

# TECHNISCHE UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Institut für Entwerfen Stadt und Landschaft

## **Architektur als Chance für den Tourismus**

-

### **Konflikte auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismuskonzept in alpinen Regionen, dargestellt am Beispiel des Tegernseer Tals**

Miku Hayashi-Reimers

Vollständiger Abdruck der von der Fakultät für Architektur der  
Technischen Universität München zur Erlangung des akademischen Grades eines

Doktor-Ingenieurs

genehmigten Dissertation.

Vorsitzender: Univ.-Prof. Dr. Alain Thierstein

Prüfer der Dissertation:

1. Univ.-Prof. Regine Keller
2. Prof. Dr. Felizitas Romeiß-Stracke  
Hochschule München

Die Dissertation wurde am 11.04.2013 bei der Technischen Universität München  
eingereicht und durch die Fakultät für Architektur am 20.11.2013 angenommen.

## Dank

Mit dem Thema Tourismusarchitektur begann ich während meines Architekturstudiums am Lehrstuhl für Planen und Bauen im ländlichen Raum der Technischen Universität München bei Univ.-Prof. Matthias Reichenbach-Klinke und Prof. Dr. Felizitas Romeiß-Stracke. Die Motivation zum Anfertigen dieser Dissertation lag für mich in der Neugier, nach meiner Diplomarbeit „Terminal Tal“ in Hochfügen (2007) mit diesem Thema wissenschaftlich auseinanderzusetzen.

Mein besonderer Dank gilt Frau Univ.-Prof. Regine Keller vom Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur und öffentlichen Raum, die mich nach dem tragischen Tod von Herrn Univ.-Prof. Reichenbach-Klinke als Doktorandin aufgenommen und fachlich mit wichtigen Hinweisen unterstützt hat. Gleichzeitig gab sie mir die Möglichkeit zur Entwicklung eigener Konzepte. Für die fachliche Begleitung der Dissertation bedanke ich mich ganz herzlich bei Frau Prof. Dr. Felizitas Romeiß-Stracke, die mich zu dieser Arbeit anregte, von Beginn an ermutigend unterstützt und kritisch begleitete.

Meinen Kollegen und Freunden danke ich für ihre Anregungen und die kritische Diskussion meiner Gedankengänge sowie Rat bei Fragen. Den vielen Menschen, die mir auf ihre je eigene Weise ihre freundliche Hilfe zukommen ließen, bin ich zu großem Dank verpflichtet.

Und nicht zuletzt gebührt mein ganz besonders herzlicher Dank meinem Mann, Arie Johannes Reimers, meinem Sohn Yuki Finn und meiner Familie für ihre jahrelange persönliche Unterstützung bei dieser Arbeit.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Kontext und Ansatz</b>	<b>7</b>
1.1. Inhaltliche Einführung	8
1.2. Problembezug	10
1.3. Ziele und Thesen	12
1.4. Untersuchungsmethode und Vorgehensweise	15
<b>2. Tourismus – Landschaft – Architektur</b>	<b>17</b>
2.1. Tourismus im Wandel	17
2.1.1. Definition ‚Tourismus‘	17
2.1.2. Überblick über die Entstehungsgeschichte des modernen Tourismus	19
2.1.3. Einflussfaktoren auf das Reiseverhalten	19
2.1.4. Tourismus in den Alpen	24
2.1.5. Die bayerischen Alpen	27
2.2. Kulturlandschaft im Wandel	28
2.2.1. Definition ‚Kulturlandschaft‘	28
2.2.2. Die Bedeutung des Bauens in alpinen Regionen	30
2.2.3. Verstädterungsprozess und Zersiedelung der Landschaft	31
2.2.4. Die Sehnsucht nach dem Ländlichen im Tourismus	33
2.2.5. Bedeutung der Kulturlandschaft für den Tourismus	34
2.3. Tourismusarchitektur	35
2.3.1. Architektur und Tourismus	35
2.3.2. Definition ‚Tourismusarchitektur‘	37
2.3.3. Kurze Übersicht der Entwicklung touristischer Baukultur in Oberbayern	38
2.3.4. Architekturformen in alpinen Regionen	44
2.3.5. Zukunft des touristischen Bauens	47
2.4. Fazit	48
<b>3. Instrumentarien zur Steuerung, Vermittlung und Förderung von Tourismusarchitektur</b>	<b>49</b>
3.1. Allgemeine Informationen über Tourismusarchitektur	49
3.1.1. Portale zur Vermittlung von Tourismusarchitektur	49
3.1.2. Tourismus-Marketing-Instrumente	50
3.1.3. Ausbildung Architekten und Touristiker	52
3.2. Förderung von Baukultur in alpinen Regionen	53
3.2.1. Bundesstiftung für Baukultur	53
3.2.2. vai – Vorarlberger Architekturinstitut	54
3.2.3. Arturo - Bayerischer Tourismusarchitekturpreis	54
3.2.4. Internationaler Architekturpreis für Neues Bauen in den Alpen	55
3.2.5. Österreichischer Staatspreis für Architektur – Tourismus und Freizeit	55
3.2.6. Landluft Gemeinde-Baukulturpreis 2009 und 2012	56

<b>3.3. Steuerungsinstrumente und Förderungsmöglichkeiten von Tourismusarchitektur</b>	<b>57</b>
3.3.1. Gesetzliche Rahmenbedingungen	57
3.3.2. Beratungsstellen für Tourismusarchitektur in Bayern	62
3.3.3. Wettbewerbsarten und Vergabeverfahren	64
3.3.4. Städtebauförderung	66
<b>3.4. Fazit</b>	<b>68</b>
<b>4. Baukultur und Tourismus</b>	<b>69</b>
<b>4.1. Definition ‚Baukultur‘</b>	<b>69</b>
<b>4.2. Bestehende Tourismusformen</b>	<b>71</b>
4.2.1. Städtetourismus	71
4.2.2. Kulturtourismus	72
4.2.3. Agrotourismus	72
4.2.4. Architekturtourismus	73
<b>4.3. Merkmale einer gelungenen Tourismusbaukultur</b>	<b>74</b>
4.3.1. Nachhaltigkeit	74
4.3.2. Symbol	77
4.3.3. Atmosphäre	79
4.3.4. Bewusstseins- und Entwicklungsprozess	82
<b>4.4. Innovative Architektur als regionaler Generator</b>	<b>85</b>
4.4.1. Nachhaltigkeit	85
4.4.1.1. Hotel Chesa Valisa und Hotel Ifen	86
4.4.1.2. Hotel Pension Perfler	88
4.4.1.3. Biohotel in Hohenbercha	89
4.4.2. Symbol	90
4.4.2.1. Gästehaus ‚berge‘	91
4.4.2.2. Weingut am Stein	92
4.4.2.3. Franz Marc Museum	93
4.4.2.4. Cube Hotel	94
4.4.3. Atmosphäre	95
4.4.3.1. Das Gelbe Haus	96
4.4.3.2. Brizerhaus	97
4.4.3.3. Natur- und Gesundheitsresort Tannerhof	98
4.4.4. Entwicklungsprozess und städtebauliche Weiterentwicklung	99
4.4.4.1. Hotel Edelweiß in Berchtesgaden	99
4.4.4.2. Kaltern am See	101
4.4.4.3. Dorferneuerung Vrin	103
<b>4.5. Fazit</b>	<b>105</b>

<b>5. Tegernseer Tal</b>	<b>106</b>
<b>5.1. Tegernseer Tal und die Gemeinden</b>	107
5.1.1. Topografie	107
5.1.2. Landschaft	107
5.1.3. Ortschaften	108
5.1.4. Geschichtliche Entwicklung des Tegernseer Tals	112
<b>5.2. Tourismus – Landschaft – Städtebau des Tegernseer Tals</b>	114
5.2.1. Tourismusentwicklung	114
5.2.2. Kulturlandschaftliche Entwicklung	122
5.2.3. Städtebauliche Entwicklung	123
<b>5.3. Fachliche Planungsvorgaben</b>	128
5.3.1. Baurechtliche Rahmenbedingungen im Tegernseer Tal	128
5.3.2. Landesentwicklungsprogramm Region Oberland Region 17	129
5.3.3. Unser Landkreis Miesbach 2014	130
<b>5.4. Fazit</b>	132
<b>6. Untersuchung zur Tourismusbaukultur im Tegernseer Tal</b>	<b>133</b>
<b>6.1. Eindruck des Tegernseer Tals</b>	133
<b>6.2. Wahrnehmung des Tegernseer Tals</b>	137
6.2.1. Fremdbild: Qualitative Interviews mit den Touristen	137
6.2.2. Selbstbild: Gruppendiskussion mit Einheimischen	146
6.2.3. Bewertung der Ergebnisse	152
<b>6.3. Konfliktlinien im Tegernseer Tal</b>	153
6.3.1. Stadt Tegernsee	153
6.3.2. Gemeinde Kreuth	156
6.3.3. Gemeinde Gmund	158
6.3.4. Gemeinde Bad Wiessee	161
6.3.5. Gemeinde Rottach-Egern	164
<b>6.4. Sonderfall: Konflikte bei Baudenkmalern</b>	165
6.4.1. Gut Kaltenbrunn	165
6.4.2. Gasthof Maximilian	168
6.4.3. Jod-Schwefelbad	170
<b>6.5. Gelungene Tourismusbauten und -projekte im Tegernseer Tal</b>	173
6.5.1. Nachhaltigkeit	173
6.5.2. Symbol	174
6.5.3. Atmosphäre	177
6.5.4. Bewusstseins- und Entwicklungsprozess	178
<b>6.6. Leitziele und Handlungsempfehlungen</b>	181
<b>6.7. Fazit</b>	187

7.	Diskussion und Ausblick	189
7.1.	Ist gelungene Tourismusbaukultur gleich touristische Attraktivität?	189
7.2.	Handlungsnotwendigkeiten	190
7.3.	Kritischer Rückblick	192
8.	Literatur- und Quellenverzeichnis	194
9.	Abbildungsverzeichnis	211
10.	Anhang: Fragebogen	215

## 1. Kontext und Ansatz

Die folgende Arbeit befasst sich mit den Wechselwirkungen von Tourismus und Baukultur und den daraus resultierenden Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft in den alpinen Regionen. Es soll dabei der Versuch unternommen werden, die Chancen der Baukultur unter Einbeziehung der Aspekte Natur- und Kulturlandschaft, gesellschaftlicher Wandel, Zukunftstrends im Reisen und Entwicklungsprozesse im Bauen zu erörtern. Untersuchungen zu diesem Thema werden im deutschen Alpenraum am Beispiel des Tegernseer Tals in Bayern vorgenommen. Dabei sollen anhand von diversen Fallbeispielen aus der Region Tegernsee Konflikte und Lösungsstrategien aufgezeigt werden.

Seit dem Ende der 1990er-Jahre wird in den alpinen Ländern über qualitativ hochwertige und innovative Tourismusarchitektur auf politischer Ebene wie auch in der breiten Öffentlichkeit diskutiert. So hat die österreichische Studie „Architektur macht Gäste“<sup>1</sup> aus dem Jahr 2007, welche von ‚pla’tou – Plattform für Architektur im Tourismus‘ konzipiert und durchgeführt wurde, erstmals den Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus untersucht. Laut PLA’TOU wurden für den empirischen Teil der Studie 300 Betriebe aus allen neun Bundesländern Österreichs schriftlich befragt, die mit moderner Architektur auf sich aufmerksam gemacht hatten und damit eine Vorreiterstellung innehaben. 49 dieser Betriebe wurden besucht und ihre Struktur analysiert. Die Ergebnisse zeigen, dass sich für 88 Prozent der befragten Betreiber und Eigentümer die Investition in qualitätvolle und zeitgemäße Architektur rentiert hat, da bei mehr als der Hälfte der Befragten (51 Prozent) die wirtschaftlichen Kennzahlen über dem Branchendurchschnitt lagen. Lediglich bei 7 Prozent war eine unterdurchschnittliche Bilanz festzustellen.<sup>2</sup>

Die These dieser Arbeit lautet daher:

**Gelungene ‚Tourismusbaukultur‘, die im Einklang mit der sie umgebenden Landschaft steht, kann die touristische Attraktivität eines Ortes und die regionale Identität stärken.**

‚Gelungen‘ umfasst dabei verschiedene Bereiche (Kap. 4.3.) wie Nachhaltigkeit, Entwicklungsprozesse und das subjektive Wohlbefinden in den durch Städtebau, Architektur und Landschaftsarchitektur geschaffenen Räumen. Diesem ‚Gelingen‘ zuträglich sind gleichermaßen das Können der beauftragten Architekten, die Vorstellungen der Bauherren und die Ziele der Politik. Ein wesentlicher Beitrag eines erfolgreichen Tourismuskonzeptes, der bislang jedoch kaum als Bestandteil im Tourismusmarketing erkannt wurde, kann über ‚Gestal-

---

<sup>1</sup> Den Auftrag zur Studie „Architektur macht Gäste“ ertellten das damalige Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit und das WIFI Unternehmensservice der Wirtschaftskammer Österreich und Vorarlberg. Die Studie wurde im Oktober 2007 in Bregenz vorgestellt.

<sup>2</sup> Vgl. PLA’TOU 2007: 4.

tung' erreicht werden. In dieser Arbeit sollen daher nachhaltige Lösungen für die Tourismus-  
baukultur diskutiert und angemessene Lösungen modellhaft vorgeschlagen werden.

### 1.1. Inhaltliche Einführung

In Deutschland stellt der Tourismus eine wesentliche Einnahmequelle dar: Mit 2,9 Millionen nicht exportierbaren Arbeitsplätzen rangiert er hinter dem Handwerk und der Gesundheitswirtschaft auf dem dritten Platz; er bringt Einnahmen von etwa 278,3 Milliarden Euro pro Jahr.<sup>3</sup> So steht Deutschland laut einer Analyse des Deutschen Tourismusverbandes e. V. in der Liste der Übernachtungen in Europa an erster Stelle.<sup>4</sup> Innerhalb Deutschlands ist Bayern mit 84,1 Millionen Übernachtungen führend, gefolgt von Baden-Württemberg mit 47,7 Millionen und Nordrhein-Westfalen mit 45,4 Millionen. Innerhalb Bayerns weist Oberbayern die größten Übernachtungszahlen auf.<sup>5</sup> Trotz der weltweiten Finanzkrise hat sich das Reiseverhalten der Industrieländer nicht drastisch geändert und scheint daher krisenfest zu sein.<sup>6</sup> 2012 sind laut FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen) die Anzahl der Urlaubsreisenden um 5 Prozent und die Ausgaben für Urlaubsreisen in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr sogar gestiegen.<sup>7</sup>

Trotz seines Status als eines der führenden Tourismuszielländer in Europa liegt Deutschland im Vergleich zu Österreich oder der Schweiz in der Entwicklung von Tourismusbaukultur zurück. Besonders in den alpinen Regionen existieren auf deutscher Seite nur wenige Preise oder Würdigungen für zeitgenössische Tourismusarchitektur. Auch ist dieses Thema bislang kaum Gegenstand von Forschungen und Untersuchungen. Dahingegen ist in den alpinen Nachbarländern gute und innovative Tourismusarchitektur seit Jahren ein wichtiges und allseits präsent Thema in Fachpolitik und Öffentlichkeit. So wird in Österreich seit 2002 alle zwei Jahre ein Staatspreis für Architektur<sup>8</sup> alternierend für Bauten in den Kategorien ‚Tourismus und Freizeit‘, ‚Neue Arbeitswelten in Verwaltung und Handel‘ und ‚Industrie und Gewerbe‘ verliehen. Die italienische Provinz Südtirol veranstaltet regelmäßig Wettbewerbe zu neuer alpiner Architektur und gibt entsprechende Publikationen heraus. Das Architekturinstitut ‚vai‘ in Vorarlberg organisiert immer wieder Ausstellungen und Architekturturen für Interessierte. Auch in der Schweiz entstehen viele medienwirksame Tourismusarchitekturen. So hat die Schweizer Tourismusorganisation ‚MySwitzerland.com‘ eine Broschüre zum Thema Kunst und Architektur veröffentlicht

---

<sup>3</sup> DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V., Tourismus in Deutschland – Zahlen, Daten, Fakten – (pdf), Stand: 2012.

<sup>4</sup> Dieses Ergebnis beruht hauptsächlich auf der Auswertung der Besucherzahlen des Tages- sowie des Übernachtungstourismus.

<sup>5</sup> DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V., Tourismus in Deutschland – Zahlen, Daten, Fakten – (pdf), Stand: 2012.

<sup>6</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR, Reiseanalyse 2010.

<sup>7</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR, Reiseanalyse 2013.

<sup>8</sup> Staatspreis für Architektur: Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit veranstaltet gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Österreich, der Architekturstiftung Österreich, der Bundeskammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten sowie der Kunstsektion des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur alle zwei Jahre den Staatspreis Architektur. Alternierend wird er in den Bereichen Tourismus und Freizeit, Industrie und Gewerbe sowie für neue Arbeitswelten in Verwaltung und Handel verliehen. [www.staatspreis-architektur.at](http://www.staatspreis-architektur.at).

und im Internet zeitgenössische Architektur sowie Themenhotels unter der Rubrik ‚Städtereise‘ vermarktet.<sup>9</sup> Zudem hat die Schweizerische Eidgenossenschaft im Januar 2013 den internationalen Architekturpreis ‚Constructive Alps‘<sup>10</sup> ausgelobt.

Es ist festzustellen, dass das Potenzial von Architektur bzw. Baukultur nur von wenigen deutschen Tourismusorganisationen erkannt und thematisiert worden ist. In Deutschland setzten sich bislang nur einige wenige Veranstaltungen mit dem Zusammenhang von Architektur und Tourismus auseinander. Als Beispiel hierfür sollen angeführt werden: der Tourismustag über Tourismusarchitektur, veranstaltet vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (02.11.09), oder der ITB Destination Day ‚Architektur und Tourismus‘ beim ITB Berlin Kongress (11.–15.03.09), der Allgäuer Tourismustag 2009 ‚Gute Architektur bringt gute Gäste‘ und Veranstaltungen der Bayerischen Architektenkammer in Kooperation mit dem Tourismusverband München-Oberbayern sowie dem BDA (Bund Deutscher Architekten) Bayern. Im April 2011 wurde in Hessen der Architekturpreis ‚Tourismus, Freizeit und Erholung‘ und im November 2011 in Bayern erstmalig der Tourismusarchitekturpreis ‚artouro‘<sup>11</sup> verliehen. Die Preisverleihungen im Bereich Freizeit und Tourismus zeigen, dass das Thema Tourismusarchitektur langsam, aber stetig in den Fokus der deutschen Architekturpolitik rückt. Insgesamt werden jedoch im Vergleich zu den Nachbarländern Österreich und Schweiz nur wenige Maßnahmen zur Förderung einer zeitgemäßen modernen Tourismusarchitektur durchgeführt.

Betrachtet man den gesamten Alpenraum, so ist zu erkennen, dass in einigen Bergregionen die Gästezahlen rückläufig sind. Laut der Studie<sup>12</sup> ‚Tourismus in Alpenregionen‘ aus dem Jahr 2007 in Bozen zeigt eine Langzeitanalyse in den Alpenregionen, bezogen auf den Index der Tourismusintensität,<sup>13</sup> dass die Gebiete auf der Südseite der Alpen seit 1990 kontinuierlich einen Zuwachs verzeichnen, während auf der Nordseite – vor allem in Bayern und der Nordschweiz – ein Rückgang in der Tourismusnachfrage erkennbar ist. Innerhalb Bayerns gehen die Übernachtungszahlen sowie die Aufenthaltsdauer mit Ausnahme von Garmisch-Partenkirchen kontinuierlich zurück.<sup>14</sup>

---

<sup>9</sup> Vgl. SCHWEIZ TOURISMUS.

<sup>10</sup> Der Preis ‚Constructive Alps‘ wird in Zusammenarbeit mit der Regierung des Fürstentums Liechtenstein sowie mit Unterstützung der Universität Liechtenstein und der Internationalen Alpenschutzkommission CIPRA durchgeführt. Gesucht werden Sanierungen und Neubauten aus Industrie, Freizeit, Dienstleistung, kommunalem Wohnbau im alpinen Raum oder kommunaler Verwaltung. Der Preis unterstreicht die Schweizer Bemühungen um die grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Alpenraum. [www.constructivealps.net](http://www.constructivealps.net).

<sup>11</sup> Die Bayerische Architektenkammer und das Bayerische Wirtschaftsministerium organisierten 2011 erstmals einen Wettbewerb um den Bayerischen Tourismus-Architektur-Preis. Kooperationspartner ist die Landesmarketinggesellschaft BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH.

<sup>12</sup> Der Abteilung 8 im Landesinstitut für Statistik.

<sup>13</sup> Der Index der Tourismusintensität ist der Wert, der die durchschnittlichen Übernachtungen je 100 Einwohner in einem bestimmten Gebiet zählt, vgl. [www.provinz.bz.it/lpa/285.asp?art=239096](http://www.provinz.bz.it/lpa/285.asp?art=239096) (02.02.2010).

<sup>14</sup> Vgl. Planungsverband Region Oberland 17 (2011). Diagramme, Tourismus: Übernachtungszahlen 1988 bis 2010, Tourismus: Entwicklung der Aufenthaltsdauer.

Gegen den Rückgang der Tourismuskonsumnachfrage in alpinen Regionen werden der Einsatz und die Vermarktung guter und qualitätvoller Architektur als möglicher Lösungsansatz gesehen. Die Studie „Architektur macht Gäste“ hat das Potenzial von Architektur in wirtschaftlichen Zahlen aufgezeigt. Dass das Bauen als Facette des Marktauftritts tatsächlich funktioniert und dass durch Architektur eine Region aufblühen kann, ist spätestens seit der Eröffnung des von Frank O. Gehry entworfenen Guggenheim Museums in Bilbao allgemein bekannt. Das Wortkonstrukt „Bilbao-Effekt“<sup>15</sup> ist seither Synonym für öffentliche Aufmerksamkeit im Zusammenhang mit Architektur. Seitdem kann der ‚Bilbao-Effekt‘ an verschiedenen Orten auf der Welt beobachtet werden. Die Therme Vals, von dem renommierten Schweizer Architekten Peter Zumthor in Graubünden erbaut, ist ein weiteres Beispiel dafür, dass sich zeitgemäße Architektur unter Verwendung von regionalen Materialien als touristische Attraktion für Architekturinteressierte und Badebegeisterte behauptet. Dass Architektur viele Besucher anziehen kann,



Abbildung 1 Therme Vals von Peter Zumthor, Vals, Graubünden (CH)

zeigen neben den genannten Beispielen auch diverse Winzerei-Neubauten im kalifornischen Napa Valley (USA) oder Bauten mittelständischer Winzer in Österreich und Südtirol (Italien). Das außergewöhnliche Hotelkonzept LOISIUM von Steven Holl in Langenlois in Österreich oder die diversen ‚Weinarchitekturen‘ in Kaltern am See (Südtirol) oder in Österreich können in diesem Zusammenhang ebenfalls aufgeführt werden.

## 1.2. Problembezug

In vielen alpinen Regionen leben die Menschen heute nicht mehr nur von der Landwirtschaft, sondern vom Tourismus. Die einzigartige Natur- und Kulturlandschaft ist ihre ‚Corporate Identity‘, die unverwechselbare Identität. Als Urlaubsdestinationen sind sie für den Tourismus aufgrund des bäuerlichen Lebensstils, der regionalen Traditionen, der Natur und der diversen Sportmöglichkeiten im Winter und im Sommer attraktiv. Während der Wachstumsphase des alpinen Tourismus, vom Ende der 60er-Jahre des 20. Jahrhunderts bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts, haben sich die alten Siedlungsstrukturen der alpinen Urlaubsdestinationen in ähnlicher Weise verändert. Große, für heutige Bedürfnisse überdimensionierte Bauernhöfe werden zu Hotels umgewandelt, um die Idee der ‚schönen alten Heimat‘ aufrechtzuerhalten. Städtische Elemente wie Kultur- und Zweckbauten tauchen zwischen den ländlichen Häusern auf, Fußgängerzonen lösen die Dorfstraße ab.

<sup>15</sup> Der Begriff ‚Bilbao-Effekt‘ bezeichnet die gezielte Aufwertung von Orten durch spektakuläre Architekturen. Der Begriff geht auf die Entwicklung der nordspanischen Stadt Bilbao im Zusammenhang mit dem 1997 fertig gestellten Guggenheim Museum zurück. Wolfgang Maennig benutzte diesen Begriff im Jahre 2010.

In vielen Regionen entsprechen die Ortsbilder heute nicht mehr den romantisierenden Landschaftsmotiven auf Postkarten oder in den Prospekten der Tourismus-Informationen. Die traditionelle Baukultur und die ortstypische Kulturlandschaft werden zwar touristisch vermarktet, jedoch wird dabei die Realität ausgeblendet, die vielfach aus ortsfremden Architekturstilen und überladener ‚Lederhosen-Architektur‘ besteht. Wenig bekannt ist, ob das mitunter herrschende ‚architektonische Chaos‘ Touristen vom Besuch mancher alpinen Regionen abhält oder ob andere Gründe für die rückläufigen Gastzahlen ursächlich sind.

Mit den alpinen Regionen verbinden viele Touristen nach wie vor das Bild einer idyllischen Landschaft mit vielfältigen Erholungsmöglichkeiten.<sup>16</sup> Viele der Gäste versuchen temporär dem hektischen Stadt- und Berufsleben zu entfliehen. Doch die ‚ideale Landschaft‘ in einer Verbindung aus unberührter Natur und bäuerlicher Kultur ist heutzutage nur noch schwer zu finden, zumal die Grenzen zwischen ‚Stadt‘ und ‚Land‘ seit der Industrialisierung mehr und mehr ineinanderfließen. Einst klare Grenzen sind durch die Expansion von Flächensiedlungen, wie Industriegebiete und Vorstädte, und durch das unkontrollierte Bauen auf dem Land verschwommen. Diese neuen Landschaftsformen, bestehend aus undefinierten Strukturen in Form von Grünflächen und Gebäuden, werden in der Fachliteratur als ‚totale Landschaft‘<sup>17</sup> oder ‚Zwischenstadt‘<sup>18</sup> bezeichnet. Da viele alpine Orte oft auf die Rendite und kurzfristige wirtschaftliche Erfolge blicken, werden bei Bauprojekten nicht selten die Erhaltung beziehungsweise der schonende Umgang mit der Landschaft als wesentliches Entscheidungskriterium für zukünftige Entwicklungen vernachlässigt. Zwar wird seit den 80er-Jahren über sanften Tourismus sowie über eine nachhaltige Bebauung der ländlichen Regionen diskutiert, in der realisierten Stadtplanung sind diese Projektziele jedoch zumeist nicht ablesbar. Inwiefern diese neuen Landschaftsformen bei der Urlaubsplanung der Touristen eine Rolle spielen, wurde noch nicht untersucht.<sup>19</sup>

Sicherlich hängen die rückläufigen Übernachtungszahlen in Deutschland mit der günstigen Erreichbarkeit globaler Urlaubsziele durch sogenannte Billigflugangebote, der starken Konkurrenz schneesicherer Destinationen, dem Klimawandel und allgemein einer großen Auswahl an Urlaubszielen durch neue Informationsquellen wie dem Internet zusammen. Aus der Sicht des Städtebaus könnte der Rückgang der Übernachtungszahlen in den nördlichen Alpengebieten auf die Sanierungsbedürftigkeit vieler Bauten aus der Boomzeit des Tourismus in den 60er- und 70er-Jahren und auf verödete Ortskerne zurückzuführen sein. Besonders die Hotelarchitektur dieser Jahrzehnte entspricht nicht dem heutigen Standard; bei vielen Bauten wurde eine Modernisierung bislang versäumt. So kann man mutmaßen, dass die veralteten touristischen Infrastrukturen heute nicht mehr den Erwartungen der Gäste entsprechen.

---

<sup>16</sup> Ergebnis der quantitativen Umfrage vom Sommer 2009 siehe Kap. 6.2.

<sup>17</sup> SIEFERLE 1997.

<sup>18</sup> SIEVERTS 1997.

<sup>19</sup> Im Rahmen dieser Arbeit wird diesem Aspekt mittels einer Umfrage nachgegangen, siehe Kap. 6.

Dort, wo Modernisierungen stattgefunden haben, zeigt sich zudem keine erkennbare und klare gestalterische Linie; vielmehr orientieren sich die Maßnahmen am vermeintlichen Geschmack der Gäste. Daraus ergibt sich gleich in mehrfacher Weise ein dringlicher Nachholbedarf hinsichtlich Gestaltung, Unverwechselbarkeit und architektonischer Qualität.

Dabei gibt es bereits hervorragende Einzelbeispiele dafür, wie Tourismusarchitektur in Szene gesetzt werden kann. Die außergewöhnlichen Bauten, die die Handschriften von renommierten Architekturbüros wie Zaha Hadid, Sir Norman Foster oder Herzog & de Meuron tragen, ziehen kurzfristig Touristen an, da die Gebäude vor allem in den Medien als hervorragend, interessant und sehenswert beschrieben werden. Ob diese Beispiele die richtigen Lösungsansätze für die konkrete Problematik bzw. für die Weiterentwicklung eines touristischen Ortes darstellen, wird meist nicht diskutiert. Häufig fehlt den Entscheidungsträgern in touristischen Orten der alpinen Regionen in puncto Gestaltung ein klares Konzept. Eine breite Diskussion über die Bedeutung hoher Architekturqualität sowie über ein Gesamtkonzept und moderne Ästhetik für deutsche Urlaubsdestinationen ist überfällig.

### **1.3. Ziele und Thesen**

In deutschen Alpengebieten definiert sich der Tourismus heute in großen Teilen immer noch über eine historisierende ‚Lederhosen-Architektur‘ bzw. die Nachahmung von bekannten Häusertypen. Dem gegenüber steht eine gewachsene, jedoch überalterte dörfliche Struktur. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema der Baukultur mit Tourismusbezug in alpinen Regionen und befasst sich dabei auch mit der Frage, inwiefern eine qualitativ hochwertige bauliche Gestaltung für den Tourismus eine Rolle spielt bzw. die Baukultur den Tourismus beeinflusst.

Die sich daraus ergebenden Fragen lauten:

- Kann ‚Gestaltung‘ einen Beitrag zum nachhaltigen Tourismus in den alpinen Regionen bzw. im Tegernseer Tal gewährleisten?
- Wie nehmen Touristen räumliche Strukturen in alpinen Regionen bzw. im Tegernseer Tal wahr?

Ziel dieser Arbeit soll sein, die möglichen Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus in ländlichen Gebieten durch bauliche Interventionen aufzuzeigen. Ferner soll die Arbeit belegen, dass ein überlegtes architektonisches Gestaltungskonzept dazu beitragen kann, die Identität einer Gemeinde oder einer Region zu stärken, ein eigenständiges Image zu entwickeln.

Dazu werden die bestehende regionale Architektur, die städtebaulichen Strukturen sowie die Konfliktlinien und Potenziale am Fallbeispiel des Tegernseer Tals systematisch untersucht und die Frage behandelt, ob diese Strukturen ausbaufähig sind, ob sie eine zeitgemäße bzw. neu interpretierte Architektur vertragen und welche zukunftsorientierten Handlungsstrategien empfohlen werden können.

Anders als in den Nachbarländern Österreich oder Schweiz ist die architektonische Qualität der Tourismusinfrastruktur sowie die städtebauliche Qualität der damit in Verbindung stehenden Bauten in Deutschland noch stark verbesserungsfähig. Allgemein kann die These formuliert werden, dass die räumlichen Strukturen, die als Träger von Wirtschaftswachstum im Tourismus eine Bedeutung haben, von den Leistungsträgern bzw. Tourismusanbietern nicht bewusst genug wahrgenommen werden und das damit in Verbindung stehende Potenzial nicht ausgeschöpft wird. Zwar werden in den Gemeinden im alpinen Raum hohe Bausummen investiert, jedoch häufig ohne dass dabei adäquate architektonische und landschaftliche Überlegungen und Strategien zum Tragen kämen. Alpine Tourismusregionen mit bäuerlicher Kulturlandschaft gelten mithin als ‚schöner‘ Erlebnisraum – sobald jedoch die idyllische Landschaft, die altbewährte Tradition und das bekannte Erscheinungsbild angetastet werden, drohen diese Räume an Attraktivität und Identität zu verlieren. Oft büßen sie durch ortsfremde Architekturstile zusätzlich an Qualität und Authentizität ein.

In weiten Teilen des Alpenraums sind die Besucherzahlen gegenwärtig rückläufig. Als Reaktion darauf befinden sich viele Gemeinden auf der Suche nach Investoren, um gemeinsam mit diesen neue Großprojekte zu realisieren, z. B. Thermalbäder, 5-Sterne-Hotels oder Event-Arenen. In der Regel sind diese Einzelprojekte jedoch nicht in die Landschafts- und Siedlungsentwicklung der Regionen eingebunden, die Architektur nimmt nur oberflächlich lokale Spezifika auf. Dabei wird vernachlässigt, wie wichtig das Gesamtbild der Region und das Erscheinungsbild des baulichen Gefüges ist, denn diese formen letztendlich den Charakter bzw. die lokale Identität der Region.

Genau darauf nimmt diese Arbeit Bezug, deren Hauptthese – dass eine qualitätvolle Tourismusbaukultur, die im Einklang mit ihrer Umgebung steht, die touristische Attraktivität eines Ortes und die regionale Identität stärkt – am Beispiel des Tegernseer Tals untersucht wird. Die Arbeit soll zeigen, dass eine Tourismusarchitektur, die diesen hohen Ansprüchen genügt, einen wesentlichen Beitrag zu nachhaltigen Tourismuskonzepten leisten kann – dann nämlich, wenn durch die Baukultur atmosphärische Räume geschaffen werden. Dabei wird nach nachhaltigen Lösungen für die Tourismusbaukultur gesucht und es sollen Lösungsstrategien modellhaft vorgestellt werden.

Dieser These liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

1. Alpine Kulturlandschaften, die die regionale Identität mitbestimmen, befinden sich seit geraumer Zeit in einem Transformationsprozess, der durch unterschiedliche Phänomene wie Klimawandel und neue Produktionsweisen beeinflusst wird. Die Effekte der Globalisierung lassen gleichsam ‚globalisierte‘<sup>20</sup> Orte entstehen, die nur über ein schwaches soziales Bindungspotenzial verfügen. Lokale Kultur wird nach Bedarf als willkommenes Produkt im Tourismus gefördert und vermarktet.
2. Die alten, kulturhistorisch angelegten Wahrnehmungsmuster finden in der ‚totalen Landschaft‘<sup>21</sup> kaum noch Entsprechungen, neue Wahrnehmungsmuster fehlen noch weitgehend. Eine Neubewertung ästhetischer Qualitäten und die Suche nach einem neuen, zeitgenössischen ästhetischen Ausdruck für den Städtebau sowie für die Kulturlandschaft werden daher in Zukunft notwendig sein, um die regionale Identität und den nachhaltigen Tourismus in den alpinen Region zeitgemäß definieren und fortschreiben zu können.
3. Eine ‚gelungene‘ und zeitgemäße Gestaltung von Architektur, Städtebau und Landschaftsarchitektur könnte das kulturelle Angebot in so mancher brachliegender Tourismusregion aufwerten, ohne die Bedeutung der historischen Baudenkmäler als Imageträger und die vorhandenen kulturellen Angebote zu beeinträchtigen. Architektur, Städtebau und Landschaftsarchitektur können als regionale Generatoren bzw. Wachstumsbeschleuniger fungieren.

Entscheidend für die Zukunft der alpinen ländlichen Tourismusregionen ist eine planvolle Entwicklung im Gesamtkontext. Städtebauliche und landschaftsarchitektonische Eingriffe können als regionale Generatoren wirken, einen Beitrag zur regionalen Identität stiften und somit die touristische Attraktivität steigern. Es ist an der Zeit Überlegungen anzustellen, wie die vorhandene Mischkultur an Bauten und die traditionelle Baukultur unter einem guten, nachvollziehbaren Tourismuskonzept zu vereinen und zeitgemäße, moderne Neubauten zu integrieren sind. Um die Attraktivität der Kulturlandschaft zu steigern, sind auch städtebauliche und landschaftsplanerische Zusammenhänge relevant, nicht allein architektonische Solitäre.

---

<sup>20</sup> Globalisierung ist ein Neologismus, der aus den Begriffen Globalisierung und Lokalisierung gebildet wird. Er steht für die Devise ‚global denken – lokal handeln‘. Im englischen Sprachraum war der Soziologe Roland Robertson ausschlaggebend, später auch Zygmunt Bauman, im deutschen Sprachraum finden sich mehrere ‚Väter‘ des Begriffes.

<sup>21</sup> SIEFERLE 1997.

#### 1.4. Untersuchungsmethode und Vorgehensweise

In der Veröffentlichung „Architecture and Tourism“ von LASANSKI und MC LAREN aus dem Jahr 2004 wurde der Zusammenhang von Tourismus und gebauter Umwelt erstmals an zahlreichen Beispielen weltweit von der Antike bis zur Postmoderne untersucht.<sup>22</sup> In Deutschland gehört ROMEISS-STRACKE zu den wenigen, die zu diesem Thema geforscht und Veröffentlichungen herausgegeben haben. Fundierte Forschungsarbeiten im Bereich Tourismusarchitektur bzw. -baukultur sind kaum zu finden. Als Quellen für die Recherche dienten daher vor allem die Internetpräsenz von Institutionen wie dem Vorarlberger Architekturinstitut (vai), Interviews mit Vertretern der Gemeinden, deren Eigenveröffentlichungen wie Kataloge, Faltblätter, Broschüren etc. sowie persönliche Eindrücke, die bei Besuchen der Gemeinden und Institutionen gewonnen werden konnten, soweit dies möglich war.

Auf die Einleitung mit der Darstellung des Problemfeldes, der forschungsleitenden Fragestellungen und der Formulierung der These folgt in Kapitel 2 die Eingrenzung des für die Beschreibung und Analyse erforderlichen normativen, begrifflichen und theoretischen Rahmens. In Kapitel 3 werden die Instrumentarien zur Steuerung, Vermittlung und Förderung von Tourismusarchitektur behandelt sowie die gesetzlichen (präskriptiven) Rahmenbedingungen der Tourismusarchitektur analysiert. Im darauf folgenden Kapitel wird die Bedeutung einer ‚gelungenen Tourismusbaukultur‘ anhand der Kriterien Nachhaltigkeit, Baukultur als Symbol, Atmosphäre und Bewusstseins- und Entwicklungsprozess untersucht. Auch wird die Bedeutung des Zusammenhangs zwischen Architektur und Tourismus erörtert. Im nächsten Schritt werden vorbildhafte Beispiele von Tourismusarchitektur im In- und Ausland aufgezeigt, außerdem der heutige Kenntnisstand referiert und mögliche Methoden vorgestellt. Die Kapitel 1 bis 4 bilden damit einen Block der Analyse und Grundlagenermittlung.

Kapitel 5 und 6 stellen den empirischen Teil der Arbeit dar. In Kapitel 5 wird das gewählte Fallbeispiel, das Tegernseer Tal, touristisch, historisch und baugeschichtlich untersucht. Anschließend wird in Kapitel 6 die Wahrnehmungsweise der Baukultur im Tegernseer Tal behandelt. Hier werden die Ergebnisse einer quantitativen Befragung von Touristen sowie einer qualitativen Befragung von Einheimischen im Tegernseer Tal, die im Bereich Tourismus engagiert sind, dargelegt. Das Ergebnis der quantitativen Befragung soll im Rahmen dieser Arbeit exemplarisch die Meinungen und Haltungen der Touristen im Tegernseer Tal widerspiegeln. Bei der Deutung ihrer Ergebnisse ist allerdings zu beachten, dass die Befragung in der Hochsaison (Zeitraum von Juli bis Oktober) stattgefunden hat und somit schwerpunktmäßig ganz bestimmte Typen von Urlaubern (z. B. Familien, Ehepaare, Kurzzeiturlauber, Rentner) erfasst wurden. In der Nebensaison (November bis April) können sich hiervon abweichende Gästestrukturen und somit auch neue Bewertungen der Gastmeinungen ergeben. Die Befragungen wurden anonym ausgewertet, die Ergebnisse sollen die Potenziale für die Weiterentwicklung

---

<sup>22</sup> LASANSKI / MC LAREN 2004.

des Tegernseer Tals – wie auch aktuelle Tendenzen in der Tourismusarchitektur – aufzeigen und einen Schwerpunkt auf die Wahrnehmung, d. h. auf das Selbst- und Fremdbild der oberbayerischen Region legen.

Einen weiteren, thematischen Schwerpunkt bilden die Konfliktlinien im Tegernseer Tal. Diese beziehen sich auf Interessenskonflikte zwischen Gemeinden, Investoren bzw. Bauherren, Bürgern und Planern. Der Diskussion dieser Konfliktlinien werden ausgewählte Projekte aus dem Tegernseer Raum vorangestellt. Anhand aktueller Pressemitteilungen und Informationen aus dem Architekturbüro von Angerer<sup>23</sup> werden die Grundlagen für die Konflikte im Tegernseer Tal untersucht, analysiert und bewertet. Anschließend werden die Probleme und mögliche Handlungsstrategien diskutiert. Im letzten Kapitel werden der Zusammenhang zwischen gelungener Tourismusbaukultur und touristische Attraktivität reflektiert und Handlungsnotwendigkeiten aufgezeigt. Ein kritischer Rückblick schließt die Arbeit ab.

Die Ausführungen im Rahmen dieser Arbeit werden mitunter auch Aussagen aus Interviews, die im Jahr 2009 im Tegernseer Tal geführt wurden, und Vorträgen hinterlegt bzw. um eine externe und unabhängige Sichtweise ergänzt. Zu bedenken ist, dass auf diese Art und Weise zwar überwiegend qualitative Daten generiert werden, diese jedoch dennoch ein gewisses Maß an Subjektivität besitzen.

---

<sup>23</sup> Die Verfasserin arbeitet seit dem 01.01.2011 im Architekturbüro von Angerer, welches im Tegernseer Tal planerisch v.a. im Bereich Städtebau tätig ist.

## 2. Tourismus – Landschaft – Architektur

Um verstehen zu können, wie Tourismus und Baukultur zusammenhängen, bedarf es zunächst einer Definition der Begrifflichkeiten und einer Auseinandersetzung mit dem Phänomen des Tourismus in den Alpen (gesellschaftlich, politisch und kulturell) sowie mit den städtebaulichen Entwicklungen in den alpinen Regionen und deren Wechselbeziehungen. Für die touristische Attraktivität der Alpen spielen mehrere Faktoren eine signifikante Rolle: Baukultur, Natur- und Kulturlandschaften, Tradition und regionale Kultur. Im Folgenden werden der Tourismus, die Kulturlandschaften und die Tourismusarchitektur einzeln behandelt – gleichwohl hängen sie aber sehr stark zusammen und spielen für Tourismustrends der Zukunft eine maßgebliche Rolle.

### 2.1. Tourismus im Wandel

Derzeit gehört der Tourismus zu einem der größten Wirtschaftszweige weltweit. Der Welttourismusorganisation UNWTO zufolge ist im Jahr 2011 die Zahl der internationalen Touristenankünfte um etwa 4,4 Prozent auf 980 Millionen Besucher gestiegen. Diese Tendenz wird sich in den nächsten 20 Jahren weiterhin verstärken, denn das Reisen gehört mittlerweile für viele Menschen zum Alltag. Der Tourismus, der lange Zeit den Reichen und Adelligen vorbehalten war, hat sich in den letzten 40 Jahren einerseits durch die Veränderung der Lebens- und Arbeitsstrukturen, andererseits durch den technischen Fortschritt zu einem wichtigen Wirtschaftszweig entwickelt. Entscheidende Einflussfaktoren für diese Entwicklung sind die Steigerung von Einkommen und Wohlstand, die Zunahme an individueller Freizeit bzw. die Arbeitsverkürzung, Anonymität und Stress in den Großstädten sowie Motorisierung und generell höhere Mobilität der Gesellschaft. Zudem vereinfachen verbesserte und günstigere Urlaubsangebote sowie das Internet die Urlaubsplanung.

#### 2.1.1. Definition ‚Tourismus‘

Der Terminus Tourismus ist ein Oberbegriff für das Reisen, die Reisebranche und das Gastgewerbe. Er umfasst den nationalen und internationalen Reiseverkehr zwischen Hauptwohnsitz und Urlaubsziel und den zeitlich begrenzten Aufenthalt als Ortsfremder am Zielort sowie die Organisation der Reisevorbereitungen.<sup>24</sup> Touristen sind laut einer Definition der Welttourismusorganisation UNWTO Personen, die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfelds reisen.<sup>25</sup> Sie halten sich dort für nicht mehr als ein Jahr aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven auf, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am Zielort verbunden sind. Entscheidend sind der Ortswechsel, ein zeitlich begrenzter Aufenthalt und die Reismotive.<sup>26</sup> Der Ortswechsel beinhaltet die Komponenten Entfernung (In- oder Ausland, nähere Umgebung) sowie

---

<sup>24</sup> Vgl. FREYER 2006: 2.

<sup>25</sup> Vgl. UNWTO.

<sup>26</sup> Vgl. STEINECKE 2006: 12f.

Transportmittel (Flugzeug, Bahn, Auto, Fahrrad). Der Aufenthalt kann nach der Art der Unterkünfte (Hotels und Pensionen, Campingplätze) und der Dauer des Aufenthaltes (Übernachtung/en oder Tagesausflug) weiter untergliedert werden. Die Motive für den Ortswechsel können geschäftlicher (Tagung) oder privater Natur (Erholung/Entspannung, Interesse, Gesundheit) sein. Die wesentlichen Tourismusarten, die nach der zugrunde liegenden Motivation unterschieden werden, sind laut KASPAR<sup>27</sup> und SMERAL<sup>28</sup> folgende:

- Erholungstourismus: Kuraufenthalte und Urlaubsreisen
- Gesellschaftsorientierter Tourismus: Verwandten- und Bekanntenbesuche
- Wirtschaftsorientierter Tourismus: Dienst- und Geschäftsreisen, Kongress-, Ausstellungs- und Messtourismus
- Kulturorientierter Tourismus: religiös motivierte Reisen, Wallfahrten, Stadtbesuche, Bildungsreisen
- Politikorientierter Tourismus: im Zusammenhang mit politischen Veranstaltungen
- Erlebnistourismus: Erlebnis- und Sportreisen von aktiv oder passiv am Sportgeschehen Beteiligten
- Sanfter Tourismus: umweltverträgliches und nachhaltiges Reisen in der Natur, Anpassung an die soziale und natürliche Umwelt<sup>29</sup>

Zur Differenzierung der Tourismusformen geht man von verursachenden oder abgrenzenden äußeren Merkmalen aus. KASPAR unterteilt Tourismusformen folgendermaßen:<sup>30</sup>

- Herkunft (Binnen-, Domestic-, Incoming-, Outgoing-Tourismus)
- Anzahl der Reisenden (Massen-, Individualtourismus oder Familientourismus)
- Alter (Jugend-, Seniorentourismus)
- Dauer (Kurzzeit-, Langzeittourismus)
- Jahreszeiten (Sommer- oder Wintertourismus)

Der Tourismus ist jedoch auch ein wirtschaftliches Phänomen und tangiert verschiedene wissenschaftliche Disziplinen: Umwelt, Kultur, Städtebau/Architektur, Politik, Gesellschaft und Wirtschaft.

---

<sup>27</sup> KASPAR 1996: S.16/17.

<sup>28</sup> SMERAL 2003: 37.

<sup>29</sup> KIRSTGES 2003: 24.

<sup>30</sup> KASPAR 1996: S.17/18.

## 2.1.2. Überblick über die Entstehungsgeschichte des modernen Tourismus

- Vorläufer des Reisens: Pilgerreisen, Seefahrten, Handelsreisen, ‚Grand Tour‘<sup>31</sup> und bürgerliche Bildungsreisen
- 18./19. Jahrhundert: Erschließung erster Seebäder an Ost- und Nordsee und am Mittelmeer
- Um 1900: erste ‚Fremdenverkehrsvereine‘
- Um 1930: erster Wintersport-Tourismus in Österreich und in der Schweiz
- Vor Ausbruch des Zweiten Weltkrieges: ‚Sommerfrische‘, ‚Kraft durch Freude (KdF)‘,
- Nach 1945: Aufschwung des Tourismus durch neue Transportsysteme und Motorisierung
- Seit 1960: verstärkter Mittelmeer-Tourismus
- Seit Mitte der 1960er-Jahre: mehr Auslands- als Inlandsreisen der Deutschen
- Ab 1970: Beginn des modernen ‚Massentourismus‘, Planung eigener Resorts für den Tourismus in den Alpen und am Mittelmeer
- Ab 1990: Anstieg der Fernreisen der Europäer und neue, weltweite Tourismuströme (China, Indien, Südamerika)
- 2000 bis heute: Tourismus als weltweiter Wachstumsmotor in Europa, Abflachung der Wachstumskurve

## 2.1.3. Einflussfaktoren auf das Reiseverhalten

Trotz wirtschaftlicher Rezession, kriegerischer Konflikte und terroristischer Anschläge bleibt der Tourismus einer der wichtigsten Wirtschaftszweige weltweit. Unabhängig von der globalen Wirtschaftslage hält der Wunsch der Menschen nach Urlaubsreisen, wie man den Tourismuszahlen 2008–2011 entnehmen kann, weiterhin an. Jedoch verändern große gesellschaftliche Trendwellen die Freizeitkultur teils radikal und lassen gewohnte Angebotsstrukturen überholt aussehen. Durch den wachsenden Einfluss von Internet und Medien werden entscheidende Weichenstellungen für den Urlaub bereits bei der Recherche und Buchung vorgenommen.

Im Jahr 2006 hat Matthias HORX vom Zukunftsinstitut auf die neuen Sehnsuchtsmärkte des ‚Tourismus 2020‘ aufmerksam gemacht. Demnach werden Gesundheits- und Wohlfühlreisen (‚Health Holidays‘), auf Exklusivität zugeschnittene Abenteuerreisen (‚Mass-Adventure‘), hochwertige, aber preisgünstige Grundangebote (‚High Convenience‘), Sozial- und Kreativangebote zur Kontaktfindung und Inspiration (‚Social & Creative‘) und individuelle Pauschalangebote mit Lifestyle (‚Eco-Tourism‘) an Bedeutung gewinnen.<sup>32</sup> Diese Trends deuten auf

---

<sup>31</sup> ‚Grand Tour‘ war die Bezeichnung für eine seit der Renaissance obligatorische Reise der Söhne des europäischen Adels, später auch des gehobenen Bürgertums, durch Mitteleuropa, Italien, Spanien und ins Heilige Land. Im weiteren Sinne wurden auch die Bildungsreisen erwachsener Angehöriger der genannten Stände so bezeichnet.

<sup>32</sup> Vgl. ZUKUNFTSINSTITUT Tourismus 2020, Magazin Trends.

den Wunsch vieler Menschen nach intensiven und maßgeschneiderten Urlaubserlebnisse hin. Die neuen Sehnsüchte können ebenso einen großen Einfluss auf den Stellenwert der Baukultur als touristische Attraktion haben und bringen neue potenzielle Zielgruppen für Tourismusbaukultur hervor.

Im Folgenden werden die wesentlichen Einflussfaktoren auf das Reiseverhalten aufgeführt:

### Demografischer Wandel

Seit etwa 10 Jahren vollzieht sich ein demografischer Wandel in Deutschland. Die Bundesrepublik verzeichnet seit 2008 einen „doppelten Bevölkerungsverlust“,<sup>33</sup> d. h. es werden weniger Kinder geboren als Menschen sterben und es wandern mehr Einwohner aus als ein. Der Rückgang der Bevölkerung bzw. eine planvolle Einwanderungspolitik sowie die veränderten Alters- und Haushaltsstrukturen werden in Zukunft einen großen Einfluss auf das Reiseverhalten nehmen.

Starke Auswirkungen auf den Tourismus und seine Angebote werden folgende Gruppen haben:

- Die ‚neuen Alten‘ / Generation 50+
- ‚Patchworkfamilien‘
- Alleinerziehende
- 1-Kind-Familien
- Singles

Die Bedeutung der Senioren und Kleinfamilienhaushalte für den Tourismus wird rascher wachsen als ihr Anteil in der Bevölkerung. So wird auch die Nachfrage nach touristischen Angeboten gerade von diesen zahlenmäßig immer stärker werdenden gesellschaftlichen Zielgruppen ausgelöst: die ‚neuen Alten‘, die in einem hohen Maße reiseerfahren sind und – dem Trend der Zeit folgend – nach kürzeren Reisen und spirituellen Inhalten suchen, und den vielen jungen wie auch älteren Singles, die auf der Suche nach neuen Partnern oder intensiven Erlebnissen sind.<sup>34</sup> Zielgruppen im Hinblick auf die Tourismusbaukultur sind Menschen mit akademischem Hintergrund, wie etwa aus den Gruppen der ‚neuen Alten‘ sowie der ‚Singles‘.

### Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit

Eine weitere Rolle für die Weiterentwicklung des Tourismus spielen u. a. die Klimaveränderung und das stetig wachsende Umweltbewusstsein der Gesellschaft. Das Dilemma für den Tourismus ist, dass er nicht nur von der globalen Erwärmung betroffen ist, sondern auch als einer der zentralen Verursacher gelten kann. Wie Untersuchungen zeigen, werden Touristen immer umweltsensibler. Sie nehmen Umweltschäden insbesondere dann wahr, wenn sie ihr ‚Ferien-

---

<sup>33</sup> BERLIN INSTITUT 2011: 28.

<sup>34</sup> Vgl. OPASCHOWSKI 2006: 61ff.

glück' in Gefahr sehen. Die Aufgabe der Tourismusbranche wird es sein, mit entsprechenden Angeboten stärker auf die Klimaveränderungen zu reagieren. Der Trendgedanke der Nachhaltigkeit ist bereits ansatzweise im Tourismus zu erkennen. So soll ein zertifiziertes Corporate-Social-Responsibility-Siegel (CSR-Siegel) die Nachhaltigkeitsleitungen der Tourismusunternehmen bestätigen. Das CSR-Siegel ‚CSR TOURISM‘ wird von TourCert, einer gemeinnützigen Gesellschaft für Zertifizierung im Tourismus, vergeben; zudem führt TourCert ein Register der CSR-zertifizierten Unternehmen. CSR umschreibt laut TourCert den Beitrag, den ein Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung erbringt, indem es über gesetzliche Vorgaben hinausgehend soziale und ökologische Verantwortung in seinem Kerngeschäft übernimmt.<sup>35</sup> Für die Tourismusbaukultur kommen nachhaltige und ökologische Bauweisen in Frage.

### „Glokalisierung“

Neben der zunehmenden Bedeutung der Globalisierung gewinnen ‚Lokales‘ bzw. die Ansätze einer Regionalisierung und der damit verbundenen Werte in Gesellschaft und Wirtschaft zunehmend an Bedeutung. Die Ansätze einer Globalisierung auf der einen sowie einer ‚Glokalisierung‘ auf der anderen Seite stellen keinesfalls Widersprüche dar, sondern sind durchaus sich ergänzende Positionen. Bereits heute beeinflussen sie die Reisetrendwellen erheblich und zeigen Auswirkungen auf touristische Nachfragen. Der im beruflichen Alltag immer höher werdende Qualitätsanspruch weckt das Bedürfnis, im Urlaub eine Art ‚Gegenalltag‘ zu erleben. Die Touristen von heute sind ‚erlebnis-affin‘ und begreifen den Urlaub nicht mehr als singulären Höhepunkt einmal im Jahr. So wird auch weiterhin die nahe Umgebung als Urlaubs- bzw. Ausflugsziel für Kurzreisen interessant bleiben. Hinzu kommt das veränderte Buchungs- und Informationsverhalten. So nutzen viele Reisende inzwischen das Internet als Informations- und Buchungsplattform. Die ‚Billig- oder All-inclusive-Angebote‘, die eine Erscheinungsform der wachsenden Konkurrenz verschiedener Reiseziele mit ähnlichen Infrastrukturangeboten sind, steigern zudem die Reisefreudigkeit. Für den Tourismus bedeutet dies, dass die Kulisse für Erlebnisse bzw. die gebaute Umwelt einen regionalen Bezug benötigen wird und Erlebnisse und Erfahrungen nach Möglichkeit einmalig und unverwechselbar sein sollten.

### Gesellschaftlicher Wandel: Erlebnisökonomie

Gegenwärtig leben wir in den westlichen und zunehmend auch in den östlichen Ländern Europas in einer Konsum- und Erlebnisgesellschaft. Seit Dean MACCANNELL und Lucy LIPPARD in den 1970er-Jahren mit „The Tourist“ ihre umfassende Analyse über die Freizeitklasse vorgelegt haben,<sup>36</sup> ist hinreichend bekannt, dass Länder und ihre Kulturen Konsum- bzw. Erlebnisgüter geworden sind. Der Konsum bezieht sich hier einerseits auf die Wünsche, Erwartungen und Hoffnungen der Urlauber und andererseits auf die Angebote der Anbieter. Das Erlebnis ist „ein Ereignis im individuellen Leben eines Menschen, das sich vom Alltag des Erlebenden so sehr

---

<sup>35</sup> Vgl. TOURCERT.

<sup>36</sup> MACCANNELL / LIPPARD 1976.

unterscheidet, dass es ihm lange im Gedächtnis bleibt“.<sup>37</sup> Zwar ist das ‚Erlebnis‘ immer schon ein Kernpunkt der vorindustriellen kulturellen, ästhetischen und spirituell-religiösen Erfahrungen gewesen, aber nunmehr gewinnt das touristische Erlebnis als Ereignis, das sich vom Alltag unterscheidet, immer mehr an Bedeutung.<sup>38</sup> Aufgrund des Wertewandels (Individualisierung, gesteigerte Lebensqualität, Verlangen nach Authentizität), der sich in den vergangenen Jahren im Freizeit- und Tourismusbereich abgezeichnet hat, wird der Massentourismus vermehrt durch Urlaubsströme verdrängt, bei denen Preis und Wert des touristischen Produktes eine größere Rolle spielen.<sup>39</sup> Diese Tendenz beschreibt ROMEISS-STRACKE als eine langsame Ablösung der Spaßgesellschaft durch die Sinngesellschaft.<sup>40</sup> Im Gegensatz zur Spaßgesellschaft, die ihre Ego-Kultur lebt und ein Merkmal der boomenden Tourismuswirtschaft der 1980er- und 90er-Jahre war, strebt die Sinngesellschaft eine individuelle Lebenskultur mit intensiven Erlebnissen an und sehnt sich nach Identifikation und Zugehörigkeit.<sup>41</sup> Diese Trends, nämlich Authentizität, Regionalität und die umfassende Qualitätserwartungen auf allen Ebenen, sind bereits heute spürbar. Schlüsselwörter für die Zunahme der touristischen Nachfrage werden Ruhe, Einkehr und Besinnung, Natursehnsucht oder (Weiter-)Bildung sein.

#### Lebensstilgruppen nach Sinus-Milieus 2012<sup>42</sup>

Welche Zielgruppen in Zukunft für die gebaute Umwelt in Frage kommen, hängt unmittelbar mit den Bedürfnissen der vorhandenen und sich weiterentwickelnden Lebensstilgruppen zusammen. Die Touristen definieren ihr Wohlbefinden auch über die vorhandene Schönheit bzw. über gelungenes Design, beispielsweise über ein schönes Ortsbild, eine harmonische Landschaft oder eine gepflegte und zeitgemäße Einrichtung der Unterkunft. Für diese neuen Sehnsuchtsmärkte könnte eine im Einklang mit den Natur- und Kulturlandschaften stehende zeitgemäße Baukultur ein großes Potenzial darstellen. Gemäß dem Sinus-Milieumodell von Sinus Sociovision, welches zur Zielgruppenbestimmung nach Einstellungs- und Verhaltensweisen sowie Lebenswelten dient, interessieren sich insbesondere Lebensstilgruppen für Gestaltung und Architektur, die einen hohen Bildungsstandard besitzen und ihre Konsummuster ausleben. Sie bevorzugen ‚ihre‘ Art des Tourismus und ‚ihre‘ Urlaubsziele, erkennen sich in materiellen Symbolen und Architekturen wieder und reagieren empfindlich gegenüber Anderem.

---

<sup>37</sup> GRÖTSCH 2006: 50.

<sup>38</sup> Ebd.: 49.

<sup>39</sup> Vgl. WEIERMAIR 2006: 13–19.

<sup>40</sup> ROMEISS-STRACKE 2003.

<sup>41</sup> Vgl. ebd.: 21ff.

<sup>42</sup> Das Sinus-Milieu-Konzept wurde bereits Ende der 70er-Jahre entwickelt. Es stellt das bekannteste Zielgruppenmodell dar. Ein besonderer Vorteil des Sinus-Modells besteht in der kausalanalytischen Erklärung milieuspezifischer Einstellungs- und Verhaltensweisen, wobei der jeweilige Lebensstil in den Vordergrund gestellt wird. Die Zielgruppenbestimmung berücksichtigt den Menschen in seiner Lebenswelt. Sinus Sociovision geht davon aus, dass die Andersartigkeit von Lebensstilen für den Alltag bedeutsamer ist als die Unterschiede in den sozioökonomischen Lebensbedingungen. Schichtspezifische Merkmale, die noch für die Nachkriegszeit prägend waren, sind heute den Lebensstilgemeinschaften gewichen. Vgl. SINUS-INSTITUT.

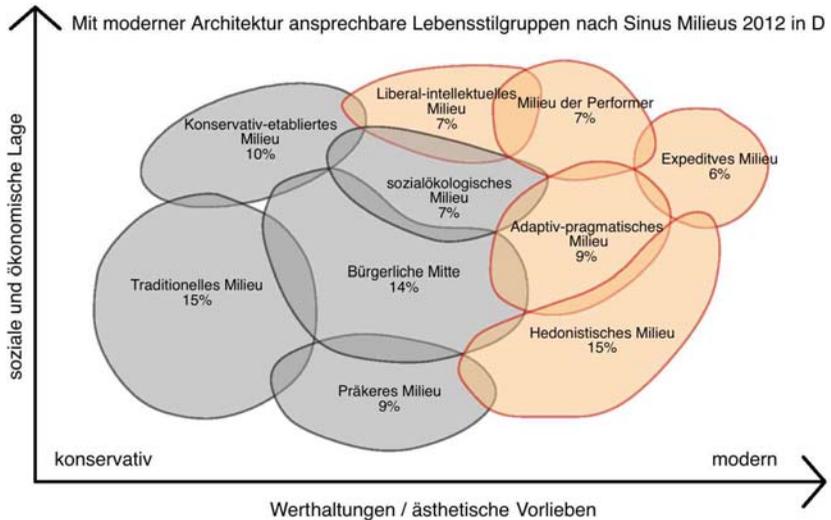


Abbildung 2 Mit moderner Architektur ansprechbare Lebensstilgruppen, Grafik nach Sinus-Milieus 2012 in D

Die in der Grafik rot markierten Lebensstilgruppen (Liberal-intellektuelles Milieu, Milieu der Performer, Expeditives Milieu, Adaptiv-pragmatisches Milieu, Hedonistisches Milieu) interessieren sich für Kultur und Design und sehnen sich nach einem intensiv geführten Leben, im beruflichen wie auch im privaten Bereich. Sie sind in der Regel gebildet, unkonventionell und effizienzorientiert.

Die in der Grafik grau gekennzeichneten Gruppen (Konservativ-etabliertes Milieu, Sozialökologisches Milieu, Bürgerliche Mitte, Traditionelles Milieu, Präkäres Milieu) sind eher konservativ und kritisch und lehnen Neues und Modernes tendenziell ab. D. h. in Bezug auf die Baukunst, dass sie für moderne und zeitgemäße Architektur eher weniger Verständnis haben. Mithilfe von Lebensstilgruppen von Sinus-Milieus ist es möglich, Erkenntnisse darüber zu gewinnen, welche Lebensstilgruppen derzeit vorhanden sind und welche in Zukunft wachsen werden.

Um bestimmte Lebensstilgruppen erreichen zu können, wird die gegenwärtige sowie die zukünftige Tourismusbaukultur „mehr denn je Symbole und ästhetische Codierungen benötigen“.<sup>43</sup> Besonders die Welt der Touristen ist durch „ästhetische Kriterien“<sup>44</sup> strukturiert, sodass Gestaltung dort eine maßgebende Rolle spielt. Oberstes Ziel ist daher die Erfüllung der Sehnsüchte nach Unverfälschtem und Authentischem unter Einbeziehung des Wiedererkennungswertes bestimmter Symbole und Objekte. Die Authentizität, welche als Echtheit, Glaubwürdigkeit, aber auch als Stimmigkeit und Eigenständigkeit umschrieben werden kann, wird hier

<sup>43</sup> KIRSCHBAUM / SCHUSTER 2008: 45.

<sup>44</sup> BAUMAN 2007: 157.

eher als „eine komplexe Sinnstiftung“<sup>45</sup> verstanden. Sie hängt stark mit Inszenierung zusammen, wobei „Authentizität und Inszenierung nicht als Gegensatzpole einer Dimension verstanden werden können, sondern als ein Dreiecksverhältnis, bei dem Inszenierung auf Authentizität oder Beliebigkeit Bezug nimmt“.<sup>46</sup> Demnach wird die Aufgabe der Tourismusbranche sein, sich um eine individuelle, spezifische Gestaltung zu bemühen, d. h. um authentische Orte mit wiedererkennbaren Symbolen.

#### 2.1.4. Tourismus in den Alpen

Die Alpen ziehen seit ihrer Entdeckung im 18. Jahrhundert als faszinierend schöne Landschaft, als Erholungsort oder als Sportstätte unzählige Menschen an. Letztendlich ist der Tourismus in den Alpen das Ergebnis der Neubewertung des Mensch-Natur-Verhältnisses der letzten 200 Jahre. Daher ist die Entwicklung des dortigen Tourismus eng mit der europäischen Kulturgeschichte verbunden.

In vielen alpinen Regionen hat sich der Tourismus längst zu einer Schlüsselbranche entwickelt. Landwirtschaft und handwerkliche Betriebe sind aufgrund von Globalisierung, Konkurrenz der alpinen Destinationen untereinander sowie Modernisierung im Bereich Technik in den Hintergrund gedrängt worden. Die Erwerbsgrundlage vieler Einheimischer basiert heute auf dem Tourismus.

Im Folgenden werden zum besseren Verständnis die markanten sechs Phasen in der Entwicklung des alpinen Tourismus nach BÄTZINGS „Die Alpen“ (2003) zusammenfassend und dargestellt. Weitere Informationen werden punktuell auf Grundlage von STEINECKEs „Tourismus – Eine geographische Einführung“<sup>47</sup> ergänzt.

#### Die sechs Phasen des alpinen Tourismus

##### *1. Entdeckungszeit 1765–1880:*

- Wenige Touristen
- Mehr Abenteuer als Erholung
- Kaum Infrastruktur (mit Ausnahme der traditionellen Badeorte)
- Konzentration und Interesse auf wenige klassische Orte wie Chamonix, Zermatt und Grindelwald

##### *2. ‚Belle-Epoque‘-Phase 1880–1914:*

- Erste touristische Expansionsphase und Erschließung der Alpen (Eisenbahnanschluss als zentrale Voraussetzung)
- Tourismuswachstum durch zahlungskräftige Oberschicht

---

<sup>45</sup> Ebd.: 45.

<sup>46</sup> PFISTER 2008: 52.

<sup>47</sup> STEINECKE 2000: 11-27.

- Errichtung neuer touristischer Infrastrukturen: ‚Palast-Hotels‘ bzw. ‚Grand-Hotels‘
- Entstehung touristischer Monostrukturen; Errichtung neuer Hütten und Wege für den Tourismus

### 3. Zwischenkriegszeit bis 1955:

- Zusammenbruch des Belle-Epoque-Tourismus während der Kriegszeit; langsame Erholung; Eroberung der Alpen durch die Mittelschicht
- Ersetzen von Palast-Hotels durch kleine Hotels, Privatzimmer und Ferienhäuser
- Beginn der Winteraufenthalte um 1890; ab Ende 1920er-Jahre gesteigerte Nachfrage nach Wintertourismus
- 1935 Errichtung der ersten Skilifte; Bau von Seilbahnen
- 1924–1940: Errichtung neuer Bahnen, neue Variante des Bergerlebnisses

### 4. Massentourismus 1955–1985

- Beteiligung der Arbeiterschichten am Tourismus in den Alpen
- Überwiegend hohe Wachstumsraten im Alpentourismus
- Ab 1955: Sommer-Massentourismus, Bergwanderungen und Spaziergänge, große Wertschätzung der bäuerlichen Kulturlandschaft und Pflege der Sozialkontakte mit Einheimischen
- Ca. 1965–1985: starke Entwicklung des Winter-Massentourismus; Entwicklung zahlreicher Gemeinden zu Zwei-Saison-Orten (Winter / Sommer)

### 5. Stagnationsphase 1985–1999:

- Wachstum des Tourismus außerhalb der Alpen durch Globalisierung und Liberalisierung; gelegentliche Zuwächse, sonst überwiegend sinkende Gastzahlen, ‚veraltetes‘ Image der Alpen
- Bedeutungswandel im Alpentourismus: Wandel vom ‚Verkäufer-‘ zum ‚Käufer-Markt‘; Angebot übersteigt Nachfrage
- Steigende Konkurrenz der Alpenregionen, -täler und -gemeinden untereinander
- Wintertourismus: relativ geringe Veränderungen
  - o Permanente Qualitätsverbesserungen im Angebot in Form von künstlicher Beschneigung (um den Folgen des Klimawandels entgegenzuwirken) und der Verknüpfung von Skigebieten
  - o Abfahrtskilauf zunehmend als ‚altmodisch‘ verdrängt, neue Impulse durch Snowboarding und die Entwicklung von Carving-Skiern
- Sommer: fundamentaler Wandel
  - o Aktiv-Sport-Urlaub: (hoch-)spezialisierte Sportarten, wie Mountain-Biking, River-Rafting, Paragliding, Sportklettern, Berg- und Cross-Laufen, Tennis, Golf usw.
  - o Körpererfahrung im Zentrum des Interesses; neue umfangreiche technische Infrastrukturen und Sportgeräte
- Rückzug des Tourismus aus Landschaft bzw. Natur im Winter wie im Sommer; ‚alpine Freizeitparks‘-Effekt (Events, z. B. Klassik-Konzerte, Sportwettbewerbe und Film-Festivals)

## 6. Beginn der Neuerschließungen ab 1999

- Wachsender Konkurrenzdruck zwischen touristischen Zielen im Alpenraum; Steigerung der Attraktivität der Alpen durch spektakuläre Neuerschließungen, z. B. direkte Verbindungen zwischen den Gletschergebieten
- Zunehmende Bedeutung von Umweltschutzmaßnahmen (Transport / Verkehr, Bau und Einrichtung von Außenanlagen, Gäste und Mitarbeiter werden informiert, Vermeidung / Verwertung und Entsorgung von Abfällen)

Die alpine Tourismusgeschichte in der Zeit von 1765 bis 1955 (Phasen 1–3) hatte ihren Schwerpunkt in Alpenregionen mit touristischer Geschichte wie etwa der Schweiz. Mit Einsetzen des Massentourismus ab ca. 1955 (Phase 4) umfasst sie die Mehrheit der auch heute bekannten alpinen Tourismusdestinationen in Deutschland, der Schweiz, Österreich, Frankreich und Norditalien.

### Trends im Alpentourismus

Aufgrund des globalen Klimawandels ist abzusehen, dass sich der Schwerpunkt mittelfristig vom Winter- hin zum Sommertourismus verschieben wird. Sommersportarten wie Wandern, Mountain-Biking und Klettern stellen ein attraktives Angebot dar, mit der jedoch auch ein Wandel in der Gästestruktur einhergeht. Bei allen nachteiligen Auswirkungen des globalen Klimawandels für die Alpen wird die Zukunft durchaus interessante Perspektiven bieten. Die bekannten Angebote, wie ‚Urlaub auf dem Bauernhof‘ oder hochwertige kulinarische Regionalprodukte, die seit Jahren erprobt werden, kommen dabei dem ganzen Alpenraum zugute und profitieren vom Bedürfnis der Gäste nach Authentizität und Regionalität. Einen weiteren Vorteil werden die Alpenregionen aus der Sehnsucht nach Besinnung, Ruhe und innerer Einkehr in der Sinngesellschaft erzielen, denn ihre Landschaft hervorragende Voraussetzungen für die Sinnsuche und Selbsterfahrung bietet. Laut der Schrift ‚Tourismus ist Zukunft‘ der Internationalen Alpenschutzkommission CIPRA zählen „kombinierte Reiseangebote mit Fort- oder Weiterbildungsinhalten, wie Eltern-Kind-Sprachreisen oder Architektur-Safaris, zu den perspektivischen Zukunftsangeboten im Alpenraum“.<sup>48</sup>

Neben den schneeabhängigen Wintersportangeboten oder dem klassischen Sommerurlaub gibt es bereits viele ausbaufähige Alternativangebote in den Bergen, die ein potenziell umsatzstarkes Segment darstellen. Alpine Destinationen, die sich hinsichtlich ihrer touristischen Angebote kaum mehr voneinander unterscheiden, sollten sich an den Interessen einzelner Lebensstilgruppen orientieren, um sich erfolgreicher vermarkten zu können. Eine Destination sollte nicht versuchen, alle Interessensgruppen gleichermaßen zu bedienen, sondern sich mit den einzelnen Gruppen auseinandersetzen, einzelne Zielgruppen herausfiltern und mit spezifischen und außergewöhnlichen Angeboten Schwerpunkte setzen. Der Tourismus in den Alpen kann dann ein saisonunabhängiger Markt werden, wenn sich die Angebote konsequent an

---

<sup>48</sup> POPP 2007.

eindeutigen Trends orientieren. Ein Überangebot an unstrukturierten Programmen und sanierungsbedürftigen Infrastrukturen tragen hingegen zu einem undefinierbaren Image bei.

### 2.1.5. Die bayerischen Alpen

Der deutsche Teil der Alpen beschränkt sich auf ein schmales Band am Nordrand der nördlichen Kalkalpen. Neben dem höchsten Berg Deutschlands, der Zugspitze (2963 m über NN), besitzt das Bundesland Bayern den flächenmäßig größten Anteil an den deutschen Alpen. Mit Ausnahme der nördlichen Küstenregionen zählen die bayerischen Alpen innerhalb Deutschlands zum beliebtesten Reiseziel. 2012 haben 31 Prozent der Urlaubsreisen der Deutschen zu Zielen innerhalb Deutschlands geführt, die meisten davon nach Bayern.<sup>49</sup> Die begehrtesten Aktivitäten in Bayern 2012 waren der ‚Aufenthalt in der Natur‘ und ‚kulturelle und historische Sehenswürdigkeiten‘.<sup>50</sup> Der Binnentourismus scheint sich somit aufgrund der steigenden Tendenz zu Kurzurlauben auch weiterhin einer hohen Beliebtheit zu erfreuen. Hauptmotive für einen Besuch der bayerischen Alpen sind sportliche Aktivitäten, Wellness und Gesundheit.

Im Vergleich zu den Schweizer Alpen haben die bayerischen Alpen nicht die gleiche Entwicklung durchlaufen, wie etwa hinsichtlich der Entstehung von Grand-Hotels oder dem Bau von Bergbahnen. Die bayerischen Alpen liegen in unmittelbarer Nähe des Großraums München und dienen vorwiegend der Naherholung und dem (Tages-)Ausflugsverkehr.<sup>51</sup> Die bayerischen Alpen werden stark von deutschen Gästen frequentiert, der Markt verfügt über eine kleinbetriebliche Angebotsstruktur. Im Vergleich zu anderen Alpenregionen besitzt Bayern eine nur schwach ausgeprägte Zweitwohnungsstruktur. Die bayerischen Alpen sind daher durch einen hohen Anteil einheimischen Kapitals sowie eine stark endogen geprägte Tourismusentwicklung gekennzeichnet. Im Vergleich zur Schweiz oder zu Frankreich ist deshalb der Tourismus auch flächig-dezentral ausgeprägt. Fast alle Dörfer und Seitentäler der bayerischen Regionen verfügen über ein touristisches Angebot mit ähnlichen Strukturen und Angeboten. Angesichts weltweit spürbarer Globalisierungstendenzen sind einzelne touristische Angebote für den Konsumenten austauschbar geworden. Um dem entgegenzuwirken und Kunden dauerhaft zu binden, müssen die Anbieter der Tourismusbranche neue Trends frühzeitig erkennen und darauf reagieren. Außerdem gilt es, sich von der Konkurrenz deutlich abzugrenzen und das eigene Angebot eindeutig im Tourismusmarkt zu positionieren. Die bayerischen Alpen besitzen dank ihrer intakten Kulturlandschaften und Baukultur sowie ihrer behutsam gepflegten Traditionen bereits ein Alleinstellungsmerkmal im deutschen Tourismussektor. Diese Marktposition kann mithilfe gezielter touristischer und gestalterischer Konzepte weiter ausgebaut werden. Diese Arbeit möchte einen Beitrag dazu leisten und aufzeigen, dass oft

<sup>49</sup> Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR Reiseanalyse 2013.

<sup>50</sup> Da.by Extranet, Tourismus in Bayern 2012.

<sup>51</sup> Vgl. BATZING 2003: 151.

schon kleine ‚gestalterische‘ Eingriffe die bestehenden Potenziale eines Ortes stärken können und dieser sich dadurch von anderen Destinationen absetzen kann.

## 2.2. Kulturlandschaft im Wandel

Im Zuge der Diskussionen über den Wandel der Kulturlandschaften wird in den nächsten Jahren die Gestaltung dieser Landschaften eine große konzeptionelle und planerische Herausforderung darstellen. Die Kulturlandschaften in den alpinen Regionen sind aufgrund der wachsenden Bedeutung sozioökonomischer Faktoren – wie Globalisierung, demografischer Wandel und Abwanderung – starken Veränderungen ausgesetzt.<sup>52</sup>

Diese Transformationsprozesse verursachen Veränderungen in der Art der Raumnutzung und überspielen somit das Erscheinungsbild der aktuellen Kulturlandschaften oder lassen neue Kulturlandschaften entstehen. Diese finden sich in der Literatur unter so heterogenen Begriffen wie ‚Zwischenstadt‘,<sup>53</sup> ‚totale Landschaft‘,<sup>54</sup> ‚Landschaft Drei‘,<sup>55</sup> ‚Nicht-Orte‘<sup>56</sup> oder Energielandschaften. Die Nutzungsinteressen und die sich in hoher Geschwindigkeit verändernden gesellschaftlichen Präferenzen bringen neue Entwicklungschancen für die Transformationsräume hervor, gleichzeitig aber auch Konfliktpotenziale. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und die dadurch bestimmten Landnutzungen führen zu einer allmählichen Vereinheitlichung des Erscheinungsbildes vieler Kulturlandschaften in Europa. Durch die Technisierung und die Mobilität gehen traditionelle Landschaftsformen und Bauweisen verloren, sodass ähnliche bis identische Landschaftsformen und Siedlungen (z. B. Gewerbegebiete) entstehen. Diese Transformationsprozesse können die touristische Attraktivität negativ beeinflussen, da dies dem Verlangen der Touristen nach einzigartigen und regionalen Kulturlandschaften widerspricht.

### 2.2.1. Definition ‚Kulturlandschaft‘

Der Begriff Kulturlandschaft umfasst ein breites Spektrum, von extensiv genutzten Landschaften (z. B. Berglandschaften, Heide etc.) bis hin zu weitläufigen Siedlungen oder komplexen ‚Stadtlandschaften‘, in denen die Natur beschränkt oder sogar durch künstlich angelegte Garten- und Parklandschaften gänzlich ersetzt wird. Eine Kulturlandschaft kann somit jede Landschaft sein und sie kann sowohl durch geringe, kaum ersichtliche, als auch durch extreme, einschneidende menschliche Aktivitäten gekennzeichnet sein. In der Europäischen Landschaftskonvention wird Landschaft als ein vom Menschen als solches wahrgenommenes Ge-

---

<sup>52</sup> Vgl. KUNKEL 2007: 16f.

<sup>53</sup> SIEVERTS 1997.

<sup>54</sup> SIEFERLE 1997.

<sup>55</sup> JACKSON 1984.

<sup>56</sup> AUGÉ 2010.

biet definiert, dessen Charakter das Ergebnis des Wirkens und Zusammenwirkens natürlicher und / oder anthropogener Faktoren ist.<sup>57</sup>

Der Begriff, (Kultur-)Landschaft' findet seinen Ausdruck in Ästhetik, Malerei, Gartenkunst, Literatur, Philosophie, Soziologie, Psychologie sowie in Geografie, Ökologie und letztendlich in Architektur und Tourismus. Die Begriffe Landschaft und Kulturlandschaft können sicherlich nicht in einem einzigen Kapitel abschließend behandelt werden. In diesem Abschnitt werden daher nur wichtige Aspekte der Kulturlandschaft angesprochen.

In einer sehr weit gefassten Definition von Kulturlandschaft beschreibt J. B. JACKSON den Begriff folgendermaßen: „Landschaft ist nicht einfach Szenerie, sie ist auch keine politische Kategorie; sie ist nicht mehr als eine Ansammlung, ein System menschengemachter Räume auf der Erdoberfläche.“<sup>58</sup>

Laut OTT stellt die Kulturlandschaft ein „wertvolles materielles und ideelles gesellschaftliches Gut“ dar.<sup>59</sup> Er gliedert die Kulturlandschaft in soziale Funktionen und in Ressourcenbedeutung für die Gesellschaft:

- Ressource Natur: Schutz und Reproduktion der Lebensgrundlagen: Wasser – Luft – Boden
- Basis und Produzent: tierische, pflanzliche Lebensmittel, nachwachsende Rohstoffe, Energiequellen
- Regenerationsraum: Erholung, Tourismus, Freizeitgestaltung, Naturerlebnis, gesundheitliche Prävention und Rehabilitation
- Identitätsbildung: regionale und örtliche Zugehörigkeit der Menschen, soziale und kulturelle Beziehungen

Die UNESCO bezeichnet Kulturlandschaften als gemeinsames Werk von Natur und Mensch und sieht sie als Ausdruck der regionalspezifischen Verknüpfung von natürlichen und menschlichen Einflussgrößen. Sie unterscheidet drei Kategorien von Kulturlandschaften:<sup>60</sup>

- Vom Menschen entworfene und gestaltete, bewusst eingegrenzte, klar festgelegte Landschaften, wie zum Beispiel Gärten und Parkanlagen („designed landscapes“)
- Über einen langen Zeitraum ‚gewachsene‘, kontinuierlich ‚lebende‘ („continuing landscapes“) oder ‚fossile‘ Kulturlandschaften (Reliktlandschaften; ‚relict landscapes‘)

---

<sup>57</sup> Vgl. EUROPÄISCHE LANDSCHAFTSKONVENTION 2000. Die Europäische Landschaftskonvention ist ein Übereinkommen des Europarates, welches auf Initiative des Kongresses der Gemeinden und Regionen des Europarates entstanden ist. Es wurde am 20. Oktober 2000 in Florenz unterzeichnet und ist am 1. März 2004 in Kraft getreten.

<sup>58</sup> JACKSON 1984: 43.

<sup>59</sup> OTT 1997: 22.

<sup>60</sup> Vgl. UNESCO, Cultural Landscapes – Categories and Subcategories in Cultural Landscapes.

- Assoziative Kulturlandschaften als kulturelle Beziehungslandschaften, mit denen der Mensch religiöse, künstlerische oder kulturelle Beziehungen verbindet („associative landscapes“).

Die heutige Kulturlandschaft in ihrer regionalen Vielfalt scheint über Jahrhunderte im Zusammenspiel naturräumlicher Gegebenheiten und menschlicher Einflussnahmen gewachsen zu sein. Da die Kulturlandschaft ständigen Veränderungen unterliegt, ist einer ihrer Wesensmerkmale der dynamische Wandel.<sup>61</sup> Sie ist stets nur ein Zwischen- und kein Endzustand und dabei ‚Zeuge‘ historischer Ereignisse.

### 2.2.2. Die Bedeutung des Bauens in alpinen Regionen

Über Jahrhunderte war das Bauen auf dem Land und in alpinen Regionen eng an die Bodenfläche, die Topografie und das Klima gebunden. Dadurch sind unterschiedliche Siedlungsformen mit verschiedenartigen ländlichen und alpinen Hausformen entstanden. Seit jeher nahmen Bereiche mit Sonderfunktionen eine besondere Stellung in Größe und Form ein, denen sich die anderen Gebäude unterordneten.

So sticht die Kirche traditionellerweise aus der Baumasse hervor und stellt einen Anhalts- und Orientierungspunkt im Ortsbild dar. In jüngerer Zeit übernehmen diese Rolle zunehmend Großbauten, darunter auch Hotelgroßprojekte, deren Entstehen dem Massentourismus geschuldet ist.

Das Bauen auf dem Land und in alpinen Regionen setzte in historischen Zeiten eine Beachtung des menschlichen Maßstabs voraus. Dieser zeichnet sich durch kleinteilige, vernetzte Strukturen aus, die früher in der Beschränkung der technischen Möglichkeiten entstanden. Durch die Anordnung der Gebäude zueinander und innerhalb der Landschaft bildeten sich historisch gewachsene Räume, Plätze, Höfe und Straßenerweiterungen. Diese historisch gewachsenen Raumbildungen erfüllen heute noch ihre Funktion, denn sie vermitteln Spannung, Abwechslung, Aufenthaltsqualität und Orientierung. Kleinmaßstäbliche Räume lassen in Orten eine regionaltypische Unverwechselbarkeit entstehen, werden als authentisch empfunden und vermitteln ein Gefühl der Zugehörigkeit und Geborgenheit.

Bereits 1913 schrieb Adolf LOOS in den „Regeln für den, der in den Bergen baut“:

*„Baue nicht malerisch. Überlasse solche Wirkung den Mauern, den Bergen und der Sonne. [...] Achte auf die Formen, in denen der Bauer baut. Denn sie sind der Urväterweisheit gewonnene Substanz. Aber suche den Grund der Form auf. Haben die Fortschritte der Technik es möglich gemacht, die Formen zu verlassen, so ist immer die Verbesserung zu verwenden. Fürchte nicht, unmodern gescholten zu werden. Veränderungen der alten Bauweise sind nur dann erlaubt, wenn sie eine Verbesserung bedeuten, sonst aber bleibe beim Alten. Denn die*

<sup>61</sup> Vgl. KREBS 2006: 279f.

*Wahrheit, und sei sie hunderte von Jahren alt, hat mit uns mehr inneren Zusammenhang als die Lüge, die neben uns schreitet.*<sup>62</sup>

Das Dilemma bei vielen Neubauten in alpinen Regionen ist, dass oft die Gestaltung bedingt durch die fortschreitende Bautechnik und neue Materialien keinen überzeugenden orts- und landschaftsgebundenen Baustil darstellt. Die Nachahmung traditioneller Architekturen bzw. die alpine Klischeearchitektur, wie etwa ein überdimensionierter Bauernhof als Hotel, erzeugt Monotonie und Homogenität. Somit verliert die alpine Kulturlandschaft an Wert und an touristische Attraktivität.<sup>63</sup> Diese Ansicht teilen REICHLIN und STEINMANN, die bereits Ende der 1970er Jahre geschrieben haben, dass „das Bauen in der Landschaft größtenteils von der mythisierenden Auffassung geleitet wird“.<sup>64</sup> Diese Form der Ausformulierung „entspricht eine Ästhetisierung des Landschaftsbildes“.<sup>65</sup>

Besonders die alpinen Tourismusdestinationen als Erholungslandschaft sind durch ihre Kulturlandschaft touristisch attraktiv. Um die historisch gewachsenen Kulturlandschaft zu bewahren und nicht durch unsensible Bauten in kürzester Zeit zerstören zu lassen, sollte das Bauen für die Landschaft eine Bereicherung bringen.<sup>66</sup> Das rücksichtsvolle Bauen bzw. das bedachte Einfügen von Neu- oder Umbauten in die bestehende Umgebung kann die Landschaft schonen und somit die touristische Attraktivität fördern.

### 2.2.3. Verstädterungsprozess und Zersiedelung der Landschaft

Ein Phänomen, welches sich in den letzten 50 Jahren beobachten lässt, ist, dass die Konturen ehemals klar definierter Siedlungsräume verschwimmen. Das „alte kulturökonomische Gegenstück von Stadt und Landschaft“<sup>67</sup> ist längst überwunden. Langsam verliert die Kulturlandschaft, die in der Regel ihre regionale Besonderheit, ihr unverwechselbares Gesicht besitzt, an regionalen Bezügen und damit an regionaler Identität. Diese Tendenz wird durch die fortschreitende Globalisierung, die Modernisierung in Konstruktions- und Produktionsweisen und die Individualisierung in Gesellschaft, Freizeit und Tourismus gestärkt. Diese Entwicklungen haben eine weltweite Vernetzung bewirkt. Zudem begünstigen der Ausbau von Straßen-, Schienen-, Flugstrecken- und Telefonnetzen sowie das Internet eine undefinierte Vermischung von Stadt und Land. Mit dem Versprechen ‚gleiche Lebensbedingungen für Stadt und Land‘ wurde eine generelle Modernisierung des ländlichen Raums angestrebt.

Bis zum Ende der 1950er-Jahre war die bauliche und städtebauliche Entwicklung eines Dorfes noch stark durch das örtliche Bauhandwerk und das damals noch wirksame Einspruchsrecht des Kreisbaumeisters geprägt. Das heutige Bauen und Planen orientiert sich nur noch ver-

---

<sup>62</sup> LOOS 1982: 120.

<sup>63</sup> Vgl. ACHLEITNER 1977: 63.

<sup>64</sup> STEINMANN / REICHLIN 1977: 50.

<sup>65</sup> Ebd.: 50.

<sup>66</sup> ACHLEITNER 1976: 552.

<sup>67</sup> WOLFRUM 2006: 3.

gleichsweise wenig an regional überlieferten Bautraditionen und folgt den öffentlich-rechtlichen Bauvorschriften. So sind neuerdings alle nur erdenklichen Baumoden vorzufinden – im Norden wie im Süden Deutschlands finden dabei dieselben Baumaterialien und Konstruktionsweisen Verwendung. Dieses Phänomen einer ‚uniformen Baumode‘ ist ein Erscheinungsbild der Massenproduktion, gefördert durch niedrigere Herstellungs- und Transportkosten; Bestandsbauten hingegen werden nur zu oft zur Anpassung des umbauten Raums an moderne Lebensstandards abgerissen. Allerdings erzeugt diese ‚Allerweltsarchitektur‘ Monotonie und Uniformität.<sup>68</sup> Schon seit den 1960er-Jahren waren weitere Randsiedlungen entstanden, da jeder seinen Traum vom eigenen Haus im Grünen verwirklichen wollte. Dieser Trend hält ungebrochen an und führt zur Verstädterung des ländlichen Raums. Eine damit zusammenhängende Erscheinung ist die Verödung der Ortskerne vieler Dörfer, die Ausbreitung des Landes in horizontaler Ebene sowie die Urbanisierung im Zuge der Modernisierung und die Anpassung der Lebensstandards.

Durch die Vernetzung und Technologisierung entwickelten sich in ländlichen Raum neue Formen einer zunehmend urbanisierten Kulturlandschaft, die in einem permanenten Wandel unterworfen ist. Diese uniformen und größtenteils banalen Erscheinungsbilder mit sich wiederholenden Attraktionen verschärfen die Konkurrenz zwischen den touristisch geprägten Destinationen. Der Verlust der regionalen Identität, verursacht durch die Verstädterung und Zersiedelung der Landschaft, wurde längst erkannt, sodass heute vielerorts wieder für Authentizität und Regionalität plädiert wird. Trotz dieser Erkenntnis ist ein zeitgenössischer ästhetischer Ausdruck für neue Kulturlandschaften noch nicht gefunden.

Notwendig sind daher neue Ausgestaltungsformen von Kulturlandschaft unter Einbeziehung aller am Planungsprozess beteiligten Akteure sowie neue Raumbegrifflichkeiten, die das Wahrgenommene beschreiben. Die Architekten, die sich zum STUDIO BASEL (Institut Stadt der Gegenwart) zusammengeschlossen haben, führten für die Porträtierung der Schweiz zu wissenschaftlichen Fragestellungen neue Begrifflichkeiten ein: Landrand – Stadtrand, Außenbereich – Innenbereich, lokal – global, urban – rural.<sup>69</sup>

Da gesellschaftliche Veränderungen für den Prozess der Verstädterung und Zersiedelung der Landschaft eine wesentliche Rolle spielen, ist der kommunikative Austausch zwischen Politik und Bürgern vonnöten. Ebenso sind neue Methoden für Raumbeschreibungen sowie neue Planungsprozesse und ein verstärktes Bewusstsein für diese ‚neuen‘ städtebaulichen Räume notwendig.

---

<sup>68</sup> Vgl. SIEFERLE 2003: 53–76.

<sup>69</sup> STUDIO BASEL 2006.

#### 2.2.4. Die Sehnsucht nach dem Ländlichen im Tourismus

Das ‚Ländliche‘ als ‚ästhetisches Objekt‘ existiert seitdem die Stadtmenschen eine Sehnsucht zur Ursprünglichkeit und Natur verspüren. Zwangsläufig hängt die Wahrnehmung des ländlichen Raumes mit dem Gegensatz der städtischen Wahrnehmung zusammen. So ist im Aufsatz „Rurbanismus oder Leben im postruralen Raum“ von Pretterhofer und Kollegen zu lesen:

*„Die Wahrnehmung des ländlichen Raums und die Kommunikation über das Land finden innerhalb eines Rahmens statt, der seine historischen Voraussetzungen hat. Vereinfacht gesagt wurde das Land in dem Moment Gegenstand der (städtischen) Diskussion, als es im Begriff war, in immer stärkerem Maße von städtischen Merkmalen überformt zu werden (...) Erst als die industrielle Revolution nicht nur ein explosionsartiges Anwachsen der Städte (und damit einhergehend eine Landflucht), sondern auch eine Besetzung des Landes durch städtische Produktions- und Lebensformen bewirkte, entwickelte sich ein spezifisches kulturelles Verständnis des Ländlichen, welches fortan höchst ideologisch besetzt war.“<sup>70</sup>*

Gewissermaßen ist der Mythos des Ländlichen eine Entwicklung der städtischen Perspektive. So ist Landschaft laut CORBOZ etwas ‚Konstruiertes‘, da Gemälde und Fotografien ein Versuch der ästhetischen Wiedergabe der Natur und kein passives Aufzeichnen sind: „Landschaft ist kein Formensystem, das man voller Aufmerksamkeit zur Kenntnis nimmt, sondern etwas, das man sich erarbeitet hat“.<sup>71</sup> Die Landschaft ist das Ergebnis der ästhetischen Wahrnehmung des Menschen über einen langen Zeitraum hinweg.

Die Natur, die bis dahin nur als bedrohlich und feindlich gegolten hatte, gewann erst in der Spätrenaissance als Kunstgegenstand an Bedeutung. In der Romantik wurden schließlich die Landschaftsbilder stimmungs- und gefühlvoll dargestellt. ACHLEITNER bringt die Beziehung von Mensch und Landschaft auf den Punkt: „Das Landschaftsbild wandelt sich also mit dem Herrschaftsverhältnis des Menschen über die Natur. Nicht nur die Landschaft selbst verändert sich, sondern auch das Bild, das sich der Mensch von ihr macht.“<sup>72</sup> Das Verhältnis von Mensch und Landschaft zieht sich als Thema durch die Geschichte: Die Verklärung des Landlebens im Biedermeier, das pragmatische Verhältnis des Großstädtlers während der fortschreitenden Industrialisierung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, das unfreiwillig hautnahe „Naturerlebnis“ auf den Kriegsschauplätzen der beiden Weltkriege, das schwärmerische Verhältnis zur Natur in den 1920er- und 30er-Jahren und letztendlich die Landschaft als Synonym für Gesundheit und als Sportstätte.<sup>73</sup>

---

<sup>70</sup> PRETTERHOFER / SPATH / VÖCKLER 2006: 31.

<sup>71</sup> CORBOZ 2001: 220.

<sup>72</sup> ACHLEITNER 1976: 550.

<sup>73</sup> Ebd.

Heute wird die Ideallandschaft als ‚nicht so sehr die, möglichst wilde Landschaft‘, sondern vielmehr als harmonisch empfundener Wechsel von Feld, Wald, Wiese, Wasser gesehen, eingestreut ein paar Dörfer, eine Burgruine o. ä.“<sup>74</sup> In den Grundzügen entspricht noch heute die idealisierte vorindustrielle und kleinteilige Agrarlandschaft unserer Vorstellung von einer ‚schönen‘ Landschaft im Allgemeinen.

Nach wie vor erfüllen folgende landschaftliche Reisemotive die Bedürfnisse der Touristen:

- Landschaft als Kulisse
- Landschaft als ‚exotisches‘ und außergewöhnliches Erlebnis
- Landschaft als Herausforderung für extreme Formen des Sporttourismus
- Landschaft als künstliche oder halbkünstliche Freizeitlandschaft

Landschaften – und gerade solche, die besonders attraktiv und außergewöhnlich sind – haben sich seit dem Beginn des Reisens als Magnet und Attraktion für Touristen erwiesen. Bis heute hält die Idealisierung der Landschaft, die bis in die Romantik zurückreicht, im Tourismus an, die Suche nach der ‚heilen Welt‘ scheint nicht an Aktualität verloren zu haben. So schreibt ZÖCH: „Gerne idealisieren viele Menschen auch heute noch die inzwischen meist verschwundenen, bäuerlichen Kulturlandschaften, in denen aber die Bauern ganz anders wirtschafteten.“<sup>75</sup> Die Sehnsucht zur Natur lässt „klischierte Bilder einer idyllischen, heimatverbundenen und bodenständigen Lebensweise“ entstehen, die „dabei den Blick auf die Realität verstellen“.<sup>76</sup> Traditionelle Landschaftsvorstellungen werden heute medial reproduziert und populärkulturell vermarktet. Die Romantisierung der Landschaft ist und bleibt weiterhin die entscheidende Triebkraft der touristischen Tätigkeiten.

#### 2.2.5. Bedeutung der Kulturlandschaft für den Tourismus

Heute sind Kulturlandschaften für den Tourismus unverzichtbar, da sie charakteristische Eigenarten aufweisen, die sie für den Tourismus interessant machen. Durch die kulturhistorische Prägung ist jeder Kulturlandschaft eine bestimmte Identität zugeordnet. Zudem stärkt die Aufnahme von Kulturlandschaften in die Liste des UNESCO-Weltkulturerbes die touristische Attraktivität eines Ortes und fördert den Tourismus.

Grundsätzlich bieten Kulturlandschaften drei verschiedene Arten von Funktionsräumen. Zum einen dienen sie als Regenerationsraum (Erholung, Wellness und Gesundheit), zum anderen als Aktivitätsraum (Sport) und nicht zuletzt sind historische Kulturlandschaften Orte der Bildung. Wie im vorherigen Kapitel angesprochen, befinden sich die Kulturlandschaften derzeit in ei-

---

<sup>74</sup> TESSIN 2008: 31.

<sup>75</sup> ZÖCH 2004: 5.

<sup>76</sup> PREITTERHOFER / SPATH / VÖCKLER 2006: 30.

nem dynamischen Wandlungsprozess. Für den Tourismus ist somit die Bewahrung der einzelnen Identitäten der jeweiligen Kulturlandschaft von Bedeutung. Die Kulturlandschaft der Zukunft kann nicht mehr allein über die Nutzungen, räumliche Strukturen oder gesellschaftliche Traditionen definiert werden. Vielmehr muss die kulturlandschaftliche Identität im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen permanent neu entwickelt werden und nicht aus den Nutzungsarten und -intensitäten der altbewährten Strukturen. Folglich wird die Identität einer Kulturlandschaft zur Markenprofilierung der konkurrierenden Regionen in Zukunft essentiell beitragen und daher stark an Bedeutung gewinnen.

Der Diskussion um den Wandel der Kulturlandschaften muss zwangsläufig ein Hinterfragen des zugrunde liegenden Begriffs von Kulturlandschaft vorausgehen: Gibt es überhaupt noch eine Kulturlandschaft im konservativen Sinne, wenn sie allerorten starken Veränderungen ausgesetzt ist und durch Phänomene wie die ‚Industriellandschaft‘, ‚Stadtlandschaft‘, ‚Zwischenlandschaft‘, ‚Urban Landscape‘, ‚Landschaft Drei‘ oder ‚totale Landschaft‘ ersetzt wird? Sind der Schutz und die Pflege der Kulturlandschaft überhaupt noch zeitgemäß? Diese Fragen sind insofern für die Weiterentwicklung der touristischen Attraktivität relevant.

### **2.3. Tourismusarchitektur**

Architektur ist gleichsam ein „Abbild der jeweiligen Gesellschaft und ihrer sozialen und wirtschaftlichen Ordnung“. <sup>77</sup> Sie stellt die Kulisse für das Leben, Arbeiten und Erholen dar und ist seit jeher ein fester Bestandteil des Tourismus. Ungebrochener Beliebtheit erfreuen sich vor allem geschichtsträchtige Städte mit gebauten Kulturdenkmälern. Der Tourismus als expandierender Wirtschaftszweig beeinflusst in einem gewissen Maße auch das örtliche Baugehen und ist somit für die Baukultur mitverantwortlich. In der Praxis ist die Wechselbeziehung von Tourismus und Architektur eindeutig, jedoch wird dieser Tatsache in der theoretischen Betrachtung nicht ausreichend viel Beachtung geschenkt.

#### **2.3.1. Architektur und Tourismus**

Als Faktum kann festgehalten werden, dass Natur und (Bau-)Kultur wesentliche Komponenten für den Tourismus sind. Die natürlichen und kulturellen Ressourcen der verschiedenen Regionen sind ihre touristischen Potenziale. Mit dem Aufkommen des Massentourismus wurden an vielen Stellen wertvolle überlieferte Kulturräume zerstört und neue kurzlebige Tourismusbauten erschaffen. So schreibt FINGERLE in „Neues Bauen in den Alpen“: „Der touristische Erfolg kann am Grad der Ausgestorbenheit außerhalb der Saison gemessen werden.“ <sup>78</sup> Ortschaften, die saisonbedingt besucht werden, besitzen demnach keine gebaute Umwelt mit hohem Wohl-

---

<sup>77</sup> WAGNER 1984:1.

<sup>78</sup> FINGERLE 2008: 11.

fühlfaktor und sind letztendlich „trostloses Verpackungsmaterial einer extremen Dienstleistungsmaschinerie“. <sup>79</sup> Akzeptiert man die Tatsache, dass Natur und Kultur touristische Attraktionen sind, stellt sich die Frage, was der Tourismus für die Erhaltung der Natur und der Kulturlandschaften leistet. Im Idealfall sollten sich Architektur und Tourismus gegenseitig ergänzen und der Tourismus durch seine Eingriffe in Form von Tourismusbauten die Kulturlandschaft bereichern. ACHLEITNER äußerte sich dazu wie folgt:

*„Wenn das Bauen für den Tourismus auf die Dauer lebenswerten Lebensraum produziert, dann ist auch die Architektur an dem richtigen Platz. Wenn also Tourismusarchitektur auch einen Architekturtourismus auslösen sollte, heißt das nicht nur, dass auch in diesem Bereich des Bauens eine kulturelle Kraft liegt, sondern dass auch für die Bewohner eine lebens- und liebenswerte Welt geschaffen wurde, eine Welt, die man aufsuchen kann, um sich auch als Gast wohlfühlen. (...) Will der Tourismus überleben, muss er sich auf lange Sicht auch als kultureller produktiver Faktor der Gesellschaft verstehen und alle Entwicklungen, Risiken und Konflikte mittragen, die eine lebendige Kultur des Landes garantieren. Kultur ist das größte nationalökonomische Paradoxon: sie ist nicht bilanzfähig und trägt langfristig Zinsen.“<sup>80</sup>*

Architektur und Tourismus sollten sich also gegenseitig ergänzen und die wertvolle Kulturschicht fortführen.

Der Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus wurde erstmals in der Grundlagenstudie „Architektur macht Gäste“ von PLA'TOU untersucht.<sup>81</sup> Der Studie werden folgende drei Annahmen vorangestellt.

- Österreichs Tourismus positioniert sich über Natur und Kulturangebote.
- Die Architektur ist ein wesentlicher Beitrag zur Kulturlandschaft Österreichs.
- Ein steigendes Bildungsniveau der Touristen vergrößert das Segment der kulturinteressierten Gäste. „Hochwertige und qualitätvolle“ Architektur steigert die Wirtschaftlichkeit des Tourismus.

So lautet die These der Studie: „Wird hochwertige, zeitgenössische Architektur richtig positioniert und vermarktet, dann erhöht sich dadurch der wirtschaftliche Erfolg eines touristischen Unternehmens und es wird kultureller Mehrwert erzeugt, der wiederum eine Hauptstütze des zukünftigen Tourismus bildet.“ Die Studie bestätigt, dass zeitgenössische Architektur neue, einkommensstarke Gästegruppen erschließt. Zeitgenössische Architektur ist außerdem – wie 80 Prozent der Befragten bestätigt haben – ein wichtiger Marketingfaktor. Sie gibt einem Ort Profil und erweist sich als emotional ansprechendes Argument in der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Für 97 Prozent der Befragten hat sich die Erwartung in der positiven Diffe-

---

<sup>79</sup> Ebd.

<sup>80</sup> ACHLEITNER 1994: 126.

<sup>81</sup> PLA'TOU 2007.

renzung von Wettbewerbern erfüllt, für 95 Prozent die Hoffnung, für neue Gästeschichten attraktiv zu werden. Im Tourismusmarketing wird Architektur sogar strategisch eingesetzt, da sie wie eine Marke wirkt und dem touristischen Angebot eines Ortes Charakter und eine individuelle Atmosphäre verleiht. Als gebaute Identität verkörpert sie im besten Falle Visionen, Werte, Lebensstil und Kompetenz gleichermaßen und ist ein zentrales Instrument der touristischen Angebotsinszenierung.<sup>82</sup>

In wirtschaftlicher sowie in kulturräumlicher Hinsicht sind Architektur und Tourismus eng miteinander verbunden. Die sorgsame Pflege der Balance und des Zusammenspiels von (Kultur-) Landschaft, Architektur und Tourismus stellt heute, wie auch in Zukunft, eine große Herausforderung für alpine Regionen dar, deren wesentliche Einnahmequelle der Tourismus ist. Die Aufgabe dieser Regionen besteht einerseits darin, den ständig wechselnden Trends folgenden Begierden gerecht zu werden, gleichzeitig aber die gewachsene Kulturlandschaft zu respektieren und zu bewahren.

### 2.3.2. Definition ‚Tourismusarchitektur‘

In der öffentlichen Wahrnehmung wird Tourismusarchitektur vielfach auf Wein- und Hotelarchitektur oder auf mehr oder weniger spektakuläre Sonderbauten, wie beispielsweise Museen, reduziert. Fraglos zählen zu den wichtigen Tourismusarchitekturen Infrastrukturbauten, darunter Hotels, Restaurants, Freizeitanlagen (Schwimmbäder, Minigolfanlagen etc.) sowie Kulturbauten. Tourismusarchitektur umfasst jedoch alle Bauten oder Bauensembles vor Ort, die ein Raumerlebnis prägen und eine bestimmte, der Funktion des Gebäudes angemessene Atmosphäre vermitteln. Dabei sind nicht nur Einzelstrukturen für ein Raumerlebnis relevant, sondern gerade auch städtebauliche und landschaftsplanerische Zusammenhänge – und damit die gesamte gebaute Umwelt, die aus umgebenden Bauten, Plätzen und Grünzonen besteht. Jede Stadt, jede Gemeinde, die von Touristen aufgesucht wird, besitzt folglich Tourismusarchitektur. Wie diese wahrgenommen wird, dabei zählt nicht nur das Erscheinungsbild, sondern der Gesamtkontext. Tourismusarchitektur ist damit ein Teil der (regionalen) Baukultur und sollte im Zusammenhang mit der Umgebung betrachtet werden. Bedauerlicherweise sieht die Realität jedoch oft anders aus.

Trotz der Tatsache, dass die Tourismusbranche von der Architektur lebt und viele Architekten von Aufträgen aus diesem Kontext leben, wird das Thema Tourismus vielfach nicht in den Zusammenhang mit Baukultur gebracht. Leider scheint sich die Einsicht in vielen Fachkreisen – bei Architekten ebenso wie bei den Touristikern und in der breiten Öffentlichkeit – noch nicht durchgesetzt zu haben, dass die Interaktion von Landschaft und regionaler Baukultur essentielle Grundlage für einen erfolgreichen Tourismus ist.

---

<sup>82</sup> Vgl. ebd.: 4.

Folgende Tabelle zeigt beispielhaft, geordnet nach Funktionen, welche Bestandteile unter dem Begriff Tourismusarchitektur verstanden werden können:

<u>Ankunft und Abreise:</u>	<u>Unterkunft:</u>	<u>Verweilen, Genießen und Konsum:</u>	<u>Sport und Erholung:</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bushaltestellen</li> <li>- Bahnhöfe</li> <li>- Straßenräume</li> <li>- Parkplätze</li> <li>- Flughäfen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hotels</li> <li>- Ferienwohnungen</li> <li>- Jugendherbergen</li> <li>- Campingplätze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ortszentren</li> <li>- Museen</li> <li>- Baudenkmäler</li> <li>- Öffentliche Räume wie Plätze und Straßenräume</li> <li>- Gastronomie/Shops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thermen/Bäder</li> <li>- Spielplätze</li> <li>- Schwimmbad, Freibad</li> <li>- Parks/Grünanlagen</li> <li>- Sportstadion</li> </ul>

In den alpinen Regionen haben sich seit den 1970er-Jahren in verschiedenen Phasen durch das Einwirken des Tourismus unterschiedliche Baustile entwickelt. Der Massentourismus hat dabei auch eigene Architekturformen hervorgebracht. Das Ergebnis ist eine ästhetische Mischkultur aus historischen Bauten und nachgeahmter regionaler Architektur. Nach SCHOBER bewegt sich die Tourismusarchitektur derzeit zwischen „Kitsch- und Depressionsarchitektur“.<sup>83</sup> Während in vielen Großstädten moderne Architekturen für Museen, Fußballstadion und Wohnhäuser für Diskussionen und neue Impulse sorgen, ist in ländlichen und alpinen Tourismusregionen eine eher konservative Haltung zu beobachten.

### 2.3.3. Kurze Übersicht der Entwicklung touristischer Baukultur in Oberbayern

Im Folgenden wird eine kurze Einführung in die Entwicklung touristischer Baukultur in Oberbayern nach ROMEISS-STRACKE gegeben. Die touristische Baukultur in Oberbayern spiegelt die geschilderte Entwicklung des Tourismus in baulicher Form wider. ROMEISS-STRACKE<sup>84</sup> hat in Vorträgen vielfach die verschiedenen Stadien der Entwicklung herausgestellt: Diese lassen sich benennen als ‚Wildwuchs‘ und Additionsphase, öffentliche Infrastrukturen, erste Generation von Großprojekten, Neo-Romantik, zweite Generation Großprojekte und schließlich in moderne regionale Architektur. Die Phasen werden in den folgenden Abschnitten einzeln erläutert.

<sup>83</sup> SCHOBER 2008: 29.

<sup>84</sup> ROMEISS-STRACKE, Felicitas (2010): „Bauen im Tourismus – Vergangenheitsbewältigung und Zukunftsaufgabe“, Fachtagung Tourismusarchitektur in Kochel am See, Murnau, Vortrag gehalten von Miku HAYASHI-REIMERS (16.03.2010).

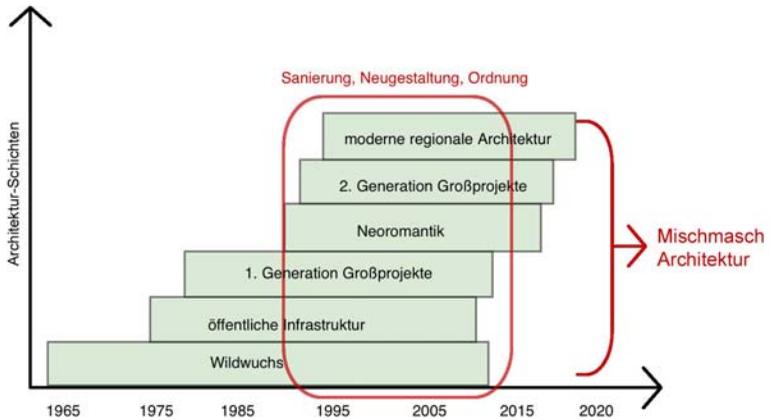


Abbildung 3 Tourismusarchitektur-Entwicklung in Bayern ROMEISS-STRACKE

### Wildwuchs und Additionsphase / öffentliche Infrastrukturbauten:

#### Ausgangssituation:

- Wirtschaftswunder / goldene 1950er-Jahre: Bedarf an schnellen Lösungen für die boomende Nachfrage aus den Nahmärkten
- Steigende Lebensqualität und Wirtschaftswachstum

#### Tourismus:

- Wichtige Reisefaktoren für die breite Bevölkerungsschicht aus dem Inland: gute Erreichbarkeit, freundliche Gastgeber, reichliches kulinarisches Angebot, erschwingliche Preise
- Suche nach dem ‚Zuhause-Gefühl‘: vorwiegend kleine bis mittlere (Familien-)Betriebe, Tourismusbetrieb im Nebenerwerb, Entstehung erster Pensionen sowie von ‚Urlaub auf dem Bauernhof‘-Angeboten
- Wunsch nach einer ‚Gegenwelt‘ zu Alltag und Stadt: Orientierung des Tourismus-Baustils an Wunschbildern (alpiner) Gemütlichkeit und Gastlichkeit, von Tradition, ‚guter alter Zeit‘ und ‚heiler Welt‘

#### Architekturentwicklung:

Das architektonische Ergebnis der boomenden Nachfrage der ‚Wildwuchsphase‘ in den alpinen Destinationen ist ein heimatlicher bzw. alpiner Stil: „Schlüsselbegriff der aufkommenden Freizeitarchitektur war das romantische Konstrukt der ‚Heimat‘: die Peripherie als identitäts-

stiftender Kontrastrum zur geschichts- und gesichtslosen Großstadt.“<sup>85</sup> Städtebauliche Charakteristika der Wildwuchs- und Additionsphase waren das kontextlose Anbauen und Dazubauen an vorhandene Bauensembles. Erweiterungen und Verbesserungen des Raumangebotes wurden – je nach finanziellen Möglichkeiten – schrittweise und oft im ‚Do-it-yourself-Verfahren‘ durchgeführt. Qualitativ besser gestaltete Betriebe machen wohl nur einen kleinen Anteil des Angebotes aus. Die Bauten der Wildwuchs- und Additionsphase richteten sich vornehmlich nach der örtlichen Architektur, teils handelt es sich um Adaptionen oder aber um die Wiederherstellung (früher) bestehender Gebäude.



Abbildung 4 / 5 Beispiele der Wildwuchs- und Additionsphase (von l. nach r.) Seehotel in Berg, Bayern, (D), Hotelanlage in Zillertal (A)

### **Großstrukturen:**

#### Ausgangssituation:

- Mitte der 1970er-Jahre: Massentourismus, Aufrüstung von kulturellen Infrastrukturbauten (Kur-, Erholungs- und Unterhaltungsbauten), Ausbau von Zufahrtsstraßen, Schaffung von Parkraum, Bau von Wanderwegen und Hallenbädern
- Aufschwung des Wintertourismus: Ausbau von Seilbahnen und Schleppliften, flächige Vernichtung von Kulturraum

#### Architekturentwicklung:

Um den veränderten Anforderungen des Massentourismus nachzukommen, wurden zahlreiche Großprojekte wie Infrastrukturbauten im ‚Lederhosen-Architekturstil‘ oder in Massivbauweise ohne städtebaulichen oder landschaftsplanerischen Kontext errichtet. Ende der 1970er-Jahre wurden die ersten Großstrukturen hochgezogen, z. B. überdimensionierte Bauernhaus-Hotels. Diese Großprojekte zeigen eine drei- bis vierfache Vergrößerung des Volumens eines traditionellen Bauernhauses mit dekorativen Verkleidungen und Verzierungen. Sie

---

<sup>85</sup> SPODE / KLEMM 2008: 96.

sind mit holzbelegtem „Edelweiß-Fassaden-Kitsch“ versehen und erwecken damit eher eine „Pseudo-Gemütlichkeit“.<sup>86</sup>



Abbildung 6 / 7 Beispiele für Großstrukturen(von l. nach r.) Hotel in Bad Wiessee, Bayern (D), Alpine Wellness Resort in Südtirol (I)

## Neoromantik

### Ausgangssituation:

- Neue Herausforderungen für den oberbayerischen Tourismus seit den 1980er-Jahren: stetig steigende Mobilität durch PKW, wachsendes Flugangebot, Möglichkeit von Fernreisen, erschwerte Wettbewerbssituation für alpine Destinationen, sanfter Tourismus<sup>87</sup>
- Wertewandel durch zunehmenden Wohlstand: geregeltes Leben der Nachkriegszeit, Wertgewinnung an Freiheit, Freizeit und Konsum, verändertes Urlaubsverhalten, steigende Reiseerfahrung, ‚Spaßgesellschaft‘

### Architekturentwicklung:

Die Vorliebe für altbewährte Baustile wie auch für exotische Epochenstile kam ab Mitte der 1980er-Jahre wieder verstärkt zum Vorschein. Neubauten der Neoromantik wurden mit ‚altbekanntem‘, vertrauten Fassaden umhüllt. So sieht zum Beispiel der Neubau einer Naturkäserei im Tegernseer Tal äußerlich wie ein traditioneller Bauernhof aus. Faktisch erinnert lediglich die Fassade aus Holz mit ihren Holzbalkonen an die regionale Bauweise. Die Konstruktion sowie die Inneneinrichtung wurden den Bedürfnissen der Zeit angepasst. Einige Neubauten sind vom Erscheinungsbild her kaum von den traditionellen Bauten zu unterscheiden. Die nachgeahmten Bauten sollen den Gästen vertraute Bilder vorspielen. Dies gelingt jedoch nicht immer, da sich die Fremdbauten oft nicht in das Ortsbild einfügen.

<sup>86</sup> ROMEISS-STRACKE 2009: 7.

<sup>87</sup> Der ‚sanfte Tourismus‘ ist eine Form des Reisens, die eine möglichst intensive Erfahrung mit der unberührten und ursprünglichen Natur und eine Anpassung an die Kultur des bereisten Landes verfolgt, ohne dabei auf die bereiste Natur einzuwirken bzw. ihr zu schaden (KIRSTGES 2003: 24).



Abbildung 8 / 9 Beispiele für Neoromantik (von l. nach r.) Fastfood Restaurant in Rottach-Egern, Bayern (D),  
Biertempel in Bad Tölz, Bayern (D)

### Zweite Generation Großprojekte:

Die zweite Phase der Großstrukturen verläuft parallel zur Neoromantik und dauert bis heute an. Sie lässt sich wie schon die erste durch überdimensionierte Großbauten charakterisieren. Das Erscheinungsbild dieser Bauten fügt sich nur selten in das Ortsbild ein. In der zweiten Generation wird meist im Luxussegment nachgerüstet, wie etwa im Bereich des Wellness-Angebotes. Bei Neubauten oder Umbauten handelt es sich meist um Beherbergungsbetriebe mit einer Bettenkapazität von über 300.



Abbildung 10 Zweite Generation Großprojekte  
Erweiterung Gut Kaltenbrunn in Gmund, Bayern (D)

### Moderne regionale Architektur:

#### Ausgangssituation:

- ‚Welt der Unsicherheit‘ (Finanzkrise, terroristische Anschläge) und rasche Veränderungen durch Technisierung und ständig wachsende globalisierte Wirtschaft: Überfülle an Angeboten und Informationen
- Wandel seit den 1990er-Jahren von der ‚Erlebnis- und Spaßgesellschaft‘ zur ‚Sinngesellschaft‘: Wertschöpfung durch Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit, intensive Auseinandersetzung mit den Themen Werte und Lebensqualität, Identitäts- und Selbstentwicklung, Freiheit des Einzelnen
- Nur geringes Wachstum des Tourismus in alpinen Regionen

### Architekturentwicklung:

Seit etwa 10 Jahren gibt es die moderne und regionale Architektur neben der simplifizierenden ‚Lederhosen-Architektur‘. Der Anteil in Bayern ist im Vergleich zu Österreich und der Schweiz zwar gering, gleichwohl gibt es erwähnenswerte Beispiele. Die moderne regionale Architektur entwickelt sich meist aus der Beschäftigung mit dem Vorhandenen und basiert auch auf einer funktionierenden Kommunikation aller Akteure und Betroffenen. Dies kann eine Neuinterpretation aus der altbewährten Baukunst vor Ort sein oder ein Entwurf, der sich aus der Topografie entwickelt. Wichtig ist, dass die moderne und regionale Architektur nicht austauschbar sein und dem Ort Identität verleihen sollte.



Abbildung 11 / 12 Beispiele für moderne Architektur (von l. nach r.) Hotel Alpina in Vals, Graubünden (CH), Naturhotel Tannerhof in Bayrischzell, Bayern (D)

### **‚Mischmasch‘-Architektur<sup>88</sup>**

#### Ausgangssituation:

- Anfang der 2000-Jahre: Ende der extremen Wachstumsperiode im Tourismus
- Ergebnis vom Ende der Wachstumsphase: ‚Mischmasch-Architektur‘, Vermischung verschiedener Baustile

#### Zustand:

Es sind bauliche Sanierungen, eine städtebauliche Ordnung und gute Gestaltungskonzepte notwendig, denn inzwischen ist das Gros der Alltagsarchitektur in vielen traditionell dem Tourismus dienenden alpinen Regionen überaltert. Leerstände sowie sanierungsbedürftige Fassaden sind in den Ortskernen keine Seltenheit. Früher oder später werden sich die Gemeinden im alpinen Raum mit Sanierung, Abriss und Auffrischung der Ortsbilder auseinandersetzen müssen und hierfür schlüssige Konzepte entwickeln können.

---

<sup>88</sup> Als ‚Mischmasch-Architektur‘ wird hier die Ansammlung diverser Architekturstile aus verschiedenen Epochen verstanden, die kein harmonisches Ortsbild ergibt.

### Notwendige Sanierungsmaßnahmen:

Viele Gemeinden hoffen auf zahlungskräftige Investoren, die im Zuge von Neubaumaßnahmen den ganzen Ort ‚mitsanieren‘. Diese Erwartung entspricht oft nicht der Realität. Dabei wäre es wichtiger, die ‚Mischmasch-Architektur‘ aus der vergangenen Zeit bzw. die Alltagsarchitektur in den Destinationen zu sanieren.<sup>89</sup> Dabei sollte das gebaute Ensemble wichtiger als der architektonische Solitär sein. Die Realisierbarkeit ist dann möglich, wenn Politik, Verkehr, Sicherheit, die städtebauliche Planung und die Interaktion mit den Menschen vor Ort stimmen, so dass die gebaute Umwelt insgesamt Anziehungskraft entwickeln kann. Ein Umdenken und neue Einstellungen in den Gemeinden, die sich dem Tourismus gegenüber öffnen wollen, sind notwendig, um die Auswirkungen der Mischkultur verschiedener Baustile in den Griff zu bekommen. Für Erfolg oder Misserfolg im Tourismus sind diese Faktoren maßgebend.



Abbildung 13 / 14 Beispiele für ‚Mischmasch-Architektur‘ in alpinen Regionen Vorarlberg (A) (links) und Südtirol (I) (rechts)

### 2.3.4. Architekturformen in alpinen Regionen

Derzeit sind nach Auffassung der Verfasserin im Wesentlichen folgende Architekturformen in alpinen Regionen zu erkennen:

#### ‚Nachahmung regionaler Bauten‘ oder ‚Lederhosen-Architektur‘:

In Anlehnung an die Ausführungen von SCOTT BROWN / VENTURI versteht sich die ‚Lederhosen-Architektur‘ analog dem dekorierten Schuppen aus „Learning from Las Vegas“. Ein dekoriertes Schuppen ist ein Gebäude, auf das Symbolismen in Form von Schriftzeichen oder ornamentalen Bildern deutlich appliziert werden.<sup>90</sup> In der Regel stimmen bei der ‚Lederhosen-Architektur‘ Form und Funktion nicht über ein. Die tragende Konstruktion wird meist von der dekorativen Außenhülle kaschiert und überdeckt. Die Tragstruktur und Außengestaltung bzw. Außenhülle sind separate Elemente, die nicht zusammenhängen oder voneinander abhän-

<sup>89</sup> Vgl. ROMEISS-STRACKE 2010: 15.

<sup>90</sup> Vgl. SCOTT BROWN / VENTURI (1977): 15.

gig sind. Zur ‚Lederhosen-Architektur‘ gehören die Hotelkomplexe, die wie überdimensionierte Bauernhöfe aussehen.

#### „Gewachsene Architektur“:

Zur ‚gewachsenen Architektur‘ gehören Bauten, deren Gestaltung aus topografischen, klimatischen und kulturellen Bedingungen entwickelt worden sind. Unter dieser Kategorie zählen auch „Revitalisierungen und Restaurierungen (von) Baudenkmalern, historisch bedeutsame Bausubstanzen und (der Erhalt von) kulturell sowie regional verankerten Bautraditionen“.<sup>91</sup> In der Regel bezeugen diese Architekturen ein ganzheitliches und stimmiges Konzept, welches sich von der Innenarchitektur bis zur Gebäudehülle erstreckt. Architektonische Merkmale, wie Raum, Struktur und Funktion verschmelzen, zu einer untrennbar miteinander verbundenen Einheit. Beispiele sind etwa die traditionellen Bauernhöfe sowie gewachsene Strukturen in Dorfkernen oder Altstädten, die aus äußerlichen Notwendigkeiten oder nach historischen Ereignissen entstanden sind.



Abbildung 15 (links) Beispiel für ‚Nachahmung regionaler Bauten‘ in Oberbayern, 2000er Jahre, (D)

Abbildung 16 (rechts) Beispiel für ‚Ehrliche Architektur‘, Bauernhof 16. Jahrhundert, Lenggries, Bayern (D)

#### „Bauen ohne regionalen Bezug“:

Hiermit sind Bauten gemeint, die keinen Bezug auf die traditionellen Bauten bzw. die regionale Architektursprache nehmen und in den meisten Fällen nicht aus der Örtlichkeit entwickelt worden sind. Ein berühmtes Beispiel ist das Bilbao-Museum, das vollkommen aus der Umgebung heraussticht und als Solitär funktioniert. So heben sich oft Sonderbauten (Kulturbauten, Flughäfen, Bahnhöfen etc.) von der Masse ab, da sie einerseits auffindbar sein sollten und andererseits eine ihrer Funktion angemessene Gestaltung erfordern. Ebenso gehören zu dieser Kategorie ‚importierte Baustile‘. Sie stellen in der Regel in gewisser Weise Fremdkörper bzw. ‚Besonderheiten‘ für das Ortsbild dar und bedienen sich insbesondere stilistisch bekannter, aber ortsfremder Elemente. Beispiele für solche Fremdkörper sind zum

---

<sup>91</sup> INNERHOFER 2010: 24.

Beispiel ‚Toskana-Villen‘ oder Einfamilienhäuser im ‚Blockhouse‘ und Bauhausstil in alpinen Regionen.

#### ‚Rekonstruktion‘:

Bei rekonstruierten Bauten handelt sich um die weitgehend vorbildgerechte Wiederherstellung von zerstörten Baudenkmälern oder Nachahmungen von historischen Gebäuden oder Stadtteilen. Es gibt verschiedene Vorgehensweisen bei der Rekonstruktion, die sich im Grad der Originaltreue und in der Sensibilität der Umsetzung unterscheiden. Die Neubauten werden meist in Größe, Form, Proportionen, teilweise auch in ihrer Funktion und Konstruktionsweise nach historischen Vorbildern gebaut. Solche Rekonstruktionen der regional traditionellen Baukultur können intelligent in das touristische Konzept des ‚Ursprünglichen‘ und ‚Authentischen‘ integriert werden. Ein erfolgreiches Beispiel ist das Almdorf Seinerzeit in Österreich. Es ist ein nach der traditionellen Bauform der Region nachgebautes Almhüttendorf und bietet Rückzugsmöglichkeiten in der Natur für die Gäste.<sup>92</sup>



Abbildung 17 (links) Beispiel für ‚Modernes Bauen ohne regionalen Bezug‘, Hotel im mediterranen Stil am Tegernsee, 2011, (D)

Abbildung 18 (rechts) Beispiel für ‚Inszenierung traditioneller Bauten‘, Almdorf Seinerzeit, 1995, (A)

#### ‚Neuinterpretation regionaler Bauten‘:

Unter der Neuinterpretation regionaler Bauten sind moderne Bauten zu verstehen, deren Architektur aus der traditionellen und regionalen Architektur abgeleitet wurde und die unter Verwendung zeitgemäßer Bautechnik entstanden sind. Wichtig ist hierbei nicht ‚die bedingungslose Verwendung der uns heute zur Verfügung stehenden technischen Möglichkeiten‘ und ‚bedingungslose Übernahme traditioneller Bauformen‘<sup>93</sup> sondern die Betrachtung, ‚inwieweit traditionelle, bewährte Prinzipien der Baugestaltung in unsere heutige Zeit mit ihren modernen technischen Möglichkeiten übertragen bzw. übersetzt werden können‘.<sup>94</sup> Eine zeitgemäße ortsgebundene Architektur entsteht aus den Erkenntnissen der Auseinanderset-

<sup>92</sup> Vgl. LANDSCHÜTZER 2010: 48ff.

<sup>93</sup> JAHNKE 2004: 29.

<sup>94</sup> Ebd.: 29.

zung mit der Landschaft, der örtlichen Topografie, der Tradition und Geschichte bzw. mit dem Klima. Beispiele für neu interpretierte Bauten sind das Brizerhaus in Ramsau von Martin Feiersinger im Zillertal (A), das Naturhotel Tannerhof von Florian Nagler in Bayrischzell in Oberbay-



ern (D) sowie diverse Bauten von Caminada in Vrin (CH) (Kap. 4.4.).

Diese Entwurfsmethode ist sinnvoll für Ortschaften, die ihre historisch gewachsenen Strukturen erhalten wollen und gleichzeitig aber in einem regionalen Stil weiterwachsen und sich entwickeln wollen.

Abbildung 19 Beispiel für ‚Neuinterpretation regionaler Bauten‘, Haus in Vrin von Caminada, Vals, Graubünden (CH)

### 2.3.5. Zukunft des touristischen Bauens

Auf der einen Seite beherrscht eine zufällige Aneinanderreihung von verschiedenen Architekturstilen das Bild der bayerischen Alpen, einhergehend mit einer chaotischen Vielfalt der Baumaterialien, auf der anderen Seite wurde noch nie so viel von regionaler Identität, von Dorfstruktur und Dorfgestalt, von Identifikation und Heimat gesprochen wie heute. WAGNER sieht zwei Barrieren gegen die Forderung nach Landschaftsbezogenheit in der Tourismusarchitektur: „Die Distanz gegenüber dem tradierten ländlichen Formen- und Materialkanon und der Wunsch, die individualistischen Vorstellungen von der Funktion eines Baues zur Gestaltung von Umwelt und Kommunikation in reale Architektur umzusetzen.“<sup>95</sup>

In der Realität beherrschen aber Kosten- und Zweckmäßigkeitüberlegungen das touristische Baugeschehen. Es stellt sich davon unabhängig die Frage, wie ländliche Tourismusgemeinden in Zukunft weiterbauen sollten, um ihre touristische Attraktivität mithilfe von Baukultur erhalten zu können. Folgende Umsetzungen sind zu beobachten.

1. Im ungünstigsten Fall: Nachahmung regionaler Bauten und / oder ‚importierte‘ Bauten, Bauten wie Fremdbaukörper, modernes Bauen ohne regionalen Bezug
2. Im günstigen Fall: Inszenierung traditioneller Bauten
3. Im besten Fall: Neuinterpretation regionaler Baukultur

Neben dem Erhalt und der Pflege historischer Zeugnisse für die touristische Attraktivität wird es – wie bereits im vorherigen Kapitel angesprochen – in Zukunft wichtig sein, eine Architektur zu entwickeln, die sich in die Umgebung einfügt und den Ortscharakter unterstützt bzw. stärkt.

<sup>95</sup> WAGNER 1984: 130.

Diese Architektur sollte überlieferte, regionale und alpine Baukultur respektieren und aus deren Essenz zeitgemäße, ehrliche Bauwerke entstehen lassen. Das Finden der richtigen Balance zwischen Moderne und Tradition, Einfachheit und Komplexität, bebauter zu unbebauter Fläche stellt die Herausforderung für die Weiterentwicklung der Baukultur dar.

Sonderbauten, wie Besucherzentren, Museen oder Badeeinrichtungen, können aufgrund ihrer Sonderstellung in Funktion und Auffindbarkeit durchaus eine eigene Architektursprache zeigen und sich so von der Masse abheben. Sie fungieren gewissermaßen als ‚Landmarks‘ und touristische Höhepunkte, sodass ein angemessener architektonischer Ausdruck angezeigt ist. Dennoch muss die Architektursprache auch dieser Bauten auf ihre Umgebung reagieren. Dabei ist es denkbar, dass moderne Architekturen als Akzente eingesetzt werden. In der Regel sind dörfliche Siedlungen nach regionalen Gesetzmäßigkeiten entstanden, denen sich die einzelnen Gebäude unterordnen. Deren Stellung und Abstand zueinander, Dachformen, Dachneigungen, Geschlosszahl, Öffnungsproportionen und Baumaterialien bilden in ihrer Gesamtheit Räume des Erlebens und der Atmosphäre. Diese Regeln sind heute ebenso für viele ‚Nicht-Sonderbauten‘ gültig, um die Ortsbilder zu bewahren. Unter Berücksichtigung der genannten Rahmenbedingungen ist es durchaus möglich, den neuen Bauten einen zeitgemäßen Ausdruck zu geben.

Durch die Verwendung moderner Baumaterialien und Baumethoden besitzen die Architekten Instrumentarien, eine zeitgemäße, vorbildliche Architektur für den alpinen Raum zu entwickeln. Aus der Ortsanalyse heraus ergeben sich hilfreiche Anhaltspunkte. Letztendlich kommt es aber auf die Einstellung der Gemeinden und ihrer Bürger an. Die Gegenüberstellung ‚das gute Alte‘ und ‚das schlechte Neue‘ ist auf jeden Fall nicht angebracht. Ebenso wenig ist es richtig, wenn Architekten sich aus der Vielfalt historischer Formen Versatzstücke herausuchen, die lediglich eine Kontinuität vorspiegeln sollen.

#### **2.4. Fazit**

Die touristische Entwicklung zeigt, dass Themen und Werte wie ‚Glokalisierung‘, Authentizität, Nachhaltigkeit, Entspannung und ‚Erlebnis‘ zunehmend an Bedeutung gewinnen werden. Dabei kommt der Kulturlandschaft, die sich stets im Wandel befindet, eine entscheidende Rolle zu. Denn die einzigartigen Landschaften und die zugehörige regionale Architektur und die Tradition erfüllen Sehnsüchte bestimmter Lebensstilgruppen. Das für den nachhaltigen Tourismus wichtige Ortsbild ist oft gefährdet, bedingt durch die Anhäufung diverser und zusammenhangloser Baustile aus verschiedenen Epochen (‚Mischmasch-Architektur‘) und sanierungsbedürftige Gebäude. Ein disharmonisches Ortsbild mindert die touristische Attraktivität. Die Entwicklung, der Erhalt und die Pflege der heimischen Baukultur sind wesentlich für die Zukunft sich in der Krise befindlicher Tourismusdestinationen. Im folgenden Kapitel werden die bestehenden Instrumentarien zur Steuerung und Vermittlung sowie vorbildhafte Preise zur Förderung von Tourismusarchitektur im Aus- sowie im Inland vorgestellt.

### 3. Instrumentarien zur Steuerung, Vermittlung und Förderung von Tourismusarchitektur

Das Verständnis der Tourismusarchitektur erfordert von den Beteiligten baurechtliche und wissenschaftliche Vorkenntnisse in Architektur. Welche Informationen gibt es bereits über Tourismusarchitektur? Welche baurechtlichen Bestimmungen sind zu beachten? Welche Förderungsmöglichkeiten gibt es für Bauherren, um ein Bauwerk zu schaffen, das am Ende als gelungen betrachtet werden kann? In diesem Kapitel werden vorrangig vorhandene Informationsquellen zur Tourismusarchitektur, die baurechtlichen Rahmenbedingungen auf kommunaler Ebene sowie Förderprogramme und Beratungsmöglichkeiten – mit Schwerpunkt auf Bayern – vorgestellt.

#### 3.1. Allgemeine Informationen über Tourismusarchitektur

Im Vergleich zu anderen Themengebieten, wie dem energieeffizienten Bauen, gibt es verhältnismäßig wenig Forschungsprojekte, Informationen oder Nachschlagewerke über Tourismusarchitektur. Dennoch lassen sich einige wertvolle Quellen vor allem über das Internet finden, die für Touristen, private Bauherren sowie für Gemeinden hilfreich sein können. Im Folgenden werden Informationen über Tourismus in den Alpen, Bauen in alpinen Regionen sowie Tourismusarchitektur im Allgemeinen dargestellt und eine Reihe von Vorzeigeprojekten vorgestellt, die die Tourismusarchitektur in ländlichen oder alpinen Regionen direkt oder indirekt unterstützen.

##### 3.1.1. Portale zur Vermittlung von Tourismusarchitektur

Momentan existieren im Wesentlichen zwei Internetportale, die sich mit dem Thema Tourismusarchitektur auseinandersetzen und Beratungsmöglichkeiten für Tourismusarchitektur anbieten:

**„Plattform für Tourismusarchitektur“** und **„pla'tou“**: Die Plattform für Tourismusarchitektur,<sup>96</sup> die die Verbesserung der Baukultur in Tourismusdestinationen und -regionen in Deutschland zum Ziel hat, bietet Informationen und Dienstleistungen, um das Bewusstsein für die Förderung der Baukultur im Tourismus zu verbreiten und zu stärken. Interessante Essays sowie Buchvorschläge zum Thema Tourismusarchitektur sind dort zu finden.

Das österreichische Pendant dazu nennt sich **„pla'tou“**.<sup>97</sup> Die **„Plattform für Architektur im Tourismus“** bezeichnet sich selbst als interdisziplinäres Expertennetzwerk zum Thema Tourismusarchitektur und vernetzt Fachleute aus Architektur und Raumplanung, Tourismus und Kulturvermittlung, Wirtschaft und Marketing sowie Landschaftsplanung und Städtebau. Neben der

<sup>96</sup> Vgl. PLATTFORM FÜR TOURISMUSARCHITEKTUR.

<sup>97</sup> Vgl. PLA'TOUT.

Forschung und Vermittlung bietet pla'tou Beratung für Unternehmer, Gemeinden bzw. Entscheidungsträger bei der Entwicklung touristischer Projekte. Beide Portale offerieren Informationen und Beispiele zu ‚guter‘ bzw. gelungener Tourismusarchitektur und bieten gegen Entgelt Beratung sowie Seminare für Architekten und Touristiker an.

### 3.1.2. Tourismus-Marketing-Instrumente

Folgende weitere Portale bieten ebenso interessante Informationen zum Thema Tourismus und / oder Architektur:

**Sightsleeping Hotel:** Eine inspirierende Internetseite ist der Auftritt ‚Sightsleeping Hotel‘ des Bayerischen Tourismusverbandes unter dem Motto ‚Schlafen für Augenmenschen‘.<sup>98</sup> Sightsleeping-Hotels zeichnen sich durch eine besondere Lage und Ausstattung aus. Es handelt sich um Burganlagen, Schlösser, denkmalgeschützte Gebäude oder um Häuser mit zeitgenössischem Designanspruch. Auf dieser Internetseite werden ‚geschmackvolle‘ Unterkünfte vorgestellt, die von einem fachspezifischen Gremium aus Kunstexperten, Design- und Marketingfachleuten sowie Tourismusjournalisten ausgewählt worden sind. Jedes Jahr werden weitere Hotels, die sich beworben haben, in die Hotelmarke der Sightsleeping-Hotels aufgenommen. Diese Seite trägt mit Sicherheit zur Bewusstseinsstärkung für Tourismusarchitektur bei, vor allem bei den Touristen.

**Alpine Pearls:** Alpine Pearls, ein Netzwerk von 24 Urlaubsorten, legt großen Wert auf das regionale Kultur- und Alpenerlebnis durch sanfte Mobilität.<sup>99</sup> Die Destinationen garantieren einen autofreien Urlaub, eine stressfreie An- und Abreise mit Bus und Bahn und während des Aufenthalts Alternativangebote an mobilen Fahrbegleitern, wie Elektrofahrrädern. Diese Art des nachhaltigen Reisens kann umweltbewusste Zielgruppen erschließen.

**AlpenTourismusAkademie:** Die Tourismusverbände München-Oberbayern und Allgäu/ Bayerisch-Schwaben bieten seit 2010 Weiterbildungsmöglichkeiten zum Thema Tourismus in den Alpen unter der gemeinsamen Dachorganisation der ‚AlpenTourismusAkademie‘ an.<sup>100</sup> Das Ziel der Akademie ist die Vernetzung bestehender und qualifizierter Weiterbildungsanbieter, die in den Projektregionen Kurse für die im Tourismus Beschäftigten abhalten. Damit können die Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit und die touristische Wertschöpfung sowie der Erhalt von Arbeitsplätzen durch nachhaltige Sicherung der Qualität in allen Bereichen der Tourismuswirtschaft der Regionen angestrebt werden. Das Thema Tourismusarchitektur wurde in der Vergangenheit bereits zweimal behandelt.

---

<sup>98</sup> Vgl. SIGHTSLEEPING-HOTELS.

<sup>99</sup> Vgl. ALPINE PEARLS.

<sup>100</sup> Vgl. ALPENTOURISMUSAKADEMIE.

**Architekturtourismus Sachsen-Anhalt:** Im Bundesland Sachsen-Anhalt besteht bereits ein Angebot an Architekturtourismus, welches von der Landesinitiative Architektur und Baukultur und der Architektenkammer in Sachsen-Anhalt koordiniert wird.<sup>101</sup> Architekturtourismus wird hier als Verbindung von Architektur, Landschaft, Kunst, Geschichte und Lebensart verstanden und gefördert. Das Anliegen des Architekturtourismus Sachsen-Anhalt ist die Verbreitung des Wissens über neue Architektur, die nach der politischen Wende in diesem Bundesland entstanden ist. Auf der Internetplattform werden interessante Angebote für Besucher zusammengestellt und stetig erweitert: Architekturstadtpläne, Informationen zur IBA Stadtumbau 2010,<sup>102</sup> Architekturpreise der letzten Jahre und informative Broschüren über Landschaft und Baukultur. Die Internetseite bezweckt einerseits Architekturvermittlung über ‚Architekturturen‘ und Weitergabe von Information in Form von Broschüren oder Publikationen und andererseits die Förderung von guter Tourismusarchitektur.

**AlpHouse:** Das Projekt der Europäischen Union (EU) in Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft der Alpenländer (ArgeAlp) versucht durch Informations- und Qualifizierungsangebote die alpine Baukultur und das energieeffiziente Bauen in den alpinen Ländern zu fördern.<sup>103</sup> Ziel des AlpHouse ist es, die einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften und die verschiedenen Bauformen, die im Laufe der Jahrhunderte aus topografischen und klimatischen Bedingungen entstanden sind, zu erhalten und künftig unter Einbindung der ökologischen Herausforderungen und heutigen Bedürfnisse der Menschen weiter zu nutzen. Das AlpHouse unterstützt durch seine Informations- und Qualifizierungsangebote und seine Forschungsprojekte die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) im Alpenraum, um dessen architektonisches, ökologisches und technisches Qualitätsniveau zu erhalten und die alpine Baukultur zeitgemäß weiterzuentwickeln. Die alpinen Gemeinden sowie die kleinen Unternehmer können aus den Fortbildungs- und Informationsangeboten sowie den Forschungsergebnissen neue Lösungsansätze gewinnen.

**Manuals zur Tourismusarchitektur Schleswig-Holstein:** Das Land Schleswig-Holstein hat Anleitungen, sogenannte Manuals, zur Förderung guter Baukultur entwickelt und bietet Beratungsangebote für Hoteliers oder Ferienwohnungsanbieter bezüglich moderner Einrichtung an. Vorbildhaft ist die Veröffentlichung eines Service-Ratgebers des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein in Form von Checklisten über Erfolgsfaktoren für die Tourismuswirtschaft sowie zum allgemeinen Gästeverhalten. Die Checklisten hinterfragen zum Beispiel den ersten Eindruck des Ortsbildes auf den Gast. Es wird auf scheinbare Kleinigkeiten hingewiesen, wie Hinweisschilder für die Einrichtung, Beleuchtung und Auffindbarkeit von Gästeparkplätzen.<sup>104</sup> Der

---

<sup>101</sup> Vgl. Sachsen-Anhalt Architekturtourismus.

<sup>102</sup> Vgl. IBA Stadtumbau. Die IBA (Internationale Bauausstellung) Stadtumbau 2010 macht ganz Sachsen-Anhalt zum Labor für die Stadt von morgen. In 19 Städten, die vom demografischen Wandel betroffen sind, werden beispielhaft neue Werkzeuge des Stadtumbaus erprobt.

<sup>103</sup> Vgl. ALPHOUSE.

<sup>104</sup> Vgl. TOURISMUSVERBAND SCHLESWIG HOLSTEIN: 15ff.

Service-Ratgeber gibt hilfreiche Hinweise zur Verbesserung von Gebäuden sowie zur Ortsbildung für Hotellers, Gastronomen und Gemeinden. Erwähnenswert ist ebenso das Leitprojekt „Optimierung der touristischen Infrastruktur in Schleswig-Holstein“,<sup>105</sup> das im Rahmen eines Handlungskonzeptes zur Neuausrichtung des Tourismus im Jahr 2006 ins Leben gerufen wurde. Ziel des Projektes ist es, unter besonderer Berücksichtigung der Bedürfnisse und Erwartungen der Touristen, Grundlagen für eine zukunftsweisende Investitionsplanung für die Tourismuswirtschaft im Land zu schaffen.<sup>106</sup> Die Broschüre analysiert Problemfelder und zeigt Bereiche mit Handlungsbedarf anhand von Beispielen auf.

In Schleswig-Holstein wurde die Ortsgestaltung als wichtiges Thema für den Tourismus erkannt. Die Handlungsempfehlungen, wie das Definieren von zielgruppenbezogenen Infrastrukturen, die Neugestaltung der Atmosphäre der Tourismusorte, die Neuordnung von Investitions- und Unterhaltungsschwerpunkte sowie die Ortsentwicklung<sup>107</sup> können ohne Weiteres auf andere Tourismusgemeinden übertragen werden – ebenso wie die Ratgeber-Manuals und Checklisten zum zeitgemäßen Auftritt von Gebäude.

### 3.1.3. Ausbildung Architekten und Touristiker

In der Regel haben Touristiker und Architekten nicht die gleichen Sichtweisen. Oft scheinen daher die Ideale der Architekten mit den Nutzungsvorstellungen der Betreiber zu konkurrieren. Es besteht in der Regel ein gegenseitiges Kommunikations- sowie Wissensdefizit. Laut ROMEISS-STRACKE sollten Touristiker die Bedeutung der Architektur, die Rentabilität qualitätvoller Architektur und Ästhetik als Zukunftsinvestition erkennen und klare Vorgaben hinsichtlich des Konzeptes geben können, die auf dem Wissen über Baukultur, Stil und Design beruhen.<sup>108</sup> Im Gegenzug sollten Architekten vorurteilsfrei Tourismusarchitektur als attraktive Bauaufgabe verstehen und sich Wissen über touristische Zielgruppen und Trends aneignen. Die Politik sowie Investoren sollten ebenfalls ein Gefühl für die Ausbildung einer touristischen Baukultur entwickeln, d. h. ein ressortübergreifendes Denken sowie Augenmaß und Gefühl für die Maßstäblichkeit eines Bauvorhabens.<sup>109</sup>

Derzeit gibt es in Deutschland und Österreich keine Architekturausbildung für Touristiker und keine Tourismusausbildung für Architekten; es existieren wenige Ausnahmen wie z. B. an der Technischen Universität München (bis 2010), im Management Center Innsbruck (Masterstudiengang bis 2011), an der FH Wien (mit Schwerpunkt auf den Schnittstellen zwischen Tourismus und Architektur), an der Leuphana Universität Lüneburg (Tourismusmanagement mit Vertiefungsfach Baukultur) und an der Bauhaus-Universität Weimar (2006). Trotz des fehlenden

---

<sup>105</sup> Veröffentlichung des Ministeriums für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Schleswig-Holstein.

<sup>106</sup> Vgl. TOURISMUSVERBAND SCHLESWIG HOLSTEIN 2009: 8ff.

<sup>107</sup> Ebd.: 23.

<sup>108</sup> Vgl. ROMEISS-STRACKE, BROSCHÜRE FÜR TOURISTIKER: 1–3.

<sup>109</sup> Vgl. ROMEISS-STRACKE, BROSCHÜRE FÜR ARCHITEKTEN: 1f.

Wissens im Fachgebiet des jeweils Anderen herrscht meist ein Kommunikationsmangel zwischen Architekten und Touristikern im Planungsprozess.

Laut „Tourismus und Baukultur“ von GRUBER / HROMAS gibt es drei Hauptängste in der Zusammenarbeit von Touristikern und Architekten: Die Angst vor Abweisung der modernen Architektur durch den Gast, die Furcht vor einer Überschreitung der Baukosten und drittens die Scheu vor höheren Bewirtschaftungskosten.<sup>110</sup> Die genannten Punkte sind teils auf Missverständnisse und einen Wissensmangel zurückzuführen. Ein intensiver Kommunikations- sowie Wissensaustausch zwischen den unterschiedlichen Fachbereichen kann dabei Vorurteile beseitigen.

### **3.2. Förderung von Baukultur in alpinen Regionen**

Die alpinen Nachbarländer – insbesondere Österreich – verfügen bereits heute über ein dichtes Netz an Institutionen und Initiativen, die sich der Vermittlung von Architektur und Baukultur widmen. In Deutschland gibt es seit 2006 die Bundesstiftung für Baukultur. Sie alle leisten wesentliche Beiträge zur Förderung und Stärkung eines breiten Bewusstseins für die Baukultur und sind unabhängige Informationsplattformen für Bauherren und alle am gestalteten Lebensraum interessierten Personen. Im Folgenden werden einige der wichtigsten Initiativen genauer vorgestellt.

#### **3.2.1. Bundesstiftung für Baukultur**

Die Bundesstiftung für Baukultur wurde 2006 als Stiftung des öffentlichen Rechts gegründet und hat ihren Sitz in Potsdam. Sie ist eine unabhängige Instanz, die sich für die Belange der Baukultur einsetzt und die gebaute Umwelt zu einem Thema von öffentlichem Interesse machen will. Sie richtet ihren Fokus zwar nicht auf alpine Regionen und speziell auf Tourismusarchitektur, sondern fördert jegliche Art der Baukultur. Dies deckt somit auch die Tourismusbauten mit ab.

Die Bundesstiftung Baukultur soll u. a. folgende Aufgaben erfüllen:

- Die Öffentlichkeit für Baukultur interessieren
- Bei den Bauschaffenden eine breit angelegte Qualitätsdebatte über Baukultur initiieren
- Das Thema Baukultur in den Kommunen und Ländern stärken
- Für die Qualitäten bundesdeutscher Baukultur international werben

---

<sup>110</sup> GRUBER / HROMAS 2006: 46f.

Zur Erfüllung ihrer Aufgaben richtet die Stiftung durchschnittlich alle zwei Jahre einen ‚Konvent der Baukultur‘ aus, um Informationen aus der Arbeit auf allen Ebenen und Bereichen des öffentlichen und privaten Planens und Bauens zu gewinnen.

Die Aufgaben der Stiftung wie allen voran Aufklärung über Baukultur stellen eine wichtige Voraussetzung für die regionale Baukultur der Tourismusdestinationen dar. Solange der Wert der bestehenden sowie entstehenden regionalen Baukultur geschätzt wird, kann die Baukultur als touristische Attraktion gewahrt bleiben.

### 3.2.2. vai – Vorarlberger Architekturinstitut

Die Vorarlberger Architektur ist weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt und zeichnet sich durch eine hohe Dichte guter Bauten aus. Das 1997 gegründete Vorarlberger Architektur Institut (vai)<sup>111</sup> trägt wesentlich zu diesem Ruf bei. Es geht auf eine Initiative von Mitgliedern der Zentralvereinigung der Architekten Vorarlbergs zurück. Das vai verfolgt das Ziel einer nachhaltigen Stärkung der Baukultur in Vorarlberg und versteht sich als Schnittstelle im Feld der Baukultur, d. h. es vernetzt Planer, Bauherren, Wirtschaftstreibende mit Handwerksbetrieben, Politik und Wissenschaft. Die Themen Ökologie, ressourcenschonender Umgang mit Altsubstanz und Architektur als identitätsstiftendes Merkmal in Kommunen spielen eine große Rolle. Vorrangig genießt Vorarlberg eine hohe Reputation für seinen modernen Holzbau. Die Holzbaubetriebe, neue Technologien und Konstruktionen sind dabei ebenso von Interesse wie deren Umsetzung in gebauten Beispielen. Das vai bietet in Kooperation mit dem Vorarlberger Tourismusverband u. a. Architekturtourismus mit ausgearbeiteten Touren oder Hilfestellung für die Planung individueller Touren an.

Das Vai agiert und funktioniert als wirksames Instrument, um Baukultur zu fördern und zu vermitteln. Die Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen – von Planern über Handwerkern bis hin zu Politikern – ist vorbildlich und stärkt zugleich die regionale Wirtschaft und wie auch Identität. Dieses Modell ist auch für andere Tourismusregionen vorstellbar, zumal eine Institution die treibende Kraft für die Entwicklung von zeitgemäßer und regionaler Tourismusarchitektur sein kann.

### 3.2.3. Artouro - Bayerischer Tourismusarchitekturpreis

Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie und die Bayerische Architektenkammer lobten 2011 erstmals den Bayerischen Tourismus-Architekturpreis ‚artouro‘ aus.<sup>112</sup> Der Preis soll „architektonischen Mut und Weitsicht in der für

---

<sup>111</sup> Vgl. VAI; das Institut richtet sich an Architekten, Baukünstler und Vertreter von Baubehörden und Bauträgern. Durch Ausstellungen, Bauherrenpreise, Fachbücher und Internet-/ Medienauftritte mit Architekturbeispielen soll Architekturqualität vermittelt werden. Finanziert wird das Institut durch Fördermittel des Landes Vorarlberg.

<sup>112</sup> Vgl. Byak, artouro.

Bayern wichtigen Leitökonomie Tourismus würdigen.“<sup>113</sup> Es ist vorgesehen, den Preis in Zukunft alle zwei Jahre zu vergeben. Im Jahr 2011 wurden für jede Tourismusregion in Bayern (Allgäu/ Bayerisch-Schwaben, Franken, München-Oberbayern, Ostbayern) Preise vergeben. In Oberbayern erhielten das Biohotel im Apfelgarten (Kranzberg, Landkreis Freising) und das Museum Brandhorst (München) den ‚artouro-Preis‘. Die Preisträger des Wettbewerbs sind an einer Plakette am Gebäude mit der Aufschrift ‚artouro 2011‘ zu erkennen. Dieser Preis trägt zur Bewusstseinsentwicklung für qualitätvolle Tourismusarchitektur bei.

#### 3.2.4. Internationaler Architekturpreis für Neues Bauen in den Alpen<sup>114</sup>

Die Vereinigung ‚Sexten Kultur‘ (Italien) in Zusammenarbeit mit Kärntens Haus der Architektur (Österreich) zeichnet seit 1992 durch einen ‚Internationalen Architekturpreis für Neues Bauen in den Alpen‘ Bauten zwischen rustikaler Tradition und moderner Interpretation aus. Ziel des Preises ist es, exemplarische Bauten und Projekte bekannt zu machen, um einerseits das zeitgemäße Bauen in den Alpen zu fördern und andererseits moderne Architektur als wichtiges kulturelles Anliegen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Der Preis wird für Bauten aller Art vergeben, u. a. auch für Kultur- und Tourismusbauten, welche eine hohe schöpferische Leistung im Alpenraum repräsentieren. In den letzten zehn Jahren ist laut Auslober die Anzahl der eingereichten Projekte stetig gestiegen, was auf eine stärkere Bedeutung und ein breiter gestreutes Interesse an der modernen Architektur schließen lässt.

Der Architekturpreis für moderne Architektur in den Alpen fördert einerseits den Bekanntheitsgrad der zeitgemäßen Bauten, andererseits bietet der Preis eine regionale Plattform für die Architekturvermittlung.

#### 3.2.5. Österreichischer Staatspreis für Architektur – Tourismus und Freizeit<sup>115</sup>

Alle zwei Jahre werden durch die Wirtschaftskammer Österreich, die Architektur Stiftung Österreich und die Bundeskammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten sowie das Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur Staatspreise für Architektur verliehen, abwechselnd in den Kategorien ‚Tourismus und Freizeit‘, ‚Industrie und Gewerbe‘ sowie ‚Neue Arbeitswelten in Verwaltung und Handel‘. Mit den Preisen soll auf die ökonomische und kulturelle Bedeutung einer qualitätvollen Gestaltung von Bauwerken hingewiesen werden. Ziel des Preises ist es, die Bedeutung der Formgebung für die ‚Corporate Identity‘ zu verdeutlichen und den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen und Institutionen aufzuzeigen. In der Kategorie ‚Tourismus und Freizeit‘ werden jene Bauten prämiert, die innovativ auf aktuelle Herausforderungen reagieren bzw. auf das Spannungsfeld zwischen den sich rasch wandelnden Freizeitge-

---

<sup>113</sup> BAYERISCHE ARCHITEKTENKAMMER ByAK, Pressemitteilung vom 10. März 2011.

<sup>114</sup> Vgl. SEXTENKULTUR.

<sup>115</sup> Vgl. STAATSPREIS ARCHITEKTUR:

wohnheiten und wachsenden Qualitätsansprüchen der Gäste einerseits und auf die Erfordernisse eines verantwortungsvollen Umgangs mit Ressourcen im Tourismus andererseits Bezug nehmen.<sup>116</sup>

Die Auslobung solcher Preise fördert qualitätvolle Bauten im Tourismussektor, informiert über gelungene Tourismusarchitektur und kann die Entstehung weiterer anspruchsvoller Qualitätsarchitektur anregen.

### 3.2.6. Landluft Gemeinde-Baukulturpreis 2009 und 2012

Seit 2009 gibt es in Österreich den von dem Verein ‚LandLuft‘ der Technischen Universität Wien und dem Österreichischen Gemeindebund ausgelobten ‚LandLuft Baukulturpreis‘, welcher im Rahmen einer Wanderausstellung und eines Symposiums zum Thema Baukultur verliehen wird. Dieser alle drei Jahre verliehene Preis wird an „alle öffentlichen und privaten Bauherren und Planer in heimischen Gemeinden und Städten vergeben, die innovative Baukultur als Schlüsselfaktor für Zukunftschancen in ihrem Ort begreifen“.<sup>117</sup> Im Zentrum der Initiative steht nicht das gelungene Bauwerk als Endergebnis, sondern der Planungsprozess an sich, d. h. die Art und Weise der Entstehung und Entwicklung eines Projektes, der Umgang mit den Herausforderungen des jeweiligen Ortes und die an dem Prozess mitwirkenden Menschen. Bei den Beiträgen geht es primär um anregende Initiativen, die sich mit den individuellen Bedürfnissen von Orten beschäftigen. Ziel des Vereins ist es, durch die Preisverleihung beispielhafte und innovative Projekte einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren und Gemeinden anzuregen, sich mit der Baukultur sowie mit ihrem Ort auseinanderzusetzen. Die These von LandLuft lautet daher: „Mit jeder Bauaufgabe, mit jedem gestalterischen Eingriff in ein Dorf eröffnet sich eine Reihe von Chancen, die es von den Verantwortlichen (Politikern, Unternehmern, Privatpersonen, ...) wahrzunehmen gilt. Vorbildlich gelebte Baukultur verwertet diese Chancen bestmöglich – dadurch profitieren die Dörfer und die dort lebenden und arbeitenden Menschen. Wenn nun also die Frage gestellt wird, was Baukultur bringt und wie eine Gemeinde von ihr profitieren kann, so sei auf soziale, ökonomische, ökologische und gestalterische Aspekte ebenso verwiesen wie auf Fragen der Lebensqualität, des Images eines Ortes bis hin zur Organisation von Verkehr.“<sup>118</sup> Seit November 2011 analysiert ein Forschungsteam von LandLuft das baukulturelle Potenzial in Deutschlands Landgemeinden.

Gegenstand der Studie ‚Baukultur im ländlichen Raum‘ ist die Erforschung und Beschreibung kultureller und regionaler Differenzen.<sup>119</sup> Anhand dieser neuen Preiskategorie für den Prozess und die Entwicklung von Projekten können Tourismusdestinationen lernen, welche Faktoren für das Entstehen einer gelungenen Tourismusarchitektur eine maßgebende Rolle spielen.

---

<sup>116</sup> Vgl. AUSTRIATOURISM 2008: 8.

<sup>117</sup> Vgl. LANDLUFT.

<sup>118</sup> LANDLUFT, BAUKULTUR THESEN.

<sup>119</sup> Vgl. LANDLUFT, MEDIENINFORMATION 2012: 2.

### 3.3. Steuerungsinstrumente und Förderungsmöglichkeiten von Tourismusarchitektur

Die folgenden Instrumentarien dienen zur Qualitätsförderung sowie –sicherung von gelungener Tourismusarchitektur. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen bzw. die Steuerungsinstrumente auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene spielen dabei eine maßgebende Rolle. Beratungsstellen können potentiellen Investoren bzw. Bauherren Hilfestellungen bei allgemeinen Fragen zum Bau eines Gebäudes leisten, zur Bewusstseinsentwicklung für gute Architektur beitragen und Empfehlungen bei Problemen und Streitfällen aussprechen. Wettbewerbe, Vergabeverfahren sowie Städtebauförderungen können ebenso zur Gewinnung von Ideen und Steuerung von qualitativvoller Architektur dienen.

#### 3.3.1. Gesetzliche Rahmenbedingungen

In Deutschland ist es Aufgabe der Raumplanung, die Entwicklung, Ordnung und Sicherung bestimmter Räume bzw. Gebiete durch zusammenfassende, fachübergreifende Pläne für die Regelung raumbedeutsamer Vorhaben und Maßnahmen zu steuern. Vorrangig geht es um das Zusammenwirken von Siedlungsflächenentwicklung, Freiraumschutz und Infrastrukturvorsorge. Die Leitvorstellung ist eine nachhaltige Raumentwicklung, die die sozialen und wirtschaftlichen Ansprüche an den Raum mit seinen umweltbezogenen Funktionen in Einklang bringt.

Wichtige Steuerungsinstrumente sind der Raumordnungsplan für das Gebiet eines Bundeslandes, Raumordnungspläne (= Regionalpläne) für Teile eines Landes und Bauleitpläne auf kommunaler Ebene. Die überörtliche Raumordnung ist der kommunalen Bauleitplanung vorgelagert. Hierbei ist anzumerken, dass der Begriff ‚Tourismus‘ leider kaum in der deutschen Planungsgesetzgebung vorkommt.

#### **Bundesebene**

Die Grundsätze der Raumordnung und die allgemeinen Vorschriften für die Raumordnung in den Ländern sind im Raumordnungsgesetz des Bundes (ROG) verankert. Innerhalb dieses Rahmens schaffen die Länder Rechtsgrundlagen für die Raumordnung in ihrem Gebiet (Landesplanung). Grundlage für die kommunale Raumplanung (= Bauleitplanung und sonstige städtebauliche Maßnahmen) ist das Baugesetzbuch (BauGB).

**Raumordnungsgesetz (ROG):** Das Raumordnungsgesetz (ROG) ist ein deutsches Bundesgesetz, welches bundes- wie rahmenrechtliche Vorgaben zu Bedingungen, Aufgaben und Leitvorstellungen der Raumordnung enthält. Grundsätzlich soll durch die Raumordnung eine ausgewogene Siedlungs- und Freiraumstruktur für den Gesamttraum der Bundesrepublik Deutschland entwickelt werden, die zugleich die Funktionsfähigkeit des Naturhaushalts berücksichtigt. Eine Zersiedlung bzw. unnötiger Flächenverbrauch der Landschaft sollen vermie-

den und eine effektive Infrastruktur aufrechterhalten werden. So sollen die ländlichen Räume entwickelt und Erholungsgebiete gefördert werden.<sup>120</sup>

**Baugesetzbuch BauGB:** Das Baugesetzbuch (BauGB) beinhaltet die wesentlichen Regelungen des Bauplanungsrechts. Von besonderer Bedeutung für die Praxis sind dabei vor allem die Bestimmungen über die gemeindliche Bauleitplanung (§§ 1–13), also über die Aufstellung von Flächennutzungs- und Bebauungsplänen sowie über die planungsrechtliche Zulässigkeit von Bauvorhaben. Das BauGB definiert die Aufgaben der Bauleitplanung im Städtebaurecht folgendermaßen: „Die Bauleitpläne sollen eine nachhaltige städtebauliche Entwicklung, die die sozialen, wirtschaftlichen und umweltschützenden Anforderungen auch in Verantwortung gegenüber künftigen Generationen miteinander in Einklang bringt, und eine dem Wohl der Allgemeinheit dienende sozialgerechte Bodennutzung gewährleisten.“ Des Weiteren sollen sie dazu beitragen, „eine menschenwürdige Umwelt zu sichern (...) sowie die städtebauliche Gestalt und das Orts- und Landschaftsbild baukulturell zu erhalten und zu entwickeln“.<sup>121</sup>

**Baunutzungsverordnung (BauNVO):** Die Baunutzungsverordnung ergänzt das BauGB und bestimmt unter anderem näher, welche Baugebiete in gemeindlichen Bebauungsplänen festgesetzt werden können. Ferner definiert sie die Art und das Maß der baulichen Nutzung eines Grundstücks, die Bauweise und die überbaubare Grundstücksfläche. Sie ist eine aufgrund § 9a BauGB erlassene Rechtsverordnung und enthält die Instrumentarien, die die Gemeinden bei der Aufstellung der Bauleitpläne (Flächennutzungsplan § 5 BauGB, Bebauungsplan §§ 8 und 9 BauGB) nutzen, um ihre städtebauliche Entwicklung sinnvoll und funktionsgerecht zu gestalten.<sup>122</sup> Die BauNVO konkretisiert somit die Inhalte der Bauleitplanung.

### Landes- und Regionsebene in Bayern

**Landesentwicklungsprogramm (LEP) und Regionalplan:** Das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) ist das querschnittsorientierte Zukunftskonzept der Bayerischen Staatsregierung. Es stellt die Grundzüge der anzustrebenden räumlichen Ordnung und Entwicklung für das bayerische Staatsgebiet bzw. dessen Teilräume dar. Das langjährig verfolgte und bewährte Leitziel, gleichwertige und gesunde Lebens- und Arbeitsbedingungen in allen Landesteilen zu schaffen und zu erhalten, ist vor Kurzem in der neuen Fortschreibung des LEP um das Leitprinzip der Nachhaltigkeit ergänzt worden.

Gemäß BauGB sind die Gemeinden berechtigt und verpflichtet, Bauleitpläne aufzustellen.

**Bayerische Bauordnung BayBO:** In Bayern regelt die Bayerische Bauordnung (BayBO) als bayerisches Landesgesetz, was bei der Bauausführung zu beachten ist. Auch regelt sie die

---

<sup>120</sup> Vgl. Raumordnungsgesetz ROG 2008: 2ff.

<sup>121</sup> Beide Zitate vgl. FERNER / KRONINGER / ASCHKE 2008: 34, § 1 BauGB 5.

<sup>122</sup> Vgl. Baunutzungsverordnung BauNVO 1993: 2f.

Frage, ob ein Bauvorhaben einer Baugenehmigung bedarf und welches bauaufsichtliche Verfahren dabei Anwendung findet. Die BayBO enthält darüber hinaus Anforderungen an die Gestaltungsqualität. So legt der Artikel 8 der BayBO unter ‚Baugestaltung‘ Folgendes fest: „Bauliche Anlagen müssen nach Form, Maßstab, Verhältnis der Baumassen und Bauteile zueinander, Werkstoff und Farbe so gestaltet sein, dass sie nicht verunstaltet wirken. Bauliche Anlagen dürfen das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht verunstalten. Die störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig.“<sup>123</sup>

Die Absicht einer qualitativ hochwertigen Architektur ist auf politischer Seite prinzipiell in Form des Artikels 8 der BayBO vorhanden. Es ist aber zu vermuten, dass einige Tourismusgemeinden diesen Artikel im Interesse des Antragstellers eher als eine unverbindliche Empfehlung verstehen. Oft spielen die finanziellen Aspekte eine größere Rolle, sodass viele Gemeinden in Fragen der Gestaltung den Wünschen eines Investors nachkommen, ohne regelnd einzuwirken.

### **Kommunalebene in Bayern**

Nach dem Grundgesetz Art. 28 Abs. 2 haben Gemeinden jeweils das garantierte Recht auf kommunale Selbstverwaltung und somit die kommunale Planungshoheit. Die genaue Form der Verwaltung und die dafür zu wählenden Organe werden in den Kommunalverfassungen und Gemeindeordnung für Bayern geregelt.

Die Bauleitplanung ist das wichtigste Planungswerkzeug zur Lenkung und Ordnung der städtebaulichen Entwicklung einer Gemeinde in Bayern. Sie wird zweistufig in einem formalen Verfahren vollzogen, das im Baugesetzbuch (BauGB) umfassend geregelt ist. Bei der Bauleitplanung müssen die Gemeinden die Ziele der Raumordnung in Form von Raumordnungsplänen, beachten (§ 1 Abs. 4 BauGB, Anpassungspflicht) sowie öffentliche und private Belange berücksichtigen (§ 1 Abs. 7 BauGB, Abwägungspflicht).

**Flächennutzungsplan:** Der Flächennutzungsplan, auch vorbereitender Bauleitplan genannt, stellt die beabsichtigte städtebauliche Entwicklung einer Gemeinde dar. Er ist das Ergebnis eines grundsätzlichen politischen und fachlichen Planungsprozesses einer Gemeinde. Seine Inhalte richten sich nach den Vorschriften des § 5 BauGB. Demnach ist im Flächennutzungsplan für das ganze Gemeindegebiet die sich aus der beabsichtigten städtebaulichen Entwicklung ergebende Art der Bodennutzung nach den voraussehbaren Bedürfnissen der Gemeinde in den Grundzügen darzustellen. Der Flächennutzungsplan, der das gesamte Gemeindegebiet umfasst, schreibt die zulässige Nutzung für den Bürger vor.

Im Flächennutzungsplan können die Gemeinden beispielsweise touristisch bedeutsame Landschaftsgebiete als „Flächen für Maßnahmen zum Schutz, zur Pflege und zur Entwicklung von Boden, Natur und Landschaft“ (§5 BauGB) oder touristische Sondergebiete ausweisen.

---

<sup>123</sup> BayBO 2007: Artikel 8.

**Bebauungsplan:** Der Bebauungsplan, der aus dem Flächennutzungsplan entwickelt wird, bezieht sich auf Teile des Gemeindegebiets. Geregelt wird darin die Art und Weise der möglichen Bebauung auf parzellierten Grundstücken und die Nutzung der in diesem Zusammenhang stehenden, von einer Bebauung frei zu haltenden Flächen. Den Bebauungsplan legt eine Gemeinde als Satzung (Ortsgesetz) fest. Er enthält verbindliche Festsetzungen für die Bürger und die Baubehörden und regelt, wie die Grundstücke bebaut werden können.<sup>124</sup> Obwohl der Bebauungsplan das Rechtsinstrument der verbindlichen Bauleitplanung ist, können wichtige und gestalterisch relevante Entscheidungen bereits vor der Formulierung einer solchen Satzung, als städtebaulicher Entwurf oder vorgeschalteter Rahmenplan, getroffen werden. Diese Festsetzungen sind dann allerdings nicht rechtsverbindlich. Im Bebauungsplan können die Gemeinden auch touristische Sondergebiete ausweisen und somit die bauliche touristische Weiterentwicklung in einem gewissen Maße regeln.

**Landschafts- und Grünordnungsplan:** Landschafts- und Grünordnungspläne werden im Rahmen der Bauleitplanung aufgestellt. Der Landschaftsplan ist dem Flächennutzungsplan zugeordnet und erstreckt sich in der Regel über das ganze Gemeindegebiet. Der Grünordnungsplan kann in einen Bebauungsplan integriert sein oder als eigenständiger Plan aufgestellt werden. In beiden Fällen hat er die Aufgabe, die in den Naturschutzgesetzen formulierten Ziele von Naturschutz und Landschaftspflege für das Gemeindegebiet zu konkretisieren.

Die Selbstverwaltung der Kommunen umfasst ferner folgende Möglichkeiten zur Steuerung der Baugestaltung:

**Ortsgestaltungssatzung:** Nach Art. 81 der BayBO kann der Stadt- / Gemeinderat kraft Satzung örtliche Bauvorschriften erlassen, die auch gestalterische Anforderungen an bauliche Anlagen enthalten können, u. a. Anforderungen an die äußere Gestaltung baulicher Anlagen und Gemeinschaftsanlagen zur Erhaltung und Gestaltung von Ortsbildern oder das Verbot der Errichtung ebendieser. Gestaltungsvorschriften können als eigenständige Gestaltungssatzungen erlassen werden oder in Form von sonstigen gestalterischen Festsetzungen im Rahmen des Bebauungsplans. Das BauGB gibt hierzu in § 9 Abs. 4 die Ermächtigung, landesrechtliche Inhalte in den Bebauungsplan mit aufzunehmen. Auf der Grundlage von Satzungen können die Kommunen Bescheide an Antragsteller erlassen.

In der Ortssatzung wird die Erhaltung und Verbesserung des Straßen-, Landschafts- und Ortsbildes geregelt. Auch wie sich die Stellung, Gestaltung und Proportionen eines Gebäudes in die Umgebung einfügen, kann durch gestalterische und planerische Maßnahmen festgelegt werden. Zumeist verfolgen Ortssatzungen das Ziel eines homogenen bzw. harmonischen Ortsbildes. Für den Tourismus sind diese Ortssatzungen insofern bedeutsam, als das Ortsbild, welches als touristische Attraktion gilt, erhalten bleibt.

<sup>124</sup> OBERSTE BAUBEHÖRDE im Bayerischen Staatsministerium des Innern, Baurecht A bis Z Bebauungspläne.

**Gestaltungsbeirat:** Eine Alternative zur Gestaltungssatzung ist die Installation eines Gestaltungsbeirats; dieses Gremium setzt sich aus Fachexperten zusammen, die überregional anerkannt sind und ein breites fachliches Spektrum abdecken, in der Regel in den Bereichen Städtebau, Landschaft, Architektur, Energie, Kunst und Denkmalpflege. Ziel des Gestaltungsbeirates ist es, durch dieses unabhängige Sachverständigengremium bestehende architektonische und städtebauliche Qualitäten zu sichern und zur Verbesserung des Ortsbildes beizutragen. Der Gestaltungsbeirat unterstützt dabei den Gemeinderat und die Verwaltung der Gemeinde. Er beurteilt städtebaulich bedeutsame Bauvorhaben privater und öffentlicher Bauherren sowie für die Gemeindeentwicklung bedeutsame städtebauliche Planungen hinsichtlich ihrer ortsgestalterischen, architektonischen und ökologischen Qualität. Darüber hinaus kann ein so verstandener, unabhängiger Gestaltungsbeirat der Entwicklung einer ausgereiften und fundierten Diskussionskultur über architektonische Gestaltung dienen. In Städten wie Würzburg, Regensburg und Freising existieren bereits solche Gestaltungsbeiräte.

**Kreisbaumeister / Kreisheimatpfleger:** Ein Kreisbaumeister hat primär die Aufgabe, Bauherren, Planer und Gemeinden bei bautechnischen und gestalterischen Fragen zu beraten sowie Stellungnahmen zu Baugenehmigungsanträgen, bautechnischen Anfragen und bauplanungstechnischen Angelegenheiten abzugeben. Die Stelle des Kreisbaumeisters, der traditionell neben seiner Verwaltungsfunktion immer noch auch eine ‚beratende Gestaltungsfunktion‘ einnahm, wurde landesweit in der jüngeren Vergangenheit oft für verzichtbar gehalten und in den meisten Kreisen nach einer Vakanz nicht mehr neu besetzt. Heute wird aber in vielen Landkreisen, die diese Funktion einst abgeschafft haben, wieder verstärkt der Wunsch nach einem Kreisbaumeister geäußert. Der Kreisheimatpfleger ist dagegen in der Regel ehrenamtlich für den Landkreis tätig. Der Arbeitsschwerpunkt liegt in der Praxis im Denkmalschutz. Heutzutage hat der Kreisheimatpfleger in der Praxis kaum Einfluss auf die Entscheidungen des Gemeinderats.

Innerhalb der Gesetzgebung gibt es Spielräume für innovative und zeitgemäße regionale Architektur. Deren Umsetzung hängt jedoch von der jeweiligen Gemeinde ab. Das Erlassen von Ortssatzungen sowie die Gründung von Gestaltungsbeiräten liegen im Ermessen der Gemeinden. Viele der genannten Instrumente können zur Regelung und zur Optimierung des Ortsbildes dienen, sofern sie richtig eingesetzt werden. Wichtig ist dabei zu wissen, wie das Ortsbild zukünftig geprägt sein soll.

### 3.3.2. Beratungsstellen für Tourismusarchitektur in Bayern

Neben den rechtlichen Rahmenbedingungen sind die am Bauprozess beteiligten Institutionen und Vereine mit ihren Initiativen für die Tourismusarchitektur von Bedeutung. Die Regierungen, Landratsämter und Gemeinden sind zwar ‚genehmigende‘ Institutionen, haben aber neben der Überwachung auch eine Funktion als lenkende ‚Beratungsdienstleister‘.

**Regierung von Oberbayern:** Als Koordinator, in der Bündelung von unterschiedlichen Interessen der staatlichen Fachbehörden, der kommunalen Verwaltungen, der Verbände und Bürger und als Entscheidungsträger fungieren in Bayern die Vertretungen der Regierungsbezirke. Aufgabe der Regierung ist es, diese Interessen aufzugreifen, abzuwägen und Lösungsmöglichkeiten und Kompromisse zu entwickeln. So kommt oft bei großen Tourismusprojekten die Regierung als Koordinator zum Einsatz. In den Gebieten Städtebau, Planung und Bauordnung werden die fachlichen Angelegenheiten des Bauplanungs- und Bauordnungsrechts behandelt. Ebenso ist die Regierung von Oberbayern für die Städtebauförderung zuständig. Die Beratungsinstanz ist die Projektgruppe ‚Sonderaufgaben Städtebau‘.<sup>125</sup> Sie berät die Gemeinden zu allgemeinen Themen des Städtebaus, insbesondere in Fragen des Flächensparens, der nachhaltigen und energieeffizienten Siedlungsentwicklung oder der Baukultur. Bei den Städtebauförderungen (Kap. 3.3.4.) spielt der Tourismus allerdings eine untergeordnete Rolle, dennoch sind die Förderungen auch auf Tourismusdestinationen anwendbar.

**Bayerische Architektenkammer:** Die Bayerische Architektenkammer, eine Körperschaft des öffentlichen Rechts und ein Teil mittelbarer Staatsverwaltung, hat als Ordnungsinstrument im Bereich Planen und Bauen die Aufgabe, „die Baukultur, die Baukunst, das Bauwesen, das behindertengerechte Bauen, die Orts- und Stadtplanung sowie die Landschaftspflege zu fördern“.<sup>126</sup> Die Rolle der Kammer ist es u. a., Behörden und Gerichte in allen die Berufsaufgaben betreffenden Fragen zu unterstützen. Inoffiziell ist die Bayerische Architektenkammer die Anlaufstelle für Bauherren bezüglich gesetzlicher und gestalterischer Fragen. Ebenso gibt es Arbeitsgruppen zu unterschiedlichen Themen, u. a. zum Städtebau und der Landesplanung / Planung im ländlichen Raum. Die vorgenannte Arbeitsgruppe versucht insbesondere, den Dialog mit Vertretern der Ämter für ländliche Entwicklung zu stärken und fortzuführen. Öffentlichkeitsarbeit leistet die Kammer in Rahmen der Programme ‚Architektouren‘ (und seit 1995 im Rahmen des ‚Tages der Architektur‘), ‚Architektur und Schule‘, Kinderführungen zu Architektur, bei Messeauftritten, Bauherrentagen oder Architekturfilmtagen. Die ‚Architektouren‘ bieten Bürgern sowie potenziellen Bauherren nicht nur Einblicke in den architektonischen Entstehungsprozess eines Gebäudes, sondern verdeutlichen auch, wie wichtig das Zusammenspiel bzw. die Kommunikation zwischen Architekten und Bauherren ist.

---

<sup>125</sup> Vgl. REGIERUNG VON OBERBAYERN, Aufgaben.

<sup>126</sup> Vgl. BAYERISCHE ARCHITEKTENKAMMER ByAK, Aufgaben.

Inzwischen ist auch die Bayerische Architektenkammer auf das Thema Tourismusarchitektur aufmerksam geworden und hat zu dieser Thematik bereits drei Symposien organisiert und den Preis ‚artouro‘ verliehen (Kap. 3.2.3.).

**Bund Deutscher Architekten (BDA):** Der Bund Deutscher Architekten, der im Jahr 1903 als Vereinigung freiberuflich tätiger Architekten gegründet wurde, fördert die Kultur des Planens und Bauens, um Aufgaben und Inhalte der Architektur gegen den Qualitätsverlust gebauter Umwelt besser zur Geltung zu bringen. Der BDA versucht durch die ‚Architekturwoche‘, die seit 2002 alle zwei Jahre stattfindet, in Deutschland Interesse für baukulturelle Belange zu wecken und darüber hinaus das kritische Bewusstsein in der Gesellschaft zu stärken: ‚Architektur und Stadtplanung sollen in der Architekturwoche ein lebendiger, erfahrbarer Bestandteil unserer Kultur und Gegenstand des öffentlichen Diskurses sein.<sup>127</sup> In größeren Städten Bayerns finden in diesem Kontext zu definierten Themen eine Woche lang Exkursionen, Symposien und Ausstellungen sowie Schulunterricht für Kinder über Baukultur statt.

**Bayerischer Landesverein für Heimatpflege:** Der Bayerische Landesverein für Heimatpflege, der seit 1902 tätig ist, hat es sich zur Aufgabe gemacht, die regionale Baukultur, die ein Spiegel der vielfältigen und sich immer weiter bewegenden Gesellschaft und Lebensweise ist, zu erhalten, fortzuführen und weiterzuentwickeln. Die praktizierte Heimatpflege im Planen und Bauen ist auf ein funktional klares, konstruktiv selbstverständliches und materialgerechtes Bauen ausgerichtet. Der Verein bietet fachkundige Beratungsangebote für komplexe Fragen des Bauens im ländlichen Raum und zeigt Lösungsmöglichkeiten für ebenso realisierbare Alternativen auf, um die regionale Baukultur sicherzustellen und die vielfältigen Themenfelder des Bauens in einer Kulturlandschaft qualifiziert abzudecken.<sup>128</sup> Analog zu den ‚Architektouren‘ der Bayerischen Architektenkammer organisiert der Bayerische Landesverein für Heimatpflege ‚Häuserfahrten für Bauherren‘. Der Verein hat zwar das Thema Tourismusarchitektur noch nicht als Schwerpunkt behandelt, jedoch sind die Beispiele sowie Informationen für das touristische Bauen in ländlichen Gebieten von Nutzen.

In verschiedenen Landkreisen gibt es neben diesen Institutionen bereits sogenannte Netzwerke von Architektengruppierungen. Sie haben sich die regionale Baukultur ihrer Stadt, ihrer Gemeinde oder ihres Landkreises zum Thema gemacht und organisieren Ausstellungen, Podiumsdiskussionen und Architekturführungen. Viele der Organisationen konzentrieren sich auf die Öffentlichkeitsarbeit und auf eine Stärkung des Bewusstseins für qualitativ hochwertige Baukultur. Nur wenige haben sich im Speziellen auf das Thema Tourismusarchitektur eingerichtet. Dennoch sind viele Informationen sowie Touren bezüglich der Baugestaltung für die Tourismusbauten interessant.

---

<sup>127</sup> BUND DEUTSCHER ARCHITEKTEN BDA, Grußwort.

<sup>128</sup> BAYERISCHER VEREIN FÜR HEIMATPFLEGE E.V., Haus, Siedlung, Landschaft – Leitbild.

Bislang gibt es nur wenige Veranstaltungen zur Architekturvermittlung, welche darüber hinaus hauptsächlich in den städtischen Ballungszentren stattfinden und nicht auf dem Land. Tatsache ist, dass es in der Vermittlung von Tourismusarchitektur einen großen Nachholbedarf gibt. Informationen zu Tourismusbauten sind für Laien bzw. für Investoren, Gemeinden oder private Bauherren immer noch schwer zu erhalten.

### 3.3.3. Wettbewerbsarten und Vergabeverfahren

Wettbewerbe werden in der Regel veranstaltet, wenn für eine anstehende Bauaufgabe oder für eine generelle Ideenfindung der bestmögliche Entwurf gefunden werden soll. Trotz teils präziser Vorgaben, wie Nutzungs- oder Raumprogramme, gibt es unzählige Strategien, ein Bauwerk zu strukturieren, zu konstruieren und zu gestalten. Durch das Wettbewerbsverfahren soll die individuell beste Lösung ermittelt werden. Architekturwettbewerbe sind daher eines der besten qualitäts- und projektorientierten Instrumentarien zur Ermittlung hochwertiger Lösungen hinsichtlich Funktion, Ökonomie und Ästhetik für ein bestimmtes Projekt.<sup>129</sup> Veranstaltet werden diese Wettbewerbe in der Regel vom Bauherrn als Auslober. Diese Rolle kann durch eine öffentliche Institution, eine Firma oder auch eine Privatperson ausgefüllt werden, während die Organisation des Wettbewerbs einem Wettbewerbsmanager obliegt. Seit 2009 gelten in Deutschland die Richtlinien für Planungswettbewerbe (RPW 2008) des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS). Diese ersetzen die ‚Grundsätze und Richtlinien für Wettbewerbe‘ auf den Gebieten der Raumplanung, des Städtebaus und des Bauwesens (GRW 1995).

Folgende Wettbewerbsarten werden im Allgemeinen unterschieden:

Ideenwettbewerbe: Für eine Bauaufgabe können bei einem Ideenwettbewerb grundsätzliche Strategien ermittelt werden, ohne direkt realisierbare Entwürfe zu erhalten. Die Vorgaben dafür sind allgemein gefasst und die Lösungsvorschläge werden nicht detailliert durchgearbeitet.

Offene und begrenzt offene Wettbewerbe: Der offene Wettbewerb erlaubt jedem die Teilnahme, der eine bestimmte berufliche Qualifikation besitzt. Für die Teilnahme an einem begrenzt offenen Wettbewerb können sich alle Architekten und Planer bewerben, die die Teilnahmevoraussetzungen erfüllen, die zumeist durch die Eintragung in die Architektenliste einer Architektenkammer definiert wird. Unter diesen Bewerbern wird eine zuvor festgelegte Anzahl von Teilnehmern ausgewählt.<sup>130</sup>

Einladungswettbewerbe: Ein Einladungswettbewerb wird durchgeführt, wenn für die Aufgabe eine bestimmte Qualifikation, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit oder Erfahrung vorausgesetzt

<sup>129</sup> BMVBS, Richtlinien für Planungswettbewerbe, RPW 2008 §1.

<sup>130</sup> vgl. BAYERISCHE ARCHITEKTENKAMMER ByAK, Architektenwettbewerb.

wird. Dafür werden qualifizierte Planer zur Bewerbung aufgefordert und ein Auswahlgremium wählt die Teilnehmer aus. Als Sonderform gilt das kooperative Verfahren. Es wird dann durchgeführt, wenn die Aufgabenstellung es erfordert, dass während der Bearbeitung ein Dialog zwischen Auslober, Teilnehmer, Preisrichtern und weiteren Beteiligten im Rahmen von Kolloquien stattfindet.<sup>131</sup> Auch erlaubt es, während der Bearbeitung die Vorgaben oder Aufgabenstellungen zu ändern.

Alle öffentlichen Auftraggeber bzw. Auslober, die einen Planungswettbewerb für die Vergabe eines Dienstleistungsauftrags durchführen, haben vor Beginn des Verfahrens den Auftragswert und die Summe der Preisgelder und Zahlungen an die Teilnehmer (§ 3 Abs. 9 VgV) zu ermitteln. Wenn das Auftragsvolumen bestimmte Schwellenwerte (Stand 2012: 200 000 € Netto-Bausumme) überschreitet, müssen Aufträge der öffentlichen Hand für Bauvorhaben europaweit ausgeschrieben werden.

Aufträge werden in einem Verhandlungsverfahren oder in einem Planungswettbewerb nach der Vergabeordnung für freiberufliche Leistungen (VOF) vergeben.<sup>132</sup> Im Rahmen des VOF-Verfahrens gibt es unterschiedliche Vergabeverfahren:

Reines VOF Verfahren: Auswahl allein aufgrund historischer Planungen, ohne Entwurfsvorschläge, Vergabeentscheidung nur auf Prognosen.

VOF-Verfahren mit Einholung alternativer Lösungsvorschläge: Angebot an geringe Anzahl an Lösungsvorschlägen, Vergabeentscheidung nicht allein aufgrund von Prognosen, sondern zusätzlich aufgrund von Planungsansätzen für die anstehende Aufgabe.

Begrenzt offener Wettbewerb / offener Wettbewerb: große bis maximale Anzahl an konkreten Lösungsansätzen möglich, Absicherung der Vergabeentscheidung durch Ergebnis des Planungswettbewerbs.

Allein im Rahmen des Vergabeverfahrens haben öffentliche Auftraggeber einen gewissen Spielraum, um an konkrete Lösungsansätze für ihre Entscheidungsgrundlage zu erlangen. Bis auf das reine VOF-Verfahren ist eine Vorprüfung der Entwurfsvorschläge notwendig, die sich dann auf die Verfahrensdauer auswirkt.

Die verschiedenen Wettbewerbsarten und Vergabeverfahren ermöglichen eine Erlangung von individuellen und zahlreichen Lösungsansätzen. Durch den intelligenten Einsatz von Wettbewerben und VOF-Verfahren können Gemeinden die regionale Baukultur steuern. So können in der Auslobung für eine Tourismusarchitektur bestimmte Kriterien wie Wirtschaftlichkeit,

---

<sup>131</sup> BMVBS 2008: Richtlinien für Planungswettbewerbe, RPW 2008 §3.

<sup>132</sup> Die VOF enthält Detailvorschriften für die Vergabe von Leistungen, die im Rahmen einer freiberuflichen Tätigkeit erbracht oder im Wettbewerb mit freiberuflich Tätigen angeboten werden. Das sind zum Beispiel Leistungen von Architekten und Ingenieuren.

Integration in die Umgebung oder Neuinterpretation der traditionellen regionalen Baukultur verlangt werden.

#### 3.3.4. Städtebauförderung

Seit 1971 haben Bund und Länder mit der Städtebauförderung ein Förderinstrument initiiert, das die städtebauliche Erneuerung unserer Kommunen bis heute entscheidend prägt. Mehr als 1000 bayerische Städte, Märkte und Gemeinden wurden in Städtebauförderprogramme aufgenommen. Insbesondere ländliche Kommunen profitieren von der enthaltenen Finanzhilfe. Die Städtebauförderung ist eine Gemeinschaftsaufgabe von Bund, Ländern und Kommunen.<sup>133</sup> Zwar bezieht sich die Förderung nur indirekt auf die Förderung von Tourismusbauten, jedoch impliziert die Förderung von Baukultur bzw. des Lebensraums auch eine Investition in die Baukultur. Übergeordnetes Ziel der Förderprogramme ist die Unterstützung der Städte und Gemeinden bei ihren Aufgaben und Herausforderungen in der Ausbildung nachhaltiger städtebaulicher Strukturen. Um dies zu bewerkstelligen, gewährt der Bund den Ländern Finanzhilfen gemäß Artikel 104 b des Grundgesetzes, die durch Mittel der Länder und Kommunen ergänzt werden können.<sup>134</sup>

Demnach sind Ziele der Städtebauförderung:

- Stärkung von Innenstädten und Ortszentren in ihrer städtebaulichen Funktion und Fortentwicklung von Stadt- und Ortsteilen mit besonderem sozialen, ökonomischen und ökologischen Entwicklungsbedarf unter Berücksichtigung des Denkmalschutzes.
- Herstellung nachhaltiger städtebaulicher Strukturen in von städtebaulichen Funktionsverlusten betroffenen Gebieten; Kennzeichen für solche Funktionsverluste ist vor allem ein dauerhaftes Überangebot von baulichen Anlagen, wie z. B. Wohnungsleerstände oder Brachflächen in Innenstädten, insbesondere von Industrie-, Konversions- und Bahnflächen.

Die genannten Ziele betreffen ebenso die Baukultur der Tourismusdestinationen. So können touristische attraktive Baudenkmäler oder Ortszentren gefördert und Brachflächen beseitigt werden.

Bedeutsame Städtebauförderungen für die Tourismusarchitektur in Bayern stellen folgende Programme dar:<sup>135</sup>

---

<sup>133</sup> Vgl. KELLER / KLAUS 2011: 7.

<sup>134</sup> Vgl. BMVBS und REGIERUNG VON OBERBAYERN, Städtebauförderung.

<sup>135</sup> Vgl. REGIERUNG VON OBERBAYERN, Städtebauförderung.

- Modellvorhaben ‚Ort schafft Mitte‘:
  - Unterstützung von Kommunen für eine zukunftsfähige Gestaltung der Ortsmitten und Stärkung wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Ortszentren
  - Wissenschaftliche Begleitforschung
- ‚Kleinere Städte und Gemeinden‘
  - Förderung von überörtlicher Zusammenarbeit und von Netzwerken, Sicherung und Stärkung der öffentlichen Daseinsvorsorge von Kommunen im ländlichen Raum
  - Zielgruppe: kleinere Städte, Märkte und Gemeinden in dünn besiedelten, von Abwanderung bedrohten oder vom demografischen Wandel betroffenen Gebieten, vorrangig in strukturschwachen ländlichen Räumen
- ‚Leben findet Innenstadt‘ – Programm ‚Aktive Stadt- und Ortszentren‘
  - Förderung von verstärktem Engagement und von Investitionstätigkeiten in bayerischen Orts- und Stadtzentren
  - Öffentlich-private Kooperationen, Netzwerke von Kooperationspartnern und öffentlich-privaten Projektfonds zur Aufwertung von Stadt- und Ortszentren
  - Zielgruppe: örtliche Wirtschaft, Immobilieneigentümer, Bürger
- Städtebaulicher Denkmalschutz:
  - Sicherung und Erhalt bau- und kulturhistorisch wertvoller Stadt- und Ortskerne
  - Revitalisierung von historischen Einzelgebäuden, Stadtreparatur und Wahrung historischer Ortsstrukturen

Die Städtebauförderung ermöglicht städtebauliche Erneuerungen und die Sicherung unseres baulichen Erbes. Im Rahmen der Förderung kann die Regierung einer Gemeinde empfehlen, einen Architekten als Stadtplaner und Berater hinzuzuziehen oder einen Architektenwettbewerb auszuloben. Aufgrund der Abhängigkeit der Gemeinden von der staatlichen Förderung kann die Regierung so auf den Entwicklungs- und Entscheidungsprozess Einfluss nehmen. Fraglich ist, inwieweit touristische Orte in ländlichen Regionen überhaupt in den Genuss der Städtebauförderung kommen können, etwa für die Sanierung touristischer Infrastrukturen. Das Programm ‚Kleinere Städte und Gemeinden‘ bietet Hilfe für schwächere ländliche Regionen, jedoch zielt diese Förderung nicht auf touristisch attraktive ländliche Orte bzw. auf Siedlungsstrukturen einer ‚totalen Landschaft‘ oder ‚Zwischenstadt‘ ab. Dagegen sind die Modelle ‚Ort schafft Mitte‘, ‚Leben findet Innenstadt‘ oder ‚Städtebaulicher Denkmalschutz‘ auf jedes Ortszentrum anwendbar und stellen somit mögliche Finanzierungszuschüsse für Tourismusdestinationen dar.

### 3.4. Fazit

Bei der Recherche im Internet kann man einige nennenswerte Informationen bzw. Beispiele zu Tourismusarchitektur (u.a. Plattform für Tourismusarchitektur, Sightsleeping Hotels etc.) finden. Die rechtlichen Rahmenbedingungen und Angebote zur Förderung und Beratung zur Baukultur lassen zunächst erwarten, dass es in Deutschland bzw. Bayern eine Vielfalt an qualitativvoller Architektur und interessanten Städtebauentwicklungen zu verzeichnen gäbe; in der Realität sind aber vielerorts unharmonische Ortsbilder bzw. Beeinträchtigungen in den gewachsenen Ortsbildern zu beklagen. Die in diesem Kapitel genannten Fördermittel (Wettbewerbe sowie Städtebauförderungen) sind zwar nicht explizit auf Tourismusarchitektur ausgerichtet, können jedoch einen Beitrag zu hochwertiger Tourismusarchitektur und homogenen Ortsstrukturen leisten. Die Möglichkeit zur Durchführung von Wettbewerben und verschiedenen Vergabeverfahren können zudem neue innovative Lösungsansätze zur Verbesserung der räumlichen Aufenthaltsqualität aufzeigen. Im Folgenden wird der Zusammenhang zwischen Baukultur und Tourismus untersucht. Auch werden im nächsten Kapitel anhand von ‚Best-Practice‘-Beispielen erörtert, welche Merkmale für eine gelungene Tourismusarchitektur maßgebend sind.

#### 4. Baukultur und Tourismus

Ein unharmonisches Ortsbild bzw. die kontextlose Aneinanderreihung von teils sanierungsbedürftigen Gebäuden verschiedener und zusammenhangloser Architekturstile in alpinen Regionen ist ein Zeichen dafür, dass die deutsche Tourismusbranche – im Gegensatz zu den Nachbarländern – im Wesentlichen das Potenzial der Baukultur noch nicht erkannt hat. So versucht der Schweizer Tourismusverband seit geraumer Zeit Städte über ihre Architektur zu vermarkten. Ebenso organisiert das Vorarlberger Architekturinstitut in Österreich mit dem Vorarlberger Tourismusverband gemeinsam das Programm ‚Architekturtourismus‘ für an Architektur interessierte Reisende.<sup>136</sup> In Deutschland sind solche Marketingstrategien bis auf wenige Ausnahmen – genannt werden sollen die Initiative Architekturtourismus in Sachsen-Anhalt, die Manuals zur Tourismusarchitektur in Schleswig-Holstein sowie der Zusammenschluss bayerischer Hotels zu den ‚Sightsleeping Hotels‘<sup>137</sup> – kaum zu beobachten.

Im folgenden Kapitel wird einerseits der Definition für ‚Baukultur‘ und andererseits den Chancen der Baukultur im Tourismus nachgegangen.

##### 4.1. Definition ‚Baukultur‘

Die Baukultur ist die Summe menschlicher Leistungen, die die natürliche oder gebaute Umwelt verändern. Hinzuzuzählen sind die Ingenieurkunst, Innenarchitektur, Belange des Denkmalschutzes, der Kunst am Bau sowie jede weitere Disziplin, die Lebensräume erschafft.<sup>138</sup> Sie umfasst auch den Städtebau und die Ortsplanung. Als erweiterter Kulturbegriff stützt sich die Identität der Baukultur auf die Tradition und Geschichte eines Ortes. Die Verantwortung für die Qualität der gebauten Umwelt liegt jedoch nicht allein bei den Experten (Fachplaner und -disziplinen), sondern ist ein gesamtgesellschaftliches Anliegen. Hinzu kommt, dass die Baukultur lange Lebenszyklen besitzt – als Beispiele seien historische Dorf- oder Stadtzentren, Kirchen, Burgen, Schlösser und Bauernhöfe genannt – und in ihrer historischen Dimension sowohl identitätsstiftend als auch kulturelle Attraktion ist.

Der Verein ‚LandLuft‘ (Verein zur Förderung von Baukultur in ländlichen Räumen), der 2009 erstmals den Baukultur-Gemeindepreis in Österreich ausgelobt hat, definiert Baukultur folgendermaßen:

*„Baukultur ist viel mehr als das ‚ästhetisch schöne‘ Objekt. Sie umfasst soziale, ökonomische, ökologische und gestalterische Fragestellungen, von der Lebensqualität und dem Image ei-*

---

<sup>136</sup> Vgl. VAI → Architekturtourismus.

<sup>137</sup> Vgl. Sachsen-Anhalt Architekturtourismus: SIGHTSLEEPING, Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.: Service Ratgeber – Schritte zur perfekten Gästezufriedenheit, o.J.

<sup>138</sup> Vgl. die Initiative ARCHITEKTUR UND BAUKULTUR.

nes Ortes, bis (hin) zur Organisation des Verkehrs. Sie ist Katalysator für eine Gemeindeentwicklung, die den Herausforderungen kommender Jahre und Jahrzehnte gewachsen ist.“<sup>139</sup> Laut LandLuft kann „die Baukultur die Kommunikation in der Gemeinde stärken und die Identifikation mit dem eigenen Lebensort erhöhen“.<sup>140</sup>

Die BUNDESSTIFTUNG FÜR BAUKULTUR begreift Baukultur als ein umfassendes System: „Baukultur ist sinnlich erfahrbar – im Alltäglichen wie im Einzigartigen. Baukultur stellt das Zusammenspiel zwischen dem Bewahren des Alten und dem Schaffen von Neuem her. Baukultur bedeutet, finanzielle und kulturelle Werte ausgewogen zu berücksichtigen und auf dieser Basis nachhaltig und anspruchsvoll zu gestalten. Baukultur heißt, mit unserer Umwelt verantwortungsvoll umzugehen. Baukultur ist ein Spiegel unserer Gesellschaft und unseres Zusammenlebens. Damit ist sie auch Prozesskultur, die Veränderung und Wandel berücksichtigt. Beispielhafte Baukultur ist nicht nur ‚atemberaubend schön‘, sondern sie berücksichtigt ebenso ökologische und wirtschaftliche Qualitäten und bringt diese mit den soziokulturellen Anforderungen in Einklang.“<sup>141</sup>

Der gebaute Raum bestimmt das Alltagsleben vieler Menschen und stellt die Grundlage ihres Lebensraums dar. Die Art der Mobilität, der Kommunikation, der Interaktion, der Wahrnehmung wird wesentlich durch die Art des Bauens bestimmt.<sup>142</sup> Der Wohnraum als Zuhause, der Büroplatz zum Arbeiten, der Supermarkt zum Einkaufen, Parkanlagen und Plätze zur Erholung, die Kirche als Gebetsraum, der Joggingweg und noch etliche weitere Raumbeispiele beeinflussen das Wohlbefinden eines Menschen, definieren die Aktivitäten, ermöglichen Schutzraum vor Gefahren oder Angst und prägen vor allem eines: das Leben eines jeden Menschen. Schon allein Baumaterialien oder bestimmte Gartenanlagen können das Gemüt des Menschen beeinflussen.

Der Schriftsteller und Philosoph DE BOTTON hat sich in seinem Werk „Architektur und Glück“ intensiv mit jenen Gefühlen befasst, die durch Architektur beim Menschen ausgelöst werden können.<sup>143</sup> Er untersucht eine der wichtigsten Beziehungen im Leben des Menschen zur gebauten Umwelt, nämlich die zu ihren Häusern und Wohnungen. Anhand von Beispielen von mittelalterlichen Hütten bis zu modernen Betonbauten führt DE BOTTON vor Augen, dass Gebäude Wertvorstellungen in gestalterischer Form widerspiegeln können. Architektur erscheint als Stimulanz und als Spiegel des menschlichen Lebens, Denkens und Tuns. DE BOTTON vertritt die Meinung, dass Orte, an denen wir uns befinden, in erheblichem Maß unsere Stimmung beeinflussen. Auch auf die Tourismusarchitektur ist dieser Denkansatz übertragbar.

---

<sup>139</sup> GNAIGER 2009: 6.

<sup>140</sup> Ebd.: 6.

<sup>141</sup> Vgl. BUNDESSTIFTUNG BAUKULTUR, Über Baukultur.

<sup>142</sup> Vgl. BÖHME 2006: 174–178.

<sup>143</sup> DE BOTTON 2008.

Auch hier können Räume, die durch Städtebau, Architektur und Landschaftsarchitektur erzeugt werden, ‚Geschichten erzählen‘. Der Geograf SCHLÖGEL versucht in seinem Buch zu zeigen, dass Geschichte immer in einem spezifischen Raum spielt, dessen jeweilige Kontur an ihr mitschreibt.<sup>144</sup> Die Baukultur kann ebenso in Verknüpfung mit historischen Ereignissen als ‚Geschichtenerzähler‘ für den Tourismus fungieren.

Letztendlich beinhaltet Baukultur den gesamten gebauten Lebensraum mit all den dazugehörigen sozialen, ökonomischen, ökologischen und gestalterischen Faktoren. Unter Einfluss der örtlichen Tradition sowie der topografischen und klimatischen Gegebenheiten entsteht die Baukultur in einem langwierigen Prozess. Sie ist das ‚Produkt‘ der Einheimischen und spiegelt deren Identität wider, ist somit authentisch und bietet Aspekte, für die Touristen sich interessieren können.

#### **4.2. Bestehende Tourismusformen**

Die Baukultur, die aus der Tradition, der Topografie, den klimatischen Verhältnissen, den archaisch feudalen Besitzverhältnissen und gesellschaftlichen Lebensumständen entstanden ist, ist aufgrund ihrer kulturhistorischen Bedeutung identitätsstiftend und authentisch. Es gibt bereits Tourismusarten, die gezielt auf die gebaute Umwelt ausgerichtet sind, nämlich der Städte-, Kultur-, Agro- und Architekturtourismus.

##### **4.2.1. Städtetourismus**

Der Städtetourismus hat die Erkundung einer Stadt und ihrer Kultur zum Ziel. Diese Form des Reisens hat eine jahrhundertlange Tradition, da Städte Ziel vieler Pilgerreisen und der ‚Grands Tours‘ junger Adelliger gewesen sind. Unter Städtetourismus sind heute auch Geschäfts-, Kongress- und Politikerreisen einzuordnen. Die Besucher konzentrieren sich vor allem auf die Zentren der Städte, um wichtige Bauten und Stadträume zu besichtigen. In der Regel suchen Städtetouristen, die zu meist gebildet und einkommensstark sind, das „Gesamterlebnis Stadt“.<sup>145</sup>

Dabei spielen ein stimmiges und ‚besonderes‘ Stadtbild eine maßgebende Rolle. Zu dieser ‚besonderen‘ Atmosphäre tragen bedeutende Museen, Baudenkmäler oder Monumente, Märkte, Kaffeehäuser, ausgefallene Lokale sowie Musik- oder Theaterangebote bei. Städte sind Orte der kulturellen Akkumulation und werden hauptsächlich aufgrund ihres ‚Flairs‘ besucht.<sup>146</sup> Teilweise sind historische Innenstädte geradezu als „begehbare Museum“ anzusehen.<sup>147</sup> Wo historisches Ambiente großflächig inszeniert wird, floriert der Tourismus. Die ‚be-

---

<sup>144</sup> SCHLÖGEL 2003.

<sup>145</sup> STEINECKE 2008: 190.

<sup>146</sup> Ebd.

<sup>147</sup> ROMEISS-STRACKE 2008: 203.

gehbaren' Innenstädte sind aber vielerorts durch die Einrichtung von Einkaufszentren bedroht, was die touristische Vermarktung erschwert.

#### 4.2.2. Kulturtourismus

Analog zum Städtetourismus interessieren sich die Kulturtouristen bei ihren Reisen für Baukunst, kulturelle Veranstaltungen oder besondere Kulturlandschaften. Der Schwerpunkt des Kulturtourismus liegt auf der (Weiter-)Bildung, mit dem Ziel, die Kultur und Eigenarten fremder Länder und Regionen kennenzulernen. Vermittelt wird beim Kulturtourismus ein gebietsspezifisches, authentisches Erlebnis. Maßgebend sind hierbei die traditionelle und regionale Baukunst sowie eine regionsspezifische Kulturlandschaft. In vielen Städten und Kulturlandschaften ist in der Baukultur die Authentizität und der ‚Genius Loci‘ zu spüren. Die Unverwechselbarkeit der ländlichen- oder regionalspezifischen Baukultur zieht heute noch in größerem Maße Touristen an. Aber durch die fortschreitende Technik und die globale Nähe entstehen an vielen Orten ähnliche bis identische Architekturen, wie beispielsweise Zweckbauten (z. B. Supermärkte). Diese Entwicklung fördert die Austauschbarkeit und mindert die Authentizität vieler Orte, da regionale Bezüge und Besonderheiten in der Baukultur fehlen.

#### 4.2.3. Agrotourismus

Der ‚Agrotourismus‘ ist nach SZNAJDER, PREZEZBORSKA und SCRIMGEOUR ein touristisches Angebot im ländlichen Raum, welches Aufenthalte mit Erlebnischarakter auf oder in der Nähe eines Agrarbetriebes umfasst, vorwiegend von Landwirten organisiert wird und diesen ein Zusatzeinkommen ermöglicht.<sup>148</sup> Der Grundgedanke des Agrotourismus ist der persönliche Kontakt zur Gastfamilie, die dem Urlauber Einblicke in ihren Alltag auf dem Land gibt. Viele ländliche Gemeinden sind mit Programmen, wie ‚Urlaub auf dem Bauernhof‘, Veranstaltungen wie dem Bergfestival (z. B. Filmfestivals), Bauern- oder Handwerkermärkten oder mit der Herstellung von regionalen Projekten (z. B. Naturkäserei) zunehmend in diesem Angebotssegment vertreten. Der Agrotourismus gewinnt in dem Maße an Attraktivität, in dem auch der Wunsch der Reisenden nach Authentizität an Bedeutung zunimmt. Zur authentischen ländlichen Baukultur kommt noch die Verbindung mit naturräumlichen Gegebenheiten hinzu und daraus resultieren interessante Angebote in Form von Sportaktivitäten, regionaler Esskultur und kulturellen Sehenswürdigkeiten.

---

<sup>148</sup> SZNAJDER / PREZEZBORSKA / SCRIMGEOUR 2009.

#### 4.2.4. Architekturtourismus

Der Architekturtourismus ist eine Form des Tourismus, bei dem vorrangig besondere und sehenswürdige Gebäude besichtigt werden. Der Begriff Architekturtourismus<sup>149</sup> ist verhältnismäßig jung und wissenschaftlich kaum belegt. Nach einer der ersten Veröffentlichungen über Architektur und Tourismus besitzt zeitgemäße Architektur das Potenzial, unbekannte Orte zu neuen touristischen Reisezielen zu machen: „Of late, a new word, architourism, unveils the possibility for a single work of contemporary (or modern) architecture by a name to attract hordes of tourists to a previously marginal place.“<sup>150</sup> In der Einführung derselben Publikation erinnert SCHWARZER daran, dass prestigeträchtige Architektur kein neues Phänomen ist und die heutigen Bauten bereits als Tourismusmagneten konzipiert werden und globale Marketingüberlegungen schon in der Entwurfs- und Bauphase einfließen. Weiter wird von dem neuen globalen Phänomen berichtet, dass zunehmend zeitgenössische Bauten, wie das Guggenheim Museum in Bilbao, zum Reiseziel nicht nur von Architekturkennern, sondern auch für ein Massenpublikum geworden sind. Diese Architekturen besitzen meist einen ‚USP‘,<sup>151</sup> ein Alleinstellungsmerkmal, und arbeiten mit besonders ungewöhnlichen Formen und bieten einzigartige Raumerlebnisse an. Oft sind es auch Bauten, die aufgrund des entwerfenden Stararchitekten Beachtung erlangen und schon durch dessen Namen breite Besucherschichten ansprechen. Zu solchen USP-Architekturen gibt es eine informative Internetplattform über gebaute Tourismusarchitekturbeispiele: Die Internetseite ‚ARCHITOURIST‘<sup>152</sup> ist ein virtueller Architekturführer, der analog zu dem Internet-Nachschlagewerk ‚Wikipedia‘ funktioniert. Verschiedene Autoren stellen Architekturen vor, deren Besuch sie für lohnenswert halten. Das Bundesland Sachsen-Anhalt fokussiert sich bei der Vermarktung seiner Orte und Regionen bereits auf den Architekturtourismus. Es versucht, Aufmerksamkeit auf die kulturelle und architektonische Vielfalt des Landes zu lenken und somit das Interesse möglichst vieler potenzieller Besucher zu wecken.<sup>153</sup> (Kap. 3.1.1.)

Auf der Internetseite ‚urlaubsarchitektur.de‘ sowie in der gleichnamigen Buchveröffentlichung<sup>154</sup> werden 48 architektonisch herausragende Ferienhäuser, Apartments und kleine Hotels in kurzen Übersichten von Architekten vorgestellt und beschrieben. Die Auswahl der Objekte erfolgte nach Aussage der Seitenbetreiber „ausschließlich nach qualitativen Aspekten“.<sup>155</sup> Die Verfasser der Einträge, selbst Architekten, haben 2007 mit dem Sammeln von Informationen über interessante Ferienunterkünfte mit architektonischem Anspruch begonnen. Seitdem wird die Liste kontinuierlich fortgeschrieben, und auch die Internetseite erfreut sich

---

<sup>149</sup> Zum Thema Architekturtourismus und seinen Phänomenen vgl. OCKMAN / FRAUSTO 2005. Die Publikation erschien anlässlich der gleichnamigen Konferenz 2002 an der Columbia Universität, New York.

<sup>150</sup> SCHWARZER 2005: 23.

<sup>151</sup> USP: unique selling position.

<sup>152</sup> Vgl. ARCHITOURIST.

<sup>153</sup> Vgl. Sachsen-Anhalt Architekturtourismus.

<sup>154</sup> HAMER /WEILAND 2010.

<sup>155</sup> Vgl. Urlaubsarchitektur.

mit monatlich ca. 30 000 Besuchern steigender Beliebtheit. Letztendlich belegt diese hohe Zahl an Besuchern das große Interesse an architektonisch interessanten Unterkünften.

### 4.3. Merkmale einer gelungenen Tourismusbaukultur

Die genannten Tourismusformen zeigen, dass die Baukultur eine wesentliche Rolle für die touristische Attraktivität eines Ortes spielt. Die für die touristische Attraktivität maßgebende Baukultur kann unter dem Sammelbegriff ‚Tourismusbaukultur‘ zusammengefasst werden. Die Tourismusbaukultur beinhaltet unterschiedliche Indikatoren, die im Zusammenwirken Synergieeffekte entstehen lassen. Sie können nach Auffassung der Verfasserin in die Kategorien Nachhaltigkeit, Symbol, Atmosphäre und Entwicklungs- und Bewusstseinsprozess unterteilt werden. Viele der Indikatoren sind allgemeine Grundvoraussetzungen für gelungene Architektur, Landschaftsarchitektur und Städtebau, die hier speziell in Bezug auf Tourismusbaukultur erläutert werden.

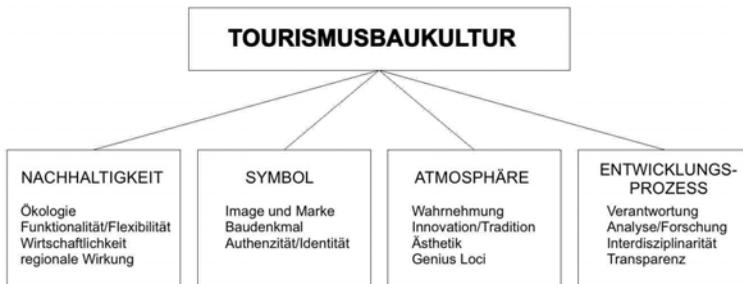


Diagramm 1 Merkmale einer gelungenen Tourismusbaukultur, eigene Darstellung

#### 4.3.1. Nachhaltigkeit

Im Tourismus spielt das Thema ‚Nachhaltigkeit‘ eine immer wichtigere Rolle. So wünschten sich 2013 laut einer Befragung 40 Prozent der Touristen einen ökologisch einwandfreien Urlaub.<sup>156</sup> Energieeffizientes und nachhaltiges Bauen werden heutzutage intensiv diskutiert sowie staatlich gefördert und auch gefordert.<sup>157</sup> Allgemein baut das Nachhaltigkeitskonzept auf drei Säulen auf: ‚Ökologie, Ökonomie und Soziokulturelles, die als gleichwertig und über einen langfristigen Zeithorizont zu betrachten sind.‘<sup>158</sup> Neben den genannten Dimensionen sind ‚die technischen Eigenschaften, Planung und Ausführung sowie in Teilen Standortmerkmale‘<sup>159</sup> für das nachhaltige Bauen qualitätsbestimmend.

<sup>156</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR, Reiseanalyse 2013.

<sup>157</sup> vgl. EnEV, Energieeinsparverordnung.

<sup>158</sup> BMVBS 2011: 14.

<sup>159</sup> BMVBS 2011: 15.

Soziale Nachhaltigkeit bzw. „emotionale und kulturelle Aspekte des sozial nachhaltigen Bauens im Sinne der Ganzheitlichkeit“<sup>160</sup> spielen ebenso eine Rolle. Die Akzeptanz nachhaltiger Bauten hängt stark von der Einbindung in ihr jeweiliges gesellschaftliches Umfeld ab. Kulturelle, ästhetische und soziologische Faktoren sind dabei genauso wichtig wie energieeffiziente Technologien und nachhaltige Herstellungsweisen. Im Zusammenwirken von Baukultur und Nachhaltigkeit entstehen Bauten, die über eine eingeschränkte messbare Nachhaltigkeit hinaus einen Mehrwert für ihre Nutzer und ihre Umgebung darstellen. In Deutschland gibt es die DGNB-Zertifizierung (*Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen* e. V.), ein Gütesiegel für die Bewertung der Nachhaltigkeit. Im Folgenden werden die Aspekte des ökologischen und energieeffizienten Bauens, der Nutzung und Funktion, der Wirtschaftlichkeit sowie die regionale Wirkung beleuchtet.

#### Ökologisches und energieeffizientes Bauen:

Seit den 1980er-Jahren bzw. seit Beginn der Debatte um die globale Erwärmung sind Nachhaltigkeit, ökologisches Bauen und die Verminderung des Energieverbrauchs von Gebäuden zu zentralen Themen in der Architektur geworden. Gefordert wird der werterhaltende, ressourcenschonende Umgang mit Materialien und Konstruktionen. Das bedeutet den Einsatz intelligenter Technologien, innovativer Bauweisen bei der Errichtung, dem Betrieb und dem Rückbau, ökologisch verträgliche Baustoffe und eine ökonomische Energiebewirtschaftung. Moderne Haustechnik und die Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen gehören heute zum Standard, so zum Beispiel in Form von Holzpellets- oder Hackschnitzel-Heizungen. Auch das energieeffiziente Bauen in Form von Niedrigenergie- und Passivhäusern gewinnt zunehmend an Bedeutung. Das betrifft sowohl den Neubaubereich als auch die Sanierung im Bestand. Umweltverträglichkeit heißt aber auch, dass sich die Architektur mit der Umwelt ‚verträgt‘, d. h. sie sich behutsam in die vorhandene Umgebung bzw. in das Erscheinungsbild des Ortes einfügt.<sup>161</sup> Die Themen Energieeffizienz und Ökologie sprechen Lebensstrend-Zielgruppen wie Konservative, Etablierte, Postmaterielle und Hedonisten besonders an und können einen Beitrag zur Verstärkung der touristischen Attraktivität eines Ortes leisten.

#### Funktionalität und Flexibilität:

Das Funktionieren eines Gebäudes ist oberstes Ziel eines Entwurfes. Dies gilt sowohl für die Funktionsabläufe, die Versorgungstechnik des Gebäudes (Nutzung, Gebäudehülle, Technik), als auch für ästhetische Funktionen (Gestaltung, Wohlfühlfaktor), die ein Bauwerk zu erfüllen hat. Eine gründliche Bedarfsanalyse und -planung unter Einbindung von Nutzern, Betreibern, Investoren, (Fach-)Planern und Behörden trägt einen wesentlichen Teil zur einwandfreien Nutzung eines Tourismusbaus bei.

---

<sup>160</sup> PFISTER 2011: 17.

<sup>161</sup> Vgl. GEBHARD et al. 1982: 51ff.

Ebenso ist in Zeiten des Wandels der soziokulturellen Strukturen (demografischer Wandel, neue Familienkonstellationen) Flexibilität in Grundriss und Nutzungsmöglichkeit des Gebäudes unverzichtbar. So sind zuschaltbare Räume für ‚Patchworkfamilien‘ in der Hotelbranche, barrierefreie Zugänge für die Senioren in öffentlichen Gebäuden und Hotels oder flexible Raumaufteilungen für Tagungen denkbar und zunehmend gefragt. Die Wandelbarkeit des Gebäudes und die Anpassungsfähigkeit an stetige Marktveränderungen im Tourismus sind wichtige Faktoren für Funktionalität und Flexibilität.

#### Wirtschaftlichkeit:

Eine weitere Grundvoraussetzung für ein gelungenes (Bau-)Werk ist Wirtschaftlichkeit, d.h. die Angemessenheit der Kosten für die Errichtung eines Gebäudes, einer Landschaftsanlage oder einer Siedlung. Oft werden Entwurfsentscheidungen aufgrund des Budgets getroffen – das Budget hat also einen wesentlichen Einfluss auf die Architektur. In der Regel erfordern Tourismusbauten zeit- und kostensparende Konzepte.<sup>162</sup> Es besteht ein hoher Kosten- und Termindruck, worunter die Planung und Ausführung leiden können. Der Schlüssel zur Lösung dieses Konflikts könnte daher in einer Vorfertigung liegen, die etwa bei Architekten beobachtet werden kann, die mit Systemmodulen in Holzbauweise arbeiten wie beispielsweise Hermann Kaufmann. Die Wirtschaftlichkeit bemisst sich nach PLA‘TOU jedoch nicht nur in den Herstellungskosten eines Bauwerks, sondern auch in der Lebensdauer von qualitativvoller Architektur. Durch die bewusste Verwendung qualitativ hochwertiger Materialien mit hoher Lebensdauer und Pflegeleichtigkeit sowie die Umsetzung zeitlos guter Gestaltung können Kosten eingespart werden: Ein gutes Konzept mit einer stimmigen Architektur kann durch richtige Positionierung und Vermarktung wirtschaftlichen Erfolg für ein touristisches Unternehmen oder einen Ort erzielen.

#### Regionale Wirkung:

Die Aufgabe einer Tourismusdestination besteht neben einer ressourcenorientierten Weiterentwicklung auch darin, es zu ermöglichen, dass „die privatwirtschaftlichen und öffentlichen Akteure auf Netzwerkebene kooperieren und diese Ressourcen, Erfahrungen und Fähigkeiten in einem regionalen Gesamtkonzept integrieren“.<sup>163</sup> Unter dem Begriff Public Private Partnership (PPP)<sup>164</sup> versteht man nach dem heutigen funktionalen Begriffsverständnis die meist langfristig vertraglich geregelte Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und Privatwirtschaft, bei der die erforderlichen Ressourcen (zum Beispiel Fachwissen, Kapital etc.) von den Partnern zum gegenseitigen Nutzen in einen gemeinsamen Organisationszusammenhang gestellt

---

<sup>162</sup> LECHNER, Tom (2010): Vortrag ... VON INNEN ... NACH AUSSEN, „Einblicke in die Arbeit von LP architektur – Tom Lechner“, LP Architektur, in Rahmen der Mittwochsreihe ArchitekturDesign der Akademie der Bildenden Künste München, München (27.10.2010).

<sup>163</sup> INNENHOFER 2010: 27f.

<sup>164</sup> PPP wird auch Öffentlich-Private Partnerschaft (OPP) genannt. Aufgrund der Vielgestaltigkeit der Anwendungsfelder gibt es keine allgemein anerkannte Definition. Der wirtschaftliche Sprachgebrauch hat mittlerweile anerkannt, dass eine PPP sowohl vom Sinn als auch vom Begriffsgehalt her nur dann angemessen ist, wenn die Partner ihre unterschiedlichen Stärken einsetzen können.

werden. Zum Beispiel wurde der Bau der Therme Vals von Peter Zumthor zu 50 Prozent durch die Gemeinde (bzw. eine eigens gegründete Aktiengesellschaft) und zu 50 Prozent durch einen Zusammenschluss von Bund, Kanton, Kantonalbank, Schweizerischer Kreditanstalt und Schweizerischer Gesellschaft für Hotelkredit finanziert.<sup>165</sup> Hierfür gibt es weitere Beispiele wie die Therme Längenfeld im Ötztal sowie das Hotel Ifen im Kleinwalsertal (Kap. 4.4.1.1.), beide in Österreich. Ebenso ist es wichtig, regionale Unternehmen, wie beispielsweise ortsansässige Handwerksbetriebe, in den Prozess einzubeziehen. Architektonisch gelungene Beispiele können eine Chance für die Region sein, die eigene Entwicklung erfolgreich mitzugestalten. Auch stärkt gelungene Baukultur das regionale Selbstverständnis.

#### 4.3.2. Symbol

Oftmals suchen die Touristen bei ihren Reisen das vermeintlich Authentische, Echte und Unberührte. Laut Analyse des ‚touristischen Blicks‘ von URRY sehnt sich der Tourist zwar zur Abgrenzung vom Alltäglichen und Gewöhnlichen nach dem Außergewöhnlichen, aber es muss nicht zwangsläufig authentisch sein.<sup>166</sup> Nach URRY reicht es aus, dass die Touristen bekannte Merkmale erkennen, wie den Eiffelturm oder den Grand Canyon, um die Imagination zu erwecken, an einem anderen Ort zu sein. So suchen die Touristen auf der Reise in der Regel vertraute Motive und Bilder und nicht das Fremde oder Andere, um ihre Vorstellungen über die Welt bestätigt zu sehen. Wichtig ist allein, dass bestimmte Symbole und Objekte abrufbar und verfügbar sind. Diese Strategie verfolgt der klassische Reiseprospekt mit seinen idyllischen Abbildungen, der auch weiterhin als wichtiges Marketinginstrument fungieren wird. Es sind hierbei nicht die plakativen Elemente, wie Schilder und Zeichen, sondern vielmehr die architektonische Gestaltung, die gewisse Werte auf den Besucher überträgt. So vermittelt etwa ein Kirchenraum durch bestimmte Lichteinflüsse, Farbwirkungen und Raumkonstellationen eine religiös-kontemplative Atmosphäre.

#### Image und Marke:

Um eine ‚Marke‘ optimal nutzen zu können, muss die architektonische Ordnung einer Marke beziehungsweise einer Tourismusdestination durchsetzungsstark gestaltet werden. Von der Außenhülle bis zum Innenmobiliar kann die architektonische Gestaltung das Produkt untermalen. So können auch regionale Produkte und Handwerksüter, die eine maßgebende Rolle im Tourismus spielen, besser vermarktet werden. Das Verkaufsprodukt (Wein, Milchprodukte etc.) verkauft sich in der Regel besser, wenn die Räumlichkeiten dieses optimal ‚in Szene setzen‘.

---

<sup>165</sup> 2012 wurde die Hotel und Thermalbad Vals AG (Hoteba) durch die Gemeinde an einem Churer Immobilienhändler verkauft. Vals bricht somit die Zusammenarbeit mit dem Architekten Peter Zumthor ab. Fraglich bleibt, inwieweit die Gemeindeversammlung mit ihrem Entscheid einen zukunftssträchtigen Schritt für eine erfolgreiche touristische Zukunft von Vals getan hat. Sie verzichtet nun auf die Anziehungskraft des Markennamens Zumthor und lässt sich auf einen Investor ein, dessen Seriosität unterschiedlich beurteilt wird.

([www.tagexanzeiger.ch/panorama/vermischtes/Therme-Vals-geht-nun-definitiv-Remo-Stoffel/story/16812875](http://www.tagexanzeiger.ch/panorama/vermischtes/Therme-Vals-geht-nun-definitiv-Remo-Stoffel/story/16812875))

<sup>166</sup> URRY 1990.

Dies reicht vom Logodesign über die Verpackung bis hin zur Architektur. Andererseits verkörpert die ländliche und alpine Baukultur (ehemals) wichtige Wertvorstellungen wie die der ‚Heimat‘<sup>167</sup> und signalisiert die Werte der Sehnsüchte. Heutzutage greifen große Autohersteller auf Architektur zurück und stellen durch diese ihre Marke dar, so am Beispiel der BMW-Welt von Coop Himmelb(l)au oder des Porsche-Museums von Delugan Meissl Associated Architects zu beobachten. Es handelt sich dabei um eine Form der Selbstdarstellung und um eine Vermarktungsstrategie.

### Baudenkmal:

Ein Baudenkmal ist ein Bauwerk, das aufgrund seiner historischen Bedeutung als Kulturdenkmal eingestuft wird. Baudenkmäler sowie historisch bedeutsame Kulturlandschaften sind Bestandteile des Ortsbildes und stehen für touristische Attraktivität. Der Besuch von Kirchen, Schlösser und Burgen sowie Gartendenkmäler (Gartenarchitektur und Gartenkunst) gehört für viele zu wichtigen Bestandteilen eines Urlaubs. Bestimmte Lebensstilgruppen wählen gezielt Unterkünfte aus, um eine intensive historische Atmosphäre in Form von Gebrauchsspuren, vertrauten Materialien oder etwa schlichter zeitgenössischer Ausstattung und Möblierung zu spüren.<sup>168</sup> Oft sind sie in ihrem Bestand gefährdet, noch häufiger werden sie gedankenlos umgebaut und dabei ‚entstellt‘ und entwertet. Auch stehen Denkmalschutz und Tourismus oftmals in einem Konflikt. Gleichwohl besitzen Baudenkmäler eine große Bedeutung für den Ort und symbolisieren bestimmte Werte. Das Angebot reagiert auf die Trends der Sehnsüchte, Bildung, Kultur und Authentizität. Der Erhalt und die Pflege von Bau- und Gartendenkmälern sind für den Tourismus unverzichtbar.

### Authentizität und Identität:

In Zeiten der Globalisierung und Technisierung der Kommunikationsmedien rücken Werte wie Heimat und Originalität in den Vordergrund. So sorgt in jüngster Zeit die Wiedererrichtung von vollkommen zerstörten historischen Bauten (z. B. Berliner Stadtschloss, Altstadt Frankfurt am Main, Frauenkirche Dresden) für Diskussionen. Die Authentizität sowie die Identität<sup>169</sup> gewinnen an Bedeutung, da „die Bindung an einen Ort allgemein mehr und mehr als persönliches Bedürfnis anerkannt wird“. <sup>170</sup> Das Definieren einer Identität stärkt das „Image (einer Tourismusdestination), das sich im Wettbewerb der Städte und Regionen gebrauchen lässt“. <sup>171</sup> Die Authentizität, das ‚Wahre‘ und das ‚Echte‘ der traditionellen Kultur, bietet dem touristischen Ort die einzigartige Identität, nach der die Touristen suchen. Authentizität sowie Identität ei-

---

<sup>167</sup>Die Heimatarchitektur ist analog zu der regionalen Sprachforschung, der Wertschätzung der Dialekte, der Konservierung der Volksmusik, der Haus- und Siedlungsforschung und schließlich dem Studium der volkstümlichen Kunst und Architektur hervorgegangen. Sie suchte die heile Welt in den Ausdrucksformen des bäuerlichen und bürgerlichen Lebens; vgl. ACHLEITNER 1986: 7–16.

<sup>168</sup> Vgl. MAURER 2010: 41–45.

<sup>169</sup> Die Identität eines Ortes ist keinesfalls eine objektive, in den Raum eingeschriebene Qualität, sondern etwas, das mit der Aufenthaltsqualität von Räumen zusammenhängt. Die Identität gleicht einem dynamischen Prozess, welcher kontextabhängig ist und immer wieder neu entsteht.

<sup>170</sup> BECKER 1998: 203.

<sup>171</sup> HATZFELD 2010: 3.

nes Ortes sind „kein baupolitisches Programm, (...) sondern eine immerwährende Herausforderung an Architektur und Städtebau und damit an Architekten und Stadtplaner wie an Bewohner, Besucher, Nutzer der gebauten Stadträume“,<sup>172</sup> um die Unverwechselbarkeit eines Ortes mit seiner echten und unverfälschten Baukultur und die touristische Attraktivität zu stärken.

#### 4.3.3. Atmosphäre

Architektonische Qualität sorgt für die Aufenthaltsqualität bzw. die Atmosphäre. Unterschiedliche Materialien wirken auf Raumbildung, Lichtführung und Konstruktion. Auch beeinflussen Ton bzw. Geräusche und Gerüche im Wesentlichen die Atmosphäre. Das Wohlbefinden wird durch einfache, bemerkbare Elemente erzeugt. Alle Sinne nehmen den gebauten Raum wahr.<sup>173</sup> So machen es auch Gerüche möglich, Orte zu identifizieren. Durch eine glaubwürdige Inszenierung und Anwendung der oben genannten Eigenschaften spürt der Besucher die ‚Atmosphäre‘. Sozial nachhaltig ist auch, wenn „die Atmosphäre vor Ort für bestimmte Zielgruppen positiv und lebensfördernd ist“.<sup>174</sup>

So schreibt GOLDBERGER, dass Architektur uns dazu bewegt, zu fühlen und zu überlegen:

„The making of architecture is intimately connected to the knowledge that buildings instill within us emotional reactions. They can make us feel and they can also make us think.“<sup>175</sup>

WAGNER schreibt: „Die Architektur der Freizeit, die neue Bauaufgabe der Industriegesellschaft, die allzu oft eine Architektur, ohne die Kühnheit der Utopie ist, wird ihm solche Träume dann erfüllen, wenn sie eine Atmosphäre des befreienden Erlebens und ein Ambiente der Phantasie schafft, also eine Architektur der Poesie ist und nichts des bloßen Zwecks.“<sup>176</sup> Laut dem Philosophen BÖHME wird die Atmosphäre durch wesentliche Gestaltungsmittel wie Materialität, Licht und Ton bestimmt. Die Aufenthaltsqualität und räumliche Erfahrung wird durch „leibliche Anwesenheit“<sup>177</sup> mittels Atmosphäre und Befindlichkeit wahrgenommen. Daraus resultiert, so BÖHME, dass „die genuine Zugangsart zu Werken der Architektur die leibliche Anwesenheit sein“ muss.<sup>178</sup> Um eine nachhaltige Atmosphäre zu schaffen, setzt PFISTER bei allen an einem Bauprozess Beteiligten „die Verräumlichung des Denkens“ voraus.<sup>179</sup> Darunter versteht er das Verstehen und Begreifen der Zusammenhänge von Raum, Ort und Marke. Besonders im Tourismus spielen Aufenthaltsqualität und Atmosphäre eine entscheidende Rolle für die Wahl des Urlaubsortes sowie für das Wohlbefinden. Ausschlaggebend für das Wohlbefinden im Tourismus sind ferner die Menschen und das vorhandene Angebot an Unterhaltung

---

<sup>172</sup> BMVBS 2010: 14.

<sup>173</sup> Vgl. BÖHME 2006: 76 ff.

<sup>174</sup> PFISTER 2011: 21.

<sup>175</sup> GOLDBERGER 2009: X of introduction.

<sup>176</sup> WAGNER 1984: 169.

<sup>177</sup> BÖHME 2006: 105.

<sup>178</sup> Ebd.

<sup>179</sup> PFISTER 2011: 161.

und Sehenswürdigkeiten sowie die Ästhetik. Die genannten Merkmale entscheiden über die Aufenthaltsdauer und sind somit ein fester Bestandteil einer gelungenen Tourismusbaukultur. Die folgenden Faktoren beeinflussen den ‚ästhetischen Wohlfühlfaktor‘:

#### Wahrnehmung:

Über die Wahrnehmung und Präferenzen von Touristen in Bezug auf Architektur gibt es nur wenige wissenschaftliche Untersuchungen. Es ist methodisch ein schwieriges Unterfangen, die ästhetischen Erwartungen zu ermitteln, die Touristen an Architektur stellen. Nach Untersuchungen von RAMBOW „bedeutet Architektur für Laien vor allem die Herstellung attraktiv anzuschauender und prestigeträchtiger Luxusobjekte und ist daher von ihrem eigenen alltäglichen Denken und Erleben weit entfernt“.<sup>180</sup> Man kann aber annehmen, dass sich Touristen im Gegensatz zum Berufs- oder Familienalltag in ihrem Urlaub mehr Zeit nehmen, dass sie ihre Umwelt also bewusster wahrnehmen. So ergab die Auswertung einiger Sonderfragen der Reiseanalyse 2008 der FUR<sup>181</sup>, dass die Mehrheit der befragten Touristen den Urlaub an einem Ort mit „einem ursprünglichen, unverfälschten Charakter“ präferieren.<sup>182</sup> Ferner legen laut vorgenannter Umfrage 25 Prozent der Urlauber bei der Wahl ihres Reiseziels großen Wert auf ein schönes Ortsbild und schöne Architektur. Für 22,4 Prozent der Befragten spielt der Baustil bzw. die Architektur bei der Wahl einer Urlaubsunterkunft eine entscheidende Rolle. Für 73,1 Prozent ist dagegen die Lage und für 46,3 Prozent die Inneneinrichtung sowie das Ambiente bei der Wahl der Urlaubsunterkunft wichtig.<sup>183</sup>

Fakt ist auch laut BÖHME, dass alle Sinne den gebauten Raum wahrnehmen.<sup>184</sup> Unterschiedliche Materialien sowie Farben wirken auf Raumbildung, Lichtführung und Konstruktion. So beeinflussen Ton bzw. Geräusche und Gerüche im Wesentlichen die Atmosphäre. Durch eine glaubwürdige Inszenierung kann der Besucher die ‚Atmosphäre‘ spüren. Die einfachen, bemerkbaren und unmerklichen Elemente, die Wohlbefinden erzeugen, können über die Aufenthaltsdauer entscheiden und sind somit fester Bestandteil einer gelungenen Tourismusbaukultur.

#### Balance zwischen Innovation und Tradition:

Viele der Sehenswürdigkeiten, die für Touristen interessant sind, sind aufgrund ihrer unschätzbaren Qualität und Ikonenhaftigkeit zeitlos. Die meisten dieser Baudenkmäler sind historische Zeugnisse und haben sich auf Dauer bewährt. Gelungene Bauwerke weisen trendlose Qualität in Form, Material und Gestaltung auf und vermitteln eine angenehme Atmosphäre und Aufenthaltsqualität. Dabei ist ein wichtiges Thema bei der Weiterentwicklung, die richtige Dosierung von zeitgemäßen und traditionellen Werten zu finden, da die meisten Tourismusre-

---

<sup>180</sup> RAMBOW 2000: 74.

<sup>181</sup> Die Reiseanalyse wurde im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie durchgeführt.

<sup>182</sup> ROMEISS-STRACKE 2008 Touristen und Architektur: 5.

<sup>183</sup> Ebd.: 6.

<sup>184</sup> Vgl. BÖHME 2006: 76 ff.

gionen in einem Konflikt zwischen Tradition und Innovation stehen. Maßgebend ist dabei, die historische Kulturlandschaft sowie die touristisch attraktive regionale Baukultur zu erhalten und im Sinne des bereits bestehenden authentischen Images die bauliche Entwicklung fortzuführen. ACHLEITNER schrieb dazu bereits 1976: „Es darf nicht das Neue mit dem Alten durch falsche Nachahmung in eine unfaire Konkurrenz treten. Wenn sich das Neue in den entscheidenden Faktoren (und damit ist nicht die Dachneigung gemeint), in der Wahl des Materials, in der Entwicklung der Baumassen, in der Weiterführung alter Bebauungsstrukturen usw. an das Vorhandene anschließt, so wird dieser Landschaft wenig Schaden zugefügt“.<sup>185</sup> Einerseits sind die traditionellen und regionalen Bauten touristische Magnete, andererseits sehen die Touristen das Zeitgemäße als wichtigen Faktor für ihren Aufenthaltskomfort. Wichtig ist es für solche Tourismusregionen, die richtige Balance zwischen Tradition und Innovation bzw. das richtige „Mischungsverhältnis von Lokalität und Modernität“<sup>186</sup> zu finden. Eine Tourismusbaukultur, die nicht den globalen gestalterischen Trends folgt und gelungene und qualitätsvolle Räume vermitteln kann, ist für die langfristige und touristische Attraktivität außerordentlich wertvoll.

#### Ästhetik:

Die Wahrnehmung der Schönheit wird in der Architektur klassischerweise auf Proportion, Maß und Dimension bezogen; der römische Architekturtheoretiker Vitruv prägte hierfür den Begriff ‚venustas‘.<sup>187</sup> Sie ist die Kombination von gelungener Architektur und Städtebau, die Ausgewogenheit von alten und neuen Bauten sowie zwischen unbebauter und bebauter Fläche. TESSIN definiert Ästhetik folgendermaßen am Beispiel von Parkanlagen: „Man wünscht sich einen angenehmen Aufenthalt, einen Ort, wo man sich wohl fühlt. Man will sich ein bisschen erholen, zur Ruhe kommen, ohne sich zu langweilen, aber auch ohne sich zu ärgern. Entspanntes Wohlbehagen als Motto, und auf dieses Ziel hin – anders als im Bereich der Kunst – ist das gesamte ästhetische Erlebnis der Besucher ausgerichtet, das wie gesagt, weit über die ästhetische Wahrnehmung der Parkgestaltung hinausgeht, und das man mit dem Begriff der ‚Ästhetik des Angenehmen‘ fassen könnte.“<sup>188</sup> Ferner betont er, dass ‚die richtige Dosierung‘ bzw. ‚das richtige Maß‘ hinsichtlich der räumlichen Dimension und Proportion für die Ästhetik des Angenehmen entscheidend ist“.<sup>189</sup> Die Ästhetik hat Auswirkungen auf das Wohlbefinden: Jeder, der selbst einen Urlaub plant, möchte dort hinfahren, wo es schön ist bzw. wo man sich wohl fühlt. Schönheit versteht sich hier aus der Zusammensetzung verschiedener Faktoren wie Tradition, Landschaft, Kultur, Architektur, Hygiene und Ambiente. Die Ästhetik,

---

<sup>185</sup> ACHLEITNER 1976: 552

<sup>186</sup> KRAMER 2002: 253.

<sup>187</sup> Vitruv fasst unter dem Begriff ‚venustas‘ (Anmut, Reiz oder Schönheit) die Maxime der Architektur zusammen und unterteilt sie in sechs Grundbegriffe: ‚ordinatio‘, ‚dispositio‘, ‚eurythmia‘, ‚symmetria‘, ‚decor‘ und ‚distributio‘. ‚Ordinatio‘, ‚eurythmia‘ und ‚symmetria‘ beziehen sich auf die Proportionen, die Wirkung des Gebäudes und auf die Komposition einzelner Teile. ‚Dispositio‘, ‚decor‘ und ‚genus‘ beziehen sich dagegen auf den Bauentwurf und seine Darstellungsmöglichkeiten (Grundriss, Schnitt und Ansicht), auf die Angemessenheit des gewählten ‚genus‘, ein System von Proportion und Formen.

<sup>188</sup> TESSIN 2008: 39.

<sup>189</sup> Ebd.: 42.

welche ein harmonisches Zusammenspiel aller genannten Elemente ist, trägt entscheidend zur Befindlichkeit bei und ist ein maßgebender Faktor für die Wahl des Reiseziels, der Unterkunft und der Gastronomie.

#### Genius Loci:

Der Genius Loci<sup>190</sup> ist wesentlich für die touristische Attraktivität eines Ortes, um der Austauschbarkeit weitverbreiteter Nicht-Orte<sup>191</sup> genauso zu entgehen wie dem billigen Kitsch. In der Regel ist der Ort, an dem ein architektonisches Werk entsteht, von besonderer Bedeutung. Der Genius Loci wird als atmosphärische, wahrnehmbare, aber nicht fassbare Erfahrung über die physische Präsenz hinaus beschrieben<sup>192</sup> bzw. als Begegnung mit einem besonderen Geist, der an einem Ort herrscht. Diese Begegnung wird später als ‚meist in einer mit emotionalen Facetten gespeicherten Bildhaftigkeit‘<sup>193</sup> erinnert. Architektur, Städtebau und Landschaftsarchitektur, als Qualitätsbegriff verstanden, sollten immer in einen größeren Kontext eingebunden sein. ‚Orte‘ sind an unterschiedliche Bedingungen und Anforderungen gebunden: Topografie, Klima, Landschaft und Geschichte. Der Genius Loci beinhaltet darüber hinausgehend die Atmosphäre und die Befindlichkeit, die Aura des Ortes. Er kann durch ein abstraktes Motiv, aber auch durch besondere Veränderungen im Wandel der Jahreszeiten oder die Historie an dieser Stelle charakterisiert sein. Daher gilt es, Besonderheiten zu erkennen, die einen Ort ausmachen und ihn von anderen unterscheiden. Architektur muss sich daher in den vorgefundenen Kontext einfügen und aus den Bedingungen des Ortes heraus entwickelt werden. Die Aufgabe der Architektur ist es aber nicht, sich unterzuordnen, sondern in einen Dialog mit ihrer Umgebung zu treten. Hat man den Genius Loci erkannt, gilt es, seine Qualitäten in den Entwurfsprozess für das Projekt zu integrieren.

#### 4.3.4. Bewusstseins- und Entwicklungsprozess

Um eine gelungene Tourismusbaukultur zu schaffen oder zu erhalten, spielen das Bewusstsein für Baukultur und der Entwicklungsprozess eine große Rolle. Seit der Einführung des 8-jährigen Gymnasiums in Bayern im Jahr 2004 werden an bayerischen Gymnasien im Fach Kunst die Wahrnehmung der gebauten Umwelt, Architektur und Design unterrichtet.<sup>194</sup> Hierbei sind Verantwortung gegenüber der gebauten Umwelt, Analyse und Forschung, Interdisziplinarität und transparente Prozesse von Bedeutung. Entscheidend dabei ist auch gute Kommunikation und Formulierung von Zielen oder Visionen.

---

<sup>190</sup> Wörtlich übersetzt: ‚der Geist des Ortes‘.

<sup>191</sup> Der Begriff Nicht-Ort (frz. non-lieu, engl. non-place) stammt von dem französischen Anthropologen Marc Augé. Unter Nicht-Orte versteht er insbesondere monofunktional genutzte Flächen im urbanen und suburbanen Raum wie Einkaufszentren (Shopping Malls), Autobahnen, Bahnhöfe und Flughäfen. Der Unterschied zum traditionellen, insbesondere anthropologischen Ort besteht im Fehlen von Geschichte, Relation und Identität sowie in einer kommunikativen Verwahrlosung; vgl. AUGÉ 2010.

<sup>192</sup> db Deutsche Bauzeitung, 11/2008: Genius Loci.

<sup>193</sup> PLESSEN 2008: 21.

<sup>194</sup> Vgl. LEHRPLAN KUNST für Gymnasien in Bayern. Inwieweit das Thema Wahrnehmung tatsächlich im Unterricht behandelt wird, bedarf jedoch weiterer Studien.

Das seit Jahren umstrittene Großprojekt ‚Stuttgart 21‘ zeigt die Wichtigkeit eines transparenten Entwicklungsprozesses sowie von Kommunikation zwischen Politik und Öffentlichkeit. Das Projekt ‚Stuttgart 21‘, das seit den 1980er-Jahren entwickelt wurde und derzeit im Bau befindlich ist, ist ein Verkehrs- und Städtebauprojekt zur Neuordnung des Eisenbahnknotens Stuttgart. Kern des Projekts ist die Umwandlung des Stuttgarter Kopfbahnhofs in einen unterirdischen Durchgangsbahnhof. Die Zulaufstrecken werden in Tunnel verlegt und die freiwerdenden Gleisflächen der Stadtentwicklung zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus sollen drei neue Bahnhöfe sowie die Neubaustrecke Stuttgart–Wendlingen entstehen. Das Projekt wird seit Jahren von Protesten der Projektgegner begleitet. Bemängelt worden sind unter anderem Eingriffe in die Umwelt, in die Bausubstanz von Denkmälern sowie in privates Eigentum. Von Oktober 2010 bis Herbst 2011 fanden öffentliche Schlichtungsgespräche statt. Im Rahmen einer Volksabstimmung zu ‚Stuttgart 21‘ im November 2011 haben sich die Wähler letztendlich für das Milliardenprojekt entschieden. Der intransparente Prozess lähmt jedoch bis heute den Baufortschritt und verursacht Konflikte.

#### Verantwortung:

Jeder, der baut, trägt die Verantwortung, eine angemessene (Landschafts-)Architektur in die Umgebung oder Landschaft einzufügen. Dabei bezieht sich die Verpflichtung nicht nur auf die qualitätvolle Gestaltung der Neubauten, sondern es geht ebenfalls um den Erhalt und die Pflege des Bestehenden. Die Verantwortung liegt in den Händen der Regierungen, der Gemeinden, bis hin zu den einzelnen Bürgern. Es ist die Aufgabe der Länder und Gemeinden, ihre Vorbildfunktion im Hinblick auf die Baukultur wahrzunehmen. Die öffentliche Hand als Arbeitgeber (Staat) sollte als Vorbild und Sachverwalter der Bürger, insbesondere für qualitätsorientierte Prozesse in Sachen Baukultur, mit gutem Vorbild vorangehen. Eine gelungene Baukultur bzw. „die Qualität von Baukultur lässt sich nicht über Vergabeverfahren sicherstellen, sondern ausschließlich durch das Engagement von Einzelpersonlichkeiten und deren Zusammenwirken“. <sup>195</sup> Letztendlich ist Baukultur soziale Verantwortung. Wenn diese gegenüber der gebauten Umwelt erkannt und getragen wird, so ist es möglich, die touristische Attraktivität der regionalen Baukultur zu erhalten. Dabei ist eine kontinuierliche und konsequente Wahrnehmung der baukulturellen Verantwortung über den gesamten Planungs- und Bauprozess und auch einen nicht determinierten Zeitraum aller Projektbeteiligten von essenzieller Bedeutung.

#### Analyse und Forschung:

Die Analyse vor Orten ist maßgebend für eine gelungene Tourismusbaukultur. Die Auseinandersetzung mit den Zielgruppen, den Zukunftstrends des Reisens, der Wirkung der vorhandenen und neu entstehenden Räume, der touristischen Infrastruktur und der Orts- und Landschaftsstruktur sind wichtige Voraussetzungen, um erfolgreiche Konzepte für den Tourismus zu

---

<sup>195</sup> BRAUM 2012: 12.

entwickeln. So lassen sich Touristen in Lebensstilgruppen mit unterschiedlichen Bildungs- und Einkommensniveaus unterscheiden; mit zunehmender Reiseerfahrung rücken Kultur-, Genuss- und Designthemen bei der Urlaubswahl in den Vordergrund. Diese Erkenntnisse sollten zu einer eingehenden Analyse im Vorfeld des architektonischen Entwurfs führen. Zudem gilt es, die besonderen Merkmale, den Genius Loci, herauszukristallisieren, um Anhaltspunkte, Themen, Motive und Zwänge, welche durch die Wahl des Grundstückes entstehen, zu erkennen und für die Touristen sichtbar zu gestalten.

#### Interdisziplinarität und interkommunale Zusammenarbeit:

Die Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen (Architekten, Landschaftsarchitekten, Fachplaner, Kulturhistoriker, Denkmalschutzbeauftragte, Touristiker oder Tourismusverbände, Gemeinden, Gemeinde- oder Stadträte, Bürger, Investoren etc.) und die interkommunale Zusammenarbeit sind für einen reibungslosen Prozess und ein qualitativvolles Ergebnis von fundamentaler Bedeutung. Für einen tadellosen Prozess ist eine gute Kommunikation und fundiertes fachliches Wissen der Beteiligten notwendig. Auf Interdisziplinarität wird leider bei vielen Bauvorhaben kein besonderes Augenmerk gelegt. Architekten und Touristiker arbeiten in den seltensten Fällen bei Tourismusarchitekturen zusammen. So wie bei der Forschung neue Erkenntnisse gewonnen werden können, ist hier der ‚In- und Output-Prozess‘ von Informationen für gute Tourismusbaukultur von Bedeutung. Oft kommt aufgrund von wirtschaftlichen Abhängigkeiten die Planungsqualität zu kurz: „Die so genannten ‚Paketlösungen‘ erzeugen Interessenkonflikte zwischen qualitätsorientierter Planung und gewinnorientierter Bauausführung und münden meist in ein Defizit für die Baukultur.“<sup>196</sup>

#### Transparente Prozesse:

Gelungene Tourismusbaukultur hängt maßgeblich von optimierten Entwicklungsprozessen ab. Am Beginn steht immer eine Idee, die mit einem starken Willen zur Realisierung verbunden ist. Aufbauend auf diese Idee und die Zusammenarbeit aller Beteiligten entwickelt sich ein Planungsprozess, in dem Raum- und Funktionsprogramme und gestalterische Aspekte diskutiert und Entscheidungen gemeinsam getroffen werden. Dieser Kommunikationsprozess hält bis zur Fertigstellung des Bauprojektes an. Ein weiterer wesentlicher Beitrag zum Gelingen eines Bauprojektes liegt in der Nachbar- bzw. Bürgerbeteiligung, und zwar bereits zu Beginn der Planung. Der transparente Prozess verhindert spätere unnötige Kosten und Konflikte und stärkt die Identifizierung der Bürger mit dem Ort. Grundlegend dabei ist die Prämisse, dass Laien und Fachleute Architektur unterschiedlich wahrnehmen und divergierende Geschmacksvorstellungen haben.<sup>197</sup> Der transparente Prozess besteht aus der Definition gemeinsamer Ziele und der Vermittlung dieser an alle Beteiligten durch einen neutralen Moderator.

---

<sup>196</sup> ÖSTERREICHISCHER BAUKULTURREPORT 2006: 53.

<sup>197</sup> Vgl. RAMBOW 2000: 47ff.

#### 4.4. Innovative Architektur als regionaler Generator

Namhafte oder preisgekrönte Projekte in alpinen Regionen, insbesondere in den Nachbarländern Österreich und der Schweiz, haben erwiesenermaßen den Tourismus vor Ort bereits angeregt. Diverse Sanierungs- und Erweiterungsprojekte, die sich mit zeitgemäßer Gestaltung, Funktion und mit ökologischen Bauweisen auseinandersetzen, beeinflussen die dortigen Tourismusregionen positiv und fungieren als Impulsgeber. Die folgenden Projekte zeigen, dass in verschiedenen alpinen Destinationen Entwicklungen stattfanden und stattfinden. Da diese Projekte einen wirtschaftlichen Erfolg bewirken und wegweisend für weitere Projekte sind, scheinen sie eine Bereicherung für die Weiterentwicklung der Region zu sein. Einige Orte in Österreich und der Schweiz haben sogar gezielt städtebauliche Sanierungsmaßnahmen durchgeführt. Diese Beispiele funktionieren im Gesamtkontext und fungieren, wie die Einzelbeispiele, als ‚regionaler Generator‘. Bei zeitgenössischer Tourismusarchitektur hat Bayern, wie auch andere Destinationen in Deutschland, einen Nachholbedarf – sowohl was die Umsetzung als auch was die Diskussion über entsprechende Projekte anbelangt. Dennoch gibt es vereinzelt interessante und nennenswerte Ansätze für Tourismusarchitektur in Bayern, die im Folgenden neben vorbildhaften Beispielen aus dem Ausland vorgestellt werden. Die Beispiele stehen zwar stellvertretend für das Attribut einer gelungenen Tourismusbaukultur im Diagramm 1, viele der Beispiele erfüllen aber mehrere Merkmale der vier Kategorien.

##### 4.4.1. Nachhaltigkeit

Energieeffizientes Bauen bzw. nachhaltiges Bauen sind derzeit aktuelle Themen. Anlässlich der Fachmesse ‚Klimahouse 09‘ in Bozen wurde durch die Agentur KlimaHaus<sup>198</sup> das neue Label ‚KlimaHotel‘ eingeführt. Die ‚KlimaHotel‘-Zertifizierung ist ein Gütesiegel für nachhaltig gebaute Hotels, die sich durch niedrige Betriebs- und Unterhaltskosten auszeichnen. Das ‚KlimaHotel‘-Gütesiegel soll Investoren auch Unterstützung in der Planungsphase bieten: Orientierung für die Leistungsziele eines Gebäudes, Reduzierung des Energieverbrauchs und der Kosten in der Nutzungsphase. Darüber hinaus soll es Touristen Qualitätskriterien und praktizierten Umwelt- und Klimaschutz glaubwürdig vermitteln und Werte wie Nachhaltigkeit, Gesundheit und Wohlbefinden garantieren.

Folgende Bauten sind vorbildliche Beispiele für nachhaltiges, wirtschaftliches und umweltfreundliches Bauen:

---

<sup>198</sup> Die Agentur KlimaHaus in Bozen wurde 2006 gegründet und agiert seither als öffentliche und unabhängige Institution für die energetische Zertifizierung von Gebäuden sowie für die Aus- und Weiterbildung für alle am Bau mitwirkende Akteure. KlimaHaus ist ein Zertifizierungssystem für energieeffizientes Bauen in der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol. Es wurde 2002, angelehnt an die EU-Gebäuderichtlinie 2002/91/EG, als erstes Gebäudelabel in Italien eingeführt und dient als ein Standard für ökologisches, ressourcenschonendes und nachhaltiges Bauen. [www.klimahaushausagentur.it](http://www.klimahaushausagentur.it)

#### 4.4.1.1. Hotel Chesa Valisa und Hotel Ifen

Bauvorhaben:	Erweiterung (Chesa Valisa) / Neubau (Ifen)
Funktion:	Naturhotel (Chesa Valisa) / 5-Sterne-Hotel (Ifen)
Architekt:	Hermann Kaufmann
Ort/Fertigstellung:	Kleinwalsertal, Österreich, 2002/2010
Internetseite:	<a href="http://www.naturhotel.at">www.naturhotel.at</a> , <a href="http://www.travelcharme.com/hotels/ifen-hotel-kleinwalsertal.html">www.travelcharme.com/hotels/ifen-hotel-kleinwalsertal.html</a>



Abbildung 20 Hotel Chesa Valisa, Kleinwalsertal (A)

Tourismus:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Kleines Walsertal</u>: reiner Tourismusort mit Winter- und Sommersportangeboten, Hotellandschaft. (Das Tal ist mit dem Auto nur von deutscher und nicht von österreichischer Seite zu erreichen.)</li><li>- <u>Naturhotel</u>: ökologische Materialauswahl, regionale Küche, ökologisches Denken z. B. ‚Belohnung‘ für Besucher, die ihr Auto während ihres Aufenthaltes nicht benutzen.</li><li>- <u>Raiffeisen-Holding (Ifen)</u>: Die regionale Kultur sowie der Tourismus werden von der Walser Raiffeisen-Holding unterstützt. Diese Genossenschaftsbank schafft Grundlagen und Umsetzungshilfen für eine nachhaltige Entwicklung im Tal.</li></ul>
Städtebauliche Einbindung:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Naturhotel</u>: an einem Hang, von der Hauptstraße etwas abgelegen.</li><li>- <u>Ifen</u>: an einer markanten Straßenkante.</li></ul>
Architektur:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Naturhotel</u><ol style="list-style-type: none"><li>1. Symbiose von Alt und Neu: Der Zubau als Holz-Glas-Konstruktion verbindet die bestehenden Altbauten, schafft eine neue Mitte mit Aufenthaltsqualität und beinhaltet eine neue Rezeption, Lobby, Wintergarten, Kinderbereich, Seminarraum, Naturladen und Weinkeller.<sup>199</sup></li><li>2. Konzept der Elemente Erde-Wasser-Feuer: Stampflehmwände im Eingangsbereich und im Weinkeller, Integration eines Wasserfalls in das Naturhotelkonzept, offene Feuerstelle, Verwendung von Filz, Holz und Wolle bei der Inneneinrichtung.<sup>200</sup></li></ol></li><li>- <u>Hotel Ifen</u>: Neupositionierung durch ein 5-Sterne-Hotel, Neuerrichtung des historischen Altbaus und zweier moderner Anbauten.</li></ul>
Finanzierungsmodell Hotel Ifen:	<ul style="list-style-type: none"><li>- Schließung des einst bedeutenden Hotels Ifen, 2005 Erstellung eines Finanzierungsmodells.</li><li>- 2006 Erwerb der Beteiligung der Raiffeisen-Holding an der Hotelbetriebs- und Errichtungs- GmbH.</li><li>- Finanzierung: Die Raiffeisen-Holding ist zu 50 Prozent an dem Projekt beteiligt. In einem Architekturwettbewerb entschied man sich für die Holz-Architektur des Architekten Hermann Kaufmann.<sup>201</sup></li></ul>

<sup>199</sup>vgl. NATURHOTEL.

<sup>200</sup> KAPFINGER 2009: 188f.

<sup>201</sup> SCHERER 2010: 16–21.

## **Bewertung:**

Nachhaltigkeit – Umweltverträglichkeit beim Naturhotel: Das Thema Nachhaltigkeit sowie die Naturelemente spielen eine wesentliche Rolle und bestimmen das Nutzungs-, Gestaltungs- und Baukonzept. Interessant ist die Kombination von alter und neuer Architektur, die sich unmittelbar gegenüberstehen. Dieser Ansatz zeigt eine Weiterentwicklung der örtlichen Baukultur mit heimischen Baumaterialien. Ein einheitliches Konzept von Nutzung, Bauart und Gestaltung, zusätzlich kombiniert mit ökologischen Aspekten, kann umweltbewusste Gäste anziehen und somit eine neue Zielgruppe erschließen. Die Hotelenerweiterung hat eine positive Wirkung auf den Ort und Vorbildcharakter bezüglich der Nachhaltigkeit.

## Regionale Wirkung des Hotel Ifen:

Zum Tourismuserfolg im Kleinwalsertal trägt das Engagement der Walser Raiffeisen-Holding wesentlich bei. Zunächst als Genossenschaftsbank gegründet, entstanden 1993 die Raiffeisenbank Kleinwalsertal AG und die Walser Raiffeisen-Holding.<sup>202</sup> Die jährlichen Dividenden kommen der Allgemeinheit zugute. So schafft die Raiffeisen-Holding Grundlagen und Umsetzungshilfen für eine nachhaltige Entwicklung im Tal. Die Genossenschaft hat ihre Hauptaktivitäten im Bereich der Wirtschaftsförderung mit Schwerpunkt Tourismus und vor allem in der Sicherung des Bankenplatzes Kleinwalsertal. Bedeutende Projekte sind die Errichtung eines Biomasseheizkraftwerks, die Kleinwalsertal-Bergbahn AG, die Errichtung des Einkaufszentrums ‚Sternpassage‘ und nicht zuletzt des Hotels Ifen. Die Beteiligung der örtlichen Genossenschaftsbank ist bei diesem Projekt für den Erfolg des Projektes maßgebend. Mit dem Betreiber Travel Charme fand die Holding einen Co-Investor. Durch die wirtschaftliche Förderung und Beratung stärkt die Genossenschaft die Identität bzw. die Gemeinschaft und damit den Tourismus. Auch die Auslobung eines Architektenwettbewerbs ist hier anerkennenswert, da auf diese Weise verschiedene Lösungsansätze untersucht werden konnten.



Abbildung 21 Hotel Ifen, Kleinwalsertal (A)

---

<sup>202</sup> Vgl. RAIFFEISEN HOLDING Kleinwalsertal.

#### 4.4.1.2. Hotel Pension Perfler

Bauvorhaben:	Erweiterung
Funktion:	3-Sterne-Hotel
Architekt:	Peter Jungmann
Ort/Fertigstellung:	Sillian, Südtirol, Österreich, 2004
Internetseite:	<a href="http://www.hotel-perfler.at">www.hotel-perfler.at</a>



Abbildung 22 Hotel Pension Perfler, Anbau, Sillian, Südtirol (A)

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| Tourismus:                 | <ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Sillian, Hochpustertal</u>: bekanntes Skigebiet, starkes Winterangebot.</li><li>- <u>3-Sterne-Familienbetrieb mit Mischung aus altem und neuem Architekturstil</u>: Umbau des Altbaus und Erweiterungsbaus mit 8 Zimmern, Speisesaal und Mini-Spa auf einem kleinen, begrenzten Grundstück, regionale Küche und Wellness als Angebotserweiterung.</li></ul>   |
| Städtebauliche Einbindung: | <ul style="list-style-type: none"><li>- Etwas abseits von der Ortsmitte.</li><li>- Bau eines intelligent belichteten Parkdecks, das sich unter dem leicht über das Terrain gehobenen Zimmertrakt befindet.</li></ul>   |
| Architektur:               | <ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Designorientiertes Weiterbauen</u>: Bereicherung des Gesamtkonzeptes der Familienpension durch konsequent durchdachte einheitliche Inneneinrichtung (Materialauswahl und Möbel) und elegante Details mit kostengünstigen Mitteln.</li><li>- <u>Wirtschaftlichkeit durch kurze Bauzeit (3 Monate) und intelligente Modulbauweise</u>: Holzkonstruktion in Passivhaus-Standard auf Betonplatte, kreativer Einsatz günstiger Oberflächen wie Faserzementplatten oder Sichtbeton in Innenräumen, Verwendung einheimischer Baustoffe wie Holz.</li></ul> |

#### Bewertung:

Ökonomische Nachhaltigkeit: Als wesentliches Entscheidungskriterium bei der Erweiterung spielte die Kostenersparnis eine Rolle. Besonders im Tourismus fallen während der Baustellenführung hohe Kosten durch Schließungszeiten an, sodass Überlegungen eines Zu- oder Umbaus zur Verkürzung der Bauzeit und Einsparung der Gesamtkosten angestellt werden. Im Hotelbereich lassen sich z. B. durch detailliert geplante, vorgefertigte Zimmermodule deutlich kürzere Umbauzeiten erzielen. Das Beispiel zeigt, dass auch im Low-Budget-Bereich mit effizienter Gestaltung und kreativem Materialeinsatz hohe räumliche und bauliche Qualität zu sehr günstigen Preisen realisiert werden kann. Wenn bei der Materialwahl gespart werden muss, können räumliche Qualität und Originalität in der Gestaltung diesen Nachteil ausgleichen. Ohne ein zielgruppenorientiertes Konzept und professionelle Planungsleistungen ist dieses Ziel jedoch nicht zu erreichen.

#### 4.4.1.3. Biohotel in Hohenbercha

Bauvorhaben:	Erweiterung
Funktion:	Biohotel
Architekt:	Deppisch Architekten
Ort/Fertigstellung:	Hohenbercha, Bayern, Deutschland, 2006
Internetseite:	www.hoerger-biohotel.de



Abbildung 23 Biohotel in Hohenbercha, Bayern (D)

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| Tourismus:                 | <ul style="list-style-type: none"><li>- Historische Gast- und Tafernwirtschaft, Dreiseithof aus dem frühen 19. Jahrhundert, 2006 Erweiterung durch ‚Motel‘-ähnlichen Neubau um 21 Zimmer.</li><li>- <b>Biohotel:</b> Umweltfreundliches Denken und Bauen, Erschließung neuer Zielgruppen durch Erweiterung: Geschäftsreisende mit kurzer Aufenthaltsdauer; historischer Apfelgarten, Apfelgemälde von Pfarrer Korbinian Aigner (1885–1966) und Ökologie als Thema des Biohotels, zertifizierte Bio-Küche.</li></ul>   |
| Städtebauliche Einbindung: | <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Lage:</b> im Zentrum einer landwirtschaftlich geprägten, dörflichen Umgebung, auf einem kleinen Hügel in unmittelbarer Nähe der Dorfkirche.</li><li>- <b>Einfügung eines langen und scheunenähnlichen Riegels:</b> Einbindung in den dörflichen Kontext hinsichtlich Volumen und Proportion, Positionierung des zweigeschossigen Neubaus senkrecht zur bestehenden Gastwirtschaft, direkt neben dem historischen Apfelgarten. Hangneigung als Formgeber der langen Baukubatur.</li></ul>   |
| Architektur:               | <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Ökologisches Bauen:</b> präfabrizierter Holzelementbau aus Zirbenholz, ressourcenschonende Bauweise aus nachwachsenden Rohstoffen, Dämmschicht aus Zellulose- / Holzfaserplatten, Beteiligung von regionalen Handwerksbetrieben.</li><li>- <b>Energiekonzept:</b> Versorgung der gesamten Hotelanlage über ein Biomassekraftwerk am Dorfrand mit CO<sub>2</sub>-neutraler Heizenergie und Erzeugung elektrischer Energie über eine Photovoltaikanlage auf der Dachfläche, Apfelbäume als natürlicher Sonnenschutz, Erwärmung des Brauchwassers über Wärmetauscher. ‚Das Biohotel ist Teil eines Lebenslaufzyklus.‘<sup>203</sup></li></ul> |

#### **Bewertung:**

**Nachhaltigkeit / regionale Wirkung:** Die Tafernwirtschaft Hörger funktioniert nachhaltig durch ein ökologisches Energiekonzept und eine ökologische Bauweise.<sup>204</sup> Der hohe Vorfertigungsgrad unter Verwendung nachwachsender Rohstoffe wirkte sich kostenminimierend aus und ist somit geeignet für zukunftsfähige Projekte. Ebenfalls ist die Förderung regionaler Handwerksbetriebe ein nachhaltiger Ansatz und ein Beitrag, der der Region zugute kommt. Die moderne Hotelenerweiterung stellt eine Möglichkeit dar, in ländlichen Regionen jenseits von plakativer ‚Lederhosen-Architektur‘ und ‚Öko-Ästhetik‘ mit zeitgemäßen Mitteln nachhaltig zu bauen. Das umweltbewusste Konzept der Tafernwirtschaft kann eine neue Zielgruppe von Besuchern mit ökologischem Bewusstsein erschließen.

<sup>203</sup> DENK 2010: 16f.

<sup>204</sup> Expertengespräch mit Michael Deppisch, 07.05.10 in Freising.

#### 4.4.2. Symbol

Die Vorstellungen von Tourismus und Denkmalpflege gehen zuweilen stark auseinander. So sieht der Tourismus seine Bedeutung als Wirtschaftsfaktor, während für die Denkmalpflege das Bewahren des historischen Bauerbes oberste Priorität genießt. Eine wichtige Aufgabe in diesem Zusammenhang ist die touristische Inwertsetzung der einzigartigen historischen Bausubstanz, mit dem Ziel, wirtschaftliche Nutzungsalternativen für bedrohte Baudenkmäler zu schaffen. Ein weiteres Ziel ist der Erhalt bzw. die Reaktivierung der Ortskerne durch die Erfassung leer stehender Gebäude, darunter auch Baudenkmäler, als Basis für ein aktives gemeindliches Flächenmanagement zur Innenentwicklung.

In den letzten Jahren sind auch Architektur und Design in vielerlei Hinsicht eine Symbiose eingegangen, die sowohl in der Produktvermarktung als auch in der Tourismusvermarktung eine Bereicherung darstellt. Hochwertige Produkte werden in einem nicht minder anspruchsvollen Ambiente angeboten und Qualität als oberste Maxime angesehen, um authentisch und glaubhaft zu sein. Inhalt und Hülle der Gebäude sollen mit dem Namen des Unternehmens oder des Produkts gleichwertig sein und sich mit diesem ergänzen. Neben Design und farblicher Gestaltung werden heute von erfolgreichen Betrieben auch die bauliche Gestaltung unter den Gesichtspunkten von Corporate Design und Corporate Identity betrachtet.

Die folgenden Beispiele zeigen eine Möglichkeit der Ortsbildaufwertung durch den Erhalt von Baudenkmalern unter Berücksichtigung innovativer und zeitgemäßer Architektur und Architektur als Marke.

#### 4.4.2.1. Gästehaus ‚berge‘

Bauvorhaben:	Sanierung
Funktion:	Ferienwohnung für Selbstversorger
Architekt:	Designer Nils Holger Moormann
Ort/Fertigstellung:	Aschau im Chiemgau, Bayern, Deutschland, 2008
Internetseite:	www.moormann-berge.de



Abbildung 24 Gästehaus ‚berge‘ Rückseite, Aschau im Chiemgau, Bayern (D)

- Tourismus:
- Aschau im Chiemgau: reizvolle Urlaubslandschaft zwischen Chiemsee, Kampenwand und Sachrang.
  - Moderne und noble Unterkunft für Selbstversorger: 13 individuelle Studios mit eigenen Küchen, zusätzliche Gemeinschaftsküche mit der Möglichkeit der Durchführung von Veranstaltungen.
  - Konzept: ‚Ruheoase‘, anstelle von Fernsehen, Telefon und Internetzugang ‚Literatenkammerl‘ als kleine Bibliothek, keine Rezeption, kein Serviceangebot, kaum Personal, Natürlichkeit und Ruhe als Hauptthema.
  - Vermarktung: ‚Berge‘ als Marke, Verkauf von originalen Einrichtungsgegenständen über die Internetseite oder vor Ort.
- Städtebauliche Einbindung:
- In unmittelbarer Nähe des Schlosses Hohenaschau und direkt an der Hauptstraße.
- Architektur:
- Ausgangssituation: Ursprünglich als Firmenerweiterung gedacht, wurde die bereits erteilte Baugenehmigung nach Einspruch eines Nachbarn aufgehoben. Der Ausgang des folgenden Rechtsstreits führt zu einem Umdenken seitens des Bauherrn. Die Bausubstanz des denkmalgeschützten Petershofes, eines historischen Hofes aus dem Jahr 1671, ist zum Kaufzeitpunkt marode. Nach Untersuchungen des Bauwerks stellt sich heraus, dass die Bausubstanz zu erhalten, jedoch eine Notsanierung notwendig ist.
  - 3 ½-jährige Planungsphase, Umsetzung mit regionalen Handwerksbetrieben, Individualisierung der Studios.
  - Energiekonzept: Erdwärme-gespeiste Flächenheizungen, Schaffung eines architektonischen Gesamtkunstwerks mit edel-schlichtem Ambiente durch natürliche Baustoffe: Lehmbauplatten, Hanf als Dämmstoff, unbehandeltes Holz in der Inneneinrichtung.
  - 2-Fassadenkonzept: Sanierung der alten Fassade zur Straßenseite (alte Fensteröffnungen, Farbabstimmung). Moderne und neue Fassade zur Gartenseite (großformatige Öffnungen mit Schiebelelementen). Zusammenhalten des äußeren Erscheinungsbildes durch die einheitlich gewählte Farbe (grau).

#### **Bewertung:**

Baudenkmal/Marke und Identität: Die neu errichtete Unterkunft fügt sich in Form und Farbe in das Ortsbild ein, die Fassaden reagieren auf ihre Umgebung. Die Gartenseite erhielt eine moderne Architektursprache, die sich in den zeitgemäß gestalteten Garten einfügt und ein stimmiges Gesamtbild ergibt. Das Vermarktungssystem des Gästehauses ‚berge‘ wird von der Außenhülle über die Inneneinrichtung bis hin zu den erhältlichen Souvenirartikeln konsequent durchgehalten. Gerade die Kombination von Design, Architektur und Baudenkmal macht das Gästehaus interessant. Zudem ist das Konzept des Selbstversorgersystems für bestimmte Lebensstilgruppen attraktiv. Das Zusammenspiel von Alt und Neu, das Design und das Konzept schaffen die Marke und Identität des Gästehauses ‚berge‘.

#### 4.4.2.2. Weingut am Stein

Bauvorhaben: Erweiterung  
Funktion: Weingut  
Architekt: Architektenbüro Hofmann, Keicher, Ring  
Ort/Fertigstellung: Würzburg, Bayern, Deutschland, 2005  
Internetseite: [www.weingut-am-stein.de](http://www.weingut-am-stein.de)



Abbildung 25 Gästehaus Weingut am Stein, Würzburg, Bayern (D)

- Tourismus: - 2003: geladener Architekturwettbewerb als Gutachterverfahren für Weinverkaufsgebäude, Auftaktgebäude zum Weingut, Hofgestaltung.
- Städtebauliche Einbindung: - Lage in der berühmten Weinregion ‚Würzburger Stein‘ mit Panoramablick auf die Stadt Würzburg.
- Architektur: - Architektur als Marke und Widerspiegelung des Produkts: Umsetzung des Themas Weinkultur in Materialien: grünes Glas = Charakter des Weinbergs, Muschelkalk = Weinaroma.  
- Modernisierung des Bestands.  
- Widerspiegelung des Weins: 10 x 10 Meter große Kubus-Konstruktion aus grünem Glas und Eichenholzpfählen als Verkostungs- und Tagungsraum, Auftaktgebäude (Gästehaus und Kelterhaus) mit Muschelkalkfassade, Markierung des Eingangs der Gesamtanlage durch einen Kubus am Hang, Verkaufsgebäude als Glaskubus mit Verkleidung aus vertikalen Eichenholzbalken. Glaskubus als Verbindungsglied zwischen dem alten ortstypischen Bestandshaus und dem Neuen.

#### **Bewertung:**

Marke und Identität: Die Neubauten stellen, so der Entwurfsverfasser, moderne Interpretationen des ortstypischen Weinberghauses dar. Dieser Ansatz ist innovativ und stellt in baulicher Form Bezüge zur Marke Wein her, da die gewählte Architektur das angebotene Produkt widerspiegelt. Durch die regionale Vermarktung von Wein hat sich damit eine neu definierte Bauaufgabe entwickelt, die sich zwischen sensibler Annäherung an traditionelle Bauformen und selbstbewusster Interpretation heutiger Anforderungen bewegt.



Abbildung 26 Verkaufsgebäude Weingut am Stein, Würzburg, Bayern (D)

#### 4.4.2.3. Franz Marc Museum

Bauvorhaben:	Erweiterung
Funktion:	Museum
Architekt:	Architekturbüro Diethelm & Spillmann
Ort/Fertigstellung:	Kochel am See, Bayern, Deutschland, 2008
Internetseite:	<a href="http://www.franz-marc-museum.de">www.franz-marc-museum.de</a>



Abbildung 27 Franz Marc Museum, Kochel am See, Bayern (D)

- Tourismus:**
- Die um 1900 errichtete Villa wird seit 1986 als Museum mit Werken des Malers Franz Marc (Blauer Reiter) aus der Sammlung von Familie Etta und Otto Stangl genutzt.
  - Bedeutung des Ortes: Die Gegend rund um den Kochelsee ist eine der wichtigen Stationen für das Schaffen von Franz Marc, einem der berühmtesten Künstler des Expressionismus.
  - Tourismusmagnet für Kunstliebhaber: Kombination aus Kunst und moderner Architektur, 2008 Neueröffnung jährlich 100 000 Besucher, im Gegensatz zu ca. 16 000 Besuchern vor der Erweiterung<sup>205</sup>
- Städtebauliche Einbindung:**
- Auf einem Hügel in einer Waldlichtung mit Seeblick, abgelegen von der Ortsmitte und dem Kochelsee.
- Architektur:**
- Entstehungsprozess: Änderung des Bebauungs- und Flächennutzungsplans seitens der Gemeinde, Auslobung eines Wettbewerbs für die Erweiterung im Jahr 2005, den das junge Züricher Architekturbüro Diethelm & Spillmann gewann.
  - Kompaktes Gebäudeensemble: Villa und Erweiterungsbau in modernen Architekturformen, schlichter und einfacher Kubus mit Verbindungsglied, harmonisches Nebeneinander von Alt- und Neubau als sinnliches Raumerlebnis für den Besucher, verschiedene Blickwinkel vom See, Parkplatz.
  - Museumskonzept: kammerartige Raumstruktur, kunstfreier Raum mit Panoramablick zur Erkundung expressiver Natureindrücke, je nach Lichteinfall und Jahreszeit unterschiedliche Ausblicke (Kunstersatz, Vorbild der Werke – Vorlage und Motiv), wenige Fenster, Ausstülpung im obersten Geschoss als Ausblick.
  - Fassade: Natursteinfassade aus Muschelkalk, harmonische Einfügung in die umgebende Landschaft.

#### **Bewertung:**

Identität und Marke: Das harmonische Nebeneinander von Neu und Alt sowie das Ausstellungenskonzept lassen die Werke und das Schaffen von Franz Marc gut zur Geltung kommen. Die Werke des Künstlers und die Architektur bilden gemeinsam eine neue Identität für die ‚Marke Franz Marc‘. Das Beispiel zeigt, dass eine historische Villa durchaus eine moderne Architektur als Dialogpartner verträgt. Interessant ist ferner die Ablesbarkeit der baulichen Entwicklung.

<sup>205</sup> HOLZ, Thomas: Vortrag ‚Moderner Tourismus im Einklang mit oberbayerischer Tradition‘, Fachtagung Tourismusarchitektur in Kochel am See, Murnau (16.03.2010).

#### 4.4.2.4. Cube Hotel

Bauvorhaben:	Neubau
Funktion:	3-Sterne-Hotel
Architekt:	Baumschlager & Eberle
Ort/Fertigstellung:	Biberwier-Lermoos, Österreich, 2007 Savignon, Schweiz, 2005
Internetseite:	<a href="http://www.cube-hotels.com">www.cube-hotels.com</a>



Abbildung 28 Cube Hotel Biberwier (A)

- Tourismus:
- Sporthotels für Biker, Wanderer, Skifahrer und Snowboarder.
  - Themen: Sport, Design und Entertainment.
  - Einheitliche Architektursprache an allen Standorten, ‚Cube‘ als Architekturmarke.
  - Sportorientiertes Hotel: Stauraum für Sportgeräte in den Zimmern, Sportgeräte können über Rampen einfach ins Gebäude transportiert werden.
  - Angebot: Wellness- und Fitnessbereich, Bar und Discoclub, Restaurant, Bar und Kaminzimmer, Kletterwand.
- Städtebauliche Einbindung:
- In der Nähe von Talstationen, meist mit direktem Zugang zu einer Seilbahn.
- Architektur:
- Architektursprache: Das Hotel in Biberwier-Lermoos besteht aus zwei identischen, spiegelbildlich angelegten Baukörpern, die über einen Anlieferungs-trakt verbunden sind. Die Fassade wirkt wie eine abstrakte Glashaut, die über die Kuben gezogen ist. Die Geschosse werden über Rampen miteinander verbunden. Offene Atrien dienen als Kommunikationszone. Reduzierte und schlichte Innenausstattung, Sichtbetonoberflächen und Glas als dominierende Materialien untermalen das Konzept.
  - Kostengünstiges Bauen: Stahlbetonskelettbau mit modularen Einbauten, einfache Erschließung für alle technisch notwendigen Installationen.

#### **Bewertung:**

Identität und Marke: Der scharfkonturierte gläserne Kubus stellt einen starken Kontrast zur sanften alpinen Landschaft dar. Je nach Situation und Standort ist dieser harte Kubus vorstellbar, er wirkt jedoch in unmittelbarer Nachbarschaft zu regionaler Architektur als Fremdkörper. Das innovative Konzept eines Sporthotels mit moderner Architektur und eigenem Design, welches sich hauptsächlich an junge, sportbegeisterte Menschen richtet, lässt sich gut vermarkten und spricht auch designbewusste junge Sportler an. Das Cube-Hotel besitzt einen hohen Wiedererkennungswert und ist ein gutes Beispiel für ein Themenhotel, das sich auf eine Lebensstilgruppe spezialisiert hat.

#### 4.4.3. Atmosphäre

Neben der einwandfreien Funktionsfähigkeit von Gebäuden sorgt auch architektonische Qualität für Atmosphäre, d. h. für Aufenthaltsqualität. Jedoch sind diese architektonischen Qualitäten, wie z. B. auch der Geschmack, schwer zu beurteilen oder zu kategorisieren. Die architektonische Qualität bezieht sich hier nicht auf die Handschrift des Architekten im Sinne einer wiedererkennbaren Architektursprache als Markenzeichen des Entwerfenden, sondern auf die räumliche Qualität. Durch qualitätvolle Gestaltung kann Architektur bestimmte Werte und Atmosphären übermitteln und so auf das (Raum-)Erlebnis Einfluss nehmen.

Die folgenden Beispiele, die von lokaler Handwerkskunst und Architektur geprägt sind, zeigen neben einer hohen Raumqualität eine Variante der Fortschreibung regionaler Architektur sowie den behutsamen Umgang mit dem Bestehenden und des Standorts. Die Auseinandersetzung mit dem Ort sowie die innovative, dennoch traditionsorientierte Gestaltung lassen den Genius Loci spüren. Die Auswahl der Materialien macht zudem das Raumerlebnis sinnlich spürbar.

#### 4.4.3.1. Das Gelbe Haus

Bauvorhaben:	Sanierung
Funktion:	Ausstellungsstätte und Tagungsort
Architekt:	Valerio Olgiati
Ort/Fertigstellung:	Flims, Graubünden, Schweiz, 1999
Internetseite:	www.dasgelbehaus.ch



Abbildung 29 Das Gelbe Haus, Flims, Graubünden (CH)

- Tourismus:
- Flims: Tourismus ist Haupteinnahmequelle der Gemeinde.
  - Ausstellungsort mit europaweiter Ausstrahlung: zusätzliches touristisches Kulturangebot neben einem Belle-Époque-Museum, Tagungsort für Veranstaltung zu Themen alpiner Architektur, Kunsthandwerk, Design bis Architektur, regionale wie internationale Themen als Kulturdiskurs.
  - Gemeinde als Eigentümerin des Gelben Hauses: über einen längeren Zeitraum Leerstand; Möglichkeit der Bewahrung der städtebaulichen Struktur und des Ortsbildes durch Erwerb des leer stehenden Gebäudes vonseiten der Gemeinde.
- Städtebauliche Einbindung:
- Ehem. kleinbürgerliches, unauffällig gelbes Haus in der Ortsmitte.
  - Schlichter weißer Kubus nach der Komplettisanierung.
- Architektur:
- Ausgangssituation: Der Architekt Rudolf Olgiati vermachte kurz vor seinem Tod 1995 einen Teil seiner Kulturgütersammlung der Gemeinde Flims unter der Bedingung, das mitten im Dorf stehende gelbe Haus nach seinem Geschmack umzubauen. 1997 erhielt sein Sohn, Valerio Olgiati, den Planungsauftrag zur Neugestaltung.
  - Erhalt des Ortsbildes durch Umfunktionalisierung und Komplettisanierung: Entkernung des Gebäudes bis auf die Außenhülle, Verlegung des Eingangs, Dacherneuerung mit weiß gestrichenen Schieferplatten, Errichtung neuer Innenräume für Ausstellungszwecke
  - Symbiose von Alt und Neu: schlichter weißer Kubus unter Beibehaltung der Außenhülle: erkennbare Strukturen des Altbaus unter den verputzten Mauern der weiß gestrichenen Fassade mit tief in die Mauern eingeschnittenen quadratischen Fenstern.<sup>206</sup>

#### **Bewertung:**

Genius Loci: Das mehrfach ausgezeichnete ‚Gelbe Haus‘ ist ein vorbildliches Beispiel, wie eine Gemeinde mithilfe eines Architekten ein verwahrlostes, identitätsstiftendes Gebäude zu einem Anziehungspunkt in der Gemeinde umfunktionieren kann. Diese Variante der Umwandlung war im Vergleich zu einem Neubau nicht die günstigste Variante, dennoch überzeugt es als Beispiel für den Umgang mit einem Baudenkmal und mit Leerstand. Lobenswert ist, dass sich die Gemeinde für die Bewahrung der Ortssilhouette und somit für den Genius Loci eingesetzt hat, indem sie Eigentümerin des leer stehenden Gebäudes wurde. Damit konnte sie die städtebauliche Weiterentwicklung besser lenken als in Zusammenarbeit mit einem Investor.

<sup>206</sup> PRADAL 2006: 194.

#### 4.4.3.2. Brizerhaus

Bauvorhaben:	Sanierung
Funktion:	Ferienwohnungen
Architekt:	Martin Feiersinger
Ort/Fertigstellung:	Ramsau im Zillertal, Österreich, 2004
Internetseite:	www.brizerhaus.at



Abbildung 30 Brizerhaus, Anbau, Ramsau, Zillertal (A)

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| Tourismus:                 | <ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Ramsau, Zillertal</u>: reiner Tourismusort mit Winter- und Sommersportangebot.</li><li>- Neue Ferienwohnungen mit einer Mischung aus innovativer und traditioneller Architektur.</li></ul>  |
| Städtebauliche Einbindung: | <ul style="list-style-type: none"><li>- Im Ortskern, in idyllischer Umgebung mit Blick auf die Berge und ins Tal.</li></ul>  |
| Architektur:               | <ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Ausgangssituation</u>: Bauherrin erbt einen alten Hof mit großem Wirtschaftsgebäude aus dem 19. Jahrhundert. Trotz Genehmigung zum Abriss entschied sie sich für den Erhalt des Gebäudes.</li><li>- <u>Neuinterpretation des Alten</u>: Ramsau gewinnt durch das Nebeneinander aus Tiroler Bauernhaus und zeitgemäßem Holzstadel eine wertvolle Architektur mit eigenem Charakter. Der Erhalt des Umrisses des alten Wirtschaftsgebäudes, die Wiederbelebung der alten Bebauungsstruktur und die Wiederverwendung alter Materialien tragen zu einer Bewahrung des Ortsbildes bei. Fensterläden werden als Schiebeläden neu interpretiert.<sup>207</sup></li></ul> |

#### **Bewertung:**

Innovation und Tradition: Die räumliche Wirkung des Dorfbildes sowie das Erscheinungsbild werden durch die Neuinterpretation des Holzstadels nicht beeinträchtigt, sondern gewinnen vielmehr durch die individuelle und charakterstarke Architektur an Identität. Der Neubau fügt sich hinsichtlich Größe und Materialität in die Umgebung ein, doch die Verarbeitung ist zeitgemäß und eigenständig. Er erhielt 2004 eine Auszeichnung des Landes Tirol für neues Bauen; in der Jurybegründung heißt es dazu: „Die Aufgabe, innerhalb einer bestehenden dörflichen Struktur ein traditionelles Bauernhaus zu ergänzen, wird ohne Drang neue Formen oder Typologien zu erfinden dennoch untraditionell gelöst“.<sup>208</sup> Dieser Ansatz der Neuinterpretation moderner und traditioneller Gestaltungsmöglichkeiten kann gerade in einer Tourismusdestination mit vielen historischen Bausubstanzen die touristische Attraktivität steigern.

<sup>207</sup> Vgl. o. V. 2005: 480.

<sup>208</sup> BURESCH / GANGOLY / POPELK 2004.

#### 4.4.3.3. Natur- und Gesundheitsresort Tannerhof

Bauvorhaben: Fortschreibung  
Funktion: Naturhotel und Sanatorium  
Architekt: Florian Nagler Architekten  
Ort/Fertigstellung: Bayrischzell, Bayern,  
Deutschland, 2011  
Internetseite: [www.natur-hotel-tannerhof.de](http://www.natur-hotel-tannerhof.de)



Abbildung 31 Tannerhof, Bayrischzell, Bayern (D)

- Tourismus:
- 1904 Gründung eines Sanatoriums für Naturheilkunde im Familienbesitz, historisches Haupthaus aus dem 18. Jahrhundert.
  - Rückzugs- und Erholungsort.
  - 2011 Umstrukturierung und Erweiterung zu einer Kombination aus Naturhotel und ärztlichem Kurbetrieb, Bio-Küche.
- städtebauliche Einbindung:
- Lage: am Ortsrand in Hanglage mit Blick auf die Berge.
  - Gewachsenes Ensemble aus neueren und alten Bauten: Haupthaus ‚Alte Tanne‘, Hüttentürme und Erweiterungsbauten der letzten hundert Jahre.
  - Integration in die Landschaft: Einbindung der Ergänzungs- und Neubauten in den dörflichen Kontext in Volumen und Proportion, Rekonstruktion.
- Architektur:
- Ausgangssituation: mangelnder Brandschutz als Anlass für Sanierungsmaßnahmen, Mittelweg aus Neubau und Sanierung.<sup>209</sup>
  - Sanierung des langgestreckten Tannerhofs: Aufstockung und Umbau im modernen alpinen Stil.
  - Luftthütten als Neuinterpretation von Hüttentürmen: quadratische Türme mit übereinanderliegenden Zimmern, eingeschnittenes Treppenhaus.
  - Material Holz als dominierendes Element und als regionaler, nachwachsender Rohstoff.

#### **Bewertung:**

Innovation und Tradition / regionale Wirkung: Die Bauaufgabe für den Architekten bestand darin, die gewachsene Anlage für die Zukunft zu ertüchtigen, d. h. sie an die heutigen technischen Anforderungen und die veränderten Erwartungen der Gäste anzupassen und dabei die Identität des Tannerhofs zu bewahren.<sup>210</sup> Die gelungene Gestaltung entsteht aus einem ausgewogenen Verhältnis von Tradition und Moderne, die durch die Entscheidung gestärkt wird, dass eine Mischlösung aus Neubau, Rekonstruktion und Sanierung gewählt wurde. Dieser Konzeptansatz unterstützt den gewachsenen Charakter der Anlage und führt die konsequente zeitliche Entwicklung des Vorhandenen weiter.

<sup>209</sup> BACHMANN 2012: 49.

<sup>210</sup> BAUMEISTER 2012: 66.

#### 4.4.4. Entwicklungsprozess und städtebauliche Weiterentwicklung

Wie bereits erwähnt, ist in vielen alpinen Tourismusorten keine homogene Struktur erkennbar, sondern vielmehr eine Art von ‚Mischmasch-Architektur‘ vorherrschend, die einer städtebaulichen Korrektur bedarf. Neben vorbildlichen Einzelprojekten gibt es städtebauliche Gesamtkonzepte, welche die Merkmale der Nachhaltigkeit und Baugestaltung zur Stärkung und Bewahrung der touristischen Attraktivität eines Ortes aufweisen. Die folgenden Beispiele von Sanierungsmaßnahmen haben durch ein einheitliches Konzept und gemeinsame Vermarktung die touristische Attraktivität und die Identität des jeweiligen Ortes gestärkt.

##### 4.4.4.1. Hotel Edelweiß in Berchtesgaden

Bauvorhaben:	Hotelneubau im Luxussegment
Funktion:	4-Sterne-plus-Hotel
Architekt:	Manfred Brennecke, Architekturbüro arc, Bad Birnbach
Gemeinde :	Franz Rasp, Bürgermeister Berchtesgaden
Ort:	Berchtesgaden, Bayern, Deutschland, 2010
Internetseite:	<a href="http://www.edelweiss-berchtesgaden.com">www.edelweiss-berchtesgaden.com</a>
Tourismus:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Lage</u>: im südlichsten Tourismusgebiet Bayerns, in unmittelbarer Nähe zur österreichischen Grenze.</li><li>- <u>Wunsch der Gemeinde nach einem Luxushotel in der Ortsmitte</u>: Aufwertung des Ortes als touristische Destination.</li></ul>
Entstehungsprozess:	<ul style="list-style-type: none"><li>- 2006 Verkauf des alten Hotels ‚Post‘ (Bestand: 40 Zimmer) an die Familie Hettegger, Abriss aus wirtschaftlichen Gründen und Entscheidung für einen Neubau mit sieben Stockwerken und 120 Zimmern.</li><li>- 2007 Erlassen des Bebauungsplans durch die Gemeinde trotz erheblicher Bedenken und Einwände vonseiten der Denkmalpfleger und der Regierung von Oberbayern; diese befürchteten eine Beeinträchtigung des Ortsbildes durch die überdimensionale Größe des Baukörpers.</li><li>- März 2008 Wahl des neuen Bürgermeisters Franz Rasp.</li><li>- Ende Mai 2008 Einreichung eines Einspruchs gegen den Bebauungsplan ‚Hotel Edelweiß‘ beim Verwaltungsgericht durch Nachbarn.</li><li>- <u>Veto des Landesdenkmalrats</u> wegen der Gefahr einer dauerhaften Zerstörung der berühmten Gesamtansicht des Ortes durch den Neubau.</li><li>- <u>Entscheidung des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs</u>: Baustopp für das siebenstöckige Großprojekt im Ortskern.</li><li>- ‚<u>Festhalten an dem Projekt</u>‘: Festhalten an Reparatureinleitung des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs und Schaffung eines neuen rechtsgültigen Bebauungsplans.</li><li>- <u>Erkennen von Problemen</u>: fehlende fachliche Bewertungen, Kommunikationsprobleme.</li><li>- <u>Beauftragung eines Stadtplaners mit der Erstellung eines städtebaulichen Masterplans</u>: Gutachten und Modellösungen für eine genehmigungsfähige Lösung, Stadtplaner als Moderator zwischen Investor und dessen Architekt und der Marktgemeinde Berchtesgaden.</li><li>- <u>Klare Verteilung der Aufgaben zwischen Gemeinde und Investor</u>:<ol style="list-style-type: none"><li>1. Gemeinde: Überarbeitung des Bebauungsplans mit dem Ziel der Erhaltung des Ortsbildes, d. h. kontextbezogenes städtebauliches Konzept, Erhaltung der historischen Fassade, Gestaltung der öffentlichen Räume.</li><li>2. Investor: Planung des Objektes und Erwerb des Grundstücks.</li></ol></li><li>- <u>Transparenter Planungsprozess</u>: öffentlich zugänglich.</li></ul>
Städtebauliche Einbindung:	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dominierende Baulücke, die durch gerichtliche Auseinandersetzungen mit Anwohnern und der Gemeinde ausgelöst wurde, bestimmte über einen längeren Zeitraum das Ortsbild.</li><li>- Städtebauliche Einbindung durch Neuproportionierung des ursprünglich siebenstöckigen Volumens.</li></ul>

## Bewertung:

Interdisziplinarität und transparenter Prozess: Im Gegensatz zur Innenarchitektur, bei der der Architekt des Investors nicht an Vorgaben von außen gebunden war, betrifft das Erscheinungsbild des Gebäudes im Ortsbild alle Bürger. Das Engagement der Marktgemeinde, die Kompromissbereitschaft vonseiten des Investors und die Entschlossenheit der Bürger in Form von Bürgerinitiativen haben es ermöglicht, dass aus einem völlig verfahrenen, hoffnungslos erscheinenden Projekt doch noch ein gutes Ergebnis, ein Hotel mit Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte, entstehen konnte. Das Beispiel zeigt, dass gute Kommunikation, Verständnis für Baukultur, Offenheit, Kompromissbereitschaft und ein transparenter Planungsprozess Voraussetzungen für den Erfolg eines Projekts sind. Im Fallbeispiel ‚Hotel Edelweiß‘ wurde durch die Neuproportionierung des Gebäudes das Ortsbild bewahrt, jedoch bleibt die Frage des Erscheinungsbildes offen. Im Vergleich zum Vorentwurf zeigt die Kubatur eine wesentliche Verbesserung, da sie sich in Fragen der Proportion besser in das Ortsbild einfügt. An der Architektur ist das Bemühen spürbar, Bezüge auf die regionale Baukultur herzustellen.



Abbildung 32 / 33 (von l. nach r.) Hotel Edelweiß Fassade Haupteingang, Fassade Rückseite, Berchtesgaden, Bayern (D)

#### 4.4.4.2. Kaltern am See

Bauvorhaben:	städtebauliche Sanierung
Funktion:	Weindorf als Tourismusattraktion
Architekt:	verschiedene
Ort:	Kaltern am See, Südtirol, Italien
Internetseite:	<a href="http://www.wein.kaltern.com">www.wein.kaltern.com</a>

Tourismus:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Lage</u>: ca. 15 km südwestlich von Bozen, der Landeshauptstadt Südtirols, an der Südtiroler Weinstraße zwischen Bozen und Salurn, mit dem Kalterer See durch den Ortsteil St. Josef, einer Streusiedlung am Westufer, verbunden.</li><li>- Wiederbelebung eines authentischen Weindorfes und Erschaffung einer unverwechselbaren Identität durch innovatives Imagekonzept und Architektur.</li></ul>
Entwicklungsprozess:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Angebote</u>: Wein, moderne (Wein-)Architektur, See und Erholung.</li><li>- <u>Ausgangssituation</u>: Umdenken und Rückbesinnung auf die Qualität des Kalterer Weines nach Imageverlust der 1970er- und 80er-Jahre Wiederentdeckung der Agrarkultur mit ihrer räumlichen Gliederung der Landschaft sowie Rekultivierung der Weinkultur nach dem Terroir-Prinzip.</li><li>- <u>Initiative „wein.kaltern“</u>: 1999 Gründung durch einige Kalterer Winzer, Tourismusexperten und Gemeindeglieder mit dem Ziel der Entwicklung von Kaltern als prototypisches Weindorf, positive Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung durch ein Gesamtkonzept bestehend aus Wein, Architektur und Landschaft sowie Pflege und Wahrung der Weinbautradition für die Gesellschaft.</li><li>- <u>Neupositionierung des Weins</u> und Qualitätsoffensive durch effiziente Produktpolitik und profunde Kommunikationsarbeit.</li></ul>
Städtebauliches Einbindung:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Städtebauliche und landschaftsgestalterische Bewusstseinsfindung und Stärkung der Strukturen</u>: Wiederbelebung der lokalen Weinkultur, Freihalten der Zone zwischen See und Ort.</li><li>- <u>Erhaltung der Kulturlandschaft durch maßvolle Bautätigkeit / Kulturlandschaft als Identitätsmerkmal</u>: Einschränkung der baulichen Maßnahmen und Regelung der schützenswerten Kulturlandschaft zwischen Ort und See durch einen Landschaftsplan.</li></ul>
Architektur:	<u>Regionaltypische traditionelle Architektur als Pendant zur zeitgenössischen Architektur</u> : Schaffung moderner Architektur im ganzen Dorf durch junge, engagierte sowie durch erfahrene und bereits renommierte Architekten wie z. B. Weingut Manincor von Walter Angonese, Rainer Köberl, Sylvia Boday, Kaltern oder Seebad LIDO von the next ENTERprise.

#### **Bewertung:**

Authentizität, Identität und regionale Wirkung: Die Entwicklung von Kaltern ist ein Vorzeigebispiel für den Erhalt einer bestehenden Kulturlandschaft. Einerseits lässt sich daran ein traditionsbewusster Umgang mit den kulturell-räumlichen Gegebenheiten zeigen und andererseits die Möglichkeit zur Weiterentwicklung einer regionalen Baukultur. Architektur und Kulturlandschaft werden hier als Voraussetzungen für die lokale Identität verstanden. Die Leitgedanken zur Inszenierung und Aufwertung regionaler Produkte und die Identifikation mit dem Vorhandenen ermöglicht eine neue und moderne Architektur. Durch den Einsatz von moderner Architektur gelingt Kaltern eine Revitalisierung vorhandener Baustrukturen und die Schaffung eines strategischen Ortes mit Merkzeichen.

Interdisziplinarität: Die Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen und die Gründung der Marke ‚wein.kaltern‘ durch Winzer, Architekten, Städteplaner, Landschaftsarchitekten, Gemeinderat und Tourismusverband ist in Kaltern vorbildlich abgelaufen. Die Initiative versucht die identitätsstiftende Kulturlandschaft zu erhalten und gleichzeitig ihre Identität und Marke durch die Ergänzung und Integration neuer, zeitgemäßer Architektur zu stärken.



Abbildung 34 / 35 (von l. nach r.) Kalterer See/ Kaltern Weingut Manincor, Kaltern am See, Südtirol (I)

#### 4.4.4.3. Dorferneuerung Vrin

Bauvorhaben:	Städtebauliche Sanierung
Funktion:	Wiederbelebung eines Dorfes mit Schrumpfungproblemen
Architekt:	Gion A. Caminada
Ort:	Vrin, Graubünden, Schweiz
Tourismus:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Lage und Situation</u>: abgelegener Ort in der Val Lumnezia, Bergbauerdorf mit hauptsächlich landwirtschaftlichem und bäuerlichem Charakter.</li><li>- <u>Schrumpfungsprozess</u>: Schrumpfung der Bevölkerungszahlen von 441 EW um 1950 auf 249 EW im Jahre 2000; heute: Vorbildfunktion für Bekämpfung der Abwanderung durch Rückbesinnung auf Landwirtschaft und Baukultur.</li><li>- <u>Sanfter Tourismus</u>: seit 1990 engagiert sich die Bürgerinitiative ‚Pro Val Lumnezia‘ für den sanften Tourismus.</li></ul>
Entwicklungsprozess:	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vorarbeiten in Form einer Studie an der ETH Zürich mit Impulsgeber Gion A. Caminada (Ruraler Kontext) zur Wiederbelebung des Tals.</li><li>- <u>Entwicklung eines wegweisenden Modells zur Schaffung einer Dorfgemeinschaft über einen langen Zeitraum (15 Jahre)</u>: Kampf gegen die Schrumpfung der Bevölkerungszahl durch Erlassung einer regionalen Satzung und Bauberatung; Einzäunung von Grundstücken nur zum Schutz von Tieren, zugunsten des Orts- und Landschaftsbildes keine unnötigen Veränderungen der Topografie eines Grundstücks..</li><li>- <u>Mitwirkung zahlreicher Beteiligter aus verschiedenen Interessensbereichen</u>: Landwirte, Bürger, Kommune, Hochschule.</li><li>- <u>Neun Thesen</u> Caminadas als Impulsgeber für die Stärkung der Peripherie.</li></ul>
Städtebauliche Einbindung:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Ortsbild</u>: Holzhäuser in ‚Strickbauweise‘ aus Holz, Kirche und Schule aus Stein.</li><li>- <u>Erhalt der bestehenden Strukturen und der Landschaft des Dorfs durch ein Gemeinde-Entwicklungskonzept</u>:<ol style="list-style-type: none"><li>1. Erhaltung und Förderung von soliden, gut strukturierten landwirtschaftlichen Betrieben und von Bausubstanz.</li><li>2. Bau neuer Güterwege und Zusammenlegung von Grundstücksparzellen.</li><li>3. Beibehaltung der traditionellen Hofeinheit aus Wohnhaus, Stall und Garten (durch Erweiterungen, Sanierungen und Neubau von Wohnhäusern).</li><li>4. Bau neuer Stallbauten vorwiegend am Dorfrand. Entstehung neuer etablierter und konkurrenzfähiger Formen landwirtschaftlicher Betriebe.<sup>211</sup></li></ol></li></ul>
Architektur:	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Neubauten von Caminada</u>: Totenstube (Friedhofsgebäude), große Ställe, Mehrzweckhalle, private Bauten, Schlachthaus mit Direktvermarktung der bäuerlichen Genossenschaft, Kleinarchitekturen wie Telefonzellen u. ä.</li><li>- <u>Neuinterpretation und -formulierung der Neubauten aus dem Verständnis einer althergebrachten Bauweise</u>: zeitgemäße Interpretation und Übertragung des von alters her üblichen ‚Holzstrickbaus‘ in einen anderen Maßstab, Vermeidung von oberflächlicher, banaler Architektur, System präfabrizierter modularer Elementbauweise.</li></ul>

#### **Bewertung:**

Interdisziplinarität und interkommunale Zusammenarbeit: Durch die enge Zusammenarbeit von Einheimischen, Experten der ETH Zürich und dem ortsansässigen Architekten Caminada ist über einen langen Zeitraum eine erfolgreiche Wiederbelebung der vorhandenen Dorfstruktur und eine Weiterentwicklung der regionalen Architektur gelungen.

Innovation und Tradition: Das Projekt hat keinen direkten Bezug zum Tourismus. Dennoch ist das Beispiel hinsichtlich der Entwicklung der Baukultur interessant und die Maßnahmen sind

---

<sup>211</sup> ARGE ALP 2007: 25f.

auf touristische Orte übertragbar. Der Tourismus kann einen Ort zum ‚Erlühen‘ bringen oder zu einem Entfremdungsprozess führen. So ist die ‚Therme Vals‘ von Peter Zumthor im Nachbar-tal so erfolgreich, dass sich die Bewohner des Ortes mittlerweile bereits über den übermäßi-gen Zustrom von Touristen beklagen. Inzwischen hat das Projekt Vrin für seinen Zugang zur Erhaltung des Ortsbildes mehrere Architekturpreise gewonnen. Auch wenn Vrin sich in Zukunft nicht zu einem ‚sich selbst finanzierenden‘ Dorf ohne staatliche Unterstützung entwickeln soll-te, ist hier ein vorbildliches Konzept umgesetzt worden, um das Erscheinungsbild des Ortes in Proportion und Masse zu behalten und weiterzuentwickeln.

Caminada beschreibt seine Vorgehensweise folgendermaßen: ‚Zeitgemäßes Bauen erlaubt ohne weiteres eine Formensprache zwischen Modernität und Tradition. Aber Tradition darf nicht das unreflektierte Kopieren oberflächlicher Formen sein. Und diese Tradition verträgt keine erzwungene Thematisierung, sondern muss immer wieder neu belebt werden. Es geht darum, das Neue in ein natürliches Spannungsverhältnis zum Bestehenden zu setzen. Und für Vrin heißt das ‚Weiterbauen‘.‘<sup>212</sup>



Abbildung 36 / 37 (von l. nach r.) Vrin Stallhaus, Vrin Totenstube, Vrin, Graubünden (CH)

---

<sup>212</sup> CAMINADA 2007: 28.

#### 4.5. Fazit

Die Baukultur besitzt ein großes Potenzial als Marketinginstrument und kann zugleich durch eine angemessene Architektursprache das Image und somit die Identität des Ortes stärken. Ebenso kann das regionale Selbstverständnis durch lokale Kooperationen von privatwirtschaftlichen und öffentlichen Partner (PPP) gefördert werden.

Trotz des nicht ganz einfachen Zugangs zum Thema Tourismusbaukultur ist es einigen Gemeinden, privaten Bauherren und Investoren gelungen, gute, innovative und zeitgemäße Tourismusarchitektur zu realisieren. Das Potenzial der Baukultur für den Tourismus sowie die Bedeutung eines transparenten und einwandfreien Entwicklungsprozesses ist in den genannten Fällen erkannt worden. Die aufgeführten Projekte zeigen, dass auch verhältnismäßig kleine Maßnahmen, wie die Erweiterung des Hotels ‚Perfler‘, das Erscheinungsbild eines Ortes deutlich aufwerten können. Ebenso funktionieren sie in ökologischer und ökonomischer Weise nachhaltig. Viele der Bauten zeichnen sich durch eine hohe räumliche Aufenthaltsqualität aus, jedoch gibt es eher wenige städtebauliche Ortssanierungskonzepte. Dennoch fungieren viele dieser Beispiele über einen langen Zeitraum als Impulsgeber und regionaler Generator. Im folgenden Kapitel werden die Kennzeichen einer gelungenen Tourismusbaukultur am Fallbeispiel des Tegenseer Tals untersucht.

## 5. Tegernseer Tal



Abbildung 38 Blick vom Wallberg auf den Tegernsee, Bayern (D)

Die im Kapitel 4.3. aufgeführten Merkmale für eine gelungene ‚Tourismusbaukultur‘ – Nachhaltigkeit, Symbol, Atmosphäre und Bewusstseins- und Entwicklungsprozesse – sollen im folgenden Kapitel am Beispiel des Tegernseer Tals im Landkreis Miesbach untersucht werden. Das Untersuchungsgebiet, die Urlaubsregion Tegernseer Tal mit der Stadt Tegernsee und den Gemeinden Gmund, Bad Wiessee, Rottach-Egern und Kreuth, liegt rund 50 Kilometer südlich von München in den Bayerischen Alpen. Der Landkreis Miesbach weist eine polyzentrische Raumstruktur mit Mittelzentren auf, die im Norden an den großen Verdichtungsraum München angrenzt, von dem starke wirtschaftliche und kulturelle Impulse ausgehen. Wichtigster Wirtschaftszweig ist neben kleinen und mittelständischen Handwerksbetrieben der Tourismus. Bekannt ist die Region dafür, dass sich die ‚feine Gesellschaft‘ Münchens hier gerne aufhält. Schon immer ist das Tegernseer Tal ein Anziehungspunkt für Künstler, Reiche und Prominente aus Wirtschaft und Politik gewesen.

## 5.1. Tegernseer Tal und die Gemeinden

### 5.1.1. Topografie



Der Tegernsee ist ein typischer Moränensee in den nördlichen Voralpen, der durch die erosiven Kräfte der Gletscher in der Würm-Eiszeit entstanden ist. Im Westen und Osten wird das Tal von sanft geformten Alm- und Waldbergen umgeben, die eine Höhe von etwa 1100–1300 m über NN erreichen. Die westlichen und östlichen Seeufer fallen steil zum Wasser hin ab. Im Gegensatz zum Westen gibt es im Osten teilweise nur einen schmalen ebenen Streifen zwischen Berghang und Seeufer. Den südlichen Abschluss des Tals bilden der Wallberg mit der Kegelstumpfkulisse (1732 m über NN) und der dahinter liegende Risserkogel (1826 m über NN).<sup>213</sup>

Abbildung 39 Landkarte Bayerns mit Lage des Tegernseer Tals

Die ebenen Terrassenflächen, die die glazialen Aufschüttungen der Bäche gebildet haben und als Siedlungsflächen geeignet sind, liegen vor allem im Norden des Tegernsees. Zudem befinden sich größere Schuttflächen an den steilen Ufern, die durch die Aufschüttung der seitlichen Gebirgsstöcke entstanden sind. Die größten Siedlungsflächen liegen im Süden, im Bereich von Rottach und Weissach. Diese Schuttflächen sind neben der nordöstlichen Moränenfläche die Hauptsiedlungsflächen und hier befanden sich die ersten größeren Ansiedlungen um den Tegernsee. Auf dem östlichen Schuttkegel des Tegernsees wurde das kulturell bedeutsame Kloster Tegernsee erbaut.

### 5.1.2. Landschaft

Die Tegernseer Berge und der Tegernsee selbst sind die Hauptbestandteile des Landschaftsbildes. Geografisch zwischen der Isar im Westen und dem Tegernsee im Osten gelegen, zählen die Tegernseer Berge zu den Bayerischen Voralpen und bilden den westlichen Teil des Mangfallgebirges. Der höchste Berg am Tegernsee ist der Wallberg im Süden des Tales bei Rottach-Egern. Neben dem Wallberg sind der Hirschberg, der Blankenstein und die Rossteinadel bedeutende Berge.

<sup>213</sup> Vgl. HOLZFURTNER 1985: 1ff.; BAYERISCHES LANDESVERMESSUNGSAMT 1968: 266.

Der Tegernsee zählt zu den saubersten Seen Bayerns, die hohe Wasserqualität wird durch eine seit 1964 bestehende Ringkanalisation gewährleistet. Bei Gmund fließt der Tegernsee ab und speist die Mangfall. Im Süden des Sees befinden sich zwei größere Buchten und eine Insel: die Egerer Bucht, in die die Rottach zuließt, auch ‚Malerwinkel‘ genannt, mit der Halbinsel Point; die Ringseer Bucht im südwestlichen Bereich des Sees, nahe dem gleichnamigen, zur Gemeinde Kreuth gehörenden Ortsteil, wo die Weissach in den Tegernsee mündet. Dem Ringsee vorgelagert ist die kleine Ringseeinsel. Diese unbewohnte Insel ist mit Gras und dichtem Gebüsch bewachsen und steht unter Naturschutz. Das Landschaftsbild im Norden des Tegernsees wird im Vergleich zum Süden des Sees in hohem Maße von Flurgehölzen mit Baumgruppen, Einzelbäumen, Alleen, Hecken oder Feldgehölzen und Hagen bestimmt. Sie umgrenzen die Wiesen, gliedern und beleben die Landschaft. Die Hecken und Feldgehölze in den Gemeindeflächen von Gmund sind typische Merkmale des Landkreises Miesbach und haben aufgrund ihrer landeskulturellen Funktion eine landesweite Bedeutung.



Abbildung 40 Luftbild, Google Maps

### 5.1.3. Ortschaften

Bis auf die Gemeinde Kreuth, die im südlichen Teil des Tegernsees Richtung Achensee liegt, befinden sich alle Ortschaften unmittelbar am See. Der wirtschaftliche Schwerpunkt aller Gemeinden liegt im Bereich Tourismus.

Im Folgenden werden die Orte des Tegernseer Tals vorgestellt:

## Stadt Tegernsee

Höhe:	752 m über NN
Fläche:	22,80 km <sup>2</sup>
Einwohner:	3929 EW (Stand: Juni 2011)
Bevölkerungsdichte:	175 Einwohner je km <sup>2</sup> <sup>214</sup>

- Lage: am östlichen Ufer des Tegernsees.
- Verkehrsanschluss: Endstation der Bayerischen Oberlandbahn (BOB). Die Bundesstraße 307 verläuft entlang des Tegernsees und ist zugleich die ortsquerende Hauptstraße.
- Geschichte: historische Entwicklung des Klosters Tegernsee und Einfluss der Wittelsbacher.
- Ortsbild: das Kloster markiert den Hauptsiedlungspunkt von Tegernsee. Wohngebiete befinden sich einerseits direkt am See und dehnen sich andererseits bis zu höheren Hanglagen wie dem Leeberg aus. Entlang des Sees gibt es den ‚Seeuferweg‘.
- Sehenswürdigkeiten / Attraktionen: Kloster Tegernsee, Olaf-Gulbransson-Museum, Heimatmuseum Tegernsee, Museum Ludwig-Thoma-Haus, Herzogliches Bräustüberl, Tegernseer Brauerei, Seesauna Monte Mare, Kegelbahn, Eisstock- und Asphalt-schießen, Musikpavillon für Musikveranstaltungen.
- Events: Internationales Tegernseer Bergfilm-Festival, Wissenschaftstage über Natur und Technik, Tegernseer Woche für Kunst und Brauchtum, Wald- und Seefeste.

## Gemeinde Gmund

Höhe:	740 m über NN
Fläche:	34,40 km <sup>2</sup>
Einwohner:	5910 EW (Stand: 2009) <sup>215</sup>

- Lage: am nördlichen Ufer des Tegernsees .
- Verkehrsanschluss: eigene Bahnstation am Nordufer des Sees, verkehrsgünstig gelegen aufgrund seiner Lage am Nordende des Tegernsees, starker Transitverkehr in Richtung Bad Wiessee oder Tegernsee.
- Geschichte: Gründung von Gmund als Urfparrei vor der Gründung des Klosters im 8. Jahrhundert; seit 1975 staatlich anerkannter Erholungsort.
- Ortsbild: Gmund weist die meisten landwirtschaftlichen Betriebe innerhalb des Tegernseer Tals auf. Die Ortsmitte ist direkt an den Bahnhof angeschlossen. An der Hauptstraße befindet sich der leer stehende, denkmalgeschützte Gasthof Maximilian. Etwa einen Kilometer westlich von Gmund liegt das denkmalgeschützte Klostergut Kaltenbrunn. Der Ort ist ein wesentliches Zentrum der Büttenpapierherstellung; die ‚Louisenthal GmbH‘ stellt Papiere für Banknoten und Wertpapiere her.

<sup>214</sup> Vgl. RATHAUS TEGERNSEE, Zahlen, Daten, Fakten.

<sup>215</sup> Vgl. RATHAUS GMUND, Zahlen, Daten, Fakten.

- Sehenswürdigkeiten / Attraktionen: Pfarrkirche St. Ägidius, Heimatmuseum ‚Jägerhaus‘ an der Mangfallbrücke, Freibad / Strandbad, Musikpavillon, Segelbootverleih.

### Gemeinde Bad Wiessee

Höhe:	740 m über NN
Fläche:	32,79 km <sup>2</sup>
Einwohner:	4478 EW (Stand: 2008) <sup>216</sup>

- Lage: am Westufer des Tegernsees.
- Verkehrsanschluss: Anreise mit dem Schiff, Bus oder PKW über Gmund oder Kreuth möglich.
- Geschichte: die Jod-Schwefelquelle, welche 1922 zum Namenszusatz Bad Wiessee führte, wurde 1909 durch den holländischen Bauingenieur Adrian Stoop bei einer Bohrung auf der Suche nach Erdöl entdeckt. Neben dem einst berühmten Jod-Schwefelbad verdient Bad Wiessee seinen Status als Kurort durch verschiedene Kureinrichtungen, wie dem Medical Park oder der Fachklinik Bad Wiessee und der Spielbank.
- Ortsbild: der Ortskern ist geprägt von typisch oberbayerischen Häuserzeilen. Eine Besonderheit ist die autofreie Seepromenade und das großzügige Strandbad. Die verkehrsreiche Hauptstraße schneidet den Ort in zwei Teile. In einigen Gebieten sind leer stehende Zweitwohnungssitze zu beobachten. Erwähnenswert ist ‚Altwiessee‘, der historische Ursprung von Bad Wiessee, mit seinen alten Bauernhöfen.
- Sehenswürdigkeiten / Attraktionen: Jod-Schwefelbad, Duft- und Tastgarten, Montgolfiade (Heißluftballonfest), ‚Aquadom‘ (Seeaquarium), Badepark Abwinkl mit Golfplatz, Eisstock- und Asphalt-schießen, Kneipp-Tretbecken, Spielbank, Segelbootverleih.

### Gemeinde Rottach-Egern

Höhe:	720–780 m über NN
Fläche:	59,10 km <sup>2</sup>
Einwohner:	5590 EW(Stand: 2010) <sup>217</sup>

- Lage: am Südufer des Tegernsees.
- Verkehrsanschluss: Anreise mit dem Schiff, Bus / PKW über Tegernsee, Kreuth oder Bad Wiessee.
- Geschichte: Rottach-Egern bildet neben Bad Wiessee und Tegernsee eines der großen Tourismuszentren im Landkreis Miesbach und setzt dabei auf ein hohes Preisniveau und seine Zweitwohnsitze. Die Gemeinde entwickelte sich insbesondere ab den 1960er-Jahren zu einem beliebten Reiseziel. Rottach-Egern ist aus den

<sup>216</sup> Vgl. BAD WIESSEE, Zahlen, Daten, Fakten.

<sup>217</sup> Vgl. RATHAUS ROTTACH-EGERN, Zahlen, Daten, Fakten.

- ursprünglich eigenständigen kleinen Fischer- und Bauerndörfern zu einer Siedlung zusammengewachsen.
- Berühmtheiten: Ludwig Thoma, Leo Slezak oder Ludwig Ganghofer.
  - Ortsbild: Rottach-Egern zeigt Eigenschaften einer Streusiedlung. Zwischen den Gruppierungen von Gebäuden prägen Grünwiesen das Ortsbild. Hier finden sich die meisten der Luxushotels des Tegernsees, wie das Hotel Überfahrt und das Parkhotel Egerner Höfe. In der Fürstenstraße stehen heute noch Sommerresidenzen bzw. Villen namhafter Fürsten und Unternehmer.
  - Sehenswürdigkeiten / Attraktionen: Rosstag (Festtag für die geschmückten Rösser), Pfarrkirche St. Laurentius, Kutschen-, Wagen- und Schlittenmuseum, Eisstock- und Asphalt-schießen, Gleitschirmfliegerstartplatz, Pferdekutschen- / Pferdeschlittenfahrten.

### Gemeinde Kreuth

Höhe:	730 m -1862 m über NN
Fläche:	122,26 km <sup>2</sup>
Einwohner:	3449 EW (Stand: Dezember 2010) <sup>218</sup>

- Lage: südlichste und flächenmäßig größte Gemeinde des Tegernseer Tals, südlich von Rottach-Egern.
- Verkehrsanschluss: Anreise mit Bus oder PKW über Rottach-Egern oder Achensee.
- Geschichte: schon in früher Zeit wurde Kreuth durch die reichhaltige, heilkräftige Mineralquelle mit ‚erdig-salinisch-schwefeliger‘ Eigenschaft von Wildbad Kreuth berühmt. Bekannt geworden unter dem Namen ‚Bad zum heiligen Kreuz‘, seit 1971 als ‚Heilklimatischer Kurort‘, prägen Kreuth heute neben dem Fremdenverkehr vor allem die Landwirtschaft und kleinere Handwerksbetriebe.
- Ortsbild: der Kurort mit seinem dörflichen Charakter erstreckt sich über 17 Ortsteile vom Tegernsee, durch das weite Flusstal der Weißbach bis zur Landesgrenze nach Tirol. Bekannt ist Kreuth u. a. auch durch das zwei Kilometer vom Dorf Kreuth entfernte ‚Wildbad Kreuth‘, ein ehemaliges Kurbad. Kreuth besitzt ein Naturschutzgebiet, die Weißbach-Auen, mit seltenen Tieren und Pflanzen.
- Sehenswürdigkeiten / Attraktionen: Wildbad Kreuth, kath. Kirche Sankt Leonhard
- Events: Internationales Oleg-Kagan-Musikfestival, ‚Leonharditag‘, Waldlehrpfad / Weißbach-Erlebnispfad, ‚Kreuther Künstler-Stoa‘ im Kurpark, Eisstock- und Asphalt-schießen, Freibad / Strandbad, Kneipp-Tretbecken, Pferdekutschen- / Pferdeschlittenfahrten.

---

<sup>218</sup> Vgl. RATHAUS KREUTH, Zahlen, Daten, Fakten.

#### 5.1.4. Geschichtliche Entwicklung des Tegernseer Tals

Das Tegernseer Tal war bis ins Frühmittelalter aufgrund seiner geografischen Lage und klimatischen Verhältnisse für eine Besiedlung unattraktiv. Prägend für die kulturelle Entwicklung des Tegernseer Tals war der Bau des Klosters in der Mitte des 8. Jahrhunderts durch die Brüder Adalbert und Oatkar aus dem bayrischen Adelsgeschlecht der Huosi. Im Folgenden wird die Klostergeschichte auf der Grundlage der Literatur von HOLZFURTNER (1985) und MATHÄSER (1982) zusammenfassend dargestellt.

Das Kloster datiert seine Gründung auf das Jahr 746. Fünf Phasen kennzeichnen die Geschichte des Klosters:

##### *Erste Phase: Mitte 8. Jahrhundert bis 925*

- Gründung des Klosters durch die Brüder Adalbert und Oatkar, Ernennung von Adalbert zum ersten Abt.
- Begütertes Leben durch die Großzügigkeit der Gründer sowie des bayerischen Herzogs: dem Kloster gehörte der ganze Tegernseer Winkel, von der Tiroler Grenze im Süden bis hinaus nach Warngau und Holzkirchen; durch Rodung, Schenkungen und Kauf mehrte sich im Laufe der Jahrhunderte der Landbesitz.
- Frühzeit des Tegernseer Klosters: im Krieg gegen Ungarn im frühen 10. Jahrhundert sowie in den kriegerischen Auseinandersetzungen mit Herzog Arnulf verlor das Kloster einen Großteil seines Besitzes. Um 970 brannte das Klostergebäude nieder, wodurch viele Geschichtszeugnisse verloren gingen.

##### *Zweite Phase: 978 bis 1246*

- Blütezeit ab dem Jahr 978: durch reiche Güterschenkungen an das Kloster festigten sich die Wirtschaftsverhältnisse wieder.
- Überragende Bedeutung als künstlerisches Zentrum u. a. durch seine Schreib- und Malschule: Bekanntheit erlangte u. a. der Mönch Froumund, Schreiber und Lehrer im Kloster, der neben Abschriften antiker Klassiker auch eine Sammlung selbst verfasster lateinischer Gedichte und Briefe hinterließ.

##### *Dritte Phase: 1425 bis 1803*

- Neuanfang nach dem Niedergang des Klosters durch Kriege und Lockerung der Ordensdisziplin: durch Hilfe aus dem Benediktinerorden erfolgte ein Neuanfang, eine bischöfliche Kommission führte die Reform des Ordenslebens im Jahr 1436 ein. Der Abt Kaspar Aindorfer (1426–1461) und seine Nachfolger legten den Grundstock für einen über Jahrhunderte andauernden religiösen, wirtschaftlichen und kulturellen Aufschwung.

- Neubau des Klosters im Zuge des Aufschwungs: 1476 wurde die große dreischiffige Basilika vollendet, die bis heute den baulichen Kern des Klosterkomplexes bildet.
- Neugestaltung der Klosteranlage in der Barockzeit: nach dem Ende des Dreißigjährigen Krieges wurde dem Kloster eine neue Gestalt verliehen. Bis auf die Klosterkirche, die lediglich eine barocke Außenhülle erhielt, wurden alle Klosterbauten neu errichtet.
- Das Kloster als Fürsorgestelle und als Sparkasse: das Kloster vergab als Grundherr viele Bauernhöfe als Lehen und zog davon Abgaben ein. Außer als Fürsorgestelle und als ‚Sparkasse‘ für die Bevölkerung fungierte es ferner als Gerichtsherr und regelte die Waldnutzung, Jagd und Landwirtschaft. 1746 feierte das Kloster sein tausendjähriges Gründungsjubiläum.

#### *Säkularisation: 1803*

- Vollstreckung der Säkularisation am 17. März 1803 durch den kurfürstlichen Lokalkommissar Ignaz Puck: das gesamte Klostervermögen wurde im Zuge dessen eingezogen. Zu diesem Zeitpunkt umfasste das Klostergericht Tegernsee 16 Dörfer und 127 Weiler sowie den Marktort Holzkirchen. Der zuständige Lokalkommissar verkaufte im Jahr 1805 den Komplex an den Freiherrn Karl von Drechsel. Dieser senkte die Unterhaltskosten, indem er nicht benötigte Klostertrakte abbrechen und die Baumaterialien verkaufen ließ.
- Erwerb der Klosteranlage durch König Max I. Joseph im Jahr 1817: der bayerische König erwarb die Reste des Klosters nach einem Besuch des Tegernseer Tals im Jahr 1815. Aus dem heruntergewirtschafteten Komplex wurde eine königliche Sommerresidenz, das ehemalige Kloster ließ er zum Schloss umbauen. Die Königsfamilie kaufte des Weiteren das Gut Kaltenbrunn, den Bauernhof ‚Bauer in der Au‘ und den Gesamtkomplex des Wildbads Kreuth. Mit den späteren fürstlichen Abteibewohnern zogen Adelige ins Tal ein.

#### *Heutiger Stand*

- Drei Besitzer: die ehemalige Klosterkirche dient seit der Säkularisation als Pfarrkirche. Das Schloss ist innerhalb der Familie der Wittelsbacher weitervererbt worden und gehört noch heute der Familie. Das ‚Herzoglich Bayerische Brauhaus Tegernsee‘ und zwei große Gaststätten sorgen für das leibliche Wohl der zahlreichen Besucher. Zwei Trakte des Schlosses erwarb 1977 der Freistaat Bayern für das Gymnasium Tegernsee.

## 5.2. Tourismus – Landschaft – Städtebau des Tegernseer Tals

Im Folgenden wird die Entwicklung des Tegernseer Tals anhand der Kategorien Tourismus, Kulturlandschaft und Städtebau untersucht. Historisch maßgebend für die heutige Struktur des Tegernseer Tals war die Entwicklung des Klosters Tegernsee mit seiner weittragenden kolonialistischen und kulturellen Bedeutung.

### 5.2.1. Tourismusentwicklung

Bis zur Säkularisation 1803 bestimmte das Kloster Tegernsee die kulturgeografische Situation der näheren Umgebung. Mit der Übernahme des Klosters durch die Wittelsbacher begann für das bis dahin überwiegend landwirtschaftlich geprägte Tegernseer Tal der Tourismus, dem die Region bis heute einen Großteil seines Wohlstands verdankt.

Im Folgenden wird ein Überblick über die Entstehung des Tourismus im Tegernseer Tal gegeben:

- Erste Anfänge im 16. Jahrhundert: Schwefel-Quelle in Wildbad Kreuth.
- Beginn des Tourismus: Erwerb des Klosters und Umbau zur Sommerresidenz der Wittelsbacher Familie, Entstehung von Villen in ländlicher Bauweise neben den traditionellen Bauernhäusern.
- Aufschwung des Tourismus ab 1871 durch den allgemein größeren Wohlstand im Deutschen Reich und Zuzug von Schriftstellern, Schauspielern, Sängern, Bildhauern und Malern wie Georg Hirth (Herausgeber der ‚Münchner Neuesten Nachrichten‘), Ignatius Taschner (Maler, Grafiker und Illustrator), Ludwig Thoma (Schriftsteller), Olaf Gulbransson (Grafiker) und Anny Schaefer (Schriftstellerin).
- Gründung eines Verschönerungsvereins in Tegernsee (1877): seine Aufgabe war die Schaffung und Unterhaltung von Spazierwegen und die Gestaltung der gärtnerischen Anlagen für den Fremdenverkehr; er griff jedoch nicht in das bauliche Geschehen ein.
- Bis 1900 gab es nur fünf öffentliche Hotels oder Gaststätten als Beherbergungsbetriebe
- Seit Anfang des 20. Jahrhunderts: Vermietung von einfachen Zimmern von Bauern an Touristen als vorherrschende Art der Unterbringung.
- Bau der Eisenbahnverbindung von München über Holzkirchen (1857) nach Gmund (1883), Verlängerung der Eisenbahnlinie nach Tegernsee (1902): erneuter Aufschwung des Tourismus, Entstehung weiterer Hotels und Fremdenpensionen.
- 1907 Entdeckung des Jod-Schwefelwassers in Bad Wiessee: Entwicklung eines Kurviertels nördlich der Weiler Altwiessee und Abwinkl, 1912 Eröffnung einer Badeanstalt, Aufschwung erst nach dem Ersten Weltkrieg.

- Neubau von Sommerresidenzen durch gutbürgerliche Städter aus der Landeshauptstadt München: Entstehung von Sommerresidenzen im Landhausstil mit großen Vordächern und reicher Holzverkleidung.
- Ab ca. 1930: ‚Sommerfrischler‘ in den Sommermonaten, Beginn des Massentourismus.
- Seit Ende der 1930er-Jahre: verstärkter Fremdenverkehr durch das Wirtschaftswachstum, Blütezeit des Reisens für die einkommensschwächere Bevölkerungsschichten, Vermittlung günstiger Reisen an Betriebsangehörige (auch für sozial schwächere Menschen aus einfachen Verhältnissen) durch die NS-Organisation ‚Kraft durch Freude‘ (KdF), Beginn des Gruppenreisens.
- Tourismus bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs: Überlassung der Landsitze durch den verarmten Adel an die politische Prominenz der NS-Zeit („Lago di Bonzo“), Abriss von Höfen und Errichtung übergroßer Wohngebäude durch NS-Politiker.
- 1939–1945: Tegernseer Tal als ‚Flüchtlingslager‘ für evakuierte und ausgebombte Menschen, v. a. Deutsche aus den Ostgebieten (z. B. aus dem Sudetenland).
- ab 1948: Wiederbeginn des Tourismus durch Verbesserung der Lebensqualität für Einheimische und Touristen, Währungsreform und Eröffnung der Autobus-Ringlinie rund um den Tegernsee.
- Nachkriegszeit: wachsende Zahl von Reisegesellschaften und Einzelreisenden mit dem Auto, Beginn der Pauschalreisen durch den Reiseveranstalter ‚Touropa‘,<sup>219</sup> Neubauwelle in sämtlichen Gemeinden mit Alters- und Zweitwohnsitzen, Entstehung von großflächigen Villenbezirken insbesondere im Ortsteil Sonnenmoos am Fuße des Wallbergs.
- Mitte der 1950er-Jahre: zunehmender Zuzug von Fremden, Abwanderung der jungen einheimischen Familien bedingt durch den Anstieg der Grundstückspreise, Entwicklung eines Ortszentrums aus der Weilerstruktur in Kreuth<sup>220</sup>.
- 1960er- und 70er-Jahre: Errichtung von weiteren Alters- und Zweitwohnsitzen.

Die Gemeinden Gmund und Rottach-Egern gehörten aufgrund ihrer günstigen Lage und großen Siedlungsflächen zu den ersten touristischen Entwicklungsgebieten im Tegernseer Tal. Aufgrund der zahlreichen parkartig angelegten Villenbezirke hatte Rottach-Egern wesentlich vorteilhaftere Voraussetzungen als die anderen Gemeinden.

---

<sup>219</sup> Vgl. RAUSCH 1995: 40.

<sup>220</sup> Vgl. GESELLSCHAFT FÜR LANDESKULTUR 1975: 35f.

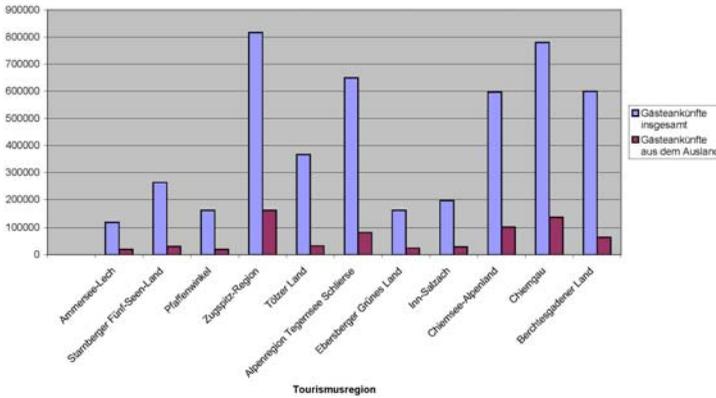


Diagramm 2 Eckdaten der Tourismusregionen in Oberbayern, 2012, Gästeankünfte, nach Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung Bayern

Heute gehört die Region Tegernsee-Schliersee zu einem der beliebtesten Ausflugs- und Urlaubsziele in Oberbayern. November 2011 erhielt der Tegernsee den Titel ‚Deutschlands Lieblingssee 2011‘, verliehen durch das Urlaubs- und Freizeitportal ‚www.seen.de‘. Über 30 000 Menschen hatten per Mausclick aus mehr als 2000 Seen den Tegernsee zu ihrem Lieblingsgewässer gewählt. So gehört die Region entsprechend Diagramm 2 nach der Zugspitz-Region und dem Raum Chiemsee-Alpenland zu den Urlaubsregionen mit den meisten Gästeankünften.

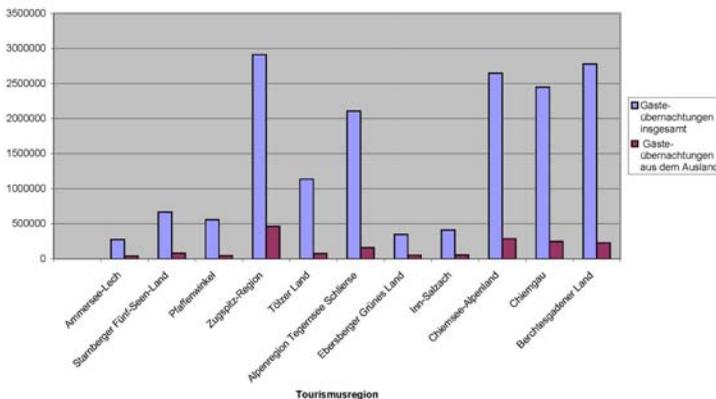


Diagramm 3 Eckdaten der Tourismusregionen in Oberbayern, 2012, Übernachtungen, nach Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung Bayern

Laut der Masterplan-Studie des Landkreises Miesbach musste die Region vor allem im Zeitraum von 1991 bis 2001 bei Übernachtungen und Ankünften teils erhebliche Rückgänge hin-

nehmen. Seit 2002 blieb die Zahl der gewerblichen Übernachtungen landkreisweit konstant.<sup>221</sup> Die Gästeankünfte der Region Tegernsee-Schliersee resultieren hauptsächlich aus Tagesausflüglern aus München und dem Großraum München. Die Übernachtungszahlen der Tourismusregion Tegernsee-Schliersee liegen im mittleren Segment (Diagramm 3). Die verhältnismäßig hohe Differenz zwischen Übernachtungen im Vergleich zu den Gästeankünften ergibt sich aus dem verhältnismäßig großen Anteil von Tagesausflüglern. Im Folgenden wird eine kurze Gegenüberstellung der Fremdenverkehrsbilanzen im Tegernseer Tal aus den Jahren 2008 und 2012 gegeben.

<u>Fremdenverkehrsbilanz 2008 (STATISTIK</u>		<u>Fremdenverkehrsbilanz 2012 (STATISTIK</u>	
<u>BAYERN 2008)</u>		<u>BAYERN 2012)</u>	
<u>Stadt Tegernsee</u>		<u>Stadt Tegernsee</u>	
Aufenthaltsdauer	4,8 Tage	Aufenthaltsdauer	4,0 Tage
Auslastung der angebotenen Betten in %	41,0 %	Auslastung der angebotenen Betten in %	47,5 %
Anteil ausländischer Gäste in %	10 %	Anteil ausländischer Gäste in %	5,1 %
Übernachtungen je 1000 Einwohner	41919	Übernachtungen je 1000 Einwohner	46122
<u>Rottach-Egern</u>		<u>Rottach-Egern</u>	
Aufenthaltsdauer	3,8 Tage	Aufenthaltsdauer	3,7 Tage
Auslastung der angebotenen Betten in %	30,7 %	Auslastung der angebotenen Betten in %	37,1 %
Anteil ausländischer Gäste in %	7,7 %	Anteil ausländischer Gäste in %	4,5 %
Übernachtungen je 1000 Einwohner	53548	Übernachtungen je 1000 Einwohner	62599
<u>Kreuth</u>		<u>Kreuth</u>	
Aufenthaltsdauer	3,4 Tage	Aufenthaltsdauer	3,3 Tage
Auslastung der angebotenen Betten in %	42,1 %	Auslastung der angebotenen Betten in %	40,9 %
Anteil ausländischer Gäste in %	6,2 %	Anteil ausländischer Gäste in %	7,1 %
Übernachtungen je 1000 Einwohner	51249	Übernachtungen je 1000 Einwohner	49261
<u>Bad Wiessee</u>		<u>Bad Wiessee</u>	
Aufenthaltsdauer	7 Tage	Aufenthaltsdauer	6,2 Tage
Auslastung der angebotenen Betten in %	42,1 %	Auslastung der angebotenen Betten in %	47,0 %
Anteil ausländischer Gäste in %	7,9 %	Anteil ausländischer Gäste in %	4,3 %
Übernachtungen je 1000 Einwohner	124265	Übernachtungen je 1000 Einwohner	118161
<u>Gmund am Tegernsee</u>		<u>Gmund am Tegernsee</u>	
Aufenthaltsdauer	2,1 Tage	Aufenthaltsdauer	2,2 Tage
Auslastung der angebotenen Betten in %	27,5 %	Auslastung der angebotenen Betten in %	31,1 %
Anteil ausländischer Gäste in %	11,7 %	Anteil ausländischer Gäste in %	5,5 %
Übernachtungen je 1000 Einwohner	4180	Übernachtungen je 1000 Einwohner	4741

Auffallend ist die große Zahl deutscher Besucher im Verhältnis zur geringen Zahl an internationalen Gästen. Es ist eindeutig erkennbar, dass die Ortschaften des Tegernseer Tals bis auf Bad Wiessee zu den Regionen mit hohem Kurzurlauber-Anteil gehört, die Aufenthaltsdauer be-

<sup>221</sup> vgl. TOURISMUSVERBAND ALPENREGION Tegernsee Schliersee 2010:18.

trägt im Durchschnitt zwei bis fünf Tage. Die überdurchschnittlich hohe Aufenthaltsdauer in Bad Wiessee ist auf das Kurangebot zurückzuführen.

### Sommertourismus

#### **Tourismus: Gemeinde, Betriebe, Betten, Auslastung, Übernachtungen, Ankünfte, Monate, Jahre (ab 2006)**

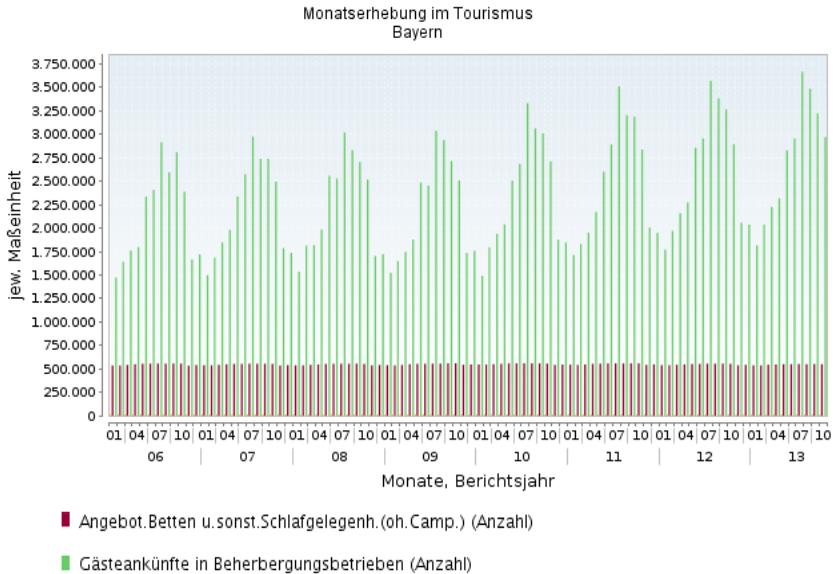


Diagramm 4 Tourismus: Gemeinde, Betriebe, Betten, Auslastung, Übernachtungen, Ankünfte, Monate, Jahre (ab 2006), Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung Bayern

Laut Diagramm 4 ist die Beschränkung der Saison auf die Sommermonate in allen Gemeinden in Bayern bzw. auch im Tegernseer Tal festzustellen. Auch ist zu erkennen, dass seit 2010 die Zahl der Gästeankünfte in Bayern kontinuierlich gestiegen ist. Im Sommer lässt sich das Tegernseer Tal über die Erholungsmöglichkeiten, die Tradition und die diversen Sportmöglichkeiten am See, in der Luft und in den Bergen (Segeln, Wandern, Paragliding, Golf und Mountain-Biking) am besten vermarkten. 2007 eröffnete zusätzlich zu den vorhandenen Wanderwegen der Heilklimapark Tegernsee, ein ortsübergreifendes Netz von 27 sogenannten Heilklimawanderwegen und 16 Nordic-Walking-Strecken rund um die fünf Gemeinden. Viele Events und Veranstaltungen, wie See- und Waldfeste, das Bergfilm-Festival oder das Internationale Oleg-Kagan-Musikfest, der Konzertsommer Bad Wiessee, die Kunst- und Kulturtage Rottach-Egern, die Tegernseer Tal Montgolfiade (Heißluftballonfest) und Leonhardifahrten finden in den Sommermonaten statt. Weitere Attraktionen sind das Spielcasino und der Aquadome in Bad Wiessee, Bayerns größtes begehbare Süßwasser-Aquarium, sowie das breite gastronomische Angebot von traditionell bayerischer bis hin zur Gourmet-Küche.

### Wintertourismus

Im Gegensatz zur Sommersaison ist das Tegernseer Tal nicht für den Wintertourismus bekannt. Zwar ist in letzter Zeit die Tendenz des ‚zweiten Urlaubs‘ im Winter zu beobachten – besonders bei guter Schneelage im Februar und März –, als Skigebiet kommt das Tegernseer Tal jedoch nur bedingt in Frage. Es bietet insgesamt 35 Kilometer Pisten für Skifahrer und 100 Kilometer Loipen für Langläufer. Die einzigen Skigebiete sind das Gelände am Sonnenbichl (Bad Wiessee) und das seit 1951 durch eine Bergbahn und seit 1953 durch zwei Skilifte erschlossene Wallberg-Setzberg-Gebiet. Heute dient der Sonnenbichl als Trainingsanlage für den Skisport-Nachwuchs. Rings um den See gibt es auch eine Vielzahl von Loipen sowie Rodel- und Schneeschuhwandermöglichkeiten. Ende 2009 wurde im Tegernseer Tal zum ersten Mal ein ‚Winteropening‘ veranstaltet, mit verschiedenen Programmen zur Stärkung des Wintertourismus.

### Vermarktung

Seit April 2011 treten die ‚Tegernseer Tal Tourismus GmbH‘ und der ‚Alpenregion Tegernsee Schliersee e. V.‘ verstärkt unter einem Dach als Interessensvertretung von Städten und Gemeinden um Tegernsee und Schliersee auf. Ziel ist es, bis Ende 2014 eine zentrale Organisation mit spezialisierten Fachabteilungen und dezentralen Touristen-Informationszentren sowie eine langfristige Entwicklungsplanung mit Erfolgskontrolle zu schaffen, um den nationalen und internationalen Markt wirkungsvoller bedienen zu können. Die rechtliche Fusion in eine Tourismusorganisation ist bis Anfang 2015 geplant. Der Verband soll die Gemeinsamkeiten der Region betonen und lokale Besonderheiten zur Profilbildung der einzelnen Städte und Gemeinden herausstellen.

Für die Öffentlichkeitsarbeit des Tegernseer Tals ist die ‚Tegernseer Tal Tourismus GmbH‘ (TTT) zuständig. Die Marke ‚Der Tegernsee‘ tritt weiterhin innerhalb des Verbundes mit der Alpenregion Tegernsee Schliersee e. V., als Premium-Segment mit den Schwerpunkten Genuss, Gesundheit und Lebensart, am Markt auf.

Bei den Werbemaßnahmen greift die Tegernseer Tal Tourismus auf die neuesten verfügbaren Kommunikationsmöglichkeiten zurück (Internetpräsenz, Auftritte in sozialen Netzwerken wie ‚Facebook‘ und ‚Twitter‘, Applikationen für Smartphones, Online-Reservierung über das Internet) und ist stets in verschiedenen Medien präsent.

Seit 2012 werden regionale Produkte bzw. Erlebnisse unter dem Motto ‚Wertschätzung erfahren, Mehrwert genießen und Begeisterung erleben!‘ vermarktet. Acht Unternehmen und lokale Dienstleister in der Alpenregion Tegernsee-Schliersee haben sich zum neuen Verbund, ‚Werteproduzenten‘ zusammengeschlossen. Ihr Ziel ist es, mit gutem Service, hochwertiger Qualität und neuen Angeboten einen Mehrwert zu bieten, der über den gewohnten Freizeit-, Un-

erhaltungs- und Erholungswert hinausgeht.<sup>222</sup> Diese Vermarktungsstrategie verstärkt die regionale Wirkung und zugleich die Identität des Landkreises.

### Masterplan Tourismus für die Alpenregion Tegernsee Schliersee

Für eine bessere Vermarktung wurde durch ein Büro für Tourismusberatung ein Masterplan mit zwölf Leitprojekten zur zukunftsorientierten Weiterentwicklung des Tourismus in der gesamten Alpenregion erstellt. Wesentliche Handlungsfelder sind demnach:<sup>223</sup>

1. ‚Marke und Marketing‘: Entwicklung und Profilierung der Markenpersönlichkeit nach innen und außen, z. B. durch das Leitprojekt ‚Marken sichtbar werden lassen‘
2. ‚Organisation und Strukturen‘: Sicherstellung adäquater Organisations- und Finanzierungsstrukturen, z. B. durch Leitprojekt 6 ‚Infrastrukturentwicklung und Ansiedlungsmanagement‘ und Leitprojekt 7 ‚Entwicklungsunterstützung für Beherbergungsbetriebe‘
3. ‚Angebots- und Produktentwicklung‘: Sicherstellung von Angebotsqualität und von vertriebsgerechten Produkten, z. B. durch Leitprojekt 7 ‚Entwicklungsunterstützung für Beherbergungsbetriebe‘

Unter dem Leitprojekt 7 werden Ziele, wie das Auslösen von Modernisierungs- und Innovationsinvestitionen in Bestandsbetrieben, die Förderung der Betriebsnachfolge und Motivation der Betreiber durch Einbindung in die Leitprojekte zur Angebotsentwicklung, aufgeführt.

Um diese Zielsetzungen zu erreichen, soll z. B. ein Dienstleistungsnetzwerk und eine Datenbank von ortsansässigen Architekten, Raumausstattern, Designern und Handwerkern aufgebaut und ein Entwicklungshandbuch mit ‚Best Practice‘-Beispielen für Betriebskonzepte, Finanzierungsmöglichkeiten und Förderprogramme erstellt werden.

Der Organisation ist bewusst, dass die Umsetzung des Masterplans nur dann erfolgreich sein kann, wenn alle Akteure aus Tourismus und Politik an einem Strang ziehen. Die genannten Ziele sind für die Entwicklung der Tourismusbaukultur positiv zu beurteilen und könnten das touristische Image verbessern und die Aufenthaltsqualität steigern.

### Verkehr

Von München aus ist das Tegernseer Tal entweder mit dem Auto über die Autobahn A8 oder per Zug mit der Bayerischen Oberlandbahn zu erreichen. In etwa einer Autostunde sind vom Tegernseer Tal österreichische Städte in Grenznähe (Salzburg oder Innsbruck), Garmisch-Partenkirchen, der Chiemsee oder Mittenwald zu erreichen. Zum größten Teil wird das Tegernseer Tal mit dem PKW aufgesucht. Insbesondere an Wochenenden und Feiertagen in den

---

<sup>222</sup> Vgl. WERTEPRODUZENTEN.

<sup>223</sup> Vgl. TOURISMUSVERBAND ALPENREGION Tegernsee-Schliersee 2011: 6.

Sommermonaten ist mit erhöhtem Verkehrsaufkommen und Stauungen auf der Bundesstraße 318 von der Autobahnausfahrt der A8 bis Gmund zu rechnen. In einigen Orten gibt es dann einen akuten Parkplatzmangel. Ursache sind zumeist Tagesausflügler aus der näheren Umgebung bzw. aus dem Großraum München, die in der Mehrzahl mit dem eigenen PKW anreisen. Eine Alternative zum PKW stellt das Angebot der Bayerischen Oberlandbahn (BOB) dar, die im Stundentakt von München nach Tegernsee fährt. Allerdings bedient sie nur die Strecke München–Holzkirchen–Gmund–Tegernsee. Von der Endstation Tegernsee gibt es keine Anschlussmöglichkeiten nach Süden bzw. in Richtung Österreich.

Das größte Transportangebot im Nahverkehr für das Tegernseer Tal stellt die regionale Busgesellschaft ‚Regionalverbund Oberland‘ (RVO) bereit. Der RVO, der den gesamten Raum südlich des unmittelbaren Münchner Einzugsbereichs bis zur österreichischen Grenze abdeckt, verbindet die Gemeinden am Tegernsee mit den wichtigen Zentralorten Bad Tölz und Miesbach sowie mit zahlreichen kleinen Ortschaften der Region. Für den Bereich des Tegernseer Tals stellt der RVO zahlreiche Busverbindungen zur Verfügung, z. B. eine Rundlinie um den See, bei der alle Gemeinden angefahren werden. Eine weitere Art der öffentlichen Personenbeförderung im Tegernseer Tal besteht in Form von Wassertaxi-Verbindungen zwischen den am Seeufer gelegenen Orten Tegernsee, Rottach-Egern, Bad Wiessee, Kaltenbrunn und Gmund. In den letzten Jahren wurden zwei attraktive Angebote umgesetzt, um das hohe Verkehrsaufkommen im Tegernseer Tal zu mindern:

- Tegernseer Ticket: Das ‚Tegernsee-Ticket‘ ist ein günstiges Angebot für Anreisende mit der Deutschen Bahn ins Tegernseer Tal. Es gilt aber nur in Verbindung mit einer Buchungsbestätigung für einen Beherbergungsbetrieb und ist ausschließlich bei der Tegernseer Tal Tourismus GmbH erhältlich.
- Tegernsee Card: Die ‚Tegernsee Card‘ ist bei der Anreise im Gastgeberbetrieb kostenlos erhältlich und bietet freie Fahrt um den Tegernsee mit allen Bussen des RVO. Zudem beinhaltet sie ermäßigte Eintrittspreise bei unterschiedlichsten Freizeitaktivitäten, die kostenlose Teilnahme an vielen Führungen, Wanderungen und kulturellen Veranstaltungen.



Abbildung 41 Verkehr am Wochenende, Gmund, Bayern (D)

Inwieweit die Alternativangebote von den Gästen angenommen werden und tatsächlich das Verkehrsproblem mindern, ist der Verfasserin nicht bekannt, in jedem Falle aber stellen sie eine Maßnahme zur Reduzierung des hohen Verkehrsaufkommens dar. Das Verkehrsproblem beschäftigt die Tegernseer-Tal-Gemeinden seit geraumer Zeit, jedoch konnten diverse Gutachten sowie Überlegungen zum Bau einer Entlastungs- bzw. Umgehungsstraße noch kein befriedigendes Ergebnis herbeiführen. Ein Verkehrskonzept für die ganze Region ist Teil des Landkreisentwicklungskonzepts 2014 (siehe Kap. 5.3.3.) und wird auch in der Zukunft eine der dringlichsten Aufgaben der Tegernseer-Tal-Gemeinden sein. Das Verkehrsproblem stellt eine Herausforderung dar, welches für die regionale Entwicklung maßgebend ist.

### 5.2.2. Kulturlandschaftliche Entwicklung

Im 8. Jahrhundert prägten neben dem Gebirge des Voralpenlandes dichte Wälder und Flüsse das Landschaftsbild des Tegernseer Tals. Noch heute bestimmt der hohe Grünland- und Waldanteil, die zahlreichen Hecken an Feldern und Bachläufen sowie schutzwürdige Biotope und das voralpine Jungmoränenrelief mit seiner überwiegend kleinteiligen Hügelstruktur das Bild des Tales. Die Eigenart der Landschaft als Ausdruck der Übereinstimmung natürlicher Gegebenheiten wurde bewahrt. Sie bietet die wirtschaftliche Grundlage für den Tourismus. Im Allgemeinen sind die Waldbestände im Tegernseer Tal in verhältnismäßig großer Ausdehnung erhalten. Die landwirtschaftlichen Anwesen sind meist um eine höher gelegene Kirche gruppiert, die als Orientierungspunkt in der Landschaft dient. So sind viele Dörfer und Höfe in die Landschaft eingebunden.

#### Haglandschaften / Almweiden:

Das Tegernseer Tal ist heute im Norden geprägt von ‚Egartenlandschaften‘ (Egart = braches Land). Bei der Entstehung dieser Landschaften spielte die klösterliche Landvergabe eine wichtige Rolle, da damals jeder Lehensträger verpflichtet war, seine Besitztümer gegenüber dem Nachbarn abzugrenzen. An diesen Einzäunungen sind so auf natürliche Weise „lebende Zäune“<sup>224</sup> – die Hage – entstanden. Im Zuge der Mechanisierung und Technisierung in der Landwirtschaft verschwanden viele der charakteristischen Hecken nach und nach. Um dieser für die Landschaft bedrohliche Entwicklung entgegenzuwirken, wird seit 1980 jährlich in einer Gemeinschaftsaktion der Forstämter Schliersee und Kreuth, dem Amt für Landwirtschaft Miesbach und der Unteren Naturschutzbehörde des Landratsamtes Miesbach die ‚Hagaktion‘ in Zusammenarbeit mit den Bauern durchgeführt. Schon 1955 wurde die Miesbacher Haglandschaft aufgrund ihrer Schönheit und Eigenart auf Anordnung des Landratsamtes Miesbach unter Landschaftsschutz gestellt.

Zu den artenreichsten und bedeutendsten Lebensräumen neben den ‚Egartenlandschaften‘ im Landkreis Miesbach zählen die Almweiden. Auch heute noch haben Almen große wirt-

---

<sup>224</sup> Vgl. LANDRAMTSAMT MIESBACH 2005: 4.

schaftliche Bedeutung für viele bäuerliche Betriebe und sichern deren Existenz. Die Beweidung der Gebirgsflächen garantiert eine abwechslungsreiche Kulturlandschaft, die von Einheimischen und Touristen gleichermaßen geschätzt wird.

#### Kulturlandschaft heute:

Zum größten Teil dominieren auch heute noch die alten traditionellen Kulturlandschaften. Zwar sind die Einflüsse der Globalisierung und Suburbanisierung deutlich zu spüren, aber bis auf einige auffallende Bausünden scheint das Bild der bäuerlichen Kulturlandschaft noch intakt zu sein. Trotz rückläufiger Zahlen bei den aktiven Landwirten bleibt zu hoffen, dass die Pflege der Kulturlandschaft durch Initiativen, wie etwa die der Naturkäserei Tegernseer Land e. G.,<sup>225</sup> auch weiterhin gewährleistet wird. Es besteht dennoch die Gefahr, dass die Landschaft durch neue Bauten zersiedelt und somit die noch intakte Kulturlandschaft zerstört oder beeinträchtigt wird.

Eine Herausforderung stellen der Erhalt und die Pflege der derzeit noch intakten Kulturlandschaften dar. Hieraus erwächst die Frage, wie Heimat in Zukunft definiert werden soll, wenn neue Strukturen, wie beispielsweise Zweckbauten, in die eher bäuerlich geprägte Kulturlandschaft implementiert werden müssen. Eine Gegend, die v. a. von ihrer natur- und kulturräumlichen Schönheit lebt und die als besonders kultiviert gelten möchte, kann sich diese ‚kleinen Bausünden‘ und diesen Substanzverlust auf Dauer nicht leisten. Auch hat man im Tegernseer Tal noch keinen zeitgenössischen, ästhetischen Ausdruck für eine ‚neue‘ Kulturlandschaft gefunden.

#### 5.2.3. Städtebauliche Entwicklung

Seit den ersten Ansiedlungen der Kelten bzw. später der Bajuwaren und der Gründung des Klosters haben sich aufgrund der Topografie des Tegernseer Tals und im Zusammenhang mit landschaftlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten verschiedenartige Siedlungsformen entwickelt.

#### Die ersten Siedlungsgebiete:

Laut den Salbüchern der Tegernseer Ministerialität war das Gebiet an der Nordspitze des Tegernsees relativ dicht mit vielen und dabei verhältnismäßig großen Anwesen besiedelt.<sup>226</sup> Im Gegensatz zu der größeren Siedlung Rottach-Egern hatte sich Gmund angesichts der ebenen und breiten Flächen im Norden zu einem Haufendorf entwickelt. Auf der West-, Ost- und Südseite des Tegernsees bildeten sich durch die Flüsse Weißbach und Rottach Schuttkegel, auf denen gruppenförmige Siedlungen entstanden. Im Verhältnis zu den Ost- und Westufern

---

<sup>225</sup> Die Naturkäserei Tegernseer Land e. G. ist eine Genossenschaft von Milchbauern der Region Tegernseer Tal, die aus eigener Land- bzw. Milchwirtschaft Produkte in einer eigenen Käserei in Kreuth herstellen und direkt an Einheimische und Touristen vermarkten.

<sup>226</sup> Vgl. HOLZFURTNER 1985: 11.

nahm auf der ebenen Fläche der heutigen Gemeinde Rottach-Egern die Siedlungsdichte zu. Nach der Erschließung des Südens erfolgte die Besiedlung des Westufers: Abwinkl, Wiessee und Holz. Besonders auf der West- und Ostseite entstanden infolge des Platzbedarfs und des unmittelbar ansteigenden steilen Hanges reihenförmige Siedlungen bzw. Reihendörfer, die sich später zu konzentrierten Ortschaften weiterentwickelten.

#### Städtebauliche Entwicklung von der Klosterzeit bis zum 17. Jahrhundert:

Im 14. Jahrhundert herrschten zahlreiche Weiler und Einzelgehöfte auf dem vorgelagerten Hügelland des Tegernsees vor. Die einzelnen Ortschaften entstanden aus Anwesenteilungen von bestehenden Gehöften. Das aufblühende Handwerk an den drei Standorten mit Pfarrkirchen in Gmund, Tegernsee und Egern sowie die weitere Aufteilung größerer Besitzungen bewirkte letztendlich die Entstehung der Ortszentren mit einem kirchlichen Mittelpunkt. Zum größten Teil fand die Teilung von Gehöften von der Mitte des 15. Jahrhunderts bis Anfang des 16. Jahrhunderts statt. Mit dem Verschwinden zahlreicher Gehöfte durch die Teilungsprozedur begann die Ansiedelung von Sölden mit Häusern, die in wachsender Zahl kontinuierlich bis ins 18. Jahrhundert in und um den bestehenden mittelalterlichen Strukturen ergänzt wurden. Besonders in den Ortskernen waren die Höfe teilweise so weit zerstückelt, dass die ursprünglichen Anwesen nicht mehr identifiziert werden konnten.<sup>227</sup> Vor dem Einfluss des Tourismus wurde das Bild des Tales durch die dorfartigen Ansiedlungen am See und durch Einödhöfe an höher gelegenen Stellen geprägt.<sup>228</sup> Es handelte sich um ehemals landwirtschaftlich strukturierte Dörfer oder um Streusiedlungen, die über etwa tausend Jahre hinweg dem Benediktinerkloster unterstanden. Die geografische Lage an den steilen Hängen brachte die dörflichen Siedlungen am See hervor. Auf den Tegernseer Bergen ließen sich Bauern mit Viehzucht und Milchwirtschaft als Erwerbsquellen nieder. Ohne Zweifel tragen noch heute die Einzelgehöfte mit ihrem ausgewogenen äußeren Erscheinungsbild zur Kulturlandschaft bei.

#### Städtebauliche Entwicklung der Wittelsbacher Zeit:

Die Karte (Abbildung 42) in RUPPERTs Publikation über das Tegernseer Tal zeigt für das Jahr 1815 Folgendes: Das Gebiet der heutigen Stadt Tegernsee war noch ein typisch handwerklich strukturiertes und kleinbäuerliches Klosterdorf. Siedlungsgebiete befanden sich daneben hauptsächlich in Gmund und Rottach-Egern; sie setzten Akzente in einer ansonsten bäuerlich geprägten Kulturlandschaft, die durch Einzelhöfe und wenige Weiler gekennzeichnet war.<sup>229</sup> Bis auf den zentralen Ort Tegernsee, wo König Max I. Josef 1817 seine Sommerresidenz errichtet hatte und sich in der Folgezeit Diplomaten, Künstlern und wohlhabenden Münchner niedergelassen hatten, war die Bautätigkeit denkbar gering. Seit dem Erwerb des Klosters durch den bayerischen König vollzog sich im Tegernseer Tal eine langsame Umwandlung von einer klösterlich geprägten Agrarlandschaft zu einer Tourismuslandschaft. Zu Beginn des 19. Jahr-

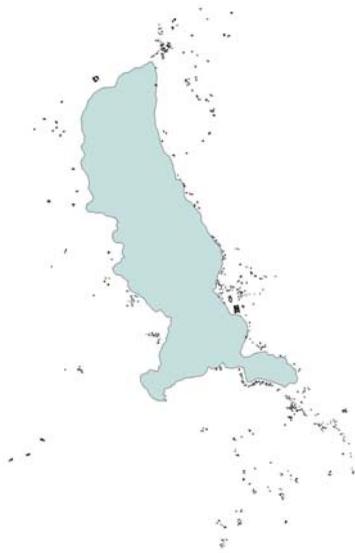
<sup>227</sup> Ebd.: 30–39.

<sup>228</sup> Vgl. BREU 1906: 185.

<sup>229</sup> Vgl. RUPPERT 1962: 23ff.

hunderts erwarb Max I. Josef mehrere Grundstücke, wie den ‚Bauern in der Au‘. 1825 erfolgten Grundstückserwerbungen durch den Adel und höhere Beamte. Mitte des 19. Jahrhunderts errichteten wohlhabende Münchner Künstler und Diplomaten ihre Sommerresidenzen um das ehemalige Kloster. Die Neubauten hatten zwar schon früh zu einer nach heutigen Begriffen starken Zersiedlung beigetragen, dem Ort durch ihre vielfach qualifizierte Architektur aber auch ein nobles Aussehen gegeben. Im Vergleich zum Ostufer des Tegernsees zeigten die Streusiedlungen am Westufer sowie im Süden keine gravierenden Veränderungen wie Neubauten und Aufparzellierungen.<sup>230</sup>

#### Städtebauliche Entwicklung im 19. Jahrhundert:



In den folgenden hundert Jahren wurden durch die sprunghafte Zunahme des Tourismus neue Schwerpunkte gesetzt: es entstanden Ferienwohnungen und Wochenendwohnsitze. Die entscheidende Veränderung stellte das Auftreten kapitalkräftiger Grundbesitzer dar. Bereits Ende des 19. Jahrhunderts bestand die Gruppe der Käufer aus finanzkräftigen Kaufleuten und Bankleuten, später kamen politische Größen oder höhere Staatsbeamte hinzu. Die Kaufmotive hatten sich im Gegensatz zur ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts entscheidend geändert: Grunderwerb als Kapitalanlage und Alterswohnsitz sowie soziales Ansehen durch eine Sommerresidenz in der Luxusgegend. Inzwischen hatte die touristische Entwicklung alle fünf Talgemeinden erfasst. Die stärksten Bautätigkeiten fanden in Tegernsee, Rottach-Egern und Bad Wiessee statt.

Abbildung 42 Tegernsee ca. 1815 nach Karl RUPPERT

#### Städtebauliche Entwicklung ab dem 20. Jahrhundert:

Aufgrund der Platzfrage, insbesondere im Ort Tegernsee, erreichte die Siedlungsdichte des Tegernseer Tals im 20. Jahrhundert den höchsten Grad. Am Seeufer und am steil abfallenden Hang, also entlang der Hauptstraße zwischen Strandbad und Rathaus, breiteten sich hauptsächlich Wohnhäuser, Sanatorien, Gästehäuser und Hotels aus. Die unterschiedlichen Nutzungen bilden ein uneinheitliches Siedlungsbild. Zumeist stammen die Gebäude entlang die-

<sup>230</sup> Vgl. ebd.: 25ff.

ser Straße aus der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg. Es handelt sich dabei meist um freistehende 3- bis 3 ½-geschossige Häuser mit Stilelementen des regionalen Bauernhofes, mit Satteldach und weit vorspringenden Vordächern.

Für den Anfang des 20. Jahrhunderts ist am Tegernsee durch den verstärkten Bau von Landhäusern eine merkliche Änderung im Siedlungswesen zu beobachten. Die modernisierte Landschaft stand im Kontrast zu den alten Bauernhäusern. Die Besitzverhältnisse änderten sich und neu entstandene Villen, die später zu Kinder- oder Betriebserholungsheimen umgewandelt wurden, nahmen einen städtischen Charakter an.



Abbildung 43/ 44 (von l. nach r.) Tegernsee 1960 und Tegernsee heute nach Karl RUPPERT

Tegernsee selbst wurde 1954 zur Stadt erhoben. Die jüngste städtebauliche Entwicklung vollzog sich in Bad Wiessee in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Von einem Weiler mit wenigen Bauernhöfen und einem Wirtshaus entwickelte sich Bad Wiessee nach der Entdeckung der Jod-Schwefelquelle und der Errichtung eines Badehauses zu einer attraktiven Ferienregion. Auch in Rottach-Egern wurde das bäuerliche Element in der Bevölkerungsstruktur und im Siedlungsbild stark zurückgedrängt. In Gmund wie in Kreuth zeigten der Tourismus und damit auch der Bodenerwerb durch Ortsfremde erst später als bei den anderen Orten größere Intensität und sichtbare Spuren.

Durch die touristische Entwicklung setzte im Tegernseer Tal ein Bauboom von bis dahin unbekanntem Ausmaß ein (Abbildung 43 / 44). Besonders an den Seeufern entstanden Siedlungen, die weder auf vorhandene Bausubstanz noch auf die wertvollen landschaftlichen Freiräume Rücksicht nahmen. Mit der höheren Mobilität und der dadurch veränderten Erreichbarkeit verloren Streustrukturen vollends ihre Berechtigung.

Die Gemeinden im Tegernseer Tal, die fast ausschließlich aus kleinen Gehöften oder Weilern entstanden waren, hatten mittlerweile viel Land auf Kosten der Landschaft zugebaut. Die neuen Strukturen wirkten wie Vorortsiedlungen einer Großstadt mit einem Ortskern.<sup>231</sup>

#### Zustand heute:

Heute sind die Auswirkungen der schnellen touristischen Entwicklung sowie die Unverträglichkeit der Neubauten im Kontext mit der Landschaft und der regionalen Baukultur noch immer gut zu erkennen. Infolge des Platzmangels im Uferbereich des Tegernsees ‚klettern‘ die Neubauten weiter den Hang empor und gefährden mittlerweile dessen Stabilität. Ortsfremde Baustile und Baukörper führen zu einem uneinheitlichen Siedlungsbild. Bis zur Neuberechnung und Sanierung der Kläranlage im Jahr 1991 und der damit einhergehenden Aufhebung der Einschränkung der Bautätigkeit konnte aufgrund mangelnder Kapazitäten der Kläranlage das Bauen kontrolliert fortgesetzt werden. Seit der Aufhebung der Einschränkung sind erneut viele Bautätigkeiten im Gang.

Auffallende Bausünden in der Landschaft sind die wuchtigen Hotelbauten, die den Seeblick an einigen Stellen für sich beanspruchen. Auch Leerstände oder verfallende historische Bau- denkmäler wirken sich auf das Ortsbild negativ aus. Die Proportionen, die Baumasse, der Rhythmus und die Strukturierung des Gebauten und der Freiflächen stehen im Konflikt mit der Kulturlandschaft. So stechen einige fremde Architekturstile, wie Bauten im Toskana-Stil, aus dem Gros der traditionellen Baukultur hervor. Um weitere Bausünden zu verhindern, versucht zum Beispiel die Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal mit Bürgerbegehren und Gerichtsverfahren – wie im Falle des Guts Kaltenbrunn (Kap. 6.4.1.) – gegen die Pläne großer Investoren vorzugehen.

Die idyllische, eine ‚heile Welt‘ suggerierende Landschaft bzw. Heimat wird heute noch stark bei der Vermarktung eingesetzt, wobei die auffälligen Bausünden retuschiert werden. Der schleichende Verfall bodenständiger Baukultur und bäuerlicher Kulturlandschaft durch den Strukturwandel ist aber bereits teilweise zu spüren. Ebenso tragen die Geringschätzung historischer Bausubstanz und die Neubauten im Stil von Landhäusern und Bauernhöfen sowie die hinzukommende Unsicherheit in Fragen der Materialverwendung und Formgebung bei Neubauten zur Entwertung des Ortsbildes bei.

Dennoch sind im Tegernseer Tal viele Entwicklungspotenziale für den Tourismus in folgenden Bereichen zu erkennen:

- Einfacher Tourismus bis Luxustourismus: Das Tegernseer Tal stellt eine Vielzahl von Angeboten wie die verschiedenen Events in den jeweiligen Orten, vom 5-Sterne-Hotel bis zum Urlaub auf dem Bauernhof zur Verfügung.
- Geschichte und Tradition: Das Tegernseer Tal bietet eine interessante Historie, insbesondere die des Klosters Tegernsee und der Wittelsbacher Familie im 19. Jahr-

---

<sup>231</sup> Vgl. GESELLSCHAFT FÜR LANDESKULTUR 1975: 35.

hundert. Zudem pflegen die ortsansässigen Vereine ihre Tradition und führen sie fort, beispielsweise in Veranstaltungen wie dem ‚Leonhardttag‘ in Kreuth.

- Gesundheit: Durch die Jod-Schwefelquelle, Netzwerk von Kliniken (Medical Park etc. in Bad Wiessee) und Wellness-Angebote (Monte Mare in Tegernsee) kann das Tal von dem Gesundheitstrend profitieren. Auch gehören die Gemeinden zu heilklimatischen Kurorten und eignen sich daher hervorragend für das Thema Gesundheit.
- Einzigartige Kulturlandschaft: Die Natur bzw. die Berge und der Tegernsee sowie die gewachsenen Ortschaften sind bereits touristische Attraktionen. Die identitätsstiftenden Haglandschaften und die Almweiden tragen ebenso dazu bei.
- Authentisches Ortsbild: Trotz einiger ortsfremder Architekturstile bei Neubauten erscheint das Tegernseer Tal hinsichtlich der Homogenität der Ortsbilder weitgehend intakt zu sein. Die bäuerlich geprägten Ortschaften wie z. B. Gmund und Kreuth sowie zahlreiche historische Baudenkmäler und Architekturen aus unterschiedlichen Entstehungszeiten sind für den Tourismus reizvoll.

### 5.3. Fachliche Planungsvorgaben

Auf Landkreisebene werden verschiedene Maßnahmen zur Steigerung der Regionalität des Landkreises Miesbach getroffen: das Landesentwicklungsprogramm (LEP) des Planungsverbandes Region Oberland sowie die Bürgerstiftung ‚Energiewende Oberland‘ und das Projekt des Landkreises Miesbach ‚Unser Landkreis Miesbach 2014‘. Auf kommunaler Ebene gelten in der Stadt Tegernsee und in den vier Gemeinden, über die BayBO und das BauGB hinausgehend, Ortssatzungen.

#### 5.3.1. Baurechtliche Rahmenbedingungen im Tegernseer Tal

Die Ortschaften des Tegernseer Tals haben von Artikel 81 der BayBO Gebrauch gemacht und zu verschiedenen Zeitpunkten Gestaltungssatzungen erlassen. Rottach-Egern hat als erste Gemeinde im Jahr 1983 eine Ortssatzung verabschiedet.<sup>232</sup> In Gmund besteht die offizielle Ortssatzung seit 1996, in Kreuth seit 1997, in Tegernsee seit 2005 und in Bad Wiessee seit 2008.<sup>233</sup> Die Gemeinde Gmund hat im Jahr 2004 zusätzlich zur Ortssatzung eine Gestaltungsfibel unter der Bezeichnung AGMUNDA 21 veröffentlicht. Zahlreiche Abbildungen erläutern die Ortssatzung und den historischen Hintergrund der regionalen Baukultur. Des Weiteren werden ‚zeitgemäße Ableitungen‘ von ortstypischen Bauformen sowie Hilfestellungen für den eigenen Garten mit ortstypischen Bepflanzungs- und landschaftsarchitektonischen Gestaltungsmöglichkeiten vorgestellt.

---

<sup>232</sup>Email-Anfrage von Jan.2010 an Bauamt: Rottach-Egern/Tegernsee.

<sup>233</sup>Telefon/Email-Anfrage von Jan.2010 an Bauämter: Bad-Wiessee, Gmund, Kreuth.



Abbildung 45/ 46 Auszüge aus der Gestaltungsfibel von Gmund, Agmunda 21

In den Ortssatzungen der Gemeinden des Tegernseer Tals werden, bis auf einige individuelle Abweichungen, einheitlich die Erhaltung und Verbesserung des Straßen-, Landschafts- und Ortsbildes sowie die Stellung, Proportionen und Gestaltung eines Gebäudes durch gestalterische und planerische Maßnahmen geregelt. Darüber hinaus werden konkrete Angaben zur äußerlichen Gestaltung eines Neubaus, d. h. Materialien, Höhen, Dachformen, Solaranlagen, Fensteröffnungen und Balkone gemacht.<sup>234</sup> Die Ortssatzung an sich ist für einen Laien bzw. Nicht-Architekten schwer zu verstehen. Die Abbildungen der AGMUND21 sind daher wertvolle Ergänzungen für das Verständnis der Satzung. Durch den Erlass der Gestaltungssatzung kann das das Erscheinungsbild vieler Einfamilienhäuser von der Kommune gesteuert werden. Die Ortssatzung ist ein sinnvolles Instrument, um das weitgehend harmonische Ortsbild des Tals zu erhalten.

Mit der ortsüblichen Bekanntmachung der Satzung wird diese rechtsverbindlich. Neben den Ortssatzungen ist der Kreisbaumeister des Landkreises Miesbach in Fragen der Ortsgestaltung eingebunden.

### 5.3.2. Landesentwicklungsprogramm Region Oberland Region 17

Die räumliche Entwicklung im Landkreis Miesbach wird nach den Vorgaben des LEP durch die Region Oberland<sup>235</sup> (Region 17), einen gesetzlich vorgesehenen Zusammenschluss von Gemeinden und Landkreisen, koordiniert und erstellt. Der Landkreis Miesbach ist Teil der Region Oberland, der noch die Landkreise Bad Tölz-Wolfratshausen, Garmisch-Partenkirchen und Weilheim-Schongau angehören. Ziele für die Region sind laut Planungsverband Region Oberland die Entwicklung zu einem gleichwertigen und eigenständigen Lebensraum und gleichzeitig die Erhaltung der Identität und der gewachsenen Strukturen in den einzelnen Teilräu-

<sup>234</sup> Vgl. Ortsgestaltungssatzung jeweiliger Ortschaften.

<sup>235</sup> Der Regionalplan des Planungsverbands Region Oberland ist seit dem 01.09.1988 in Kraft. Einige Kapitel wurden seither fortgeschrieben. So sind etwa mit Inkrafttreten des neuen LEP Bayern am 01.09.2006 die Kapitel zu Natur und Landschaft, zur Energieversorgung und zur Wasserwirtschaft fortgeschrieben worden.

men. Die Aussagen und Festlegungen des Landesentwicklungsprogramms werden im Regionalplan räumlich und fachlich konkretisiert. Darin werden der Erhalt und die Pflege der Kulturlandschaft sowie des Ortsbildes hervorgehoben:<sup>236</sup>

- Sicherung und Weiterentwicklung des attraktiven Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraums, Schutz der Natur und Umwelt und der Erhaltung natürlicher Ressourcen zur Identitätspflege.<sup>237</sup>
- Für das ‚Alpengebiet‘, dem der Großteil des Landkreises Miesbach angehört: Erhalt der Leistungsfähigkeit des Naturhaushaltes und der Pflege des überlieferten Orts- und Landschaftsbildes.<sup>238</sup>

Diese Beschlüsse sind maßgebend für den Erhalt der touristischen Attraktivität des Tegenseer Tals.

### 5.3.3. Unser Landkreis Miesbach 2014

Das Landkreisentwicklungskonzept ‚Unser Landkreis Miesbach 2014‘ von der Abteilung Kreisentwicklung des LANDRATSAMTS MIESBACH entstand 2006 mit dem Ziel, mit Unterstützung eines interdisziplinären Gutachterteams ein regionales Entwicklungskonzept umzusetzen. Fünf dringende Entwicklungsbereiche – Siedlung, Baukultur und Wohnen, Verkehr, (Aus-)Bildung, Tourismus und Wirtschaft – wurden als Schwerpunkte herausgearbeitet. Ziel des Konzepts ist es, mit breiter Bürgerbeteiligung die ausgearbeiteten Vorhaben der jeweiligen Fachgebiete bis 2014 zu erreichen. Unterstützt wird dies durch regelmäßige Treffen und Abstimmungen in einem Kernteam, das sich aus den Gutachtern und deren Ansprechpartnern im Landkreis zusammensetzt, sowie durch die Rückkopplung mit dem Kreistag unter Beteiligung von Experten aus dem Landkreis. Eine Analyse und Bewertung aller Themenbereiche wurde 2009 der Öffentlichkeit vorgestellt.

Im Entwicklungsbereich Tourismus wurden folgende relevante Ziele formuliert:<sup>239</sup>

- Inhaltliche Weiterentwicklung des Tourismus auf Landkreisebene (Zielgruppen, Produkte, Qualität).
- Integration der Marke Alpenregion Tegensee-Schliersee im Landkreis Miesbach.
- Ausbau der touristischen Infrastruktur (z. B. Beschilderungskonzept).
- Vernetzung des Tourismus mit Wirtschaft, Landwirtschaft und anderen Handlungsfeldern.

Zum Thema Baukultur wurden im analytischen Teil Folgendes erkannt:<sup>240</sup>

- Baukultur und bäuerliche Kulturlandschaft als touristische Attraktion.

---

<sup>236</sup> Vgl. PLANUNGSVERBAND REGION OBERLAND Region 17 2005.

<sup>237</sup> Ebd.

<sup>238</sup> Ebd., Teil A II, 5.1–5.2.

<sup>239</sup> LANDRATSAMT MIESBACH 2009. Unser Landkreis Miesbach 2014 – Analyse und Bewertung: 87.

<sup>240</sup> Ebd.: 46.

- Zunehmende Entstehung von Unternutzungen und Leerständen durch den landwirtschaftlichen Strukturwandel.
- Zunehmender Verlust des charakteristischen Orts- und Landschaftsbildes, dringender Handlungsbedarf.
- Gefährdung der regionalen Baukultur durch die Zunahme von Siedlungs- und Verkehrsflächen und vor allem durch die Architekturqualität (Lage und Größe von Neubauten und Neubaugebieten).
- Mangelndes Bewusstsein für den Wert der Baukultur seitens der Bauträger und Investoren sowie bei Fachleuten im Tourismus.
- Mangelnde Abstimmung der Siedlungspolitik zwischen den Gemeinden des Landkreises, Hemmung der Entwicklung durch die fehlende Nachhaltigkeit in der Siedlungspolitik.

Der Landkreis Miesbach sieht Handlungsbedarf darin, den Wert seiner Baukultur zu verdeutlichen und mit gezielten Angeboten und Maßnahmen auf eine Bewusstseinsbildung bei den entscheidenden Akteuren hinzuwirken. Zielführende Projekte sind dazu beispielsweise die ‚Bewusstseinsbildung zur Architekturqualität‘ und das integrierte Klimaschutzkonzept ‚Landkreis mit zukunftsfähiger Energie‘.<sup>241</sup> Die wichtigsten Ziele bis 2014, die bei der Ausstellung ‚Architektur im Landkreis Miesbach‘ im Rahmen der Schlierseer Kulturtag im Oktober 2010 bezüglich Siedlung, Baukultur und Wohnen definiert wurden, sind folgende:<sup>242</sup>

- Landkreis Miesbach wird bis 2014 als Premiumregion für Architektur wahrgenommen.
- Gepflegte, bewirtschaftete, voralpine, bäuerliche Kulturlandschaft als prägendes Bild des Landkreises Miesbach.
- Energiesparendes Bauen und Planen bei Neu- und Umbauten, Energieeinsparung und sinnvolle Nutzung regenerativer Energien im Gebäudebestand.
- Verankerung des Architekturverständnisses in Verwaltungen, bei Bürgern, Besuchern, Bauherren, Architekten, Planern und sonstigen beteiligten Akteuren.
- Beratung von Bürgern, Unternehmern und Vertretern gesellschaftlicher Gruppen durch qualifizierte Architekten und frühzeitiges Einbinden in Planungsprozesse.
- Abstimmung der Siedlungsentwicklung zwischen den Gemeinden des Landkreises.
- Innenentwicklung anstelle von weiterem Flächenverbrauch.

Zudem erklärte sich die Fachrunde bereit, den Kommunen bei Sonderaufgaben als neutrales Beratergremium im Sinne eines Gestaltungsbeirats zur Verfügung zu stehen.<sup>243</sup> Die Fachrunde besteht aus dem Kreisbaumeister, dem Kreisheimatpfleger und den örtlichen Architekten.

---

<sup>241</sup> Ebd.: 18.

<sup>242</sup> Siehe LANDRATSAMT MIESBACH 2010, Eine Ausstellung von Gebäuden zwischen Bautradition und Neuem Bauen, Ausstellung ‚Architektur im Landkreis Miesbach‘, fachliche Hauptziele.

<sup>243</sup> LANDRATSAMT MIESBACH 2011 und 2012, Kreisentwicklung, Projektstand 2011 und 2012.

Einen fruchtbaren Diskussionsbeitrag könnten dabei externe bzw. nicht-ortsansässige Architekten mit Erfahrungen im ländlichen Bauen leisten.

In Ergänzung zu der Ausstellung ist seit Januar 2012 eine ‚Baufibel‘ als Leitlinie für den Erhalt der Baukultur in ländlich geprägter Umgebung des Landkreises Miesbach verfügbar, die eine Weiterentwicklung der Fotoausstellung darstellt. Sie beginnt mit einer kurzen Einleitung zur Bedeutung von Baukultur und stellt Leitgedanken in den Bereichen ‚Siedlung und Landschaft‘, ‚Lage und Baugrundstück‘, ‚Baukörper‘ und ‚Material und Farbe‘ mit begleitenden Fotostrecken vor. Im Allgemeinen wird der regionaltypische lang gestreckter Baukörper und der Bau mit regionalen Materialien bevorzugt. Beim Bauen soll der Rhythmus der freien, unverbauten Kulturlandschaft und der geschlossenen Siedlungen sowie die Einbindung in die Topografie beachtet werden.<sup>244</sup> Zum Erhalt des Ortsbildes ist diese Baufibel insbesondere für Neubauherren empfehlenswert: Viele Bauherren, die zum ersten Mal ein Eigenheim bauen, versuchen in der Regel, alle ihre Wünsche auf einmal zu realisieren. Diese Fibel kann als Leitfaden für eine einheitliche Gestaltung in Neubausiedlungen mit Einfamilienhäusern dienen. Die genannten Erkenntnisse und Ziele sind für den Erhalt sowie für die Weiterentwicklung des Tourismus und der Tourismusbaukultur entscheidend. Es ist zu hoffen, dass neben der Pflege für die Kulturlandschaft und der einheimischen Baukultur auch zeitgemäße regionale Architekturen ihren Platz im Landkreis finden und gefördert werden.

#### **5.4. Fazit**

Die Tegernseer-Tal-Gemeinden besitzen durch ihre einzigartige Kulturlandschaft und Historie, ihre Tradition und regionale Baukultur eine große Anziehungskraft für Besucher. Durch die Ausstellung des Masterplans, des Landkreisentwicklungskonzepts ‚Unser Landkreis Miesbach 2014‘ und die neue Vermarktungsstrategie (Zusammenschluss von Tegernsee Tal Tourismus GmbH und Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V., neue Internetpräsenz und Applikationen für Smartphones) ist das Engagement für den Ausbau des Tourismuswirtschaftssektors sowie ein gestärktes Bewusstsein für die Baukultur zu spüren. Die baurechtlichen Rahmenbedingungen insbesondere der Erlass der Gestaltungssatzungen in den jeweiligen Kommunen sowie die fachlichen Planungsvorgaben des Programms ‚Unser Landkreis Miesbach 2014‘ bilden den Grundstein für den Erhalt der historisch gewachsenen baulichen Strukturen und der touristischen Attraktivität des Tegernseer Tals. Für die Weiterentwicklung eines Ortes ist die Untersuchung der räumlichen Strukturen und der vorhandenen Tourismusarchitektur von Bedeutung.

---

<sup>244</sup> LANDRATSAMT MIESBACH 2012, Baufibel: 3ff.

## 6. Untersuchung zur Tourismusbaukultur im Tegernseer Tal

In diesem Kapitel werden die Tourismusbaukultur, das Selbst- und Fremdbild, wie auch die Konfliktlinien des Tegernseer Tals behandelt. Im Anschluss werden gelungene Tourismusbauten bzw. –projekte unter Berücksichtigung der Merkmale aus Kapitel 4.3. vorgestellt sowie Leitlinien und Handlungsempfehlungen für das Tegernseer Tal formuliert.

Im Folgenden wird anhand einer Fotodokumentation – analog zu den Untersuchungen der visuellen Wahrnehmungen von Ästhetik der Agglomeration<sup>245</sup> – und der quantitativen und qualitativen Befragung versucht, eine Momentaufnahme der Tourismusbaukultur des Tegernseer Tals darzustellen.

### 6.1. Eindruck des Tegernseer Tals

Begehungen vor Ort haben gezeigt, dass sich die Bebauung im Tegernseer Tal, wie es auch in anderen alpinen Tourismusregionen zu beobachten ist, aus diversen Baustilen verschiedener Epochen zusammensetzt. Entscheidend für die Entwicklung des Tegernseer Tals und das Ortsbild dominierend ist das Kloster Tegernsee mit dem Herzoglichen Bräustüberl<sup>246</sup> (Abbildung 47). Außerhalb der Ortschaften prägen zum großen Teil noch die Miesbacher Bauernhöfe das Landschaftsbild. Im Tegernseer Tal gibt es derzeit noch viele sehenswerte, historische und traditionelle Bauten wie zum Beispiel das Wohnhaus in Abwinkl bei Bad Wiessee (Abbildung 48) oder die Wohn- und Geschäftshäuser in der Rosenstraße in der Stadt Tegernsee (Abbildung 49).



Abbildung 47 / 48 Bräustüberl, Tegernsee (links) und Wohnhaus in Abwinkl (rechts), Bayern (D)

Es herrscht aber kein ‚Wahrnehmungschaos‘. Noch ist das Erscheinungsbild des Tegernseer Tals geordnet und rhythmisiert, d. h. dass bislang nur wenige Gebäude aufgrund ihrer Größe den städtebaulichen Rahmen sprengen. Vereinzelt Werbeschilder oder Tankstellen verleihen

<sup>245</sup> HAUSER 2006.

<sup>246</sup> Gegründet als kleines ‚Bräustüberl für durstige Bräuburschen‘, aus dem später das Herzogliche Bayerische Brauhaus wurde, ist das Tegernseer Bräustüberl heute längst eine der bekanntesten Schank- und Speisewirtschaften Bayerns und eine touristische Attraktion.

den Gemeinden einen städtischen Charakter. Neben den traditionellen regionalen Bauten überwiegt die Nachahmungsarchitektur im Bauernhofstil (Abbildung 50).



Abbildung 49 / 50 Rosenstraße in Tegernsee (links) und Einfamilien Haus (rechts) Bad Wiessee, Bayern (D)

Ein Beispiel für ‚Rekonstruktion‘ (Kap. 2.3.4.) ist das Park-Hotel Egener Höfe, ein 5-Sterne-Superior-Hotel in regionalem Architekturstil, in Rottach-Egern<sup>247</sup> (Abbildung 51). Die Hotelanlage besteht aus mehreren Bauten, dem Stammhaus mit Rezeption, der Gästevilla, einem originalgetreuen Nachbau der Egener Alm aus dem 18. Jahrhundert, der Alm im Park und den neu erbauten Höfen Catherina und Valentina. Die Anlage funktioniert wie in einem Dorf und fügt sich in ihrer Größe und ihrem Volumen in das örtliche Erscheinungsbild ein.



Abbildung 51 / 52 Parkhotel Egener-Höfe als Ensemble (links) und Hotel Überfahrt (rechts), Rottach-Egern, Bayern (D)

Den Gegensatz zum Hoteldorf ‚Egener Höfe‘ stellt der dominierende Hotelkomplex des 5-Sterne-Superior-Resorts ‚Überfahrt‘<sup>248</sup> in Rottach-Egern dar (Abbildung 52). Gegründet im Jahr 1873 als ‚Gasthof zur Überfahrt‘ wandelten die Bauherren in den 1950er- und 60er-Jahren den Gasthof zu einem Hotel der Spitzenklasse um. Bis in die 1980er-Jahre wurde der Komplex mehrfach umgestaltet. Als diese Möglichkeiten erschöpft schienen, beschloss die Eigentümerfamilie 1997 das Hotel abzureißen und neu aufzubauen. Im Frühjahr 2001 wurde es wieder eröffnet und sollte nunmehr den Anforderungen an ein modernes Luxushotel entsprechen.

<sup>247</sup> Vgl. PARKHOTEL EGERNER HÖFE.

<sup>248</sup> Architekt: Jo Stahr; vgl. HOTEL ÜBERFAHRT.

Die Längsachse des 120 Meter langen Hotels ist auf das Tegernseer Kloster ausgerichtet. Seine Größe entspricht etwa der des Klosters und stellt damit optisch eine Konkurrenz zu diesem dar.



Abbildung 53 / 54 Leer stehendes Hotel (links) und leer stehende Ladenflächen (rechts) in Tegernsee, Bayern (D)

Im Tegernseer Tal sind auch einige leer stehende Gebäude in exponierten Lagen zu beobachten (Abbildung 53 / 54). In Gmund stehen große Teile der Ortsmitte leer, in der Stadt Tegernsee sind diverse Hotelbauten und Ladenflächen ungenutzt. Dieses Phänomen betrifft in Bad Wiessee vor allem kleine Läden und das Hotel Lederer. Durch die Leerstände verliert der Ortskern immer mehr an Attraktivität, sowohl als Wohnstandort als auch für den Tourismus allgemein.



Abbildung 55 / 56 Zweitwohnungen (links) und Neue Spielbank (rechts), Bad Wiessee, Bayern (D)

Ein weiteres Problem stellen die Zweitwohnungen im Tegernseer Tal dar (Abbildung 55). 2008 betrug der Anteil der Nebenwohnsitze etwa 8 Prozent. In den südlichen Gemeinden erreichten sie Werte von über 10 Prozent.<sup>249</sup>

<sup>249</sup> LANDRATSAMT MIESBACH 2008, Zwischenbericht: 32. Der Anteil betrug in Tegernsee 10,5 Prozent, in Kreuth 10,8 Prozent und in Rottach-Egern 14,1 Prozent.

Der hohe Anteil von Nebenwohnsitzen in diesen Gemeinden im Vergleich zu anderen Orten im Landkreis Miesbach zeigt die Herausforderung für die Kommunen, die Ansprüche verschiedenster Interessengruppen zu vereinen und das Ortsbild attraktiv zu gestalten.<sup>250</sup> In gewisser Weise sind Zweitwohnungen den Leerständen zuzurechnen; sie beeinflussen das Ortsbild trotz zusätzlicher Einnahmen durch die Zweitwohnungssteuer negativ.

Neben der traditionellen Architektur gibt es auch moderne Architektur, wie die der Neuen Spielbank<sup>251</sup> in Bad Wiessee (Abbildung 56). Anfang Juni 2005 eröffnete sie den Betrieb im neuen Gebäude am Ufer des Tegernsees. Die Spielbank ist in den Hang integriert und fügt sich von der Form her in die Landschaft ein. Dominierend ist die Frontseite des Gebäudes, welche großzügig verglast ist. Die Hauptfassade ist mit patinierten Kupferpaneelen verkleidet. Der exponierte Standort ermöglicht hier eine innovative Architektur, die fernab der regionalen Baukultur ihre Form und Materialität bezieht.



Abbildung 57 / 58 Einfamilienhäuser in Tegernsee(links) und Einfamilienhäuser in Bad Wiessee, Bayern (D)

Zwar besteht das Tegernseer Tal überwiegend aus traditionellen und gewachsenen Strukturen, jedoch sind hier und da ortsfremde oder schlecht kopierte Beispiele regionaler Architekturen zu finden, die die Ortsbilder beeinträchtigen. Es sind nicht nur die äußerlichen Gestaltungsmerkmale, die qualitativ von der regionalen Architektur abweichen, sondern auch Proportionen und Maßstäbe, welche die örtlichen und gewachsenen Rahmenbedingungen wesentlich überschreiten. Die kontextlose Zusammensetzung verschiedener und ortsfremder Architekturen ist ein typisches Merkmal für ländliche Tourismusdestinationen, die mit sinkenden Gästezahlen konfrontiert sind (Abbildung 57 / 58).

<sup>250</sup> Einerseits spricht die hohe Zahl an Nebenwohnsitzen für die Attraktivität der Gemeinden und des Landkreises, zum anderen steigen durch die bestehende Nachfrage und das gleichzeitig begrenzte Angebot an Wohnraum die Preise für Immobilien derart, dass preiswerter Wohnraum für Einheimische oft nur durch hohen finanziellen Aufwand in Form von Subventionierung durch die Kommunen geschaffen werden kann.

<sup>251</sup> Architekt: Herbert Wagenpfeil und Olivia Mayr; vgl. SPIELBANK BAD WIESSEE.

## 6.2. Wahrnehmung des Tegernseer Tals

Im Jahr 2009 wurden von der Verfasserin eine quantitative sowie eine qualitative Befragung durchgeführt. Über die Auswertung von Fragebögen, die durch Besucher ausgefüllt worden waren, und eine Gruppendiskussion mit Vertretern der Politik, Architektur und Tourismusbehörde wurde versucht, den Ist-Zustand des Tegernseer Tals zu ermitteln und über die Wahrnehmung des Ortsbildes und der Architektur des Tegernseer Tals in Erfahrung zu bringen.

### 6.2.1. Fremdbild: Qualitative Interviews mit den Touristen

Im Sommer 2009, im Zeitraum von August bis Ende Oktober, wurde mit Unterstützung der Tegernseer Tal Tourismus GmbH, des Hotels ‚Das Tegernsee‘ und des Hotels ‚Parkresidenz Tegernsee‘ eine Befragung von Touristen in Form eines Fragebogens vorgenommen. Von insgesamt 400 verteilten Fragebögen konnten 206 Exemplare zur Auswertung wieder eingesammelt werden. Die Resonanz auf die ausgelegten Fragebögen in Hotels und Tourismus-Informationen war sehr gering, sodass 150 Fragebögen von der Verfasserin in direkter Befragung von Touristen ausgefüllt wurden. Die persönlichen Befragungen fanden an verschiedenen öffentlichen Plätzen rund um den Tegernsee statt. Dabei wurde nach dem Zufallsprinzip ca. jeder fünfte Passant angesprochen, um eine annähernde Repräsentativität zu erhalten. Das Ziel der Fragebogen-Aktion war erstens das Erkennen der Potenziale in der touristischen Weiterentwicklung des Tegernseer Tals und zweitens die Wahrnehmung der Landschaft, Architektur und Ortschaft aus Sicht der Touristen.

Bei der Frage ‚Finden Sie, dass die vorhandene neue und moderne Architektur ins Tegernseer Tal hineinpasst?‘ wurden beispielhaft öffentliche Infrastrukturbauten für den Tourismus vor Ort gewählt. Zur Auswahl standen die Seesauna von Monte Mare in Tegernsee von Erhard-Erlacher-Architekten, das Olaf-Gulbransson-Museum von Sep Ruf sowie die neue Spielbank am Ortsrand von Bad Wiessee von den Architekten Herbert Wagenpfeil und Olivia Mayr. Viele der Ergebnisse zeigen Tendenzen für Entwicklungsmöglichkeiten für das Tegernseer Tal aus der Sicht der Gäste auf.

Folgende Erkenntnisse können aus der Auswertung der Befragung gewonnen werden:

#### 1. Profilbild der Besucher

##### Architekturinteresse der Befragten

Das Ergebnis der ersten und einführenden Frage des Fragebogens nach dem Interesse für Architektur ergab, dass 40,3 Prozent der Touristen sich ‚mittelmäßig‘ für Architektur interessieren. Mehr als 35 Prozent interessieren sich ‚mehr oder weniger‘ für Architektur. Lediglich 17 Prozent sind ‚nicht so‘ und 4,9 Prozent ‚gar nicht‘ an Architektur interessiert. Im Durchschnitt sind die Architekturinteressierten 45–65 Jahre alt und besitzen einen höheren Bildungsgrad. Es

ist anzunehmen, dass mit besserer Bildung und größerer Reiseerfahrung die Bedeutung der Atmosphäre, des Raumerlebnisses und somit das Interesse an Architektur allgemein zunimmt. Interessant ist aber auch die Tatsache, dass etwa 5 Prozent der Befragten angaben, überhaupt kein Interesse für Architektur zu haben. Es ist jedoch möglich, dass die Architektur nur als ‚Sightseeing-Objekt‘ im Urlaub gesehen worden ist. Auch war in der Frage keine eindeutige Definition von Architektur enthalten, sodass eine freie Interpretation seitens der Befragten möglich und erforderlich war. Nach Untersuchungen von RAMBOW „bedeutet Architektur für Laien vor allem die Herstellung attraktiv anzuschauender und prestigeträchtiger Luxusobjekte und ist daher von ihrem eigenen alltäglichen Denken und Erleben weit entfernt“. <sup>252</sup> Grundsätzlich scheint in der breiten Masse ein mittelmäßig stark ausgeprägtes Interesse für Architektur vorhanden zu sein.

### Alter und Herkunft

Mit wenigen Ausnahmen wird das Tegernseer Tal von deutschen Besuchern, im Wesentlichen aus Bayern, aufgesucht. Diese lassen sich nach Altersgruppen unterteilen – so zählt der Anteil der 50- bis 70-Jährigen 41,3 Prozent, gefolgt von 25,7 Prozent im Alter zwischen 30 und 50 Jahren und 16,5 Prozent von über 70-Jährigen. Nur 11,7 Prozent der Besucher sind jünger als 30 Jahre. Die Aufenthaltsdauer beträgt meist einen Tag (30,6 Prozent der Besucher) oder ein bis zwei Wochen (27,7 Prozent). 20,9 Prozent der Gäste verweilen 1–7 Tage und 11,7 Prozent machen mehr als zwei Wochen Urlaub in einer der fünf Gemeinden des Tegernseer Tals. Die Anzahl der Besuche und die Aufenthaltsdauer deuten darauf hin, dass viele der Gäste entweder Stammgäste oder Tagesausflügler sind. Letztere kommen hauptsächlich aus München. Die Nähe zur Großstadt München macht das Tegernseer Tal zu einem beliebten Ausflugsziel. Dieses Ergebnis bestätigt die Reiseanalyse von FUR, wonach Bayern die höchsten Gästezahlen innerhalb Deutschlands aufweist. <sup>253</sup> Da der Markt für Inlandsreisen sich momentan auf einem leichten Wachstumskurs befindet, könnte das Tegernseer Tal dieses Potenzial für eine Steigerung der Übernachtungszahlen nutzen.

### Besuchermotive

Als Hauptmotiv der Befragten für den Besuch des Tegernseer Tals wird überwiegend die Landschaft (45,2 Prozent) genannt, gefolgt von der Atmosphäre (15,3 Prozent) und sportlichen Aktivitäten (10,6 Prozent). Über die Hälfte der Befragten kommen somit wegen der schönen Natur und der Atmosphäre und sind mit den vorhandenen Tourismusangeboten zufrieden. Fehlende Angebote, die häufiger genannt wurden, sind:

- gutbürgerliche bayerische Wirtshäuser
- gut organisierte Tagesausflüge
- kundenfreundlichere Öffnungszeiten der Geschäfte

---

<sup>252</sup> RAMBOW 2000: 74.

<sup>253</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR, Reiseanalyse 2012: 8.

- bessere Verkehrsregelungen
- Angebote für Frühsport / Gymnastik.
- Angebote für Architekturinteressierte
- Architektur-,Safaris'
- Schlechtwetter-Programme
- bessere Einkaufsmöglichkeiten / Boutiquen für junge Menschen
- Kinderprogramme
- Tradition und kulturelles Leben

Die Kritik an fehlenden Angeboten für jüngere Gäste ist nachvollziehbar, sind doch die meisten Programme in den fünf Gemeinden auf ältere Gäste ausgerichtet. Ende 2009 – und damit nach dem Zeitpunkt der Befragung – wurde eine ‚Spielarena‘, ein Indoor-Spielpark für Kinder, in Bad Wiessee eröffnet. Derzeit stellt sie das einzige Schlechtwetter-Angebot für Kinder dar. Eine Architektur-Tour wäre sicherlich interessant für junge und ältere Gäste, z. B. in Kombination mit einem Ringbus als ‚Hop on – Hop off Sightseeing Bus‘. Kleine kulturelle Events am Abend sind rar und für die Gäste schwer auszumachen. Es besteht also Handlungsbedarf hinsichtlich kultureller Angebote sowie deren Vermittlung von Schlechtwetter-Programmen. Die Hauptmotive ‚Landschaft und Atmosphäre‘ bestätigen den Trend der Suche nach dem Echten und Unverfälschten (Kap. 2.1.3.). Weiterhin wird die Landschaft als Erholungsort (Wellness, Gesundheit) und als Sportstätte Hauptgrund für den alpinen Tourismus bleiben.

### Bevorzugte Unterkunft

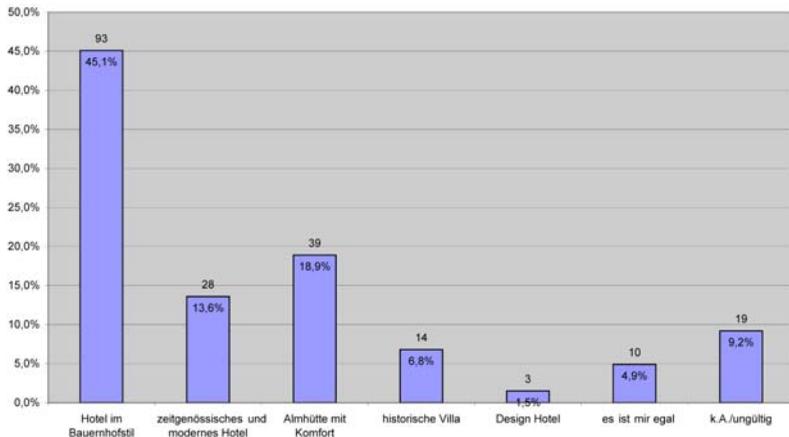


Diagramm 5 In was für einem Haus würden Sie gerne am liebsten übernachten?

Auf die Frage nach der bevorzugten Unterkunft standen folgende Möglichkeiten zur Auswahl: Ein Hotel im ‚Bauernhofstil‘, ein zeitgemäßes und modernes Hotel, eine Almhütte mit Komfortausstattung, eine historische Villa, ein Design-Hotel und die Aussage ‚keine Präferenz - mir ist es egal‘. Mit 45,1 Prozent erfreute sich demnach das Hotel im Bauernhofstil der größten Beliebtheit, gefolgt von der Almhütte mit 18,9 Prozent und vom zeitgenössischen und modernen Hotel mit 13,6 Prozent (Diagramm 5). Die historische Villa (6,8 Prozent) und das Design-Hotel (1,5 Prozent) wurden eher selten genannt. Der Grund für die Beliebtheit des Hotels im Bauernhofstil und der Almhütte liegt vermutlich in der Assoziation der Touristen mit der alpinen Bauweise. Diese Tendenz bestätigt auch die Auswertung der Sonderfrage (FUR 2008) zur Wahrnehmung von Architektur, welche aus praktischen Gründen auf Hotelbauten beschränkt war.<sup>254</sup>

Die eindeutige Präferenz für die ersten beiden Architekturen signalisiert, dass die Mehrzahl der Touristen eher ‚konventionelle, kleinteilige, romantisch-gefällige Bauformen‘ bevorzugt.<sup>255</sup> Ebenso bestätigt das Konzept des ‚Almdorfs Seinerzeit‘<sup>256</sup> in Österreich, der Nachbau eines Dorfes als Hotelanlage, das eben die Sehnsüchte (z.B. Sinnsuche, intensives Naturerlebnis) anspricht, dieses Ergebnis.

Die Mehrheit der Befragten wäre vermutlich den Lebensstilgruppen der ‚Traditionellen‘, der ‚Konservativen‘ oder der ‚Bürgerlichen Mitte‘ zuzuordnen (Kap. 2.1.3), die sich stark an ihnen bekannten und gewohnten ästhetischen Idealen orientieren.

## 2. Das Bild des Tegernseer Tals aus der Sicht des Gastes

Für die Mehrzahl der Besucher steht fest, dass das Tegernseer Tal von der gut erhaltenen Voralpenlandschaft wie dem sauberen See, den grünen Almen, den schönen Bergen und den gewachsenen Ortschaften lebt. Auch in einer früheren Umfrage von MIKUS gaben die Touristen als Hauptgrund für ihren Besuch mit 83 Prozent die schöne Landschaft an.<sup>257</sup> Abgesehen von der Natur als solcher wird das Tegernseer Tal hauptsächlich mit einem ‚schönen Ortsbild‘, ‚hübschen Häusern‘, Ruhe, Ursprünglichkeit, Gemütlichkeit und etwas Heimatlichem assoziiert. Das schöne Ortsbild wurde bei der Befragung im Sommer 2009 mit Abstand am häufigsten genannt. Diese Tendenz wird gestützt durch die Ergebnisse der Umfrage, die im Rahmen des Masterplans Alpenregion Tegernsee-Schliersee durchgeführt worden ist. Mit der Note 1,8 wur-

---

<sup>254</sup> Die Sonderfrage zeigte vier abstrakt gehaltene bauliche Formen und architektonische Strukturen: der ‚Arcadenbau‘ als vertrautes Signal, das ‚Feriendorf‘ als Symbol für Ländlichkeit, das ‚Hochhaus‘ als Sinnbild für Funktionalität, Anonymität, Internationalität und Masse und ‚moderne Architektur am Hang‘ als zeitgenössische, transparente und individuelle Architektur. Die Auswertung dieser Frage ergab Folgendes: Der ‚Arcadenbau‘ wurde von 82 Prozent der Befragten mit ‚zieht mich an‘ bewertet, das ‚Feriendorf‘ von 70 Prozent, das ‚Hochhaus‘ von 21 Prozent und ‚moderne Architektur am Hang‘ von 46 Prozent (Vgl. ROMEISS-STRACKE 2009: 58f).

<sup>255</sup> ROMEISS-STRACKE, 2008 Architektur Tourismus und regionale Identität: 4. Ob es an der Gewohnheit für europäische Architektur liegt oder andere Gründe dieses Ergebnis hervorgebracht haben, kann laut ROMEISS-STRACKE nicht direkt beantwortet werden und benötigt weiterer tiefergreifender Studien.

<sup>256</sup> Das Almdorf Seinerzeit ist ein nachgebautes Urlaubsdorf im alpinen Stil in abgelegener Lage in Kärnten, Österreich. 28 traditionelle Almhütten wurden in verschiedenen Bauschritten in drei verschiedenen Kategorien errichtet. Das Urlaubsdorf funktioniert wie ein Hotel der 4–5-Sterne-Kategorie. Vgl. S. 47–59. LANDSCHÜTZER 2010.

<sup>257</sup> Vgl. MIKUS 1994: 33.

den das Ortsbild sowie die Atmosphäre als wichtigste Aspekte für die Aufenthaltsqualität bewertet.<sup>258</sup>

Die Auswertung zeigt, dass viele Touristen auf das Ortsbild achten, wobei die historische Bausubstanz im Ortsbild einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert einnimmt. Anzumerken ist dabei, dass sich die meisten Besucher innerhalb des touristischen Gebietes bzw. im Ortskern bewegen. Die neueren Wohnsiedlungen sowie die moderneren Bauten außerhalb des touristischen Ortskerns werden von den meisten Gästen nicht bewusst wahrgenommen.

Auf die Frage der Wirkung der Veränderungen der letzten 40 Jahren antworteten die Touristen folgendermaßen:

- Ohne die schöne Landschaft wäre das Tegernseer Tal nichts Besonderes: 35,9 Prozent
- Das Tegernseer Tal wirkt nach wie vor wie eine ‚heile Welt‘, wie früher: 26,2 Prozent
- Man sieht den Orten an, dass sie reine Tourismusorte sind: 18,1 Prozent
- Es gibt viele neue Bauten, die nicht in die Ortschaften hineinpassen: 14,4 Prozent

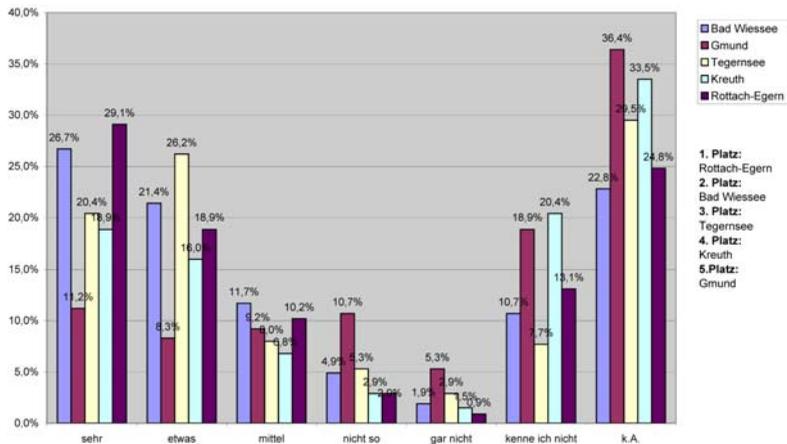


Diagramm 6 In welchen Ortsteilen fühlen Sie sich besonders wohl?

Die Mehrheit der Besucher erkannte, dass das Tegernseer Tal eine weitgehend intakte Kulturlandschaft darstellt. 14,4 Prozent der Befragten stellten fest, dass es auch Neubauten gibt, die sich nicht in die Umgebung einfügen. Weitere Assoziationen, die von Besuchern in Bezug auf das Tegernseer Tal genannt wurden, waren z. B. Wandermöglichkeit / Entspannung, Casino, Dekadenz, Stau / Verkehr, Touristen, Tradition und Bauwut.

Auf die Frage nach den Lieblingsorten innerhalb des Tegernseer Tals schnitt Rottach-Egern am besten ab, Gmund am schlechtesten. Die Orte wurden in folgender Reihenfolge genannt (Diagramm 6): 1. Rottach-Egern, 2. Bad Wiessee, 3. Tegernsee, 4. Kreuth, 5. Gmund. Es kann vermutet werden, dass die Gründe für die mangelnde Attraktivität von Gmund auch im Leer-

<sup>258</sup> TOURISMUSVERBAND ALPENREGION Tegernsee Schliersee 2010: 42, Herausforderungen und Perspektiven.

stand denkmalgeschützter Bauten begründet liegt, wie beispielsweise von Gut Kaltenbrunn und dem Gasthof Maximilian (Kap. 6.4.).

Interessant ist noch die Tatsache, dass die Gemeinden Gmund und Kreuth bei den Gästen eher unbekannt sind. Das erstaunt, zumal Gmund die erste Gemeinde ist, die man passiert, wenn man mit dem Auto von der Autobahn A8 oder per Bahn anreist. Wenn man aus der Richtung des Achensees bzw. von Österreich kommt, durchquert man Kreuth als erstes.

### 3. Wahrnehmung der Architektur

#### Zweckbauten

Die Frage „Wie finden Sie die Zweckbauten von Supermärkten am Ortsrand? Passen diese ‚Industriegebäude‘ die man überall in Deutschland sieht, Ihrer Meinung nach in das Ortsbild des Tegernseer Tals?“ haben mehr als 50 Prozent verneinend beantwortet. Für manche Besucher sind die Zweckbauten aus funktioneller Sicht wichtig und somit ein ‚notwendiges Übel‘ im Ortsbild. Interessant sind hier noch einige Anmerkungen der Teilnehmer der Befragung, obwohl Meinungen an dieser Stelle nicht explizit verlangt waren:

- Man könnte die Architektur der Landschaft anpassen!
- Die Zweckbauten sind eigentlich noch zu tolerieren, weil sie sich in Ortsrandlage befinden.
- Die fabrikähnlichen Discounter-Märkte entstehen eben aus Kostengründen.

Bekannte Bauten wie die von Supermarktketten werden bewusst wahrgenommen, da viele Schilder und Plakate die physiologische Wahrnehmung reizen.

#### Moderne Architektur

Bei der Frage zur modernen Architektur war festzustellen, dass viele Touristen die drei ortsbekanntesten modernen Architekturbeispiele – die neue Spielbank in Bad Wiessee, das Olaf-Gulbransson-Museum und die Seesauna in Tegernsee – trotz ihrer prominenten Lage nicht kannten.

Die Seesauna schnitt unter den Besuchern, die diese Beispiele kannten, am besten ab (Diagramm 7). Allgemein kann dadurch abgeleitet werden, dass die Touristen in ländlichen Gegenden Haustypen bevorzugten, die einen traditionellen Stil zeigen oder in für die Region typischen Baumaterialien errichtet wurden. Eigentlich sollte durch diese Frage die unterschiedliche Ausführung der drei modernen Beispiele hinsichtlich Material und Entwurf bewertet werden, um Anhaltspunkte zur Wahrnehmung moderner Bauten in alpinen Destinationen zu erhalten. Hier sind aber weitere Untersuchungen notwendig, um feststellen zu können, ob Urlaubsgäste überhaupt verschiedene Architekturstile wahrnehmen oder nicht.

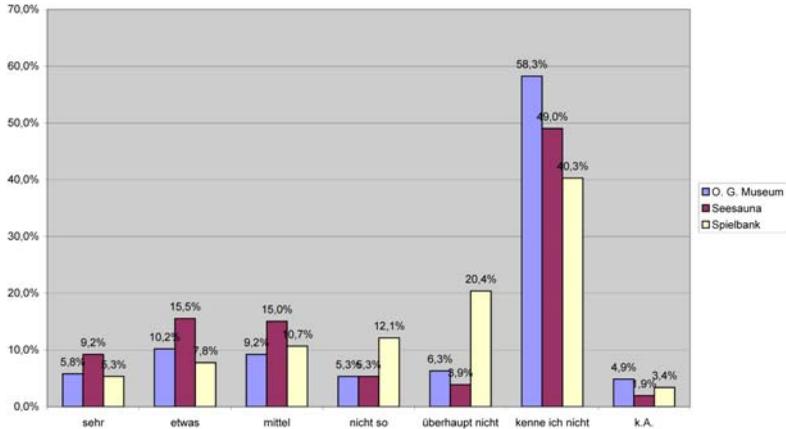


Diagramm 7 Finden Sie, dass die vorhandene, neue und moderne Architektur ins Tegernseer Tal hineinpasst?

### Gespaltene Haltung gegenüber einer Weiterentwicklung der Baukultur

Hinsichtlich der Zukunft und Weiterentwicklung des Tegernseer Tals wurde den Touristen folgende Frage gestellt: „Finden Sie, dass im Tegernseer Tal gute zeitgenössische Architektur ihren Platz hat? Oder meinen Sie, dass die alten Baustile heute nachgeahmt werden sollten?“ Die Wahlmöglichkeiten waren: „1. Ich finde, dass die alten Baustile nachgeahmt werden sollten, damit das einheitliche Bild bestehen bleibt“, „2. Die gute zeitgenössische Architektur hat ihren Platz, wenn sie in das Bild des Tegernseer Tals hineinpasst“, „3. Mir ist es egal, wie die Architektur im Tegernseer Tal aussieht, da mir andere Werte, wie Landschaft, sportliche Tätigkeiten oder kulturelle Angebote, wichtiger sind“. Das Resultat inklusive Mehrfachankreuzungen der 1. und 2. Möglichkeit zeigt keine eindeutige Tendenz, die Touristen reagierten zwiesgespalten:

48,9 Prozent der Befragten, die sich für die Nachahmung der alten Baustile entschieden hatten, legten Wert auf die Erhaltung und Bewahrung der altbekannten und traditionellen Baustile – sie denken eher konservativ. Weitere 48,9 Prozent der Befragten, die sich für die gute zeitgenössische Architektur entschieden, vertraten eine Haltung, die offen für Neues ist und eine zeitgemäße Baugestaltung auf Grundlage einer Neuinterpretation vorhandener Baukultur durchaus bejaht.

Entsprechend dem nachfolgenden Diagramm 8 kann in Bezug auf den Zusammenhang von Bildung und zeitgemäßer Architektur behauptet werden, dass mit steigendem Bildungsgrad eine höhere Akzeptanz für moderne Architektur vorhanden ist. Der Zusammenhang zwischen Lebensalter der Befragten und moderner Architektur zeigt, dass sich die Gruppe der 50- bis

70-Jährigen weitestgehend für die Integration zeitgemäßer Architektur in die vorhandene Umgebung bzw. Landschaft ausspricht (Diagramm 9).

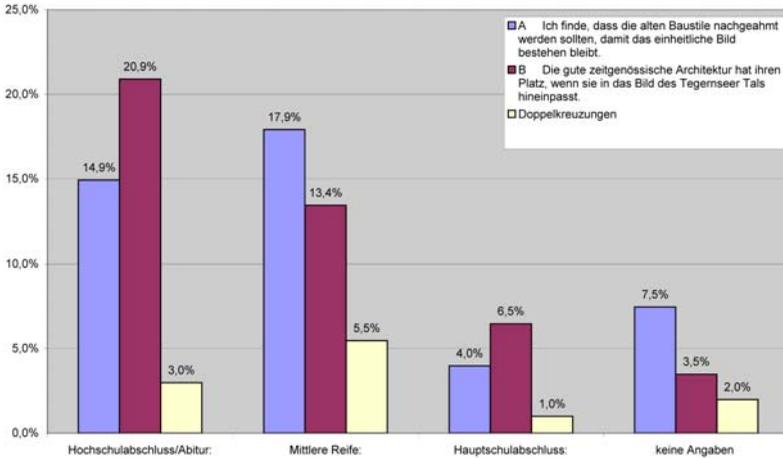


Diagramm 8 Zusammenhang Bildung/Architektur

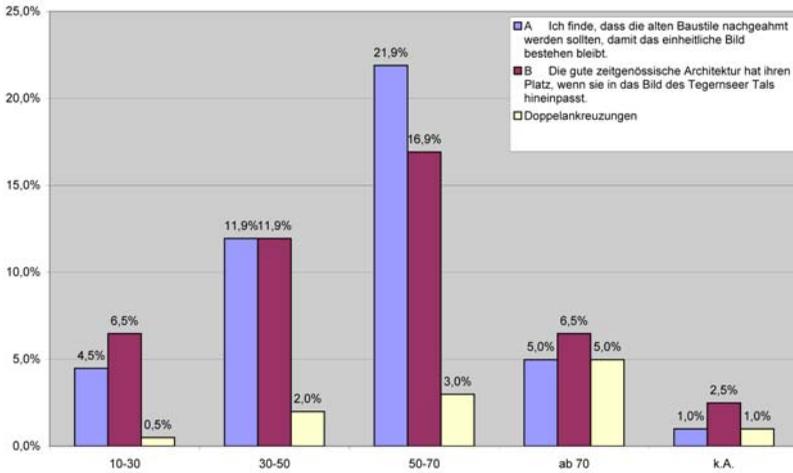


Diagramm 9 Zusammenhang Alter/Architektur

Die Beziehung von Alter, Bildung und Einkommen spielt eine wichtige Rolle für die Akzeptanz bzw. Vorliebe für moderne Architektur. In einer Umfrage zur Architekturwahrnehmung haben sich nach den Untersuchungen von ROMEISS-STRACKE insbesondere jüngere Menschen mit einem höheren Bildungsstandard und höheren Einkommensgruppen für die moderne Variante entschieden. Dieses Ergebnis lässt sich laut ROMEISS-STRACKE durchaus so interpretieren, dass sich hinsichtlich der Präferenzen in der Tourismusarchitektur eine Wende abzeichnen

beginnt und zukünftig verstärkt auch nach zeitgenössischen Bauformen gefragt wird. Die benannte Lebensstilgruppe beschäftigt sich im Alltagsleben mit Kunst und Design – und es überrascht so kaum, dass sie dieselbe Haltung auch auf ihren Urlaub überträgt.<sup>259</sup> Das Bewusstsein für Baukultur, Baugeschichte oder Architekturqualität eröffnet neue Perspektiven für ein Fortschreiben der bestehenden Baukultur.

Sonderfrage des Fragebogens: abstrahierte erfolgreiche Tourismusarchitekturbeispiele

Die Bilderfrage<sup>260</sup> als Sonderelement innerhalb der Befragung erzielte kein aussagekräftiges Ergebnis. Die Bilderbeispiele gaben keine Angaben über Materialien, und die Umgebung, in die sie eingebettet sind, war lediglich angedeutet. Anhand der abstrahierten Darstellung sollten die Teilnehmer ein Objekt ankreuzen, welches sie sich im Tegernseer Tal vorstellen können. 42,2 Prozent entschieden sich für die ‚Therme am Hang‘ und 26,7 Prozent für das ‚Hotel am Hang‘. Über 30 Prozent machten hierzu keine Angabe. Das Resultat der Sonderfrage lässt viele Interpretationsmöglichkeiten offen. Diese Frage war insofern überflüssig, da sich keine eindeutige Aussage treffen ließ. Um die Präferenzen im Hinblick auf moderne und zeitgenössische Architektur bei den Gästen zu ermitteln, bedarf es daher weiterer Studien.

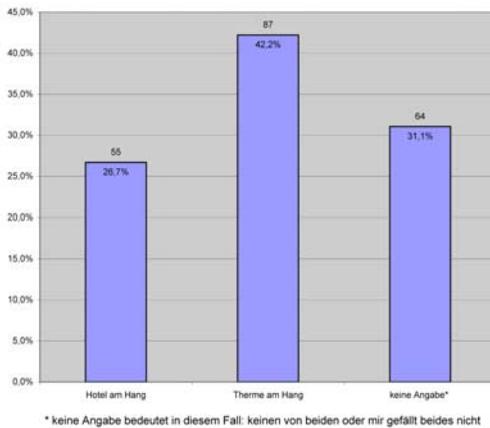


Diagramm 10 Welches der unten gezeigten modernen und zeitgemäßen Gebäude könnten Sie sich im Tegernseer Tal vorstellen?

<sup>259</sup> ROMEISS-STRACKE 2010: 13–22.

<sup>260</sup> Allgemein sind Bild Darstellungen problematisch, da Bilder bestimmte Werte und Atmosphären vermitteln. Anstatt farbiger Fotos wurden hier Strichzeichnungen verwendet, da es hauptsächlich auf die ästhetischen Codes ankam, die die Gebäude signalisieren.

#### 4. Folgerungen

- Landschaft und Natur sowie die noch intakte bäuerliche Kulturlandschaft mit ihrer regionaltypischen Baukultur stellen für die Befragten die Stärke und das Potenzial des Tegernseer Tales dar. Allein die Besonderheiten des Naturraumes sind somit ein wichtiger Grundstein für touristische Aktivitäten.
- Die Architektur wird von den Touristen nicht bewusst wahrgenommen.
- Vertraute, eher romantische Architekturen aus kleinmaßstäblichen Einzelgebäuden wird im Allgemeinen vorgezogen.
- Moderne Architektur polarisiert stärker als eine vertraute Architektursprache. Ihre hohe Akzeptanz bei den Befragten mit hohem Bildungsniveau und bei der jüngeren Zielgruppe machen sie aber interessant für Destinationen, die sich in dieser Hinsicht profilieren wollen.
- Die Touristen können sich folgende Baustile im Tegernseer Tal vorstellen: Nachahmung alter Baustile oder Neuinterpretationen der regionaltypischen Architektur. Entscheidend ist letztendlich das Gesamtbild des Tegernseer Tales. Eine regionale Präzisierung und Weiterentwicklung ist dringend erforderlich für die Schaffung zeitgemäßer Identität.

#### 6.2.2. Selbstbild: Gruppendiskussion mit Einheimischen

Zur Beurteilung des Tegernseer Tales aus der Sicht der Gastgeber bzw. der Einheimischen wurde von der Verfasserin eine Gruppendiskussion organisiert. Mit Unterstützung der Tegernseer Tal Tourismus GmbH konnte die Gruppendiskussion am 08.12.2009 im Haus des Gastes in Tegernsee stattfinden.

Teilnehmer an der Gruppendiskussion waren:

- Frau Prof. (Univ.) Regine Keller, Professorin der Architekturfakultät TUM, seit 2011 Vizepräsidentin für Studium und Lehre, Moderatorin der Diskussionsrunde
- Herr Werner Pawlovsky, Kreisbaumeister Landkreis Miesbach
- Herr Anton Scherer, Kreisentwicklung Landkreis Miesbach
- Herr Georg Overs, Geschäftsführer der ‚Tegernseer Tal Tourismus GmbH‘
- Frau Stefanie Ziegelbauer, Gastwirtin des Romantikhoteles Landhaus Wilhelm
- Frau Anastasia Stadler, Gemeinderätin Rottach-Egern und Gastwirtin des Gästehauses Stadler-Webermohof
- Frau Birgit Trinkl, Gemeinderätin Bad Wiessee und Vorsitzende des Vereins ‚Freunde und Förderer des Jod-Schwefelbades‘
- Herr Florian Erhardt, Erhardt.Erlacher.Architekten, Architekt der Seesauna Monte Mare in Tegernsee
- Frau Maria Heiss, ehemalige Stadträtin der Stadt Tegernsee

Die gesamte Gruppendiskussion wurde aufgezeichnet, transkribiert und anschließend ausgewertet. Die Ausführungen im Rahmen dieser Arbeit sind an geeigneten Stellen mit Aussagen der Gruppendiskussion belegt bzw. um eine externe und unabhängige Sichtweise ergänzt.

Zu beachten ist, dass auf diese Art und Weise überwiegend qualitative Daten generiert werden, die zudem in einem gewissen Maß subjektiv sind. Daher erfolgt die Einbindung nur punktuell.

Die Gruppendiskussion begann mit einer kurzen Vorstellung der Teilnehmer. Zum besseren Verständnis des Themas wurde von der Verfasserin eine kurze Präsentation über Tourismusarchitektur gehalten und die Ergebnisse der quantitativen Befragung vorgestellt. Im Anschluss daran setzten sich die Teilnehmer im Rahmen des Workshops mit der Aufgabe ‚unsere Baukultur‘ auseinander. Die Aufgabe bestand darin, über die eigene Heimat und Baukultur zu reflektieren. Mit folgenden Leitfragen beschäftigten sich die Teilnehmer.

- Was ist regionaltypisch für das Tegernseer Tal?
- Welche Architekturen im Tegernseer Tal empfinde ich als schön und welche als störend oder hässlich?

## 1. Das Tegernseer Tal aus Sicht der Einheimischen

### Beschreibung des Tegernseer Tales

Das Tegernseer Tal setzt sich aus fünf verschiedenen Gemeinden zusammen, die sich durch jeweils eigene Charakteristika auszeichnen. Als regionaltypisch für das Tegernseer Tal wurden die Miesbacher Bauernhöfe mit blumengeschmückten Holzbalkonen sowie die Almen mit Viehwirtschaft genannt. Abgesehen von den typischen kulturbäuerlichen Merkmalen gehören zum Bild des Tals die gewachsenen Tourismusstrukturen wie Hotels und Gastronomie. Wichtig war für die Teilnehmer vor allem die charakteristische Landschaft, welche eindeutig als Hauptpotenzial für das Tegernseer Tal dargestellt wurde. Diese These entspricht auch den Ergebnissen der quantitativen Befragung. Zum Tegernseer Tal gehören diverse Architekturstile, so zum Beispiel die langgestreckten Miesbacher Bauernhöfe, das Kloster Tegernsee sowie die städtisch geprägten Villen.

### Authentizität und Erkennbarkeit

Die Themen ‚Authentizität und Erkennbarkeit‘ spielen für die Teilnehmer der Gruppendiskussion eine wichtige Rolle. Die Identität des Ortes spiegelt sich in der Tradition und dem Brauchtum wider. Gleichzeitig waren bei allen Teilnehmern Vorbehalte und eine gewisse Besorgnis zu spüren, dass diese Identität durch neue Einflüsse verloren gehen könnte. Durchaus hat das konservative Denken laut den Teilnehmern etwas Positives, nämlich dass dadurch das Bekannte und Gewachsene bewahrt und fortentwickelt werden kann. Denn ‚bewahren‘ heißt in diesem Falle auch, etwas Bestehendes weiterzuentwickeln. Auch pflegen heute noch viele Vereine, wie der Trachtenverein, die Traditionen.

Alljährlich finden im Tegernseer Tal unterschiedliche traditionelle Feste und Veranstaltungen statt, wie z. B. der Almatrieb, die Leonhardifahrt in Kreuth oder diverse Dorffeste. Solange

sich die Einheimischen mit ihrem Ort identifizieren, können die Gäste diese Authentizität spüren und sich wohlfühlen. Eine wichtige Grundlage für den Tourismus ist daher die Zufriedenheit sowie die Identifikation der Einheimischen mit ihrem eigenen Wohnort.

## 2. Probleme des Tegernseer Tals

### Bausünden

Als städtebauliche Probleme wurden die Themen ‚Rhythmus, Baumasse, Landschaftsbetrachtung und Proportion‘ herausgearbeitet. Bezüglich dem Punkt ‚Rhythmus‘<sup>261</sup> ist allen Teilnehmern bewusst, dass große Teile der Landschaft in den letzten 40 Jahren durch den städtebaulichen Zuwachs beeinträchtigt wurden, d. h. dass die Orte um den See unkontrolliert zusammengewachsen und Ortsübergänge an einigen Stellen kaum mehr erkennbar sind. Dies wurde von den Teilnehmern einhellig als Nachteil bewertet. Daher wurde auch die Frage der quantitativen Befragung bezüglich der Lieblingsorte der Gäste im Tegernseer Tal als hinfällig betrachtet. Da für die Touristen die Orte nicht eindeutig unterscheidbar sind, können diese genau genommen gar keine Lieblingsorte benennen. Ebenso wurden von den Anwesenden der Diskussionsrunde Bausünden im Hinblick auf unangemessene Baumassen oder Proportionen ausgemacht. Einige Gebäude erscheinen unproportional, die Proportionen sind in sich nicht stimmig oder sie überschreiten den städtebaulichen Rahmen. Einfamilienhäuser wurden als vereinzelte negative Beispiele ebenfalls mehrfach genannt. Im Umkehrschluss lässt sich daraus ableiten, dass das Tegernseer Tal in seiner Gesamtheit verhältnismäßig intakt ist und daher einzelne Bausünden besonders hervorstechen.

Die Tegernseer-Tal-Gemeinden werden sich in Zukunft mit folgenden Fragen auseinandersetzen müssen:

- Inwieweit spielt der Rhythmus bzw. die Komposition von Bauensembles in Zukunft eine Rolle?
- Wie hoch darf ein Gebäude gebaut werden? Wo sind die Grenzen?

### Sanierungsbedürftige klein- bis mittelständische Hotelbetriebe

Aus Sicht des Hotelgewerbes stellen veraltete Unterkünfte in naher Zukunft ein Problem dar. Hohe Investitionskosten für Sanierung oder Umstrukturierung sowie komplizierte Erbschaftsregelungen könnten zur Aufgabe vieler Fremdenverkehrsbetriebe führen. Laut KIESSHAUER<sup>262</sup> sind die Gründungsjahre der Hotelbetriebe im Süden des Landkreises Miesbach (Tegernsee, Bad Wiessee, Kreuth, Rottach-Egern, Gmund, Bayrischzell, Fischbachau, Schliersee) folgendermaßen verteilt:

- 57 Prozent vor 1956, 24 Prozent zwischen 1958 und 1987
- jeweils 5 Prozent zwischen 1988 und 1997 sowie zwischen 1998 und 2002

<sup>261</sup> Unter Rhythmus wird die Anordnung und die Situierung der Gebäuden zueinander verstanden.

<sup>262</sup> KIESSHAUER 2010.

- 9 Prozent zwischen 2003 und 2007

Etwa 80 Prozent dieser Betriebe sind innerhalb der letzten zehn Jahre grundsaniert worden, die übrigen 20 Prozent jedoch noch nie. Fraglich ist, inwiefern der fertige Sanierungsstand der bereits sanierten Betriebe dem heutigen Standard entspricht und von den Gästen positiv aufgenommen wird.

### Kommunalpolitik

Die Kommunalpolitik steht im Hinblick auf eine qualitätsvolle Ortsgestaltung in der Verantwortung. Es ist den Teilnehmern bewusst, dass die Politik mit den zur Verfügung stehenden gesetzlichen Instrumentarien nicht jede potenzielle Bausünde verhindern kann. Ein Beispiel dafür ist die Eröffnung einer Filiale eines Textil-Discounters, der auf der Basis eines Mietvertrages mit einem Privateigentümer in das Ortsgebiet der Gemeinde Rottach-Egern einziehen konnte. Die Gemeinde kann dies politisch nicht verhindern, wenngleich die Filiale sich nicht harmonisch in das Ortsbild einfügt. Die Gestaltungssatzungen sind ein Paradebeispiel dafür, dass mittlerweile zwar jede der Gemeinden des Tegernseer Tals den Gestaltungsrahmen vorgibt, jedoch keine Abstimmung zwischen den Gemeinden bezüglich gemeinsamer Vorgaben existiert. Wie PAWLOVSKY betont, ist ein allgemeiner Leitfaden für die Ortsgestaltung schwer zu generieren, da jede Gemeinde eigene Ansichten und eigene Rechte hat. Jedoch wäre es aus Sicht der Teilnehmer wünschenswert, einen einheitlichen, ‚tegernsee-typischen‘ Stil zu haben.

Aufgrund der unterschiedlichen Zeitpunkte, zu denen die Ortsgestaltungssatzungen eingeführt wurden, kamen rund um den See bereits viele eher untypische Architekturstile zur Anwendung. Die häufigsten und auffälligsten Bausünden sind in der Stadt Tegernsee zu finden. Hier gibt es Architekturen, die den Einfluss von toskanischen Villen ebenso zeigen wie den des Bauhauses. Die Gestaltungssatzung gibt einerseits Richtlinien für alle Neubauten vor, etwa in Bezug auf Dachneigung und Fassadengestaltung, und kann somit eine gewisse Einheitlichkeit vorgeben, andererseits schränkt sie die Gestaltungsmöglichkeiten des Architekten ein.

Hierzu merkte der Architekt ERHARDT an, dass er die Gestaltungssatzung als Herausforderung und nicht als Hindernis verstünde. Es sei Aufgabe eines guten Architekten, innerhalb der Restriktionen Spielräume zu finden und im Rahmen der Satzungen gute Architektur zu schaffen. Darunter versteht er nicht Kopien alter Bauten, sondern die Umwandlung traditioneller Bauweise und Materialanwendung in ein neues, zeitgemäßes Prinzip. An jedem Gebäude sollte ablesbar sein, in welcher Zeit es entstanden ist. Durch die Gestaltungssatzung werden einerseits die Tradition und dementsprechend auch das Potenzial für den Tourismus bewahrt, andererseits eröffnet sie neue herausfordernde Aufgaben für den Architekten.

Ein häufiges Problem der Gestaltungssatzungen ist, dass die Regelungen nur für Fachleute verständlich sind und bei Genehmigungsplänen missachtet werden. Für Gmund gibt es bereits eine Baufibel, die die Satzungen bildlich veranschaulicht. Als ergänzende Illustration ver-

öffentliche der Landkreis Miesbach 2012 im Rahmen des Landkreisentwicklungskonzeptes ‚Unser Landkreis Miesbach 2014‘ eine Baufibel mit einer Zusammenstellung regionaler Baustile.

### 3. Wahrnehmung der Architektur

#### „Schöne“ und „schlechte“ Architektur

Architektonische Gestaltung ist letztlich subjektiv geprägt und somit eine Frage des individuellen Geschmacks. So wurde beispielsweise die neue Spielbank von einem Teilnehmer der Diskussionsrunde als schön und vom nächsten als störend in der Landschaft empfunden. Doch stimmten die Anwesenden bei vielen Bauten, insbesondere im Fall von modernen Zweckbauten wie Tankstellen und Supermärkten, überein, dass diese sich nicht in das Tegernseer Tal einfügen. Als ‚schön‘ wurden die regionalen Bauernhäuser, Egerner Höfe, das Kloster Tegernsee, das Haus des Gastes, das Wildbad Kreuth und diverse Einfamilienhäuser, auf die hier nicht im Einzelnen eingegangen werden kann, empfunden.

Moderne Stahlbetonkonstruktionen mit vorgesetzten Fassadenverkleidungen aus Holz und ausladenden Balkonen scheinen viele Touristen als regionaltypisch bzw. als zur gewachsenen Struktur der Bauernhäuser passend zu empfinden. Der Kreisbaumeister PAWLOVSKY betonte jedoch, dass er für die überladene sowie ‚verjodelte‘ Architektur keine Sympathien hat. Als ‚unbefriedigende‘ Architektur wurden das überdimensionale Hotel ‚Überfahrt‘, Zweckbauten der Lebensmittel-Discounterketten und verwahrloste Läden in den Ortskernen genannt. Einig waren sich alle Beteiligten, dass sich neue Architekturen in das Ortsbild einfügen müssten. Einzelne Bauten können für sich betrachtet durchaus attraktiv und schön sein, gleichzeitig aber dem Ortsbild schaden und dadurch die ästhetische Wahrnehmung insgesamt stören. OVERS betonte, dass schlechte Architektur, darunter auch zahlreiche Zweckbauten, ihre Umgebung durchaus entwerten könnten.

Aus dieser These kann die Erkenntnis gewonnen werden, dass das Gesamtbild des Ortes oberste Priorität hat und die einzelnen Neubauten sich dem Ensemble bzw. der Landschaft unterordnen sollten.

#### Zweckbauten

Die modernen Zweckbauten der Discounter ähneln einander architektonisch sehr stark und das sogar deutschlandweit. Dadurch besitzen sie zwar einen hohen Wiedererkennungswert, jedoch entwertet diese uniforme Architektur die regionale Identität des Tegernseer Tals. Die Probleme sind den Gemeinden, wie auch den Teilnehmern der Diskussion, bekannt, jedoch können die Gemeinden aus rechtlichen Gründen die Baugenehmigung nicht verweigern. Im Fall des Neubaus eines Lebensmittel-Discounters in der Stadt Tegernsee fand ein Bürgerbegehren statt, jedoch ohne Erfolg. Das Gebäude, das im Erdgeschoss den Lebensmittelladen und im Obergeschoss Wohnungen beherbergt, wurde auf einem prominenten Grundstück mit Seeblick errichtet. Trotz des Bürgerbegehrens und im Wissen über die negativen Folgen

solcher Zweckbauten können die Einheimischen sowie die Gemeinden letztendlich nichts dagegen unternehmen.

Einzig Schutzmaßnahme wäre ein sogenanntes ‚zentralörtliches Einzelhandelskonzept‘ (ZEK), das analog zum Bebauungsplan rechtsverbindlich festlegt, welche Art von Geschäften an welchen Standorten zugelassen wird. Ein solches Konzept ist jedoch nicht durchsetzbar, da die Kommunen mit Klagen rechnen müssten. Die Gemeinden können in Zukunft mit den wenigen zur Verfügung stehenden Mitteln die Verstädterung und Zersiedlung kaum wirkungsvoll bekämpfen.

#### 4. Zukunft des Tegernseer Tals

Zu den Fragen „Wie soll sich das Tegernseer Tal in Zukunft weiterentwickeln?“ und „Hat die zeitgenössische und moderne Architektur ihren Platz im Tegernseer Tal?“ wurden Wünsche seitens der Teilnehmer geäußert. Wichtig ist allen, dass die Tradition und die Landschaft, die ein wichtiges Merkmal des Tegernseer Tals darstellen, bewahrt und gepflegt werden. Des Weiteren soll auf Landesebene ein Bewusstsein für Baukultur geschaffen werden: Der regionale Baustil ist identitätsstiftend und bildet zusammen mit der Landschaft eine attraktive Kulisse für die Gäste sowie einen wichtigen Lebensraum für die Einheimischen. Angeregt wird ebenso eine stärkere Zusammenarbeit der fünf Gemeinden hinsichtlich eines einheitlichen Bauungsstils und der Tourismusvermarktung. Auch ist eine „zeitlose Architektur“ (OVERS) notwendig, welche unabhängig von wechselnden Trends ‚funktioniert‘.

Als Ergebnis der Diskussionsrunde wurden folgende Handlungsfelder erarbeitet:

- Recherchen und Entwicklung gemeinsamer Handlungsstrategien der fünf Gemeinden hinsichtlich der Angebote, Infrastruktur und Architektur in anderen touristisch geprägten Regionen mit Seeanbindung, wie z. B. am Gardasee.
- Autarke Energieversorgung sowie Vermarktung und Entwicklung regionaler Produkte als besonderes Merkmal für die Region, d. h. Entwicklung eines ökologischen Bewusstseins .
- Erlass einer gemeinsamen Gestaltungssatzung für den Landschaftsraum Tegernseer Tal zur Erhaltung, Bewahrung und Verstärkung des Bewusstseins für die Landschaft.
- ‚Authentizität anstatt Schauspielerei‘, d. h. Landwirtschaft soll nicht für den Tourismus vorgespielt, sondern gelebt werden.
- Einführung des Themas Baukultur in die Lehrpläne der Schulen, d. h. Bewusstseinsbildung für Baukultur bereits im Kindesalter.

Zusammenfassend kann als Workshop-Ergebnis festgestellt werden, dass die Teilnehmer im Grunde dieselben Interessen vertreten und dieselben Probleme im Tegernseer Tal erkannt haben. Hauptproblem ist das unkontrollierte Bauen, welches zu Zersiedlung und Verstädte-

rung führt. Allerdings kann die Kommunalpolitik, meist aus wirtschaftlichen und politischen Zwängen heraus, wie im Fall der Discounter-Läden, kaum eingreifen. Viele der Anwesenden signalisierten eine gewisse Unsicherheit gegenüber der Integration moderner und zeitgemäßer Architektur in die gewachsenen Ortsstrukturen; sie sind aber nicht grundsätzlich gegen derartige Projekte, solange sich diese in die Umgebung bzw. in die Landschaft einfügen. Hierbei spielt die jeweilige architektonische Stilrichtung keine signifikante Rolle, solange das Ortsbild und die Landschaft durch den Bau nicht abgewertet werden. Wichtig ist, dass kein unharmonisches Ortsbild entsteht und die Gefahr der Austauschbarkeit ausgeschlossen wird. Ein regional orientiertes Konzept sollte auf Grundlage der Authentizität, des Brauchtums und der kostbaren Landschaft aufgebaut werden. Im städtebaulichen, im architektonischen sowie im landschaftsarchitektonischen Sinne bedeutet dies, dass sich die Gestaltung an der traditionellen Bauart und Bauweise orientieren, diese jedoch zeitgemäß neu interpretieren sollte.

Das Bauen geschieht vorrangig für die Einheimischen und nicht für die Gäste, da die gebaute Umwelt den Alltag beeinflusst und den Lebensraum mitgestaltet. Wenn Städtebau, Landschaftsarchitektur und Architektur den Einheimischen gefällt, werden sie auch den Gästen gefallen. In Zukunft wird es von Bedeutung sein, sich mit der eigenen Baukultur und der regionalen Identität auseinanderzusetzen, um Alleinstellungsmerkmale auszumachen. Für dieses Ziel sind u. a. gemeinschaftliche Vereinbarungen zwischen den einzelnen Gemeinden vonnöten.

### 6.2.3. Bewertung der Ergebnisse

Die Auswertungen zeigen, dass sich die Wahrnehmung der Einheimischen und der Besucher bezüglich des Erfassens der räumlichen Strukturen unterscheiden. Grundsätzlich haben beide Gruppen die noch intakte bäuerliche Kulturlandschaft des Tegernseer Tals erkannt, im Vergleich zu den Gästen nehmen aber die Ortsansässigen die Raumstruktur ihres Wohnortes bewusster und aufmerksamer wahr. So haben zum Beispiel viele Besucher die modernen Bauten sowie die Leerstände nicht zur Kenntnis genommen. Dies könnte auch daran liegen, dass die Touristen – gemäß URRY (vgl. 4.3.2.) - nach vertrauten Motiven und Bildern suchen und das Fremde und das Andere dabei übersehen.

Die qualitative sowie die quantitative Befragung des Selbst- sowie Fremdbildes waren ein Versuch, um nachvollziehen zu können, wie ein Gast bzw. ein Einheimischer die räumliche Struktur und die Atmosphäre des Urlaubs- bzw. Heimatortes empfindet. Wichtig ist hier anzumerken, dass die im Kapitel 6.2. gewonnenen Erkenntnisse kein repräsentatives Ergebnis für die anfangs formulierte Forschungsfrage zur räumlichen Wahrnehmung in alpinen Regionen darstellen können. Für eine genauere Untersuchung zur Wahrnehmung der räumlichen Struktur, um vergleichbare Ergebnisse zu erzielen, bedarf es präziserer Fragestellungen sowie weiterer Studien.

### 6.3. Konfliktlinien im Tegernseer Tal

Da die Zeiten des einst prosperierenden Tourismus vorüber zu sein scheinen, müssen neue Konzepte erdacht werden. Auf der Veranstaltung ‚Zukunft der Hotellerie‘ des CSU-Ortsverbands Tegernsee wurden die zurückgehenden Gästezahlen bestätigt; laut der dort vorgelegten Statistiken sind die Hotels im Tegernseer Tal zu nicht einmal zu 50 Prozent ausgelastet.<sup>263</sup> ROSSIUS bemängelte bereits 2005 in „Top Wohnen in München“ die Situation im Tegernseer Tal und beschrieb das Tal als „im Koma befindlich, ein Tal, das sich in den letzten 20 Jahren nicht nachgerüstet hat“.<sup>264</sup> Der Artikel „Jammertal“ von STADLER deutet auf die Interessenskonflikte der Gemeinden hin: „Die Menschen am Tegernsee leben in einem Paradies, das kaum noch jemand sehen will. Also zerstören sie es mit hässlichen Fußgängerzonen, Hotelanlagen und Reha-Klinken. In der Hoffnung, dass so die Touristen zurückkehren.“<sup>265</sup> Die Probleme in den Gemeinden – zwischen Leerstand und Bauwut – sind noch heute aktuell.

Im Folgenden werden bestehende Konfliktlinien (Stand 2013) in den einzelnen Gemeinden tabellarisch aufgezeigt. Die Tabelle gliedert sich nach

- Projekt / Akteure
- Situation
- Konfliktlinien

Es werden solche Konfliktlinien aufgegriffen, die möglicherweise negativen Einfluss auf die Tourismusentwicklung des Tegernseer Tals haben und eine Gefährdung der touristischen Attraktivität darstellen könnten.

#### 6.3.1. Stadt Tegernsee

Projekt/Akteure	Situation	Konflikte
<u>Umgestaltung der Hauptstraße</u> <u>Errichtung eines Parkhauses:</u> Stadtrat Tegernsee und Gewerbetreibende	- Geplanter Abriss eines ortsbildprägenden Hauses für ein neues Parkhaus - Aufstellung eines neuen Bebauungsplans <sup>266</sup> - Rückbau der Hauptstraße	- Fraglich ist, ob das Parkhaus für die Hauptstraße in städtebaulicher Hinsicht eine Bereicherung sein wird. - Entwertung des Ortsbildes durch ein leer stehendes Hotel (Hotel Guggemoos) auf der Hauptstraße Kein Gesamtkonzept und -entwurf für den Ortskern

<sup>263</sup> MERKUR ONLINE, Wieviel Hotels braucht das Tegernseer Tal?, 09.06.2010.

<sup>264</sup> ROSSIUS 2007: 20.

<sup>265</sup> STADLER 2003: 4.

<sup>266</sup> MERKUR ONLINE, Wie viele Parkplätze braucht Tegernsee?, 23.09.2010.

<p><u>Ehem. Krankenhausgelände (Areal der Schwesternwohnungen und der „Kraftpost“; frühere Post, sowie Bahnhofsgareal):</u></p> <p>Innerhalb des Stadtrats Tegernsee und Investor</p> <p>Grundstückseigentümer: Landkreis Miesbach</p>	<p>- Seit Ende der 1990er-Jahre Diskussionen über Gebietsentwicklungskonzepte im Stadtrat<sup>267</sup></p> <p>- Sommer 2010: Verkauf an die Wittelsbacher Park Immobilien GmbH, Planung eines Hotel und einer Seniorenresidenz sowie von Wohnungen</p> <p>- Ende 2012: Auflösung des Kaufvertrags, neue Investorensuche<sup>268</sup></p> <p>- Anfang 2013: Verhandlungen mit zwei neuen Investoren, Hotel als Voraussetzung<sup>269</sup></p>	<p>- Stadt Tegernsee: dringender Wunsch nach einem Hotel im Luxussegment, obwohl sich im Ortskern leer stehende Hotels befinden</p> <p>- Interessenskonflikt zwischen Investor und Stadt aufgrund unterschiedlicher Nutzungsvorstellungen</p> <p>- Kein Wunsch nach Senioreneinrichtung vonseiten der Stadt</p>
<p><u>Bauen auf dem Hang, Leeberg:</u></p> <p>Landratsamt Miesbach, Bauherren, Stadtrat Tegernsee,</p>	<p>- Neubausiedlungen am Leeberg trotz flächenmäßig kaum vorhandenen Ausbreitungsfächen</p> <p>- Neubauten trotz Abrutschgefahr des Hangs und Warnungen vonseiten des Wasserwirtschaftsamts Rosenheim</p>	<p>- Gefährdung der kostbaren Landschaft auf Kosten des Tourismus als Haupterwerbszweig</p> <p>- Notwendigkeit für ein Überdenken des Flächennutzungs- und Bebauungsplans</p> <p>- Gefährdung der statischen Sicherheit des Hangs</p>
<p><u>diverse Neubau- und Erweiterungspläne:</u></p> <p>Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal (SGT), Investoren, Stadt Tegernsee, Anwohner</p>	<p>- 2012 Erweiterungspläne für Hotels ‚Das Tegernsee‘ und ‚Westerhof‘, Neubau eines Almdorfs als neue Hotelanlage in einem Landschaftsschutzgebiet (Hanglage)</p> <p>- Februar 2013: Ablehnung des Projekts ‚Almdorf‘ durch den Bund Naturschutz<sup>270</sup>, dann Zustimmung durch Umweltausschuss</p> <p>- Protestmarsch am 21.12.13 gegen ‚Ausverkauf des Tals‘ durch SGT<sup>271</sup></p> <p>- 2013 Zustimmung zum Neubau des Billighotels A-ja-Resorts in Tegernsee-Süd; Widerstand gegen das Projekt seitens der SGT und der Anwohner</p> <p>- 2013 Neubaupläne für orthopädische Klinik auf der Point (direkt am Seeufer, auf einem Hügel). Das Bestandsgebäude der orthopädischen Klinik soll abgerissen und gegen 6-stöckige geschwungene moderne Baukörper ausgetauscht werden. Dez. 2013 wurde von der Eigentümerin und Betreibern, Deutsche Rentenversicherung Bayern Süd, angekündigt, dass die stark diskutierten und kritisierten Neubaupläne zugunsten des Ortsbildes überarbeitet werden.<sup>272</sup></p>	<p>- Konflikt mit Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal (SGT) wegen voluminöser Erweiterung des ‚Westerhofs‘ und geschwungene Baukörper der orthopädischen Klinik</p> <p>- Widerstand gegen diverse Baupläne durch die Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal<sup>273</sup> und Anlieger</p> <p>- Stellungnahme gegen die Neubaupläne der orthopädischen Klinik des Stadtrats durch die Gemeinde Rottach-Egern<sup>274</sup></p> <p>- Fehlende Kommunikation zwischen Stadt Tegernsee, Investoren und Bürgern</p> <p>- Begrüßung neuer Investorenprojekte: Kampf gegen Bettenschwund</p>

<sup>267</sup> MERKUR ONLINE, Krankenhausgelände: Neue Konzepte, 27.01.2010.

<sup>268</sup> MERKUR ONLINE, Krankenhaus-Grundstück: Kaufvertrag gelöst, 21.11.2012.

<sup>269</sup> MERKUR ONLINE, Neuer Käufer für Krankenhausgrundstück in Sicht, 04.01.2013.

<sup>270</sup> MERKUR ONLINE, Bund Naturschutz lehnt Almdorf ab, 05.02.2013.

<sup>271</sup> MERKUR ONLINE, Protestmarsch gegen den Ausverkauf des Tegernseer Tals, 11.12.2013

<sup>272</sup> MERKUR ONLINE, Einlenken auf der Point, 20.12.2013

<sup>273</sup> MERKUR ONLINE, Widerstand gegen das Almdorf, 22.08.2012.

<sup>274</sup> MERKUR ONLINE, Rottacher kritisieren Klinik-Neubau, 18.12.2013



Abbildung 59/ 60 Schuhshachtel, Tegernsee (links) und Bauen am Leeberg (rechts), Tegernsee, Bayern (D)



Abbildung 61 / 62 Neubaupläne der Orthopädischen Klinik (links, Grafik: Orthopädische Klinik) und ehem. Krankenhausgelände (rechts), Tegernsee, Bayern (D)

**Bewertung:** Im Vergleich zu den anderen Gemeinden ist in der Stadt Tegernsee eine relativ hohe Bautätigkeit zu beobachten bzw. sind zahlreiche Bauabsichten bekannt (z. B. Stege, Sanierung der Hauptstraße, Planung neuer Hotelbauten). Leider scheint die Stadt Tegernsee dabei kein erkennbares städtebauliches oder touristisches Gesamtkonzept zu verfolgen. Auch gibt es keine Bestandsanalyse hinsichtlich des Bedarfs an touristischer Infrastruktur oder der Bedürfnisse der Gäste. Daher bleiben folgende Fragen offen: Braucht die Stadt noch weitere Hotels, obwohl leer stehende Gasthäuser vorhanden sind? Wie wichtig sind die Landschaft und das Ortsbild für den Tourismus? All die genannten Vorhaben scheinen aus gewissen Zwängen heraus entstanden zu sein. Zudem wurde 2013 bekannt, dass das bestehende Hotel ‚Westerhof‘ abgerissen und ein Neubau errichtet werden soll<sup>275</sup>, obwohl 2012 ein Masterplan für eine Sanierung und Erweiterung erstellt worden war.<sup>276</sup> Diese Planung sorgt für weitere Konflikte mit der Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal (SGT), da die Erweiterungsbauten in einem Landschaftsraum errichtet werden sollen, der als bedeutendes kulturelles Erbe unter Naturschutz gestellt ist.<sup>277</sup> Für die Realisierung des Almdorfs müsste das Landschaftsschutzgebiet um mehr als 7000 Quadratmeter verkleinert werden. Hier besteht die Gefahr eines erheblichen Verlustes an wertvoller Kulturlandschaft. Dass ein weiteres Hotel als Neubau die Stadt Tegernsee attraktiver macht, scheint unwahrscheinlich. Notwendig wäre eine Beseitigung der Leerstände bzw. eine Ortsverschönerung sowie Verdichtung (ehem. Krankenhausgelände)

<sup>275</sup> MERKUR ONLINE; Hotel Westerhof in Tegernsee: Abriss und Neubau, 13.11.2013

<sup>276</sup> MERKUR ONLINE, Masterplan für den Westerhof, 07.06.2012.

<sup>277</sup> Vgl. MERKUR ONLINE, Widerstand gegen Westerhof-Pläne, 15.06.2012.

und Revitalisierung des Ortskerns. Darüber hinaus sorgen die Neubaupläne der orthopädischen Klinik auf der Point für Diskussionen mit der benachbarten Gemeinde Rottach-Egern und der SGT. Bemängelt wurde hier die Gestaltung bzw. der 6-stöckige geschwungene Baukörper, der das gesamte Grundstück ausfüllt, und die Beeinträchtigung des Seeblicks von Rottach-Egern. Trotz der wirtschaftlichen Abhängigkeit der Stadt Tegernsee von der Klinik stellt sich unabhängig von der Überarbeitung der Gestaltung die Frage, ob sich die voluminöse Baumasse überhaupt in das sensible Ortsbild einfügen kann. Ob der Neubau des Parkhauses die Park- sowie Verkehrssituation verbessern wird, bedarf eines weiteren Gutachtens unter Berücksichtigung von Zukunftsszenarien. Wenn das Parkhaus tatsächlich gebaut würde, sollte es in seiner Gestaltung das Ortsbild nicht abwerten. Hier kann die Durchführung eines Architektenwettbewerbs sinnvoll sein, um sämtliche Gestaltungsmöglichkeiten ausschöpfen zu können. Im Sinne einer höheren Transparenz und der Möglichkeit eines direkten sowie anonymen Austauschs mit der Lokalpolitik machte sich die SPD-Fraktion zuletzt für eine öffentliche Diskussionsplattform im Internet stark.<sup>278</sup> Ob diese neue Form der Beteiligung einen Beitrag zu einer transparenteren Politik leisten kann, muss die Zeit zeigen.

In Zukunft wird es für die Stadt Tegernsee wichtig sein, klare Visionen zu entwickeln und den Landschaftsraum für die Einheimischen und für die Touristen zu schonen.

### 6.3.2. Gemeinde Kreuth

<b>Projekt/Akteure</b>	<b>Situation</b>	<b>Konflikte</b>
<u>Gewerbegebiet:</u> Gemeinde Kreuth und Anwohner	- Gewerbeansiedlung auf etwa 8000m <sup>2</sup> großem Gelände <sup>279</sup> .	- Anwohner befürchten möglichen Lärm und Geruchsbeeinträchtigungen - Verringerung der Abhängigkeit vom Tourismus als erklärtes Ziel seitens der Gemeinde
<u>Ehem. Krankenanstalt Dr. May:</u> Gemeinde Kreuth und Investor	- Seit Oktober 2008 aufgrund von Insolvenz geschlossen - Eigenständiges Nierenzentrum bis November 2011 - Erwerb von Grundstück und Gebäude durch eine irische Investment-Gesellschaft - „Sehr positives Gespräch“ mit möglichem Investor <sup>280</sup> , gewerbliche Nutzung angedacht	- Gefahr der Verwahrlosung durch den Leerstand und somit Beeinträchtigung des Ortsbildes
<u>Konflikt zwischen preisgekröntem Neubau und Ortssatzung</u> Gemeinde Kreuth und Hausbesitzer	- Laut Gemeinde keine Übereinstimmung der Fassadengestaltung des Niedrigenergie-Wohnhauses ‚In der Trauten‘ im modernen Stil mit der Ortssatzung, z. B. durch ortsunübliche Fenstergrößen <sup>281</sup>	- Freie Interpretation der Ortssatzung - Schwierigkeit der Abwägung zwischen Tradition und Moderne

<sup>278</sup> MERKUR ONLINE, Bürger wollen keinen Untertanen sein, 25.09.2012.

<sup>279</sup> MERKUR ONLINE, Startschuss für die Ansiedlung von vier Betrieben, 06.04.2010.

<sup>280</sup> MERKUR ONLINE, Krankenanstalt Kreuth: Investor in Sicht, 17.03.2010.

<sup>281</sup> MERKUR ONLINE, Keine Gnade für preisgekröntes Haus, 20.09.2012.

Bewertung: Die Gemeinde Kreuth gehört neben Rottach-Egern zu den Gemeinden mit relativ geringem Konfliktpotenzial. Gewerbeansiedlungen werden vonseiten der Gemeinde Kreuth gewünscht, vermutlich um ein weiteres wirtschaftliches Standbein neben dem Tourismus aufzubauen. Die Gemeinde Kreuth ist bekannt als Heilkurort und liegt in einem Naturschutzgebiet. Inwiefern neue Gewerbegebiete den Tourismus beeinflussen würden, kann noch nicht abschließend bewertet werden. Es ist jedoch zu vermuten, dass der unverfälschte natürliche Charakter beeinträchtigt würde. Daher ist es wichtig, die architektonische und städtebauliche Planung der Gewerbegebiete genau zu überdenken. Die Fassadengestaltung des Niedrigenergie-Wohnhauses ‚In der Traten‘, welche 2012 von der Bayerischen Architektenkammer preisgekrönt wurde, steht laut Kommune im Widerspruch zur Ortssatzung. Die Holzverschalung im Erdgeschoss sowie die ortsunüblichen Fenstergrößen entsprechen nicht der Satzung. Die Fassade erscheint trotz den Abweichungen harmonisch und einheitlich. Es handelt sich um einen kreativen Versuch, ein zeitgemäßes Wohnhaus mit traditionellen Elementen zu entwerfen.

Die Gemeinde Kreuth sollte seinem Konzept als Heilkurort treu bleiben, um die Landschaft für den Tourismus zu erhalten. Das Thema Gesundheit und Landschaft ist bereits vorhanden und kann gestärkt werden.



Abbildung 63 /64 Niedrigenergie-Wohnhaus ‚In der Traten‘ (links) und ehem. Krankenanstalt Dr. May (rechts), Kreuth, Bayern (D)

### 6.3.3. Gemeinde Gmund

Projekt/Akteure	Situation	Konflikte
<p><u>Ortskern</u>, Ludwig-Erhard-Platz</p> <p>Gemeinde Gmund und Bewohner</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Ortskern von Gmund wirkt verlassen und leer.<sup>282</sup> Leer stehende Ladenflächen, zur Deckung des Alltagsbedarfs notwendige Läden erst wieder im Nachbarort Dürnbach.</li> <li>- Neugestaltung der Ortsmitte Ludwig-Erhard-Platz auf Basis eines Ideenwettbewerbs von 2002</li> <li>- Anschluss der Ortsmitte direkt an ein unattraktives Bahnhofsgelände (Stand 2009). 2012 Kauf des Bahnhofsareals durch die Gemeinde. Seit 2013 wird das Bahnhofsgebäude renoviert und umgebaut.</li> <li>- Seit 2009 Beschäftigung der Gemeinde mit der Ortsentwicklung (insbesondere Wiederbelebung des Ortszentrums), Begleitung des Prozesses durch ein externes Büro für Managementberatung und strategische Stadt- und Regionalentwicklung</li> <li>- Juni 2010: Eröffnung eines Dorfladens mit Regional-Vermarktungskonzept als Bürgerprojekt; November 2012 Schließung wegen fehlender Gewinne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beeinträchtigung des Ortsbildes aufgrund von Leerstand</li> <li>- Kein ganzheitliches Städtebau- und Tourismuskonzept</li> </ul>
<p><u>Leerstand Gasthof Maximilian</u><sup>283</sup>:</p> <p>Bürger, Kreisbaumeister, Gemeinderat Gmund, Städteplaner und öffentliche Verkehrsbetriebe (BOB, RVO)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Historisch wichtiges Gebäude für Landwirtschaft und Tourismus</li> <li>- Zustand heute: marode / baufällig</li> <li>- Anfang 2010: Kauf des Baudenkmals durch die Gemeinde Gmund nach mehrmaligen Verhandlungen mit dem Eigentümer</li> <li>- Abrisswunsch aus denkmalrechtlichen Gründen nicht umsetzbar</li> <li>- Ideenwerkstatt unter Beteiligung der Bürger sowie einer Expertenrunde für die Renovierung des Gasthofs und die Entwicklung des Areals</li> <li>- Gründung des ‚Fördervereins Maximilian‘ als Plattform für Diskussionen und Wünsche der Bürger<sup>284</sup></li> <li>- 2012: Zusammenarbeit mit einem Investor, Änderung des Bebauungsplans<sup>285</sup></li> <li>- November 2012: Fertigstellung des Bebauungsplans;<sup>286</sup> Areal des Gutshofs als Sondergebiet ausgewiesen, Sanierung des Gutshofs und zwei Neubauten mit ebenerdiger Parkgarage als Planungsziel</li> <li>- November 2013: Genehmigung der Bauanträge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Denkmalschutz</li> <li>- Hohe Investitionskosten für den Eigentümer durch die Instandhaltung</li> <li>- Verunstaltung des Ortsbildes</li> </ul>

<sup>282</sup> Zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme (Sommer 2009).

<sup>283</sup> Der Gasthof Maximilian wird im Kapitel 6.4. genauer untersucht.

<sup>284</sup> MERKUR ONLINE, Dauerthema Maximilian, 26.02.2010.

<sup>285</sup> MERKUR ONLINE, Maximilian: Kraftakt für eine neue Mitte, 01.03.2012.

<sup>286</sup> MERKUR ONLINE, Start frei fürs Projekt Maximilian, 28.11.2012.

<p><u>Gut Kaltenbrunn</u><sup>287</sup>;</p> <p>Investor, Gemeinde Gmund und Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal (SGT)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Denkmalschutz, historische Bedeutung für das Tegernseer Tal</li> <li>- Exponierte Lage</li> <li>- Projekt zur Umwandlung des denkmalgeschützten Vierseithofs in ein Luxushotel durch einen Investor und die Gemeinde</li> <li>- Genehmigung durch Gemeinde und Landratsamt</li> <li>- Scheitern des Bauvorhabens nach Popularklage</li> <li>- November 2011: Brand im Treppenhaus<sup>288</sup></li> <li>- Heutiger Zustand: marode, Verwahrlosung und Leerstand, seitens des Investors, der Schörghuber-Gruppe, kein Interesse an einem neuen Hotelprojekt<sup>289</sup></li> <li>- September 2013: Nachricht über Neueröffnung des Gasthofs durch Gastronom Michael Käfer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fehlende Transparenz im Planungsprozess</li> <li>- Verfall durch Verwahrlosung und Leerstand, nur dürftige Schutzmaßnahmen</li> </ul>
--	---	--



Abbildung 65 / 66 / 67 / 68 (von l. nach r.): Ortskern Gmund, Gut Kaltenbrunn, Gasthof Maximilian, Bahnhof, Gmund, Bayern (D)

**Bewertung:** Die Gemeinde Gmund hat aus Versäumnissen der Vergangenheit gelernt und nimmt sich inzwischen der Problempunkte an. Sie versucht in transparenten Prozessen mit externen Experten und unter Bürgerbeteiligung das Ortsgeschehen zu lenken. Seit 2009 geschieht dies in Form einer Ideenwerkstatt unter Einbeziehung von Experten (Fachplanern) und

<sup>287</sup> Das Gut Kaltenbrunn wird im Kapitel 6.4. genauer untersucht.

<sup>288</sup> MERKUR ONLINE, Feuer im Gut Kaltenbrunn, 16.11.2011.

<sup>289</sup> MERKUR ONLINE, Zukunft von Kaltenbrunn: „Kein Hotelprojekt mehr“, 09.08.2011.

Bürgern. Gemeinsam hat die Kommune mit einem externen Büro für Management der strategischen Regional- und Stadtentwicklung ein innerörtliches Entwicklungskonzept entwickelt, welches eine sogenannte ‚Soforthilfe Einzelhandel‘, ein ‚integriertes Entwicklungskonzept‘ und ein ‚Nutzungskonzept Maximilian‘ beinhaltet.<sup>290</sup> Die bisherigen Veranstaltungen (Aufaktveranstaltung, Zukunftskonferenz und Ideenwerkstatt) trafen auf eine große Resonanz bei den Bürgern. In der Zukunftskonferenz wurde deutlich, dass die Gmunder insbesondere unter dem hohen Verkehrsaufkommen (Durchgangsort für Nachbargemeinden) und unter dem Verlust der Nahversorgung mit Lebensmitteln (Dürnbach als ‚neue Ortsmitte‘) leiden. Die Ziele der Ortsaufwertung sind eine höhere Aufenthaltsqualität, der Bau eines Hotels sowie Förderungen durch die Gemeinde bei der Planung und beim Einsatz erneuerbarer Energien. Während der Ideenwerkstatt zum ehemaligen Gasthof Maximilian sprach sich die Mehrheit der Arbeitsgruppen für den Erhalt des historischen Gebäudes aus, was auch aus Sicht des Denkmalschutzes erstrebenswert wäre. Im Herbst 2010 wurde ein Handbuch zur ‚innerörtlichen Entwicklung der Gemeinde Gmund‘ mit den Ergebnissen der Veranstaltungen veröffentlicht.<sup>291</sup>

Das Konzept zur Verdichtung nach innen sowie der Erhalt des Gasthauses Maximilian deuten auf ein positives Bewusstsein für Baukultur in der Bevölkerung hin. Dennoch wirft das Handbuch auch Fragen auf: Welches Ortsimage verfolgt die Gemeinde Gmund bei der Ortskernaufwertung mit Gasthof Maximilian und Ludwig-Erhard-Platz? Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden? Was sind die Qualitäten der Gemeinde Gmund als Durchgangsort? Die Ortskernaufwertung kann die Gemeinde als Tourismusort stärken und dafür sorgen, dass Gmund nicht nur als Durchgangsort wahrgenommen wird.



Abbildung 69 / 70 / 71 Auszug aus dem Handbuch der Gemeinde Gmund Sept. 2010

<sup>290</sup> Expertengespräch mit der Geschäftsleitung der Gemeinde Gmund, Herrn Alfons Besel, am 18.09.2010.

<sup>291</sup> Gemeinde Gmund / Identität & Image Coaching AG 2010: Handbuch Innerörtliche Entwicklung Gemeinde Gmund, September 2010, [www.rathaus-gmund.de](http://www.rathaus-gmund.de) unter Ortsentwicklung.

#### 6.3.4. Gemeinde Bad Wiessee

<b>Projekt/Akteure</b>	<b>Situation</b>	<b>Konflikte</b>
<p><u>Bau des Wohnkomplexes Bucherweg:</u></p> <p>Landratsamt Miesbach und Gemeinde Bad Wiessee, Investor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investorenprojekt der Bucherweg GmbH. Übernahme des Geländes durch die Gesellschaft in Erbpacht</li> <li>- Planung von acht Eigentumswohnungen in Ortsrandlage</li> <li>- Genehmigung durch das Landratsamt, Klage durch die Gemeinde<sup>292</sup></li> <li>- Kompromiss zwischen Investor und Gemeinde durch Absenkung der Wohnhäuser um ein Stockwerk<sup>293</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Befürchtung der Gemeinde: Zerstörung des Areals durch überproportionierte Baumasse</li> </ul>
<p><u>Jod-Schwefelbad:</u></p> <p>Gemeinde Bad Wiessee, Verein der Freunde und Förderer des Jod-Schwefelbades, Erben von Adrian Stoop</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Historisches Gebäude und Namensgeber für den Ort</li> <li>- Stärkste Jod-Schwefelquelle Deutschlands</li> <li>- Bis 2011 im Besitz der Erbengemeinschaft des holländischen Entdeckers Adrian Stoop, bestehend aus 100 Personen</li> <li>- Jährliches Defizit von ca. 250 000 Euro, das derzeit die Gemeinde trägt</li> <li>- Sanierungsarbeiten in geringem Maße, ansonsten veralteter Zustand</li> <li>- Wandelhalle für Veranstaltungen zu vermieten</li> <li>- Herbst 2011: Kauf des Jod-Schwefelbadareals durch die Gemeinde<sup>294</sup>, Planung mit externem Architekturbüro</li> <li>- Seit Sommer 2012: Zusammenarbeit mit Matteo Thun und Wirtschaftsberaterfirma mit dem Ziel, das Areal zu reaktivieren</li> <li>- Sommer 2013: Beginn der Investorensuche, vorgesehener Vertragsabschluss bis Mitte 2014, Baubeginn 2015, Fertigstellung 2017</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kein Verantwortungsgefühl seitens der Erben für das Areal</li> <li>- Schwierige Investorensuche bzw. Ablöse des Grundstücks von den Erben</li> <li>- Gefahr der Verwahrlosung des Bades und Schwächung des Ortsbildes durch eventuelle Investorenprojekte</li> <li>- Entwertung des Areals durch einen sanierungsbedürftigen Badepark in unmittelbarer Umgebung</li> </ul>
<p><u>Brachfläche ‚Alte Spielbank‘ und Hotel Lederer:</u></p> <p>Gemeinde Bad Wiessee, Investor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leerfläche auf Gelände der alten Spielbank und des Hotels Lederer. Interesse diverser Investoren an dem Grundstück</li> <li>- Leerstand des geschichtsträchtigen Hotels Lederer in direkter Seelage, seit 2009 geschlossen, Zwangsversteigerung im Oktober 2011,<sup>295</sup> November 2011 Verkauf an Münchner Unternehmen</li> <li>- Dezember 2012: Kauf des ehemaligen Spielbankgeländes durch einen ortsansässigen Investor.</li> <li>- 2014: erstes Entwicklungsgespräch der Gemeinde mit Eigentümer des Hotels Lederer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mangelnde Attraktivität durch Verwahrlosung</li> <li>- Kein einheitliches Städtebau- sowie Tourismuskonzept</li> <li>- Interessenskonflikte zwischen Besitzer des Lederer Hotels und der Gemeinde</li> <li>- Zwei Eigentümer bzw. Investoren auf einer interessanten Entwicklungsfläche</li> </ul>

<sup>292</sup> MERKUR ONLINE, Bucherweg: Etappensieg für Bauträger, 23.09.2009.

<sup>293</sup> MERKUR ONLINE, Bad Wiessee ebnet den Weg für Immobilien-Projekt am Bucherweg, 05.10.2010.

<sup>294</sup> MERKUR ONLINE, Gemeinde Bad Wiessee kauft komplettes Jodbad-Areal und Heilquelle, 12.10.2011.

<sup>295</sup> MERKUR ONLINE, Schweigen rund um das Hotel Lederer, 19.10.2010.

<p><u>Seepromenade, Bad Wiessee</u></p> <p>Gemeinde Bad Wiessee</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einzigartige Seepromenade für das Tegernseer Tal: sie bietet auf einer Länge von 5 Kilometern einen direkten Seezugang und stellt eine autofreie Zone dar.</li> <li>- Lage: mitten im Grünen angrenzend an ein Naturschutzgebiet sowie die Schiffsanlegestelle und an Brachfläche ‚Alte Spielbank‘</li> <li>- keine zeitgemäße Gestaltung</li> <li>- Seit 2011 Investition in neues Mobiliar (Liegen, Schirme, Seebühne)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwertung der Seepromenade durch das leerstehende Hotel Lederer und den unorganisierten Parkplatz</li> <li>- Kein einheitliches Gestaltungskonzept</li> </ul>
---	--	---



Abbildung 72/73 Brachfläche ‚Hotel Lederer‘ (links) und Jodschwefelbad (rechts), Bad Wiessee, Bayern (D)



Abbildung 74 / 75 Seepromenade Bad Wiessee, Bayern (D)



Abbildung 76 / 77 (von l. nach r.) Parkplatz am Seepromenade, Hotel Lederer, Bad Wiessee, Bayern (D)

**Bewertung:** Konflikte wie die Sanierung des Badeparks sowie des Jod-Schwefelbads und die Nutzung des Seegrundstücks der alten Spielbank und des leer stehenden Hotels Lederer sorgten für Meinungsverschiedenheiten im Gemeinderat<sup>296</sup>. Die Kontroversen innerhalb der Kommune sind als Ergebnis fehlender Transparenz bei ihren Entwicklungsprozessen zu werten. Trotz der Interessenskonflikte innerhalb des Gemeinderats sind jedoch positive Entwicklungen in Bad Wiessee zu beobachten. Der Flächennutzungsplan, insbesondere im Bereich der Seepromenade mit dem leer stehenden Hotel Lederer, wird derzeit durch das Architekturbüro von Angerer überarbeitet. Die Sanierung des defizitären, historisch bedeutsamen Jod-Schwefelbades wurde trotz negativer Bilanzen von der Gemeinde in Angriff genommen. Zudem hat der Ort das Areal dieses historischen Bades samt der Heilquelle von der holländischen Erbgemeinschaft erworben, um zu verhindern, dass ortsfremde Investoren das Gelände massiv zubauen. Vonseiten der Gemeinde ist beabsichtigt, die Heilquelle auf dem Areal zu reaktivieren und ein attraktives Badezentrum in Verbindung mit einem größeren Hotelprojekt zu realisieren (Kap. 6.4.3.). Diese Entscheidung stößt bei vielen Bürgern im Kurort auf Zustimmung.<sup>297</sup> Das Bad, das dem Ort einst seinen Namen gab, hat gute Chancen, nach der kompletten Umstrukturierung bzw. Umsetzung eines modernen Badkonzepts in naher Zukunft schwarze Zahlen zu schreiben und den Tourismus wieder zu beleben. Die Kommune versucht zudem verstärkt, die Entwicklung im Ort selbst zu steuern. So erließ sie eine Satzung, durch die sie sich das Vorkaufsrecht auf das gesamte Lederer-Areal sowie das Gelände der ehemaligen Alten Spielbank sichert. Damit soll ausgeschlossen werden, dass das Areal bei seiner weiteren Vermarktung an Investoren fallen könnte, deren Pläne der Gemeinde nicht zusagen. In Zusammenarbeit mit dem Architekten Matteo Thun und einer Wirtschaftsberaterfirma beabsichtigt die Gemeinde nun die Grundlagen für qualitätsvolle zukunftsfähige städtebauliche Strukturen zu schaffen<sup>298</sup> und mit dem ausgearbeiteten Masterplan geeignete Investoren zu suchen.

Das Jod-Schwefelbad sowie die Seepromenade besitzen als Tourismusattraktion ein großes Potenzial für den Ort und verleihen Bad Wiessee ein Alleinstellungsmerkmal im Tegernseer Tal. Es wird wichtig sein zu klären, welches Gesamtkonzept bzw. touristische Image die Gemeinde in Zukunft verfolgen will. Um ein einheitliches touristisches und gestalterisches Konzept zu erlangen, ist es von essenzieller Bedeutung, die Planungsziele und Wünsche der Kommune auch weiterhin gemeinsam mit den Bürgern zu erarbeiten und abzustimmen.

---

<sup>296</sup> MERKUR ONLINE, Das Herzstück behüten, 21.05.2010.

<sup>297</sup> MERKUR ONLINE, Hoffnung und Freude nach Jodbad-Kauf, 13.10.2011.

<sup>298</sup> MERKUR ONLINE, Star-Architekt plant das Wiesseer Jod-Areal, 21.06.2012.

6.3.5. Gemeinde Rottach-Egern

Projekt/Akteure	Situation	Konflikte
<p><u>Sanierungsbedürftige Sauna:</u></p> <p>Gemeinde Rottach-Egern</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jährliches Defizit von ca. 24 000 Euro</li> <li>- Schließung des öffentlichen Schwitzbades aus den 1960er-Jahren während der Wintermonate, problematische Verpachtung<sup>299</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wachsende Konkurrenz zum Nachbarort, der Stadt Tegernsee (z. B. durch Seesauna)</li> <li>- Diskussion um Notwendigkeit einer Sauna im Ort, wenn sich in der Stadt Tegernsee eine moderne Sauna befindet</li> </ul>
<p><u>Nachbarschaftsstreit im Ortskern</u></p> <p>Privatperson und Gemeinde Rottach-Egern</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verwahrlosung des Postgeländes, bestehender Konflikt: Neugestaltung der Einfahrt zum Postgelände</li> <li>- Keine Investitionsabsichten des Eigentümers im Hinblick auf eine Sanierung<sup>300</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verunstaltung des Ortsbildes</li> <li>- Kein Handeln des Eigentümers trotz Unterbreitung eines Angebots über Sanierungshilfen für das Postgebäude seitens der Gemeinde<sup>301</sup></li> </ul>
<p><u>Bau einer Tennishalle</u></p> <p>Tennisclub und Gemeinde Rottach-Egern</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskussion um den Standort des Hallenbaus in sensibler Lage am Sonnenmoos neben dem Kutschenmuseum in einer bäuerlichen Kulturlandschaft<sup>302</sup></li> <li>- Juni 2012: Entscheidung gegen den Bau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erhalt des Ortsbild-Images als Gestaltungsfrage für die Halle und als architektonische Herausforderung</li> </ul>



Abbildung 78/ 79 Postgelände im Ortskern, Rottach-Egern, Bayern (D)

**Bewertung:** Die Gemeinde Rottach-Egern beheimatet die meisten Luxushotels im Tegernseer Tal. Einige Fassaden von Wohnungsbauten und Geschäften sind sanierungsbedürftig und stehen im Konflikt mit dem gewünschten Luxusimage. Fraglich ist, wie man mit den veralteten und sanierungsbedürftigen Objekten umgeht und wie man auf den Einzug von Discounter-Läden reagiert. Wie das Beispiel des Nachbarschaftsstreits hat die Gemeinde kaum Einflussmöglichkeiten. Die Ortsbildpflege ist eine wichtige Aufgabe der Gemeinde. In Rottach-Egern finden sich zunehmend Einfamilienhäuser, die sich nicht in die Umgebung einfügen. Wie auch im Falle der Tennishalle ist es von Bedeutung, Neubauten über eine ‚gelungene Gestaltung‘ bzw. mittels einer angemessenen Architektursprache in die Landschaft und das Ortsbild zu integrieren. Im Vergleich zu den anderen Gemeinden konnte sich Rottach-Egern flächenmä-

<sup>299</sup> MERKUR ONLINE, Im Winter bleibt die Sauna kalt, 04.10.2009.

<sup>300</sup> MERKUR ONLINE, Nachbarschaftsstreit geht weiter, 18.11.2009.

<sup>301</sup> MERKUR ONLINE, Soforthilfe fürs Postgebäude, 02.01.2012.

<sup>302</sup> MERKUR ONLINE, Tennishalle soll, ins Ensemble passen, 03.07.2012.

Big vergrößern. Die Kommune muss eine Regelung dafür finden, wie in Zukunft die Zersiedlung kontrolliert werden kann. Derartige Fragen können aber erst beantwortet werden, wenn von der Gemeinde eindeutige Forderungen und Ziele für das Ortsbild formuliert worden sind.

#### 6.4. Sonderfall: Konflikte bei Baudenkmalern

Die Betrachtung der Konflikte im Tegernseer Tal zeigt, dass auch einige der vorhandenen Baudenkmalern mit Problemen verbunden sind. Wenn denkmalgeschützte Bauten verfallen und / oder in exponierten Lagen leer stehen, beeinträchtigen sie das Erscheinungsbild und damit das Image der Orte.



Abbildung 80 Gut Kaltenbrunn von der Seeseite gesehen, Gmund, Bayern (D)

##### 6.4.1. Gut Kaltenbrunn

Ein Beispiel für einen nicht-transparenten Entwicklungsprozess ist der Fall Gut Kaltenbrunn in Gmund.



Abbildung 81 Gut Kaltenbrunn von der Einfahrtsstraße aus gesehen, Gmund, Bayern (D)

Lage: Das Gut Kaltenbrunn, ehemals Standort der mittelalterlichen Burganlage der Brüder Adalbert und Oatkar, ist ein geschichtsträchtiger Vierseithof aus dem 15. Jahrhundert. Der heute unter Denkmalschutz stehende Hof befindet sich in exponierter und einsamer Lage an einem Hang direkt am See.

Bedeutung: 1821 erwarb König Max I. Joseph das Gut Kaltenbrunn für 44 000 fl (Gulden) zu seinen Besitztümern hinzu und baute es zu einer Musterökonomie für ganz Oberbayern aus. Als Gutsbetrieb bestand Kaltenbrunn noch bis 1968. Es wurden hier Rinderrassen gezüchtet, die im Sommer auf die Königsalm bei Kreuth, am anderen Ende des Tegernsees, getrieben wurden. Mitte des letzten Jahrhunderts war das dort beheimatete Miesbacher Alpenfleckvieh weithin berühmt. Das Herrschaftshaus, in dem früher der König mit seinen Gästen logierte, diente bis vor Kurzem als Gasthof.

Verlauf: Das Gut Kaltenbrunn befindet sich seit den 1970er-Jahren im Besitz der Familie des inzwischen verstorbenen Investors Stefan Schörghuber. Dieser plante seit 2001, den Vierseithof in ein Luxushotel (vier- bis fünfgeschossige Neubauten mit 130 Zimmern) umzubauen.



Abbildung 82 Flugblatt von Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal mit Gut Kaltenbrunn im Bestand und nach der Planung

Der Gmunder Gemeinderat genehmigte die Planung des Fünf-Sterne-Hotels. Die Planung eines ortsansässigen Architekten wurde der Öffentlichkeit vorgestellt, traf allerdings bei vielen Bürgern auf Widerstand, da diese keine Rücksicht auf den denkmalgeschützten Vierseithof nahm. Der Bebauungsplan, in dessen Anwendungsbereich sich das Gut befindet, enthält Festsetzungen für eine Hotelanlage. Auch nach mehrmaliger Überarbeitung des Entwurfs durch den Architekten fand das Vorhaben in der Bevölkerung keine Zustimmung. Wie diverse Zeitungsartikel belegen, waren die Bürger nicht gegen das Hotelvorhaben an sich, sondern wendeten sich gegen den überdimensionierten Baukörper, der sich in seiner Proportion und Ausformulierung nicht in die Landschaft einfügte. In der Folgezeit wurde durch drei Gmunder Bürger ein Bürgerbegehren initiiert. Der Bürgerentscheid ging mit 51 Prozent der abgegebenen Stimmen nur knapp für das Projekt aus. Davon abgesehen gibt das Ergebnis nur die Meinung der Gmunder Bevölkerung wieder, die Bevölkerung der anderen Tal-Gemeinden, die von dem Eingriff unmittelbar am Nordufer ebenfalls betroffen wären, wurde nicht befragt. Das Hotelprojekt wurde – allen Einwänden und Protesten der am Bebauungsplanverfahren beteiligten öffentlichen und privaten Institutionen des Landkreises Miesbach und den Bedenken des Bayerischen Landesamts für Denkmalpflege zum Trotz – im Dezember 2003 durch einen Feststellungsbeschluss von der Gemeinde genehmigt. Daraufhin reichte die Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal,<sup>303</sup> die bereits früher gemeinsam mit der Bayerischen Akademie der Schönen Künste, dem Bayerischen Landesverein für Heimatpflege und dem Bund Naturschutz versucht hatte, das Projekt zu verhindern, eine Popularklage beim Bayerischen Verfassungs-

<sup>303</sup> Die Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal ist eine private Initiative, die es sich seit ihrer Gründung im Jahr 1971 zur Aufgabe gemacht hat, die außergewöhnlich schöne Landschaft und das Ortsbild des Tegernseer Tals zu erhalten. Der Gegenentwurf der Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal zu dem Hotelprojekt mit einem geringeren Eingriff in das geschichtsträchtige Areal im Tal wurde vom Investor nicht angenommen. Die Gegner warfen der Gemeinde gravierende Verstöße im Genehmigungsverfahren vor. „Die SGT war nicht prinzipiell gegen ein Hotel“, wie die Vorstandsvorsitzende Angela Brogitter-Finck in einem Expertengespräch am 12.03.2009 klarstellte.

gerichtshof ein. Die Kläger waren der Auffassung, dass der von der Gemeinde erlassene Bebauungsplan verfassungswidrig sei, da die nach den Festsetzungen dieses Plans mögliche Bebauung die Denkmaleigenschaft von Gut Kaltenbrunn unwiederbringlich zerstören würde. Der Bayerische Verfassungsgerichtshof gab der Popularklage mit Entscheidung vom 22. Juli 2008 statt und befand, dass der Bebauungsplan mit Grünordnungsplan Nr. 40 ‚Gut Kaltenbrunn‘ der Gemeinde Gmund am Tegernsee vom 9. Dezember 2003 gegen Art. 118 Abs. 1 BV verstoße und daher nichtig sei.<sup>304</sup> Ende 2013 wurde bekannt, dass der Gasthof durch den Gastronom Michael Käfer aufgekauft und neu eröffnet werden soll. Der erste Bauabschnitt sollten Königsbau mit Gaststätte, den Biergarten sowie Parkplatz und Zufahrtswege umfassen. 2014 sollen die Bauarbeiten beginnen, ab 2015 ist die Wiedereröffnung von Gastronomie und Biergarten geplant.

Zustand heute: Zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme stand das Gut Kaltenbrunn mit dem ehemals gut bewirtschafteten Biergarten leer. Bis 2013 gab es keine aktuellen Sanierungsabsichten seitens des Eigentümers und die Bausubstanz verfiel zusehends.

Bewertung und offene Fragen: Meinungsverschiedenheiten zwischen Gemeinden und Investoren sind keine Seltenheit. Es ist sicherlich nicht einfach, richtungsweisende Weichenstellungen für die Zukunft einer Gemeinde zu treffen. Aus der finanziellen Not einer Gemeinde heraus wird zu oft potenziellen Investoren weitgehend freie Hand gewährt. Solche Vorhaben sind für Konflikte prädestiniert.

So hätte ein transparenter Planungsprozess im Beispiel von Gut Kaltenbrunn wahrscheinlich den Konflikt und letztlich die Popularklage verhindern können. Schließlich ging es bei dem Streit nicht um den Luxushotelbau an sich, sondern um das als ‚monströs‘ empfundene Erscheinungsbild des Hotels, welches die typische Landschaft und das Ortsbild des Tegernseer Tals verunstaltet hätte. Das Beispiel Gut Kaltenbrunn ist eines unter vielen Hotelprojekten, die im Gegensatz zu den regionaltypischen Gebäuden in der Umgebung stehen und eine deutlich überproportionierte Baumasse aufweisen. Allgemein sind derartige große Hotelprojekte mit über 100 Zimmern schwierig in ein Ortsbild zu integrieren. Gleichzeitig wirft das Projekt grundsätzliche Fragen auf: Braucht das Tegernseer Tal überhaupt weitere Luxushotels mit großer Kubatur und über 100 Zimmern? Kann nicht auch ein Luxushotel mit mehreren kleineren Baukörpern wirtschaftlich sein? Kann eventuell die Sanierung eines leer stehenden Gebäudes respektive Hotels die bessere Lösung im Vergleich zu einem Neubau sein? Diese Fragen müssten geklärt werden, bevor ein solches Hotelprojekt in Angriff genommen wird. Auch wurden die Bürger nicht ausreichend informiert, sodass letztendlich auch Kommunikationsprobleme das Projekt zum Scheitern brachten. Die Entscheidung zur Wiedereröffnung des Gasthofs

---

<sup>304</sup> Vgl. BAYERISCHER VERFASSUNGSGERICHTSHOF 2008.

scheint hier eine vernünftige Lösung und eine Bereicherung für die Gemeinde Gmund zu sein, um die Bausubstanz und das Landschaftsbild zu erhalten.

#### 6.4.2. Gasthof Maximilian



Um Baudenkmäler zu erhalten, nehmen die Gemeinden, wie dies über einen längeren Zeitraum im Fall des Gasthofs Maximilian zu beobachten ist, lieber hohe Unterhaltskosten für leer stehende oder defizitäre Gebäude auf sich, als notwendige Sanierungsmaßnahmen durchzuführen.

Abbildung 83 Gasthof Maximilian, Gmund, Bayern (D)

Bedeutung: Als ältester Beherbergungsbetrieb in Gmund hat die Tafernwirtschaft noch heute eine große Bedeutung für den Ort. Der Gasthof Maximilian wird in erster Linie mit der Miesbacher Fleckviehzucht bzw. mit Maximilian Obermayer in Verbindung gebracht. Durch die Einfuhr von bestens ausgewählten Fleckviehtieren aus dem Simmental in der Schweiz brachte Obermayer Wohlstand in den Landkreis Miesbach und wurde zum Begründer der Fleckviehzucht in Bayern.<sup>305</sup> Obermayer betrieb neben der Viehzucht auch die angesehene und überregional bekannte Gastwirtschaft Maximilian mit Metzgerei, die von hochrangigen Persönlichkeiten wie dem Herzog Maximilian in Bayern (1808–1888), dem Namensgeber der Wirtschaft, besucht wurde. Obermayer wurde zu einem der bedeutendsten Almwirte seiner Gegend und Zeit und besaß zu Hochzeiten 18 Almen und 22 Anwesen.<sup>306</sup>

Verlauf: In den 1970er-Jahren erlebte der Gasthof unter der Besitzerfamilie Glasl, die den Gasthof gegen Ende des 19. Jahrhunderts von der herzoglichen Güteradministration Tegernsee erworben hatte, seine Glanzzeit. Im Jahr 1984 tauchten erste Umbaupläne auf, die aber nicht umgesetzt wurden. 1991 erwarb ein Frankfurter Käufer das Anwesen. Für den Erhalt des Gasthofs Maximilian wurden von verschiedensten Investoren Konzeptstudien präsentiert, darunter für ein Wohn- und Geschäftshaus, eine Markthalle, ein Gesundheitszentrum, einen Supermarkt und zuletzt wieder für ein Geschäftshaus mit Parkdeck. In diese Vorschläge wurden rund 1,5 Millionen Euro an Planungshonoraren investiert, inklusive der Kosten für einen vier Jahre dauernden Nachbarschaftsstreit, der bis vor das Bayerische Verwaltungsgericht ging. Aufgrund des Scheiterns des Bauvorhabens sowie der erfolglosen Suche nach einem Investor steht der Gasthof seit nun knapp 30 Jahre leer.

<sup>305</sup> Vgl. ROSENBERGER 2007: 4–8.

<sup>306</sup> Vgl. ROSENBERGER 2008: 6.

Längst wurden seitens der Denkmalschutzbehörde des Landratsamts Miesbach Instandsetzungsmaßnahmen gefordert.<sup>307</sup> Im April 2009 sprach sich das Landesamt für Denkmalpflege explizit für den Erhalt des Gasthofes aus.

Zustand heute: Anfang 2010 kaufte die Gemeinde Gmund nach langen Verhandlungen mit dem Frankfurter Eigentümer den baufälligen und maroden Gasthof Maximilian an. Im Sommer des darauf folgenden Jahres fanden die ersten Investorengespräche über neue Nutzungen für den Gasthof statt. 2012 wurde ein Bebauungsplan erlassen mit dem Ziel, den Gasthof zu erhalten und durch den Neubau zwei weiterer Gebäude zu ergänzen. Ende 2013 wurden die Bauanträge eines Investors für die Errichtung von zwei Neubauten mit einer ebenerdigen Parkgarage genehmigt. Zugleich hat der Investor mit dem Ausräumen des Gasthofs begonnen. Im Frühjahr 2014 soll dann mit den Neu- und Umbauarbeiten begonnen werden.

Bewertung: Der Gasthof Maximilian ist typisches Beispiel für ein verwaorlostes Baudenkmal. Oft stimmen, wie hier, die Interessen der privaten Investoren nicht mit den Zielen der Allgemeinheit und der Denkmalschutzbehörde überein. Aufgrund dieser konkurrierenden Ziele beinhalten Investorenprojekte bei Baudenkmalern ein hohes Konfliktpotenzial. Durch den Erwerb des Gasthofs durch die Kommune Gmund entstanden für den Gasthof Maximilian nunmehr neue Zukunftsperspektiven. Gemeinsam mit ihren Bürgern konnte die Gemeinde die Umgestaltung und die Sanierung des Gasthofs in die Hand nehmen und das Baudenkmal in das Ortsentwicklungskonzept integrieren. Der Ansatz, das Problem im Dialog mit den Bürgern zu lösen, ist besonders hervorzuheben. Hierdurch können das Identitätsgefühl und das Verantwortungsbewusstsein der Einwohner für den Ort gestärkt werden.

---

<sup>307</sup> Laut Denkmalschutzgesetz Art. 4 „Erhaltung von Baudenkmalern“ ist der Eigentümer eines Gebäudes zu dessen Instandhaltung verpflichtet. „Die Eigentümer und die sonst dinglich Verfügungsberechtigten von Baudenkmalern haben ihre Baudenkmalern instandzuhalten, instandzusetzen, sachgemäß zu behandeln und vor Gefährdung zu schützen, soweit ihnen das zuzumuten ist.“ Denkmalschutzgesetz, (DSchG), vom 25. Juni 1973 (BayRS 2242-1-K).

### 6.4.3. Jod-Schwefelbad



Für die Gemeinde Bad Wiessee stellt das Jod-Schwefelbad und die Bindung an seine Entstehungsgeschichte ein Alleinstellungsmerkmal im Tegernseer Tal dar.

Abbildung 84 Jod-Schwefelbad, Bad Wiessee, Bayern (D)

Verlauf: Das Jod-Schwefelbad sowie das dazugehörige Areal gehörten bis zum Erwerb durch die Gemeinde Bad Wiessee den niederländischen Erben von Adrian Stoop. Seit der Schließung des Bades 1997 durch die Eigentümer war man auf der Suche nach einem neuen Betreiber bzw. nach einem Investor. 2009 erklärten die Erben, das gesamte Jod-Schwefelbad-Areal verkaufen zu wollen. Aufgrund des sanierungsbedürftigen Bauzustandes hatte die Gemeinde bis zur Sanierung Energiekosten in Höhe von ca. 121 000 Euro pro Jahr getragen.<sup>308</sup> Anlässlich des 100-jährigen Bestehens des Bades im Jahr 2010 sollte das Jod-Schwefelbad – auch ohne Investor – rundum verschönert werden. Bis die Sanierungsarbeiten des veralteten und überholten Jod-Schwefelbades im Gemeinderat Bad Wiessee verabschiedet werden



konnten, gab es innerhalb des Gemeinderats große Unstimmigkeiten. Ende 2009 beschloss der Gemeinderat die Sanierungsarbeiten. Damit folgte er dem Wunsch des Vereins der ‚Freunde und Förderer des Jod-Schwefelbades‘, der seit Längerem für den Erhalt des Bades kämpft und mit Umbauten und einer energetischen Sanierung eine reduzierte Form des Betriebes ermöglichen will.

Abbildung 85 Flur des Jod-Schwefelbades, Bad Wiessee, Bayern (D)

Im Zuge der Überarbeitung der Flächennutzungs- und Bebauungspläne ist ein Arbeitskreis mit Gemeinderäten und Bürgern für die Revitalisierung des Areals von Jod-Schwefelbad, Hotel Lederer und Alter Spielbank ins Leben gerufen worden. Der Arbeitskreis erarbeitete unter der Leitung des Architekturbüros von Angerer in einem ersten Schritt unter Ausschluss der Öffentlichkeit ein Konzept für das Areal des Jod-Schwefelbades. Dabei sprach man sich für den Kauf des Areals aus, um die weitere Entwicklung selbst steuern zu können. Ende 2011 wurde das Jod-Schwefelbad von der niederländischen Erbgemeinschaft für ca. 12 Millionen Euro erworben. Um den gestiegenen Schuldenstand wieder zu mindern, will die Gemeinde den Erwerb durch Grundstücksverkäufe gegenfinanzieren. Die Grundstücke des Jod-Schwefelbades

<sup>308</sup> MERKUR ONLINE, Erster Schritt zur Sanierung des Jodschwefelbades, 25.09.2009.

sollen jedoch nicht verkauft werden. Hier will die Kommune von einem gängigen Finanzierungsmodell Gebrauch machen und die Grundstücke in Erbpacht an Investoren übertragen. Ziel ist es auch, den defizitär laufende Betrieb des Jod-Schwefelbads und des Badeparks<sup>309</sup> wieder in die Gewinnzone zu bringen. Im Juni 2012 wurde bekannt, dass der renommierte Architekt Matteo Thun in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsberaterbüro PKF für das Jod-Schwefelbad-Areal ein Entwicklungskonzept und einen Masterplan erstellen wird. Ende 2012 wurden die Ergebnisse durch den Architekten Matteo Thun dem Gemeinderat und der Öffentlichkeit vorgestellt, die anschließend in ein aussagekräftiges Exposé für die EU-weite Ausschreibung zusammengefasst worden sind. Der Masterplan wurde von den Bürgern positiv aufgenommen. Ausgehend von den alten Quellhäusern und der denkmalgeschützten Wandelhalle sollen auf dem 100 000 Quadratmeter großen Areal ein neues Luxushotel, eine Therme, ein medizinisches Zentrum und neue Wohnanlagen entstehen.

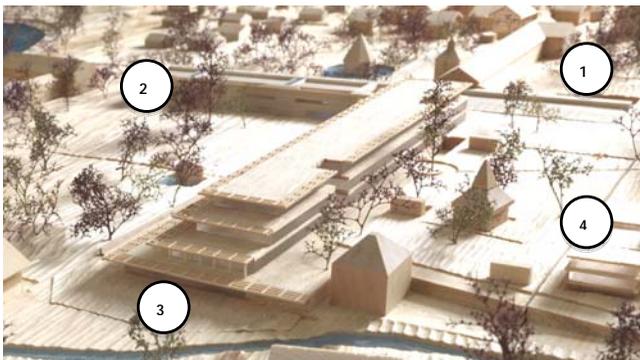


Abbildung 86 / 87 Jod-Schwefelbad Modell von Matteo Thun

Das Konzept: Das Modell zeigt die Anordnung von Wandelhalle (1), Therme (2), Hotel (3) und medizinischem Bereich (4). Die Tiefgarage liegt zwischen dem medizinischem Bereich und dem Hotel.

<sup>309</sup> Derzeit belasten die beiden Einrichtungen die Gemeindekasse jährlich mit rund 900 000 Euro.

Ob Bad Wiessee die strenge Kreuzform und die Baumasse des Entwurfs von Matteo Thun ver­trägt, ist städtebaulich fraglich, aber das Projekt und die Vorgehensweise der Gemeinde, ein Konzept mit einem Architekten und mit Wirtschaftsplanern zu entwickeln, ist sicherlich ein be­merkenswerter Fortschritt. Anfang 2013 fand zudem ein öffentlicher Termin für weitere Diskus­sionen zum Jod-Schwefelbad-Projekt statt. Zu diesem Termin konnten die Bürger ihre offenen Fragen äußern. Die Gemeinde will nun als nächsten Schritt geeignete Investoren für den ent­wickelten Masterplan nach einem definierten Auswahlverfahren suchen. In einer Partner­schaft mit einem künftigen Investor will sie die Richtung der städtebaulichen Entwicklung vor­geben. Ende Oktober 2013 begann die Gemeinde mittels einer Anzeige in einer Immobilien­zeitschrift mit der Investorensuche. Vorgesehen ist bis Mitte 2014 mit einem potenziellen Inves­tor einen Vertrag abzuschließen und ab 2015 mit dem Bau zu beginnen (Stand Februar 2014).

Bewertung: Zwar belasten der Umfang der Sanierungsmaßnahmen und des Kaufs den Haus­halt der Gemeinde Bad Wiessee erheblich, dennoch war die Investition in das Jod-Schwefelbad sinnvoll, um das Image der Gemeinde durch den Kurbetrieb und den Gesund­heitstourismus zu erhalten und zu stärken. Die Kommune hatte die Gefahr erkannt, dass die von potenziellen Investoren vorgesehenen Projektentwicklungen nicht ihren Vorstellungen entsprechen könnten. Ob die Zusammenarbeit mit dem Stararchitekten Matteo Thun der Gemeinde den gewünschten Tourismuserfolg bringt, ist zu diesem Zeitpunkt schwer einzu­schätzen. Als Alternative wäre hier ein städtebaulicher Ideenwettbewerb sinnvoll gewesen, um weitere Entwurfsvarianten zu erlangen und anschließend hinsichtlich der zukünftigen städ­tebaulichen Entwicklung zu evaluieren. Trotzdem hat die Gemeinde durch den Erwerb des Jod-Schwefelbad-Areals und mit der Beauftragung eines renommierten Architekten und ei­nes Wirtschaftsberaterbüros nun in der Planungsphase die federführende Rolle. Mit Experten sowie geeigneten Investoren will sie nun das entwickelte städtebauliche Konzept in ihrem Sinne umsetzen und steuern. Wichtig wird es beim Investorenauswahlverfahren sein, wie im Interesse der Gemeinde eine Qualitätssicherung als verbindliche Auflage für den Investor gefunden werden kann.

Ein von der Kommune entwickeltes, finanzierbares Projekt könnte zu einem Pionierprojekt für weitere ländliche Tourismusgemeinden werden. Die Gemeinde Bad Wiessee zeigt eine offene Haltung gegenüber neuen Ideen und Konzepten. Durch das frühe Einbinden der Öffent­lichkeit ist ein transparenter Entwicklungsprozess gewährleistet.

#### Fazit:

Ein wesentlicher Grund für die unbefriedigende landschafts- und siedlungsstrukturelle Entwick­lung im Tegernseer Tal sind die verschiedenen Interessen der Akteure, wie Gemeinden, Inves­to­ren und Einheimische. Die mangelnde Kommunikation zwischen den verschiedenen Akteu­ren spiegelt sich in der ästhetischen Verschmelzung aus historisch-bäuerlichen Häusern, städti-

schen Villen, landwirtschaftlich genutzten Flächen und eher städtisch geprägten Freiräumen wider. Es fehlt in der Regel ein in die Zukunft gerichtetes Gestaltungskonzept, welches den Gästen und Einheimischen signalisiert, dass sie sich in einem Raum bewegen, der sich seiner Identität als Tourismusdestination bewusst ist. Eine solche Strategie versucht die Gemeinde Bad Wiessee im Austausch mit verschiedenen Akteuren und Experten zu diskutieren und zu finden.

## **6.5. Gelungene Tourismusbauten und -projekte im Tegernseer Tal**

Im Folgenden werden bemerkenswerte Projekte und Bauten im Tegernseer Tal nach den in Kapitel 4.3. vorgestellten Merkmalen einer gelungenen Tourismusbaukultur vorgestellt.

### 6.5.1. Nachhaltigkeit

#### Ökologisches und energieeffizientes Bauen:

##### Energiewende Oberland

Das Projekt ‚Energiewende Oberland‘ des Landkreises Miesbach betrifft nur indirekt das Tegernseer Tal, ist dennoch ein vorbildliches Beispiel für Nachhaltigkeit. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit soll durch die ‚Energiewende Oberland‘, eine Bürgerstiftung für erneuerbare Energien und Energieeinsparung, die aus den politischen Reihen der Agenda 21 entstanden ist, vermittelt werden. Durch eine Reduzierung des Energieverbrauchs, den Einsatz innovativer und effizienter Technologien und durch die nachhaltige Nutzung aller heimischen Ressourcen soll das Beispiel des Landkreises Miesbach Schule machen. Mithilfe der seit Oktober 2005 gegründeten Bürgerstiftung ‚Energiewende Oberland‘ sollen Vorhaben und Maßnahmen gefördert werden – nicht nur, um in Zukunft die vollständige Versorgung der Landkreise Miesbach und Bad Tölz-Wolfratshausen durch erneuerbare Energien zu ermöglichen, sondern um diese auch regional zu erzeugen. Ziel ist es, bis 2035 auf dem Energiesektor autark zu sein.<sup>310</sup> Dieser Nachhaltigkeitsgedanke ist für den Tourismus insofern wertvoll, als neue umweltbewusste Zielgruppen erschlossen werden können. Auch ergänzen sich die Ziele von ‚Energiewende Oberland‘ und Region Oberland zu einem umwelt- und gesundheitsbewussten touristischen Profilbild.

---

<sup>310</sup> Vgl. ENERGIEWENDE OBERLAND, Satzung, Präambel.

### Regionale Wirkung:

#### Naturkäserei Tegernseer Land e. G.,<sup>311</sup> Kreuth



Abbildung 88 / 89 Naturkäserei Tegernseer Land e. G., Kreuth, Bayern (D)

Die Naturkäserei Tegernseer Land e. G trägt mit lokal hergestellten Produkten zur regionalen Wirkung bei. Um eine direkte Vermarktung von hochwertigen heimischen Milchprodukten in der Region zu ermöglichen, haben sich Milchbauern aus dem Tegernseer Tal genossenschaftlich zusammengeschlossen. Für diesen Musterbetrieb wurde 2010 eine Schaukäserei am Fuße des Wallbergs eröffnet. Die Naturkäserei beinhaltet einen Produktionsbereich, Verwaltungsräume, einen eigenen gastronomischen Bereich mit Gaststube und Biergarten sowie einen Festsaal. Eher unüblich im Vergleich zu den Miesbacher Bauernhöfen sind die Größe des Baukörpers sowie die teilweise großflächigen Verglasungen der Frontfassade, die einen Blick in die Produktionskammer erlauben. Die exponierte Lage hätte in diesem Fall eine innovativere, dennoch regionaltypische Architektur in Form einer Neuinterpretation eines Bauernhofes erlaubt, wie dies der Architekt Florian Nagler mit dem ‚Natur- und Gesundheitsresort Tannerhof‘ (Kap. 4.4.3.3.) überzeugend umgesetzt hat.

### 6.5.2. Symbol

#### Image und Marke:

#### Seesauna Monte Mare, Stadt Tegernsee<sup>312</sup>



Abbildung 90 / 91 Seesauna Monte Mare, Tegernsee, Bayern (D)

<sup>311</sup> Architekt: Erhard-Erlacher Architekten; vgl. NATURKÄSEREI TEGERNSEER LAND e.G.

<sup>312</sup> Architekt: Erhard Erlacher Architekten; vgl. SEESAUNA MONTE MARE.

Die Seesauna ‚Monte Mare‘, die sich direkt am Seeufer der Stadt Tegernsee befindet und einen direkten Zugang zum See hat, ist ein gutes Beispiel für Image und Marke. Die Architektur erinnert an Bootshäuser, die Gebäudeform sowie die Höhe orientieren sich an den Nachbargebäuden an der Uferpromenade. Hervorgegangen ist der Entwurf aus einem Ideenwettbewerb, den die Stadt 2002 ausgelobt hatte.

Die gesamte Anlage wirkt einheitlich und homogen: Nutzungen und Badeabläufe sind aufeinander abgestimmt. Auch die verwendeten Materialien, größtenteils Holz, harmonisieren miteinander und unterstreichen die Idee eines Bootshauses. Die moderne, dennoch behagliche Seesauna, die sich städtebaulich wie architektonisch sorgsam in die Umgebung einfügt, ist eines der Beispiele für gelungene Tourismusarchitektur im Tegernseer Tal.

#### Identität und Authentizität:

##### Wildbad Kreuth, Kreuth



Abbildung 92 / 93 Wildbad Kreuth im Winter (links) und im Sommer (rechts), Kreuth, Bayern (D)

Die Form des Ensembles von Wildbad Kreuth, das abgelegen in einem Tal in der Nähe von Kreuth liegt, entstand in den Jahren 1824 unter König Max I. Josef, der das Bad 1823 erwarb. In seiner Glanzzeit wurde das Bad von „hoch- und höchstgestellten Persönlichkeiten aus vieler Herren Länder“ besucht, wie dem Zaren von Russland im Jahr 1838.<sup>313</sup> Zwei Stilrichtungen sind vorhanden: das Alte Bad, welches einem Bauernhaus gleicht, sowie das königliche und repräsentative Wohnhaus mit Kursaal. Nach einem Brand im Jahr 1945 wurde das Bad 1956/57 renoviert und in ein Sanatorium umgewandelt. 1974 pachtete die Hanns-Seidel-Stiftung die Gebäude, sanierte sie und baute Räumlichkeiten an. Seitdem dient das ehemalige Wildbad Kreuth als Bildungszentrum der Stiftung und als Aufführungsort des Oleg-Kagan-Musikfests, welches jährlich unter Beteiligung prominenter Musiker stattfindet. Heute kommt dem Wildbad Kreuth mit seiner Bauform und Geschichte eine wichtige kulturelle Bedeutung für den Tourismus und für die Identität des Tegernseer Tals zu.

---

<sup>313</sup> HALMBACHER 1998: 323.

### Miesbacher Bauernhof, Holz bei Bad Wiessee



Abbildung 94 / 95 (von l. nach r.) Bauernhöfe in Holz und in Abwinkl bei Bad Wiessee, Bayern (D)

Der Typus des Bauernhauses mit flach geneigtem (20–24 Grad), an Giebel und Traufen weit überstehendem Legschindeldach dominiert zum Großteil noch heute die Miesbacher Kulturlandschaft; er wird als Einfirsthof bezeichnet. Besonderes Merkmal ist, dass Wohnhaus, Stall, Heuboden und Schuppen unter einem First bzw. geradlinigen Dach – möglichst in Ost-West-Richtung – zusammengefasst sind. Die früher aus topografischen und klimatischen Verhältnissen sowie vorhandenem Materialvorrat entwickelten authentischen Bauernhäuser sind heute eine touristische Attraktion und Teil der begehrten Kulturlandschaft und Identität des Landkreises Miesbachs.

### Klosterkirche Tegernsee, Stadt Tegernsee



Abbildung 96/ 97 (von l. nach r.) Kloster Tegernsee vom See, Kloster Tegernsee beim Seefest, Bayern (D)

Zu den wichtigsten Attraktionen des Tegernseer Tals zählt die Klosterkirche Tegernsee. Die ehemalige Benediktiner-Klosterkirche, dessen Patron der Heilige Quirinus ist, zählt nicht zu jenen großen Kirchenbauten, die einen einheitlichen Kunststil repräsentieren. Sie ist eine gewachsene Kirche mit verschiedenen Baustilen aus unterschiedlichen Epochen. Die Anlage ist in seiner Größe und seinem Volumen einer der dominantesten Gebäude im Erscheinungsbild und stellt ein wichtiges Symbol des Tegernseer Tals dar.

### 6.5.3. Atmosphäre

#### Wahrnehmung:

Quantitative und qualitative Befragung 2009 (Kap. 6.2.): Im Allgemeinen kann behauptet werden, dass die noch intakte bäuerliche Kulturlandschaft und die regionale Baukultur als wichtiges Charakteristikum des Tegenseer Tals von Einheimischen sowie von Besuchern erkannt worden ist. Kritisch wird von den Einheimischen insbesondere das ‚unkontrollierte Bauen‘ bzw. das Zusammenwachsen der Ortschaften beobachtet. Die Ortsansässigen sind sich darüber hinaus über die Bausünden, die Gefahr der ‚Austauschbarkeit‘ sowie die Grenzen der Kommunalpolitik bewusst.

#### Innovation und Tradition:

##### Olaf-Gulbransson-Museum, Stadt Tegernsee



Abbildung 98 / 99 Olaf-Gulbransson-Museum im Kurpark im Sommer (links) und im Winter (rechts), Tegernsee, Bayern (D)

Das Olaf-Gulbransson-Museum war eines der ersten modernen Bauten im Tegenseer Tal. Es wurde 1965 auf Initiative eines privaten Stiftervereins gegründet und von dem Architekten Sep Ruf als schlichter Pavillon mit einem unterirdischen Ausstellungsbereich im Kurpark der Stadt Tegernsee erbaut.<sup>314</sup> Der Museumspavillon in Tegernsee steht seit 2000 unter Denkmalschutz, entspricht jedoch nicht mehr den Originalplänen.<sup>315</sup> Im Zuge einer Erweiterungsmaßnahme im Jahr 2008 wurde Sep Rufs Bau einer Sanierung unterzogen. Die Architektur von Sep Ruf ist, ebenso wie die Erweiterungsmaßnahme, als gelungener und innovativer Versuch zu werten, moderne zeitgemäße Architektur in eine alpine Region zu integrieren. Durch den besonderen Standort und den Abstand zu den traditionellen regionalen Bauten kommt die moderne Architektur zur Geltung. Der Bau wurde in die Topografie eingebunden und seine Baumasse beeinträchtigt nicht den Ortscharakter.

<sup>314</sup>Seit 1973 ist das Haus, das dem Andenken an den Zeichner Olaf Gulbransson und an die Münchner Satirezeitschrift ‚Simplicissimus‘ gewidmet ist, eine Zweiggalerie der Bayerischen Staatsgemaldesammlungen.

<sup>315</sup> Vgl. MAZZONI 2008: 66f.

### „Das Tegernsee“ (ehem. Hotel Bayern), Stadt Tegernsee<sup>316</sup>



Abbildung 100 / 101 Hotel Das Tegernsee als Ensemble (links) und Eingangssituation (rechts), Tegernsee, Bayern (D)

„Das Tegernsee“, eine Vier-Sterne-Superior-Hotelanlage, ist eine gewachsene Hotelanlage mit mehreren Gebäuden aus verschiedenen Epochen. Sie befindet sich in Südhanglage am Tegernsee, oberhalb der Stadt gelegen. Die Anlage besteht aus dem denkmalgeschützten Sengerschloss aus dem 19. Jahrhundert sowie den Gästehäusern Quirin und Tegernsee im Landhausstil sowie Wallberg im modernen Stil mit Flachdach. Alle vier Gebäude sind über Gänge miteinander verbunden. Der Bezug zur regionalen Architektur spielt im Gesamtensemble eine zentrale Rolle. Über die Jahrzehnte hinweg entstand hier das aktuelle Erscheinungsbild, welches durch eine gelungene Mischung aus historischer Bausubstanz und moderner Anpassung besticht und den heutigen Lebensstil sowie die Zielgruppe reflektiert. „Das Tegernsee“ ist ein Beispiel für gelungene und gewachsene Tourismusarchitektur, die bauliche Dokumente aus verschiedenen Zeiten angemessen und stimmig interpretiert.

#### 6.5.4. Bewusstseins- und Entwicklungsprozess

##### Verantwortung

Ausstellung zur Architektur in Schliersee 2010 und Entwicklung einer Baufibel 2012 im Rahmen des Programms „Unser Landkreis Miesbach 2014“ (Kap. 5.3.3.): Die Architekturausstellung ‚Eine Ausstellung von Gebäuden zwischen Bautradition und neuem Bauen‘, die zu Beginn des ‚Schlierseer Kultur-Herbstes‘ im Oktober 2010 über zwei Wochen in Schliersee gezeigt wurde, beschäftigte sich in Form einer Fotostrecke mit der Kernfrage „Wie sehen wir unsere gebaute Heimat?“. Sie machte sich den ortsbezogenen Baustil des oberbayerischen Alpenvorlandes zum Thema und diente der Bewusstseinsbildung für Architekturqualität. Die Erfahrungen der Ausstellung hatten die Veröffentlichung der Baufibel für den Landkreis Miesbach im Januar 2012 zur Folge. Weitere Aktivitäten wie Häuserfahrten, Ausstellungen und offene Architektentreffen<sup>317</sup> sind geplant. Eine wiederkehrende Ausstellung mit dem Ziel der Architekturvermittlung wäre auch in Zukunft wünschenswert.

<sup>316</sup> Architekt: Demmel und Hadler GmbH Architekten, Innenarchitekt: Landau + Kindelbacher; vgl. DAS TEGERNSEE.

<sup>317</sup> LANDRATSAMT MIESBACH 2012: 4, Kreisentwicklung Projektstand 2012.



**Was ist Baukultur?**

**Burbestaltung Baukultur:**

Baukultur meint das Zusammenspiel zwischen dem Bewahren des Alten und dem Schaffen des Neuen her.

Baukultur bedeutet, ästhetische und kulturelle Werte auszugangen zu berücksichtigen und auf dieser Basis nachhaltig und anspruchsvoll zu gestalten.

Baukultur ist ein Spiegel unserer Gesellschaft und unseres Zusammenlebens. Damit ist sie auch Prozesskultur, die Veränderung und Wandel berücksichtigt.

Baukultur heißt, mit unserer Umwelt verantwortungsvoll umzugehen.

Baukultur bedeutet, ästhetische und kulturelle Werte auszugangen zu berücksichtigen und auf dieser Basis nachhaltig und anspruchsvoll zu gestalten.

- Hauptanliegen der neuen Mission überregionaler Baukultur nur dann, wenn sich die einzelnen Bestrebende in einem sinnvollen Austausch bewegen
  - die Nachhaltigkeit und Qualität fördern
  - die Nutzbarkeit und gesellschaftliche Akzeptanz
  - die Wirtschaftlichkeit, und nicht zuletzt
  - die dem spezifischen Ort angemessene Gestaltungsqualität

**SEDLUNG – LANDSCHAFT**

Der **Wechsel** zwischen der freien unverbauten Kulturlandschaft und ein **gesteuertes Siedlungs** wird **wahrsend** und lässt beide Bereiche voll zur Wirkung kommen.

- Durch verstärkte Belassung oder Einbauten in den Orten soll die „Ausdehnung“ der Siedlungsgebiete vermindert werden.
- Die freie Landschaft soll als solche unverbaut erhalten bleiben.
- Die für einwohner Wechsell besteht Bereiche ist für unsere Region Charakteristisch.



Der **Kernort** ist das **prägnanteste Bauelement** jeder **Ortschaft** und könnte schon von weitem eine für ursprüngliche Bebauung ist:

- Diese Siedlungsform ist geschichtlich so geprägt und **reihalt** und **Spitzenstellungen** möglich zu vermeiden.
- Kernort-Ordnungen fördern das soziale „Aufeinander“ und des Zusammenlebens als Gemeinschaft.



**Zune** werden landschaftsbezogen auf die **Nachbarschaft abgestimmt** und in **Holz** ausgeführt



Abbildung 102 / 103 / 104 Auszug aus der Baufibel für den Landkreis Miesbach

Analyse und Forschung:

Masterplan Tourismus für den Landkreis Miesbach (Kap. 5.2.1.):

Gegenstand des Masterplans ist es, bis 2020 ein touristisches Leitbild für den gesamten Landkreis zu entwickeln, eine Dachorganisation für die verschiedenen Tourismus-Informationen zu gründen und unter deren Führung die Ressourcenplanung, das Projektmanagement und die Vermarktung für die gesamte Region zu betreuen.

Einige Leitprojekte wie ‚Infrastrukturentwicklung und Ansiedlungsmanagement‘, ‚Entwicklungsunterstützung für Beherbergungsbetriebe‘ sowie das vorhandene Bewusstsein über den Wert des ‚schönen‘ Ortsbilds und der Landschaft lassen auf Erfolg versprechende Resultate hoffen.

Interdisziplinarität:

Sonnenbichl in Bad Wiessee:

Eine ortsübergreifende Zusammenarbeit aller Gemeinden war bei der Neuerrichtung der Skianlage in Bad Wiessee zu beobachten. Die veralteten Lifтанlagen sowie die defizitäre Skianlage waren Anlass für die Gemeinde Bad Wiessee, um mit den umliegenden Ski-Clubs und den Bürgermeistern der übrigen Gemeinden die Zukunft der gesamten Pistenanlage zu diskutieren. Ergebnis war die Neugründung des Trainingsgeländes Sonnenbichl unter der Führung eines eigens hierfür gegründeten Fördervereins mit Unterstützung aller Tal-Gemeinden in Form einer fünf Jahre gültigen Anschubfinanzierung. Ziel der Initiatoren des Trainingszentrums ist es, in spätestens fünf Jahren ohne Zuschüsse der Gemeinden auszukommen. Das neue Konzept wurde durch die ortsübergreifende Zusammenarbeit und gute Kommunikation zwischen den Tal-Gemeinden und den örtlichen Ski-Clubs ermöglicht.<sup>318</sup>

<sup>318</sup> MERKUR ONLINE, Zukunftskonzept für den Sonnenbichl, 20.10.2010.

Diese Vorgehensweise und die interdisziplinäre Zusammenarbeit sollten auf andere Bauprojekte des Tegernseer Tals übertragen werden.

#### Transparenz:

Jod-Schwefelbad: Wie bereits im Kap. 6.4.3. erwähnt, ist zu hoffen, dass die Gemeinde in Zusammenarbeit mit dem Architekturbüro Matteo Thun und der Wirtschaftsberaterfirma PKF ein zukunftsfähiges und nachhaltiges Konzept für das Jod-Schwefelbad-Areal realisiert. Die federführende Rolle der Gemeinde ermöglicht es, mithilfe beratender Projektentwickler, Architekten und Wirtschaftsprüfer verschiedene Szenarien durchzuspielen, gegeneinander abzuwägen. Seit der Ende 2012 durchgeführten Bürgerversammlung inspiriert das Jod-Schwefelbad-Projekt die Nachbargemeinden von Bad Wiessee, die nunmehr versuchen, auch ihre brachliegenden Grundstücke zu erfolgversprechenden Projekten zu entwickeln.

Innerörtliche Entwicklung in Gmund (Kap. 6.3.4.): Die Gemeinde Gmund hat die Probleme erkannt, die von Leerständen von Geschäften und Gastronomiebetrieben im Ortskern ausgehen. Um die Zukunftsentwicklung des Ortes strategisch neu ausrichten zu können, entschied sich die Gemeinde für einen integrierten Prozess, der sich nicht allein auf städtebauliche Themen beschränkte, sondern alle Aspekte einer ganzheitlichen Ortsentwicklung, wie z. B. Soziales, Kultur und Gewerbeentwicklung umfasste. Die Gemeinde Gmund entschied sich bewusst, die Öffentlichkeit in Form von Workshops, Ortsbesichtigungen und Informationsveranstaltungen miteinzubeziehen.

Die Tourismusbauten sowie die Pilotprojekte zeigen, dass das Tegernseer Tal durchaus qualitative Tourismusbaukultur besitzt und entwickeln möchte. Die Projekte zeigen auch, dass sich die Gemeinden der Situation im Tegernseer Tal bewusst sind und die aktuellen und bestehenden Probleme erkannt haben. Es ist zu beobachten, dass einzelne Konflikte, wie das Skitralningslager in Bad Wiessee, in relativ kurzer Zeit gelöst werden konnten. Bei vielen Projektvorhaben bedarf es aber langer Anlauf-, Entwicklungs- und Realisierungszeiträume. Auch in Zukunft sind die beschlossenen Maßnahmen weiterzuerfolgen. Es ist zu hoffen, dass noch weitere gelungenen Tourismusbauten entstehen.

## 6.6. Leitziele und Handlungsempfehlungen

Viele der Probleme des Tegernseer Tals sind charakteristisch für alpine Tourismusdestinationen. Im Folgenden werden die Probleme und die daraus abzuleitenden Leitgedanken zusammengefasst. Es wird auch versucht, allgemeine Handlungsempfehlungen für die jeweiligen Akteure zu formulieren.

### 1. Nachhaltiges Verkehrskonzept

Trotz einer guten Bahnanbindung wird das Tegernseer Tal größtenteils mit dem Auto aufgesucht. Somit staut sich der Verkehr, besonders an Wochenenden und in der Hochsaison. Es gibt weder Sammelparkplätze vor dem Taleingang noch attraktive Angebote für umweltfreundliche Transportmittel für Nah- und Fernreisende. Daher wird ein verkehrstechnisches Gutachten mit Lösungsvorschlägen zur Entlastung der Bundesstraße 318 benötigt sowie eine Überarbeitung der Verkehrserschließung für den Tourismus. Auch in anderen alpinen Regionen stellt der Verkehr eines der Hauptprobleme dar.

Es gibt bereits Beherbergungsbetriebe, wie das Naturhotel ‚Chesa Valisa‘ im österreichischen Kleinwalsertal (Kap. 4.4.1.1), die ihre Gäste mit einem Geschenk (hier Walser Bergkäse) ‚belohnen‘, wenn sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen. Es ist ein Versuch, die Anzahl der PKW-Reisenden zu reduzieren. In der Initiative ‚Alpine Pearls‘ (Kap. 3.1.2.) werben Orte in Österreich, Deutschland, der Schweiz, Frankreich, Italien und Slowenien für einen autofreien Urlaub. Das Image der ‚autofreien Zone‘ zieht umweltbewusste Zielgruppen an. Solche Angebote können neue Impulse auch für das Tegernseer Tal geben.

### 2. Innovative und zugleich traditionelle Architektur anstelle nachgeahmter regionaler Architektur

Im gesamten Tegernseer Tal bzw. sogar landkreisweit lässt sich ein ‚Einheitstrachtenlook‘<sup>319</sup> bei der Gebäudeentwicklung beobachten, der seine missverstandenen formalen Bezüge ausschließlich aus dem Miesbacher Bauernhof oder entsprechenden Beispielen zu beziehen scheint. Der ‚Einheitstrachtenlook‘ ohne regionalen Bezug hinsichtlich Konstruktion und Bautradition ist heutzutage ein Merkmal für viele alpine Tourismusregionen. Die Gebäudeentwicklung in Oberbayern scheint sich von der Bindung an die Hauslandschaften und Konstruktionen zu lösen und auf den Formenkanon des vermeintlich ortsüblichen Gebäudetypus zu reduzieren, nämlich den Bauernhof. Das Bauen im Sinne eines Fügens der Teile folgt eher einem Fertighausprinzip, bei dem Konstruktion, Formelemente und Dekorationsstücke weitgehend zusammenhangslos gewählt und kombiniert werden. Die ortstypischen Formelemente dienen vorrangig der Dekoration und sind nicht das Resultat konstruktiver

---

<sup>319</sup> HEMPEL 1990: 308. Hempel versteht unter Einheitstrachtenlook die Zusammensetzung eines Gebäudes aus formalen Elementen eines bayerischen ‚Bergbauernhofs‘.

Voraussetzungen. Dass die bayerische Baukultur nördlich der Alpen facettenreich ist, zeigen die vielfältigen Baustile.

Ein individuelles Image, das für die Vermarktung einen hohen Stellenwert hat, wird durch die Förderung guter Baukultur gestärkt. Eine Aufgabe für die ländlichen und alpinen Tourismusgemeinden wird es daher sein, lokale, authentische und regionale Lösungen zu finden, die eine behutsame Verbesserung im Bestehenden und eine intelligente Ergänzung durch Neues beinhalten. Die Baukultur umspannt ein weites Feld, von historischer bis hin zu zeitgemäßer Architektur. Ebenfalls verkörpert die ländliche Baukultur wichtige Wertvorstellungen, wie die der ‚Heimat‘, und besitzt somit Vermarktungspotenzial. Architekturmarketing sowie Imagekampagnen mit Bezug zur Architektur können neue interessante Zielgruppen erschließen. Auch in Zukunft wird es für die touristische Attraktivität erforderlich sein, verschiedene, sinnhaltige und lokale Baustile zu pflegen und weiterzuentwickeln, um eine Austauschbarkeit der Ortschaften zu vermeiden.

### 3. Verantwortung für die gebaute Umwelt

Baudenkmäler und Kulturlandschaften stellen die Basis für die Identität der Gemeinden und den Tourismus dar. Häufige Probleme in alpinen Regionen sind aber Leerstände, unattraktive Ortszentren, verwahrloste Plätze und degradierte denkmalgeschützte Bauten sowie sanierungsbedürftige Hotelanlagen. Viele Eigentümer insbesondere von Baudenkmälern lassen die historische Bausubstanz verfallen. Dies zeigen die Beispiele der unattraktiven Bahnhofsareale der Stadt Tegernsee und der Gemeinde Gmund sowie das Postgelände in Rottach-Egern. Der Grund für ihr Nichthandeln liegt vermutlich an den hohen Investitions- und Unterhaltungskosten sowie an den umfangreichen Auflagen des Landesamts für Denkmalpflege. Im Ergebnis ist dies einerseits nicht förderlich für den Tourismus, da Touristen sich in einer schönen Umgebung wohl fühlen, und andererseits ein Ärgernis für die Einheimischen, die sich tagtäglich mit dem degradierten Zustand konfrontiert sehen. So ist es ratsam, Leerstände und verwahrloste Bauten, die sich meist in Ortskernen befinden und keine Aufenthaltsqualität bieten, zu vermeiden. Schlüsselwörter für die Lösung dieses Problems könnten das verdichtete Bauen und Wachstum nach innen sein.

In der Planungsphase können Bauherren bzw. Tourismusgemeinden spezialisierte Wirtschaftsprüfer hinzuziehen, um eine bessere Kostenabschätzung und Kostenkontrolle zu erzielen. Wichtig ist es, den Eigentümern zu vermitteln, dass Pflege und Unterhalt des Gebäudes eine wichtige Aufgabe sind. Eine städtebauliche, architektonische und landschaftsarchitektonische Analyse ist notwendig, um die spezifische bauliche und touristische Qualität der Baudenkmäler und Kulturlandschaften für den Ort zu definieren. Das Einbeziehen ortsfremder Experten kann hilfreich sein, um die Möglichkeiten des Erhaltens und der Pflege der bedrohten Baudenkmäler besser abschätzen zu können. Die architektonischen Symbole werden

auch in Zukunft von großer Bedeutung sein, sodass eine Auseinandersetzung mit dem Thema Erhalt und Pflege von Baudenkmalern vonnöten ist. Das Ziel der Tourismusdestinationen sollte ein breites Angebot an hochwertigen Wohlfühlorten mit verschiedenartigen Aufenthaltsqualitäten sein.

#### 4. Analyse und Forschung zur Wahrung von wertvollen Kulturlandschaften

Die Ortsbilder der Gemeinden des Tegernseer Tals erscheinen auf dem ersten Blick intakt, jedoch erkennt man bei eingehender Untersuchung, dass sie teilweise Leerstände und zersiedelte Landschaft aufweisen. Zudem bestehen einige Bebauungspläne der ländlichen und alpinen Gemeinden seit geraumer Zeit, ohne dass es eine Anpassung an die heutigen Bedürfnisse und Gegebenheiten gegeben hätte. So ist die Zersiedelung auch ein Ergebnis von fehlenden städtebaulichen Studien und Versäumnissen bei der Überarbeitung der Bauleitpläne. Im Laufe der Zeit wurden aufgrund des prosperierenden Tourismus in den Bebauungsplänen viele Areale für die Fremdenverkehrsnutzung festgeschrieben sowie in Flächennutzungsplänen als Sondergebiet ‚Fremdenverkehr‘ ausgewiesen, ohne genauere Untersuchungen über Bedarf und Standorte durchzuführen. Trotz eines neuen, nachhaltigen Denkens sind viele der ehemals ausgewiesenen und weiterhin un bebauten Bauflächen oder Brachflächen in den Bebauungsplänen nicht zurückgenommen worden und stehen weiterhin zur Disposition. Diese Fehlentwicklung können die Gemeinden mit Festsetzungen in der Bauleitplanung z. B. für ein verdichtetes Bauen in den Ortskernen korrigieren.<sup>320</sup> Durch das Freihalten der touristisch wertvollen Landschaftsflächen von Bebauung im Flächennutzungs- und Bebauungsplan kann Fehlentwicklungen vorgekommen werden. Die Überarbeitung der Bauleitpläne sollte dabei maßgeblich von der städtebaulichen Entwicklung und Studien, von Prognosen zum Tourismus und zur Bevölkerungsentwicklung abhängen.

In Zeiten der Globalisierung und Technisierung ist es unerlässlich, unverwechselbare und einmalige Orte zu erhalten bzw. auf der Grundlage bestehender regionaler Baukultur weiterzuentwickeln. Die Vielfalt der verschiedenen Baustile und Kulturlandschaften bereichert den Tourismus. So sollten zuerst touristisch wertvolle Landschaften und Bauten im Ort durch Studien und Analysen ermittelt werden und nicht als Baufläche ausgewiesen, sondern als regional wertvolle Kulturlandschaften für die touristische Attraktivität erhalten werden.

#### 5. Interdisziplinäre Zusammenarbeit von Architekten und Touristikern

Architekten haben einen gesellschaftlichen Auftrag, der darin besteht, den Menschen eine angemessene Umwelt zu schaffen. Um eine gelungene Tourismusbaukultur zu entwickeln und fortzuschreiben, ist es wichtig, dass die Architekten ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft als Mitgestalter der gebauten Umwelt und ihre beratende Aufgabe in Zukunft stärker wahrnehmen. Oft werden lediglich Wünsche der Investoren umgesetzt, ohne dass tiefer-

<sup>320</sup> „Mit Grund und Boden ist sparsam und schonend umzugehen“, S. 10, BauGB § 1a; vgl. SÖFKER 2009.

gehende Überlegungen oder Abwägungen der Konsequenzen stattfinden. Die Aufklärungsarbeit gegenüber dem Bauherrn gehört jedoch zu den wichtigsten Aufgaben des Architekten. Ferner ist es von großer Wichtigkeit, dass die Architekten mit den Touristikern eng zusammenarbeiten, um nachhaltig erfolgreiche Projekte zu entwickeln.

Die Hauptaufgabe der Touristiker ist die Vermarktung des spezifischen Ortes / der Region. Vonseiten der Touristiker wäre es wünschenswert, dass das Thema Baukultur in Zukunft in Werbemaßnahmen einbezogen wird, um das Bewusstsein für die Baukultur bei den Gästen zu fördern und zu stärken. Ferner sollten die Touristiker eine stärker beratende Funktion gegenüber potenziellen Investoren einnehmen bzw. Experten konsultieren, um Investorenvorhaben hinsichtlich Gestaltung, Angebot und Funktion besser beurteilen zu können. Die Eigentümer respektive Betreiber sanierungsdürftiger Gebäude, wie etwa von Beherbergungsbetrieben, sollten qualifizierte Beratungsangebote z. B. bezüglich Förderprogrammen in Anspruch nehmen können.

## 6. Architekturvermittlung

Gemeinden und Bauherren in ländlichen Gebieten sind häufig in Bezug auf Baukunde, Städtebau, Baukultur und Projektmanagement nicht fachkundig. Dies resultiert oft in einer Baukultur der ‚Häuslebauer‘ mit starkem Zersiedelungseffekt. Eine zentrale Rolle in der öffentlichen Diskussion über Architektur und Baukultur spielen in der Regel die Institutionen, die sich schwerpunktmäßig mit Architekturvermittlung auseinandersetzen, wie Architekturmuseen, -zentren und -galerien. Neben Museen spielen Stiftungen und Vereine, die Ausstellungen und Symposien organisieren, eine wesentliche Rolle bei der Architekturvermittlung. In ländlichen Regionen finden in der Regel nur wenige Ausstellungen und Symposien statt. So ist es nicht verwunderlich, dass sich hier nur wenige Menschen für Architektur interessieren und für die Baukultur einsetzen.

Bildungseinrichtungen wie Schulen sollten verstärkt Baukultur in den Lehrplan z. B. des Faches Heimat- und Sachkunde aufnehmen. Zudem verfügt das Tegernseer Tal über eine facettenreiche Baukultur und ist somit prädestiniert für die Darstellung in einem Architektureiseführer<sup>321</sup>. Neben der Funktion des Kreisbaumeisters und des neutralen Beratergremiums (Kap. 5.3.1.) ist es bei besonderen Großprojekten ratsam, eine Plattform für Diskussionen mit Experten und Bürgern einzurichten. Weitere Maßnahmen in Form von Internetauftritten, Symposien, Ausstellungen und Preisverleihungen können zu einer wirkungsvollen Architekturvermittlung beitragen. Die Tätigkeit des Forums sollte sich auf stadt-, orts- und landschaftsbedeutsame Vorhaben beziehen. Ferner sollte es potenziellen Bauherren zur Konzeptentwicklung und zur Vermittlung von Kontakten, z. B. zu Architekten, Fachplanern und Firmen, und als Beratungsstelle dienen. Es bleibt zu hoffen, dass der neu gegründete Gestaltungsbeirat im Landkreis

---

<sup>321</sup> Ziel des Architektureiseführers wäre die Architektur- und Baukulturvermittlung sowie die Steigerung der touristischen Attraktivität durch ein anderes, vertieftes Kennenlernen des Urlaubsortes.

Miesbach, bestehend aus Kreisbaumeister und örtlichen Architekten, externe Anregungen aufnimmt und fruchtbare Diskussionsbeiträge für die Region Tegernsee-Schliersee liefern kann, um das harmonische Ortsbild zu bewahren. Ebenso kann der Austausch mit anderen erfolgreichen Tourismusdestinationen über Entwicklungen, gelungene Tourismusprojekte oder Wettbewerbsausschreibungen neue Impulse und Anregungen für die Entwicklung der eigenen Gemeinde geben.

## 7. Transparenz in der Politik

An den Beispielen von Gut Kaltenbrunn und Gasthof Maximilian sowie anhand anderer Konfliktlinien fällt die fehlende Transparenz im Entscheidungs- und Entwicklungsprozess auf. Viele Beschlüsse hängen stark von der Kommunalpolitik und von kommunalen Entscheidungsträgern ab. So ist in der Kommunalpolitik eine Tendenz des ‚Abwartens und Hoffens‘ auf potenzielle Investoren zu beobachten, denen dann im Falle der Umsetzung ihrer Projekte oft weitgehender Handlungsspielraum gewährt wird. Nicht die Investoren sollten jedoch über die Zukunft der Orte und Regionen entscheiden, sondern die Kommunalpolitik als gewählte Bürgervertretung. Auch werden bis auf wenige Ausnahmen in den Gemeinde- oder Stadträten wesentliche Entscheidungen unter Ausschluss der Öffentlichkeit gefällt. Die Bürger erhalten lediglich Informationen über Ratsbeschlüsse und sind somit nicht in den Entwicklungs- und Entscheidungsprozess mit einbezogen. Folgt man den Teilnehmern der Informationsveranstaltung ‚Quo vadis Tourismus im Tegernseer Tal?‘ der CSU-Ortsverbände im Tegernseer Tal, werden mögliche Investorenprojekte oft durch Minderheiten bzw. „Blockierer und Bremser“<sup>322</sup> verhindert.

Um die touristische und baukulturelle Attraktivität zu bewahren, wird es in Zukunft notwendig sein, schlüssige räumliche und organisatorische Leitbilder für den jeweiligen Ort zu entwickeln. Wichtig ist dabei, dass die Einheimischen bereits in die Entwicklung der Leitbilder involviert werden. Informationsveranstaltungen, Bürgerversammlungen oder Workshops in frühen Stadien sind hilfreiche Kommunikationsmittel. Offenheit seitens der Investoren, der Gemeinden und Bürger ist ebenso eine Voraussetzung für erfolgreiche und transparente Prozesse.

Die Suche nach einem zeitgemäßen ästhetischen Ausdruck und die Gestaltung und Lenkung einer nachhaltigen regionalen Entwicklung sollten neue Zielsetzungen der Tourismusgemeinden werden. Notwendig sind ebenso touristische, baukulturelle und städtebauliche Konzepte von hoher Qualität. Diese zu beurteilen, übersteigt jedoch die Fachkompetenz vieler Entscheidungsträger. Häufig greifen die Gemeinden bei der Vergabe von neuen Bauvorhaben auf das Verhandlungsverfahren ohne Planungswettbewerb (Kap. 3.3.3) zurück, da dieses keinen Architektenwettbewerb verlangt und somit Zeit eingespart werden kann. Es

---

<sup>322</sup>Veranstaltung in der Parkresidenz Bachmair Weissach, Rottach-Egern, 21.10.2010.

findet dann Anwendung, wenn der Auftragswert einen Schwellenwert von derzeit 200 000 € für ein Bauvorhaben (Stand 2012) überschreitet und die Leistung nicht eindeutig und erschöpfend beschreibbar ist. Für ein qualitativvolles Ergebnis ist allerdings die Auslobung eines baukünstlerischen Ideenwettbewerbs zur Erlangung von Entwürfen empfehlenswert, um schon in dieser frühen Phase verschiedene Varianten von Baumöglichkeiten zu gewinnen.

Auf Landesebene sind die Bau- und Planungsämter – im Falle des Tegernseer Tals das Bauamt des Landkreises Miesbach – für den Erhalt und Pflege der Baukultur verantwortlich.

Die zuständigen Planungsämter sollten...

- Flächennutzungs- und Bebauungspläne kritisch auf die Bebauungs- und Erschließungsstruktur, das Verhältnis von bebauter zu unbebauter Fläche sowie die sinnvolle Ausweisung von Sondernutzungen prüfen und bei Bedarf überarbeiten.
- zusammen mit den Tourismusgemeinden vorbildliche Projekte fördern und veröffentlichen. Hierfür bietet sich die Auslobung von Preisen an (vgl. z. B. ‚artouro‘, Kap. 3.2.3.). Denkbar wäre auch in Deutschland, den gelungenen Entstehungs- und Entwicklungsprozess auszuzeichnen, wie dies bei der österreichischen Initiative ‚LandLuft‘ (vgl. Landluft, Kap. 3.2.6.) geschieht.
- externe Architekten zur Unterstützung und Beratung von Tourismusgemeinden empfehlen. So könnten die Kommunen besser auf die Investorenprojekte Einfluss nehmen.

Die Tourismusgemeinden können ihre unverwechselbare Identität erhalten, wenn...

- in Größe, Proportion und ‚örtlicher Dichte‘ in Anlehnung an regionale Haus- und Dachlandschaften sowie an das Ortsbild gebaut wird.
- sie fachliche Beratung in Anspruch nehmen, um das Ortsbild zu erhalten, und Stadtplaner bei der Überarbeitung der Bebauungspläne bzw. Entwicklung von Neubaugebieten hinzuziehen.
- sie für potenzielle Investoren eine Beratung für (Tourismus-)Baukultur unter Einbeziehung der Fachexperten anbieten. In speziellen Fällen kann es sinnvoll sein, einen ortsübergreifenden gemeinsamen Gestaltungsbeirat für mehrere Gemeinden zu gründen.
- sie für sich Qualitätskriterien und Ziele definieren und im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Image und Fortschreibung der Baukultur ein langfristig angelegtes städtebauliches und touristisches Konzept entwickeln und umsetzen.
- die Gemeinden auf Wettbewerbsauslobungen zurückgreifen, um im Vorfeld ergebnisoffen Ideen zusammenzutragen, die als weitere Diskussionsgrundlage dienen können. Die Bayerische Architektenkammer unterstützt und bietet Beratungen von Wettbewerbsverfahren an.
- sie neue Lösungswege zur Realisierung ihrer Vorhaben suchen. Meistens scheitern Projekte an der Finanzierbarkeit. Es gibt jedoch erfolgreiche Beispiele von Gemeinden –

so z. B. im Kleinwalsertal (Kap. 4.4.1.1.) –, die etwa durch die Beteiligung örtlicher Banken Bauvorhaben realisieren konnten.

### 6.7. Fazit

Das Tegernseer Tal verfügt auf der einen Seite über eine wertvolle Kulturlandschaft und Baukultur, kämpft aber auf der anderen Seite, wie auch andere alpine Tourismusdestinationen, gegen die Verwahrlosung alter Bausubstanz, neue Hotelgroßprojekte und die Verunstaltung des Ortsbildes. Oft ist bei den genannten Konflikten Kommunikation und Austausch von Informationen zwischen den verschiedenen Akteuren (Stadt / Gemeinde / Anwohner / SGT / Investoren / Fachexperten) verbesserungsbedürftig. Handlungsbedarf besteht auf Seiten aller Akteure. Das folgende Diagramm zeigt zusammenfassend die Handlungsnotwendigkeiten mit den beteiligten Akteuren.

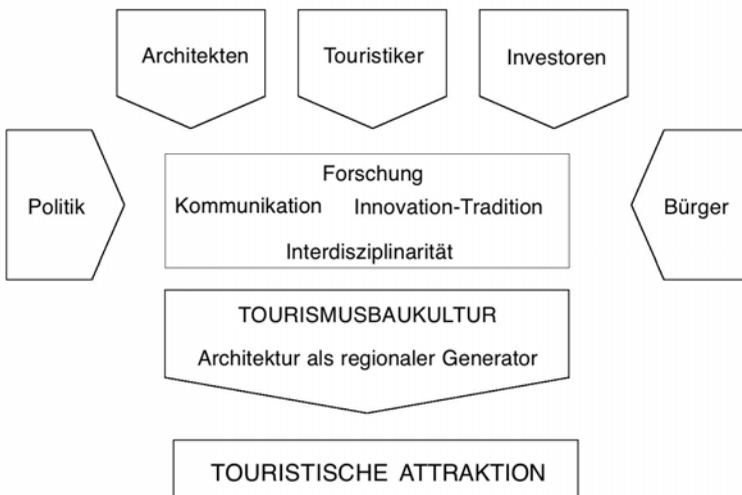


Diagramm 11 Handlungsnotwendigkeiten auf dem Weg zur touristischen Attraktion, eigene Darstellung

Letztendlich bilden die Bürger bzw. Einwohner der Tourismusgemeinden – als Gastgeber – sowie die Investoren und Betreiber der Zweckbauten die Basis für den Tourismus. Sie tragen gleichermaßen Verantwortung für die gebaute Umwelt. Schon im Vorfeld der Planung neuer Großbauten sollten sie erstens den Rat von Experten suchen und zweitens offen sein für neue Beteiligungsprozesse wie die Teilnahme an Workshops.

Es bleibt zu wünschen, dass sich alle Interessensgruppen für die örtliche Kulturlandschaft und die regionale Baukultur interessieren und engagieren, sodass Architekturen entstehen können, die das Ortsbild positiv beeinflussen. Die Bürger bzw. alle Akteure, die in Teilbereichen des

Tourismus involviert sind, müssen letztlich lernen, ihre Baukultur sowie ihre Landschaft und Kulturlandschaft zu pflegen, zu erhalten und weiterzuentwickeln.

Einrichtungen wie die Bayerische Architektenkammer etc. sowie Preise wie ‚artouro‘ (Kap. 3.2.3.) können ebenfalls dazu beitragen, die Möglichkeiten eines qualitätsorientierten Planens und Bauens aufzuzeigen sowie die hohe Leistungsfähigkeit der Architekten darzustellen.

Die vorgenannten allgemeinen Handlungsschritte können zu einer Stärkung der Tourismusbaukultur beitragen. Entscheidend wird sein, den Wert und die Bedeutung der Baukultur für den Tourismus zu erkennen und geeignete realisierbare Lösungswege zu entwickeln. In der Regel entstehen in den Gemeinden und Regionen dann erfolgreiche Tourismusprojekte, wenn offene und visionäre Bürgervertreter langfristige städtebauliche Konzepte gemeinsam mit den Bürgern umsetzen. Dabei geht es nicht darum, einen ‚Bilbao-Effekt‘ zu erzielen, da letztlich Architektur und Landschaft die Erlebniskulisse für den Tourismus darstellen und für das Wohlbefinden der Gäste sorgen.

Der Erhalt und die Pflege der kostbaren Kulturlandschaft sowie die Förderung und Fortschreibung der regionalen Baukultur für den nachhaltigen Tourismus stellen große Herausforderungen für die Tourismusdestinationen dar. Die sensible Einfügung und die richtige Proportionierung der Neubauten in das bestehende städtebauliche Gefüge sind für das touristische Image bzw. für das Ortsbild einer Gemeinde maßgebend. Für die Fortschreibung der regionalen Architektur wird dabei das richtige Verhältnis von Tradition und Moderne bzw. Innovation in der Gestaltung eine große Rolle spielen. Denn ohne ihre einzigartige Natur- und Kulturlandschaft und regionale Baukultur sind die Tourismusdestinationen austauschbar und werden somit unattraktiv für den Besucher. Wie sich der Tourismus und die Baukultur in den jeweiligen Orten weiterentwickeln, hängt ganz allein von den Interessen, Bedürfnissen und Wünschen der dort lebenden Bürgern und der Kommunalpolitik ab. Auch ist die Zusammenarbeit von visionären und willensstarken Akteuren aus verschiedenen Fachdisziplinen entscheidend für eine erfolgreiche touristische und baukulturelle Zukunft.

Es bleibt abzuwarten, wie die einzelnen Tourismusgemeinden in Zukunft mit ihrem unschätzbar wertvollen Gut, nämlich ihrer Kulturlandschaft und regionalen Baukultur, umgehen werden.

Die in diesem Kapitel formulierten Leitziele sind allgemein gehalten. Die Konflikte können nicht nach einem Patentrezept gelöst werden, sondern jede Einzelne benötigt einen individuellen Lösungsansatz. Im letzten Kapitel werden Zusammenhänge zwischen gelungener Architektur und Tourismus hergestellt sowie Handlungsnotwendigkeiten erörtert.

## 7. Diskussion und Ausblick

Trotz aller Bemühungen um eine Bewusstseinsstärkung für die Baukultur in der Bevölkerung scheint das vermeintliche Erfolgsrezept für erfolgreichen Tourismus in ländlichen und alpinen Tourismusregionen immer noch die Nachahmung regionaler Bauten und das Warten auf den maßgeschneiderten Investor zu sein. Vielen Urlaubsgemeinden ist indes bewusst, dass Tradition, regionale Architektur und Landschaft sich gut vermarkten lassen. Die Tradition wird zum Teil von Vereinen und Bürgern noch gepflegt und fortgeführt. Ebenso wird die Landschaft im Vergleich zu Zeiten des Massentourismus stärker geschätzt. Aufgeblähte regionale Bauten als Imitate oder mit regionaltypischen Details dekorierte Gebäuden sind aber gängige Architekturformen in alpinen Regionen und sollen ‚Heimattümelei‘ vorspielen.

Durch die Mobilität des Einzelnen, die Verfügbarkeit und das Überangebot verschiedenster Baustoffe und veränderte landwirtschaftliche Betriebsgrößen lösen sich die Bindungen an den Standort zunehmend auf, sodass viele Kulturlandschaften Gefahr laufen, ihre regionale Besonderheit, ihr unverwechselbares ‚Gesicht‘ und somit die touristische Attraktivität zu verlieren. Die Herausforderung wird darin bestehen auszuloten, wie Tourismusgemeinden in Zukunft landschafts- und ortsbewusst ‚weiterbauen‘ können, um die Landschaft zu erhalten und somit die touristische Attraktivität zu gewährleisten.

### 7.1. Ist gelungene Tourismusbaukultur gleich touristische Attraktivität?

Die anfangs formulierte Hypothese, dass gelungene Tourismusbaukultur, die im Einklang mit der umgebenden Landschaft steht, die touristische Attraktivität eines Ortes und die regionale Identität stärkt, zeigt nach den theoretischen Untersuchungen im wissenschaftlichen Teil sowie in der empirischen Untersuchung am Fallbeispiel Tegernseer Tal eine hohe Evidenz. Dies wird durch die zunehmende Bedeutung der Landschaft und der Architektur als Erlebniskulisse verstärkt.

Nach den Ergebnissen der quantitativen Befragungen sowie vor dem Hintergrund der anhaltenden Sehnsucht nach der unberührten Natur bzw. dem Sinnerlebnis (z. B. die Suche nach dem ‚Ich‘) spielen Natur und Landschaft eine zentrale Rolle im Urlaub. Es ist anzunehmen, dass diese Faktoren in Zukunft im Kontext einer fortschreitenden Beschleunigung innerhalb der Gesellschaft und im Zeitalter der Globalisierung zunehmend an Bedeutung gewinnen werden. Denn die Natur bzw. Landschaft bietet optimale Rahmenbedingungen für die Sinnsuche, gesundheitliche Erholung und den Ausgleich zum hektischen Alltag. Erholung und sportliche Betätigung werden weiterhin ausschlaggebende Gründe für den Aufenthalt in alpinen Regionen sein.

Es sind Programme notwendig, um die bislang intakten Kulturlandschaften zu schützen und zu erhalten. Denn nur solange diese unversehrt sind, können die alpinen Urlaubsregionen ihre touristische Attraktivität aufrechterhalten. Mit der Bewahrung und Pflege der Kulturlandschaft-

ten hängen zwangsläufig der Umgang mit der Natur sowie das behutsame Bauen in der Landschaft zusammen. Der anfangs formulierten These dieses Kapitels kann in alpinen Regionen nur dann zugestimmt werden, wenn die Integration in die bestehende (Kultur-) Landschaft bei der Errichtung von Neu- oder Umbauten in hohem Maße berücksichtigt wird. Neben der wachsenden Bedeutung der Landschaft stellen die Architektur in Urlaub und Freizeit bzw. die Alltagsarchitektur wichtige ‚Erlebniskulissen‘ für den Tourismus dar. Die Architektur erzeugt durch die Anordnung von Räumen, durch Lichtkonzepte und den elaborierten Einsatz verschiedener Baumaterialien Atmosphäre. Die Touristen nehmen entsprechend der quantitativen Befragung ihre gebaute Umgebung nicht bewusst nach ästhetischen Kriterien wahr. Dagegen werden auffällige Bausünden rasch zur Kenntnis genommen. Es ist jedoch zu vermuten, dass Gäste im Unterbewusstsein sehr wohl ihre Umwelt registrieren, denn sie kehren in der Regel dorthin zurück oder empfehlen Orte weiter, an denen sie sich wohlgeföhlt haben. Anhand der Ausführungen in Kapitel 6.2.1. wird zudem deutlich, dass das Ortsbild für viele Gäste eine maßgebende Rolle bei ihrer Entscheidung für einen bestimmten Ort spielt.

Leider zeugt die Bauentwicklung in den alpinen Tourismusgemeinden in der Regel nicht von wohlüberlegter Architekturpsychologie, die auf Bedürfnisse, Strömungen und Trends im Urlaubsverhalten der Menschen reagiert, sondern vielmehr von Programmen und Infrastrukturen für den Massentourismus. Sie wird nicht zuletzt vom finanziellen Aufwand beeinflusst. Architektur kann aber durch qualitätvolle Gestaltung bestimmte Werte und Atmosphären vermitteln und so auf das (Raum-)Erlebnis Einfluss nehmen. Es ist wichtig, dass die Kulturlandschaft und das Ortsbild gepflegt, erhalten und im Sinne der regionalen Baukultur weiterentwickelt werden, damit Touristen wieder kommen. Wiederkehrende Gäste leisten einen wesentlichen Beitrag zu nachhaltigem Tourismus.

## **7.2. Handlungsnotwendigkeiten**

Um authentische Tourismusdestinationen mit unverwechselbaren Kulturlandschaften als touristische Attraktionen zu erhalten und zu fördern, lassen sich aus den Untersuchungen im Kapitel 6 folgende dringende Handlungsnotwendigkeiten ableiten:

### **1. Baukultur-, Markt- und Tourismusforschung:**

Die alpinen Tourismusorte sind auf eine ausführliche Analyse ihrer Ortschaften durch Experten angewiesen. Das Abwägen von Trends gegenüber der Werterhaltung ist ein Teil der Aufgabe der Tourismusgemeinden. Eine Zusammenarbeit mit Tourismusförderungsstellen der Regierungen (in Bayern z. B. das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, regionale Qualitätsoffensiven<sup>323</sup>), mit Hochschulen und den Tourismusinformatoren und eine

---

<sup>323</sup>Vgl. Europäischer Fond für regionale Entwicklung, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie..

Beauftragung von Tourismusanalysen und städtebaulichen Untersuchungen können neue Aspekte herbeiführen. Zuschüsse zu Finanzierungen sind neben Sponsoring durch örtliche Unternehmen und andere Finanzierungsmodelle wie etwa die Gründung von Genossenschaften (z. B. Naturkäserei Tegernseer Land e. G.) möglich. Die Erkenntnisse über die Potenziale einer Region oder Gemeinde, die Recherchen über Trends im Tourismus und Zielgruppen sollen einen Beitrag zur Stärkung der regionalen Identität leisten.

## 2. Bewusstsein für die Potenziale natürlicher und baukultureller Ressourcen:

Der Mangel an Bewusstsein für die kulturlandschaftlichen Ressourcen führt oft zu unbefriedigenden Resultaten in Form von irreversibler Zersiedlung und zu einer Zerstörung der Artenvielfalt in Flora und Fauna. Das Verständnis für die natürlichen und baukulturellen Potenziale stärkt einerseits die regionale Entwicklung und fördert andererseits den Erhalt unersetzbarer Kulturlandschaften. Instrumente hierfür sind Öffentlichkeitsarbeit etwa in Form von Symposien, Ausstellungen, Veranstaltungen des Bunds Deutscher Architekten, der Architektenkammern der jeweiligen Länder und von Architektengruppierungen. Ein eigens berufener Gestaltungsbeirat kann als Forum für Diskussionen über Architektur zwischen Gemeinden, Fachleuten, Laien und zwischen Politik, Bauherren und Fachplanern dienen. Dies kann das Bewusstsein für Architekturqualität in einem gesamtkulturellen Verständnis positiv beeinflussen und ein wichtiger Baustein zur Stärkung der örtlichen Baukultur sein.

## 3. Förderung von Interdisziplinarität:

Interessenskonflikte zwischen den beteiligten Akteuren, wie Bauherren, Gemeinden, lokalen und überregionalen Unternehmen, Architekten und Fachplanern, sind hemmend für die regionale Identitätsbildung sowie die Entwicklung nachhaltiger Tourismuskonzepte. Der Einfluss der Politik, der Tourismus- und der Baubranche auf Landschaft und Architektur bedarf der Steuerung sowie klarer Entwurfsstrategien. So kann z. B. in Bayern die Regierung von Oberbayern bestimmte Leistungen der Gemeinde zur Voraussetzung für Städtebauförderung machen und die Gestaltungsansätze der Entwürfe von Großprojekten (z. B. eines Luxushotels) so zugunsten der Kulturlandschaft lenken. Ebenso kann die Interdisziplinarität im Wettbewerbsverfahren gefördert werden. Als Teilnahmebedingung für Wettbewerbe können beispielsweise Arbeitsgemeinschaften aus verschiedenen Fachdisziplinen verlangt werden.

#### 4. Umweltorientierte Planungsprinzipien und Förderung von Gestaltungs- und Bauqualität:

Nachhaltigkeit, Energiewende, werthaltiges Investieren und energieeffizientes Bauen werden momentan intensiv diskutiert und werden wohl auch in Zukunft das Bauen in hohem Maße prägen. Neben der Verbesserung energieeffizienter Technologien ist die Weiterentwicklung der Gestaltung für ökologisches Bauen sowie die Bereitschaft für eine integrierte umweltorientierte Planung notwendig. Gemeint ist nicht nur der Einsatz von Solarthermie, Photovoltaik, Brennwertkesseln und recyclebaren Baustoffen bei Einzelprojekten, sondern vielmehr handelt es sich darum, die Frage des Bewusstwerdens über die Auswirkungen einzelner Projekte auf die Gesamtheit bzw. auf das Gefüge aus Landschaft und Siedlung stärker ins Bewusstsein zu rücken. Städte und Gemeinden können im Rahmen ihrer kommunalen Planungshoheit durch den Erlass von Gestaltungssatzungen mit entsprechenden Vorgaben den Einsatz energieeffizienter Technologien, wie den Umgang mit Photovoltaik, regeln und lenken.

#### 5. Innovative Freiraumgestaltung, Architektur- und Kulturinvestitionen als regionale Generatoren:

Innovation negiert nicht die Erhaltung der Tradition bzw. des Altbewährten. Ein ausgewogenes Verhältnis von Innovation und Tradition soll die regionale Identitätsstiftung auf Basis des Vorhandenen mithilfe zeitgemäßer Mittel fördern. Neugestaltungen sollen auf Grundlage der Beobachtung von Trends und der Identifikation zukunftsweisender Konzepte für eine Region vorgenommen werden. Neue Interpretationen in jeglicher Gestaltungsart und Investitionen in Kulturgüter können als regionale Impulsgeber dienen.

Gelungene Beispiele, bei denen Tradition und Moderne im Einklang stehen, sind die Bauwerke von Caminada in Vrin, Schweiz (Kap. 4.4.4.3.), oder das Brizerhaus in Ramsau, Österreich (Kap. 4.4.3.2). Um zeitgemäße regionale Architektur zu fördern, bietet sich das Wettbewerbsverfahren als Instrument an. Bereits in der Auslobung kann ein ausgewogenes Verhältnis von Tradition und Innovation zur Vorgabe gemacht werden.

### 7.3. Kritischer Rückblick

Die formulierte Hauptthese zeigt zwar eine hohe Evidenz, allerdings bleibt die Relevanz des ästhetischen Empfindens und der gelungenen Architektur im Tourismus schwer quantifizierbar. Die Schwierigkeit bestand auch darin, den Beitrag der baulichen Interventionen zum nachhaltigen Tourismus objektiv zu bewerten.

Die anfangs erarbeiteten Forschungsfragen konnten durch die empirische Untersuchung nur zum Teil beantwortet werden. So repräsentieren die Ergebnisse zur Wahrnehmung der räumlichen Struktur im Tegernseer Tal nur einen Bruchteil der alpinen Regionen. Eine tiefergreifendere Studie ist notwendig, um ein breites Spektrum der alpinen Architektur abdecken zu können. Auch fehlen in der Kommunalpolitik der alpinen Regionen oder bei potentiellen Investoren oft noch der Mut und die Bereitschaft für innovative Konzepte. Hindernisse wie divergierende

politische Interessen oder die wirtschaftliche Abhängigkeit der Gemeinde an einem Investor sind häufig vorzufinden und erschweren zudem komplexe Entscheidungsvorgänge auf kommunalpolitischer Ebene.

Das anfangs mit viel Idealismus erarbeitete Gedankengut in der Realität zu verwirklichen, erwies sich in der Praxis als problematisch. Auch wurde in dieser Dissertation angestrebt, konkrete Empfehlungen zur Durchsetzung guter Architektur in ländlichen und alpinen Tourismusdestinationen zu verfassen. Im Laufe der Untersuchung stellte sich jedoch heraus, dass es nur möglich war, allgemeine Handlungsnotwendigkeiten zu beschreiben. Diese gelten jedoch nicht nur für den alpinen Raum sondern sind auf andere Gebiete, wie etwas das Münchner Vorland übertragbar. Als Ergebnis ist aber festzuhalten, dass es durchaus möglich ist, einen Ort durch bauliche Interventionen aufzuwerten – dies zeigen die Best-Practice-Beispiele in Kapitel 4.4. Wichtig für die Entstehung, den Erhalt und die Pflege von qualitativvoller Architektur sind letztendlich Visionäre, die sich dafür einsetzen. Ebenso ist für jede bauliche Aufgabe ein individueller und ortsverträglicher Lösungsansatz zu finden, ohne dabei die touristische Attraktivität eines Ortes zu beeinträchtigen.

Ferner wurde in dieser Untersuchung der Versuch unternommen, aufzuzeigen, dass ein überlegtes Gestaltungskonzept für die Architektur einer Gemeinde oder einer Region Identität stiften und dadurch die touristische Attraktivität erhöhen kann. Zur Erlangung eines nachhaltigen Konzepts bzw. einer gelungenen Tourismusbaukultur – wie bereits von LandLuft erkannt (Kap. 3.2.6.) – ist der Prozess bzw. der Weg mitentscheidend.

Die Verfasserin hofft, dass einige der in dieser Arbeit genannten Beispiele und erarbeiteten allgemeinen Lösungsansätze einen Anreiz zur Schaffung guter Architektur und Städtebaukonzepte für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in ländlichen und alpinen Gebieten geben können.

## 8. Literatur- und Quellenverzeichnis

**ACHLEITNER**, Friedrich (1976): Bauen und Landschaft. In: Bauwelt, 18/1976, S. 550-553

**ACHLEITNER**, Friedrich (Hrsg.) (1977): Landschaft als Ware, Salzburg 1977

**ACHLEITNER**, Friederich (1986): Gibt es einen mitteleuropäischen Heimatstil? Oder: Entwurf einer peripheren Architekturlandschaft. In: ders. (Hrsg.): Region ein Konstrukt? Regionalismus eine Pleite?, Basel 1997, S.7-16

**ACHLEITNER**, Friedrich (1994): Tourismusarchitektur ohne Architekturtourismus? In: ders. (Hrsg.): Region ein Konstrukt? Regionalismus eine Pleite?, Basel 1997, S.113-126

**ALPEN TOURISMUSAKADEMIE**: [www.alpen-tourismus-akademie.de](http://www.alpen-tourismus-akademie.de) (06.12.2010)

**ALPHOUSE**: [www.alphouse.de](http://www.alphouse.de) (06.12.2010)

**ALPINE PEARLS**: [www.alpine-pearls.com](http://www.alpine-pearls.com) (24.02.2010)

**ARCHITOURIST**: [www.architourist.pbworks.com](http://www.architourist.pbworks.com) (12.12.2010)

**ARGE ALP** (2007): Arbeitsgemeinschaft der Alpenländer (Hrsg.): Alpine Siedlungsmodelle Städtebauliche Leitprojekte – Exemplarische Einzelqualitäten; Zeitgemäßes und ortsgerechtes Bauen im ländlich geprägten Raum, Bozen 2007

**AUGÉ**, Marc (2010): Nicht-Orte. Aus dem Französischen von Michael Bischoff. Mit einem Nachwort Marc Augés zur Neuausgabe, München 2010

**AUSTRIATOURISM** (2008): Österreichischer Staatspreis für Architektur.  
[www.austriatourism.com/media/8998/Stp-Architektur-2008-Broschuere.pdf](http://www.austriatourism.com/media/8998/Stp-Architektur-2008-Broschuere.pdf) (12.10.2010)

**BACHMANN**, Wolfgang (2012): Heilsamer Eingriff. Tannerhof, neu, Liebe zum Detail. Florian Nagler baut ein Kurhotel in Bayrischzell aus. In: Baumeister, 04/2012, S. 38-50

**BÄTZING**, Werner (2003): Die Alpen – Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft, 3. Auflage, München 2003, S.143-171

**BAUMAN**, Zygmunt (2007): Flaneure, Spieler und Touristen – Essay zu postmodernen Lebensformen, Hamburg 2007

**BAUMEISTER**, Nicolette (2012) (Hrsg.): Aktuelle Architektur Oberbayern, Beispiele aktuelle Baukultur, Band 1, München 2012

**Baunutzungsverordnung BauNVO** (1993): [www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/baunvo/gesamt.pdf](http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/baunvo/gesamt.pdf) (18.05.2012)

**Bayerischer Verfassungsgerichtshof** (2008): Entscheidung des Bayerischen Verfassungsgerichtshofs vom 28. Januar 2008 über die Popularklage des Herrn Prof. H.-B. von Busse und fünf anderer Kläger. [www.bayern.verfassungsgerichtshof.de/11-VII-07-Entscheidung-e.A.htm](http://www.bayern.verfassungsgerichtshof.de/11-VII-07-Entscheidung-e.A.htm) (18.09.2010)

**Bayerische Architektenkammer ByAK** (2011): artouro. [www.byak.de/start/architektur/artouro/projekte](http://www.byak.de/start/architektur/artouro/projekte) (20.04.2012)

**Bayerische Architektenkammer ByAK** (2011): Pressemitteilung vom 10. März 2011. [www.byak.de/media//Presse/Pressemitteilungen\\_2011/PM1Artouro\\_TourismusArchitekturpreis.pdf](http://www.byak.de/media//Presse/Pressemitteilungen_2011/PM1Artouro_TourismusArchitekturpreis.pdf) (02.01.2012)

**Bayerische Architektenkammer ByAK** (2011): Aufgaben. [www.byak.de/start/die-kammer/aufgaben](http://www.byak.de/start/die-kammer/aufgaben) (28.11.2010)

**Bayerische Architektenkammer ByAK** (2011): Architektenwettbewerb. [www.byak.de/start/informationen-fur-bauherren/vergabe-und-wettbewerb/architektenwettbewerb](http://www.byak.de/start/informationen-fur-bauherren/vergabe-und-wettbewerb/architektenwettbewerb) (28.11.2010)

**Bayerische Bauordnung** (2007): Bayerische Bauordnung (pdf). [www.innenministerium.bayern.de/imperia/md/content/stmi/bauen/rechtundtechnikundbauplanung/\\_baurecht/baybo/baybo\\_2010\\_03\\_01.pdf](http://www.innenministerium.bayern.de/imperia/md/content/stmi/bauen/rechtundtechnikundbauplanung/_baurecht/baybo/baybo_2010_03_01.pdf) (21.08.2010)

**Bayerischer Verein für Heimatpflege e. V.:** Haus, Siedlung, Landschaft-Leitbild. [www.heimat-bayern.de/index.php/zeige/index/id/54](http://www.heimat-bayern.de/index.php/zeige/index/id/54) (28.11.2010)

**Bayerisches Landesvermessungsamt** (Hrsg.) (1968): Topografischer Atlas Bayern, München 1968

**BECKER, Brigitte** (1988): Dorferneuerung als Aktivierungspotenzial, Wird das Ziel, den heimatlichen Lebensraum zu stärken, erreicht? In: ELSASSER, Hans, REITH WOLF, Jürgen, SCHMID, Willy A. (1988) (Hrsg.): Kulturelle Vielfalt, regionale und örtliche Identität – eine sozio-kulturelle Dimension in der Raumplanung?, (= BOKU Raumplanung Schriftenreihe Nr. 3, Hrsg.: IRUB Institut für Raumplanung und Agrarische Operationen Universität für Bodenkultur Wien), Wien 1988

**BERLIN INSTITUT** (2011): Die demografische Lage der Nation. [www.berlin-institut.org/fileadmin/user\\_upload/Die\\_demografische\\_Lage\\_2011/D-Engagement\\_online.pdf](http://www.berlin-institut.org/fileadmin/user_upload/Die_demografische_Lage_2011/D-Engagement_online.pdf) (21.10.2011)

**BÖHME, Gernot** (2006): Architektur und Atmosphäre, München 2006

**BRAUM, Michael** (2012): Über die Kultur des Bauens, In: Bundesstiftung Baukultur (Hrsg.): Baukultur durch Prozessqualität, Dokumentation Ettersburger Gespräch 20. und 21. September 2012, Schloss Ettersburg bei Weimar, S. 11-13

**BREU, Georg** (1906): Der Tegern-See limnologische Studie. Ein Beitrag zur Bayerischen Landeskunde, In: Mitteilungen der Geographischen Gesellschaft in München, Band II, 1. Heft, München 1906, S. 93–196

**Bund Deutscher Architekten BDA** (2010): Grußwort. [www.architekturwoche.org/grusswort\\_a5.html](http://www.architekturwoche.org/grusswort_a5.html) (27.11.2010)

**Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung BMVBS** (Hrsg.) (2010): In Folgerung, Identität bauen – Positionen zum Wesen unserer gebauten und gelebten Umwelt, Bonn 2010

**Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung BMVBS** (Hrsg.) (2010): Städtebauförderung und Ziele. [www.staedtebaufoerderung.info](http://www.staedtebaufoerderung.info) (27.11.2010)

**Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung BMVBS** (Hrsg.) (2008): Richtlinien für Planungswettbewerbe RPW 2008. [www.bmvbs.de/cae/servlet/contentblob/32558/publicationFile/779/neue-wettbewerbsordnung-rpw-2008.pdf](http://www.bmvbs.de/cae/servlet/contentblob/32558/publicationFile/779/neue-wettbewerbsordnung-rpw-2008.pdf) (27.11.2010)

**Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung BMVBS** (Hrsg.) (2011): Leitfaden Nachhaltiges Bauen, [www.bmvbs.de/cae/servlet/contentblob/46918/publicationFile/](http://www.bmvbs.de/cae/servlet/contentblob/46918/publicationFile/), Berlin 2011

**Bundesstiftung Baukultur**: [www.bundesstiftung-baukultur.de/informationen/ueber-baukultur.html](http://www.bundesstiftung-baukultur.de/informationen/ueber-baukultur.html) (28.08.2010)

**BURESCH, Gerhard, GANGOLY, Hans, POPELK, Anna** (2004): Jurytext aus Auszeichnungen des Landes Tirol für Neues Bauen. [www.nextroom.at/building.php?id=18304&inc=home&\\_list= text&sid=12431](http://www.nextroom.at/building.php?id=18304&inc=home&_list= text&sid=12431) (14.04.2010)

**CAMINADA, Gion A.** (2007): Gesprächs zitat in Weiterbauen. In: ARGE ALP, Alpine Siedlungsmodelle, Bozen, S. 28

**CORBOZ, André** (2001): Die Kunst, Stadt und Land zum Sprechen zu bringen, übersetzt aus dem Spanischen von Christian VOIGT, Berlin 2001

**da.by EXTRANET** (2012): Tourismus in Bayern 2012. <http://daby.bayern.by/de/grundlegende-daten-zum-tourismus-in-bayern> (13.12.2013)

**DAS TEGERNSEE**: [www.dastegernsee.de](http://www.dastegernsee.de) (30.03.2010)

**db Deutsche Bauzeitung** 11/2008: Genius Loci

**DE BOTTON, Alain** (2008): Glück und Architektur – Von der Kunst, daheim zu Hause zu sein – Übersetzung aus dem Englischen von Bernhard ROBBEN, Frankfurt am Main 2008

**DENK Andreas** (2010): Kritischer Raum – Verhältnismäßig ländlich. In: Der Architekt, 01/2010, S. 16/17

**Denkmalschutzgesetz** (1973): Gesetz zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler (DSchG), vom 25. Juni 1973 (BayRS 2242-1-K), [www.blfd.bayern.de/medien/dsg.pdf](http://www.blfd.bayern.de/medien/dsg.pdf) (09.07.2010)

**Deutscher Tourismusverband e.V.** (2012): Tourismus in Deutschland – Zahlen, Daten, Fakten (pdf). [www.deutscher-tourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Zahlen-Daten-Fakten%202012.pdf](http://www.deutscher-tourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Zahlen-Daten-Fakten%202012.pdf) (13.12.2013)

**ENERGIEWENDE OBERLAND** Bürgerstiftung für Erneuerbare Energie und Energieeinsparung (Hrsg.): Präambel der Satzung der Bürgerstiftung Energiewende Oberland. <http://energiewende-oberland.de/> (05.04.2010)

**EnEV Energieeinsparverordnung**: [www.enev-online.de](http://www.enev-online.de), (13.01.2013)

**Europäischer Fond für regionale Entwicklung, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie**: [www.stmwivt.bayern.de/EFRE/Wettbewerbsfaehigkeit\\_Beschaeftigung/Foerderbereiche\\_und\\_Foerderstellen/prioritaetsachse\\_5.html](http://www.stmwivt.bayern.de/EFRE/Wettbewerbsfaehigkeit_Beschaeftigung/Foerderbereiche_und_Foerderstellen/prioritaetsachse_5.html) (09.03.2012)

**Europäische Landschaftskonvention**: European Landscape Convention (Präambel), European Treaty Series – No. 176. <http://conventions.coe.int> (21.05.2010)

**FERIEN IM BAUDENKMAL**: [www.ferien-im-baudenkmal.de](http://www.ferien-im-baudenkmal.de) (17.03.10)

**FERNER**, Hilmar, **KRÖNINGER**, Holger, **ASCHKE**, Manfred (Hrsg.) (2008): Baugesetzbuch mit Baunutzungsverordnung, Baden-Baden 2008

**FINGERLE**, Christoph (Hrsg.) (2008): Neues Bauen in den Alpen, Architekturpreis 2006, Basel

**Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR** (2010): Reiseanalyse 2010. [www.fur.de/fileadmin/user\\_upload/RA\\_Zentrale\\_Ergebnisse/FUR\\_Reiseanalyse\\_RA2010\\_Erste\\_Ergebnisse.pdf](http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_Zentrale_Ergebnisse/FUR_Reiseanalyse_RA2010_Erste_Ergebnisse.pdf) (30.10.2010)

**Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR** (2012): Reiseanalyse 2012. [www.fur.de/fileadmin/user\\_upload/RA\\_2012/ITB2012/FUR\\_RA2012\\_Erste\\_Ergebnisse\\_web.pdf](http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_2012/ITB2012/FUR_RA2012_Erste_Ergebnisse_web.pdf) (11.05.2012)

**Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR** (2013): Reiseanalyse 2013. [www.fur.de/fileadmin/user\\_upload/RA\\_2013/ITB/RA2013\\_ITB\\_Erste\\_Ergebnisse\\_DE.pdf](http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_2013/ITB/RA2013_ITB_Erste_Ergebnisse_DE.pdf) (13.12.2013)

**FREYER**, Walter (2006): Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 8. Auflage, München u. a. 2006

**GEBHARD** Helmut, **DIRTHEUER**, Franz, **HUBER**, Rudolf M., **LÜLING**, Dietmar und Bayerischer Landesverein für Heimatpflege e. V. (Hrsg.) (1982): Besser bauen im Alltag, München 1982

**Gesellschaft für Landeskultur** (1975): Vorplanung in den ländlichen Nahbereichen – Tegernsee, Rottach-Egern, Bad Wiessee, Gmund und Schliersee, Gesellschaft für Landeskultur GmbH, München 1975

**GNAIGER**, Roland (2009): Weites Feld und bunte Wiesen. In: Verein LANDLUFT (Hrsg.): Landluft Baukultur-Gemeindepreis 2009, Wien 2009

**GOLDBERGER**, Paul (2009): Why architecture matters, New Haven u. a. 2009

**GRÖTSCH**, Kurt (2006): Aha – Ein Erlebnis! Über Erlebnisinszenierung und Emotionsmanagement. In: WEIERMAIR, Klaus, BRUNNER-SPERDIN, Alexandra (Hrsg.): Erlebnisinszenierung im Tourismus, Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen, Berlin 2006, S. 49–79

**GRUBER**, Roland, **HROMAS**, Bibiane (2006): Tourismus und Baukultur. In: ARGE Baukulturreport (Hrsg.): Baukulturreport 2006, Teil 5 – Wirtschaft, Kapitel 5.3, Wien 2006, S. 39–50

**HALMBACHER**, Hans (1998): Das Tegernseer Tal in historischen Bildern und Ortsgeschichten der Talgemeinden, 3. Auflage, Miesbach 1998

**HAMER**, Jan, **WEILAND**, Nadine (2010): Urlaubsarchitektur, Volume 1: A Guide to Architectural Retreats, Berlin 2010

**HATZFELD**, Ulrich (2010): Baukultur im Dialog. In: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg.): Identität bauen – Positionen zum Wesen unserer gebauten und gelebten Umwelt, Bonn 2010

**HAUSER**, Susanne, **KAMLEITHNER**, Christa (2006) (Hrsg.): Ästhetik der Agglomeration (=Zwischenstadt, Band 8), Wuppertal 2006

**HEMPEL**, Andreas (1990): Landschaftsgebundene Bauweise – das große bayerische Missverständnis. In: Der Architekt, 06/1990, S. 305-311

**HOLZFURTNER**, Ludwig (1985): Das Klostergericht Tegernsee, (= Historischer Atlas von Bayern, Teil Altbayern, Reihe 54, H. 54), München 1985

**HOTEL ÜBERFAHRT**: Oberlandguide. [www.oberlandguide.de/oberland-freizeitguide/badeseen/item/293-seehotel-ueberfahrt-\\*\\*\\*\\*\\*.html](http://www.oberlandguide.de/oberland-freizeitguide/badeseen/item/293-seehotel-ueberfahrt-*****.html) (30.03.10)

**IBA Stadtumbau**: [www.iba-stadtumbau.de](http://www.iba-stadtumbau.de) (21.3.2010)

**Initiative Architektur und Baukultur**: [www.architektur-baukultur.de/cIn\\_016/nn\\_344238/sid\\_B6160484E314EC3448ECA89DB86682CE/nsc\\_true/IAB/Home/Ueber/ueber\\_\\_node.html?\\_\\_nnn=true](http://www.architektur-baukultur.de/cIn_016/nn_344238/sid_B6160484E314EC3448ECA89DB86682CE/nsc_true/IAB/Home/Ueber/ueber__node.html?__nnn=true) (04.02.2010)

- INNERHOFER**, Elisa (2010): Regionale Kompetenzen – die Rolle von Architektur und Design. In: PECHLANER, Harald, SCHÖN, Silvia (Hrsg.): Regionale Baukultur als Erfolgsfaktor im Tourismus – Nachhaltige Vermarktung von Destinationen, Berlin 2010, S. 23-38
- JACKSON**, John Brinckerhoff (1984): Landschaften. Ein Resümee. In: FRANZEN, Brigitte, KREBS, Stefanie (Hrsg.): Landschaftstheorie, Köln 2005, S. 29-44
- JAHNKE**, Peter (2004): Baukultur – Visitenkarte der Region. In: Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten, Landkultur, Kulturlandschaft, Bildungskultur, Bürgerkultur, Esskultur, Baukultur, Generationenkultur (Hrsg.): Berichte zur Ländlichen Entwicklung, Bad Wörishofen 2004, S. 29–30
- KAPFINGER**, Otto (Hrsg.) (2009): Hermann Kaufmann woodworks, ökorationale Baukunst – architecture durable, Wien u. a. 2009
- KASPAR**, Claude (1996): Tourismuslehre im Grundriss. St. Galler Beiträge zum Tourismus und zur Verkehrswirtschaft. Reihe Tourismus, 5. Auflage, Bern 1996, S.14-22
- KELLER**, Armin, **KLAUS**, Daniel (2011): 40 Jahre Städtebauförderung in Bayern. In: DAB regional (Deutsches Architektenblatt Ausgabe Bayern), 09/11, S. 7
- KIESSHAUER**, Carsten (2010): „Die Hotellerie im Landkreis Miesbach - Eine Standortanalyse zur Lokalisation und Definition potenzieller Hotelleriestandorte“, unveröffentlichte Diplomarbeit an der Technischen Universität Dresden, Fakultät für Forst-, Geo- und Hydrowissenschaft, Institut für Geographie, Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie Ost- und Südosteuropas, Prof. Dr. Hartmut Kowalke, Dresden 2010
- KIRSCHBAUM**, Marc, **SCHUSTER**, Kai (2008): Tourismusarchitektur, Design und Lebensstil. In: ROMEISS-STRACKE, Felizitas (Hrsg.): TourismusArchitektur. Baukultur als Erfolgsfaktor, München 2008
- KIRSTGES**, Torsten (2003): Sanfter Tourismus, 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, München u. a. 2003
- KLIMAHHAUS AGENTUR**: Klimahotel Gütesiegel, [www.klimahausagentur.it](http://www.klimahausagentur.it) (13.03.10)
- KRAMER**, Dieter: Tourismus und Lebenswelt: Integrale Strategien. Illustriert mit Beispielen von Kulturprozessen in touristischen Regionen.  
In: LUGER Kurt/REST Franz (Hrsg.): Der Alpentourismus -Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie, StudienVerlag, Innsbruck 2002, S.245-259
- KREBS**, Stefanie (2006): Kann denn Landschaft Heimat sein? Beispiele kultureller Landnahmen. In: KAZAL, Irene, VOIGT, Annette, WEIL, Angela, ZUIZ, Axel (Hrsg.): Kulturen der Landschaft, Ideen von Kulturlandschaft Tradition und Modernisierung, Berlin 2006

**KUNKEL, Ulrike** (2007): Dorfstrukturen. In: Db Deutsche Bauzeitung, 05/2007: Dorfstrukturen, S. 16–17

**LANDLUFT**: LANDLUFT. [www.landluft.at](http://www.landluft.at) (12.06.2011)

**LANDLUFT**: LANDLUFT Baukultur Gemeindepreis 2009 und 2012, LANDLUFT Baukultur Thesen. [www.landluft.at](http://www.landluft.at) (12.06.2011)

**LANDLUFT MEDIENINFORMATION**: Deutschland atmet Landluft. [www.landluft.at/wp-content/uploads/2009/10/2012\\_01\\_30\\_MI\\_LandLuft\\_Deutschland.pdf](http://www.landluft.at/wp-content/uploads/2009/10/2012_01_30_MI_LandLuft_Deutschland.pdf) (30.01.2012)

**Landratsamt Miesbach** (2008): Unser Landkreis Miesbach 2014, Zwischenbericht, Mai 2008 [www.landkreis-miesbach.de/index.phtml?La=1&sNavID=1871.15&mNavID=1871.2&object=tx|221.2566.1|221.33.1&kat=&kuo=1&text=&sub=0](http://www.landkreis-miesbach.de/index.phtml?La=1&sNavID=1871.15&mNavID=1871.2&object=tx|221.2566.1|221.33.1&kat=&kuo=1&text=&sub=0) (22.10.2009)

**Landratsamt Miesbach** (2005): Amt für Landwirtschaft und Forsten, Eine traumhafte Kulturlandschaft – die Haglandschaft im Landkreis Miesbach, Miesbach 2005

**Landratsamt Miesbach** (2009): Unser Landkreis Miesbach 2014 – Analyse und Bewertung. [www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221\\_1048\\_1.PDF?1279620217](http://www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221_1048_1.PDF?1279620217) (31.07.2011)

**Landratsamt Miesbach** (2010): Eine Ausstellung von Gebäuden zwischen Bautradition und Neuem Bauen, Ausstellung „Architektur im Landkreis Miesbach – Texttafel für die Ausstellung, per E-mail erhalten von Herrn Anton Scherer, Kreisentwicklung, Landratsamt Miesbach (02.12.2010)

**Landratsamt Miesbach** (2011): Unser Landkreis Miesbach 2014, Kreisentwicklung Projektstand Juli 2011. [www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221\\_2050\\_1.PDF?1301554592](http://www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221_2050_1.PDF?1301554592) (31.03.2012)

**Landratsamt Miesbach** (2012): Unser Landkreis Miesbach 2014, Kreisentwicklung Projektstand Januar 2012. [www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221\\_2050\\_1.PDF?1301554592](http://www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221_2050_1.PDF?1301554592) (31.03.2012)

**Landratsamt Miesbach** (2012): Baufibel für den Landkreis Miesbach. [www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221\\_2304\\_1.PDF?1329478012](http://www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221_2304_1.PDF?1329478012) (22.05.2012)

**LANDSCHÜTZER, JOHANN** (2010): Almdorf Seinerzeit – Eine Heimat für kurze Zeit. In: PECHLANER, Harald, SCHÖN, Silvia (Hrsg.): Regionale Baukultur als Erfolgsfaktor im Tourismus – Nachhaltige Vermarktung von Destinationen, Berlin 2010

**LASANSKI, Medina, MC LAREN, Brian** (2004): Architecture and Tourism – Perception, Performance and Place, New York 2004

**Lehrplan Kunst** am Gymnasium in Bayern, Progression in den Lernbereichen der Jahrgangsstufen 5–10. [www.isb-gym8-lehrplan.de/contentserv/3.1.neu/g8.de/index.php?StoryID=26533](http://www.isb-gym8-lehrplan.de/contentserv/3.1.neu/g8.de/index.php?StoryID=26533) (07.08.2011)

**LOOS**, Adolf (1982): *Trotzdem. 1900–1930, Unveränderter Neudruck der Erstausgabe 1931*, Wien 1982

**MACCANNELL**, Dean, **LIPPARD**, Lucy R. (1976): *The tourist. A new theory of the leisure class*, London 1999

**MATHÄSER**, Willibald (1981): *Chronik von Tegernsee, Nördlingen* 1981

**MAURER**, Philipp (2010): Ferien im Baudenkmal. In: PECHLANER, Harald, SCHÖN, Silvia (Hrsg.): *Regionale Baukultur als Erfolgsfaktor im Tourismus – Nachhaltige Vermarktung von Destinationen*, Berlin 2010, S. 41–45

**MAZZONI**, Ira (2008): Das Olaf-Gulbransson-Museum in Gmund. In: *Der Architekt*, 05/2008: Rufs Vermächtnis, Transformation der Moderne, Berlin, S. 66–70

**Merkur Online** (23.09.2009): Bucherweg: Etappensieg für Bauträger. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/bucherweg-etappensieg-bautraeger-475052.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/bucherweg-etappensieg-bautraeger-475052.html)

**Merkur Online** (25.09.2009): Erster Schritt zur Sanierung des Jodschwefelbads. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/erster-schritt-sanierung-jodschwefelbads-477322.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/erster-schritt-sanierung-jodschwefelbads-477322.html)

**Merkur Online** (04.10.2009): Im Winter bleibt die Sauna kalt. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/winter-bleibt-sauna-kalt-484577.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/winter-bleibt-sauna-kalt-484577.html)

**Merkur Online** (18.11.2009): Nachbarschaftsstreit geht weiter. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/nachbarschaftsstreit-geht-weiter-532806.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/nachbarschaftsstreit-geht-weiter-532806.html)

**Merkur Online** (27.01.2010): Krankenhausgelände: Neue Konzepte gesucht. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/krankenhaus-gelaende-neue-konzepte-gesucht-607246.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/krankenhaus-gelaende-neue-konzepte-gesucht-607246.html)

**Merkur Online** (26.02.2010): Dauerthema Maximilian. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/dauerthema-maximilian-648775.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/dauerthema-maximilian-648775.html)

**Merkur Online** (17.03.2010): Krankenanstalt Kreuth: Investor in Sicht. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/krankenanstalt-kreuth-investor-sicht-677345.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/krankenanstalt-kreuth-investor-sicht-677345.html)

**Merkur Online** (06.04.2010): Startschuss für die Ansiedlung von vier Betrieben. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/startschuss-ansiedlung-vier-betrieben-703057.html?cmp=defrss](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/startschuss-ansiedlung-vier-betrieben-703057.html?cmp=defrss)

**Merkur Online** (21.05.2010): Das Herzstück behüten. [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/herzstueck-behueten-774193.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/herzstueck-behueten-774193.html)

**Merkur Online** (09.06.2010): Wieviel Hotels braucht das Tegernseer Tal? [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/viele-hotels-braucht-tegernseer-tal-797515.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/viele-hotels-braucht-tegernseer-tal-797515.html)

**Merkur Online** (23.09.2010): Wie viele Parkplätze braucht Tegernsee? [www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/viele-parkplaetze-braucht-tegernsee-930217.html](http://www.merkur-online.de/lokales/nachrichten/viele-parkplaetze-braucht-tegernsee-930217.html)

**Merkur Online** (05.10.2010): Bad Wiessee ebnet den Weg für Immobilien-Projekt am Bucherweg. [www.merkur-online.de/lokales/landkreis-miesbach/alles-keine-ruine-530478.html](http://www.merkur-online.de/lokales/landkreis-miesbach/alles-keine-ruine-530478.html)

**Merkur Online** (20.10.2010): Zukunftskonzept für den Sonnenbichl. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/zukunftskonzept-sonnenbichl-970010.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/zukunftskonzept-sonnenbichl-970010.html)

**Merkur Online** (09.08.2011): Zukunft von Kaltenbrunn: „Kein Hotelprojekt mehr“. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/zukunft-kaltenbrunn-kein-hotelprojekt-mehr-1354890.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/zukunft-kaltenbrunn-kein-hotelprojekt-mehr-1354890.html)

**Merkur Online** (12.10.2011): Gemeinde Bad Wiessee kauft komplettes Jodbad-Areal und Heilquelle. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/gemeinde-wiessee-kauft-komplettes-jodbad-areal-heilquelle-1443799.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/gemeinde-wiessee-kauft-komplettes-jodbad-areal-heilquelle-1443799.html)

**Merkur Online** (13.10.2011): Hoffnung und Freude nach Jodbad-Kauf. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/hoffnung-freude-nach-jodbad-kauf-1445290.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/hoffnung-freude-nach-jodbad-kauf-1445290.html)

**Merkur Online** (19.10.2011): Schweigen rund um das Hotel Lederer. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/schweigen-rund-hotel-lederer-1452148.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/schweigen-rund-hotel-lederer-1452148.html)

**Merkur Online** (16.11.2011): Feuer im Gut Kaltenbrunn. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/feuer-kaltenbrunn-1492383.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/feuer-kaltenbrunn-1492383.html)

**Merkur Online** (02.01.2012): Soforthilfe fürs Postgebäude. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/chancen-seeufersteg-steigen-1547052.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/chancen-seeufersteg-steigen-1547052.html)

**Merkur Online** (01.03.2012): Maximilian: Kraftakt für eine neue Mitte. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/maximilian-kraftakt-eine-neue-mitte-1630972.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/maximilian-kraftakt-eine-neue-mitte-1630972.html)

**Merkur Online** (07.06.2012): Masterplan für den Westerhof. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/masterplan-westerhof-2346739.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/masterplan-westerhof-2346739.html)

**Merkur Online** (15.06.2012): Widerstand gegen Westerhof-Pläne. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/widerstand-gegen-westerhof-plaene-2355559.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/widerstand-gegen-westerhof-plaene-2355559.html)

**Merkur Online** (21.06.2012): Star-Architekt plant das Wiesseer Jod-Areal. [www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/star-architekt-plant-wiesseer-jodbad-areal-2361960.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegernseer-tal/star-architekt-plant-wiesseer-jodbad-areal-2361960.html)

**Merkur Online** (03.07.2012): Tennishalle soll ins Ensemble passen. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/tennishalle-soll-ensemble-passen-2376159.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/tennishalle-soll-ensemble-passen-2376159.html)

**Merkur Online** (22.08.2012): Widerstand gegen das Almdorf. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/widerstand-gegen-almdorf-2470220.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/widerstand-gegen-almdorf-2470220.html)

**Merkur Online** (20.09.2012): Keine Gnade für preisgekröntes Haus. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/keine-gnade-preisgekoerntes-haus-2511842.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/keine-gnade-preisgekoerntes-haus-2511842.html)

**Merkur Online** (25.09.2012): Bürger wollen keinen Untertanen sein. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/buerger-wollen-keine-untertanen-sein--2519765.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/buerger-wollen-keine-untertanen-sein--2519765.html)

**Merkur Online** (21.11.2012): Krankenhaus-Grundstück: Kaufvertrag gelöst. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/krankenhaus-grundstueck-kaufvertrag-geloest-2630403.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/krankenhaus-grundstueck-kaufvertrag-geloest-2630403.html)

**Merkur Online** (28.11.2012): Start frei fürs Projekt Maximilian. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/start-frei-fuers-projekt-maximilian-2642026.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/start-frei-fuers-projekt-maximilian-2642026.html)

**Merkur Online** (04.01.2013): Neuer Käufer für Krankenhausgrundstück in Sicht. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/neuer-kaeufer-krankenhausgrundstueck-sicht-2687416.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/neuer-kaeufer-krankenhausgrundstueck-sicht-2687416.html)

**Merkur Online** (05.02.2013): Bund Naturschutz lehnt Almdorf ab. [www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/bund-naturschutz-lehnt-almdorf-2735808.html](http://www.merkur-online.de/lokales/tegenseer-tal/bund-naturschutz-lehnt-almdorf-2735808.html)

**Merkur Online** (12.11.2013): Hotel Westerhof in Tegernsee: Abriss und Neubau. [www.merkur-online.de/lokales/miesbach/tegenseer-tal/hotel-westerhof-tegernsee-abriss-neubau-3218144.html](http://www.merkur-online.de/lokales/miesbach/tegenseer-tal/hotel-westerhof-tegernsee-abriss-neubau-3218144.html)

**Merkur Online** (11.12.2013): Protestmarsch gegen den Ausverkauf des Tegernseer Tals. [www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/tegernsee/protestmarsch-gegen-ausverkauf-tegernseer-tals-3266443.html](http://www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/tegernsee/protestmarsch-gegen-ausverkauf-tegernseer-tals-3266443.html)

**Merkur Online** (18.12.2013): Rottacher kritisieren Klinik-Neubau. [www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/rottach/rottacher-kritisieren-klinik-neubau-3278087.html](http://www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/rottach/rottacher-kritisieren-klinik-neubau-3278087.html)

**Merkur Online** (20.12.2013): Einlenken auf der Pint. [www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/tegernsee/einlenken-point-3282392.html](http://www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/tegernsee/einlenken-point-3282392.html)

**MIKUS, Werner** (1994): Umwelt und Tourismus. Analysen und Maßnahmen zu einer nachhaltigen Entwicklung am Beispiel von Tegernsee, (= Heidelberger Geographische Bausteine H. 12), Heidelberg 1994

**NATURHOTEL CHESA VALISA:** [www.naturhotel.at](http://www.naturhotel.at) (21.08.2010)

**NATURKÄSEREI TEGERNSEER LAND e. G.:** Gebäude Käseerei. [www.naturkaeserei.de](http://www.naturkaeserei.de) (18.08.2011)

**Oberste Baubehörde** im Bayerischen Staatsministerium des Innern: Baurecht von A bis Z Bebauungspläne. [www.stmi.bayern.de/bauen/baurecht/baurecht/07550/](http://www.stmi.bayern.de/bauen/baurecht/baurecht/07550/) (21.08.2010)

**OCKMAN, Joan, FRAUSTO, Salomon** (2005): Architourism: Architecture as a Destination for Tourism, Munich Berlin London New York 2005

**OPASCHOWSKI, Horst** (2006): Einführung in die Freizeitwissenschaft, 4. überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden 2006

**OTT, Erich** (1997): Bedeutung der Kulturlandschaft und Relevanz ihrer gesellschaftlichen Förderung“. In: ders. (Hrsg.): Zukunft der Kulturlandschaften – Aufgaben und Konzepte nachhaltiger regionaler Entwicklungen, (= IKU-Reihe Kommune und Umwelt, Band 5), Darmstadt 1997 S. 17-26

**Österreichischer Baukulturreport** (2006): [www.baukulturreport.at](http://www.baukulturreport.at) (21.03.2011)

**o. V.** ohne Verfasser (2005): Wohnungen und Bauernhaus in Ramsau. In: Detail, 05/2005: Umnutzung, Ergänzung Sanierung, S. 480–483

**PARKHOTEL EGERNER HÖFE**: [www.egerner-hoefe.de](http://www.egerner-hoefe.de) (02.09.2011)

**PFISTER, Dieter** (2008): Inszenierung oder Authentizität: Welche Raumgestaltung suchen Touristen? In: ROMEISS-STRACKE, Felizitas (Hrsg.): TourismusArchitektur, Baukultur als Erfolgsfaktor, München 2008, S. 49–57

**PFISTER, Dieter** (2011): Raum – Atmosphäre – Nachhaltigkeit, Emotionale und kulturelle Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit des Bauens, des Immobilienmarketings und der Gebäudewirtschaftung, Basel 2011

**Planungsverband Region Oberland Region 17** (2011): Diagramme, Tourismus: Übernachtungszahlen 1988 bis 2010, Tourismus: Entwicklung der Aufenthaltsdauer 1988–2010. [www.region-oberland.bayern.de/Die%20Region/reg17\\_2.htm#Zahlenspiegel](http://www.region-oberland.bayern.de/Die%20Region/reg17_2.htm#Zahlenspiegel) (15.09.2011)

**Planungsverband Region Oberland Region 17** (2005): Teil A – Überfachliche Ziele (Z) und Grundsätze (G). [www.region-oberland.bayern.de/regplan/Textteil/Text%20Teil%20A/ziel2\\_a1.htm](http://www.region-oberland.bayern.de/regplan/Textteil/Text%20Teil%20A/ziel2_a1.htm) (24.03.2010)

**PLA'TOU** Plattform für Architektur und Tourismus (2007): Architektur macht Gäste (Langfassung der Studie). [http://platou.dirk-linke.de/portal3/index.php?option=com\\_content&task=view&id=17&Itemid=31](http://platou.dirk-linke.de/portal3/index.php?option=com_content&task=view&id=17&Itemid=31) (12.12.2010)

**Plattform für Tourismusarchitektur**: [www.tourismusarchitektur.de](http://www.tourismusarchitektur.de) (06.10.2009)

**PLESSEN, Elisabeth** (2008): Genius Loci. In: db Deutsche Bauzeitung, 11/2008: Genius Loci, S. 21

**POPP, Dieter** (2007): Tourismus ist Zukunft, Futour, München 2007. [www.cipra.org/de/alpe-dia/news/2666](http://www.cipra.org/de/alpe-dia/news/2666) (06.05.2009)

**PRADAL, Ariana** (2006): Ganz in weiß muss es sein. In: GANTENBEIN, Köbi, PRADAL, Ariana, REGATTI, Jürg, FEINER, Ralph (Hrsg.): Ein Führer zur zeitgenössischen Architektur. Bauen in Graubünden, Zürich 2006, S. 194–195

**PRETTERHOFER, Heidi, SPATH, Dieter, VÖCKLER, Kai** (2006): Rurbanismus oder Leben im postruralen Raum. In: OSSWALD, Anja, WITKE, Karsten (Hrsg.): Act Local!, Perspektiven ländlicher Räume, (= Baruther Gespräch 1), Berlin 2006, S. 30–36

**RAIFFEISEN HOLDING Kleinwalsertal:** <http://raiffeisenholding.at> (08.02.2012)

**RAMBOW, Riklef** (2000): Experten-Laien-Kommunikation in der Architektur, Münster (zugl. Dissertation Universität Frankfurt 1999)

**Rathaus BAD WIESSEE:** Ortsgestaltungssatzung. [www.rathaus-bad-wiessee.com/images/stories/Satzungen/Ortsgestaltungssatzungaktuell.pdf](http://www.rathaus-bad-wiessee.com/images/stories/Satzungen/Ortsgestaltungssatzungaktuell.pdf) (21.02.2012)

**Rathaus BAD WIESSEE:** Zahlen Daten Fakten. [www.rathaus-bad-wiessee.com/zahrendatenfakten](http://www.rathaus-bad-wiessee.com/zahrendatenfakten) (06.01.2012)

**Rathaus GMUND:** Ortsgestaltungssatzung. [www.rathaus-gmund.de/cms/filewrapper.php?md5id=4f8ac23f75b35b7c720dc78efcb0cbb9&media\\_id=419&path=/Gestaltungssatzung%2015.11.2004%20Ausgabe%20klein.pdf](http://www.rathaus-gmund.de/cms/filewrapper.php?md5id=4f8ac23f75b35b7c720dc78efcb0cbb9&media_id=419&path=/Gestaltungssatzung%2015.11.2004%20Ausgabe%20klein.pdf) (21.02.2012)

**Rathaus GMUND:** Ortsentwicklung. [www.rathaus-gmund.de](http://www.rathaus-gmund.de) (21.02.2012)

**Rathaus GMUND:** Zahlen Daten Fakten. [www.rathaus-gmund.de/cms/ren-der.php?md5id=6e0ba58a11b5ca7041aa3d149626a2fb&page\\_id=128&trcid=155](http://www.rathaus-gmund.de/cms/ren-der.php?md5id=6e0ba58a11b5ca7041aa3d149626a2fb&page_id=128&trcid=155) (06.01.2012)

**Rathaus KREUTH:** Ortsgestaltungssatzung (pdf). [www.rathaus-kreuth.de/files/9b8b2910769763cbf9f72f28064437dc/908/Satzung%20%C3%BCber%20die%20Gestaltung%20baulicher%20Anlagen%2019.10.2011.pdf](http://www.rathaus-kreuth.de/files/9b8b2910769763cbf9f72f28064437dc/908/Satzung%20%C3%BCber%20die%20Gestaltung%20baulicher%20Anlagen%2019.10.2011.pdf) (21.02.2012)

**Rathaus KREUTH:** Zahlen Daten Fakten. [www.rathaus-kreuth.de/enid/9b8b2910769763cbf9f72f28064437dc,2ad6f55f7472636964092d09313134/44.html](http://www.rathaus-kreuth.de/enid/9b8b2910769763cbf9f72f28064437dc,2ad6f55f7472636964092d09313134/44.html) (21.02.2012)

**Rathaus ROTTACH-EGERN:** Ortsgestaltungssatzung. [www.rathaus-rottach-egern.de/cms/filewrapper.php?md5id=15e7b94f7f8cb2c8f08c75f9de5336a8&media\\_id=807&path=/Gestaltungssatzung%2016.11.2011.pdf](http://www.rathaus-rottach-egern.de/cms/filewrapper.php?md5id=15e7b94f7f8cb2c8f08c75f9de5336a8&media_id=807&path=/Gestaltungssatzung%2016.11.2011.pdf) (21.02.2012)

**Rathaus ROTTACH-EGERN:** Zahlen Daten Fakten. [www.rathaus-rottach-egern.de/cms/render.php?md5id=a0e0d8114cfc6d3d88ff90101da67109&page\\_id=128](http://www.rathaus-rottach-egern.de/cms/render.php?md5id=a0e0d8114cfc6d3d88ff90101da67109&page_id=128) (06.01.2012)

**Rathaus TEGERNSEE:** Ortsgestaltungssatzung. [www.rathaus-tegernsee.de/cms/filewrapper.php?md5id=9e9391180fd002be12e0597947392635&media\\_id=508&path=/Gestaltungssatzung.pdf](http://www.rathaus-tegernsee.de/cms/filewrapper.php?md5id=9e9391180fd002be12e0597947392635&media_id=508&path=/Gestaltungssatzung.pdf) (21.02.2012)

**Rathaus TEGERNSEE:** Zahlen Daten Fakten. [www.rathaus-tegernsee.de/cms/render.php?md5id=9aa6afe5e378b24e6ee117b5c5b46b97&page\\_id=128&trcid=105](http://www.rathaus-tegernsee.de/cms/render.php?md5id=9aa6afe5e378b24e6ee117b5c5b46b97&page_id=128&trcid=105) (06.01.2012)

**Raumordnungsgesetz ROG** (2008): [www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/rog\\_2008/gesamt.pdf](http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/rog_2008/gesamt.pdf) (18.05.2012)

**RAUSCH, Waldemar** (1995): 1200 Jahre Fremdenverkehr und Tourismus in Gmund, Gmund 1995

**Regierung von Oberbayern:** Aufgaben. [www.regierung.oberbayern.bayern.de/aufgaben/](http://www.regierung.oberbayern.bayern.de/aufgaben/) (13.06.2011)

**Regierung von Oberbayern:** Städtebauförderung.  
[www.regierung.oberbayern.bayern.de/aufgaben/planung/staedtebau/foerder/05941/index.php](http://www.regierung.oberbayern.bayern.de/aufgaben/planung/staedtebau/foerder/05941/index.php) (27.11.2010)

**REICHLIN, Bruno, STEINMANN, Martin** (1977): Die Architektur der Landschaft  
In: ACHLEITNER, Friedrich (Hrsg.): Landschaft als Ware, Salzburg 1977

**ROMEISS-STRACKE, Felizitas** (2003): Abschied von der Spaßgesellschaft, Freizeit und Tourismus im 21. Jahrhundert, München / Amberg 2003

**ROMEISS-STRACKE, Felizitas** (2008): Touristen\_und\_Architektur\_ Bewertung von Architektur durch Touristen.  
[www.byak.de/media/Info\\_fuer\\_Mitglieder/Recht/WuV/artouro/Touristen\\_und\\_Architektur.pdf](http://www.byak.de/media/Info_fuer_Mitglieder/Recht/WuV/artouro/Touristen_und_Architektur.pdf) (24.04.2010)

**ROMEISS-STRACKE, Felizitas** (2008): Architektur Tourismus und regionale Identität (2008).  
[www.Tourismusarchitektur.de](http://www.Tourismusarchitektur.de) (24.04.2010)

**ROMEISS-STRACKE, Felizitas** (2008): Die historische Innenstadt: Bald ein begehbares Museum? In: dies., TourismusArchitektur, Baukultur als Erfolgsfaktor, München 2008, S. 199-203

**ROMEISS-STRACKE, Felizitas** (2009): Bloß nicht diese kalten Kisten! In: Baumeister, B2, 02/2009: Urlaubsziele, S. 58/59

**ROMEISS-STRACKE, Felizitas** (2009): Einführung in ITB Kongress 2009.  
[www.itb-kongress.de/media/itbk/itbk\\_media/itbk\\_image/itbk\\_apps/itbk\\_dlc/itbk\\_dlc\\_architektur\\_und\\_baukultur\\_im\\_tourismus.pdf](http://www.itb-kongress.de/media/itbk/itbk_media/itbk_image/itbk_apps/itbk_dlc/itbk_dlc_architektur_und_baukultur_im_tourismus.pdf) (12.05.10), S.7

**ROMEISS-STRACKE**, Felizitas (2009): Baukultur als Erfolgsfaktor. Architektur, Tourismus und Kultur als Potenzial für die Region. In: Dokumentation Symposium zur Förderung der Baukultur in Niedersachsen am 3. Juli 2009, S. 19-22

**ROMEISS-STRACKE**, Felizitas (2010): Mehr Baukultur im Tourismus. In: PECHLANER, Harald, SCHÖN, Silvia (Hrsg.): Regionale Baukultur als Erfolgsfaktor im Tourismus – Nachhaltige Vermarktung von Destinationen, Berlin 2010, S. 13-22

**ROMEISS-STRACKE**, Felizitas: Broschüre für Touristiker. [www.tourismusarchitektur.de/leistungen.html](http://www.tourismusarchitektur.de/leistungen.html) (09.09.2010)

**ROMEISS-STRACKE**, Felizitas: Broschüre für Architekten. [www.tourismusarchitektur.de/leistungen.html](http://www.tourismusarchitektur.de/leistungen.html) (09.09.2010)

**ROSENBERGER**, Ewald (2007): Max Obermayer, der Begründer der bayerischen Fleckviehzucht (I). In: Fleckvieh Welt, 02/2007, S. 4–8

**ROSENBERGER**, Ewald (2008): Max Obermeyers weiteres Wirken (IV). In: Fleckvieh Welt, 01/2008, S. 4–12

**ROSSIUS**, Rolf (2007): Top Wohnen in München 2006/2007. Die zweihundertfünfzig besten Allees – Plätze und Straßen zum Mieten und Kaufen, 3. überarbeitete Auflage, München 2007, S. 20–23

**RUPPERT**, Karl, (1962): Das Tegernseer Tal. Sozialgeografische Studien im oberbayerischen Fremdenverkehrsgebiet, Kallmünz / Regensburg 1962

**Sachsen-Anhalt Architekturtourismus**: [www.architektur-tourismus.de](http://www.architektur-tourismus.de) (09.12.2010)

**SCHERER**, Maxi (2010): Travel Charme Ifen Hotel Kleinwalsertal – mit Charme in die Offensive. In: Hotelbau, 05/2010, S. 16–21

**SCHLÖGEL**, Karl (2003): Im Raume lesen wir die Zeit – über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik, München / Wien 2003

**SCHOBER**, Reinhard (2008): Von der Depressionsarchitektur zur neuen Romantik. In: ROMEISS-STRACKE, Felizitas (Hrsg.): TourismusArchitektur, Baukultur als Erfolgsfaktor, München 2008, S. 31-36

**SCHWARZER**, Mitchell (2005): Architecture and Mass Tourism. In: OCKMAN, Joan, FRAUSTO, Salomon (Hrsg.), Architourism: authentic, escapist, exotic, spectacular, München u. a. 2005, S. 12-33

**SCHWEIZ TOURISMUS**: [www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com) (01.08.2010)

**SEESAUNA MONTE MARE**: [www.monte-mare.de/de/tegernsee.html](http://www.monte-mare.de/de/tegernsee.html) (20.08.2011)

- SEXTENKULTUR:** Neues Bauen in den Alpen – Architekturpreis. [www.sextenkultur.org](http://www.sextenkultur.org) (12.10.2010)
- SIEFERLE,** Rolf P. (1997): Rückblick auf die Natur. Eine Geschichte des Menschen und seiner Umwelt, München 1997
- SIEFERLE,** Rolf P. (2003): Die Totale Landschaft. In: OSWALD, Franz, SCHÜLLER, Nicole (2003) (Hrsg.): Neue Urbanität – Das Verschmelzen von Stadt und Landschaft, Zürich 2003
- SIEVERTS,** Thomas (1997): Zwischenstadt. Zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land, Braunschweig 1997
- SIGHTSLEEPING-HOTELS:** [www.bayern.by/sightsleeping-hotels-erleben](http://www.bayern.by/sightsleeping-hotels-erleben) (16.12.2012)
- SINUS INSTITUT:** Sinus-Milieus 2012. [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de) (02.05.2012)
- SMERAL,** Egon (2003): Die Zukunft des internationalen Tourismus – Entwicklungsperspektiven für das 21. Jahrhundert, Wien 2003
- SÖFKER,** Wilhelm (Hrsg.) (2009): Baugesetzbuch BauGB, München 2009
- SPIELBANK BAD WIESSEE:** [www.spielbanken-bayern.de/wDeutsch/wiessee/index.php](http://www.spielbanken-bayern.de/wDeutsch/wiessee/index.php) (06.07.2011)
- SPODE,** Hasso, **KLEMM,** Kristiane (2008): Zur Geschichte der Ferienarchitektur. In: ROMEISS-STRACKE, Felicitas (Hrsg.): TourismusArchitektur, Baukultur als Erfolgsfaktor, München 2008, S. 95-109
- STAATSPREIS ARCHITEKTUR** in Österreich: [www.staatspreis-architektur.at](http://www.staatspreis-architektur.at) (12.12.2009)
- STADLER,** Rainer (2003), Ein Jammertal. In: Süddeutsche Zeitung Magazin, 21. November 2003, S. 4–10
- Statistik Bayern:** Tourismus 2008. [www.statistik.bayern.de/interaktiv/regionalkarten/archiv/home.asp](http://www.statistik.bayern.de/interaktiv/regionalkarten/archiv/home.asp) (2008) (01.03.2009)
- Statistik Bayern:** Tourismus 2012. [www.statistik.bayern.de/interaktiv/regionalkarten/archiv/home.asp](http://www.statistik.bayern.de/interaktiv/regionalkarten/archiv/home.asp) (2012) (01.01.2014)
- Statistik Bayern:** Tabelle: Tourismus: Gemeinde, Betriebe, Betten, Auslastung, Übernachtungen, Ankünfte, Monate, Jahre (ab 2006). [www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/ data?operation=previous&levelindex=3&levelid=1350384349552&levelid=1350384155036&step=2](http://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/ data?operation=previous&levelindex=3&levelid=1350384349552&levelid=1350384155036&step=2) (14.10.2012)
- STEINECKE,** Albrecht (2000): Tourismus und neue Konsumkultur: Orientierungen – Schauplätze – Werthaltungen. In: STEINECKE, Albrecht (Hrsg.): Erlebnis- und Konsumwelten, München u. a. 2007, S. 11–27

**STEINECKE**, Albrecht (2006): Tourismus – Eine geographische Einführung, Braunschweig 2006

**STEINECKE**, Albrecht (2008): Kathedralen, Patrizierhäuser, Wolkenkratzer – architektonische Denkmäler als städtetouristische Attraktionen. In: ROMEISS-STRACKE, Felizitas (Hrsg.): TourismusArchitektur, Baukultur als Erfolgsfaktor, München 2008, S. 190-198

**STUDIO BASEL**, DIENER, Roger, HERZOG, Jacques, MEILI, Marcel, MEURON, Pierre, de, SCHMID, Christian (2006): Die Schweiz \_ Ein städtebauliches Portrait, Materialien, Basel u. a. 2006

**SZNAJDER**, Michal, **PREZEZBORSKA**, Lucyna, **SCRIMGEOUR**, Frank (2009): Agritourism, London 2009

**TESSIN**, Wulf (2008): Ästhetik des Angenehmen. Städtische Freiräume zwischen professioneller Ästhetik und Laiengeschmack, Wiesbaden 2008

**TOURCERT**: Corporate Social Responsibility im Tourismus (CSR Siegel). <http://tourcert.org/> (15.01.2012)

**Tourismusverband Alpenregion Schliersee Tegernsee** (Hrsg.) (2010): Herausforderungen und Perspektiven für eine starke Tourismusregion. [www.tegernsee-schliersee.de/fileadmin/Mediendatenbank/AlpenregionTS/PROJECT\\_M/ATS\\_Broschuere\\_Web.pdf](http://www.tegernsee-schliersee.de/fileadmin/Mediendatenbank/AlpenregionTS/PROJECT_M/ATS_Broschuere_Web.pdf) (03.01.2012)

**Tourismusverband Alpenregion Schliersee Tegernsee** (Hrsg.) (2011): Der Masterplan Tourismus für die Alpenregion Tegernsee Schliersee. [www.tegernsee-schliersee.de/fileadmin/Mediendatenbank/AlpenregionTS/Bilder/PDF/ATS\\_Masterplan\\_sk\\_Download.pdf](http://www.tegernsee-schliersee.de/fileadmin/Mediendatenbank/AlpenregionTS/Bilder/PDF/ATS_Masterplan_sk_Download.pdf) (03.03.2012)

**Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.**: Service Ratgeber – Schritte zur perfekten Gästezufriedenheit, o.J.

**Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.** (2009): Optimierung der touristischen Infrastruktur – Ein Leitfaden für Kommunen, Kiel 2009

**UNESCO** Weltkulturerbe: Categories and Subcategories in Cultural Landscapes. <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/> (23.04.2010)

**URRY**, John, The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies, Sage Publications, London 1990

**URLAUBSARCHITEKTUR**: [www.urlaubsarchitektur.de](http://www.urlaubsarchitektur.de) (13.12.2010)

**VAI VORARLBERGER ARCHITEKTUR INSTITUT**: [www.v-a-i.at](http://www.v-a-i.at) (04.02.2010)

**VENTURI**, Robert, **SCOTT BROWN**, Denise, **IZENOUR**, Steven (1977): Learning from Las Vegas, Cambridge

**WAGNER**, Friedrich A. (1984): Ferienarchitektur: Die gebaute Urlaubswelt Modelle+ Erfahrungen+Thesen, Starnberg 1984

**WEIERMAIR**, Klaus, **BRUNNER-SPERDIN**, Alexandra (Hrsg.) (2006): Erlebnisinszenierung im Tourismus, Erfolg- reich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen, Berlin

**WERTEPRODUZENTEN**: [www.werteproduzenten.de](http://www.werteproduzenten.de) (17.07.2012)

**Welttourismusorganisation UNWTO**: [www.unwto.org/index.php](http://www.unwto.org/index.php) (04.06.2009)

**WOLFRUM**, Sofie (2006:) Raum artikulieren\_urban land scape \_ Authentizität und Performativität. In: LEDERER, Arno (Org.), Ansichten zur Architektur, Nr. 21, Mai-Juni 2006, Stuttgart, [www.urbanlandscape.ar.tum.de](http://www.urbanlandscape.ar.tum.de) (21.5.2009)

**ZÖCH**, Peter (2004): Editorial. In: Topos. European Landscape Magazine, 47/2004, S. 5–9

**ZUKUNFTSINSTITUT**: Tourismus 2020, Magazin Trends. [www.zukunftsinstitut.de/downloads/rez\\_tourismus2020\\_MountainManager\\_022006.pdf](http://www.zukunftsinstitut.de/downloads/rez_tourismus2020_MountainManager_022006.pdf) (06.12.2009)

**Kartenmaterial: Landesamt für Vermessung und Geoinformation** (2008): Flurkarten vom Tegernseer Tal, Stand 2008, Grundlage für die Darstellungen der städtebaulichen Entwicklungsstufen nach Karl RUPPERT

**Mit folgenden Experten wurden persönliche Gespräche durchgeführt:**

- Herr Josef Bierschneider, Bürgermeister Kreuth
- Herr Josef Bogner, Naturkäserei Tegernseer Land e. G., Rottach-Egern
- Frau Angela Brogsitter-Finck, Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal
- Herr Florian Busl, Fachlicher Naturschutz, Landkreis Miesbach
- Herr Dr. Michael Heim, Herausgeber der Tegernseer Talhefte
- Herr Peter Höb, Bürgermeister Bad Wiessee
- Herr Werner Hübsch, Bauamt Rottach-Egern, Bauamtsleiter
- Herr Wolfgang Liegl, Regierung von Oberbayern, Städtebau und Bauordnung
- Herr Georg Overs, Geschäftsführer, Tegernseer Tal GmbH
- Herr Werner Pawlovsky, Kreisbaumeister Landkreis Miesbach
- Herr Dr.-Ing. Josef Rott, Regierung von Oberbayern, Bauoberrat, Städtebau und Bauordnung
- Herr Karl Schmid, Kreisheimatpfleger Landkreis Miesbach
- Herr Anton Scherer, Kreisentwickler Landkreis Miesbach
- Herr Peter-Friedrich Sieben, Kreissparkasse Miesbach, Pressesprecher und Vorsitzender des CSU-Ortsverbands Tegernsee
- Frau Birgit Trinkl, Verein Freunde und Förderer des Jod-Schwefelbades e.V.

## 9. Abbildungsverzeichnis

**Abbildung 1** Therme Vals von Peter Zumthor, Vals, Graubünden (CH), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 2** Mit moderner Architektur ansprechbare Lebensstilgruppen, Grafik nach Sinus-Milieus 2012 in D, Online im Internet unter [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de) (28.04.2012)

**Abbildung 3** Tourismusarchitektur-Entwicklung in Bayern ROMEISS-STRACKE, ROMEISS-STRACKE, Felizitas (2010): „Bauen im Tourismus – Vergangenheitsbewältigung und Zukunftsaufgabe“, Fachtagung Tourismusarchitektur in Kochel am See, Murnau

**Abbildung 4 / 5** Beispiele der Wildwuchs- und Additionsphase (von l. nach r.) Seehotel in Berg, Bayern, (D), Foto Miku Hayashi-Reimers, Hotelanlage in Zillertal (A), Online im Internet unter [www.hotelurlaub-suedtirol.de/hotels-wellnesshotels/34/alpine-wellness-resort-majestic.jpg](http://www.hotelurlaub-suedtirol.de/hotels-wellnesshotels/34/alpine-wellness-resort-majestic.jpg), (23.07.2012)

**Abbildung 6 / 7** Beispiele für Großstrukturen(von l. nach r.) Hotel in Bad Wiessee, Bayern (D), Alpine Wellness Resort in Südtirol (I), Foto Miku Hayashi-Reimers, Alpine Wellness Resort in Südtirol (I), Resort Hotel in Südtirol, Online im Internet unter [www.hotelurlaub-suedtirol.de/hotels-wellnesshotels/34/alpine-wellness-resort-majestic.jpg](http://www.hotelurlaub-suedtirol.de/hotels-wellnesshotels/34/alpine-wellness-resort-majestic.jpg), (23.07.2012)

**Abbildung 8 / 9** Beispiele für Neoromantik (von l. nach r.) Fastfood Restaurant in Rottach-Egern, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 10** Zweite Generation Großprojekte, Merkur Online (2008): Popularklage gegen Hotel-Planung erfolgreich: Stunde Null für Gut Kaltenbrunn, Online im Internet unter [www.merkur-online.de/lokales/landkreis-miesbach/popularklage-gegen-hotel-planung-erfolgreich-stunde-null-kaltenbrunn-342062.html](http://www.merkur-online.de/lokales/landkreis-miesbach/popularklage-gegen-hotel-planung-erfolgreich-stunde-null-kaltenbrunn-342062.html), (24.07.2008)

**Abbildung 11 / 12** Beispiele für moderne Architektur (von l. nach r.) Hotel Alpina in Vals, Graubünden (CH), Naturhotel Tannerhof in Bayrischzell, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 13 / 14** Beispiele für ‚Mischmasch-Architektur‘ in alpinen Regionen Vorarlberg (A) (links) und Südtirol (I) (rechts), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 15** (links) Beispiel für ‚Nachahmung regionaler Bauten‘ in Oberbayern, 2000er Jahre, (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 16** (rechts) Beispiel für ‚Ehrliche Architektur‘, Bauernhof 16. Jahrhundert, Lenggries, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 17** (links) Beispiel für ‚Modernes Bauen ohne regionalen Bezug‘, Hotel im mediterranen Stil am Tegernsee, 2011, (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 18** (rechts) Beispiel für ‚Inszenierung traditioneller Bauten‘, Almdorf Seinerzeit, 1995, (A), Online im Internet unter [www.holidaycheck.de/data/urlaubsbilder/mittel/146/1156196577.jpg](http://www.holidaycheck.de/data/urlaubsbilder/mittel/146/1156196577.jpg), (23.07.2012)

**Abbildung 19** Beispiel für ‚Neuinterpretation regionaler Bauten‘, Haus in Vrin von Caminada, Vals, Graubünden (CH), Foto Dag Pronsuwan

**Abbildung 20** Hotel Chesa Valisa, Kleinwalsertal (A), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 21** Hotel Ifen, Kleinwalsertal (A), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 22** Hotel Pension Perfler, Anbau, Sillian, Südtirol (A), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 23** Biohotel in Hohenbercha, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 24** Gästehaus ‚berge‘ Rückseite, Aschau im Chiemgau, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 25** Gästehaus Weingut am Stein, Würzburg, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 26** Verkaufsgebäude Weingut am Stein, Würzburg, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

- Abbildung 27** Franz Marc Museum, Kochel am See, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 28** Cube Hotel Biberwier (A), Foto Arie-Reimers
- Abbildung 29** Das Gelbe Haus, Flims, Graubünden (CH), Foto Risa Hayashi
- Abbildung 30** Brizerhaus, Anbau, Ramsau, Zillertal (A), Foto Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 31** Tannerhof, Bayrischzell, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 32 / 33** (von l. nach r.) Hotel Edelweiß Fassade Haupteingang, Fassade Rückseite, Berchtesgaden, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 34 / 35** (von l. nach r.) Kalterer See/ Kaltern Weingut Manincor, Kaltern am See, Südtirol (I), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 36 / 37** (von l. nach r.) Vrin Stallhaus, Vrin Totenstube, Vrin, Graubünden (CH), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 38** Blick vom Wallberg auf den Tegernsee, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 39** Landkarte Bayerns mit Lage des Tegernseer Tals, Karte nach Vorlage Google Maps, Stand 02. 04. 2011
- Abbildung 40** Luftbild, Google Maps, Stand 02. 04. 2011
- Abbildung 41** Verkehr am Wochenende, Gmund, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 42** Tegernsee ca. 1815 nach Karl RUPPERT
- Abbildung 43/ 44** (von l. nach r.) Tegernsee 1960 und Tegernsee heute nach Karl RUPPERT
- Abbildung 45/ 46** Auszüge aus der Gestaltungsfibel von Gmund, AGMUNDA 21 (2004): Die Gestaltungsfibel nach der örtlichen Gestaltungssatzung der Gemeinde Gmund a. Tegernsee, Gmund 2004
- Abbildung 47 / 48** Bräustüberl, Tegernsee (links) und Wohnhaus in Abwinkl (rechts), Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 49 / 50** Rosenstraße in Tegernsee (links) und Einfamilien Haus (rechts) Bad Wiessee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 51 / 52** Parkhotel Egerner-Höfe als Ensemble (links) und Hotel Überfahrt (rechts), Rottach-Egern, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 53 / 54** Leer stehendes Hotel (links) und leer stehende Ladenflächen (rechts) in Tegernsee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 55 / 56** Zweitwohnungen (links) und Neue Spielbank (rechts), Bad Wiessee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 57 / 58** Einfamilienhäuser in Tegernsee(links) und Einfamilienhäuser in Bad Wiessee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 59/ 60** Schuhschachtel, Tegernsee (links) und Bauen am Leeberg (rechts), Tegernsee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers
- Abbildung 61 / 62** Neubaupläne der Orthopädischen Klinik (links, Grafik: Orthopädische Klinik) und ehem. Krankenhausgelände (rechts), Tegernsee, Bayern (D), Merkur Online: [www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/tegernsee/personalrat-verteidigt-tegernseer-klinik-plaene-3276326.html](http://www.merkur-online.de/lokales/region-tegernsee/tegernsee/personalrat-verteidigt-tegernseer-klinik-plaene-3276326.html) (12.12.2013)
- Abbildung 63 /64** Niedrigenergie-Wohnhaus ‚In der Traten‘ (links) und ehem. Krankenanstalt Dr. May (rechts), Kreuth, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 65/ 66 / 67 / 68** (von l. nach r.) Ortskern Gmund, Gut Kaltenbrunn, Gasthof Maximilian, Bahnhof, Gmund, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 69 / 70 / 71** Auszug aus dem Handbuch der Gemeinde Gmund Sept. 2010, Online im Internet unter [www.rathaus-gmund.de/cms/filewrapper.php?md5id=c6c987e4f865f83ba97efdadf32ebcfc&media\\_id=1026&path=/HandbuchTeil1-75Seiten.pdf](http://www.rathaus-gmund.de/cms/filewrapper.php?md5id=c6c987e4f865f83ba97efdadf32ebcfc&media_id=1026&path=/HandbuchTeil1-75Seiten.pdf), (23.07.2012)

**Abbildung 72/73** Brachfläche ‚Hotel Lederer‘ (links) und Jodschwefelbad (rechts), Bad Wiessee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 74 / 75** Seepromenade Bad Wiessee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 76 / 77** (von l. nach r.) Parkplatz am Seepromenade, Hotel Lederer, Bad Wiessee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 78/ 79** Postgelände im Ortskern, Rottach-Egern, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 80** Gut Kaltenbrunn von der Seeseite gesehen, Gmund, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 81** Gut Kaltenbrunn von der Einfahrtstraße aus gesehen, Gmund, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 82** Flugblatt von Schutzgemeinschaft Tegernseer Tal mit Gut Kaltenbrunn im Bestand und nach der Planung, erhalten von Frau A. Brogitter-Finck am 12.03.2009

**Abbildung 83** Gasthof Maximilian, Gmund, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 84** Jod-Schwefelbad, Bad Wiessee, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 85** Flur des Jod-Schwefelbades, Bad Wiessee, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 86 / 87** Jod-Schwefelbad Modell von Matteo Thun, Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 88 / 89** Naturkäserei Tegernseer Land e. G., Kreuth, Bayern (D), Foto Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 90 / 91** Seesauna Monte Mare, Tegernsee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 92 / 93** Wildbad Kreuth im Winter (links) und im Sommer (rechts), Kreuth, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 94 / 95** (von l. nach r.) Bauernhöfe in Holz und in Abwinkl bei Bad Wiessee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 96/ 97** (von l. nach r.) Kloster Tegernsee vom See, Kloster Tegernsee beim Seefest, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 98 / 99** Olaf-Gulbransson-Museum im Kurpark im Sommer (links) und im Winter (rechts), Tegernsee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 100 / 101** Hotel Das Tegernsee als Ensemble (links) und Eingangssituation (rechts), Tegernsee, Bayern (D), Fotos Miku Hayashi-Reimers

**Abbildung 102 / 103 / 104** Auszug aus der Baufibel für den Landkreis Miesbach, Online im Internet unter [www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221\\_2304\\_1.PDF](http://www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221_2304_1.PDF), (04.03.2013)

**Diagramm 1** Merkmale einer gelungenen Tourismusbaukultur, eigene Darstellung

**Diagramm 2** Eckdaten der Tourismusregionen in Oberbayern, 2012 Gästeankünfte, nach Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung Bayern, Online im Internet unter [www.statistik.bayern.de/statistik/tourismus/](http://www.statistik.bayern.de/statistik/tourismus/) (01.01.2014)

**Diagramm 3** Eckdaten der Tourismusregionen in Oberbayern, 2012 Übernachtungen, nach Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung Bayern, Online im Internet unter [www.statistik.bayern.de/statistik/tourismus/](http://www.statistik.bayern.de/statistik/tourismus/) (01.01.2014)

**Diagramm 4** Tourismus: Gemeinde, Betriebe, Betten, Auslastung, Übernachtungen, Ankünfte, Monate, Jahre (ab 2006), Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung Bayern, Online im Internet unter [www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?levelindex=2&levelid=1388594735355&downloadname=45511-001z&operation=ergebnistabelleDiagramm&option=diagramm](http://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?levelindex=2&levelid=1388594735355&downloadname=45511-001z&operation=ergebnistabelleDiagramm&option=diagramm) (01.01.2014)

**Diagramm 5** In was für einem Haus würden Sie gerne am liebsten übernachten?, Ergebnis der quantitativen Befragung

**Diagramm 6** In welchen Ortsteilen fühlen Sie sich besonders wohl? Ergebnis der quantitativen Befragung

**Diagramm 7** Finden Sie, dass die vorhandene, neue und moderne Architektur ins Tegernseer Tal hineinpasst?, Ergebnis der quantitativen Befragung

**Diagramm 8** Zusammenhang Bildung/Architektur, Ergebnis der quantitativen Befragung

**Diagramm 9** Zusammenhang Alter/Architektur, Ergebnis der quantitativen Befragung

**Diagramm 10** Welches der unten gezeigten modernen und zeitgemäßen Gebäude könnten Sie sich im Tegernseer Tal vorstellen? Ergebnis der quantitativen Befragung

**Diagramm 11** Handlungsnotwendigkeiten auf dem Weg zur touristischen Attraktion, eigene Darstellung

## 10. Anhang: Fragebogen

### Lieber Gast des Tegernseer Tals

Danke, dass Sie sich einen Moment Zeit für diesen Fragebogen nehmen. Ich heiße Miku Hayashi und bin derzeit Doktorandin an der Architektur fakultät der Technischen Universität München. Meine Doktorarbeit hat zum Thema „Konflikte auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus in alpinen Regionen“ und beschäftigt sich mit dem Erscheinungsbild der Tourismusregionen sowie mit der Tourismusarchitektur.

In dieser Befragung geht es um die Architektur des Tegernseer Tals und wie Sie sie wahrnehmen. Ihre Antworten bleiben anonym und werden wissenschaftlich ausgewertet.

Für Fragen und Anregungen schreiben Sie bitte mir ein Mail: Miku.Hayashi@mytum.de

#### 1. Interessieren Sie sich für Architektur?

sehr      überhaupt nicht

#### 2. Wie oft haben Sie schon Urlaub im Tegernseer Tal gemacht?

erstes Mal  2-5 Mal  mehr als 5 Mal

#### 3. Aus welchem Grund sind Sie ins Tegernseer Tal gekommen? Mehrere Antworten sind möglich.

Stammkunde  Natur (See, Berge) bzw. Kulturlandschaft  Hotel  
 freundliche Atmosphäre  kulturelle Angebote  besondere Events  
 Mund zu Mund Propaganda/Empfehlung  sportliche Aktivitäten  
 sonstiges: \_\_\_\_\_

#### 4. Fehlen Ihnen bestimmte Angebote?

---

#### 5. Was verbinden Sie mit dem Tegernseer Tal? Mehrere Antworten sind möglich.

Ursprünglichkeit, Urigkeit  Gemütlichkeit  Kultur/Events  
 Ruhe  hübsche Häuser  schönes Ortsbild  gutes Essen  
 etwas Heimatliches  sonstiges: \_\_\_\_\_

#### 6. Das Bild des Tegernseer Tals hat sich im Laufe der letzten 40 Jahre verändert. Wie sehen Sie das? Mehrere Antworten sind möglich.

Das Tegernseer Tal wirkt nach wie vor wie „eine heile Welt“, wie früher  
 Ohne die schöne Landschaft wäre das Tegernseer Tal nichts Besonderes  
 Man sieht den Orten an, dass sie reine Tourismusorte sind.  
 Es gibt viele neue Bauten, die nicht in die Ortschaften hineinpassen  
 Ich habe keine Meinung.

#### 7. Wie finden Sie die Zweckbauten von Supermärkten am Ortsrand? Passen diese „Industriegebäude“, die man überall in Deutschland sieht, Ihrer Meinung nach in das Ortsbild des Tegernseer Tals?

sehr gut     gar nicht  (kenne ich nicht)

#### 8. In welchen Orten fühlen Sie sich besonders wohl?

	sehr				gar nicht	
- Bad Wiessee	<input type="radio"/> (kenne ich nicht)					
- Gmund	<input type="radio"/> (kenne ich nicht)					
- Stadt Tegernsee	<input type="radio"/> (kenne ich nicht)					
- Kreuth	<input type="radio"/> (kenne ich nicht)					
- Rottach-Egern	<input type="radio"/> (kenne ich nicht)					

Bitte umblättern!

