

11.02.2009

Bericht zur Anhörung "Regionale Baukultur und touristische Vermarktung"

Tourismus- und Architektur-Experten sind sich darin einig, dass Deutschland, was die architektonische Qualität der Tourismusinfrastruktur sowie die städtebauliche Qualität ganzer Destinationen betrifft, keineswegs optimal dasteht. Das Meiste ist in den 70er und 80er Jahren des letzten Jahrhunderts relativ ungeplant gewachsen und verströmt auch heute noch den Charme der 70er und 80er Jahre. Aus Dörfern wurden Kurorte, aus Pensionen durch Anbauten größere Hotels. Planungen gezielt für den Tourismus sind die Ausnahme. Da wo es Modernisierungen gab, haben sich diese nicht selten am "vermeintlichen" Geschmack der Gäste orientiert: rustikal, kitschig, luxuriös, cool und ohne erkennbare Linie. Die Bedeutung und Verbindung von betriebswirtschaftlichen Ergebnissen und zeitgemäßer Architektur wird in der Regel nicht gesehen. Touristiker verfolgen ihr Geschäft, Architekten entwerfen und bauen. In der Praxis bestimmen zudem häufig Investoren über die Art des Ausbaus der touristischen Infrastruktur – und dies aus Ratlosigkeit lieber "konservativ" die Umsetzung zeitgemäßer Standards außer Acht lassend.

Tourismusarchitektur bringt jedoch nachweislich wirtschaftliche Vorteile, dessen waren sich alle vom Ausschuss angehörten Sachverständigen einig.

Mit der Ablösung der Spaßgesellschaft durch die Sinngesellschaft verändern sich die Lebensstile der Menschen in den westlichen Gesellschaften. "Geschmack" gewinnt auch beim Urlaubs-Ambiente eine bedeutende Rolle. Gerade in einem Land ohne "Sonnengarantie" ist der Aufenthaltsqualität im Zimmer/Haus besondere Aufmerksamkeit zu widmen. Auch hier gibt es intelligente Lösungen, ohne dass zuviel investiert werden muss.

Diese Veränderung zwingt jeden Hotelier und jede Destination dazu, sich in der Auswahl der potenziellen Gäste festzulegen und im Marketing sowie an der Ästhetik zielgenau zu arbeiten.

Herausgehoben wurde, dass es gilt die regionale Authentizität zu bewahren um auch eine erfolgreiche touristische Attraktion zu sein. Baukultur ist an dieser Stelle der Schlüssel zur Nachhaltigkeit und entwickelt ebenfalls die Authentizität weiter. Schließlich verbringen laut Reiseanalyse 2008 über 50% der Deutschlandurlauber ihren Urlaub am liebsten in einem Ort mit "ursprünglichen, unverfälschtem Charakter".

Baukultur im Tourismus geht über die Gestaltung von Hotels hinaus, denn auch Stadt- und Ortssanierung sollte unter dem Gesichtspunkt des Tourismus betrachtet werden: besuchergerechte Umgestaltung von Fußgängerzonen und Promenaden, Ordnung von Wege- und Blickbeziehungen, Abriss und Neugestaltung in Kurorten.