

Autor: Dipl.-Kulturmanager, Dipl.-Kaufmann (FH) Ralf Trimborn  
Geschäftsführender Gesellschafter der inspektour GmbH

## **Kulturtourismus im zeitlichen und gesellschaftlichen Kontext Eine Beobachtung aus Sicht der Freizeitforschung**

### **Inhaltsverzeichnis**

- 1. Angelpunkt KULTURtourismus**
- 2. Entwicklung des und Dynamik im Kulturtourismus**
  - 2.1 Entwicklungsfaktor: Regionalbewusstsein und endogenes Potential
  - 2.2 Entwicklungsfaktor: Ökonomischer und gesellschaftlicher (Werte-)Wandel
  - 2.3 Weitere Entwicklungsfaktoren
- 3. Chancen und Potentiale des Kulturtourismus**

### **1. Angelpunkt KULTURtourismus**

Kulturmanagement ist in unserer Gesellschaft eine Disziplin, die erst in den letzten Jahr(zehnt)en an Bedeutung gewonnen hat. Kultur<sup>1</sup> jedoch existiert in den Gedanken der Menschen schon um einiges länger. Zur zeitlichen Abstraktion lässt sich konstatieren, dass nicht wichtig ist, wie lange die Kultur schon vorhanden ist, sondern ab wann die Menschheit sich dieser bewusst ist.

Gelehrte des 18. und 19. Jahrhunderts und viele Menschen der heutigen Zeit setzen Kultur gleich mit Zivilisation und sehen beides im Gegensatz zur Natur. So wurden und werden Menschen, denen Elemente einer so genannten Hochkultur fehlten, oft als naturverbunden, bodenständig und im negativen Sinne als unzivilisiert bezeichnet. Im späten 19. Jahrhundert plädierten Anthropologen für eine breitere Definition des Begriffes Kultur, um das Wort auf eine Vielzahl von verschiedenen Gesellschaften anwenden zu können. Sie argumentierten, dass die Kultur der menschlichen Natur entspreche. Die Kultur habe ihre Wurzeln in der menschlichen Fähigkeit, Versuche allgemeiner Art systematisch auszuwerten und deren Ergebnisse in Schrift und Sprache weiterzugeben. Deswegen entwickeln Menschen, die getrennt voneinander leben, einzigartige Kulturen. Die Anthropologen versuchten eine methodisch und theoretisch klare Definition des Wortes Kultur zu entwickeln und unterschieden zwischen einer materiellen Kultur und einer symbolischen Kultur (Schrift und Sprache). Der Unterschied spiegelt nicht nur verschiedene menschliche

---

<sup>1</sup> Das Wort Kultur stammt von dem lateinischen Ausdruck „cultura“ ab, welches wiederum Landwirtschaft, Feldbestellung, bebautes Land (zurückgehend auf das Verb colo, colui, cultus - pflegen), als Gegensatz zu Natur, bedeutet.

Tätigkeiten wider, sondern man braucht auch verschiedene Untersuchungsmethoden, um beide Bereiche zu beschreiben und zu erforschen. In der Regel konzentrieren sich die Archäologen auf die materielle Kultur und die Kulturanthropologen auf die symbolische Kultur. Darüber hinaus bezieht sich der Begriff Kultur für die Anthropologen nicht nur darauf, wie Güter verbraucht, sondern auch wie sie produziert und für die Menschen bedeutsam werden (eine moderne und zeitgenössische darstellende Extremform wäre der Dadaismus). Die Anthropologen wollen auch die sozialen Beziehungen und Handlungsweisen verstehen, in welche die Dinge des täglichen Lebens einbezogen werden. Im Jahre 2000 wurde von einigen Anthropologen sogar gefordert, den Kulturbegriff auf Primaten (Menschenaffen) auszudehnen. Diese Diskussion dauert derzeit jedoch noch an.

Kultur ist in der heutigen schnelllebigen Zeit des Umbruchs und der Veränderung auch ein Modewort geworden: Oftmals wird Kultur mit großem Aufwand als Event inszeniert und als ein wirtschaftlicher Impulsgeber konsumierbar gemacht (Stichwort Kulturalismus). Die Monetausstellung in der Kunsthalle in Bremen in den Jahren 2005-06 oder auch die bereits einige Jahre (1995) zurückliegende Verhüllung des Reichstages in Berlin von Christo (Vladimirov Javacheff) können hier beispielhaft genannt werden.

In Verbindung mit dem Tourismus vertritt die überwiegende Mehrheit die Auffassung, dass ein erweiterter Kulturbegriff zugrunde zu legen ist. Aus dieser Sichtweise dient die Kultur nicht nur der menschlichen Bildung durch das Angebot von Musik, Theater, Museen, Ausstellungen, Festspielen und denkmalgeschützten Bauten, sondern durchdringt jeden Lebensbereich des Menschen und bezieht sich gleichermaßen auf dessen Leben und Wohnen, seine Arbeit und Freizeitgestaltung sowie auch auf die zwischenmenschlichen Beziehungen untereinander. Damit stellt Kultur einen mehrdimensionalen und dynamischen Prozess dar, der auf eine stetige Weiterentwicklung und Veränderung ausgelegt ist. Zusammenfassend könnte als Kultur somit alles bezeichnet werden, „was aus der Entwicklung, Pflege und Veredelung menschlicher Fähigkeiten entstanden ist und was für eine menschliche Gemeinschaft in einer bestimmten Region typisch ist“ (DREYER 2000, S. 42).

Der Wert der Kultur oder aber auch ihr Aussagegehalt wird meist nicht adäquat bewertet, so dass sich ihre ganze Kraft nur selten entfalten kann. Dies sollte neben den klassischen ökonomisch geprägten Managementaufgaben ein Ziel des Kulturmanagements sein: Das Bieten der Möglichkeit, Kultur zu erobern und (bedingt) zu verstehen, so dass Ableitungen generiert werden können. Kultur ist ein wesentliches, identitätsstiftendes und meist unaustauschbares Charakterelement einer Landschaft, Region und Zivilisation. Insbesondere ein attraktives Angebot an Kultur kann entscheidend zur Profilierung und Attraktivität eines jeden Gebietes oder Ortes beitragen.

Freie Zeit ermöglicht es besonders, sich mit neuen Aspekten auseinanderzusetzen, so dass u.a. der Kulturtourismus entsprechende Angebote zur ‚Kulturerobung‘ bereithält. Für den Kulturtourismus existiert jedoch keine allgemein anerkannte

Begriffsbestimmung. Vielmehr existiert ein breit gefächertes Meinungsspektrum über den Begriff, bei dem die jeweilige Sichtweise ausschlaggebend ist (BENDIXEN 1998, o. S.). Zum Einen wird Kulturtourismus als eine Angebotsform angesehen, bei der das kulturelle Potential im Mittelpunkt steht, das genutzt werden soll. Das Europäische Institut für Tourismus (ETI) aus Trier definiert entsprechend wie folgt: „Kulturtourismus nutzt Bauten, Relikte und Bräuche in der Landschaft, in Orten und in Gebäuden, um dem Besucher die Kultur-, Sozial- und Wirtschaftsentwicklung des jeweiligen Gebietes durch Pauschalangebote, Führungen, Besichtigungsmöglichkeiten und spezifisches Informationsmaterial nahe zu bringen. Auch kulturelle Veranstaltungen dienen häufig dem Kulturtourismus“ (ETI 2000, o. S.).

Neben dieser funktionalen Auffassung kann Kulturtourismus auch aus pädagogischer Sicht dargestellt und beschrieben werden, indem die Aspekte der Kommunikation sowie der Verhaltensweisen mit der Umwelt, den Mitreisenden und den Gastgeber hervorgehoben wird. Exemplarisch soll dies am Umgang mit Bereisten am folgenden Beispiel verdeutlicht werden: "Da für Bewohner wie Besucher gleiches Recht zu definieren ist, müssten alle Besucher vor Betreten des Territoriums jene Kulturelemente in Schließfächern deponieren, von denen wir aufgrund bisheriger Forschung sagen können, dass sie kulturell destabilisierend wirken. Dies sind in erster Linie die Sachen, die ein anderes Körperkonzept - und damit eine modifizierte Identität - induzieren, als es in der indigenen (Anmerkung: indigen ≈ eingeboren) Kultur vorliegt. Wenn in der traditionellen Kultur ein Lendenschurz getragen wird, so sollten Besucher nicht mehr verhüllen, als es der Lendenschurz tut. Prinzipiell bedeutet eine solche Integration nichts anderes, als in symmetrischer Interaktion dieselbe Akzeptanz zu erweisen, die indigene Besucher unserer Kultur erweisen" (GROH 2004, o.S.).

Eine dritte Definitionsvariante beschreibt Kulturtourismus aus der Perspektive der Nachfrager. Dabei ist entscheidend, welche Elemente des historischen und heutigen Lebens von den potentiellen Gästen als Kultur bezeichnet werden und aus welchen Beweggründen eine kulturorientierte Reise unternommen wird (LINDSTÄDT 1994, S. 11f., SCHWEGMANN 2001, S. 12) Aus dieser Sicht sind laut DREYER (2000, S. 26) dem Kulturtourismus alle Reisen zugeordnet, „denen als Reisemotiv schwerpunktmäßig kulturelle Aktivitäten zugrunde liegen. Tourismuswirtschaftlich werden alle Aktivitäten als kulturell bezeichnet, die der Reisende als solche empfindet.“

## **2. Entwicklung des und Dynamik im Kulturtourismus**

Der Begriff Kulturtourismus taucht in der zweiten Hälfte der 80er Jahre sowohl in der Praxis als auch im Forschungs- und Wissenschaftssektor der Branche des Tourismus sowie der Kultur auf. International tritt in demselben Zeitraum der Begriff des „Cultural Tourism“ zum Vorschein.

Tourismus mit dem Ziel der kulturellen Weiterbildung ist aber kein Phänomen der neueren Zeit. So zeugen zum Beispiel noch heute die eingeritzten Namen Bildungsreisender der hellenischen Antike in den Pyramiden von Gizeh von der Anziehungskraft dieses kulturellen Erbes aus frühester Zeit der zivilisierten Menschheitsgeschichte.

Im Mittelalter gehörte für die Studierenden nicht nur das, was sie in Bibliotheken und in Schulstuben erlernen konnte zur Bildung, sondern unter dem aufkommenden Humanismus bedeutete Bildung auch „weltoffen und kosmopolitisch zu sein“ (RAMP 2000, o. S.). Dies war lediglich zu erreichen, indem die Studierenden über den Kreis der Heimat hinausblickten und reisten. Am Abschluss des Studiums stand damals daher für einige Personen eine Reise zu den kulturellen Hochburgen Europas, die so genannte Grand Tour (HOPFINGER 2004, S. 4). Bei dieser Reise stand allerdings nicht unbedingt das kulturelle Erbe im Mittelpunkt, sondern das gesamte kulturelle Leben (RAMP 2000, o. S.).

Ein Wandel ergab sich im 18. Jahrhundert speziell im Bildungstourismus. Die Reisenden interessierten sich nicht mehr so sehr für den Status Quo in anderen Kulturen, sondern viel mehr für das, was die Kulturen hinterlassen und produziert haben. In diesem Zusammenhang gelten die Reisen von Johann Wolfgang von Goethe (1749 bis 1833) in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts nach Italien als oft genutztes Beispiel.

Was die damalige Bildungsreise allerdings deutlich von der heutigen unterscheidet, ist ihr zeitlicher Umfang: Damals dauerte eine Studienreise Monate oder Jahre, nicht wie heute höchstens einige Wochen. Insgesamt wurde eine Bildungsreise damals wesentlich aktiver durch den Reisenden selbst gestaltet, denn obwohl an einigen Standpunkten Reiseleiter zur Verfügung standen, war es doch hauptsächlich die Aufgabe des Reisenden, sich vor Antritt der Reise mit dem fremden Land und dessen Kultur auseinanderzusetzen (RAMP 2000, o. S.). Im Gegensatz dazu handelt es sich beispielsweise bei einer heutigen Studienreise meist mehr um eine Aneinanderreihung von organisierten Besichtigungen und Erklärungen, die in einer oftmals geschlossenen Reisegruppe von den Reisenden erlebt werden.

Unterschiedliche nachfolgend näher umschriebene Faktoren haben diesen Entwicklungsprozess bis zum heutigen Staus Quo geprägt.

## **2.1 Entwicklungsfaktor: Regionalbewusstsein und endogenes Potential**

Eine grundlegende Voraussetzung für den Erfolg des Kulturtourismus ist die Existenz einer spezifischen Regionalkultur, die sich aus dem Zusammenleben der Menschen und deren Traditionen und Gebräuchen über Jahrhunderte hinweg entwickelt hat. Von großer Bedeutung ist, dass die Bevölkerung sich dieser Regionalkultur bewusst ist, sie akzeptiert und ihr positiv gegenübersteht sowie diese erhält und bewahrt. Erst dann können kulturtouristische Angebote erfolgreich etabliert werden (NIEMECZEK 2005, o. S.).

Der Kulturtourismus nutzt das so genannte endogene (griechisch „im Innern“) Potential einer Region, d.h. die bereits vorhandenen, geschaffenen und natürlichen Ressourcen und Fähigkeiten. Durch die Entwicklung und Vermarktung regionaler Kulturangebote kann der Kulturtourismus als eine unterstützende Maßnahme der regionalen wirtschaftlichen Entwicklung wirken (NAHRSTEDT 2000, S. 17f). Ein ausgeprägtes Regionalbewusstsein in der Bevölkerung sollte für einen erfolgreichen kulturtouristischen Sektor vorherrschen, welches im Rahmen einer endogenen Wirtschafts- und Entwicklungspolitik geschaffen oder gestärkt wird. Es gilt neben ökonomischen auch außerökonomische Maßnahmen, wie beispielsweise die Förderung von Vereinen oder Aktivitäten zur Belebung der Region, zu ergreifen (HEINZE 1999, S. 7ff). Dadurch sollen die Identifikation mit der Region gestärkt und die Einheimischen dazu motiviert werden, den Gedanken des Kulturtourismus mitzutragen, denn lediglich eine durch die Bevölkerung gelebte Kultur kann im Rahmen des Kulturtourismus effektiv und authentisch vermarktet und dargestellt werden.

Somit hat auch ein unterschiedlich ausgeprägtes Regionalbewusstsein in Verbindung mit der Förderung endogener Potentiale den Trend zum Kulturtourismus verstärkt (LINDSTÄDT 1994, S. 25f.).

## **2.2 Entwicklungsfaktor: Ökonomischer und gesellschaftlicher (Werte-)Wandel**

Insbesondere durch die Globalisierung hat sich unsere Gesellschaft im freizeit-touristischen Sektor rasant sowie stark und nachhaltig verändert. Beispielhaft sind die Entwicklung im Transportwesen, der Abbau von internationalen Handelsbarrieren, die Entwicklung im IT- und Kommunikationswesen sowie die gestiegene Reiseerfahrung der Bevölkerung zu nennen (INSPEKTUR GMBH 2004, S. 20, NAHRSTEDT 2000, S. 17f).

### **Entwicklung im Transportwesen**

Beispiel Luftverkehr: Der Ausbau des internationalen Luftverkehrsnetzes und die Zunahme des Linienflugverkehrs wirken beschleunigend auf den Globalisierungsprozess im Tourismus- und Freizeitsektor. Die niedrigeren Flugpreise ermöglichen zusammen mit der Zunahme schnellerer und besserer Verbindungen die Überwindung der Distanzempfindlichkeit der Reisenden. Der Distanzschutz, den europäische Destinationen bewahren konnten (vorteilig sind bzw. waren insbesondere die gute Anreisebedingungen sowie die relativ geringen Anreisekosten), nimmt mehr und mehr ab. Die Zunahme des internationalen Terrorismus und anderer Gefahren, wie z. B. SARS, haben für eine Unterbrechung dieses Trends gesorgt. Diese Situation kann derzeit für innerdeutsche Ziele eine Marktchance darstellen, eine Längerfristigkeit ist jedoch nicht zu erwarten.

### **Abbau von internationalen Handelsbarrieren**

Sowohl durch den Binnenmarkt in Europa als auch durch weitere Freihandelszonen im internationalen Raum werden handelsbeschränkende Grenzen zunehmend abgebaut. Der Globalisierungsprozess im Tourismus sowie im Freizeitsektor wird durch diese Tendenzen, die allgemein die Globalisierung fördern, unterstützt.

## Entwicklung im IT- und Kommunikationswesen

Die Verbesserungen im IT- und Kommunikationswesen wirken sich positiv auf die Globalisierung aus. Die touristischen Angebote sind größtenteils transparenter geworden, Informationen z.B. zu den Destinationen sind permanent für den Nachfrager verfügbar. Die Anbieter von Reiseleistungen können die Bausteine ihres Dienstleistungsbündels leichter kombinieren und absatzunterstützende Informationen besser vermitteln. Es können drei Bereiche unterschieden werden: 1. Betriebsinterne Kommunikation: Verbesserung der internen Datenverarbeitung und -bereitstellung durch modernere Technik, 2. Kundenberatung: Verbesserte und schnellere Beratung aufgrund neuer Technik (z.B. Internet, Reisefernsehen), 3. Externe Kommunikation: Ermöglichung von sofortigen, weltweiten Buchungs- und Reservierungsvorgängen

## Gestiegene Reiseerfahrung der Bevölkerung

Die hohe Reiseerfahrung breiter Bevölkerungsschichten führt zu einer Weiterentwicklung des Anspruchsniveaus und zu einer Veränderung des Entscheidungsprozesses. Das Risiko, weiter entfernte Ziele zu bereisen, wird als geringer empfunden. Der Reisende wird sich zunehmend seiner Marktmacht im Käufermarkt bewusst, und tritt entsprechend selbstbewusster und fordernder auf. Eine Anspruchsinflation in Bezug auf die Qualität wie auch auf die Quantität der touristischen Leistungen ist die Folge. Zur Befriedigung dieser Bedürfnisse ist eine Optimierung der (Produktions-)Prozesse notwendig.

Abb. 1: Ausgewählte Entwicklungsfaktoren des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen (Werte-) Wandels

In der heutigen Wohlstandsgesellschaft hat zumal der Faktor Arbeit immer mehr an Bedeutungskraft verloren<sup>2</sup>. Durch die gestiegene Verfügbarkeit von Zeit, Bildung und Wohlstand ist im Gegenzug der gesamte Freizeitsektor in den Vordergrund gerückt. Kennzeichnend für ein neues Freizeitverständnis ist die Urlaubsreise, die mittlerweile bereits regelmäßig als selbstverständlich gilt. Weiterhin gilt die Maxime des Besonderen, nicht mehr einzelne Urlaubskategorien (wie z.B. ein reiner Strandurlaub) wecken das Interesse der Konsumenten, sondern vielmehr differenzierte Kombinationen, die sich multioptional aus den Schwerpunkten Geselligkeit, Genuss, Erlebnis und Unterhaltung zusammensetzen. Der Trend in der Gesellschaft geht weg vom Besitz des Statussymbols hin zum Herausstellen des Genusses. Damit erfährt auch das kulturelle Interesse eine neue Dimension.

Eine weitere Entwicklung im Freizeitbereich ist die verstärkte Suche nach Geborgenheit und der Wunsch nach Erinnerung an die Vergangenheit. Dieser Trend zur Nostalgie<sup>3</sup> ist das Resultat einer sehr mobilen, schnelllebigen und anonymen Gesellschaft, die einem permanenten technischen und sozialen Wandel unterworfen ist. „Vergehende Kultur, Geschichte und Tradition rücken wieder in den Vordergrund des gesellschaftlichen Interesses, um damit einen Grad an Stabilität und einen Ausgleich zum ständigen Veränderungsprozess zu erreichen.“ (SCHWEGMANN 2001, S. 17ff)

<sup>2</sup> Zu berücksichtigen ist jedoch die aktuelle Diskussion sowohl um die Erhöhung der Wochenarbeitszeit als auch der Lebensarbeitszeit. Eine erneute Verschiebung der Einstellung unserer Gesellschaft zum Faktor Zeit ist in den nächsten Jahren denkbar.

<sup>3</sup> Eine spezifische Ausprägung erfährt die Nostalgie in der so genannten „Ostalgie“ mit Retroelementen und Produkten aus der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik.

## 2.3 Weitere Entwicklungsfaktoren

Darüber hinaus sind aber vielfältige weitere Aspekte und Faktoren katalysierend für die Entfaltung des Kulturtourismus; die wesentlichen sind im Folgenden jeweils kurz näher umschrieben.

### Förderung durch die Europäische Union (EU)

Die (Kultur-)Tourismuspoltik der EU fällt in deren wirtschafts- und regionalpolitischen Tätigkeitsbereich. Die Finanzmittel zur Förderung touristischer Projekte stammen dabei größtenteils aus Strukturfonds wie dem Europäischen Fonds für Regionalentwicklung (EFRE) und aus Gemeinschaftsinitiativen (Programme, die eine bestimmte Thematik verfolgen). Die Zuwendungen richten sich hauptsächlich auf Projekte zur Entzerrung der Reisesströme, zur Steigerung der Völkerverständigung und des europäischen Kulturverständnisses sowie zur Erhaltung des europäischen Kulturgutes. Aber auch strukturschwache Regionen, in denen der Tourismus einen überproportional wichtigen Anteil an der gesamten Wirtschaftskraft inne hat, werden unterstützt. Somit hat die Förderung von derartigen Projekten sicherlich die verstärkte Entwicklung des Kulturtourismus forciert.

### Neue vita activa

In einigen Bereichen entwickelt sich eine Solidarität zwischen dem Bereisten und dem Reisenden. Der Tourist kommt nicht nur in eine Region und konsumiert bzw. ge- und verbraucht, sondern unterstützt. Reisen des Alpenvereins oder des Vereins der Naturfreunde wären ebenso als Beispiele zu nennen, wie die „Reisende Hochschule Tvind“ aus Dänemark, in der eine Reise in ein Land von den Studierenden ca. ein ¼ Jahr vorbereitet wird, der Aufenthalt vor Ort ein ½ Jahr an Zeit vereinnahmt und die Nachbereitung ebenfalls ca. ein ¼ Jahr dauert. Vor Ort wird gearbeitet und recherchiert, zurück in der Heimat analysiert, interpretiert und ausgewertet (NAHRSTEDT 2000, S. 23).

So haben vom Massentourismus kaum frequentierte Destinationen die Möglichkeit, sich kulturtouristisch zu positionieren und zu entwickeln.

### Kulturtourismus in touristisch schwächeren Destinationen und Orten

Auch Destinationen und Orte, die keine ausgeprägte Tourismusindustrie vorweisen können, haben durch den Kulturtourismus die Möglichkeit, sich erfolgsversprechend am Markt zu positionieren, da vorhandenes kulturelles Angebot genutzt werden kann. Vermehrt wird u.a. von Gebietskörperschaften versucht, diese Möglichkeit zu nutzen.

### Städtereisen und Events

In den letzten Jahren ist ein starker Trend hin zu Städtereisen und Besuchen von Events zu verzeichnen. Da diese beiden Ausprägungen im Vergleich zu anderen Reisearten bzw. -motiven überdurchschnittlich viele Elemente des Kulturtourismus

beinhalten, wird daher die Entwicklung des gesamten Sektors des Kulturtourismus unterstützt.

#### Gesellschaftliche Beziehung zu Kultur

Ein enormer Aufschwung des Kultursektors ist insgesamt in den letzten Jahren zu verzeichnen. Eine Entmythologisierung des traditionellen Kulturverständnisses ist eingetreten. Auch der Abbau von Zwängen (z.B. Garderobevorschriften) nimmt breiten Schichten die Distanz zur Kultur. Bildung und Kultur verankern sich stark in der Gesellschaft und prägen somit auch immer stärker den Freizeit- und Tourismussektor.

#### Zunahme von Kooperationen

Die allgemeine Zunahme von horizontalen, vertikalen sowie diagonalen Kooperationen im Kulturtourismus ist u.a. Ausdruck der kontinuierlichen Spezialisierung beziehungsweise der Konzentration der Partner auf ihre Kernkompetenzen. Unter (kultur-)touristischen Gesichtspunkten führen make-or-buy-Entscheidungen häufig dazu, dass nur das Kerngeschäft selbst getätigt und alles darüber hinaus outgesourct wird. Da der Sektor des Kulturtourismus durch seine unterschiedlichsten interdisziplinären (Angebots-)Elemente, wie z.B. Verkehrsdienstleistungen, Unterkunft, Verpflegung, Literatur, Museen, Ausstellungen, Musikveranstaltungen, allg. Events, Führungen, Lesungen, Besuch historischer Stätten oder Gebäude, Marketingdienstleistungen (insbesondere Vertrieb und Kommunikation) sowie Info- und Edutainment, überdurchschnittlich stark von Kooperationen profitiert, wirkt dieser Trend auf die Branche unterstützend.

#### Veränderung der Rahmenbedingungen

Diverse Veränderungen bei weiteren Rahmenbedingungen (politisch, rechtlich, technologisch usw.) haben sich ebenfalls auf die Entwicklung des Kulturtourismus ausgewirkt. Grundsätzlich können sämtliche gesellschaftliche Veränderungen Einfluss haben; zu berücksichtigen gilt jedoch die jeweilige Intensität.

### **3. Chancen und Potentiale des Kulturtourismus**

Seit Anfang der 90er Jahre ist die Popularität des Kulturtourismus stetig angewachsen. Der Tourismussektor gilt immer noch als Wachstumsbranche, obwohl seit Mitte der 90er Jahre die Gäste- und Übernachtungszahlen (besonders in Deutschland) stagnieren oder sogar zurückgegangen sind. Städte und Regionen müssen sich notwendigerweise stärker voneinander abgrenzen und positionieren sowie ein individuelles touristisches Profil entwickeln, wenn sie weiterhin marktfähig sein wollen. Aufgrund der derzeitigen konjunkturellen Lage und der verschärften Wettbewerbssituation im Tourismussektor stellt der Kulturtourismus ein Instrument zur Differenzierung und Profilierung dar. Durch den Kulturtourismus (insofern Kultur vorhanden ist) versprechen sich besonders die strukturschwachen Städte und Regionen neue Wachstums- und Erfolgchancen. Eine intensivere Ausgestaltung der



Verbindung von Kulturschaffen, Kulturerleben, Regionalentwicklung und Tourismus kann die persönliche Identifikation der Bevölkerung, das regionale Kulturleben und die Wirtschaft stärken sowie einen erheblichen monetären Zusatznutzen und die Sicherung vorhandener Einrichtungen bewirken.

Die Popularität und das große Interesse am Kulturtourismus liegt dem insgesamt gewachsenen Bildungsniveau und dem gestiegenen zeitlichen Freizeitbudget der Menschen zugrunde. Der Konsum von Kultur wird in zunehmendem Maße als Möglichkeit zur Freizeitgestaltung betrachtet. Kultur verliert dabei zuweilen ihren elitären Stellenwert und wird für ein breites Bevölkerungsspektrum aufbereitet.

Vielfältige kulturelle Angebote können ein entscheidendes Kriterium für die Wahl des Urlaubsortes sein, insofern profitiert die jeweilige Destination von deren Gestaltung. Insbesondere ausländische (potentielle) Gäste können überproportional mit kulturtouristischen Angebotsbündeln gelockt und begeistert werden. In diesem Zusammenhang sind auch die UNESCO-Welterbestätten (vor allem die Weltkulturerbestätten) zu nennen, da diese oftmals bei der Reiseentscheidung im Motivbündel der Gäste eine nicht unbedeutende Rolle spielen.

Zusätzlich kann der Tourismus den Kultureinrichtungen Marketingmöglichkeiten offerieren. Eine kooperative Zusammenarbeit von den Bereichen Tourismus und Kultur kann daher wichtige Synergieeffekte für beide Branchen bewirken sowie unter Umständen gänzlich neuartige Angebote am Markt platzieren.

Kulturinstitutionen sowie die Tourismuswirtschaft nutzen mögliche Synergien meist nicht in optimaler Intensität. Gegenseitige Unkenntnis über die Aktivitäten und Inhalte, aber auch Ineffizienz und Ressortegoismen verhindern vielfach die erforderliche Kooperation und inhaltliche Abstimmung zum gegenseitigen Nutzen bzw. zu wirtschaftlich tragenden Projekten.

Angesichts der anhaltenden Finanzmittelknappheit öffentlicher Kassen erlangen aber gerade interkommunale und interdisziplinäre Kooperationen zwischen kulturellem Engagement aller Spartenbereiche sowie touristische Verbreitung und Vermarktung zunehmend Bedeutung.

Gemeinsame Aktivitäten von Kultur und Tourismus, aber auch innerhalb des Sektors des Kulturtourismus, können bei der Sanierung und inhaltlichen Revitalisierung beispielsweise von Ruinen, Industriebrachen oder Stadtentwicklungsprojekten helfen. Mit kulturellen sowie touristischen Konzepten und Initiativen können unter anderem alte Traditionen neu belebt werden oder gesellschaftliches Leben sowie die kommunale und regionale Identität Stärkung und Innovation erfahren.

Plakativ kann abschließend konstatiert werden, dass der Kulturtourismus mit seinen unterschiedlichen Ausprägungen derzeit im Trend (kurz- bis mittelfristige Sichtweise) liegt und auch in der Zukunft weiteres Wachstum aufweisen wird, so dass dieser zu einem Megatrend (langfristige Sichtweise) avancieren wird. Energie, Zeit und Enthusiasmus in dieses Feld zu investieren, kann somit neben Spaß und Freude sowie Bildung und Nachhaltigkeit auch ökonomische Erfolge mit sich bringen!

## Literaturverzeichnis

Folgende Literatur wurden direkt (Angaben im Text) bzw. indirekt bei der Erstellung dieses Artikels genutzt.

Bastian, Born, Dreyer 1999: H. Bastian, K. Born, A. Dreyer, Kundenorientierung im Touristikmanagement, 1. Auflage, München, Wien, 1999.

Becker, Steinecke 1993: C. Becker, A. Steinecke (Hrsg.), Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen?, Trier, 1993.

Bendixen 1998: P. Bendixen, Kulturtourismus - Kulturentwicklung durch Fremdenverkehr, in: Handbuch Kulturmanagement, Josef Raabe (Hrsg.), Stuttgart, 1998.

Bendixen 2002: P. Bendixen, Einführung in das Kultur- und Kunstmanagement, 2. Auflage, Wiesbaden, 2002.

Bieger 2005a: T. Bieger, Management von Destinationen, 6. Auflage, München, Wien, 2005.

Bieger 2005b: T. Bieger Erfolgskonzepte im Tourismus, 1. Auflage, Wien, 2005.

Breidenbach 2000: J. Breidenbach, Tanz der Kulturen, Berlin, 2000.

Breidenbach 2002: J. Breidenbach Freizeitwirtschaft und Tourismus, 1. Auflage, Wiesbaden, 2002.

Clark 1996: H. Clark, Using language, Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

Commandeur, Dennert 2004: B. Commandeur, D. Dennert, Event zieht - Inhalt bindet Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen, 1. Auflage, Bielefeld, 2004.

Deutscher Tourismusverband e.V. (Hrsg.) 2006: Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Bonn, 2006.

Durant 1982: W. Durant, Kulturgeschichte der Menschheit, Frankfurt/Main; Berlin; Wien, 1982.

Dreyer 2000: T. Dreyer, Kulturtourismus, 2. Auflage, München, Wien, 2000.

Europäische Institut für Tourismus (ETI) 2000: Bericht zum Forschungsprojekt ‚Kulturtourismus in Europa / Demonstrationsvorhaben im Bildungs-/ Kulturtourismus‘, Trier, 2000.

Freyer 2006: W. Freyer, Tourismus, 8. Auflage, München, Wien, 2006.

Greverus 1987: I.-M. Greverus, Kultur und Alltagswelt. Einführung in Fragen der Kulturanthropologie, Frankfurt am Main, 1987.

Gross 2004: M.-S. Gross, Zur Erlebnisorientierung im Kulturtourismus, in Trierer Geographie Studien, Von Erholungsräumen zu Tourismusdestinationen, S. 143-162, Trier, 2004.

- Grosz, Delhaes 2002: A. Grosz, D. Delhaes, Die Kultur AG, Wien, 2002.
- Heinze 1997: T. Heinze, Kulturmanagement, Wiesbaden, 1997.
- Heinze 1999: T. Heinze, Kulturtourismus, München, Wien, 1999.
- Heinze 2004: T. Heinze, Neue Ansätze im Kulturmanagement, 1. Auflage, Wiesbaden, 2004.
- Heinze 2005: T. Heinze, Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus, Wiesbaden, 2. Auflage, 2005.
- Hopfinger 2004: H. Hopfinger, Theorien im Tourismus, Unveröffentlichte Vorlesung Kulturgeographie Wintersemester 2004/05, Eichstätt, 2004.
- inspektour GmbH 2004: Unveröffentlichtes **Strukturkonzept „Kultur, Touristik und Freizeit für den Wetteraukreis mit besonderem Schwerpunkt für den Ostkreis“**, Heide, 2004.
- Jätzold 1995: R. Jätzold, Unsere Kulturlandschaft, Trier, 1995.
- Kagelmann 2002: H. J. Kagelmann, Tourismuswissenschaftliche Manuskripte Bd.11 - Kultur/Städte/Tourismus, München, 2002.
- Kimmel 2000: D. Kimmel, Spaß-Philosophie statt Schulbank-Tourismus bei Wikinger Reisen., in: touristik aktuell, 36, S. 30-31, Hochheim, 2000.
- Klein 2005: A. Klein, Projektmanagement für Kulturmanager, 2. Auflage, Wiesbaden, 2005.
- Klein, Knubben 2005: A. Klein, T. Knubben, Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2003/2004, Wiesbaden, 2005.
- Kulturpolitische Gesellschaft, Deutscher Kulturrat (Hrsg.) 2002: Europa fördert Kultur, Handbuch zur Kulturförderung der Europäischen Union, Essen, 2002.
- Lindstädt 1994: B. Lindstädt, Kulturtourismus, Trier, 1994.
- Luft 2005: H. Luft, Grundlegende Tourismuslehre, Theorie und Praxis, 1. Auflage, Meßkirch, 2005.
- Matzka, Eigner, Heinrich 2002: C. Matzka, M. Eigner, A. Heinrich, Kultur-Tourismus, 1. Auflage, Linz, 2002.
- Matzka, Eigner, Heinrich 2004: C. Matzka, M. Eigner, A. Heinrich, Kultur-Tourismus 2, 1. Auflage, Linz, 2004.
- Ministerium für Wirtschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburgs 2005: Leitfaden Kulturtourismus in Brandenburg, Potsdam, 2005.
- Nahrstedt 2000: W. Nahrstedt, Die Kulturreise - Gedanken zur Charakterisierung einer Reiseform, in Dreyer, T.: Kulturtourismus, 2. Auflage, München, Wien, 2000.
- Niemeczek 2005: E. Niemeczek, Regionalkultur - Volkskultur: Zwei Säulen der Kulturvermittlung, Unveröffentlichter Vortrag auf dem Symposium Kulturelle

Nahversorgung Regionale Kulturarbeit in Europa, Oktober 2005, Krems-Stein an der Donau, 2005.

Nonnemann 2004: A. Nonnemann, Faszination Studienreiseleitung: Eine kultur- und sozialwissenschaftliche Untersuchung zur Tätigkeit von Studienreiseleiter, Norderstedt, 2004.

Ramp 2000: M. Ramp, Tourismus und das kulturelle Erbe, unveröffentlichtes Referat an der Universität Göttingen, Göttingen, 2000.

Schmittner 2005: A. Schmittner, Entwicklung des Musical-Tourismus im deutschsprachigen Raum, Augsburg, 2005.

Schwegmann 2001: M. Schwegmann, Kulturtourismus - Fluch oder Segen?, Osnabrück, 2001.

Weissenborn 1997: B. Weissenborn, Kulturtourismus, Trier, 1997.