



WELTERBE UND TOURISMUS

Vom Grand Canyon des Colorado bis zu den Pyramiden von Gizeh in Ägypten, vom Mont Saint-Michel in Frankreich bis zum Tadsch Mahal in Indien, von der Zeche Zollverein in Deutschland bis zum Ngorongoro-Krater in Tansania – Welterbestätten der UNESCO gibt es in vielen Ländern der Welt. Heute haben immer mehr Menschen die Möglichkeit, diese Orte zu besuchen. Sie möchten fremde Kulturen und einmalige Naturlandschaften kennen lernen. Kulturtourismus – so die Deutsche Zentrale für Tourismus – ist in der Tourismusbranche der wichtigste Trend der Zukunft. Die Auswirkungen auf die Welterbestätten und die umgebenden Regionen sind vielfältig.

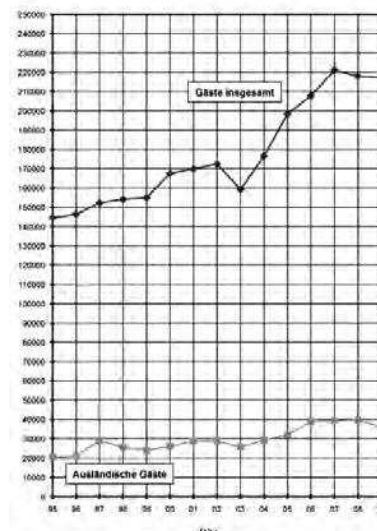
Teile der Bamberger Altstadt gehören seit 1993 zum Welterbe der UNESCO: mittelalterliche Kirchen, barocke Bürgerhäuser und Paläste lassen die Vergangenheit lebendig werden. Schon seit 1982 war ein größerer Bereich des Altstadtensembles unter Denkmalschutz gestellt worden. Deshalb müssen Hauseigentümer eine Erlaubnis bei der Denkmalbehörde einholen, wenn sie Veränderungen an ihrem Gebäude vornehmen wollen. Ziel ist, die Altstadt in ihrem Status quo zu erhalten. Mit der Aufnahme in die Welterbeliste wurde der Wert der Altstadt für die Menschheit herausgestellt. Was bedeutet das für die Stadt Bamberg, für ihre Bewohner und Gäste? Seit Bamberg den Status des Welterbes trägt, ist die Zahl der Besucher, die in Bamberg übernachten, kontinuierlich gestiegen (vgl. Grafik). Durch die große Zahl an Gästen konnten Hotels, Gaststätten und Geschäfte eröffnen bzw. ihre Einnahmen steigern. Die Auszeichnung als Welterbestätte bewirkte eine Förderung der Wirtschaft. Mit dem Label »Welterbe« konnten neue Strategien der Vermarktung entwickelt werden, die auf der »Adelung« der Stadt Bamberg und dem damit verbundenen Imagegewinn basieren.

Doch der Tourismus kann Denkmale auch gefährden. Besonders bei Naturdenkmälern stellt das große Interesse von Touristen aus aller Welt die Verantwortlichen vor Probleme: Hohes Verkehrsaufkommen und Autoabgase verschmutzen die Umwelt, Hotels werden in empfindlichen Ökosystemen errichtet und Touristen halten sich nicht an die vorgegebenen Routen, die Tieren und Pflanzen Rückzugsmöglichkeiten gewähren. Um auf die Gefährdung einer Welterbestätte aufmerksam zu machen, hat die UNESCO die »Liste des gefährdeten Welterbes«, die »Rote Liste«, eingerichtet. Ziel der »Roten Liste« ist es, Sofortmaßnahmen zum Schutz des Denkmals anzustoßen.



AUFGABEN

1. Welche Auswirkungen hat es, wenn immer mehr Menschen Kultur- und Naturerbestätten besuchen? Bildet zwei Gruppen und ermittelt positive und negative Auswirkungen. Denkt dabei an die Kultur-/Naturerbestätte und an die gesamte Region. Stellt euch gegenseitig eure Ergebnisse vor.
2. Wie kann man negativen Auswirkungen vorbeugen oder sie reduzieren?
3. Die Auszeichnung als Welterbestätte kann man unter Marketingaspekten nutzen. Welche Möglichkeiten der Vermarktung bieten sich für eine Welterbestätte? Denkt bei euren Überlegungen an Themen wie Reisen, Ansiedlung von Handel und Dienstleistungsunternehmen sowie Immobilienpreise.
4. Nehmt Kontakt zur Verwaltung einer Welterbestätte oder zu einem vielbesuchten Touristenziel in eurer Umgebung auf. Erkundigt euch, mit welchen Maßnahmen man dort auf hohe Besucherzahlen reagiert. Achtet dabei u.a. darauf, ob Besichtigungen nur zu festgelegten Zeiten möglich sind, ob es Höchstgrenzen für Besucherzahlen gibt und ob alle Bereiche für Besucher zugänglich sind.



Gästemeldungen
in den Beherbergungs-
betrieben in Bamberg
Grafik: Bayerisches
Landesamt für Statistik,
Stadtplanungsamt Bamberg

Teile der Bamberger
Altstadt gehören seit 1993
zum Welterbe der UNESCO.
Foto: Marie-Luise Preiss,
DSD Bonn



Ku	G	D	Sk/Gk	Rel	Al	Ek	B	Ch	Ph	Fü
M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11

WELTERBE UND TOURISMUS

SACHINFORMATIONEN

UNESCO-Welterbestätten sind beliebte Reiseziele. Für viele Länder hat der Natur- und Kulturtourismus positive Auswirkungen: Straßen werden gebaut, Hotels entstehen, Arbeitsplätze werden geschaffen. Gerade entlegene Regionen profitieren durch die Devisen, die mit dem Touristenstrom ins Land kommen und Entwicklung häufig erst ermöglichen. Auch das kulturelle Leben einer Region kann durch das Interesse der Besucher belebt werden: Stadtführungen, Kulturveranstaltungen, Infobroschüren und andere Publikationen werden angeboten und stoßen auf einen erweiterten Interessentenkreis. Dem gegenüber stehen negative Folgen, die das große Interesse der Besucher mit sich bringt: Luftverschmutzung durch steigende Abgase der Busse und PKWs, die das Denkmal gefährden, zu hohe Luftfeuchtigkeit in geschlossenen Räumen durch die Atemluft der Besucher, ökologische Gefährdungen in Küstenzonen beim Bau von Hotels oder Straßen, Vernachlässigung der Errichtung von lokalen Einrichtungen wie Schulen und Krankenhäuser zugunsten der touristischen Infrastruktur, Lärmbelastigung.

Doch nicht nur für die Tourismusbranche sind die Auswirkungen spürbar, die die Auszeichnung eines Ortes als Welterbestätte mit sich bringt. Bei der Standortwahl müssen Unternehmen neben den sogenannten »harten«, den ökonomisch begründeten Faktoren wie Fragen der Verkehrsanbindung und des Arbeitsmarktes, in den letzten Jahren die »weichen Faktoren« immer stärker berücksichtigen. Möchten die Arbeitgeber erfolgreich Mitarbeiter akquirieren, binden und motivieren, ist ein attraktives Lebensumfeld entscheidend. Dazu zählen Erholungsmöglichkeiten, Sport- und Freizeitangebote, verfügbarer Wohnraum und kulturelle Angebote, die das Image der Kommune prägen.

Der Titel »Welterbestätte« eröffnet die Möglichkeit, mit dieser Auszeichnung zu werben und der Stadt oder der Region ein besonderes Image zu verleihen: Reiseangebote, die Einrichtung einer Homepage, Anwerbung von Unternehmen, Veranstaltungen, Merchandising-Artikel (Stifte, Mousepads, Schirmmützen, Trinkbecher). »Welterbe« wird damit zur Marke, die sich im Wettbewerb mit anderen Anbietern auf dem Markt behaupten muss. Marketingspezialisten entwickeln in diesem Rahmen Angebote für verschiedene Zielgruppen, die dazu dienen, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen, zu informieren und Gelder einzunehmen. Auf die Altstadt Bambergs als Weltkulturerbe weist ein Werbestempel hin, der Briefe schmückt, die von Bamberg aus verschickt werden. Außerdem soll eine »Weltkulturerbestiftung Bamberg« gegründet werden, um mit Hilfe der Erträge den Erhalt der Altstadt zu ermöglichen.

Die UNESCO kennzeichnet Welterbestätten, die unter ihrem Schutz stehen, mit dem Welterbelogo.



FRAGEN + ZIELE

Die Schülerinnen und Schüler lernen UNESCO-Welterbestätten und ihre Bedeutung kennen (L1, L7). Sie setzen sich mit den Auswirkungen des Tourismus kritisch auseinander (L9) und beschäftigen sich mit der »Marke« Welterbe. Sie erhalten Einblick in Vorzüge und Gefahren des wachsenden Interesses an den von der UNESCO ausgezeichneten Stätten (L10). Neben einer Sensibilisierung für die Gefährdung der Welterbestätten (vgl. L2) ist es das Ziel des Arbeitsblattes, die Chancen, die sich durch den Welterbestatus ergeben, herauszuarbeiten.

LERNFORMEN

Die Schülerinnen und Schüler lernen im Rahmen der Gruppenarbeit, Techniken der Moderation und Präsentation einzusetzen. Sie tragen mithilfe eines Brainstormings positive und negative Aspekte des verstärkten Tourismus an Welterbestätten zusammen und diskutieren diese untereinander. Um die Exkursion (außerschulischer Lernort) zu planen, teilen sie die organisatorischen Vorarbeiten untereinander auf, holen Informationen durch Rechercharbeiten in Bibliotheken oder im Internet ein und machen Ansprechpartner ausfindig. Vor Ort erforschen die Schüler, welche Auswirkungen das Interesse von Touristen auf das Denkmal hat und wie man diesem begegnet (L4, L13).

MEHR INFOS

- UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V. mit Reiseangeboten zu Welterbestätten: www.unesco-welterbe.de
- Informationen des Statistischen Bundesamtes zur Entwicklung des Tourismus in Deutschland: www.destatis.de Suche nach »Tourismus«
- Ethikcharta zum Kulturtourismus, aufgestellt von der 2. Mittelmeerkonferenz über Archäologietourismus in Paestum vom 5.11.1999: www.reisen-in-die-geschichte.de/kulturcharta.htm
- Trauzettel, Ludwig: Belastungen für die Denkmalpflege durch den Tourismus am Beispiel des Landschaftsparks Wörlitz, in: Landschaftsarchitektur 12 (1983) H. 1, S. 10–12.