



Symposium:

Kultur und Städtetourismus

Eine Fallstudie über eine Jubiläumsfeier der Stadt Lille, die zu Aufwertung, zur Steigerung des Selbstwertgefühls und zusätzlichen Übernachtungen geführt hatte, präsentierte eine Vertreterin der Stadt Lille bei einem Symposium „Kultur und Tourismus/Kultur und Städtetourismus“ im Rahmen der C-B-R, das von der araka - Arbeitsgemeinschaft Ratzinger/Dr. Kagelmann (Profil-Verlag, Tel.: 089/70-4924) – organisiert worden ist.

** Studenten und Wissenschaftler kamen, um Kultur und Städtetourismus zu analysieren. Das Problem bei der Kooperation: Kulturverantwortliche treten den Tourismusexperten mit Misstrauen gegenüber, was auch Hans N. Nechleba, Herausgeber von RB, bei seinen Seminaren „Marketing für Museums-Direktoren“ in deutlicher Form registriert hatte.

Die weitere Erkenntnis des Symposiums, der Begriff von Kultur, wird in jeder Stadt und in jedem Land wie ein Kaugummi weiter oder enger gedehnt. Am weitesten fassen die Amerikaner den Kulturbegriff, die sogar Disney als Kultur subsumieren.

Als wissenschaftlicher Moderator konnte Dr. Jürgen Kagelmann prominente Experten begrüßen, die jedoch nicht nur prominentes Wissen darlegten. Kontrovers beurteilte man beispielsweise das CentrO in Oberhausen. Es sei eine touristische Attraktion, sagte die eine Seite, die andere unterstrich die katastrophale Architektur und die zerstörerischen Auswirkungen auf die ohnehin schon verarmte Stadt und bezeichnete es als ein Experiment auf der grünen Wiese, wenn auch Millionen Einkäufer zum Shopping kommen. Die Schaffung der synthetischen Stadt haben ein Teil der Wissenschaftler abgelehnt.

Dr. Hansruedi Müller, der Professor aus der Schweiz, brachte Dias mit, wie man dem Kunden Ambiente vermitteln müsste. Herbe Kritik auch an der Münchner

Messe: Es gebe nirgends Ruhebänke für die Besucher.

Diese Kritik dehnte er auf zahlreiche Städte und auch auf die Stadt Bern aus. Am Berner Glockenturm störten wilde Motorradfahrer die nach Besinnlichkeit lechzenden Touristen. Er vertrat die Auffassung, Entspannung sei das Wichtigste des Ambientes, und je schöner das Ambiente sei, je ausgewogener es sich dem Kunden darbiete, desto schneller gelinge es dem Touristen, von den Sorgen des Alltags abzuspannen und abzuschalten.

Während Lille vor allem eine Bilanz stolzer Zahlen vorlegen konnte und die Dauerwirkung darlegte, rückte Prof. Hansruedi Müller die Menschlichkeit in den Vordergrund seiner illustrierten Ausführungen. Den Professor hat Verschiedenes „angetönt“. Während Lille sich damit brüsten konnte, dass man Zehnjahres-Impulse gesetzt hätte, erinnerte Prof. Müller daran, dass man völlig anders denke müsste. Es ist nicht wichtig, dass man etwas gemeinsam hat, „sondern das, was uns unterscheidet“ (RB meint: Dann müsste er seinen Schweizer Bergbauern klar machen, dass sie nicht die überseeischen Röhren-Briefkästen vor ihren Almhütten ausbauen). Ausgehend von den Grundprinzipien des Reisens, die Prof. Jost Krippendorf 1984 formuliert hat, Reisen heißt Erholung und Regeneration, Kompensation und gesellschaftliche Integration, Flucht, Kommunikation, Horizonterweiterung, Freiheit und Selbstbestimmung und Selbstentfaltung und Selbstfindung und auch Glück. Die heile Welt früherer Reisemotive wird nicht aufgehoben sondern nur erweitert. Hinzu gekommen sind, was nicht alles Kultur ist, Geschäftstourismus, MICE-Tourismus, Special Interest Groups und Incentive und Kultur als Kulisse und Architektur-Tourismus, ferner Events für Sport, Unterhaltung und Kultur und schließlich die hohe Kunst. Er bezeichnete den Städtetourismus als eine so genannte Tourismusform, denn jede Stadt hat den Tourismus entdeckt. Der

Städtetourismus setzt ganz stark auf den Kulturtourismus. Der wirkliche Intensiv-Tourismus des Kulturbereiches mache nur 17 % aus. Gelegenheitsbesuche im Kulturbereich (Befragung Museumsmarkt) machen 33 % aus, die seltenen Besucher 21 %. Beim Museumsbesuchermarkt teilte er in gesellige erlebnisorientierte, bildungs- und prestigeorientierte sowie Kultur muffel auf, die im Durchschnitt 30 Jahre sind und 32 % ausmachten.

Die höchste Form der Erlebnisökonomie in einer mehrstufigen Skala des Professors ist die Aufgabe, Erlebnisse inszenieren.

Die verschiedenen E-Begriffe Erlebnis, Emotionen, Erkenntnis, Erfahrung, Erlebnisse, so der Professor, können nicht hergestellt, aber optimiert werden. Bei den Städten müsste darauf achten, dass sie entrümpelt werden, dass der Besucher geschützt und sicher sei (geschützt vor Motorradlärm) und dass die Erlebnis-Silhouette, zu der auch moderne und alte Architektur gehören, zur Stimmung beitragen.

Er analysierte in Form einer Pyramide die Instrumente der inszenierten Erlebniswelt. Szenarie muss gestaltet werden (Beleuchtung, Projektion!), durch die Schaffung von Attraktivitäten, Parkplätze müssten in Erlebnisräume umgewandelt und zusätzliche Attraktivitäten geschaffen werden (Riesenrad). Orientierung und Information müssen durch eine geschickte Besucherlenkung ergänzt werden. Die Gäste müssen sich selbst in Szene setzen können. Er vertrat die Auffassung, der Gast brauche Ruhezeiten (vgl. Robert Frei, Nesselwang, letzte Folge!).

Ulrich **SPÖREL**, der Abteilungsleiter FV des Stat. Bundesamtes, machte mit Zahlen deutlich, der Städtetourismus sei im Verlauf der Zwölf-Monats-Bilanz gleichmäßiger. Er bringe im Durchschnitt pro Monat für Deutschland fünf Millionen Besucher.

Ostdeutsche Großstädte tun sich noch schwer, ausländische Märkte für sich zu interessieren. Der Städtetourismus sei im Jahre 2004 um 6 % gewachsen. Die Fehlerquote in der Statistik bei den Fremdenverkehrs-Meldungen sei konstant. Der Lügenfaktor ist konstant,

trotz aller unehrlichen Meldungen, denn er veranschaulicht die Wachstums-Proportionen und im Übrigen können große Konzerne nur sehr schwer mogeln.

Die Diskussion griff die Vorschläge von Müller positiv auf, man solle mehr Street Art haben, die ohne Geld zu genießen sei. Kommerzielle Sitzplätze gebe es unentwegt, aber kostenlose Sitzplätze fehlen überall.

Thomas **HÖFT**, Sonderbeauftragter der Stadt Salzburg für die Bewerbung Kulturerbe der Stadt Augsburg, konnte seinen Frust trotz allen Optimismus nicht verbergen: Augsburg ist die abgehangene Stadt, aus Gründen der Regionalität (Augsburg ist Schwaben und nicht Bayern, Bamberg ist Franken und nicht Bayern), berichtete er über die Bemühungen und die neue Identitätsschaffung auch bei der Bevölkerung. Augsburg feiert in diesem Jahr den 450. Jahrestag des Augsburger Religionsfriedens, in dem Protestanten und Katholiken gezwungen wurden, sich endlich zu vertragen. Augsburg hat innerhalb von 13 Jahren 10 % seiner Übernachtungen verloren. Dennoch kämpft sich Augsburg vorsichtig nach oben. Höft machte deutlich, dass sich Fremdenverkehrsexperten und akademische Kulturspezialisten nur sehr schwer vertragen und es eine permanente Konfrontation gebe.

Mit deutlichen Worten nahm Thomas Höft Abstand von Oberhausen und dem CentrO. Es sei grauenhaft. Oberhausen ist keine Stadt, sie hat kein Gesicht. Ein neu gedachtes Zentrum sei nicht der richtige Ausweg gewesen. Lobende Worte fand er allerdings über die Kulturveranstaltungen des Gasometers.

Manfred B. Geisler aus Braunschweig stellte die Bemühungen von Braunschweig und Region dar, Kulturhauptstadt zu werden. Seine Aufzählung wirkte spannend wie ein Krimi, doch die Monokulturen der Technik fallen sicherlich nach europäischem Maßstab nicht komplett in den Begriff Kultur im engeren Sinn.

Die Stadt München hat nach den Angaben des Symposiums jetzt die höchste Quote an Auslands-gästen, während in der Gesamtstatistik Berlin wegen seiner Größe führt.



2171
März I - 05
8. 3. 2005
Seite 9