfläche. Der Zugang zu sanitären Einrichtungen (WC/Bad) sowie zu einer Feuerstelle ist nach Absprache möglich.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? Bisher unzugängliche Orte werden für Übernachtungsgäste exklusiv zugänglich gemacht. Zugleich werden damit baukulturell besondere Objekte in den sozialen Medien präsent. Besonders wertvoll ist auch der Kontakt zu Menschen vor Ort. Das Angebot spricht insbesondere die jüngere Zielgruppe an, die „Microadventures“ sucht.



GUTES BEISPIEL

HAFENSTUBE AUF DEM EHEMALIGEN TELUX- GELÄNDE

SCHLAGWÖRTER

- Neunutzung eines brachliegenden Industrieareals
- Reminiszenzen an die industrielle Vergangenheit des Ortes
- Soziokultureller Treffpunkt und Identifikationsort

WO? Weißwasser, Oberlausitz, Sachsen

WORUM GEHT ES? Der Betrieb TELUX war ehemals eine der größten Glasproduktionsstätten in Weißwasser. Da Weißwasser seit 1989 mehr als 40 Prozent seiner Bevölkerung verloren hat, ist die Neunutzung baulicher Objekte die einmal bestimmend für die Stadt waren, besonders wichtig.

INHALT Die „Hafenstube“ ist ein Kultur-Café & Bar im neuen Soziokulturellen Zentrum TELUX. Der Name leitet sich von den Schmelzbehältern für das Rohglas ab, die „Hafen“ genannt werden. Die Hafenstube bildet den Rahmen für ein breites, generationsübergreifendes Kulturprogramm von Live-Musik über Poetry-Slam bis Kabarett- und Filmvorführungen. Außerdem werden der Saal und verschiedene Räume des Zentrums für Tagungen und Seminare vermietet.

WARUM IST DIES EIN GUTES BEISPIEL? TELUX-Zentrum und Hafenstube stellen Gentrifizierung im besten Sinne dar: Wertvolle, regionale Industriebaukultur wurde neu genutzt und das Gelände ist wieder zu einem Treffpunkt für alle Generationen geworden. Regionalität und Themenbezug wurden bis ins Detail durchdekliniert.



BAUKULTUR UND TOURISMUS

... PERSÖNLICH

.....

Einzelne Akteure aus den beteiligten Modellvorhaben haben sich auf persönliche Entdeckungstouren begeben und beschreiben ihre subjektive Sicht auf das Thema „Baukultur und Tourismus“.

.....





GÄSTE IN EINER BAUKULTURREGION

von Jenny Krüger, MV Mecklenburg-Strelitz

Unser Freundeskreis trifft sich jährlich, um der Großstadt zu entfliehen. Unterwegs möchten wir individuelle und gemeinsame Zeit miteinander erleben. Als aktuelles Reiseziel haben wir die Mecklenburgische Kleinseenplatte ausgewählt. Unsere Assoziationen dabei: Natur pur! Über den baukulturellen Reichtum des historischen Großherzogtums Mecklenburg-Strelitz hingegen wissen wir wenig. Das macht neugierig.

So geht es mit dem ICE nach Neustrelitz. Nach kurzer Orientierung am Bahnhof steuern wir den barocken Marktplatz der Residenzstadt an, mit seinem achtstrahligen Straßenstern. Die nahegelegene Tourist- und Nationalparkinformation nutzen wir, um einen Überblick über die Attraktionen der Region einzuholen. Danach schlägt die erste Geschichtsstunde. Wir spazieren in die Schloßstraße zum Kulturquartier Mecklenburg-Strelitz. Untergebracht ist es im ehemaligen Kaiserlichen Postamt. Das Haus selbst verbindet alt und neu und wurde ausgezeichnet mit dem Landesbaupreis von Mecklenburg-Vorpommern – absolut sehenswert!

Nach diesem ersten baukulturellen Highlight trennen sich vorübergehend unsere Wege. Für ein Pärchen geht es weiter in die 20 Kilometer entfernte, mittelgroße Kreisstadt Neubrandenburg. Auf ihrer Besuchsagenda stehen die Konzertkirche, die nach ihrem Wiederaufbau mit neuen Zutaten in die alte Marienkirche eingezogen ist, das Schauspielhaus als ältestes Theaterbauwerk Mecklenburgs und die beiden Museen für Kunst und Regionalgeschichte. „Fasziniert hat uns, dass das alles Gebäude sind, in denen historische Baukunst mit neuer Form und neuem Inhalt verbunden wurde“, berichten die beiden uns später. Nach einem lohnenden Aufstieg auf den 14-stöckigen Turm des sogenannten HKB, einem Kulturhausbau mitten in der Altstadt aus dem Jahr 1965, und einer Schifffahrt über den 17 Kilometer langen Tollensesee fällt ihr Fazit rundum positiv aus: „Neubrandenburg, die ‚Stadt der vier Tore‘ bietet zahlreiche kontrastreiche Eindrücke des Nebeneinanders von historischer und neuerer Architektur. Ein schönes Beispiel dafür ist die im großen Kulturpark am See gelegene Stadthalle von Ulrich Müther.“ Darüber hinaus gibt es beste Noten für die vielen Gelegenheiten, kulinarische Entdeckungen mit baukulturellen Genüssen zu verbinden, so etwa im Fachwerkhaus der Lohmühle, den Restaurants in den Stadttoren und den Wieckhäusern auf der Stadtmauer oder auch im Güterbahnhof.

KREATIVES BAUKULTURSCHAFFEN DAMALS WIE HEUTE

Der zweite Teil unserer Reisegruppe entscheidet sich für das historische Mecklenburg-Strelitz, mit seinen gut erhaltenen Gärten und Schlossanlagen. Alles noch weitgehend unbekanntes Land für uns. Nach Besichtigung der Stadt Mirow mit der barocken Nebenresidenz auf der Schlossinsel geht es weiter nach Hohenzieritz. Das Jagdschloss war 1810 Sterbeort der preußischen Königin Luise. Der Schatten dieser traurigen Berühmtheit weicht im kunstvoll gestalteten englischen Landschaftspark schnell anderen Eindrücken.

Wiedervereinigt als Reisegruppe besuchen wir eine urige alte Kachelofenfabrik in Neustrelitz. Sie ist umgebaut zu einem modernen Öko-Ferienhotel, das auch ein Restaurant und ein Programmkino bereithält. Nach einer Lesung und gemütlichen Gläsern Wein, spazieren wir noch

„Für Musikfans ist die Marienkirche ein absolutes Highlight. Modernste Konzertechnik hinter jahrhundertealten Backsteinmauern.“

(Jenny Krüger)

zum kleinen Hafen am Zierker See mit seinen eindrucksvoll großen historischen Backsteinspeichern und einladender Gastronomie.

So spannend wie der erste Besuchstag geht auch der zweite ins Land. Ein paar Schritte vom Hafen machten wir eine besondere Entdeckung: Das alte großherzogliche Wäschepülhaus ist als Pavillon im Chinastil auf dem See errichtet. Innen kaum größer als ein Wohnzimmer bietet er doch Platz für ein stylisches Eiscafé mit exklusivem Seeblick. Genuss für alle Sinne. Langsam wird uns klar, dass wir noch ein bisschen länger in der Region bleiben wollen. Notiert haben wir uns die Tipps von Radtouristen, die für das neu eröffnete Penzliner „Vosshaus“ schwärmen, seines Zeichens Preisträger des Landesbaupreises, und für das Pfarrhaus in Ankershagen, dessen Museum dem Entdecker Heinrich Schliemann gewidmet ist. Auch Baumeister Buttell, einst ranghöchster Baubeamter des Großherzogtums Mecklenburg-Strelitz, ist bisher noch zu kurz gekommen. Sein Schaffen umfasst mit Kirchen, Speichern, Gutshäusern,



Dorfschulen oder auch Spritzenhäusern das ganze Programm historischer Bauten auf dem Lande.

Nach zwei kurzweiligen Tagen hat sich unser Blick auf die Region deutlich verändert. Mecklenburg-Strelitz ist weitaus mehr als nur Naturlandschaft! Hier lässt sich vielfältige Kultur entdecken, alte und zeitgemäße Baukunst, Regional- und Weltgeschichte. Geschickt wurden vor allem historische Bauten des höfischen Lebens, aber auch des Alltags für neue Nutzungen umgebaut und zu interessanten Adressen gewandelt. Gut, dass wir noch ein wenig Zeit haben.

Jenny Krüger



NETZWERKE FÜR EINE GUT GEMACHTE SAUERLAND-BAUKULTUR

Interview mit Silvia Voßloh (Bürgermeisterin von Werdohl) und
Thomas Weber (Geschäftsführer des Sauerland-Tourismus e.V.),
MV Sauerland

Aus dem historischen Bahnhofsgebäude in Werdohl ist ein beliebter Treffpunkt für Bürger und Gäste geworden. Wie das gelingen konnte und warum Sauerland-Baukultur eine wichtige Wirkung hat, erklären die Werdohler Bürgermeisterin Silvia Voßloh und der Sauerland-Tourismus-Chef Thomas Weber im Gespräch.

FRAU VOSSLÖH, WAS MACHT DEN NEUGESTALTETEN WERDOHLER BAHNHOF AUS?

Voßloh: Mit der Sanierung des Bahnhofsgebäudes sollte zunächst ein Leerstand beseitigt und ein Impuls für die Aufwertung des umliegenden Quartiers gegeben werden. Der Bahnhof war zwar schon länger ein Ausgangspunkt für Wanderer des Wanderweges „Sauerland-Höhenflug“, die mit der Bahn anreisen, bot jedoch keine Verweil- oder Informationsmöglichkeiten. Jetzt aber ist das Bahnhofgebäude ein „Eingangsportal“ für die Stadt – eine attraktive Schnittstelle zwischen Bahnanbindung und Wanderweg. Das gastronomische Angebot mit Sitzmöglichkeiten im Freien wird von Werdohlern sowie von Gästen und Reisenden positiv angenommen.

WIE WURDE DABEI AUF BÜRGER- UND TOURISMUS-FREUNDLICHE SAUERLAND-BAUKULTUR GEACHTET?

Voßloh: Bei der Umgestaltung stand nicht nur der funktionale Gedanke des Gebäudes im Vordergrund, es sollte auch das historische Erscheinungsbild unter denkmalpflegerischen Gesichtspunkten bewahrt werden. Das Bahnhofsgebäude geht auf die Entstehung der Ruhr-Sieg-Bahnstrecke zurück, deren Bau im 19. Jahrhundert entscheidenden Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung Werdohls hatte. Das Stadtmuseum befindet sich seit der Renovierung ebenfalls im Bahnhofsgebäude und beleuchtet in seiner Ausstellung auch diesen industriehistorischen Aspekt der Stadt. Das Projekt trägt somit dazu bei, die historische Baukultur vor dem Hintergrund der Industrialisierung im Sauerland ins Bewusstsein von Bürgern und Besuchern zu rücken.

HERR WEBER, WIE SETZT SICH DER SAUERLAND-TOURISMUS E. V. FÜR SAUERLAND-BAUKULTUR EIN?

Weber: Tourismus hat die Chance, Bewusstsein und Sensibilität für die eigene Region auszubilden, denn an Architektur und guter Gestaltung kommt niemand vorbei. Ob Bahnhöfe oder Marktplätze, Wanderraststationen, Aussichtstürme oder Seeufer, Hotelzimmer oder Ferienwohnungen, ja selbst Türgriffe oder Zäune – alles sehen Gäste und Bürger – und urteilen danach. Wir erarbeiten uns auf der Grundlage von Farben und Formen des Sauerlandes mehr Gefühl für regional Passendes. Und genau das wirkt durch seine Unmittelbarkeit mehr als jedes Marketing.

WIE WERDEN PARTNER VOM SAUERLAND-TOURISMUS UNTERSTÜTZT?

Weber: Wir schlagen für alle Orte die Vorgehensweise Arnbergs vor, wo man die „Charta der Sauerland-Baukultur“ zur Selbstverpflichtung gemacht hat. Diese bildet mit zehn Grundsätzen die Basis für baukulturelles Handeln sowie zur innovativen Weiterentwicklung. Unabhängig davon gibt es vom Landschaftsverband einen mobilen Gestaltungsbeirat, der gern hilft. Motivierend kommt hinzu, dass wir aus gut gestalteten Räumen und Orten über unsere Kommunikation mehr Aufmerksamkeit erreichen und diese „ins Bild setzen“.

Anna Galon (Pressesprecherin Sauerland Tourismus e.V.)



KULTUR ODER KITSCH? EINE SCHWIERIGE, ABER NOTWENDIGE GRENZZIEHUNG

Diana Wiedemann, MV Südschwarzwald

Typisch Schwarzwald! Solch eine Bemerkung ertönt in vielerlei Sprachen nicht selten im südlichen Zipfel Baden-Württembergs. Meist beziehen sie sich auf das wunderbare Wechselspiel von Tal- und Berglandschaften, auf die intakte Natur oder auf den in allen Schulbüchern beschriebenen, landschaftsprägenden Schwarzwaldhof. Auch das große Angebot an Sternegastronomie, Wellness und Kultur trägt zum anziehenden Image des Südschwarzwald bei. Die heimischen Touristiker könnten sich also zufrieden zurücklehnen, wird die Region doch als etwas Besonderes, etwas Einmaliges wahrgenommen. Und: Sie bietet mit ihrer vorhandenen Baukultur viele Chancen, diese Identifikation auf lange Zeit zu bewahren. Genau an diesem Punkt jedoch setzen berechtigte Zweifel ein. Wer über Land fährt, stellt fest, die regionale Baukultur verwässert mancherorts, kommt wenig zeitgemäß daher oder läuft Gefahr, eine Scheinwelt aufzubauen, die so nicht mehr vorhanden ist. Auch Diana Wiedemann als Vertreterin der Architektenkammer Baden-Württemberg und beratend tätig im ExWoSt-Modellvorhaben sieht Handlungsbedarf: „Viele touristische



Betriebe versuchen dem Wunsch nach Authentizität nachzukommen. Schnell werden dabei aber Charakteristika zu Klischees, verkommen traditionelle Bau- und Handwerksformen zu Versatzstücken einer vermeintlichen Regionalität.“ Also keine rotkarierten Gardinen mehr am kleinen Fenster, keinen Kachelofen mehr in der Gaststube? Oder anders, wie lässt sich Kultur und Kitsch trennen?

LERNEN AN GUTEN UND SCHLECHTEN BEISPIELEN

Natürlich lässt sich diese Frage herrlich theoretisch diskutieren, viel greifbarer aber wird sie in der gebauten Praxis. Aus gutem Grund also baten im Sommer die drei Partner des ExWoSt-Modellvorhabens Südschwarzwald touristische Gastgeber zu einer eintägigen Exkursion. Die aufgesuchten Hotel- und Gastronomiebetriebe zeigten direkt, worum es nicht geht. Nämlich um die Kopie einer vermeintlich guten alten Zeit. Zwar griffen alle Bauprojekte gekonnt auf traditionelle Formen und Handwerkstechniken zurück, entwickelten aber daraus etwas Neues, den

„Formen und Oberflächen mit Struktur und Patina, nicht glatt, nicht glänzend, erzählen die Geschichte der umgebenden Region.“

(Diana Wiedemann)

heutigen Anforderungen Entsprechendes. Beherzigt wurden Prinzipien, die für eine Neubaukultur des Schwarzwalds zukunftsweisend sind. Eine funktionsbegründete Gestalt, statt modischer Farb- und Formspielereien, die Priorität heimischer Ressourcen und Materialien, der Einsatz örtlicher Handwerkskunst. Und bei Umbauten: der behutsame Umgang mit dem wertvollen Kulturgut, das sensible Einpassen der neuen Nutzung in den Bestand.

Nun steht im Zuge des MV-Gastronomiecoachings ein vertiefendes Abendseminar an. Rund 30 Teilnehmende haben sich in Freiburg versammelt, versuchen anhand von gelungenen und weniger gelungenen Beispielen ein Gespür zu bekommen, wie die Synthese aus Tradition und Moderne glücken kann. Die meisten Anwesenden wollen bereits in naher Zukunft ein Bau- oder Umbauprojekt angehen. Dementsprechend hoch ist die Aufmerksamkeit. Grafikerin Sabine Colella und Architektin Diana Wiedemann zeigen nicht mit Anschauungsmaterial. Die gezeigten Beispiele von Eingangssituationen, Rezeptionsbereichen oder Hotel-



zimmern entfachen eine lebhafte Diskussion über Qualität. Verbesserungsvorschläge machen die Runde, Gastgeber beraten sich gegenseitig – mehr Wirkung kann sich ein solches Seminar nicht wünschen. „Gerne wiederholen!“, lautet denn auch der Wunsch vieler Besucher. Einige von ihnen wollen zudem die individuelle Gestaltungsberatung in Anspruch nehmen, die zukünftig vom bauWERK SCHWARZWALD angeboten wird. „Genau diese Diskussion über qualitätsvolles Planen und Bauen müssen wir vertiefen und verstetigen, um das ‚Gesamtkunstwerk Schwarzwald‘ für die Zukunft fit zu machen,“ ist ein wesentliches Fazit der drei Partner im Modellvorhaben Südschwarzwald. Nur so bleibt „typisch Schwarzwald!“ auf lange Sicht ein Kompliment.

Diana Wiedemann



ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT/ MIT NEUFERT UND WAGENFELD IN DER WEISSWASSERANER ZEITMASCHINE

Heidi Pinkepank und Christine Lehmann,
MV Weißwasser/Muskauer Faltenbogen

In den 1920er Jahren des letzten Jahrhunderts war Weißwasser der größte glasproduzierende Ort der Welt. Heute steht nicht nur das von Fachleuten mit hohem Denkmalwert bescheinigte, ehemalige Glaslager – der sogenannte „Neufert-Bau“ – leer und ist vor allem eins: eine Ruine. Seit DDR-Zeiten, in denen das Gebäude als Konsumlager genutzt wurde, wird es im Volksmund gerne auch als „Matsch und Gammel“ bezeichnet. Wertschätzung sieht anders aus. Ebenso suchen das Volkshaus, die Glasfachschnitzschule, der Bahnhof und Teile des stadtraumprägenden TELUX-(Osram-)Altwerkes neue Nutzer. Und jetzt also, auf der Grundlage dieser Bausubstanz, „in Tourismus machen“?

Das erscheint den meisten Einwohnern Weißwassers doch eher unwahrscheinlich. Der Neufert-Bau Verein jedoch glaubt an dieses Potenzial und holt im Bauhausjahr 2019 nach über sieben Jahrzehnten Ernst Neu-



*„Man muss in die Räume
erstmal reingehen und
aus ihnen heraus dann die
Verwandlung denken.“
(Stefan Nolte)*

fert und Wilhelm Wagenfeld zurück in die Stadt. An zwei Wochenenden im Sommer nehmen die Wiedergänger der beiden Bauhaus-Schüler die Besucher während eines Theater-Parcours mit auf eine Zukunftsreise an die lebendig gewordenen Orte von damals. Gemeinsam mit Neufert und Wagenfeld bespielen fünf professionelle Künstler (Theater, Bühne, Chor, Choreografie und Video) sowie mehr als 120 Weißwasseraner die sonst leerstehenden Gebäude und verleihen ihnen durch die Diskussion von Bauhaus-Ideen und Strukturwandel neue Perspektiven.

*„Wir haben Räume
mit enormem
Potenzial, die aber
nicht politisch
gegeneinander
ausgespielt
werden dürfen.“*

*(Torsten Pötzsch,
Oberbürgermeister der
Stadt Weißwasser)*

Ob beim gleichförmigen Line-Dance über alte, in der TELUX produzierte Glaskolben, der erst Scherben und dann feinen Sand als Bausubstanz für neue Utopien entstehen lässt oder das Tor der Verwandlung auf dem Boulevard, das die Weißwasseraner auffordert, ihre Wünsche für die Stadt laut zu äußern – all das lässt die Augen der Parcours-Besucher glücklich leuchten und sie mit neuen Hoffnungen nach Hause gehen.

VON HILFLOSIGKEIT ZU HEIMATSTOLZ

Wieviel dieser Effekt wert ist, davon spricht der künstlerische Leiter des Theater-Parcours, Stefan Nolte, der zu Beginn seiner Recherchen zum Projekt „Modellfall Weißwasser oder Das Masz aller Dinge“ eine große Hilflosigkeit in der Stadt wahrnahm. Eine „Hilflosigkeit, aus biografischen Erfahrungen sinnvolles, wertvolles Handeln zu machen, und von der Scham, in einer verfallenen Stadt zu leben, die wie der äußere Ausdruck der eigenen Hilflosigkeit erscheint“. Während der Vorbereitungen zum Parcours wurde plötzlich deutlich, dass durch eine lebendige und



*„Wir demonstrieren einen
Neu-Gebrauch unserer Stadt.“*

(Stefan Nolte)

emotionale Einbindung der Stadtbewohner, durch ein gemeinsam erschaffenes, neues Lebensgefühl, durch einen „selbst gemachten Gebrauch der eigenen Stadt“ eine positive Identifikation mit derartigen Orten und gleichzeitig eine überregionale Aufmerksamkeit erreicht werden können. Und wenn Bernadette La Hengst dann zum Schluss in die Saiten haut und gemeinsam mit dem Chor der Verwandlung vom Rückkehrer-Telefon singt, wird einem der Strukturwandel plötzlich sympathisch. Es entsteht ein Bild der Stadt Weißwasser, wie sie auch sein könnte.

Heidi Pinkepank und Christine Lehmann



BAUKULTUR UND TOURISMUS

... EMPFIEHLT

.....

14 Empfehlungen hat das ExWoSt-Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“ erarbeitet. Sie zeigen, wie sich der Weg zu einer Baukultur- und Tourismusregion gestalten lässt.

.....





Baukultur

Tourismus

BAUKULTUR UND TOURISMUS – SO WIRD'S EIN GUTES TANDEM

Die Ziele von Touristikern und Baufachleuten sind vielfach die gleichen: Unverwechselbarkeit, Authentizität, Anknüpfen an regionaltypische Bauformen, Wertschätzung traditioneller Handwerkstechniken und Nutzung regionaler Rohstoffe – all dies ist im Qualitätstourismus inzwischen genauso unverzichtbar wie im Städtebau oder der Architektur.

Dabei hat die Kooperation von Baukultur und Tourismus eine Doppelfunktion: Auf der einen Seite dient im Tourismus regionale Baukultur gerade im ländlichen Raum als Qualitätslabel, um neue Zielgruppen zu erschließen und die Saison zu verlängern. Auf der anderen Seite können der touristische Nachfragedruck und die Investitionsbereitschaft genutzt werden, um notwendige qualitätsvolle Entwicklungen anzuschieben. Tatsache ist nämlich, dass größere Investitionen im ländlichen Raum überwiegend in der Energiewirtschaft, der Landwirtschaft oder eben im Tourismus stattfinden.

Für die Zusammenarbeit zwischen Baukultur und Tourismus gab und gibt es allerdings keine einfachen Antworten oder Patentrezepte. Dementsprechend sollen die folgenden Empfehlungen aufzeigen, wie der Prozess zu einer Baukultur- und Tourismusregion aussehen kann und was dabei zu beachten ist. Sie beziehen sich gleichermaßen auf inhaltliche wie prozessuale Aspekte. Sie erheben weder den Anspruch auf Vollständigkeit, noch haben sie Allgemeingültigkeit. Sie sollen vor allem motivieren und inspirieren und bedürfen der jeweils individuellen Ausgestaltung.

Was der Städtetourismus in Teilen vormacht, gilt auch für ländliche Regionen: Verbinden sich Baukultur und Tourismus, entstehen faszinierende Möglichkeiten für eine

zukunftsfähige Entwicklung. So kann am Ende die Vision „Baukulturschaffende machen Tourismus und Touristiker machen Baukultur“ Wirklichkeit werden.

- 1. REGIONALE BAUKULTUR ERKENNEN UND SICHTBAR MACHEN**
- 2. BEWUSSTSEIN SCHAFFEN UND WISSEN BEWAHREN**
- 3. NETZWERKE BILDEN UND VERSTETIGEN**
- 4. STRATEGISCH VORGEHEN UND GEMEINSAM ZIELE SETZEN**
- 5. MITEINANDER REDEN**
- 6. AUTHENTISCH BLEIBEN**
- 7. REGIONALE DRAMATURGIE UND NARRATIV SCHAFFEN**

14 EMPFEHLUNGEN

Die im Anschluss kurz beschriebenen Empfehlungen für die Ausgestaltung des Weges zur Baukultur- und Tourismusregion wurden im ExWoSt-

Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“ erarbeitet:

- 8. BAUKULTUR ALS REGIONALE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ERKENNEN**
- 9. NACHHALTIGE ENTWICKLUNG BEFÖRDERN**
- 10. MUT HABEN UND VON ANDEREN LERNEN**
- 11. LOKAL ZUSAMMENWIRKEN**
- 12. FINANZIERUNG SICHERN**
- 13. LANGFRISTIG PLANEN UND ZEIT NEHMEN**
- 14. SICH DEN HERAUSFORDERUNGEN STELLEN**

REGIONALE BAUKULTUR ERKENNEN UND SICHTBAR MACHEN



.....

Das Wichtigste in Kürze:

- ➔ Regionale Baukultur identifizieren
 - ➔ Schätze heben, Best Practices veröffentlichen
 - ➔ Interdisziplinären Diskurs anstoßen
-

Oft ist es erst der Blick von außen, der den Fokus auf die heimische Bausubstanz lenkt. Jeder kennt es: das, was einen täglich umgibt, nimmt man nicht mehr richtig wahr. Schon gar nicht so, wie es ein Fremder, ein Tourist wahrnehmen würde. Und selbst wenn Baukultur, im Sinne gut gestalteter Gebäude, Infrastruktur oder Landschaft, wahrgenommen wird, muss das nicht gleichbedeutend damit sein, dass ihr Wert erkannt wird.

Touristiker und Baukulturexperten müssen also bestenfalls gemeinsam

analysieren, welche Elemente regionaler Baukultur touristisch interessant sind, wie diese Qualitäten sichtbar gemacht und geschärft werden können und welche Produkte sich daraus entwickeln lassen.

Eine umfangreiche Erfassung von baukulturell interessanten Bauten und Ensembles, regional vorherrschenden Baumaterialien und -stilen sowie eine fundierte Bestandsaufnahme der Potenziale sind grundlegend für die weitere Arbeit. Diese sollten durch die naturräumliche Ausstattung, die regionale Wirtschaftsstruktur und die Historie einer Region hergeleitet werden. Bestandsaufnahmen, Destinations-Checks, Screenings, Katalogisierungen, Bestandsbewertungen, SWOT-Analysen oder Ähnliches sind auch deswegen enorm hilfreich, weil dadurch eine strategische Einbindung der Themen Baukultur und Tourismus in die regionale Entwicklung erfolgt.

Vor allem für die Touristiker ist die Identifikation von regional bedeutsamen Bauten eine wichtige Basis



für die Auseinandersetzung mit dem Thema. Erfasst, z. B. in Datenblättern, wird die baukulturelle Bedeutung für sie leichter greifbar und damit nutzbar für die touristische Produktentwicklung und Vermarktung. Für Baukulturschaffende ist es das unverzichtbare Fundament, um an der zukunftsfähigen Weiterentwicklung einer der Region angepassten, modernen Formensprache zu arbeiten.

Auf diese Weise befördern Bestandsaufnahmen den grundsätzlichen Diskurs darüber, was die Baukultur einer Region überhaupt ausmacht, ob und wie sie sich definieren und wie sie sich weiterentwickeln lässt.

Praktischerweise ist so eine Be-

standsaufnahme in den meisten Fällen gleichzeitig eine Sammlung von Best-Practice-Beispielen. Sie kann in unterschiedlich aufbereiteter Form sowohl Einheimische informieren als auch für die touristische Vermarktung genutzt werden. Die Aufbereitung für die Kommunikation setzt einen weiterführenden, inhaltlichen Austausch in Gang. Mit diesen guten Beispielen kann einfach und für Laien verständlich verdeutlicht werden, was unter gutem Bauen und Planen, einem qualitätsbewussten Umgang mit dem Baubestand oder der zeitgemäßen Weiterentwicklung regionaler Bauformen verstanden wird und was eine gelungene BKuT-Kooperation ausmacht. Oder kurz gesagt, was Baukultur ist bzw. bedeutet. ★

BEWUSSTSEIN SCHAFFEN UND WISSEN BEWAHREN



.....

Das Wichtigste in Kürze:

- **Für baukulturelle Themen sensibilisieren und qualifizieren**
 - **Baukulturelles Wissen sammeln, bewahren und weitergeben**
 - **O-Töne suchen, Botschafter benennen, Einheimische einbinden**
 - **Baukultur und Tourismus als Themen in der Bildung und Ausbildung platzieren und verankern**
-

Der Wert regionaler Baukultur entscheidet sich häufig in der Umsetzung auf lokaler Ebene: in den Kommunen und bei den privaten Bauherren. Gerade im Tourismus – wenn beispielsweise ein Generationswechsel ansteht – werden Hoteliers oder Gastronomen schnell zu Bauherren. Es muss nicht immer gleich ein Neubau sein, es kann sich auch um die Modernisierung eines Gastraumes handeln. Häufig wird so gebaut, wie es „eben gerade passt“ oder

wie es woanders gesehen wurde. Eine zeitgemäße architektonische Lösung oder eine behutsame Sanierung braucht aber versierte Fachleute, die sich auskennen und erklären können, welche baulichen Maßnahmen angemessen und geeignet sind – oder eben auch nicht.

Hier bewirken eine praxisorientierte, niederschwellige Beratung und die Begleitung der Bauwilligen wahre Wunder. Insbesondere zu allen Gestaltungsfragen, z.B. in Form von Gestaltungsfibeln, aber auch zu Kosten und Fördermöglichkeiten. Ein Beratungsangebot sollte dabei nicht nur auf die klassischen Bauherren abzielen, sondern bewusst auch andere (touristische) Akteure in ihrer Rolle als Gastgeber in den Regionen miteinbeziehen. Dem Beratungsangebot bzw. den Gestaltungsrichtlinien müssen dabei Kriterien für die Beurteilung der Qualitäten und Leitlinien für das regionaltypische und zeitgemäße Bauen und das touristische Handeln zugrunde liegen, die im Vorfeld gemeinsam erarbeitet wurden. O-Töne und/oder Botschafter aus der Region und für die Region machen das Ganze lebendig und nahbar.



Wie ist es aber nun zu schaffen, dass das gesammelte Wissen nicht im Laufe der Zeit wieder verloren geht? Wie lassen sich alle am Planen und Bauen beteiligten Akteure informieren und sensibilisieren – vom politischen Entscheider im Gemeinderat über den Handwerker bis zum zukünftigen Bauherren?

Optimal ist eine Institutionalisierung, eine koordinierte und dauerhafte Struktur in Form eines Kompetenzzentrums. Unter diesem Dach kann der Baukultur-Bestand erfasst und katalogisiert werden, Informationen und Leitlinien zur regionsspezifischen Bau- und Handwerkskultur sowie Angebote etwa der Gestaltungsberatung oder des Gastronomie-Coachings zusammengeführt und der Erhalt und die Weitergabe

von Wissen und Kulturgut unterstützt werden. Gleichzeitig dient eine solche physische Verankerung als offene Anlaufstelle für Fachleute und alle Interessierten der Handwerks-, Bau- und Wohnkultur, die sich hier mit Handwerkern, Architekten und Produzenten aus der Region sowie Hoteliers, Gastronomen und weiteren Tourismusakteuren vernetzen können.

Dort, wo entsprechende Einrichtungen wie Hoch- oder Fachschulen vorhanden sind, bieten sich diese als Anlaufstelle oder Kooperationspartner an. Idealerweise nehmen sie die Verknüpfung von Baukultur und Tourismus in ihre Lehrpläne auf. ★

NETZWERKE BILDEN UND VERSTETIGEN



Das Wichtigste in Kürze:

- **Die „richtigen“ Leute miteinander vernetzen**
- **Interdisziplinär agieren**
- **„Ankerpersonen“, Kümmerer oder Motivatoren identifizieren**
- **Netzwerke verstetigen / institutionalisieren**
- **Sich auf eine gemeinsame Selbstverpflichtung einigen**

Baukultur und Tourismus sind beide für sich – und zusammen genommen erst recht – klassische Querschnittsthemen. Tourismus ist dabei eine Branche, die von und für Menschen gemacht wird: „tourism is a people's business“. Auf die Menschen kommt es also an. Deshalb ist die fachübergreifende Zusammenarbeit in einem tragfähigen Netzwerk das unabdingbare Fundament einer gelingenden BKuT-Kooperation. Der Aufbau eines solchen Akteursnetz-

werkes erfordert jedoch viel Zeit, Energie und beständiges Bemühen. Am Ende sind aber genau die Regionen dauerhaft erfolgreich, in denen das Netzwerk stabil ist und langfristig trägt. Es lohnt sich also zu Beginn einer Zusammenarbeit intensiv zu überlegen, welche Personen und Institutionen angesprochen und in das Netzwerk einbezogen werden sollen und auch, wie diese langfristig zur Mitarbeit motiviert werden können.

Wie sich in den sieben begleiteten Modellvorhaben gezeigt hat, ist bei der Netzwerkbildung das Zurückgreifen auf bereits bestehende Strukturen in der Zusammenarbeit und auf bestehende persönliche Beziehungen, etwa aus dem Kontext anderer regionaler Projekte und Aktivitäten hilfreich. Bei neuen Netzwerken ist es insbesondere gewinnbringend, nebeneinander bestehende Strukturen zusammenzuführen. Die Einbindung bzw. Kooperation mit regionalen Hochschulen kann befruchtend sein und manche Projekte erst möglich machen. Dieser Rückgriff auf Bewährtes vereinfacht und beschleunigt die Kooperation und kann zudem auch noch eine inhalt-



liche Erweiterung um neue Aspekte und andere Sichtweisen mit sich bringen. Gegebenenfalls ist es sinnvoll, frühzeitig Expertise hinzuzuholen, die im eigenen Netzwerk nicht vorhanden ist; dafür ist eine Übersicht vorhandener Experten in der Region hilfreich. Zudem hat es sich vielfach als sinnvoll herausgestellt, externe Dienstleister hinzuzuziehen, um Prozesse zu begleiten, zu strukturieren oder zu moderieren.

Netzwerke können jeweils anders organisiert sein und entsprechend unterschiedlich funktionieren. Es gibt Netzwerke,

- die auf einer breiten Basis stehen und von unterschiedlichen Akteuren getragen werden,
- die einem besonderen Projektansatz geschuldet sind und eine dementsprechend rein projektbezogene Zusammenarbeit anstreben,
- die stark von Seiten der Baukultur getragen werden, so dass die Touristiker „nachgeordnet“ sind oder
- die stark von Seiten des Tourismus getragen werden.

Eine Vernetzung funktioniert aber nicht ohne eine zentrale Person oder

Institution, die das „Heft in der Hand hält“ und bei der alle Fäden zusammenlaufen, die die interne Netzwerkpflege und externe Kommunikation übernimmt. Oftmals müssen diese Leistungen neben der Erfüllung der eigentlichen beruflichen Aufgaben, also ehrenamtlich erbracht werden. Aber die Rolle des Motivators bzw. Kümmerers ist unverzichtbar. Zumal die damit verbundene Überzeugung und Begeisterung für die Projektideen und -ziele meist persönliche Beziehungen verfestigt, was wiederum die Netzwerkarbeit stärkt. Diese Netzwerkerinnen und Netzwerker können so zu „Ankerpersonen“ für eine ganze Region werden. Sie machen es wahrscheinlicher, dass entstandene Netzwerke dauerhaft bestehen bleiben.

Dabei gibt es nicht den einen Typus des BKuT-Netzwerkers. So unter-

schiedlich, wie die verschiedenen Ansätze und Strategien zur Umsetzung sind, so unterschiedlich sind auch die Netzwerkerinnen und Netzwerker:

- als Vermittelnder zwischen den „Welten“, als Übersetzer, der Menschen für seine Ideen bzw. Ziele begeistern will,
- als Kümmerer und „gute Seele“,
- als Rationalist und/oder politischer Stratege,
- als der Beharrliche/Kontinuierliche, der stetig an DER Idee festhält, ohne mit dem Kopf durch die Wand zu wollen oder
- als charismatische Leader-Person, der als Macher vieles bewegt bzw. bewegen will.

Es geht beim Netzwerken aber nicht nur um Quantität, die sich an Teilnehmenden bemisst, sondern

vielmehr um die Qualität der Kooperation. Angesichts der Aufgabe, Synergien zwischen Baukultur und Tourismus zu nutzen, gelingt die Kooperation besonders gut, wo sich die Mitglieder beider Disziplinen gleichermaßen für das Ergebnis der Netzwerkarbeit verantwortlich fühlen. Ziel muss es sein, nicht nur möglichst zahlreiche „Zeugen“ des BKuT-Prozesses zu haben, sondern „Handelnde“, die die Pläne und Ideen in die Wirklichkeit tragen und umsetzen. Besonders wirkungsvoll können intermediäre Strukturen in ihrer Querschnittsorientierung die Rolle des „Netzwerkknotens“ übernehmen.

Die Erstellung einer Charta als Selbstverpflichtungserklärung, die von wichtigen Akteuren gemeinsam erarbeitet, verabschiedet und unterzeichnet wird, ist quasi die „Kür“ ei-

ner Netzwerk-Etablierung, allerdings sehr zeit- und arbeitsaufwendig. Der positive Nebeneffekt dieser Mühen liegt aber in der grundlegenden Einigung auf ein gemeinsames Baukulturverständnis.

Als wesentliche Erkenntnis lässt sich festhalten, dass der Erfolg der Netzwerkarbeit maßgeblich davon abhängt, inwieweit die „richtigen“ Akteure zusammenkommen und zu einem gemeinsamen Handeln finden. Vielfach sind es einzelne Personen, die das Entstehen und die Lebendigkeit eines Netzwerkes maßgeblich prägen: Sie zeichnen sich durch ein hohes Engagement, soziale Kompetenzen und den Willen aus, Ziele gemeinsam mit anderen zu erreichen. ★

STRATEGISCH VORGEHEN UND GEMEINSAM ZIELE SETZEN

..... ●

Das Wichtigste in Kürze:

- **Strukturiertes Herangehen mit allen Akteuren**
 - **Klare Prozessplanung mit Synchronisierung der Zeithorizonte**
 - **Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten verbindlich festlegen**
 - **Strategien und Planungen gemeinsam entwickeln und umsetzen**
-

1. Zusammenarbeit initialisieren
2. Strukturen aufbauen
3. Gemeinsam planen
4. Erfolgreich und dauerhaft umsetzen

In der Initialisierungsphase finden die ersten internen Abstimmungen statt, werden aktive und motivierte Akteure zusammengebracht und anfängliche Strukturen geschaffen. Hier gilt es, mit Enthusiasmus und Visionen ein Klima der Begeisterung und des kreativen Schaffens zu erzeugen.

Eine strukturierte Herangehensweise und klare Projekt- und Prozessplanung sind DIE Erfolgsfaktoren für eine gelingende Zusammenarbeit von Baukultur und Tourismus. Erst wenn die Prozesse und Strukturen definiert sind, können auch inhaltliche Ergebnisse erwartet werden. Dabei sind folgende vier Phasen denkbar, die teilweise sukzessive aneinander anschließen, teilweise aber auch ineinander übergehen:

Die Aufbauphase ist vor allem geprägt durch die Konstituierung eines Netzwerkes und dauerhaft bestehender Strukturen, aber auch durch die Analyse von baukulturellem Erbe und Bautraditionen und der bestehenden touristischen Strategie (Positionierung, Zielgruppen, Angebote, Trends, Rahmenbedingungen etc.).

In der Planungsphase werden die Maßnahmen zur Zielerreichung und entsprechende Pläne zur Umsetzung erarbeitet. Neben fachlicher Kompe-



tenz sind dabei vor allem strukturier-tes Vorgehen, größtmögliche Transparenz und intensive Partizipation der Akteure gefragt.

Und in der Umsetzungsphase geht es schließlich darum, die Ergebnisse der vorherigen Arbeitsschritte in Bauten, Angebote und andere langfristige Aktivitäten zu überführen.

Gemeinsame Ziele zu haben oder erstmal zu finden, ist gerade bei der Zusammenführung zweier so unter-

schiedlicher Disziplinen wie Baukultur und Tourismus viel leichter gesagt als getan. Dies liegt nicht nur an den verschiedenen jeweiligen Meta-Zielen, sondern auch an unterschiedlichen Planungshorizonten. Damit am Ende bei einem BKuT-Prozess aber etwas Gutes herauskommt, müssen Architekten, Regional- und Landschaftsplaner UND Touristiker an einen Tisch. Und gemeinsam überlegen: Was passt hier hin? Was kann hier gelebt werden?

Die Zielfindung scheint am Anfang, wenn alle motiviert sind und „loslegen“ wollen, oftmals kompliziert und zeitraubend, aber die Formulierung von ganz konkreten und erreichbaren Zielen der Zusammenarbeit und gegebenenfalls die Einigung auf ein Leitthema oder Leitbild, das für beide Disziplinen umsetzbar ist, ist absolut essenziell für den gesamten weiteren Prozess. Natürlich muss diese „Richtschnur“ im laufenden Projekt etwa an veränderte Rahmenbedingungen anpassbar sein, so dass sich vielleicht auch erst zum Ende des Prozesses ein modifiziertes Leitbild herauskristallisiert.

Ist das gemeinsame Ziel gefunden und definiert, sollte unbedingt eine klar strukturierte, mehrjährige Maßnahmenplanung mit definierten Meilensteinen und Verantwortlichkeiten für die kontinuierliche Arbeit erfolgen.

Der zentrale Erfolgsfaktor ist dabei, den spezifischen Nutzen für die jeweiligen Akteure zu ermitteln und zu kommunizieren. Beide Disziplinen sollten gemeinsam daran arbeiten, Form, Funktion und Wirtschaftlichkeit zusammenzubringen. Touristiker bekommen so die Chance, sich – entgegen ihrer üblichen Fokussie-

rung auf die Inszenierung und Vermarktung von vorhandenen Bauwerken – aktiv einzubringen und auf die Gestaltung des Ortsbildes und der Landschaft Einfluss zu nehmen.

Spannende Formate der Akteursbeteiligung in Planungsprozessen sind ein unverzichtbarer Bestandteil qualitativvoller Entwicklung und fördern das gemeinsame Verständnis. Sie können wesentlich dazu beitragen, dass eine dauerhafte interdisziplinäre Kooperation gelingt. Um das notwendige persönliche Vertrauen zu schaffen, bieten sich je nach Struktur und Möglichkeiten nieder-

schwellige Formate an, z. B. Workshops, Know-how-Transfers durch Vorträge, Expertengespräche, Stadtspaziergänge, öffentliche Sitzungen eines Gestaltungsbeirates, Treffen in baukulturell und touristisch attraktiven Objekten oder Ausstellungen. Diese Formate schaffen Gelegenheiten zum Kennenlernen und helfen dabei, persönliche Kontakte aufzubauen. Auch zielgruppenspezifische Angebote, wie z. B. Informationsveranstaltungen über die Chancen und Potenziale regionalen Planens und Bauens für Hotellerie und Gastronomie, sind förderlich. ★

MITEINANDER REDEN



.....

Das Wichtigste in Kürze:

- **Baukultur ist Übersetzungsarbeit! Tourismus oft auch**
 - **Einheimische als Gastgeber immer miteinbeziehen**
 - **Anlässe schaffen: sich treffen, gemeinsam feiern, Spaß haben**
 - **Im Prozess: nicht aufhören zu kommunizieren – nach innen und nach außen**
-

Baukultur und Tourismus – oft genug sind das zwei Welten, die nicht so viel miteinander zu tun haben. Und sich deswegen oft – im ersten Moment – nicht gut zu verstehen scheinen. Dagegen hilft: MITEINANDER REDEN! Hört sich einfach an, ist es aber in der Praxis nicht.

Baukultur muss immer erklärt, also übersetzt werden: vom Öffentlichen ins Private, vom Großen ins Kleine, vom Theoretischen ins Praktische, vom Architektonischen ins Tou-

ristische ... ein wahres Babel! Die Kommunikation nach außen und in die Bürgerschaft und in die eigene Verwaltung sowie Kommunalpolitik sind dabei die zentralen Instrumente, um ein Anliegen zu forcieren.

Um den Austausch über qualitativvolles Bauen und die regionale Baukultur in einer Kommune zu verbessern, übernehmen Gestaltungsbeiräte, in denen alle bedeutenden Bauvorhaben von unabhängigen Fachleuten diskutiert und beraten werden, eine wichtige Rolle. Dabei kann es sinnvoll sein, in diese Gremien – zumindest wenn touristische Projekte zur Beratung anstehen – auch einen Tourismusexperten als Berater aufzunehmen.

Touristiker, die sich für Baukultur engagieren wollen, brauchen die Unterstützung von Baukulturschaffenden, ohne sich „belächelt“ zu fühlen. Und mit touristischen Themen befasste Baukulturschaffende brauchen Informationen, wie Tourismus funktioniert. Dabei wird es immer wieder notwendig sein, den Akteuren bewusst zu machen, dass eine Zusammenarbeit anfangs mit großen Verständnisproblemen auf beiden Seiten verbunden sein kann, dass dies aber „normal“ ist und dass



in der Überwindung dieser Probleme große Chancen stecken. Kurz: Es muss die „Lust am Lernen von Neuem“ geweckt werden.

Die Einheimischen sollten als Gastgeber von Anfang an mit in die Kommunikation einbezogen werden. Auch Unternehmen und Gäste sollten über die Ziele und Maßnahmen informiert werden und Möglichkeiten erhalten, die Umsetzung zu unterstützen. Dies kann beispielsweise über entsprechende Webseiten oder Veranstaltungen geschehen.

Ein direkter Bezug zum Lebensalltag der Bevölkerung und zu touristisch

vermarktbareren Angeboten erleichtert den Zugang. Hier ist Kreativität in der Kommunikation gefragt, um das Thema Baukultur möglichst attraktiv und praxisnah „unters Volk“ zu bringen. Die Verwendung partizipativer Formate, wie z. B. Bürgerwerkstätten zu aktuellen Planungen, sensibilisiert für die Themen und fördert das bürgerschaftliche Miteinander. Neben offiziellen Terminen sind es aber vor allem informelle Anlässe (Feste, Konzerte, Lesungen, Ausflüge etc.), die ein Zusammenkommen ermöglichen. Durch gemeinsame Erlebnisse wird eine Kooperation von innen heraus gestärkt und lebendig. ★



EMPFEHLUNG 6/14

AUTHENTISCH BLEIBEN



Das Wichtigste in Kürze:

- ➔ **Auf die regionalen Stärken besinnen**
- ➔ **Authentisch, regional und echt bleiben**
- ➔ **Den Einheimischen Identifikation und Heimat geben**
- ➔ **Abwanderungstendenzen entgegenwirken**

Wie heißt es so schön: „Schuster, bleib bei deinen Leisten!“ Das ist die traditionelle Form des aktuellen Schlagwortes Authentizität. Im BKuT-Kontext meint das vor allem, sich auf die regionalen Stärken zu besinnen und bei allen Planungen immer die Frage im Hinterkopf zu behalten: Was passt zu uns hier vor Ort? Keinesfalls sollte jeder Mode hinterher gelaufen werden. Obwohl ... die aktuellen Trends – sowohl im „Homes & Garden“-Bereich als auch im Tourismus – passen her-



vorrangend: Es gibt eine deutliche Rückbesinnung auf Regionales, Authentisches, auf echte Erlebnisse, Geschichte und Geschichten.

Touristen suchen nach Orten mit menschlichem Maß, nach Charakter und Geborgenheit und vermeiden zunehmend das Uniforme, die Kettenhotellerie und -gastronomie, die immer gleich aussehenden Innenstadtbereiche. Gerade im Beherbergungsgewerbe zeigt sich diese Strömung ganz extrem: Gäste wollen mehr als einen Schlafplatz. Sie wollen etwas Besonderes, einen Regionsbezug und einen persönlichen Touch. Auch der Kontakt zum Gastgeber und das Gefühl „bei Freunden“ zu sein, spielen hier her-

ein. Ein Beispiel dafür ist der Boom der Sharing Economy – hier vor allem Airbnb –, die die Einheimischen zu Gastgebern macht. Gleichzeitig werden sie dadurch ein wesentlicher Teil des touristischen Erlebens und befördern die Willkommenskultur in der Destination.

Tourismus bietet so Einkommensmöglichkeiten in der Region und unterstützt dabei, Einheimische stolz auf ihre Region sein oder werden zu lassen. Das spielt durchaus auch eine Rolle, wenn es darum geht, Menschen in der Region zu verankern, ihnen Identifikation und Heimat zu geben und der Abwanderung aus ländlichen Räumen entgegenzuwirken. ★

REGIONALE DRAMATURGIE UND NARRATIV SCHAFFEN



Das Wichtigste in Kürze:

- **Baukultur erlebbar machen**
- **Visualisierung, Inszenierung, Erlebnisse, Storytelling in der Produktentwicklung und im Marketing einsetzen**
- **Baukultur für die Profilbildung und als USP, das heißt als Alleinstellungsmerkmal, nutzen**
- **Keine isolierten Highlights, sondern Ensembles, Orte und Landschaften zum Erleben und Bleiben, also Räume entwickeln und in ein Narrativ einbinden**
- **Aus Touristen Stammgäste machen**

Der gebaute Raum ist das erste, was Touristen von einer Destination wahrnehmen. In ihm bewegen sie sich und ihn sollten sie bestenfalls auch erleben können. Schaut man auf die touristischen Angebote oder Informationsmaterialien vieler Destinationen, erfüllt sich diese Erwar-

tung allerdings oft nicht. Selbstverständlich stellen die Touristiker die baukulturell bedeutsamen Objekte „ins Schaufenster“ und nutzen das, was sie unter Baukultur verstehen, als Positionierungsmerkmal. Dies geschieht jedoch eher unbewusst. Es werden einzelne Objekte oder historische Ensembles hervorgehoben und beschrieben, während die flächendeckende strategische Nutzung der gebauten Umwelt einer Region im Sinne einer Destinationsprofilierung häufig (noch) nicht erfolgt.

Das ist erstaunlich, da touristische Regionen untereinander im harten Konkurrenzkampf um die Gäste stehen. Dabei ist es immer von Vorteil, wenn eine Destination ein klares Profil hat, das sie bestenfalls unverwechselbar macht und die Gäste langfristig bindet. Regionale Baukultur kann hierbei helfen. Bisher sind es überwiegend historische Bauten, die im touristischen Marketing genutzt werden: Fachwerkmantik, Burgen, Kirchen und Schlösser beherrschen das Bild. Aber auch moderne Bauten können und sollten in den touristischen Kontext der jeweiligen Region eingebunden werden.



Baukultur muss also im Destinationsmanagement ein prioritäres Thema werden, wenn es Destinationen mit der Unverwechselbarkeit ernst ist. Gutes Planen und Bauen sind Voraussetzung einer individuellen und regionalen Entwicklung. Die Tourismuswirtschaft hat dies noch nicht hinreichend erkannt und sollte immer wieder aktiv in Regional- und Ortsplanungsprozesse einbezogen werden. Dabei geht es nicht darum, isolierte Highlights und Postkartenmotive – heute würde man sagen: Bauten mit hoher Instagrammability – zu schaffen. Vielmehr gilt es, Ensembles, Orte und Landschaften zum Erleben und Bleiben, also lebens- und liebenswerte Räume zu entwickeln und damit zu einer er-

höhten Wertschöpfung beizutragen.

Sinnvoll ist es, sich Gedanken über eine passende Erzählform, ein Narrativ, zu machen, die den baukulturellen Bestand zusammenfasst und erläutert und die mit der „Storyline“ der Destination synchronisiert werden sollte. Um spannende Geschichten herauszuarbeiten und für das Erzählen, das Storytelling, zu nutzen, sind Einheimische zumeist die beste Quelle. Auf sie zu hören hat zwei Vorteile: Die Informationen für die Touristen sind authentisch und lebensnah und die Einheimischen werden in die touristische Entwicklung aktiv mit eingebunden und sind stolz auf ihre Region bzw. ihren Ort. ★

BAUKULTUR ALS REGIONALE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ERKENNEN



.....

Das Wichtigste in Kürze:

- ➔ **Die Verbindung von Baukultur und Tourismus ist Wirtschaftsförderung**
 - ➔ **Sie bietet neue Handlungsoptionen und Nutzungskonzepte**
 - ➔ **Touristische Einrichtungen in modernen Bauten oder regionaltypischen historischen Gebäuden sind wirtschaftlich erfolgreicher**
 - ➔ **Baukultur kann auch „nur“ als Marketinginstrument eingesetzt werden**
-

Regionale Baukultur im Tourismusbereich trägt durch die touristische Vermarktung zur Wertschöpfung bei, sorgt für Wachstumsimpulse und bereitet Perspektiven für Investitionen. Sie ist in diesem Sinne effiziente Wirtschaftsförderung. Damit können positive Regionalentwicklungen betrieben, ökonomische Perspektiven aufgezeigt und ein Beitrag dazu geleistet werden, Arbeitsplätze zu sichern bzw. neu zu schaffen. Sind beide Themen miteinander verschränkt, kann dies zur Stabilisierung sich entleerer Regionen beitragen.

Dabei betrachten Touristiker das Thema Baukultur vielfach als Nischenthema und der Nutzen ist unklar. Die meisten Touristiker erachten die gebaute Umwelt ihrer Region zwar als wichtig und verbinden mit Baukultur etwas „zum Anfassen“, also konkrete, durch Einheimische und Touristen erlebbare Bauwerke oder öffentliche Räume. Es ist ihnen jedoch nicht ersichtlich, dass und wie regionale Baukultur tatsächlich

Regionale Baukultur ist ein bedeutender Teil der Identität, der Außenwirkung und der gesamten Entwicklung einer Landschaft, Region oder Stadt. Wird der Tourismus einbezogen, führt dies zu einer größeren Anerkennung und Nutzung der regionalen Baukultur.



in der Angebotsentwicklung und im Marketing strategisch eingesetzt werden kann. Touristiker sind es gewohnt, die bereits vorhandenen „Assets“ in Wert zu setzen und zu vermarkten, ganz nach dem Motto: „Baut mal was Schönes, wir vermarkten das dann!“. Involviert zu sein in Planungsprozesse, z.B. für touristisch genutzte oder öffentliche Bauten, ist für beide Seiten ungewohnt, wenn nicht sogar unbekannt.

Dabei können die Akteure beider Seiten – wenn sie von vorneherein zusammenarbeiten und ihre Ideen einbringen – ein besseres Endprodukt erzielen. Basierend auf den Bestandsanalysen der baukulturellen Potenziale können greifbare und im Tourismus vermarktbar Produkte

entstehen. Und sogar noch mehr: Baukultur kann ein touristisches Zugpferd sein, das sich am Ende in barer Münze auszahlt. Dann nämlich, wenn konkrete Produkte, wie Touren, Führungen oder Angebotspakete, entwickelt werden, die die Baukultur der Destination erlebbar machen und von den Gästen als Mehrwert ihres Besuches wahrgenommen werden.

Die Verbindung von Baukultur und Tourismus kann aber auch über die touristische Nutzung von Bauwerken hinausgehen. Baukultur kann vielmehr auch als Marketinginstrument eingesetzt werden, die Basis für eine Eventstruktur bilden oder die Verankerung eines touristischen Themas, z. B. in einer Route, befördern. ★

NACHHALTIGE ENTWICKLUNG BEFÖRDERN



Das Wichtigste in Kürze:

- Regionale Bautraditionen und alte Handwerkstraditionen erhalten
- Räumlichen und demografischen Disparitäten entgegenwirken
- Urlaub in Deutschland unterstützen
- Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz leisten

Nachhaltigkeit ist das aktuelle „Buzz-Word“ – überall, auch im Tourismus. Da geht es um Tragfähigkeit, Mobilitätskonzepte, Energieeinsparungen oder „CO₂-Fußabdruck“. Außer Acht gelassen wird dabei zumeist, dass auch das regionale Bauen mit allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit zu tun hat: der wirtschaftlichen, der sozialen und der ökologischen.

Regionaltypisches Bauen ist oft per se nachhaltiger und – entgegen der langläufigen Meinung – sogar kos-

tengünstiger, z. B. wenn das Baumaterial oder die Handwerker aus der Region oder dem Ort kommen. Ressourcen werden so geschont, lange Transportwege fallen weg und das hilft dem Klimaschutz. Tradierte Handwerkstechniken werden erhalten und an die nächste Generation weitergegeben. Nachhaltiges Bauen, moderne Formensprache und touristische Nutzung müssen sich dabei nicht ausschließen. Im Gegenteil: Moderne und nachhaltige Hotels und Gaststätten sind meist besser ausgelastet und sehr gefragt, wenn Baukultur und Tourismus mit der gemeinsamen Klammer „Qualität“ zusammengebracht werden. Dadurch können auch höhere Preise und eine bessere Wertschöpfung erzielt werden.

Darüber hinaus wirkt die Koppelung von Baukultur und Tourismus im ländlichen Raum den Disparitäten in Deutschland entgegen. Während die Metropolregionen wachsen und dort Wohnungsknappheit herrscht, hat der abseits der Boomregionen gelegene periphere, ländliche Raum ein Wohnungsüberangebot und kreative Entwicklungspotenziale. Mit dem Wirtschaftsfaktor Tourismus können



positive Impulse ausgelöst werden, die Perspektiven für die regionale und kommunale Entwicklung aufzeigen und zu einer Stabilisierung solcher Regionen beitragen. Dies gilt in wirtschaftlicher Hinsicht (Wertschöpfung, Arbeitsplätze), in demographischer Hinsicht (Verhinderung von Abwanderung, Zuzug) und auch aus soziokulturellen Gründen (Belebung von Städten und Dörfern, Nutzung von Infrastruktur, Interaktion zwischen Gästen und Einheimischen).

Mit qualitativem Tourismus auf Basis einer ganzheitlichen baukul-

turellen Strategie können Menschen motiviert werden, auf Flugreisen zu verzichten und im Heimatland Urlaub zu machen. Wer in der Nähe bleibt, erzeugt weniger CO₂ und unterstützt somit den Klimaschutz. Bei baukulturellem Handeln muss deswegen in Zukunft der Fokus gezielt auch auf Gäste und Besucher gelegt werden, die Nachhaltigkeit und Klimaschutz einfordern.

Regionaltypisches Bauen und nachhaltiger Tourismus passen also sehr gut zusammen. Sie haben dieselben Ziele! ★

MUT HABEN UND VON ANDEREN LERNEN



Das Wichtigste in Kürze:

- **Von Best Practices lernen und regional übersetzen**
- **Nicht imitieren, sondern den Mut zur klaren Profilierung haben**
- **Dabei der Vergangenheit Respekt zollen, ohne demütig zu sein**
- **Wertvolle regionale Bausubstanz erhalten und durch moderne Architektursprache weiterentwickeln**

Ein Blick über den Tellerrand befeuert und befruchtet enorm – entsprechende Formate wie Erfahrungswerkstätten, regionale Vernetzungstreffen, Exkursionen, Peer-to-Peer-Beratungen oder überregionale Austausche sind hierfür geeignet. Sie bringen neue Impulse und zeigen, dass auch andere ähnliche Themen und Probleme haben. Und manchmal ist es tatsächlich so, dass die zündende Idee von außen kommt oder der Weg plötzlich glasklar vor einem liegt, nachdem sich lange Zeit im Kreis gedreht wurde.

Vor allem: Das Rad muss selten neu erfunden werden. Sich andere Regionen oder Projekte als Vorbild zu nehmen und von ihnen zu lernen, heißt ja nicht, schlicht zu imitieren, sondern die für die eigene Situation



am besten geeigneten Punkte herauszufiltern und regional zu adaptieren.

Zudem eröffnen gute Beispiele einer erfolgreichen Kooperation von Baukultur und Tourismus die Möglichkeit, potenziellen Investoren, Gastronomen, Hoteliers, kommunalen Verantwortlichen etc. anschaulich zeigen zu können, was gemeint ist.

Noch dazu befördern sie den Austausch darüber, was als „gut“ oder auch „weniger gut“ empfunden wird. Und gute Beispiele fördern den Diskurs darüber, wie denn der eigene Stil, die zukünftige, zeitgemäße Baukultur aussehen soll – das heißt, die Architektur, die aus dem Ort und den Menschen herauswächst und die Zeit der Entstehung reflektiert.



LOKAL ZUSAMMENWIRKEN



Das Wichtigste in Kürze:

- **Baukultur als Gemeinschaftsaufgabe verstehen**
- **Öffentliche Räume und touristische Betriebe als „Ankerplätze“ für Touristen und Einheimische entwickeln**
- **Kommunalpolitik, kommunale Verwaltungen und lokale Akteure als Vorbilder setzen**
- **Baukultur und Tourismus mit der gemeinsamen Klammer Qualität zusammenbringen**

Baukultur ist eine Gemeinschaftsaufgabe und entscheidet sich zu einem wesentlichen Teil eben dort: in den Städten und Gemeinden. Besondere Verantwortung kommt daher der Kommunalpolitik und den kommunalen Verwaltungen zu. Gutes Planen und Bauen will vorgelebt und praktiziert werden. Diese Vorbildfunktion gilt besonders mit Blick auf die Tourismusarchitektur, die zu meist von privaten regionalen und lokalen Akteuren getragen wird. Fehlen ihnen verbindliche Qualitätsstandards, bauen sie oftmals so, wie es ihnen gefällt. Hier kann

die öffentliche Hand mit eigenen guten Planungen und Bauten die Privatwirtschaft motivieren, ebenfalls baukulturell und qualitätsvoll zu investieren. Im besten Fall entstehen so neue öffentliche Räume und touristische Betriebe, die zu „Ankerplätzen“ für Touristen und Einheimische werden.

Es ist also immens wichtig, alle am Planen und Bauen beteiligten Akteure, vom politischen Entscheider im Gemeinderat über den Handwerker bis zum zukünftigen Bauherren, zu informieren und zu sensibilisieren. Dies gelingt über eine breit angelegte und über verschiedene Kanäle gestreute Öffentlichkeitsarbeit. Neben den klassischen Medien sind Online-Informationsangebote, Informationsveranstaltungen für Bauherren und die frühzeitige informelle Kontaktaufnahme zwischen Bauherren und Verwaltung weitere Ideen, um Bauwillige zu sensibilisieren. Jene, die informieren, müssen das touristische Profil verinnerlicht haben und zu einem größeren Verständnis der Bauherren für Baukultur anregen.

Um die Sensibilisierung zu unterstützen, ist eine möglichst niederschwellige Gestaltungsberatung, z. B. in Form einer Broschüre hilf-



reich, die Bauwillige für das Thema in übersichtlicher und zusammengefasster Form informiert und etwa auf die Ergebnisse vorangegangener Bauherrenwettbewerbe aufmerksam macht. Die Verteilung der Broschüre kann durch die Bauämter der Gemeinden, genehmigende Behörden, Notare bei Grundstückskäufen sowie parallel online realisiert werden.

Darüber hinaus haben sich qualitätssichernde Verfahren wie Architekturwettbewerbe, Mehrfachbeauftragungen oder Auszeichnungen bewährt und können als möglichst verbindliche Maßnahmen in der Tourismusplanung und bei der Durchführung von Um- und Neubauten festgelegt werden. So werden Baukultur und Tourismus mit der ge-

meinsamen Klammer Qualität zusammengeführt.

Anreize für private Bauherren und Eigentümer zu schaffen, qualitativ hochwertig neu zu bauen oder qualitativvoll mit dem Baubestand umzugehen, sind weitere wichtige Mittel, um Baukultur in der Gemeinde zu fördern. Manchmal wirken schon einfache Anreize, wie etwa eine schnellere Bearbeitung eines Bauantrages oder die Prüfung von Befreiungsmöglichkeiten, um über Bau- und Gestaltqualität ins Gespräch zu kommen. Frühzeitige Bauberatungen können dazu motivieren, dass auf regionaltypische Materialien und/oder Bauweisen zurückgegriffen wird, statt modischen Trends zu folgen. ★

FINANZIERUNG SICHERN



.....

Das Wichtigste in Kürze:

- **Fördertöpfe – auch benachbarter Disziplinen – anzapfen**
 - **Tourismusrelevante Maßnahmen durch regionale und städtebauliche Förderprogramme unterstützen**
 - **Beide Themen jeweils in die Förderkulissen der anderen Disziplin integrieren**
-

Tja, das liebe Geld ... Auch noch so tolle Ideen bringen es nicht weit, wenn die geplanten Maßnahmen nicht umgesetzt werden können, weil die Mittel fehlen. Hier ist Kreativität gefragt, um individuelle Lösungen zu finden und Finanzmittel zu akquirieren. Die sieben Modellvorhaben haben gezeigt, dass z. B. REGIONALE-Mittel oder LEADER-Programme, Mittel der Städtebauförderung oder Fördermittel für den ländlichen Raum in Betracht kommen. Dabei darf jedoch nicht außer Acht gelassen werden, dass die Antragsstellung einen hohen personellen und zeitlichen Aufwand verursacht und der notwendige Eigenmittelanteil

gesichert sein muss. Doch diese Aspekte sollten nicht dazu führen, auf Fördermöglichkeiten zu verzichten, denn die notwendigen Aufwendungen zur Beantragung sind in den meisten Fällen förderfähig und der Benefit der Förderprogramme übertrifft in den allermeisten Fällen den notwendigen Eigenanteil um ein Vielfaches.

Stärkend für eine BKuT-Kooperation wirkt es sich aus, wenn über Finanzierungsmöglichkeiten gemeinsam geredet wird – Baukultur-Akteure kennen in der Regel die Tourismusförderung nicht, Touristiker wissen nicht, wie Mittel der Dorferneuerung oder Städtebauförderung genutzt werden können. Es lohnt sich also, zusammen auf die Suche nach externen Fördertöpfen zu gehen: hier sind vor allem die Bau-, Wirtschafts- und Landwirtschaftsministerien der Länder und des Bundes zu nennen sowie Sonderprogramme, wie z. B. die Nationale Klimainitiative des Bundes unter Ägide des Bundesumweltministeriums.

Zudem wäre es wünschenswert, wenn die Vergabe von Mitteln aus den zahlreichen und differenziert einsetzbaren Förderprogrammen von Städtebau, Denkmalschutz, Ver-



kehrinfrastruktur, Wohnungsbau, KfW usw. auch an baukulturelle Qualitätsstandards in Verbindung mit touristischen Aspekten geknüpft würde. Zurzeit bieten die vorhandenen Förderprogramme vielfach keinen ausreichenden Rahmen, um z. B. durch eine entsprechende personelle Ausstattung eine baukulturelle Unterstützung privater Bauherren gerade im bauhistorischen Kontext leisten zu können. Allerdings können z. B. Vereine, Geschäftsstellen von Netzwerken oder Genossenschaften Personalmittel akquirieren bzw. die erforderlichen Personalressourcen bereitstellen. Im Falle einer Förderung durch Mittel der Städtebauförderung ist zu beachten, dass Einzelmaßnahmen nur im Kontext eines förmlich geschlossenen Fördergebietes Berücksichtigung finden können.

Fördermöglichkeiten des Denkmalschutzes begrenzen den Fördergegenstand relativ restriktiv, jedoch kommt der öffentlichen Hand und

den Denkmalschutzbehörden hier eine wichtige koordinierende Lotsenfunktion zu. Eigentlich braucht es keine neuen Programme, sondern eine flexiblere Ausgestaltung der vorhandenen. Dabei muss die besondere Wertigkeit baukulturell bedeutsamer Objekte in touristischer Nutzung herausgestellt werden.

Auch auf europäischer Ebene darf durchaus nach Finanzmitteln Umschau gehalten werden. Dort bieten der Europäische Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE, Förderung der touristischen Infrastruktur) oder das Entwicklungsprogramm für den ländlichen Raum (EPLR, Integrierte ländliche Entwicklung, Gebäude mit historisch prägender Bauweise) Ansätze.

Neben der finanziellen Ausstattung, ist die kontinuierliche Bereitstellung von personellen Ressourcen unabdingbar. Dabei hat sich gezeigt, dass insbesondere intermediäre Strukturen wie Naturparke, Biosphärenreservate oder Geoparks aufgrund ihres ohnehin sehr breiten Themenzuschnitts besonders geeignet sind, notwendige Vernetzungsarbeiten zu übernehmen. Da auch diese Organisationen mit der Erfüllung ihrer Kernaufgaben in der Regel aus- oder sogar überlastet sind, ist es wichtig, die langfristige Bearbeitung des neuen Aufgabenfeldes „Baukultur und Tourismus“ mit erweiterten Personalressourcen zu hinterlegen. ★

LANGFRISTIG PLANEN UND ZEIT NEHMEN



Das Wichtigste in Kürze:

- **Qualitätvolles Bauen als zukünftiges touristisches Produkt verstehen**
- **Planungshorizonte synchronisieren**
- **Baukultur in die langfristigen Tourismusstrategien der Länder und des Bundes miteinbeziehen**

Baukultur und Tourismus „ticken“ unterschiedlich. Die unterschiedlichen Planungszeiträume von Baukultur- und Tourismusakteuren erschweren die gemeinsame Festlegung auf Ziele und Maßnahmen. Während Tourismusplaner vielfach im Tagesgeschäft gebunden sind und aktuellen Trends folgen müssen, sind baukulturelle Planungen deutlich langfristiger und unabhängiger von „Moden“ angelegt.

Unabhängig von diesem Tagesgeschäft gibt es aber die Ebene der übergeordneten Regional- und Lan-

desverwaltungen. Es ist von großer Bedeutung, dass Planungsämter und übergeordnete Institutionen des Bau- und Tourismussektors (Regionalmanagement, Landesregierung, Landestourismusverbände, Denkmalpflege etc.) in den BKuT-Prozess dauerhaft eingebunden werden.

Zu Beginn eines BKuT-Prozesses ist es daher empfehlenswert, von vornherein einen Arbeitsschritt einzuplanen, der eine Rückkopplung mit der Arbeit auf Landesebene ermöglicht und somit das Thema „Baukultur und Tourismus“ im überregionalen politischen Raum platziert. Dabei sollten die entsprechenden Landesministerien beider Disziplinen angesprochen werden bzw. zusammenarbeiten und zudem Architektenkammern und regionale Akteure involvieren.

Hierbei heißt es, geduldig zu sein und sich in der fortwährenden Platzierung der BKuT-Anliegen nicht beirren zu lassen. Dies gilt vor allem für Politik und Verbände, deren Partizipation die Voraussetzung für eine strategische Zusammenarbeit ist. Aber auch die Zielsetzungen, den regionalen und lokalen Akteu-



ren die Bedeutung regionaler Baukultur nahezubringen, sie für den Blick von Touristen auf die eigene Region oder Stadt zu sensibilisieren und die „Gastgebermentalität“ zu stärken, ist eine Aufgabe, die nur durch einen langen Atem Früchte tragen wird. Nicht zuletzt das immer wieder zitierte Beispiel „Vorarlberg/Bregenzerwald“ lehrt, dass der Weg zu einer Baukultur- und Tourismusregion weit ist, viel Zeit in Anspruch nimmt und zuweilen auch nicht immer gradlinig verläuft. ★

SICH DEN HERAUSFORDERUNGEN STELLEN



Das Wichtigste in Kürze:

- ➔ **Große gesellschaftliche Veränderungen bei baukulturell-touristischem Handeln mitdenken**
- ➔ **Digitalisierung als Chance verstehen**
- ➔ **Die Zukunft mitgestalten**
- ➔ **BKuT als Keimzelle für Neues, Innovatives nutzen**
- ➔ **Visionär sein**

Die Zukunft hält große Herausforderungen bereit: der digitale Transformationsprozess, der demographische Wandel, die Klimaerwärmung, der Abbau sozialer und räumlicher Disparitäten und der Verlust von Naturlandschaften und Biodiversität sind nur die wichtigsten Themen. In allen Bereichen haben jedoch sowohl die Baukulturschaffenden als auch die Tourismusschaffenden etwas beizutragen und können aktiv mitgestalten.

Im Baukultur-und-Tourismus-Kontext bietet hier vor allem die fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft eine große Chance – insbesondere für ländliche Regionen. Das Landleben rückt neuerdings in den Fokus eines urban geprägten Milieus, das seine Arbeit von überall her erledigen kann, also auch am heimischen Computer auf dem Land. Die neuen Bewohner interessieren sich dabei durchaus für alte und baufällige Gebäude in den Ortskernen: ehemalige Schulen, Metzgereien und Bäckereien, alte Fabriken und Mühlen, Klosteranlagen und Landgüter werden – teilweise als Genossenschaften – gekauft, saniert und umgenutzt.

Damit wird frischer Wind in sonst kaum vermittelbare Immobilien und in den Ort gebracht – für die Gemeinden ein großer Gewinn. Für die „Landlustigen“ sind diese Immobilien hingegen ideal, denn sie bieten viel Platz, nicht nur zum Wohnen, sondern auch, um weitere Ideen umzusetzen – vom Café über kleine Geschäfte, von Werkstätten bis hin zum Co-Working-Space. Diese Neu-



belegung der Dörfer und Landstädte lockt nicht nur Besucher an, sondern bietet auch den Einheimischen eine Zukunftsperspektive.

Um den mannigfaltigen Herausforderungen der Zukunft zu begegnen, ist es für alle Prozessbeteiligten wichtig, eine gemeinsame Vision zu haben – ein Meta-Ziel, auf das alle hinarbeiten – im Kleinen wie im

Großen. Dabei ist die entscheidende Frage: Wie wollen wir in 20, 30 oder 40 Jahren leben? Wie soll es dann hier aussehen? Die Kooperation von Baukultur und Tourismus hierbei als Keimzelle für Neues, Innovatives und für eine zeitgenössische Formensprache zu nutzen, liefert vielleicht nur einen kleinen, aber doch wesentlichen Baustein dazu. ★

BAUKULTUR UND TOURISMUS

... ANHANG

Akteure und Mitwirkende

Bildnachweis

AKTEURE UND MITWIRKENDE



MV ELBE WESER



Koordination/Kernteam

Lothar Tabery, BauKulturLand-Verein Elbe-Weser

Hans-Hermann Bode, BauKulturLand-Verein Elbe-Weser

Sowie Vertreterinnen und Vertreter von Cuxland Tourismus, Natur- und Erlebnispark Bremervörde, Tourow Touristikagentur Rotenburg/Wümmen, Touristikagentur Teufelsmoor/Worpswede, Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e.V., der Hochschule 21/Buxtehude und der Architektenkammer Niedersachsen

AKTEURE UND MITWIRKENDE

MV MAINBERNHEIM



Koordination/Kernteam

Peter Kraus, 1. Bürgermeister der Stadt Mainbernheim

Armin Grötsch, 2. Bürgermeister der Stadt Mainbernheim

Markus Schäfer, Stadtplanungsbüro transform, Bamberg

Yvonne Slanz, Stadtplanungsbüro transform, Bamberg

Sowie weitere Vertreterinnen und Vertreter von Stadt Mainbernheim, Landkreis Kitzingen, Bayer. Landesamt für Denkmalpflege, Regierung Unterfranken, der örtlichen Gastronomie und Hotellerie, der Altstadtfreunde Mainbernheim und diverse Eigentümerinnen und Eigentümer

MV MECKLENBURG STRELITZ



Koordination/Kernteam

Frank Fechner, Leiter Stab/Büro Landrat LK Mecklenburgische Seenplatte

Lutz Braun, stadtbau.architekten.nb

Jenny Krüger, stadtbau.architekten.nb

Jana Renner, BIG Städtebau GmbH Neubrandenburg

Sowie Vertreterinnen und Vertreter der Städte und Gemeinden, von Kleinseenplatte Touristik GmbH, Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte, dem „Kulturquartier“ Neustrelitz, der Architektenkammer Mecklenburg-Vorpommern sowie regionale Unternehmen, Architektinnen und Architekten der Region

AKTEURE UND MITWIRKENDE

MV SAUERLAND



Koordination/Kernteam

Klaus Fröhlich, Stadt Arnsberg, Stadtentwicklung

Thomas Weber, Sauerland-Tourismus e. V. Geschäftsführung

Prof. Sabine Keggenhoff, Keggenhoff/Partner

Peter Sieger, Sauerland Initiativ e. V. Geschäftsführung

Sowie das Akteurs-Netzwerk, Vertreterinnen und Vertreter diverser Gemeinden und Behörden und das Büro PROJECT M

MV SÜDSCHWARZWALD



Koordination/Kernteam

Roland Schöttle, Geschäftsführung Naturpark Südschwarzwald e.V.

Christina Schanz, Schwarzwald Tourismus GmbH

Christina Cammerer, Naturpark Südschwarzwald e.V.

Ruth Scheurer, Naturpark Südschwarzwald e.V.

Dr. Diana Wiedemann, Architektenkammer Baden-Württemberg

Reiner Probst, Architektenkammer Baden-Württemberg

Sowie Vertreterinnen und Vertreter von Städten und Gemeinden, Behörden, Schwarzwälder Unternehmen, Schwarzwaldverein und LEADER-Gruppen

AKTEURE UND MITWIRKENDE

MV UCKERMARK-BARNIM



Koordination/Kernteam

Petra Buchholz, Landkreis Uckermark, Amt für Kreisentwicklung, wirtschaftliche Infrastruktur und Tourismus

Uwe Graumann, Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin

Sowie weitere Vertreterinnen und Vertreter des Biosphärenreservates Schorfheide-Chorin, der Landkreise Barnim und Uckermark, der AG Historische Dorfkerne im Land Brandenburg, vom Tourismusverein Angermünde e.V., Tourismusverband Marketing Uckermark e.V., Tourismus-Marketing Brandenburg mbH, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE), BTE Tourismus- und Regionalberatung, Brandenburgische Architektenkammer und Ministerium für Infrastruktur und Landesplanung des Landes Brandenburg

MV WEISSWASSER/MUSKAUER FALTENBOGEN



Koordination/Kernteam

Torsten Pötzsch, Oberbürgermeister der Stadt Weißwasser/O.L.

Lars Scharnholz, Institut für Neue Industriekultur INIK GmbH, Cottbus

Heidi Pinkepank, Institut für Neue Industriekultur INIK GmbH, Cottbus

Sowie Vertreterinnen und Vertreter des UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen, Stiftung Pückler-Park Muskau, TGG Neisseland e.V., Tourismusverband Oberlausitz-Niederschlesien e.V., Neufert Bau e.V., Förderverein Glasmuseum, Waldeisenbahn Muskau GmbH, Landesamt für Denkmalpflege Sachsen, Kulturraum Oberlausitz-Niederschlesien, Stadtverein Weißwasser e.V. und Denkmalkommission Weißwasser

AKTEURE UND MITWIRKENDE

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG UND FORSCHUNGSBE- GLEITUNG



Anne Keßler

Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat, Referat SW I 5 – Baukultur, Städtebaulicher Denkmalschutz

Christoph Vennemann

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Referat I 7 – Baukultur, Städtebaulicher Denkmalschutz

BAUKULTOUR-Team

Dr. Frank Pflüger (Projektleitung) und
Tina Hörmann, Heinz Jahnen Pflüger – Stadtplaner und Architekten Partnerschaft (HJPplaner), Aachen
Martina Leicher und Karsten Palme, COMPASS GmbH, Köln

BILDNACHWEIS

Titel Neubau Touristinformation und Restaurant Burg Drachenfels, Königswinter; Quelle: Leicher/COMPASS

S. 6 Anne Katrin Bohle, Staatssekretärin im BMI; Quelle: BMI, Foto: Rene Bertrand

S. 8 Dr. Markus Eltges, Leiter des BBSR; Quelle: BBSR

S. 10–11 Akteure des BKuT-Forschungsfeldes bei Exkursion in Weißwasser/O.L., Oktober 2018; Quelle: Torsten Pötzsch

S. 12 Ergebniskarten der Arbeitsphase „Was ist Baukultur für uns?“, Erfahrungswerkstatt im MV Sauerland, Febr. 2017; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 15 Deutschlandkarte mit den Standorten der sieben Modellvorhaben; Quelle: büroG29

S. 17 Tischzeitung zum Brainstorming „Schnittstellen zwischen Baukultur und Tourismus“, Erfahrungswerkstatt im MV Sauerland, Febr. 2017; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 18 Gemeinsame Arbeit bei der Erfahrungswerkstatt im MV Südschwarzwald, März 2018; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 19 Gemeinsame Arbeit bei der Erfahrungswerkstatt im MV Weißwasser/Muskauer Faltenbogen, Okt. 2018; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 20–21 Steinernes Dachlandschaft, Vals in Graubünden/Schweiz; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 22 Deutschlandkarte mit den Standorten der sieben Modellvorhaben; Quelle: büroG29

S. 24 Fassadendetail eines als Hotel genutzten Fachwerkhäuses in Stade; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 25 Deutschlandkarte mit Kennzeichnung des MV Elbe-Weser in Niedersachsen; Quelle: büroG29

S. 27 Industriemuseum Ziegelei Pape, Bevern; Quelle: Leicher/COMPASS

S. 29 Werbeschild eines Hotels in Stade; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 30 Rezeption Museum „Schwedenspeicher“, Stade; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 32 Moderner Anbau an der historischen Kattau Mühle, Buxtehude; Quelle: Christian Burmester, Bremen/Forum BauKulturLand e.V.

S. 34 oben und unten Taubenhof im ehem. Rittergut Cadenberge, Gesamtensemble und Herrenhaus, Cadenberge; Quelle: Christian Burmester, Bremen/Forum BauKulturLand e.V.

S. 36 Blick vom Stadtturm auf den historischen Ortskern, Mainbernheim; Quelle: Leicher/COMPASS

S. 37 Deutschlandkarte mit Kennzeichnung des MV Mainbernheim in Bayern; Quelle: büroG29

S. 39 Platz mit Brunnen im historischen Ortskern, Mainbernheim; Quelle: Leicher/COMPASS

S. 40 Gastraum eines sanierten BauDenkmals, Mainbernheim; Quelle: Leicher/COMPASS

S. 43 Historisches Wandschild „Pflasterzoll“, Mainbernheim; Quelle: Palme/COMPASS

S. 44 Blick auf Ort und über das Tal in Sauris di Sopra Region Friaul, Udine/Italien; Quelle: Johann Jaritz - Eigenes Werk/CC BY-SA 3.0, commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=2877228

S. 46 oben und unten Platzfront mit modernem Anbau und rückwärtiger Zugang zur „Radlerherberge“, Mainbernheim; Quelle: Hörmann/HJPplaner

S. 48 Haupttreppe und Portal von Schloss Hohenzieritz, Hohenzieritz; Quelle: Hörmann/HJPplaner

- S. 49** Deutschlandkarte mit Kennzeichnung des MV Mecklenburg-Strelitz in Mecklenburg-Vorpommern; Quelle: büroG29
- S. 51** Touristen im Burghof der Alten Burg, Penzlin; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 53** Blick auf die Seeterrasse von Hotel und Restaurant „Altes Zollhaus“, Feldberger Seenplatte; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 54** Badezimmerdetail im Hotel „Alter Kornspeicher“, Neustrelitz; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 55** Blick auf ein saniertes ehemaliges Speichergebäude, Neustrelitz; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 56** Blick auf historische Altstadt und Stadtkirche, Penzlin; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 58** oben Historisches Wäschespülhaus und Zierker See, Neustrelitz; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 58** unten Fassadendetail am historischen Wäschespülhaus, Neustrelitz; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 60** Sanierter Altbau „Blaues Haus“ Arnsberg mit Giebelfenster im modernen Anbau; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 61** Deutschlandkarte mit Kennzeichnung des MV Sauerland in Nordrhein-Westfalen; Quelle: büroG29
- S. 63** Blick vom Dach-Swimmingpool des „Hotel Seegarten“ in die Landschaft, Sundern-Langscheid, Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 65** Werkstoffhaus „Sauerland to go“, Design: Michael Arns, DPMA Design-Nr. 402018202648-0001; Foto: Christoph Meinschäfer Fotografie
- S. 67** Imagebild für den Baukultur-Fotowettbewerb im MV Sauerland; Quelle: Soyka/Sauerland-Tourismus e.V.
- S. 68** oben Blick auf Altbau „Landsberger Hof“ und Neubau Sauerland-Museum des Hochsauerlandkreises, Arnsberg; Quelle: Klaus Fröhlich/Stadt Arnsberg
- S. 68** unten Eingangshof am Sauerland-Museum des Hochsauerlandkreises, Arnsberg; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 70** Titelblatt des Faltblattes „Charta Sauerland-Baukultur in Südwestfalen“; Quelle: EINSATEAM, Berlin/MV Sauerland
- S. 72** Dachöffnung im historischen Dachstuhl, „Hotel Rainhof Scheune“, Kirchzarten; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 73** Deutschlandkarte mit Kennzeichnung des MV Südschwarzwald in Baden-Württemberg; Quelle: büroG29
- S. 75** Spabereich „Hotel Rainhof Scheune“, Kirchzarten; Quelle: Pflüger/HJPplaner
- S. 76** Historisches Gebäude und Holzneubau „Hotel Breggers Schwanen“, Bernau im Schwarzwald; Quelle: Pflüger/HJPplaner
- S. 78** Gästezimmer „Hotel Rainhof Scheune“, Kirchzarten; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 79** Wandverkleidung aus Holzschieben; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 80** Eingang zum Dorfgasthaus „das rößle“, Geschwend; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 82** oben Exkursionsgruppe vor Naturparkhotel „der Waldfrieden“, Todtnau; Quelle: Naturpark Südschwarzwald
- S. 82** unten Ferienwohnung in der „Black Forest Lodge“, Feldberg (Schwarzwald); Quelle: Naturpark Südschwarzwald
- S. 84** Gartenterrasse im teilsanierten „Gutshaus Friedenfelde“, Gerswalde; Quelle: Hörmann/HJPplaner

- S. 85** Deutschlandkarte mit Kennzeichnung des MV Uckermark-Barnim in Brandenburg; Quelle: büroG29
- S. 87** Hof- und Gartenanlage im ehemaligen gotischen Kloster Chorin, Chorin; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 89** Badesteg „Waldseehotel Frenz“ am Amtssee, Chorin; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 90** Durchblick durch ehemaliges Stadttor, Angermünde; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 91** Stadtplatz mit Rathaus, Angermünde; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 92** Biorama-Wasserturm mit Aussichtsplattform, Joachimsthal; Quelle: MV Uckermark-Barnim
- S. 94** Schloss Lanke, Wandlitz; Quelle: MV Uckermark-Barnim
- S. 96** Eingangshof „Schloss Muskau“, Bad Muskau; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 97** Deutschlandkarte mit Kennzeichnung des MV Weißwasser/Muskauer Faltenbogen in Sachsen; Quelle: büroG29
- S. 99** Fotoinstallation auf Fassade des Neufert-Baus, Weißwasser/O.L.; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 100** Landschaftsformation mit See, Wald und Felsen im UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen; Quelle: Torsten Pöttsch
- S. 104** Zelt auf Gelände des Neufert-Baus, Weißwasser/O.L.; Quelle: Gregor Schneider
- S. 106** Abendliche Party in der Hafentube des Kulturzentrums TELUX, Weißwasser/O.L.; Quelle: Torsten Pöttsch
- S. 108/109** Akteure des BKuT-Forschungsfeldes vor dem Heimatmuseum Resenhof, Bernau, März 2018; Quelle: Fritsch/HJPplaner
- S. 110** Porträt: Jenny Krüger, MV Mecklenburg-Strelitz; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 113** Stadtgeschichtliche Ausstellung im ehem. Franziskanerkloster, Regionalmuseum Neubrandenburg; Quelle: Pflüger/HJPplaner
- S. 114** links Porträt: Silvia Voßloh, Bürgermeisterin von Werdohl; Quelle: K. Machnik/Stadt Werdohl
- S. 114** rechts Porträt: Thomas Weber, Geschäftsführer des Sauerland-Tourismus e.V; Quelle: Pressestelle Hochsauerlandkreis
- S. 116** Porträt: Diana Wiedemann, MV Südschwarzwald; Quelle: Wiedemann
- S. 117** Imagerträger „Schwarzwaldmädel“ im öffentlichen Raum, Kirchzarten; Quelle: Pflüger/HJPplaner
- S. 119** Mediathek in einer umgebauten ehemaligen Scheune, Kirchzarten; Quelle: Pflüger/HJPplaner
- S. 120** links Porträt: Heidi Pinkepank, MV Weißwasser; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 120** rechts Porträt: Christine Lehmann, MV Weißwasser; Quelle: Torsten Pöttsch
- S. 121** Szene aus Theater-Parcours mit Darstellern von E. Neufert und W. Wagenfeld im Bauhausjahr 2019, Weißwasser/O.L.; Quelle: MV Weißwasser, David Baltzer
- S. 123** Szene aus Theater-Parcours mit Stadtbewohnern am Bahnhof Weißwasser im Bauhausjahr 2019, Weißwasser/O.L.; Quelle: MV Weißwasser, David Baltzer
- S. 124/125** Sanierte Fassade des ehem. Faguswerkes von Walter Gropius, Alfeld an der Leine; Quelle: Lars Scharnholtz/INIK
- S. 126** Fotomontage der Abbildungen Seiten 131–161; Quelle: büro G29

- S. 131** Glas-Stahl-Spiegel-Skulptur von Don Graham, Ausstellung „Skulpturenlandschaft Nordland“, Kleppstad Lofoten/Norwegen; Quelle: Jähnen/HJPplaner
- S. 133** Schild: „Schau genau hin“ in der stadtgeschichtlichen Ausstellung, Regionalmuseum Neubrandenburg; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 135** „Vernetzung“ im Rahmen der BKuT-Erfahrungswerkstatt im MV Sauerland; Quelle: Fritsch/HJPplaner
- S. 139** Strategische Planung an der Metaplanwand während einer Be- reisung des MV Weißwasser/Muskauer Faltenboegn; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 143** Gemeinsame Arbeit während der BKuT-Erfahrungswerkstatt auf dem TELUX Gelände, Weißwasser/O.L.; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 144–145** Blick auf die Altstadt von Mainbernheim und die umgebende Landschaft; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 147** Schwarzwälder Kirschtorte vor Schwarzwaldlandschaft; Quelle: Margrit Heyn
- S. 149** Blick auf das Dorf Kallenhardt im Hochsauerland, Quelle: Klaus-Dieter Hötte/Sauerland-Tourismus e.V.
- S. 151** „Forum erlebnis:holz“ der Gemeinde Bernau, Südschwarzwald; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 153** Moderne Erweiterung einer his- torischen Berghütte in Südtirol; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 155** Übergang zwischen Alt- und Neubau, Sauerland-Museum des Hoch- sauerlandkreises, Arnsberg; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 157** Sanierungsbedürftige ehemalige Brauerei in Bad Muskau; Quelle: Lei- cher/COMPASS
- S. 159** Blick auf Sacré-Cœur durch die Uhr des Musée d’Orsay, Paris; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 161** Fabrikfassade mit Aufschrift „Take Courage“, London; Quelle: Leicher/COMPASS
- S. 164** Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Erfahrungswerkstatt im MV Weiß- wasser/Muskauer Faltenbogen, Okt. 2018; Quelle: Fritsch/HJPplaner
- S. 165** oben und unten Akteure des MV Elbe-Weser bei einer Bereisungs- sitzung, Nov. 2017, Quelle: Hörmann/ HJPplaner
- S. 166** Akteure des MV Mainbernheim auf Exkursion im Friaul/Italien, Quelle: MV Mainbernheim
- S. 167** Kernteam des MV Mecklenburg- Strelitz „Auf dem Weg zur Baukultur und Tourismus-Destination“; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 168** Kernteam des MV Sauerland zum Projektauftakt; Quelle: Steffen Schulte-Lippert/Sauerland-Initiativ
- S. 169** Kernteam des MV Südschwarz- wald „Auf dem Weg zur Baukultur und Tourismus-Destination“; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 170** Akteurskreis des MV Ucker- mark-Barnim; Quelle: MV Uckermark- Barnim
- S. 171** Akteure des MV Weißwasser/ Muskauer Faltenbogen „Auf dem Weg zur Baukultur und Tourismus-Destina- tion“; Quelle: Hörmann/HJPplaner
- S. 172** Staatssekretärin Bohle (2.von links) zusammen mit dem wissen- schaftlichen Begleitteam von BBSR und BMI und dem BAUKULTOUR-Team, Abschlusstagung Kloster Chorin, Juni 2019, Quelle: Fritsch/HJPplaner
- Rückseite** Säulenhalle des „Hotel Badehaus Goor“, Putbus auf Rügen; Quelle: Leicher/COMPASS

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) Deichmanns Aue 31-37
53179 Bonn

WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung Referat I 7 –
Baukultur, Städtebaulicher Denkmalschutz; Christoph Vennemann

BEGLEITUNG IM BUNDESMINISTERIUM

Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat Referat SW I 5 –
Baukultur, Städtebaulicher Denkmalschutz; Anne Keßler

AUFTRAGNEHMER

BAUKULTOUR

Heinz Jahnen Pflüger –

Stadtplaner und Architekten Partnerschaft (HJPplaner), Aachen

Mit COMPASS GmbH, Köln

Dr. Frank Pflüger (Projektleitung), Tina Hörmann, Martina Leicher,

Karsten Palme

BEZUGSQUELLE

christoph.vennemann@bbr.bund.de, Stichwort: Baukultur und Tourismus

Bonn, Juli 2020

DRUCK

Druckerei Erdtmann, Aachen

LEKTORAT

Alano Publikationsservice, Aachen
Daniele Fettweis

GESTALTUNG

büro G29, Koch + Louis GbR, Aachen

Nachdruck und Vervielfältigung

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck nur mit genauer Quellenangabe gestattet. Bitte senden Sie uns zwei Belegexemplare zu.

Die von den Bearbeitern vertretene Auffassung ist nicht unbedingt mit der des Herausgebers identisch.

Redaktioneller Hinweis: An möglichst vielen Stellen dieser Publikation wurden bei der Benennung von Personen sowohl die weibliche als auch die männliche Form benutzt (Teilnehmerinnen und Teilnehmer). Dort, wo dies aufgrund der Lesbarkeit nicht geschah, sind selbstverständlich immer alle Geschlechter gemeint.

ISBN 978-3-87994-270-1



.....

Baukultur trägt maßgeblich zur Identität einer touristischen Region bei. Drei Jahre lang wurde die Kooperation von Baukultur und Tourismus in sieben deutschen Regionen in der Praxis erprobt. Was sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren? Welche Chancen ergeben sich für die Regionalentwicklung? Welche Empfehlungen können für Nachahmer gegeben werden? Leserinnen und Leser finden in diesem Buch nicht nur Antworten auf diese Fragen, sondern auch neue Denkanstöße, praktische Ansätze und viele Beispiele für die gelungene Zusammenarbeit von Baukultur- und Tourismusschaffenden.

.....