

Please cite this paper as:

OECD (2009), *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, German translation of the Executive Summary, pp. 9-13, only available on Internet.



The Impact of Culture on Tourism

**GERMAN TRANSLATION
OF THE EXECUTIVE SUMMARY
(PAGES 9-13)**



Centre for
Entrepreneurship,
SMEs and Local
Development

Kurzdarstellung

Ziel dieses Buches ist die Analyse der Beziehung zwischen Tourismus, Kultur sowie der Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen. Zu diesem Zweck beschäftigt sich das Buch mit nationalen und regionalen Erfahrungen sowie den verschiedenen Maßnahmen, die in Destinationen ergriffen werden, in denen die kulturellen Ressourcen die Gesamtattraktivität fördern. Darüber hinaus wird in diesem Buch die Entwicklung der touristischen Produktion sowie der Verteilungsprozesse in Bezug auf kulturelle Ressourcen untersucht. Aufbauend auf dieser Analyse arbeitet das Buch einige Schlüsselfaktoren und politische Maßnahmen heraus, mit deren Hilfe die Attraktivität von Destinationen als Reiseziele, Orte zum Leben und Investitionsziele maximiert werden kann.

Auf der Grundlage einer Reihe von Fallstudien, die von dem Tourismusausschuss der OECD gesammelt wurden, sowie unter Einbeziehung externer Unterlagen, werden in der Analyse Musterlösungen und die effizientesten politischen Maßnahmen zur Stärkung der Attraktivität von Destinationen unter Nutzung ihrer kulturellen Ressourcen angeführt. Fallstudien wurden von Australien, Österreich, Frankreich, Griechenland, Italien, Japan, Korea, Mexiko, Polen, Portugal, Rumänien, der Slowakei und der Türkei bereitgestellt. Diese Fallstudien zeigen unterschiedliche Aspekte der Beziehung zwischen Tourismus, Kultur und der Standortattraktivität sowie politische Maßnahmen auf, die ergriffen werden können, um diese Beziehung zu festigen. Einige dieser erwähnten Fallstudien sind unter www.oecd.org/cfe/tourism einsehbar.

Das Buch beschäftigt sich auch mit den weitreichenderen Vorteilen, die sich aus der Entwicklung der Beziehung zwischen Tourismus und Kultur ergeben. Dazu zählen ein besseres Image, sozialer Zusammenhalt, Unterstützung für den kulturellen Sektor, verstärkte Innovation und mehr Kreativität.

Rolle und Auswirkungen von Kultur und Tourismus auf die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen

Das vorliegende Buch verweist auf die Bedeutung von Kultur und Tourismus als treibende Kräfte für die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit. Viele Regionen stärken heute aktiv ihre materiellen und immateriellen kulturellen Werte als Mittel zum Ausbau ihres relativen Vorteils in einem touristischen Umfeld, in dem der Konkurrenzdruck immer größer wird, und um angesichts der Globalisierung ihre lokalen Besonderheiten hervorzuheben.

Kultur und Tourismus sind füreinander von gegenseitigem Nutzen und diese Beziehung kann die Attraktivität sowie die Wettbewerbsfähigkeit von Orten, Regionen und Ländern stärken. Kultur wird ein immer wichtigeres Element des Tourismus-Produktes, da sie dazu verhilft, in einem unüberschaubar gewordenen Weltmarkt Besonderheiten zu betonen. Gleichzeitig bietet der Tourismus ein wichtiges Instrument zur Stärkung von Kultur und zur Erwirtschaftung von Einnahmen, mit denen wiederum das kulturelle Erbe, die kulturelle Produktion und Kreativität unterstützt und gefördert werden können.

Kultur und Tourismus stehen auf Grund ihrer offensichtlichen Synergien und ihres Wachstumspotentials eng miteinander in Verbindung. Kulturtourismus ist einer der größten und am

schnellsten wachsenden globalen Tourismuskörkte, wobei das kulturelle und kreative Schaffen in immer größerem Ausmaß dazu verwendet wird, für Destinationen zu werben. Die vermehrte Nutzung von Kultur und Kreativität zur Vermarktung von Destinationen erhöht auch den Druck zur Betonung regionaler Identitäten und Images, so dass eine wachsende Anzahl kultureller Elemente dazu verwendet wird, Regionen auf besondere Weise zu kennzeichnen und sie zu vermarkten.

Dabei ist Partnerschaft unumgänglich. Die Komplexität des touristischen und des kulturellen Sektors erfordert die Schaffung von Plattformen zur Unterstützung der Zusammenarbeit. Darüber hinaus gilt es, Mechanismen zu finden, um sicherzustellen, dass diese beiden Sektoren effektiv miteinander kommunizieren. Lokale Gemeinschaften beginnen, sich zusammenzuschließen, um kulturelle Produkte für den Tourismus zu entwickeln, anstatt in direkten Wettbewerb zueinander zu treten. Neue Vorgangsweisen werden wahrscheinlich neue Strukturen und Projekte ins Leben rufen, die auch Partnerschaften zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor einschließen und eine größere Bandbreite an Akteuren an Bord holen werden, um Kultur nicht nur dazu zu nutzen, Destinationen für Besucher attraktiv zu gestalten, sondern Regionen auch als Orte zum Leben, Arbeiten und Investieren zu bewerben.

Kultur in all ihren Formen wird wahrscheinlich einen bedeutenden Platz im Tourismusprodukt und in der Werbung für die meisten Regionen einnehmen, selbst im Fall jener Regionen, die sich in Bezug auf ihre Attraktivität traditioneller Weise auf ihre natürlichen Ressourcen, wie Sonne, Strand oder Berge, verlassen haben. Destinationen bemühen sich auch, ihren relativen Vorteil dadurch auszubauen, dass sie die Anzahl der bestehenden kulturellen Attraktionen erhöhen. Sie versuchen zudem, ihre immateriellen kulturellen und kreativen Werte zu stärken.

Politische Maßnahmen und Programme für Kultur und Tourismus

Das vorliegende Buch analysiert politische Maßnahmen und Programme, die von nationalen und lokalen Behörden im Bereich Kultur und Tourismus ausgearbeitet wurden und beschäftigt sich damit, wie und warum diese Maßnahmen umgesetzt wurden und welche Ergebnisse erzielt werden konnten. Dabei stützt sich das Buch auf eine Reihe von Fallstudien zu Kultur und Tourismus, die aus OECD-Mitgliedstaaten und Nicht-Mitgliedstaaten stammen. Einige dieser Fallstudien werden im vorliegenden Buch dargestellt. Die Rolle der politischen Maßnahmen hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, was sich in ihren Auswirkungen auf die lokale Wirtschaftsentwicklung und Schaffung von Arbeitsplätzen zeigt, insbesondere in Gegenden, in denen es zu wirtschaftlichen Restrukturierungen kommt.

Gemäß diesen Fallstudien sind die treibenden Kräfte zur Entwicklung von politischen Maßnahmen im Bereich von Kultur und Tourismus vor allem der Wunsch nach Stärkung und Bewahrung des kulturellen Erbes, die wirtschaftliche Entwicklung, der Schaffung von Arbeitsplätzen, physische und wirtschaftliche Regeneration, Stärkung und/oder Diversifizierung der Tourismusprodukte, Erhalt der Bevölkerung, Entwicklung kulturellen Verständnisses und externe Effekte für die lokale Wirtschaft.

Die übergeordneten Ziele, die sich in allen untersuchten Programmen wiederfinden, sind die Verbesserung der wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Verhältnisse der Zieldestinationen.

Dabei werden der Großteil der Maßnahmen in den Bereichen Infrastrukturverbesserung, Wahrung des kulturellen Erbes, der wirtschaftlichen Entwicklung, der Stärkung der regionalen Identität und Schaffung einer regionalen Marke, der touristischen Diversifikation, der Qualitätsverbesserung und im Bereich der touristischen Einrichtungen ergriffen.

Die Fallstudien heben auch die Bedeutung der Zusammenarbeit zwischen dem touristischen und dem kulturellen Sektor sowie zwischen den verschiedenen behördlichen Ebenen und dem privaten Sektor hervor. Öffentlich-private Partnerschaften sind in diesem Kooperationsprozess von entscheidender Bedeutung, insbesondere wenn es um die Entwicklung von marktorientierten kulturellen und touristischen „Produkten“ und die Vermarktung dieser Produkte gegenüber den Konsumenten geht.

Der Großteil der finanziellen Mittel zur Finanzierung von Kulturtourismusprogrammen stammt aus dem öffentlichen Sektor, wenngleich zusätzliche Mittel auch vom privaten Sektor zur Verfügung gestellt werden. Der Finanzierung durch die öffentliche Hand sind Grenzen gesetzt und dies macht Projektmanager von einem Finanzierungszyklus des öffentlichen Sektors abhängig, der Unsicherheiten in Bezug auf die Höhe der finanziellen Mittel schafft. Um diese Probleme zu mildern, wird vorgeschlagen, dass der öffentliche Sektor alternative Finanzierungsquellen entwickelt und mehrjährige Finanzierungsprogramme einführt.

Kultur schafft Authentizität und Alleinstellungsmerkmale auf dem globalen Tourismusmarkt. In dieser Hinsicht sind „Tourismuserfahrungen“, die Menschen und Besucher den lokalen Kulturen näher bringen, äußerst wichtig. In vielen Fällen ist die Themengestaltung für Destinationen mit speziellen kulturellen Ereignissen verbunden (z. B. in Verbindung mit berühmten Plätzen, Menschen oder historischen Ereignissen), die eine Auslöserfunktion im Rahmen dieser Entwicklung übernehmen können.

Die Einbeziehung der lokalen Gemeinschaften ist ein wesentlicher Faktor für die Besucherzufriedenheit und eine Voraussetzung für die Produktentwicklung. Lokale Gemeinschaften sind nicht nur die touristischen Gastgeber, sondern sie nehmen auch direkt an der Tourismuserfahrung teil, indem sie helfen, ein Gefühl für den jeweiligen Ort und eine Atmosphäre für die Region zu vermitteln. In einer ganzen Reihe von Fallstudien, die in diesem Buch behandelt werden, erwies sich die Unterstützung durch die lokale Gemeinschaft bei der Entwicklung kultureller Erfahrungen für die Touristen als von grundlegender Bedeutung.

Eine der wichtigsten Formen, in denen Behörden bei der Entwicklung von kulturellen und touristischen Produkten unterstützend wirken können, sind Marketingaktivitäten. Auf Grund der Komplexität des Kultur- und Tourismusproduktes besteht sehr oft die Notwendigkeit, Marketingkonsortien zu bilden und regionale Produkte auf nationalen und internationalen Märkten zu präsentieren. Regionen bilden spezifische Marketing-Allianzen, um Möglichkeiten des Kulturtourismus darzustellen und in einigen Fällen beginnen unterschiedliche Regionen miteinander zu kooperieren. Das Internet ist in den letzten Jahren zu einem beinahe universellen Marketinginstrument geworden, das Touristen die Möglichkeit bietet, sich Pakete aus kulturellen Ereignissen und Kulturschauplätzen mitsamt Unterkunft und Reise zusammenzustellen.

Eine Überprüfung der Auswirkungen von politischen Maßnahmen und Programmen im kulturellen und touristischen Bereich ist unerlässlich, um nachweisen zu können, inwieweit diese Maßnahmen

Wirkung zeigen und um daraus entsprechende Schlüsse für zukünftige politische Maßnahmen zu ziehen. In den meisten Fällen sind die Messung und Bewertung jedoch zu allgemein gehalten und konzentrieren sich nicht auf bestimmte Programme. Manchmal kommt es zu überhaupt keiner Bewertung.

Die erfolgreichsten Destinationen sind jene, die sich der weitreichenden Auswirkungen der Beziehung zwischen Tourismus und Kultur bewusst sind, insbesondere wenn es darum geht, neue Bewohner für sich zu gewinnen und Investitionen an Land zu ziehen. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt werden diese Aspekte in den Programmen zur Förderung von Kultur und Tourismus kaum berücksichtigt, da diese beiden Sektoren jeweils mit enger sektorieller Entwicklung verbunden werden. Es gibt jedoch immer mehr Belege dafür, dass Kultur und Tourismus als ein mächtiges Gespann agieren können, um Menschen und Investitionen anzuziehen.

Die Fallstudien zeigen, dass die Hauptfaktoren, welche Tourismus und Kultur mit Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität verbinden, die Fähigkeit der Kultur, für den Tourismus Alleinstellungsmerkmale zu schaffen, die Fähigkeit des Tourismus, greifbare und nicht-greifbare kulturelle Werte zu stärken, die Rolle regionaler Akteure, die Führungsqualitäten der Beteiligten aus dem öffentlichen Sektor und die administrativen Regelungen für den Tourismus- und Kulturbereich einschließen.

Die erfolgreichsten kulturellen und touristischen Regionen scheinen jene zu sein, denen es gelingt, Gruppen von Akteuren sowohl aus dem öffentlichen als auch dem privaten Sektor bei der Entwicklung und Vermarktung einer großen Bandbreite an kulturellen und kreativen Ressourcen für den Tourismus zu führen. Diese Ressourcen werden dann auch größtenteils so entwickelt, dass sie die regionalen Besonderheiten stärken anstatt zu mindern und den authentischen Ausdruck von Kultur und Kreativität in der Region hervorheben. Erfolgreich sind auch jene politische Maßnahmen, die einen breiten Ansatz in Bezug auf Kultur und Tourismus verfolgen, indem beide als Faktoren gesehen werden, mit deren Hilfe die Attraktivität von Regionen nicht nur als Reiseziele, sondern auch als Orte zum Leben, Arbeiten und für Investitionen erhöht werden kann.

Schlussfolgerungen und Aspekte der politischen Maßnahmen

Der wichtigste Aspekt politischer Maßnahmen scheint der Umstand zu sein, dass Führungsstärke erforderlich ist, um die langfristige Vision, Positionierung, die Partnerschaftsvereinbarungen und innovativen Produkte zu gewährleisten, die erforderlich sind, um auf einem äußerst stark umkämpften globalen Markt erfolgreich zu sein. Eine langfristige Perspektive ist auch deshalb von so großer Bedeutung, weil die Änderung des Images einer Destination oder die Steigerung ihrer Attraktivität nicht über Nacht geschehen. In den meisten Fällen ist ein Zeitraum von 20 bis 25 Jahren notwendig, um den vollen Nutzen aus anhaltenden politischen Maßnahmen im kulturellen und touristischen Bereich zu ziehen. Dies geht aus den Beispielen von Glasgow und Barcelona hervor. Eine ganze Reihe von Schritten muss gesetzt werden, um eine erfolgreiche Synergie zwischen Kultur und Tourismus zu schaffen und diese Schritte bedürfen zu ihrer Festigung einer adäquaten Strategie.

Der wichtigste Punkt bei der Verbindung von Tourismus und Kultur ist der Aufbau einer effektiven

Partnerschaft zwischen den Akteuren in beiden Sektoren. In zahlreichen Fällen besteht das Problem darin, dass unterschiedliche Ansätze verfolgt werden: Gewinnausrichtung gegen gemeinnützige Absichten, Märkte gegen Öffentlichkeit usw. Jede Plattform, die versucht, die beiden Sektoren miteinander zu verbinden, muss deren gemeinsame Interessen ausfindig machen und als Vermittler zwischen ihnen agieren. Es liegt auf der Hand, dass es ein gemeinsames Interesse daran gibt, Menschen für jene Regionen zu gewinnen, in denen beide Sektoren angesiedelt sind. Sehr oft wird jedoch eine Verfolgung des gemeinsamen Interesses durch Differenzen behindert. In der Tourismusbranche ist es völlig normal, über Besucher zu sprechen, die als Kunden oder Gäste wahrgenommen werden, während sich der Kultursektor mehr um Einwohner kümmert, die im Regelfall als Publikum oder Bürger gesehen werden. Diese Differenzen lassen sich überwinden, wenn deutlich gemacht wird, dass Touristen ebenso Teil eines Kulturpublikums sind.

Abgesehen von der Partnerschaft zwischen Tourismus und Kultur ist auch die Gründung anderer Partnerschaftsformen von Bedeutung. Dazu zählen zum Beispiel Partnerschaften mit anderen Regionen, zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor und zwischen einer Region und ihren Bürgern. Verbindungen zwischen Regionen können zu einer Ausweitung der kulturellen Möglichkeiten führen, die den Touristen zur Verfügung stehen und dabei helfen, neue und innovative Produktangebote zu unterstützen. Die Zusammenarbeit mit dem privaten Sektor ist äußerst wichtig, um Investitionen an Land zu ziehen und die Qualität sowohl des kulturellen als auch des touristischen Angebots zu verbessern. Einwohner von den Vorteilen einer touristischen Entwicklung zu überzeugen, spielt dabei eine immer bedeutendere Rolle, da sie den Kern der kulturellen und kreativen Tourismuserfahrung bilden. Migrantengruppen unter der ansässigen Bevölkerung sind ebenfalls wichtige Partner, nicht nur deshalb, weil kulturelle Vielfalt zur Attraktivität von Regionen beiträgt, sondern auch deshalb, weil ihre Verbindungen mit ihrer Heimatkultur wichtige Gründe für einen Besuch darstellen können.

Langfristig betrachtet werden Regionen immer innovativer sein müssen, wenn es darum geht, Kultur und Tourismus zu entwickeln, zu verwalten und zu vermarkten. Dies trifft insbesondere dann zu, wenn sie aus dieser Beziehung für die Menschen, die die Region besuchen, dort leben, arbeiten und Investitionen tätigen, den vollen Nutzen ziehen wollen. Zu den Punkten, mit denen sich die Regionen wahrscheinlich auseinandersetzen müssen, zählen: a) Herausforderungen bei der Finanzierung von Kultur; b) die Notwendigkeit, nachhaltige Beziehungen zu schaffen und zu vermeiden, dass der Tourismus kulturelle Ressourcen schädigt; c) die Integration von kulturellen, touristischen und nationalen/lokalen Entwicklungsstrategien; und d) multikulturelle Gesellschaften sowie interkultureller Dialog.