

Gemacht oder gedacht?
Inszenierung und Rezeption des Titels Welterbe
im Oberen Mittelrheintal

Inauguraldissertation
zur Erlangung des Akademischen Grades
eines Dr. phil.,
vorgelegt dem Fachbereich 05 – Philosophie und Philologie
der Johannes Gutenberg-Universität
Mainz
von
Sandra Marlene Linz
aus Fritzlar
Mainz
2017

Referent/in:

Korreferent/in:

Tag des Prüfungskolloquiums: 26.10.2017

Inhalt

1 Einführung	6
1.1 Forschungsdesign	7
1.2 Aufbau	10
2 Kulturerbe, Nationales Erbe und Welterbe	13
2.1 Historische Genese des kulturellen Erbes	14
2.2 Kulturerbe als weltweites Konzept – das Verständnis der UNESCO im Wandel	17
2.3 Bedeutung des Kultur- und Welterbes in der Gegenwart	26
2.3.1 Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart	26
2.3.2 Identitätsstifter	30
2.3.3 Instrument politischer und wirtschaftlicher Wertschöpfung	34
3 Heritage-Forschung	40
3.1 Kulturanthropologische Zugänge zu Begriffen und Konzepten	42
3.2 Heritage-ifizierung und Heritage-Kritik	46
3.3 Wertschöpfung	53
3.4 Alltagsauswirkung	59
4 Vorgehensweise und Forschungsprozess	64
4.1 Medientexte als Quelle	67
4.2 Beobachtung und Begehung	71
4.3 Befragung als Stimmungsbarometer	74
4.4 Expertengespräche	78
4.5 Selbstreflexion und Tagebuch	83
4.6 Auswertung	85
5 Portrait der Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal	88
5.1 Die Wiederkehr der Regionen	88
5.1.1 Verständnis von Region	91
5.1.2 Intentionen hinter der Konstruktion von Regionen	95
5.2 Geomorphologische und geografisch-räumliche Abgrenzung des Welterbegebiets	97
5.3 Historischer Abriss des disparaten Raums	101
5.4 Sozioökonomische, infrastrukturelle und demografische Strukturprobleme	109
5.5 Ökonomische Grundlagen und ihre Entwicklung	117
5.5.1 Weinbau	119
5.5.2 Tourismus	122
5.5.2.1 Entwicklung des Fremdenverkehrs im Oberen Mittelrheintal	122
5.5.2.2 Massentourismus am Mittelrhein	125
5.5.2.3 Wirtschaftliche Stagnation der Tourismusbranche im Rheintal	126
5.5.2.4 Exkurs: Vom Kulturtourismus zum Welterbetourismus	128

6 Welterbewerbung – Initialisierung und Institutionalisierung	142
6.1 Der Weg zum Welterbe	143
6.2 Kritische Umwege	146
6.3 Zwischen Emotion, Informationsmaßnahmen und Imagebildung	151
6.4 Ein globaler Titel und seine regionale Auslegung	158
6.5 Die Aufnahme in die Welterbeliste	168
6.6 Das Obere Mittelrheintal – Ein Stück Weltkultur	171
6.7 Der Managementplan	173
7 Inszenierung der Region vor dem Hintergrund des Welterbetitels	179
7.1 Die Konstruktion der Region Welterbe Oberes Mittelrheintal	179
7.1.1 Regionale Kooperation im Vorfeld der Bewerbung als UNESCO-Welterbe	181
7.1.2 Der Welterbetitel schafft Region	183
7.2 Die Vermarktung des Welterbes als Katalysator für eine regionale Image-Aufwertung	190
7.2.1 Die Bedeutung von Marken	193
7.2.2 Zum Umgang mit der „Marke“ Welterbe im Oberen Mittelrheintal	199
7.2.2.1 Aufbau und Aussage des Markenlogos „Welterbe Oberes Mittelrheintal“	200
7.2.2.2 Nutzung und Sichtbarmachung der Marke	203
7.2.2.3 Intentionen hinter der Corporate Identity	209
7.2.3 Auswirkungen des Markenkonzepts	211
7.3 Welterbe und Tourismus	212
7.3.1 Welterbetitel als Instrument für eine Neugestaltung der Region	212
7.3.2 Gestaltung und Nutzbarmachung des Welterbetitels im Tourismusmarketing	217
7.3.2.1 Region schmecken! – Welterbe-Gastgeber	222
7.3.2.2 Mediale Inszenierung – Welterbe-Bote und Welterbeportal	226
7.3.2.3 Welterbe erleben – Welterbe-Gästeführer, Ausstellungen und Aktivtourismus	232
7.3.2.4 Regionalisierung durch Events – Welterbetag	242
7.3.2.5 Die Industrie um das Erbe – touristische Werbung und Produkte	251
7.3.3 Touristische Bedeutung des Welterbetitels für das Obere Mittelrheintal	260
8 Der UNESCO-Titel als Identitätsstifter – zur Rezeption seitens der Bevölkerung	265
8.1 Grundlegende Merkmale raumbezogener Identität	266
8.1.1 Individuelle raumbezogene Identität	267
8.1.2 Die Identität der Region	271
8.1.3 Funktion von regionaler Identität im Regionalmarketing	272
8.2 Identitätsmanagement im Oberen Mittelrheintal	274
8.3 Lokale Adaption, Auslegung und Konstituierung des Titels	281
8.3.1 Die Region in den Köpfen der Menschen – Repräsentationen des Regionalen	282
8.3.2 Einstellungen zum Welterbe	288
8.3.2.1 Stellenwert des Titels für das Obere Mittelrheintal	289
8.3.2.2 Einschränkungen	294
8.3.2.3 Präsenz und Auswirkungen	298
8.3.2.4 Lokale Aneignungen und Aktivitäten	305
8.3.3 Bürgerinitiativen und das Welterbe	312
8.4 Bedeutung des Welterbetitels für das örtliche Engagement	321
9 Fazit und Ausblick: Zwischen Modellregion und Realität	325

10 Literatur- und Quellenverzeichnis	335
10.1 Literaturverzeichnis	335
10.2 Politische Dokumente	372
10.3 Internetquellen	373
10.4 Berichterstattung	385
10.5 Werbematerialien	387
10.6 Übersicht Interviewpartner	391
11 Anhang	394
11.1 Vergleich der Nutzung des Welterbetitels bei den 2016 eingetragenen Stätten in Deutschland (Stand 13.08.2016)	394
11.2 Übersicht der Weinbau-Kulturlandschaften als UNESCO Weltkulturerbe	401
12 Abbildungsverzeichnis	403

1 Einführung

„Welterbe ist unser Erbe der Vergangenheit, mit dem wir heute leben und das wir an zukünftige Generationen weitergeben. Welterbe stiftet Identität. Es verbindet Menschen mit ihrer Heimat und ihrer Geschichte, mit ihrem Land und der Welt. Unser Natur- und Kulturerbe ist eine unersetzliche Quelle von Leben und Inspiration. Dies zu erkennen und in die Realität umzusetzen – das ist die vielleicht wichtigste Herausforderung für das Welterbe weltweit.“¹ Diese Auffassung vertritt die von 2014 bis 2015 amtierende Vorsitzende des Welterbekomitees Maria Böhmer. Mithilfe verschiedener Auswahlverfahren ist die *United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation*, kurz UNESCO, bemüht, natürliche und kulturelle Schätze der Erde zu identifizieren, auszuzeichnen und zu schützen. Für die vorliegende Arbeit wird die These vorangestellt, dass für die zunehmende Anzahl der Welterbebenennungen nicht nur der Schutz der Kultur- und Naturgüter, im Sinne der verschiedenen Konventionen, ausschlaggebend ist. Vielmehr erscheint der Titel als Ressource und Legitimationsgrundlage für Handlungen im sozialen Raum. Nicht nur in der medialen Berichterstattung aufseiten der jeweiligen Antragsteller und der UNESCO wird das Welterbe thematisiert und aufbereitet, auch in gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Dialogen und der Praxis kulturpolitischen Handelns wird ein großes Interesse an dem Titel deutlich.²

Dies zeigt zum einen die öffentliche Diskussion, wenn es um Neugestaltungen und die Vereinbarkeit von Bauprojekten mit dem UNESCO-Welterbetitel geht. Kritiker hinterfragen dessen Status, Ziele und seine Bedeutung. Zum anderen bemühen sich Staaten als Antragsteller intensiv darum, dass immer mehr Stätten und Güter ausgezeichnet werden. Was macht diese Auszeichnung so beliebt und was sind die Intentionen und Strategien der lokalen Akteure, sich für den Titel und den Erhalt desselben einzusetzen?³

Im Sinne der Völkerverständigung möchte die UNESCO als kultureller Vermittler zum Schutz des gemeinsamen Welterbes für ein friedliches Miteinander aufrufen. Der Welterbetitel vertritt folglich einen ideellen Wert. Darüber hinaus fordert die UNESCO die Mitgliedstaaten auf, entsprechend ausgezeichnete Stätten zu schützen, da sie diesen, als Zeugnis der Geschichte, symbolische Bedeutung für die gesamte Menschheit zuspricht. Über die Bedeutung für die friedliche Koexistenz, den sozialen Zusammenhalt und das kollektive Gedächtnis hinaus hält die UNESCO fest, dass das kulturelle Erbe „[a]ls wesentlicher Bestandteil der Identitäten [...]

¹ UNESCO-Welterbezentrums 2015: 13.

² Zum Zweck der besseren Lesbarkeit verwende ich in der Abhandlung das generische Maskulin; darin sind gleichermaßen Frauen wie Männer eingeschlossen.

³ Die Motivation zur Beschäftigung mit diesem Thema resultierte in erster Linie aus meiner Tätigkeit als Reiseleiterin und der Mitarbeit bei der konzeptionellen Planung und Betreuung der Reisen. Da hier ein besonderer Fokus auf UNESCO-Welterbestätten gelegt wurde, stellte ich mir die Frage, welche Bedeutung dem aus subjektiver Perspektive scheinbar inflationär verwendeten Titel zukommt.

rasch zu einem entscheidenden Faktor für Wirtschaftswachstum [und] Entwicklung [geworden ist].“⁴ Somit hat die regionale ökonomische und politische Lobby eine hohe Motivation, sich für eine Anerkennung einzusetzen. Dies legt die Vermutung nahe, dass der Begriff des kulturellen Erbes auf internationaler Ebene auf die universale Kulturarbeit zielt, auf regionaler und lokaler Ebene aber durchaus andere Intentionen mit ihm verbunden sein können.⁵

Daraus resultiert die Frage, ob Stätten mit der Erbewertung nicht nur bewahrt, sondern künstlich konstruiert, etabliert und zu gesellschaftlich verbindlichen Identifikatoren erklärt werden, um einen konkreten Nutzen zu erzielen. Dabei kann mit der Ernennung als Welterbe sowohl eine Steigerung des symbolischen oder identitätsstiftenden Werts angestrebt als auch ein wirtschaftliches und politisches Ziel verfolgt werden. Das Erbe als Attraktion sowie Motor für Entwicklung kann in diesem Zusammenhang Gegenstand politischer Instrumentalisierung werden. Geht es auf regionaler und lokaler Ebene also eher darum, den Titel als Wertschöpfungsmodalität zu nutzen und das Welterbe als Ressource zu betrachten als um den ideellen Wert an sich?

1.1 Forschungsdesign

Um Bedeutungsgeflechte in der Welterbewertung nachvollziehen zu können, untersuche ich in dieser Arbeit ein konkretes Beispiel, anhand dessen ich die komplexen Zusammenhänge hinter der Bewerbung, Auszeichnung und Ausgestaltung des Welterbes analysiere. Jede Welterbernennung ist ein Produkt verschiedener globaler, nationaler und lokaler Akteure. In dieser Arbeit liegt der Schwerpunkt auf der Untersuchung der lokalen und regionalen Ebene. Die UNESCO gibt zwar normative Begriffe und Leitlinien vor, doch ausgelegt und in die Praxis umgesetzt werden sie von den Akteuren vor Ort. Daher stellen sich die Fragen, wie der Welterbetitel und dessen Bedeutung von lokalen Akteuren ausgehandelt werden, welche Mechanismen, Prozesse und Instrumentarien dabei zum Tragen kommen und welche partikularen, privatwirtschaftlichen und öffentlichen Interessen dahinterstehen. Im Fokus dieser Arbeit steht eine empirisch orientierte Auseinandersetzung mit den Prozessen der Generierung von Welterbe im Zusammenhang mit regionalen Entwicklungen am Fallbeispiel der 2002 von der UNESCO als Welterbe prädikatisierten Kulturlandschaft *Oberes Mittelrheintal*.⁶

Da es sich hier um eine noch weiter zu definierende strukturschwache Region handelt, die einer demografischen, wirtschaftlichen und soziokulturellen Regression unterliegt, zielt der Untersuchungsschwerpunkt darauf ab zu analysieren, wie sich die Aufnahme in die global anerkannte

⁴ Deutsche, Österreichische und Schweizer UNESCO-Kommission 2003: 43.

⁵ Vgl. Thum 1985a: XVIII.

⁶ Auch wenn der Rahmen, den die UNESCO bietet, zur weltweiten Vernetzungen des Schutzgedankens beiträgt, ist es kaum möglich, diese Fragestellungen allgemein zu klären, da jede Welterbestätte schon von der Idee her einzigartig ist und eine Differenzierung für den weiteren Erkenntnisgewinn zwangsläufig erforderlich ist.

UNESCO-Welterbeliste auf die Region auswirkt. Vor dem Hintergrund der spezifisch regionalen Situation werden die Abläufe der Welterbekonstruktion, die Rezeptionsprozesse der Auszeichnung und die damit verbundene Veränderung der unter dem Welterbetitel als zusammengehörig angesehenen Region analysiert und aufgezeigt, welche Rolle das kulturelle Label in sozioökonomischen Entwicklungsprozessen übernimmt. Die Deutungs- und Handlungsstrategien, das Ausmaß der Einbindung sowie die dahinterstehenden Interessen der regionalen und lokalen Entscheidungsträger aus dem politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfeld wie auch der Bevölkerung finden dabei Beachtung. Ziel dieser Arbeit ist es einerseits darzulegen, welche Rolle die Konstituierung des Welterbes und der Umgang mit diesem für die Regionalentwicklung spielt, und andererseits zu erforschen, welche Auswirkungen die Auszeichnung auf die Lebenswelt der lokalen Bevölkerung hat.

„Gemacht oder gedacht?“ ist der Titel dieser Arbeit. Dabei geht es um die Gegenüberstellung von Wirklichkeit und Anspruch. Auf der einen Seite werden die Planung und die intendierte Entwicklung der Region dargestellt. Auf der anderen Seite wird mithilfe der Ergebnisse der empirischen Forschung untersucht, inwiefern die Veränderungen im Tal seit der Welterbewertung der Zielsetzung entsprechen. Verortet in einer hermeneutischen Wissenschaft wird das soziale, ökonomische und kulturelle Phänomen deskriptiv-analytisch untersucht, aufbauend auf den sowohl mit qualitativ induktiven Methoden als auch mit einer quantitativen Befragung erhobenen Ergebnissen.

Da es sich bei dem Fallbeispiel Oberes Mittelrheintal um eine komplexe Welterbestätte handelt, wurden für die Analyse Themen und Beispiele gewählt, die in direktem Zusammenhang mit der Regionalentwicklung und dem Welterbe stehen. Dazu betrachte ich, inwieweit sich die Welterbewertung auf die Kooperation im Tal, das Image und damit zusammenhängend den Tourismus und die regionale Identität auswirkt. Diese vier Aspekte sind in dem der Welterbewertung beigefügten Managementplan avisiert, um die Region zu stärken. Weniger geht es mir dabei darum, den Welterbetitel als Wirtschafts- und Standortfaktor der Region anhand harter Fakten nach seiner Rentabilität zu analysieren. Vielmehr soll mit einer akteursorientierten Betrachtung anhand empirisch erhobener, subjektiver Ansichten und Erfahrungen aus diversen Alltagspraxen gespiegelt, hervorgehoben und hinterfragt werden, ob und wie der Welterbestatus Gebrauch findet, um lokalen Interessen nachzugehen, die Region aufzuwerten und zu vernetzen.

Der Welterbetitel wird von verschiedensten Akteuren mit jeweils anderem Wissen und anderen Zugängen aus beruflichen oder privaten Gründen mit vielfältigen Themen und Zielen in Beziehung gesetzt. Je nach Kontext sind die Modi und Intentionen der Ausgestaltung und Bedeutungszuschreibung sowie die Gewichtung der Nutzung des Titels unterschiedlich. Die

Darstellung der mit dem Welterbe verbundenen Initiativen und Projekte soll zeigen, wie die Aufnahme in die Welterbeliste die Region und die Regionalentwicklung tangiert. Was verändert sich, wenn aus einer Kulturlandschaft ein Welterbe wird? Auch eventuelle Widerstände gegen den Titel und Unstimmigkeiten im Umgang damit finden Beachtung.

Da nicht nur wirtschaftlich und politisch agierende sowie im Denkmal- und Naturschutz tätige Interessensgruppen den Welterbetitel nutzen und von der Welterbewertung betroffen sind, ist es mir wichtig, auch die Sicht und Reaktion der lokalen Bevölkerung auf das mit der Titelvergabe überbrachte „global attestierte symbolische Kapital“ zu deuten.⁷ Im klassischen Themenspektrum der Kulturanthropologie angesiedelt, sollen die Auswirkungen der Anerkennung auf den Alltag der im Oberen Mittelrheintal lebenden und der dort arbeitenden und Einfluss nehmenden Personen betrachtet werden. Nicht nur weil bislang wenig Ethnografien über den Umgang der Bewohner mit einem Welterbe veröffentlicht wurden, kommt dieser Forschungsarbeit Bedeutung zu, sondern auch, weil die UNESCO bei der Nominierung von Kulturlandschaften es als Notwendigkeit ansieht, die lokale Bevölkerung einzubeziehen. Doch inwiefern ist die lokale Gemeinschaft in die Prozesse, die von offizieller Seite als demokratisch gelten, involviert? Darüber hinaus ist es erklärtes Ziel der Welterbewertung im Oberen Mittelrheintal, die regionale Identität zu stärken. Ausgehend von der räumlichen Konstruktion im Kontext des Welterbestatus wird angenommen, dass sich der Umgang mit der Kulturlandschaft verändert und ein neues regionales Bewusstsein entwickelt. Das gilt es zu hinterfragen.

Die vorliegende Arbeit leistet einen Beitrag zur gegenwärtig stattfindenden Aufarbeitung der Welterbepraxis und dem Diskurs um den Nutzen der UNESCO-Titelvergabe. Zudem beleuchtet sie, inwiefern die Welterbewertung der Regionalentwicklung dient und zeigt dafür relevante Ursachen und begleitende Prozesse auf.

Dabei darf diese Arbeit weder als Handlungsempfehlung und Anleitung zur Strategieentwicklung gesehen werden noch möchte sie die Entscheidungen und Maßnahmen von politischen Akteuren und anderen Institutionen kulturpolitisch bewerten. Die Informationen wurden mit großer Sorgfalt behandelt und sollen als Hintergrundwissen zur richtigen Beurteilung der oft schwierigen Sachverhalte dienen sowie zur differenzierten Darstellung, Untersuchung und Dokumentation der Prozesse unter wissenschaftlichen Prämissen beitragen.

Anzumerken gilt, dass die Forschung für diese Arbeit bereits im Zeitraum von 2009 bis 2013 mit der Absicht stattfand, das Projekt nach vier Jahren abzuschließen. Aufgrund diverser Gründe hat sich das Projekt verlängert. Ein Effekt, der sich daraus ergab, ist, dass sich Themen, die während meiner empirischen Erhebung als brisant dargestellt wurden, zum Teil relativiert

⁷ Vgl. Tauschek 2010: 23.

haben bzw. von der zeitlichen Entwicklung überholt wurden. Der zeitliche Abstand erleichtert jedoch auch einen distanzierten, reflexiven Blick und die Beurteilung der Themen jenes Zeit-ausschnitts mit umfassenderem Wissen.

1.2 Aufbau

Die in der wissenschaftlichen Praxis unbestimmte und boomende Verwendung des für die weiteren Ausführungen maßgeblichen Begriffs *Heritage* machen es erforderlich, dass der Arbeit ein definitorischer und konzeptioneller Grundlagenteil vorangestellt wird. Kapitel II dient dementsprechend als theoretisches Gerüst der Arbeit. Da die Definition des Welterbes eng mit dem Konzept des Kulturerbes zusammenhängt, wird auf dessen historische Genese eingegangen und umrissen, warum Kulturgüter „geadelt“ und für einen vorwiegend lokalen Interessenkreis produziert werden. Die Darstellung der Entwicklung der Welterbekonzeption, des inhärenten Wertewandels und der relevanten kulturpolitischen Ziele der UNESCO folgt, um das Konzept Welterbe im erforderlichen Kontext beurteilen zu können. Theoretische Ausführungen zu den Prozessen der Transformation von Gütern in ein von der UNESCO anerkanntes Welterbe und zu den gegenwärtigen Bedeutungszuschreibungen schließen das Kapitel ab.

Anschließend werden der aktuelle Diskurs und der Forschungsstand der sogenannten *Heritage-Forschung* dargestellt. Hierbei steht besonders die Analyse von Werken zur Welterbbewertung und zu der damit verbundenen Kritik im Fokus. Dazu zählen auch Beiträge über die hinter der Auszeichnung stehenden Akteure, deren Intentionen und den daraus resultierenden Wertschöpfungen. Ferner bilden Aufsätze, die die Effekte des Welterbestatus auf den Alltag thematisieren, einen weiteren Schwerpunkt. Da zu den Prozessen der UNESCO-Prädikatisierung als Instrument der Regionalentwicklung noch wenig veröffentlicht wurde, kann diese Arbeit den Diskurs hier ergänzen.

Im folgenden Kapitel reflektiere ich die methodische Heran- und Vorgehensweise der vorliegenden Analyse. Während zur Konzeption der empirischen Untersuchung Zeitungsartikel und Protokolle der Landesregierungen herangezogen wurden, lag der Fokus der Empirie auf qualitativen Interviews mit ausgewählten Gesprächspartnern, der teilnehmenden Beobachtung und Begehung sowie auf einer Umfrage unter der Bevölkerung in vier ausgewählten Orten anhand von standardisierten Fragebögen.

Bevor ich die Bedeutung des Welterbetitels als Ressource für die Regionalentwicklung darstelle, zeige ich in Kapitel V die geografische Abgrenzung, historische Entwicklung und gegenwärtige Situation meines Forschungsfeldes auf. Die Stärken und Schwächen der Kulturlandschaft werden aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet, um die Situation vor Ort einordnen zu können. Insbesondere gehe ich auf die disparaten Raumordnungen und

sozioökonomischen Rahmenbedingungen ein, die die Regionalentwicklung im Oberen Mittelrheintal und die Entwicklung des Welterbes beeinflussen.

Im Anschluss folgt die Darstellung meiner Ergebnisse zum Umgang verschiedener Akteure mit dem Welterbetitel als antwortende Initiativen auf die Situation im Tal. Zuerst analysiere ich den Prozess und die programmatische Ausrichtung der Welterbewertung chronologisch und stelle dies mit den dahinterstehenden Akteuren, Zielen und Konflikten in Verbindung. Ziel ist es zu zeigen, wer an der Erklärung des Oberen Mittelrheintals zu einem Welterbe beteiligt war und mit welchen Absichten die Nominierung erfolgte. Diese Rekonstruktion der Welterbewertung und der Aushandlungsprozesse verweist bereits auf die lokalen Deutungsmöglichkeiten und Sichtweisen. Ausführungen zu dem mit der Welterbeanerkennung verbundenen Managementplan legen für das gesamte Tal verbindende Ziele offen, die hinter der Anerkennung stehen. Dies trägt dazu bei, einschätzen zu können, welcher Wert dem Welterbe für die Regionalentwicklung beigemessen wird.

In Kapitel VII folgt nach einer Auseinandersetzung mit dem Begriff der Region im Allgemeinen eine ethnografische Beschreibung der Rezeption und Adaption des Welterbetitels im Oberen Mittelrheintal nach der Anerkennung. Die Analyse folgt der konkreten Konstruktion des Welterbes und der Prozesse, die seitens offizieller und professioneller Akteure ausgelöst wurden. Den ersten Schwerpunkt bildet die Darstellung der Entwicklungen, die die *Kooperation* als Antwort auf die Disparität im Tal stärken sollen. In engem Zusammenhang steht als zweiter Schwerpunkt das *Image*, das durch die Welterbeanerkennung verbessert und zu einem gemeinsamen Auftreten der Region beitragen soll. Dabei wird erörtert, ob eine Übertragung des Markenkonzepts auf Welterbestätten und damit die Ausweitung der Markenzone über Konsumgüter auf Kulturerbestätten gerechtfertigt sind. Da der Fremdenverkehr als bedeutender charakteristischer Wirtschaftszweig des Tals gilt, setzt sich das folgende Unterkapitel mit den *touristischen Entwicklungen*, die in engem Zusammenhang mit der Auszeichnung sowie der Regionalentwicklung stehen, auseinander. Behandelt wird zum einen die Frage, wie die international anerkannte Prädikatisierung im Detail gedeutet und ausgestaltet wird. Zum anderen wird resümiert, ob die mit dem Welterbestatus verbundene Symbolik für den Tourismus und die lokale Wirtschaft ein bedeutendes und glaubwürdiges Qualitätsmerkmal ist.

Ein weiteres, im Managementplan mehrfach erwähntes Ziel der Welterbewertung ist nicht nur das Image des Oberen Mittelrheintals, sondern auch die *regionale Identität* im Oberen Mittelrheintal zu verbessern. Da sowohl von der UNESCO selbst als auch in diversen Programmen von lokalen Akteuren betont wird, die Bevölkerung in die Gestaltung des Welterbes einzubeziehen, wird anschließend der Fokus auf die Ansichten und den Umgang der Bevölkerung mit dem Welterbetitel gelegt. Nachdem grundlegende Merkmale raumbezogener Identität erörtert

wurden, setze ich mich mit dem Identitätsmanagement im Oberen Mittelrheintal auseinander. Inwiefern dem Welterbe bei der lokalen Verortung seitens der Bevölkerung selbst Stellenwert zugeschrieben wird, steht im Fokus des Kapitels. So wird auf die Rolle des Titels zur Identitätsstiftung und Legitimation für Handlungen in privaten Bereichen eingegangen.

Kapitel IX dient abschließend der Auslotung der spezifischen Besonderheiten der thematisierten Welterbekonstruktion. Mit Bezug zum Titel der Arbeit „Gemacht oder gedacht?“ werden die divergenten und konvergenten Kräfte in der Inszenierung sowie Rezeption des Titels zusammenfassend dargestellt und resümiert, was die Auszeichnung für das Fallbeispiel leistet.

2 Kulturerbe, Nationales Erbe und Welterbe

Die Ernennung von *kulturellem Erbe* hat Konjunktur. Sowohl auf internationaler, nationaler als auch auf lokaler Ebene wird kulturelles Erbe benannt, konserviert und erneuert. Diese Entwicklung räumt dem Kulturerbe einen völlig neuen Stellenwert im öffentlichen Bewusstsein, in der Politik sowie der Wissenschaft ein.

Im folgenden Kapitel werden die wichtigsten Begriffe aus dem Diskurs um das Kulturerbe eingeführt und die Intentionen hinter dem Bestreben um eine Auszeichnung als UNESCO-Welterbe aufgezeigt. Aufgrund der Vielfalt an Definitionen können die Begriffe nur paradigmatisch und weder in ihrer Breite noch abschließend definiert werden. So wird nur auf Aspekte, die für diese Arbeit relevant sind, eingegangen.

In den offiziellen englischsprachigen Dokumenten zum Welterbe der UNESCO wird dieses mit dem Begriff *Heritage* bezeichnet. In die deutsche Sprache übersetzt bedeutet *Heritage* soviel wie Erbschaft, worunter der Übertragungsprozess von Eigentum oder Eigenschaften vergangener Generationen und Zeiten auf die Gegenwart verstanden wird.⁸ In der vorliegenden Arbeit wird der englische Begriff *Heritage* synonym mit dem deutschen Begriff *Erbe* verwandt, um das UNESCO Kultur- und Naturerbe, sprich Welterbe, das immaterielle Kulturerbe, nationales und regionales Kulturerbe und auch darüber hinaus reichende Vorstellungen von Erbe zu erfassen. Dass im deutschen Sprachgebrauch häufig der Begriff *Kulturerbe* synonym zum Welterbe verwendet wird, hängt zum einen mit der überproportionalen Auszeichnung von Kulturerbestätten im Gegensatz zu Naturerbestätten zusammen. Zum anderen illustriert die Verwendung den Mangel an Informationen über das von der UNESCO deklarierte Welterbekonzept.

Gegenwärtig scheint das Konzept des Kulturerbes vor allem von der UNESCO geprägt. Bereits vor der Gründung dieser Institution hatte es jedoch schon eine Bedeutung – nicht selten in Verbindung mit ideologischen Motiven. Die Erklärungsansätze der UNESCO ignorieren oftmals die Wandlungen, die der Begriff abhängig von kulturellen, nationalen und historischen Konzepten erfahren hat. Dabei soll vorweggenommen werden, dass der Begriff *Kulturerbe* keiner eindeutigen und dauerhaft gültigen Definition unterliegt.⁹ Die australische Juristin Lyndel Prott führt den Interpretationsspielraum folgendermaßen aus: „While cultural experts of various disciplines have a fairly clear conception of the subject-matter of their study, the legal definition of the cultural heritage is one of the most difficult confronting scholars today“.¹⁰ Die Bedeutung und Interpretation verschieben sich je nach kulturellem und historischem Hintergrund, so die

⁸ Vgl. Schwarz 1994: 714.

⁹ Vgl. dazu die Diskussion von Blake 2000: 62–65.

¹⁰ Vgl. Prott 1989: 224; zit n. Blake 2000: 63f.

österreichischen Kulturwissenschaftlerinnen Adelheid Pichler und Gertraud Marinelli-König.¹¹ Gerade aufgrund der wachsenden globalen Bedeutung und zunehmenden Reichweite des Konzepts fordert die schottische Juristin Janet Blake jedoch eine Arbeitsdefinition, denn es bestünde die Gefahr „of creating future international instruments which extend the range of the term without having settled on a clear understanding of its meaning as employed in existing texts“.¹² Da die Welterbeidee auf dem Grundgedanken des Kulturerbes aufbaut, werden im Folgenden die zeitlichen und ideologischen Veränderungen und Bedeutungen erfasst, denen das Konzept des kulturellen Erbes unterlag. Die damit verbundenen Erwartungen werden jedoch nur kurz erörtert, da der Schwerpunkt dieser Arbeit auf der Konzeptualisierung des von der UNESCO definierten Welterbes liegt. So wird der Bogen zu einer transnationalen Perspektive gespannt und ausgeführt, was die UNESCO unter dem Begriff Welterbe versteht.

2.1 Historische Genese des kulturellen Erbes

Das Bestreben, vergangene und überlieferte kulturelle Errungenschaften zu schützen, zu erhalten und zu erneuern, kann bis in die europäische Antike nachvollzogen werden.¹³ Wie die Auflistung der Sieben Weltwunder veranschaulicht, reflektieren Menschen seither über Verfall, Zerstörung, Untergang und bemühen sich um den Schutz von kulturellem Gut.¹⁴ Zwischen der Benennung der Sieben Weltwunder der Antike und den im Jahr 2016 in die Welterbeliste eingetragenen 1052 Stätten liegt nicht nur eine enorme Zeitspanne.¹⁵ Auch das Kulturverständnis und die Bedeutungszuschreibungen haben sich verändert. Vielfältige Prozesse der Institutionalisierung und Konzeptionalisierung der Schutzbemühungen für Kultur- und Naturgüter der Welt wurden vorangetrieben.¹⁶

Die Etablierung des Begriffs Kulturerbe erfolgte im 18. Jahrhundert, als die Vorstellung entstand, dass es „so etwas gibt wie eine Kulturelle Erbschaft, jenseits der vererbaren materiellen Werte im Leben der Einzelnen und ihrer Familien“.¹⁷ Diese Überlegung wurde nach den radikalen Veränderungen, den Beschädigungen und Zerstörungen vieler Denkmäler im Zuge der Französischen Revolution in Frankreich forciert.¹⁸ Henri-Baptiste Grégoire, Bischof von Blois,

¹¹ Vgl. Pichler u. Marinelli-König 2008: 7.

¹² Blake 2000: 63.

¹³ Aus einer Schrift von Polybios von Athen aus dem Jahre 146 v. Chr. lässt sich entnehmen, dass dieser sich bemühte, kulturelle Güter in ihrer Eigenart und an ihrem Ursprungsort zu bewahren. Vgl. Merryman 2005: 13.

¹⁴ Die erste vollständig erhaltene Liste der Sieben Weltwunder ist die „anthologia Palatina“ aus dem zweiten Jahrhundert vor Christus. Auch in späteren Jahrhunderten war das Interesse an den von Menschen geschaffenen Wunderwerken noch präsent. Im 13. Jahrhundert listet ein im Vatikan aufbewahrter Kodex 30 bis dahin beschriebene Weltwunder auf. Als es in der Renaissance zur Wiederbesinnung auf antike Werte kam, wurden die Sieben Weltwunder erneut aufgegriffen. Vgl. Brodersen 1999: 7 u. 10; Lipp 2008: 282; Lipp 2005: 19f.

¹⁵ Stand 17. Juli 2016 unter: DUK 2016c.

¹⁶ Zur Geschichte des Denkmalschutzes i. Allg. vgl. z. B. Hubel 2006; Lipp 2008; Tauschek 2013: 32–53.

¹⁷ Vgl. Mayer 1982: 42.

¹⁸ Vgl. Csáky u. Sommer 2005: 7.

erweiterte den Begriff des Erbes zu dieser Zeit von seinem ursprünglichen Sinn – der Übertragung von Besitz nach dem Tod einer Person auf eine andere – um kulturelle Artefakte, die von einer (nationalen) Gemeinschaft hinterlassen werden.¹⁹

In Deutschland erlangte das Konzept des Kulturerbes verstärkt im 18. und 19. Jahrhundert Bedeutung. Auch hier hängen die Prozesse neben der Fortschrittsdynamik im Zuge der Industrialisierung mit den Folgen der Französischen Revolution zusammen: der Bestärkung eines nationalen Bewusstseins.²⁰ Zwar hatte sich die Staatspolitik modernisiert und der Deutsche Bund wurde gegründet, ein deutscher Nationalstaat hingegen war noch keine Realität. Dem Gedanken einer Kulturnation und der Entstehung eines deutschen Nationalgefühls tat dies keinen Abbruch. So wurde dem politischen Wunsch in ästhetischer und kognitiver Dimension u. a. mit der Benennung eines nationalen Kulturerbes Ausdruck verliehen. Dies konnte nur aufgrund eines veränderten Umgangs mit der Vergangenheit und der Wertschätzung von Kulturgütern geschehen. Der Literaturwissenschaftler Hans Mayer konstatiert demgemäß, dass erst das ideelle Repertoire der deutschen Romantik einen ideologischen Überbau für den Begriff des Kulturerbes schuf. Zuvor wäre das Überlieferte nicht für erhaltenswert erachtet worden.²¹ Erst mit der Romantik, der Ideologie des Bürgertums sowie der Konfrontation mit der fortschreitenden Industrialisierung ab 1830 entwickelte sich eine Phase der Beschwörung der „gemeinsamen“ Vergangenheit und der Begriff des kulturellen Erbes gewann an Bedeutung. Zunehmend wurden das kulturelle Erbe und die Objekte der Vergangenheit als *nationales Erbe* akzentuiert und dessen kollektiver Besitz unterstrichen. Mit der Bezeichnung als nationales Erbe sollten potenzielle Gefährder und aktuelle Besitzer davon überzeugt werden, dass das Erbe als Denkmal schützenswert und dessen Sicherung eine moralische Verpflichtung sei.²²

Die Ideologisierung des Kulturerbes ist also nicht zufällig erfolgt, sondern muss im Rahmen eines historischen Entwicklungsprozesses gesehen werden, unter anderem bedingt durch den sozialen, ökonomischen und politischen Wandel im 18. und 19. Jahrhundert. Im Kontext der Nationalstaatenwerdung hat sich die Politik des kulturellen Erbes bemächtigt.²³ Symbolische, metakulturelle, museale und literarische Formen der Erinnerungspolitik und Selbstdarstellung sowie die Kanonisierung der Traditionsbestände besaßen eine zentrale Bedeutung dabei,

¹⁹ Vgl. Seng 2011: 214.

²⁰ Der Ikonoklasmus und die Kunstverschleppung während der Napoleonischen Kriege waren zudem Gründe, sich vermehrt für die Bewahrung des Kulturerbes einzusetzen.

²¹ Vgl. Mayer 1982: 41.

²² Vgl. Swenson 2007: 64.

²³ Hier sei angemerkt, dass es in England bereits 1688 und in Frankreich 1789 durch innerstaatliche Revolutionen und die Verdrängung der absolutistischen Monarchien zur Nationalstaatenbildung kam. Die zuvor in mehrere Kleinstaaten aufgeteilte Nation Italien einigte sich 1861 und Deutschland 1871.

Nationen zu definieren, formen, festigen und nicht zuletzt zu rechtfertigen.²⁴ Das Kulturelle Erbe erfüllte die Funktion der Kontextualisierung der Vergangenheit, die damit leichter erinnerbar und handhabbar werden sollte. Es sollte als Zeichen und Symbol das Vergangene vergegenwärtigen.²⁵ Zudem wurden Mythen und Rituale erschaffen und Orte mit einer vermeintlich historisch überlieferten Bedeutung versehen, um ein nationales Zusammengehörigkeitsgefühl und eine gemeinsame Identität zu stärken.

Der britische Soziologe Stuart Hall beschreibt, wie das kulturelle Erbe in einer symbolischen Politik zur Genese eines englischen Nationalstaates beitrug. Er benennt Heritage, das seinerzeit meist mit materiellen Objekten verbunden war, als „the material embodiment of the spirit of the nation“.²⁶ Für Hall ist Heritage eine Praktik, „in which the nation slowly constructs for itself a sort of collective social memory“.²⁷ Dies erinnert an den von den britischen Historikern Eric Hobsbawm und Terence Ranger eingeführten Begriff „invention of tradition“.²⁸ Das Kulturerbe als ein Überlieferungskonzept der Moderne sollte ebenso wie vermeintliche Traditionen helfen, eine nationale Geschichte zu schreiben und kollektive Erinnerungen zu prägen. Auch es wurde strategisch eingesetzt, um eine Gemeinschaft zu konstruieren und dieser Legitimität zuzuschreiben.²⁹ Um Merkmale für eine gemeinschaftsstiftende Identität auszuweisen, wurde das kulturelle Erbe zu einem Schlagwort nationalen kulturpolitischen Handelns.³⁰

Diese Flexibilität der Interpretation des kulturellen Erbes begründet dessen Bedeutungszunahme und Instrumentalisierung im Zuge der Nationenbildung. Es fungierte als Projektionsfläche bei der „Erfindung“, also der Identifizierung, Konstruktion und Stabilisierung der nationalen Kultur. Mit der Hervorhebung des nationalen Erbes sollte die eigene Nation abgegrenzt werden von dem vermeintlich Anderen. Neben einer gemeinsamen ethnischen Herkunft und Geschichte verbanden die Kultur und das dazugehörige Erbe die Bürger. Mit dem Kulturerbe sollte ein Gefühl von Stolz auf die eigene Nation, die Vergangenheit und das Überlieferte verbunden werden. Konkurrierendes regionales oder von Minderheiten anerkanntes Erbe wurde dabei entweder vereinnahmt oder dispensiert.³¹ Das Kulturerbe wurde als ein Teil der Legitimationsgrundlage geschaffen und hervorgehoben, um Nationen eine eigene Identität zuzuschreiben und ihren Anspruch auf Abgrenzung und politische Außengeltung zu festigen, wie

²⁴ Vgl. Weigel, Jussen u. a. 2005: 14. Auch die Etablierung des Denkmal- und Heimatschutzes und entsprechender Vereine war Teil dieses Prozesses.

²⁵ Da Erinnerungen an Raum geknüpft sind, wurden die Orte symbolisch aufgeladen Vgl. Saretzki 2010: 237f.

²⁶ Hall 2005: 23f.

²⁷ Hall 2005: 25.

²⁸ Vgl. Hobsbawm u. Ranger 1983.

²⁹ Vgl. Weigel, Jussen u. a. 2005: 14.

³⁰ Auch in der Kulturpolitik der Nationalsozialisten spielte das kulturelle Erbe eine Rolle. Es wurde ideologisiert, mit Konzepten des Völkischen verbunden und als Instrument der Volksbildung genutzt. Vgl. Lipp 1999: 156f.

³¹ Tunbridge und Ashworth nutzen den Begriff „dissonant heritage“, um die Vereinnahmung oder Enterbung eines Kulturerbes durch einen Teil der Gesellschaft zu umschreiben. Vgl. Tunbridge u. Ashworth 1996: 21.

die irische Kulturwissenschaftlerin Máiréad Nic Craith formuliert: „From a state perspective, heritage was an important tool in engendering a homogeneous ‚national‘ identity. ‚Nationalism‘ and a representation of the past designated as ‚national heritage‘ developed synchronously as the ‚nation‘ was asserted over communities defined by other spatial scales or social relationships“.³²

Bei der Betrachtung dessen, was der Begriff Heritage in anderen Sprachen bedeutet, etwa im Spanischen, Italienischen, Polnischen oder Französischen, fällt auf, dass mit der Begrifflichkeit noch immer die Bedeutung als nationales Erbe transportiert wird.³³ Auch wenn seit der Mitte des 19. Jahrhunderts ein Austausch über die Definition und den Umgang mit kulturellem Erbe stattfindet, sind in den Ländern konzeptionelle Unterschiede bestehen geblieben, die sich bis in die Gegenwart auf zuständige Institutionen, deren Aufgaben und Aktivitäten auswirken. Auch Nic Craith führt aus, dass Heritage in verschiedenen Sprachen unterschiedlich definiert und gedeutet wird. Ergänzend fügt sie an, dass das Erbe oft mit einer Bedeutung für die Nation in Verbindung gebracht wird, „which in Western contexts is usually portrayed as the epitome of modern civilization.“³⁴

2.2 Kulturerbe als weltweites Konzept – das Verständnis der UNESCO im Wandel

Wenn auch zahlreiche kulturelle, nationale, regionale sowie situativ unterschiedliche Auslegungen, Zugänge und Reinterpretationen des Erbekonzepts ausgehandelt werden können, wird die internationale öffentliche und politische Diskussion über das kulturelle Erbe vor allem von der international agierenden UNESCO selbst und im Kontext des 1972 etablierten UNESCO-Welterbekonzepts geführt.³⁵ Mit der Etablierung dieser Organisation wurde die öffentliche Vorstellung von Kulturerbe stark beeinflusst und die Identifizierung, die Erhaltung und der Schutz besonderer kultureller und natürlicher Elemente auf institutioneller Ebene mit international ausgerichtetem Fokus verfestigt. Die UNESCO übernimmt bei der Ausarbeitung von internationalen Rechtsinstrumenten, wie völkerrechtlichen Übereinkommen, Empfehlungen und Erklärungen, die führende Rolle, um einen weltweiten Schutz von kulturellem und natürlichem Erbe zu bewirken. So lassen sich die UNESCO und ihre offiziellen Beratungsorganisationen im Welterbeschutz als wichtige globale Normgeber verstehen. Nicht selten orientieren sich nationale

³² Nic Craith 2007: 9.

³³ Vgl. Swenson 2007.

³⁴ Nic Craith 2007: 4; vgl. auch Nic Craith 2007: 1.

³⁵ Eine Übersicht über in Deutschland ausgezeichnete Kulturgüter und den Umgang damit unter: Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien; Deutsches Zentrum Kulturgutverluste 2015. Zudem existiert das Europäische Kulturerbe-Siegel: European Commission 2016; zur Geschichte der UNESCO vgl. Strasser 2005; Albert 2015.

Gesetzgebungen bezüglich des Kulturerbes an den Empfehlungen und Konzepten der UNESCO.³⁶

Wie die verschiedenen Konventionen, aber auch die Abwandlungen der UNESCO-Guidelines zeigen, sind die Konzepte dabei dynamisch und keineswegs feststehend. Der inhaltliche bzw. thematische Rahmen des Welterbes hängt unbestritten vom zugrunde liegenden Kulturkonzept ab.³⁷ Deswegen ist es problematisch, eine internationale einheitliche Definition zu geben. Jede Nation kann ein eigenes Erbe- und Kulturverständnis aufweisen und dementsprechend andere Gründe haben, etwas als gemeinsames Erbe zu erklären.³⁸

Ebenso hat sich das Verständnis von Kultur und kulturellem Erbe gewandelt. Das klassische Konzept von Kulturerbe, das von der Einführung des Begriffs Ende des 18. Jahrhunderts mehr oder weniger bis zur UNESCO-Konvention von 1972 galt, ging aus von Kunstdenkmälern, Monumenten und Baudenkmalen. Es war materiell, statisch und weitgehend ästhetisch oder künstlerisch determiniert sowie mit der prestigeträchtigen „Hochkultur“ assoziiert.³⁹ Zudem wurden diese Kulturgüter meist nach ihrem Alter klassifiziert. Auch in Artikel 1 der Welterbekonvention von 1972 wird das Kulturerbe über materielle Denkmäler, Gebäudegruppen und Stätten definiert, die aus geschichtlichen, wissenschaftlichen, künstlerischen, ästhetischen, ethnologischen oder anthropologischen Gründen von *außergewöhnlich universellem Wert* (Outstanding Universal Value, OUV) sind. Neben dem Kulturerbe wird in der Konvention definiert, inwiefern auch natürliches Erbe zum Welterbe erklärt werden kann. In Artikel 2 werden darunter Naturgebilde, geologische, physiografische oder biologische Erscheinungsformen oder Naturstätten aufgezählt, die aus physikalischen, ästhetischen, wissenschaftlichen oder erhaltungswürdigen Gründen von *überragendem Wert* sind.⁴⁰ Dessen ungeachtet wurden zu Beginn der Umsetzung des Welterbekonzepts in der Bundesrepublik vorwiegend sakrale Einzeldenkmäler, Schlösser und Parkanlagen für die Aufnahme in die Liste vorgeschlagen.⁴¹ Anhand der Nominierungen lassen sich allerdings Entwicklungsprozesse und ein sich wandelndes Denkmalpflege- und Kulturverständnis ablesen.

Auf der Weltkulturkonferenz in Mexiko 1982 wurde der Kulturbegriff überarbeitet und im Zuge eines *policy turns* zu einem offenen Konzept erweitert. Der Schlussbericht der internationalen Konferenz zur Kulturpolitik schreibt eine für die Vereinten Nationen und ihre Sonderorganisationen offizielle und verbindliche Definition von Kultur vor, nach der Kultur „in ihrem

³⁶ Vgl. Blake 2002: 12. In Anlehnung an Prott 1998: 227–228.

³⁷ Vgl. Schneider 2005b: 4; Meyer-Rath 2007: 150.

³⁸ Vgl. dazu: Eriksen 2001: 128.

³⁹ Vgl. Nic Craith 2007: 2.

⁴⁰ Vgl. DUK 1977; UNESCO 1972a; auch wenn zu dem Welterbe der UNESCO das Kultur- und Naturerbe zählt, liegt der Fokus dieser Arbeit auf dem Kulturerbe, da das Obere Mittelrheintal zu dieser Kategorie zählt.

⁴¹ Vgl. DUK 2016a.

weitesten Sinne als die Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte angesehen werden [kann], die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen. Dies schließt nicht nur Kunst und Literatur ein, sondern auch Lebensformen, die Grundrechte des Menschen, Wertesysteme, Traditionen und Glaubensrichtungen.“⁴² Diese Wandlung des Kulturverständnisses ist gemein als *cultural turn* geläufig: Kultur ist überall. Die UNESCO sieht Kultur demnach sowohl als künstlerische Betätigung sowie handelbare Ware als auch als „way of life“ und identitätsstiftende, dynamische Komponente der Entwicklung und der Wirtschaft an.⁴³ Damit stellt die Kultur-Definition der UNESCO eine deutliche Parallele zum kulturanthropologischen Kulturbegriff dar, der – auch wenn es schwer ist, diesem komplexen Begriff eine generalisierende Definition zuzuschreiben – häufig auf der Definition des britischen Ethnologen Edward B. Tylor beruht. In seinem Buch „Primitive Culture“ von 1871 beschreibt Tylor Kultur im weitesten ethnografischen Sinne bereits als „jenes komplexe Ganze, welches Wissen, Glaube, Kunst, Moral, Recht, Sitte und Brauch und alle anderen Fähigkeiten und Gewohnheiten einschließt, welche der Mensch als Mitglied der Gesellschaft erworben hat“.⁴⁴

Mit der Erweiterung des Kulturkonzepts zu einem kulturanthropologischen Verständnis änderte sich der inhaltliche und thematische Zugang zum kulturellen Erbe. Die Trennung, zwischen der prestigeträchtigen „Hochkultur“ und dem Rest (dem Banalen, dem Alltäglichen und Funktionalen) zu unterscheiden, wurde aufgehoben. Kultur, als ein dynamischer Prozess, umfasst vielmehr alle Ausdrucksformen und Fähigkeiten des Menschen, mit denen er seine Umwelt aktiv zur Befriedigung seiner Bedürfnisse gestaltet.

Fortan bezog die UNESCO z. B. auch das industrielle und bauliche Erbe der Spätmoderne ein, um ein Verständnis für die Gesellschaft des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts, deren Bedeutungs- und Orientierungssysteme, zu entwickeln. Das Alter, ab dem Dinge, Orte und Praktiken gesellschaftlich als Erbe akzeptiert und anerkannt werden, ist also „geringer“ geworden oder wie die amerikanische Kulturwissenschaftlerin Barbara Kirshenblatt-Gimblett es ausdrückt, die „Heritage Clock“ läuft schneller und nähert sich der Gegenwart.⁴⁵ Regina Bendix spricht dementsprechend von einer „temporale[n] Verdichtung im Kulturerbeprozess“.⁴⁶

⁴² DUK 1982.

⁴³ Vgl. DUK 2002a.

⁴⁴ Tylor 1871: 1. zit. n. Kohl 1993: 130. An dieser Definition kann kritisiert werden, dass sie z. B. nicht deutlich macht, dass innerhalb der Kulturen selbst dynamische Prozesse stattfinden und es zu Brüchen und Konflikten von Moderne und Tradition, von Eliten und Benachteiligten kommen kann und Kultur nicht immer das einigende und prägende Element ist. Vgl. Vivaldo 1981: 51.

⁴⁵ Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 59.

⁴⁶ Bendix 2007: 342f.

Das offene Kulturverständnis und die Praxis der Welterbeverwaltung sollen keiner elitären Leitidee folgen, sondern auf den gleichberechtigten Dialog hinweisen und die Interessen und den Wirklichkeitsbezug aller Mitglieder berücksichtigen. Dem Kulturrelativismus entsprechend soll jede Kultur als gleichwertig betrachtet werden, da kulturelle Freiheit und Identität nicht nur wichtig für die menschliche Entwicklung sind, sondern auch für die Würde des Menschen, gegenseitiges Verständnis und die Verhinderung kulturell-ethnischer Konflikte. Diese Auffassung verdeutlicht, wie die internationale Zusammenarbeit im Bereich Kultur die Gründungsidee der UNESCO unterstützt und zur Wahrung des Friedens beitragen soll.⁴⁷ Auch wenn die UNESCO sich darum bemüht, in ihren Konventionen global gültige Definitionen für das Welterbe festzulegen, hat sie mit der Erweiterung des Kulturverständnisses betont, dass z. B. je nach nationaler Perspektive und Zeit unterschiedlicher Konsens darüber bestehen kann, was als Kulturerbe anerkannt und bewahrt wird. Der jeweilige Wert und die Bedeutung müssen abhängig davon dynamisch betrachtet und beurteilt werden.

Diese Anerkennung der Gleichwertigkeit wurde zuvor bezweifelt, da die räumlich unproportionale Verteilung der Welterbestätten darauf schließen ließ, dass die nominierten Stätten einem eurozentrischen Kulturverständnis unterlagen.⁴⁸ Ein Blick auf die Welterbeliste zeigt z. B., dass sich die Mehrzahl der Stätten in politisch einflussreichen Ländern befindet und in erster Linie westliche Länder Stätten nominierten. Die größte Zahl von Eintragungen vereinigen Italien und Spanien, gefolgt von China, Deutschland und Frankreich.⁴⁹ Für die arabischen Länder und das subsaharische Afrika sind die wenigsten Objekte in der UNESCO-Liste verzeichnet. Neben der unterschiedlichen Auffassung, was unter Welterbe zu verstehen ist, ist ein Grund für diese Unterrepräsentation, dass einige der Staaten nicht die finanziellen Ressourcen haben, Bewerbungsdossiers zu verfassen. Die konzeptionellen Ansprüche an die Nominierung und der mit der Einschreibung verbundene finanzielle Folgeaufwand in Form von Schutz- und Managementmaßnahmen sowie langjährigen, finanziell aufwendigen Dokumentationen können explizite Gründe gegen eine Antragstellung sein. Da mit der Anerkennung keine finanziellen Zuwendungen verbunden sind, müssen die Staaten entsprechende Erhaltungsmaßnahmen eigenständig finanzieren. Nur in Ausnahmefällen bietet die UNESCO Unterstützung aus dem Welterbefond an.⁵⁰

Das Ungleichgewicht hat die UNESCO ab den 1990er-Jahren zu weiteren Modifikationen des Kulturerbeverständnisses, der theoretisch-methodischen Grundlagen, der Kriterien und der

⁴⁷ Vgl. zur Gründung der UNESCO: DUK o. J.a; Inwieweit immaterielles Kulturerbe zum Frieden beitragen kann, untersuchte die Ethnologin Birgit Bräuchler. Vgl. Bräuchler 2011.

⁴⁸ Vgl. Strasser 2007: 111; Albert u. Ringbeck 2015: 6.

⁴⁹ Vgl. DUK 2016c.

⁵⁰ Vgl. DUK o. J.b.

Vorgehensweise für die Auswahl und die Einschreibungspraxis eines Erbes bewegt. Ziel war es, dem Vorwurf des Eurozentrismus zu begegnen und einen international anerkannten Kulturerbebegriff und damit eine international gleichmäßigere Verteilung und Akzeptanz von Welt-erbestätten zu erreichen.⁵¹ Anstöße, kulturelle Objektivationen und Praktiken zu schützen, deren Wert und Bedeutung sich nach anderen Vorstellungen von Kultur ermitteln, kamen häufig von außerhalb Europas.

1994 verabschiedete das Welterbekomitee die „Global Strategy for a Balanced, Representative and Credible World Heritage List“.⁵² Zudem wurden 1994 mit dem „Nara Document on Authenticity“ die Authentizitätsstandards geweitet, da unterschiedliche Auffassungen von Echtheit existieren. So kann eine Stätte für ihren Erhalt z. B. bedingt durch Witterungseinflüsse erneuert werden und dennoch glaubwürdige und verlässliche Aussagen über ursprüngliche Merkmale, Form, Material, Bauweise, Funktion etc. treffen. Auf der 12. Generalversammlung der Welterbekonvention im Oktober 1999 wurde eine weitere Resolution zur Steigerung der Repräsentativität der Welterbeliste – „which should reflect the diversity of all cultures and ecosystems of all regions“⁵³ – verabschiedet. Noch stärker sollte die „Anwendung eines weiten, ethnologisch-anthropologischen Kulturbegriffs“ berücksichtigt werden.⁵⁴ Eine Öffnung hin zur Alltagskultur und zu stärker konzeptgeleiteten Nominierungen sollte bislang unterrepräsentierten Kontinenten und Stätten neue Möglichkeiten gewähren. Zudem hat die UNESCO in ihrem 2004 veröffentlichten Aktionsplan „Filling the Gap“ dazu aufgefordert, Stätten zu benennen, die auch für die Ambivalenzen des Erbes der Menschheit stehen.⁵⁵ Dementsprechend waren zuvor bereits Hiroshima (1996) und Auschwitz (1979) in die Liste aufgenommen worden, da die mit diesen Orten verbundenen traumatischen Ereignisse von außerordentlicher universaler Bedeutung sind und „die Vergangenheit nicht einfach vergangen ist, sondern eine zentrale Resource für die Konstruktion individueller und kollektiver Identität darstellt“.⁵⁶

Neben dem Vorwurf des Eurozentrismus wurde seit den 1980er-Jahren das Ungleichgewicht zwischen Kultur- und Naturerbe kritisiert. Mehr als drei Viertel der in der Liste eingetragenen Objekte und Stätten sind dem Kulturerbe zugeordnet, obwohl bei der Erstellung der Welterbekonvention die Ernennung von Natur- und Kulturerbe in etwa gleichem Umfang erwartet

⁵¹ Dass der Nominierungsprozess und die konzeptionellen Ansprüche weiter verschärft wurden, um z. B. auf die Kritik der willkürlichen Definition der Kriterien einzugehen, zeigt auch die zunehmende Seitenzahl in den revidierten Durchführungsrichtlinien. So stellt das Zusammenstellen der Unterlagen, wie am Bsp. des Oberen Mittelrheintals deutlich wird, ein mehrjähriges, kostenintensives Vorgehen dar. Vgl. Bernecker 2005: 8ff; Braun 2007: 41–51.

⁵² Siehe: UNESCO 2009. Da die deutschen Übersetzungen von Übereinkommen, Empfehlungen und Erklärungen der UNESCO keine Rechtsgültigkeit besitzen, wird im Folgenden der englische Originaltitel angegeben.

⁵³ WHC 1999.

⁵⁴ Schneider 2005b: 5.

⁵⁵ Vgl. ICOMOS 2004; siehe auch Prigge 2003.

⁵⁶ Assmann o. J.

wurde. Mit der Resolution von 2004 sollten häufig in der Welterbeliste vertretene Staaten daher zudem prüfen, ob neu vorgeschlagene Güter wirklich einzigartig sind und dem Übergewicht von Herrschaftsorten, religiösen (christlichen) Stätten und historischen Altstädten entgegentreten.

Ein weiterer Schritt, komplexeren Stätten sowie Stätten indigener Kulturen, die bislang kaum vertreten waren, die Möglichkeit einer Nominierung zu bieten, war 1992 die Neukonzeptionierung der Kulturlandschaften.⁵⁷ Damit einher ging die Erkenntnis, dass ein umfassender Blick auf das Verhältnis zwischen Mensch, Kultur und Natur nur unter der Betrachtung der Wechselbeziehung zwischen Mensch und Raum geschehen kann – dem weiten Kulturbegriff entsprechend. Diese Vorstellung von Raum gleicht der Definition von Handlungsraum nach dem französischen Soziologen Pierre Bourdieu, da es hier ebenso um die soziale Aneignung eines physischen Raums geht, in den sich soziale Prozesse einschreiben.⁵⁸ Eine klare Trennung der Kategorien Kulturlandschaft und Naturerbe scheint dabei nicht immer nachvollziehbar, da auch die Natur eine soziale Konstruktion darstellt, von der der Mensch Teil ist. Jedoch sind die Kulturlandschaften genauer definiert. Die UNESCO teilt die Kulturlandschaften in drei Kategorien: 1. von Menschen künstlerisch gestaltete Park- und Gartenanlagen, 2. organisch, aus klimatischen, sozialen, ökonomischen, administrativen Notwendigkeiten heraus entwickelte Landschaften, wobei diese unterteilt werden in Relikt- und fortbestehende Kulturlandschaften und 3. assoziative Landschaften, mit religiöser, spiritueller oder künstlerischer Verbindung, womit besonders „indigene Völker und autochthone Kulturen“ angesprochen werden sollen.⁵⁹

Indem die Kulturlandschaften in *Relikt-* und *Fortbestehende Kulturlandschaften* unterteilt sind, ist auch eine – an bestimmte Auflagen geknüpfte – Möglichkeit vorgesehen, Spannungen zwischen Entwicklung und Schutz zu begegnen. Eine fortbestehende Kulturlandschaft im Verständnis der Welterbekonvention ist eine organisch, durch Anpassung an die natürliche Umgebung entstandene Landschaft, welche den Prozess ihrer Entwicklung in ihrer Form und der sie bildenden Elemente überliefert. Ihre Entwicklung wird als nicht abgeschlossen angesehen. Die eindeutigen materiellen Zeugnisse, die die historische Entwicklung der Kulturlandschaft überliefern, dürfen aber durch die Weiterentwicklung nicht gefährdet werden.

Da die Anzahl der Stätten auf der Liste – auch durch die konzeptuelle Expansion – kontinuierlich wächst, wurde im Jahr 2000 die Anzahl der Neuaufnahmen beschränkt. Auf der Jahrestagung in Cairns betonte das Welterbekomitee, dass unterrepräsentierte Staaten und das Naturerbe bevorzugt werden sollen. Zudem sollten internationale Projekte und serielle

⁵⁷ Vgl. Harrison 2013: 115.

⁵⁸ Vgl. Bourdieu 1991: 9f.

⁵⁹ Rössler 2009: 114f.

Nominierungen aus vielen Einzelstätten anerkannt werden, die funktionell zusammengehören oder den gleichen Schöpfer haben.⁶⁰ Auf vielfaches Drängen wurde die ursprünglich avisierte Quote von einer Neunominierung pro Land wieder ausgeweitet, erst auf je eine Nominierung im Kultur- und Naturbereich und dann auf zwei Nominierungen gleich welcher Art.⁶¹

Die Bundesrepublik schöpft dieses jährliche Kontingent möglichst aus, zugunsten der Bundesländer mit weniger Eintragungen. Jedoch sah man ein, dass historische Kulturdenkmäler, wie Innenstädte und Sakralbauten in Deutschland, überrepräsentiert sind.⁶² Zum Teil wurden die Anträge daher umgedeutet. So sollte in Dresden anfangs nur die Elbfront mit Theaterplatz, Zwinger, Oper, Schloss, Hofkirche, den Brühlischen Terrassen und der Frauenkirche nominiert werden. Mit Einführung der neuen Kategorie wurde der Antrag zur Eintragung der Kulturlandschaft Dresdner Elbfront umgeschrieben.⁶³ Auch die Bevorzugung transnationaler Stätten kommt Deutschland sowie auch anderen europäischen Ländern mit ihren vielen Nachbarstaaten und Kooperationserfahrungen zugute. Nach wie vor beherbergt Europa fast die Hälfte aller Welterbestätten und nur wenige Staaten wie China, Japan, Südkorea, Mexiko und Iran halten mit dem Nominierungstempo der führenden westeuropäischen Länder stand.

Im Jahr 2001 wurde die „Universal Declaration on Cultural Diversity“ verabschiedet, deren Erhaltung eines der wichtigsten Anliegen der UNESCO ist.⁶⁴ Darin heißt es, „dass Kultur im Mittelpunkt aktueller Debatten über Identität, sozialen Zusammenhalt und die wirtschaftliche Entwicklung einer Wissensgesellschaft steht“ und „dass Respekt vor der Vielfalt der Kulturen, Toleranz, Dialog und Zusammenarbeit in einem Klima gegenseitigen Vertrauens und Verständnisses zu den besten Garanten für internationalen Frieden und Sicherheit gehören“.⁶⁵ In Bezug auf das Welterbe wurden diese Gedanken in der Anerkennung von *immateriellem Kulturgut* weitergeführt. Vor dem Hintergrund von Globalisierungs- und Kommerzialisierungsprozessen, technischen Innovationen und sozialen Umbrüchen fokussierte sich die UNESCO zunehmend auf lebendige, kulturelle Praktiken und mündlich überlieferte traditionelle Wissensbestände, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen.⁶⁶ Dabei geht es ihr um die Fragen, welche Bedeutung und Gefährdung immaterielle Kulturelemente durch die gegenwärtigen

⁶⁰ Vgl. WHC 2003; WHC 2000.

⁶¹ Vgl. Brumann 2011: 33.

⁶² Vgl. Hotz 2004: 169. Zur Nominierungspraxis in der BRD siehe: Grynow 2008.

⁶³ Im Juni 2009 wurde der Welterbetitel aberkannt. Vgl. dazu: Jackenkroll 2008; Friedreich 2009.

⁶⁴ Siehe: UNESCO 2001. 2005 verabschiedete die UNESCO-Generalkonferenz zudem die „Konvention über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen“. Sie soll das Recht auf eine eigenständige Kulturpolitik der Vertragsstaaten garantieren und zur Intensivierung globaler Kulturkooperation beitragen. Der im Dezember 2015 veröffentlichte Bericht der DUK weist darauf hin, dass trotz zahlreicher Fortschritte weiterhin erhebliche Defizite bei der Umsetzung der Konvention bestehen. Siehe: DUK 2015.

⁶⁵ DUK 2002a.

⁶⁶ Vgl. Fabrizio 1997: 6; Albert 2002; Schneider 2005b.

Einflüsse erfahren, ob sie geschützt werden können und sollten sowie welche Folgen ein Schutz hätte.

Die Konzeption und die Maßnahmen zum Schutz dieses immateriellen Kulturerbes wurden 2003 im Rahmen der 32. UNESCO Generalkonferenz in der „Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage“ festgehalten. Sie soll sowohl zum Erhalt immaterieller Kultur beitragen als auch deren Achtung gewährleisten und das Bewusstsein für deren Bedeutung und gegenseitige Wertschätzung auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene fördern.⁶⁷ Nachdem es von 30 Staaten ratifiziert wurde, trat das Übereinkommen als erstes multinationales Instrument zum Schutz gelebter Kultur und kollektiven Wissens am 20. April 2006 in Kraft.⁶⁸ Mit dieser rechtsverbindlichen Konvention wurden Nationalstaaten und Gesellschaften offiziell zur aktiven Bewahrung immateriellen Kulturerbes aufgefordert und das weltweite Kulturverständnis ausgebaut.

Die Reaktionen auf die Konvention und die Auswirkungen der Ernennung immaterieller Kultur fielen unterschiedlich aus. Für die Deutsche UNESCO-Kommission sprach z. B. die schwierige definitorische Fassbarkeit des Begriffs „Immaterielles Kulturerbe“ vorerst gegen eine Ratifizierung. Die Überbetonung des Schutzes und die Gefahr der Musealisierung, Folklorisierung und Kommerzialisierung anstelle der kontinuierlichen Bewahrung und authentischen Weiterentwicklung können als weitere Gründe gegen den Beitritt genannt werden. Hinzu kamen politische und rechtliche Bedenken am Nominierungsprozess und der späteren Administration, beispielsweise bedingt durch eine teilweise schwer ermittelbare Urheberschaft. Auch Erinnerungen an die Instrumentalisierung der Volkskultur durch den Nationalsozialismus führten vorerst zu einer Distanzierung.⁶⁹ Erst 2013 ratifizierte Deutschland das Abkommen.

Im Mai 2016 waren 391 „Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity“ in die repräsentative Liste aufgenommen.⁷⁰ In ihr werden traditionelle, funktionale, alltagskulturelle und lokale Elemente gelebter Kultur weltweit zu „Meisterwerken“ ernannt, die nach dem Generalsekretär der UNESCO „das Gedächtnis [der] lebendigen Kultur“ eines Volkes darstellen. Als Quelle kulturellen Schaffens soll es für künftige Generationen erhalten bleiben. Diese sollen die Möglichkeit haben, in Auseinandersetzung mit ihrer Umwelt und ihrer Geschichte, von dem Kulturerbe zu lernen, um so zur Bewahrung der kulturellen Vielfalt beitragen zu können.⁷¹

⁶⁷ Die Konvention baut auf die 1997 eingeleitete „Proklamation der Meisterwerke des mündlich überlieferten und immateriellen Erbes der Menschheit“ auf. Zur Definition des immateriellen Erbes siehe: Artikel 2, Abs. 1. des Übereinkommens zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes: DUK 2003.

⁶⁸ Auch vom Europarat wurde in diesem Kontext eine neue Rahmenkonvention erlassen, um auf immaterielles Kulturerbe einzugehen. Siehe: Europarat 2005.

⁶⁹ Vgl. DUK 2007a.

⁷⁰ Siehe: UNESCO ICH 2016; zur deutschen Liste vgl. DUK 2016b.

⁷¹ Matsuura 2002.

Dabei soll das immaterielle Kulturerbe ebenso wie das materielle als Identitätsstifter und kollektives Gedächtnis wirken. Gerade in Zeiten eines weltweiten sozialen Umbruchs soll es Halt, ein Zugehörigkeitsgefühl, Orientierung und Ordnung bieten. Der Sozialanthropologe Peter Nas schreibt: „UNESCO is addressing a more profound problem, namely, the search for identity in a changing world, where many communities are uprooted and searching for new certainties and worldviews“.⁷² Die Aufgabe traditioneller Werte, beispielsweise in Bezug auf Religion und Familie, könne zu kultureller Entwurzelung und dem Verlust des Anschlusses an die eigene Gesellschaft führen. Auch um dieser Entwicklung zu begegnen, ist den Mitgliedstaaten der UNESCO viel daran gelegen, regionale Kulturerscheinungen zu erhalten und das regionale Selbstverständnis im Bewusstsein der Bevölkerung aufzuwerten. Der niederländische Kulturanthropologe Henri Claessen ist sogar der Auffassung, die Stärkung der lokalen Identität durch das Hervorheben ihrer Traditionen sei der wahre Wert der Initiative: „All over the world people are looking for their own place, their niche, their own identity. They apparently have the need to distinguish their group, their town, their nation, from all others. What could be more appropriate and harmless than selecting oral, intangible phenomena as markers?“⁷³ Dass auch andere Motive und Bedeutungen hinter einer Benennung von immateriellem Kulturerbe stehen können, wird im Folgenden ausgeführt.

In Anlehnung an die Deutsche UNESCO-Kommission kann infrage gestellt werden, ob durch die „Schutzbemühungen“ des lebendigen immateriellen Kulturerbes nicht die Gefahr besteht, dass dessen natürlicher Wandlungsprozess gehemmt wird und es zu einer Art Folklorisierung und Festschreibung dieses Erbes kommt bzw. zu einer künstlich veränderten Kontinuität. Jedoch kann die mit dem Titel verbundene Aufmerksamkeit auch vor dem Vergessen bewahren. Zudem können die Beteiligten, indem sie als reflektierende Akteure handeln, den Fortgang mitbestimmen. Politisierungen und Kommerzialisierungen werden dennoch als potenzielle Probleme in diesem Zusammenhang gesehen, was in der kulturwissenschaftlichen Forschung im Rahmen der sogenannten „Heritage-Kritik“ diskutiert wird (s. Kap. 3.2). Markus Tauschek bemerkt in deren Fortführung, dass der Kulturbegriff der UNESCO überholt sei, weil er politische und ökonomische Aspekte ausklammere.⁷⁴ So ist davon auszugehen, dass das Kulturerbeverständnis auch künftig Erweiterungen und Modifikationen erfahren wird. Hierin liegt sogar eine Notwendigkeit, da das Welterbekonzept nur in einem fortlaufenden Prozess des Wandels in Form von kontinuierlich diskursiven Aushandlungsprozessen seinen Sinn erhalten und seine zukünftige Bedeutung sicherstellen kann. Dies wird deutlich in den zahlreichen und teils

⁷² Nas 2002: 142.

⁷³ Kommentar von Claessen 2002: 144.

⁷⁴ Vgl. Tauschek 2009a: 447.

signifikanten Modifikationen und Ergänzungen, welche die UNESCO-Welterbe-Definition in den vergangenen Dekaden durchlaufen hat. Das Konzept ist dynamisch und abhängig von gesellschaftlichen Werten und Interessen, sodass auch immer neue Dinge, Orte oder Konzepte als Kulturerbe erklärt werden können.

2.3 Bedeutung des Kultur- und Welterbes in der Gegenwart

Die Expansion der Welterbebenennungen und die damit verbundene öffentliche Darstellung wirken sich auf das gegenwärtige Verständnis, die Bedeutung sowie die Gestaltung von Kulturerbe aus. Im Folgenden soll auf verschiedene Funktionen, welche die Benennung als Welterbe derzeit erfüllt, eingegangen werden.

2.3.1 Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart

Die Tatsache, dass die Thematisierung und Ernennung von Kultur- bzw. Welterbe in jüngster Zeit stark zugenommen haben, ist durch mehrere soziokulturelle Gründe bedingt.⁷⁵ Einer davon ist die *Gedächtniskonjunktur* oder – zugespitzt formuliert – die Geschichtsbesessenheit, der Bewahrungsenthusiasmus und der Konservierungstrend als Gegenbewegung in der schnelllebigen, globalisierten Spätmoderne.⁷⁶ Gegenwärtig scheint es zahlreichen Autoren zufolge „in“ zu sein, sich auf Vergangenes und überlieferte Werte zu berufen, Geschichte zu konservieren und zu konsumieren.

Seit den 1980er-Jahren fanden Veränderungen im kollektiven Umgang mit der Vergangenheit statt, wie in dem Zitat des Historikers Pierre Nora veranschaulicht wird: „[Es] ist, als wäre eine Flutwelle der Erinnerung über die Welt hereingebrochen und hätte überall eine enge Verbindung zwischen der – realen oder imaginären – Treue zur Vergangenheit und dem Zugehörigkeitsgefühl, dem Kollektivbewusstsein und dem individuellen Selbstgefühl, dem Gedächtnis und der Identität geschaffen.“⁷⁷ Dass diese Zuwendung zur Vergangenheit erst in der Spätmoderne auftritt, lässt sich damit erklären, dass nach den beiden Weltkriegen vorerst Modernität, Fortschritt und Entwicklung im Vordergrund standen. Anfang der 1980er-Jahre folgte u. a. im Zuge gesellschaftlicher Umwälzungen und daraus resultierender Diskurse über Identitäten und Selbstbilder eine Rückbesinnung auf die Bewahrung und Aufbereitung des Vergangenen. Im stärker werdenden Bewusstsein für kulturhistorische Fragen sowie dem Bedürfnis nach einer eigenen Verortung sieht der österreichische Kulturanthropologe Christoph Kirchengast die

⁷⁵ Die Erweiterung um immaterielle Kultur führte zu einer quantitativen Expansion der beantragten und verliehenen Welterbetitel und verlieh dem Welterbe national sowie international größeren gesellschaftlichen Einfluss.

⁷⁶ Nora 2002; vgl. auch Schneider 2005a: 37.

⁷⁷ Nora 2002:18.

Ursache für den „Heritage-Boom“ begründet.⁷⁸ Bernhard Tschofen folgert: „Was der Moderne die Tradition, scheint der späten Moderne das Welterbe zu sein.“⁷⁹ Der Trend kann dabei als die „für die spätmoderne Kulturproduktion typisch konstatierte Gleichzeitigkeit des historisch Ungleichzeitigen“ angesehen werden.⁸⁰ Der Tourismuswissenschaftler Karlheinz Wöhler erklärt dies folgendermaßen: „[I]n der kulturellen Erfahrung wird eine Teilhabe an diesen Ordnungen jenseits der alltäglichen Lebenswelt angeboten und auch gesucht, ohne dass die Differenz Vergangenheit/Gegenwart aufgehoben würde. Im diesseitigen Raum wird das Kulturerbe als etwas Außerordentliches erfahren, als etwas, das zeitübergreifend ist und damit eine Mächtigkeit besitzt, die außerhalb der menschlichen Beeinflussung liegt und dadurch offenbart, dass es angesichts alltagsgegenwärtiger Unordnungen und Unsicherheiten Dauerhaftigkeit für die Menschen gibt.“⁸¹

Dass ein Kulturerbe zum Welterbe ernannt wird, weil es nicht in Vergessenheit geraten, sondern erhalten werden soll, scheint evident. So definiert auch das UNESCO-Welterbezentrum Welterbe als „our legacy from the past, what we live with today, and what we pass on to future generations. Our cultural and natural heritage are both irreplaceable sources of life and inspiration.“⁸² Die Welterbeliste dient somit als Referenz und normative Orientierung dessen, was als besonders erhaltenswert zu betrachten ist. Dies impliziert eine Unterscheidung in Kulturerbe, welches mit der Aufnahme in die Liste einen besonderen Wert zugeschrieben bekommt, und solches von geringerer Geltung. Bei der Ernennung zum Erbe wird bewusst und aktiv ausgewählt, welcher Teil der Vergangenheit erhalten werden soll. Daran wird deutlich, dass das Bewahrenswerte immer eine Interpretation und Hervorhebung des Vergangenen darstellt, das aufgrund raum- und zeitspezifischer Absichten tradiert werden soll.⁸³ Der österreichische Historiker Ernst Langthaler beschreibt diesen aktiven Vorgang treffend mit „doing memory“.⁸⁴ Konstruiert, interpretiert und funktionalisiert werden die Erinnerungsmodi und Erinnerungsgegenstände dabei von bestimmten Interessensgruppen und Akteuren sowie gegenwärtigen Standpunkten und Motiven. Um eine Welterbeauszeichnung zu verstehen und zu deuten ist es daher wichtig, diese Hintergründe zu kennen.⁸⁵

Der Begriff Kulturerbe vermittelt die Vorstellung von etwas Authentischem, Ursprünglichem und Unverändertem. Doch Kulturerbe ist stets ein auf kollektiven Entschlüssen basierender,

⁷⁸ Kirchengast 2010: 308.

⁷⁹ Tschofen 2007: 23.

⁸⁰ Bendix, Hemme u. Tauschek 2007: 9.

⁸¹ Wöhler 2008: 47.

⁸² WHC 1992–2016.

⁸³ Vgl. Graham, Ashworth u. Tunbridge 2005: 29; Graham 2002: 1004.

⁸⁴ Langthaler 1999: 40.

⁸⁵ Luger u. Wöhler 2008b: 15.

nachträglich ausgehandelter Status, der Einfluss auf das Gut nimmt.⁸⁶ Gesellschaftlicher Wandel, soziopolitische, ökonomische und technologische Einflüsse verändern die kulturellen Gegebenheiten und den Blick darauf. Das kulturelle Erbe unterliegt einem gesellschaftlichen Prozess oder, in den Worten des französischen Soziologen Maurice Halbwachs, einem sozialen Rahmen.⁸⁷ Auch die Werte und Sinnzusammenhänge, die mittels des kulturellen Erbes gestiftet werden (sollen), sind immer vom gegenwärtigen, gesellschaftlichen, kulturellen und politischen Kontext abhängig.⁸⁸ Somit ist ein kulturelles Erbe nicht nur ein Produkt und Zeugnis der Vergangenheit, sondern auch der Gegenwart. Es enthält nicht nur Informationen und Aussagen über die Geschichte und die Zeit seiner Entstehung, sondern auch über den Zeitgeist und die Zeit, in der es als Kulturerbe benannt und mit neuer Bedeutung versehen wird. Was schließlich als Welterbe anerkannt wird, ist ebenso zeitspezifisch und muss daher auch aus der jeweiligen Zeit in anderem Kontext betrachtet werden. Der Nominierungsprozess sowie die Aufnahme in die Liste sind immer an die Gegenwart gebunden und einem zeitlichen Wandel unterworfen. Ebenso wie die UNESCO das Welterbe, definieren auch Gesellschaften ihr kulturelles Erbe kontinuierlich neu. Wöhler stellt daher fest, dass die Kulturerbepraktik ein System der Gegenwart ist, da sie entscheide, was, wie und warum hervorgehoben und erinnert wird. Ohne die Vergangenheit, aus der die Gegenwart auswählt, was zum Kulturerbe gehört und was nicht (mehr), könne es jedoch kein Kulturerbe geben.⁸⁹ Auch Kirshenblatt-Gimblett beschreibt kulturelles Erbe als eine kulturelle Produktion der Gegenwart, die jedoch auf Vergangenheit verweise. Die Auszeichnung füge dem Gut eine neue Existenzberechtigung und einen neuen Wert hinzu, den die Autorin jedoch selbst infrage stellt (vgl. Kap. 3.2).⁹⁰

Das kulturelle Erbe stammt somit aus der Vergangenheit, erlebt jedoch eine Neu- und Umwertung – eine Rekontextualisierung – angepasst an die Gegenwart. Mo(nu)mente werden neu präsentiert, wobei die Interpretation, Wahrnehmung und Aneignung gegenwärtigem Handeln entspricht. Tschofen beschreibt das kulturelle Erbe und die damit verbundene soziokulturelle Praxis als ein „System von Interaktionen“, welches das Erbe mit Bedeutung ausstattet und dadurch aktualisiert – sozusagen anschlussfähig macht.⁹¹ Der amerikanische Sozialanthropologe Michael Di Giovine bezeichnet solche Prozesse als „Heritage-scape“, einen Raum zwischen Geschichtskultur und gegenwärtigen sozialen Aushandlungen.⁹² Kirchengasts Aussage ergänzt dies: „Bei Kulturerbe handelt es sich vielmehr um ein Set soziokultureller,

⁸⁶ Vgl. Csáky u. Sommer 2005: 8.

⁸⁷ Vgl. Halbwachs 1985: 17, 360.

⁸⁸ Vgl. Francois u. Schulze 2001: 18; Harvey 2001: 325; Tunbridge 1994; Ashworth, Tunbridge u. Graham 2007.

⁸⁹ Vgl. Wöhler 2008.

⁹⁰ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 369–373.

⁹¹ Tschofen 2007: 26.

⁹² Vgl. Di Giovine 2009a.

diskursiver Hervorbringungsmechanismen und Aneignungsprozesse, um eine menschliche (Um)Deutung der physischen und/oder sozialen Welt.“⁹³ Mit dieser Aussage lehnt Kirchengast sich an die interdisziplinär forschende, australische Archäologin Laurajane Smith an, die Heritage als einen Diskurs begreift, „der Wissen und Wirklichkeit konstituiert, somit unser [...] Handeln prägt und infolgedessen auch Macht ausübt.“⁹⁴ Die Akteure, die ein kulturelles Erbe bzw. ein Welterbe benennen, schaffen einen bestimmten Zugang und eine Ordnung. Ihr Denken und Handeln verändert die Haltung, Wahrnehmung sowie Handlung Dritter gegenüber dem Erbe. Mit anderen Worten stilisiert die Auszeichnung die Objekte oder Traditionen und nimmt ihnen durch diese Hervorhebung ihre Selbstverständlichkeit. Somit lässt sich dies auch als ein „Prozess der Konstruktion oder Produktion von Kultur“ betrachten.⁹⁵ In besonderem Maße gilt das für die zusätzliche Auszeichnung eines kulturellen Erbes als Welterbe.

Da Kulturerbe immer neu und situationsspezifisch ausgehandelt werden kann, erfordern der soziokulturell entwickelte Prozess und die Praktiken in Zusammenhang mit der Identifikation, Herstellung und auch Instrumentalisierung des kulturellen Erbes eine kritische Untersuchung. Forciert durch die theoretischen Überlegungen von Kirshenblatt-Gimblett besteht wissenschaftlich Konsens darüber, dass das Etikett Kulturerbe nicht allein eine andere Sichtweise auf kulturelle Artefakte oder Praktiken ist, sondern Kulturerbe auch immer in einer „metakulturellen Operation“ aktiv hergestellt wird. So äußern Bendix et al. „Kulturerbe ist nicht – es wird gemacht“.⁹⁶ Bevor ein Kulturerbe existent wird, muss es von der Gesellschaft oder Institutionen auf nationaler bzw. internationaler Ebene als solches identifiziert, hervorgehoben und inszeniert werden. Die Praktiken und Prozesse um das Erbe sind aufgrund der Akteure in der Auswahl und der Pflege nie objektiv. Vielmehr sind sie implizit und explizit abhängig von den Intentionen, der Auswahl, Hervorhebung und Kreativität des Akteurs und des Betrachters.⁹⁷

Verschiedene Begriffe wurden kreiert, um den Prozess um das Machen, Herstellen und Konstruieren von Erbe zu beschreiben. Kirshenblatt-Gimblett bezeichnet diesen Prozess als *Heritagefication*. Wöhler schließt sich dem an, da sich „(Kultur-)Erbe machen“ zu sperrig anhöre.⁹⁸ Auf der Göttinger Tagung „Prädikat Heritage“ wurde der Arbeitsbegriff *Heritage-ifizierung* geprägt.⁹⁹ Kirchengast präferiert den Begriff *Heridifizierung*, von lat. *hereditas* (=das Erbe, die Erbschaft, das Erben), da sich das englische Wort bislang nicht durchgesetzt habe und zudem

⁹³ Kirchengast 2010: 304.

⁹⁴ Kirchengast 2010: 306; in Anlehnung an: Smith 2006.

⁹⁵ Schneider 2005b: 2. Schneider bezieht sich dabei auf: Kirshenblatt-Gimblett 1995: 369f.

⁹⁶ Bendix, Hemme u. Tauschek 2007: 8; Siehe auch Kirchengast 2010: 304; Smith 2006: 11.

⁹⁷ Kuutma 2009: 9.

⁹⁸ Wöhler 2008: 43.

⁹⁹ Vgl. Bendix, Hemme u. Tauschek 2007: 10.

von ihm als unhandlich angesehen wird.¹⁰⁰ Alle genannten Begrifflichkeiten sollen die Prozesshaftigkeit der Erbewertung und -präsentation ausdrücken. Das Suffix verdeutlicht die Dynamik in der Generierung von kulturellem Erbe und verweist mit der Aktivierung des Wortes zugleich auf die reflexiv handelnden Subjekte, die kulturelles Erbe produzieren, deuten und nutzen.¹⁰¹ In diesem Sinne findet der Begriff Heritage-ifizierung auch in der vorliegenden Arbeit Verwendung, um die Prozesse der Welterbewertung im Oberen Mittelrheintal zu beleuchten. Kritisch betrachtet werden muss dabei die Frage, wer entscheidet, was als wertvoll angesehen wird und zu welchem Zweck und wie bewahrt werden soll? Diese Frage ist nicht eindeutig zu beantworten, da solche Prozesse von unterschiedlichsten Akteuren in Gang gesetzt, befördert und gesteuert werden. Als *Heritage Professionals* bezeichnet Kirshenblatt-Gimblett die Verantwortlichen, die die Konzepte und Konstruktionen eines Erbes beeinflussen und die Diskurse und Metadiskurse bestimmen.¹⁰² Tauschek nutzt in Anlehnung an Gisela Welz den Begriff *Cultural Broker*.¹⁰³ Er bezeichnet damit die Akteure, die zum einen selbst aktiv an einem immateriellen Erbe beteiligt sind, zum anderen aber eine reflexive Haltung einnehmen, indem sie als Mittler zwischen Politikern, Wissenschaftlern und Experten agieren. In vielen Nationen gibt es zudem *Cultural Agencies*, die sich um die Aushandlungsprozesse und Inwertsetzung eines Erbes kümmern. Verschiedene Interessensgruppen, Institutionen und private Akteure mit unterschiedlichen Motiven und Positionen erklären Dinge und Praxen als kulturelles Erbe oder inszenieren es als solches. Sie bestimmen die Erinnerungsmodi und auch deren gegenwärtige und zukünftige Funktion je nach eigenen Interessen. Diese reichen von sozialen und politischen Anliegen bis hin zu individuellen oder kollektiven Zielsetzungen. Die Klärung und Definition des sozialen Rahmens, des Ortes und der Zeit des Prozesses sowie der Akteure im Rahmen der Kulturerbeernennung sind daher essenziell, um die Bedeutung des kulturellen Erbes und seiner Prädikatisierung nachzuvollziehen.

2.3.2 Identitätsstifter

Die Benennung eines Kulturerbes ist eine soziokulturelle Praxis, mit der Stätten bzw. Praktiken nicht nur bewahrt, sondern dem gegenwärtigen Zweck entsprechend performativ und diskursiv in Szene gesetzt werden. Indem ein kulturelles Erbe als soziale Objektivation bestimmte Denk- und Lebensformen symbolisiert und kulturelle Wissensbestände überliefert, kann es zur Basis

¹⁰⁰ Kirchengast 2010: 305. Im Unterschied zur Heridifizierung, dem konkrete Erbe-Machen auf der Mikro-Ebene, bezeichnet Kirchengast mit Heredisierung den globalen Trend kollektives Erbe zu benennen.

¹⁰¹ Vgl. Bendix, Hemme u. Tauschek 2007: 10.

¹⁰² Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 2004b: 1.

¹⁰³ Vgl. Tauschek 2010: 110, darin Welz 1996: 18.

einer gesellschaftlich verbindlichen Identifikation (erklärt) werden.¹⁰⁴ Auch das von der UNESCO auf internationaler Ebene ausgezeichnete Erbe dient schließlich nationalen und lokalen Identitätspolitikern. Dabei ist zu beachten, dass gesellschaftliche Normen und Werte gegenwärtig weniger verbindlich sind als in der Mitte des 18. Jahrhunderts.

Die Prädikatisierung verändert und beeinflusst die Perspektive der Menschen auf das Gut. Allein der Weg bis hin zu dem Moment, in dem etwas als Welterbe in die Liste der UNESCO aufgenommen wird, kann einen regionalen und nationalen Bewusstwerdungsprozess auslösen bzw. beeinflussen.¹⁰⁵ Eine Auseinandersetzung mit einem Welterbe findet – wenig überraschend – vor allem dort statt, wo es beheimatet ist. Wie eine überregionale Medienresonanz zeigt, kann die Antragstellung und Auszeichnung aber auch auf nationaler Ebene hohe Bedeutung erlangen. Nicht zuletzt deswegen ist die Zerstörung einzelner Erbestätten auch Ziel kriegerischer Auseinandersetzungen geworden. Die Brücke in Mostar, die Statuen von Bamyán in Afghanistan, die Grabstätten in Timbuktu oder die antike Wüstenstadt Palmyra in Syrien sind Beispiele hierfür. Indem aus ideologischen Motiven z. B. Verweise auf Teile der Kulturgeschichte ausgelöscht werden, sollen das kollektive Gedächtnis und die nationale Identität angegriffen werden. Die garantierte internationale Aufmerksamkeit kann ein weiterer Grund für die Zerstörungen sein.¹⁰⁶

Die Verleihung eines Welterbetitels kann nicht nur der ortsansässigen Bevölkerung, sondern auch einer nationalen Öffentlichkeit ein Gefühl von Stolz vermitteln. Da die Ernennung zum Welterbe meist mit einem positiven Ansehen behaftet ist, birgt sie Potenzial für ideologische Aufladung. Der Staat wird mit dem Welterbe identifiziert und dies wirkt sich nicht nur auf die außenpolitische Darstellung aus, sondern auch innenpolitisch zurück auf die Bewohner. Auf unterschiedlichen Ebenen werden die Konzeption des Welterbes, dessen Zuschreibungen und Repräsentationen genutzt, um über die Bedeutung Identifikation und ein kollektives Bewusstsein zu stiften (vgl. Kap. 8.2).

Diese politische Instrumentalisierung des Kulturerbes ist dabei nicht neu, wie die Ausführungen im Rahmen der Nationalstaatenbildung zeigen. Auch gegenwärtig soll die Stilisierung bestimmter Orte, Dinge oder Praktiken zum kulturellen Erbe einen territorialen Bezugspunkt schaffen und dazu beitragen, dass Menschen einem Raum Bedeutung beimessen. Die Betonung des gemeinsamen Erbes und der gemeinsamen Verantwortung soll das kollektive Bewusstsein im Sinne einer „Kulturgemeinschaft“ stärken.¹⁰⁷ Wöhler spricht in diesem Zusammenhang von

¹⁰⁴ Vgl. dazu auch Giddens 1996.

¹⁰⁵ Vgl. zur Bedeutungsaufladung die etwas durch die Adeligkeit als kulturelles Erbe erfährt auch: Pomian 1990.

¹⁰⁶ Zum Schutz kultureller Güter im Kriegsfall vgl. Strasser 2005: 53f.

¹⁰⁷ Vgl. zur Identität her- und darstellenden Performanz in der Denkmalkultur auch: Seidenspinner 2009: 99; Lipp 2005: 26.

einer „Sakralisierung von Räumen“. Er beschreibt damit, wie bei der Auseinandersetzung mit Kulturerbe eine temporäre identitätsstiftende Orientierung und Gemeinschaft erfahren werden kann. Das Kulturerbe steht als ein Symbol für etwas und ist bedeutungsvoll besetzt. Die Sakralisierung bzw. Aufbereitung für den Besucher objektiviere die dem Kulturerbe anhaftenden Emotionen und schaffe somit Bezugspunkte für eine individuelle und eine kollektive Identität. Diese fixierende Interpretation und Strukturierung koordiniert das Erinnern und kodifiziert das Erbe. Somit wird nicht das „Sich erinnern“ unterstützt, sondern besonders das „Erinnert werden“.¹⁰⁸

Jeder kann jedoch etwas anderes aus dem Welterbe lesen und es für individuelle Identifikationsprozesse und Handlungsräume nutzen. Die Deutungsmuster und Verarbeitungen des symbolischen Zuspruchs können unterschiedlich ausfallen. Eine Erbewertung kann durchaus auch eine Entfremdung zum Alltag bedingen. Nicht immer entspricht die Adellung den Interessen der lokalen Bevölkerung, sondern wird zum Teil als Entwicklungshindernis gesehen (vgl. Kap. 6.2). Um die globale Auszeichnung mit den lokalen Belangen in Einklang zu bringen und ein Bewusstsein für das Welterbe und dessen Schutz zu schaffen, wird von der UNESCO selbst der Einbezug der Bevölkerung und der Öffentlichkeit gefordert.¹⁰⁹

Meist haben die Stätten und Praktiken einen traditionsreichen Hintergrund, der für das regionale oder nationale Selbstverständnis von besonderer Bedeutung ist. Auch wenn der Umgang mit dem Erbe stets nach gegenwärtiger Wahrnehmung aktualisiert oder interpretiert werden kann, wird dem Erbe durch die Kanonisierung Überlebensfähigkeit und Dauerhaftigkeit zugesichert. Dies steht im Gegensatz zu alltäglichen Unsicherheiten, dem raschen kulturellen und sozialen Wandel und den daraus resultierenden, nur kurzzeitig wirkenden Identitätsquellen. Demnach bieten kulturelle Bestände und Ausdrucksformen einen Bezugspunkt für lokale Selbstvergewisserung, der besondere Bedeutung erlangt für Gesellschaften, die sich im Umbruch befinden. Diesbezüglich stellt der amerikanische Folklorist James Abrams fest, dass die zunehmende Thematisierung des Erbes ein Indikator für soziale und kulturelle Transformationen sei.¹¹⁰ Bei dem jüngeren Umgang mit dem Erbe und der damit zusammenhängenden Erinnerungskultur handelt es sich Kirchengast zufolge um eine Art „der kompensatorischen, kollektiven Identitätssuche“¹¹¹, die auf einer allgemeinen „Angst vor dem Verschwinden des Vertrauten“¹¹² beruht. Unterstützt wird dieses Gefühl dem Philosophen Hermann Lübbe zufolge durch eine sukzessive Gegenwarts- bzw. Halbwertszeitschrumpfung, u. a. ausgedrückt in der verkürzten

¹⁰⁸ Wöhler 2008: 44.

¹⁰⁹ Vgl. WHC 2002: Art. 4d; UNESCO 1972a: Art. 5 und 27; WHC 2015: Art 12, 40, 64, 90, 123, 217 und 218.

¹¹⁰ Vgl. Abrams 1994: 24ff.

¹¹¹ Kirchengast 2010: 308.

¹¹² Ploner 2006: 53.

Lebensdauer von Modestilen sowie wissenschaftlichen oder technologischen Errungenschaften.¹¹³ Als Reaktionen auf die Globalisierung und Modernisierungsphänomene werden regionale kulturelle Elemente als Ressource genutzt und zum Erbe erklärt, um eine kollektive Identität, Erinnerungen und Eigenarten zu erhalten. So merkt Konrad Köstlin an, dass das Festhalten am „eigenen“ Erbe heute zum Ausdruck der Besorgnis wird, das Globale könnte das Lokale als eine Spezifik des Eigenen und Einmaligen einebnen.¹¹⁴ Der Rückzug zum lokal erfahrbaren kulturellen Erbe, die Berufung auf das Überlieferte und die Aufwertung des Regionalen sollen einer globalen Standardisierung entgegentreten und einen Bezugspunkt darstellen.

Dies erinnert an die „Erfindung“ der Nationen im 18. und 19. Jahrhundert, denn auch bei den Staatengründungen in Europa ging es um das Bewahren der Besonderheit zur Selbstreflexion und Verortung von Gesellschaften in Umbruchsituationen. Der ideologische Bezug auf das kulturelle Erbe, als Teil der Erinnerungskultur, soll in Reaktion auf gesellschaftliche Umbrüche als stabile Konstante dienen und die Gemeinschaft festigen, um so unerwünschten Auswirkungen des kulturellen Wandels entgegenzuwirken.

Dieser Kontext der Welterbewertung – mit der Vergangenes gegenwärtig erhalten und vermittelt wird – ähnelt dem Prozess der *Musealisierung*. Kirchengast spricht in Anlehnung an den Terminus *Musealisierung der Welt* von einer *Heredisierung* der Welt und unseres Alltags, um den kollektiven Umgang mit dem Erbe zu beschreiben.¹¹⁵ Indem das Vergangene durch die Erinnerung, Aufbewahrung, Hervorhebung und öffentliche Darstellung vergegenwärtigt oder gar entzeitlicht wird, folgt die Welterbewertung dem Wunsch, Objekte zu bewahren, um Vergänglichkeit und Entfremdung zu überwinden. Dabei unterscheidet sich die Heredisierung im Zuge der Gedächtniskonjunktur von der Musealisierung, da ein Kulturerbe nicht nur ausgestellt wird (vgl. Kap. 6.2). Dennoch hilft der Vergleich zur Analyse der soziokulturellen Entwicklungen, der sozialen Konstruierbarkeit des Kulturerbekonzepts und der damit zusammenhängenden Wissens- und Wertevermittlung.

In diesem Prozess der Konstruktion von Trägern kultureller Identität kann eine Verbindung zwischen den Praktiken des kulturellen Erbes und dem 1988 von der interdisziplinär tätigen Anglistin Aleida Assmann und dem interdisziplinär tätigen Ägyptologen Jan Assmann geprägten Konzept des *kulturellen Gedächtnisses* gesehen werden. Jede Gemeinschaft braucht eine Identität, um bestehen zu können, die einerseits durch Abgrenzung, vor allem aber durch die Entwicklung einer „Kultur der Erinnerung“ gebildet wird. Das Welterbeprogramm der UNESCO konstituiert ein kulturelles Gedächtnis der Menschheit, welches zur Grundlage

¹¹³ Vgl. Lübke 2004: 19f; siehe auch Lübke 1990.

¹¹⁴ Vgl. Köstlin 2009: 55.

¹¹⁵ Kirchengast 2010: 309; in Anlehnung an: Jeudy 1987; vgl. allgemein zum Vergleich von Kulturerbe und Museumsobjekten als Träger von Sinnstiftung: Pomian 1990: 42.

identitätsbildender Prozesse wird. Nach der Gedächtnistheorie von Aleida Assmann ist das Kulturerbe als Teil des *bewohnten Funktionsgedächtnisses* verbunden mit der lokalen Gemeinschaft und wird über Generationen weitergegeben. Als bedeutungsgeladenes Symbol schlägt es eine Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Kulturerbe kann aber ebenso als ein *Speichermedium* des kulturellen Gedächtnisses angesehen werden.¹¹⁶ Demnach ist das Kulturerbe zu einer symbolträchtigen kulturellen Objektivation geworden, die Erinnerungen überträgt und dadurch das Selbstbild einer Gruppe beeinflussen kann. Im Zuge der Welterbewertung werden solche Bedeutungs- und Erinnerungsträger stilisiert und zur Externalisierung des kommunikativen und kulturellen Gedächtnisses genutzt. Als Gedächtnisreservoir bietet das Welterbe ein Orientierungsangebot. Es stellt eine institutionell abgesicherte Kommunikations- und Tradierungsform dar, die Objekte, Werte und Einstellungen überliefern und bewahren soll und somit zur gesellschaftlichen Identitätsstiftung beiträgt. Gesellschaftliche, politische oder kulturelle Rahmungen üben dabei jedoch Einfluss auf die Wahrnehmung und Aneignung aus. Durch die erneuernde und schützende Erhaltung eines Welterbes sowie durch Öffentlichkeitsarbeit seitens lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Initiativen wird die identitätsstiftende Kraft gestärkt. Die Hervorhebung stabilisiert die Geschichte, Traditionen und Werte und legt eine bestimmte Interpretation und Rezeption derer nahe. Die Ernennung zum Welterbe stellt damit eine spezifische Speicherungs- und Aufbereitungsform dar, die Vergangenheit in einem neuen Kontext gestaltet und erlebbar macht. Auch wenn die Prozesse des Kommunizierens, Speicherns oder Vergessens unterschiedlich verlaufen können, hat Langthaler ein Kreislauf-Muster hierfür beobachtet. Er beschreibt, wie das Gedächtnis als gelebte Praxis unter bestimmten Rahmenbedingungen codiert wird. Durch Diskurspraktiken wird diese Codierung stabilisiert, externalisiert und über Alltagspraktiken dynamisiert. Meist erst unter veränderten Rahmenbedingungen wird dieses externalisierte Gedächtnis decodiert.¹¹⁷ Abhängig von den gesellschaftlichen Kräften, die hinter der Artikulation der jeweiligen Bedeutungen stehen, schützt auch die Benennung als kulturelles Erbe letztlich nicht zwangsläufig vor dem aktiven Verdrängen oder passiven Vergessen.

2.3.3 Instrument politischer und wirtschaftlicher Wertschöpfung

Das kulturelle Erbe als Identitätsstütze und Teil eines kulturellen Gedächtnisses zu bewahren oder im Sinne der UNESCO als einen Mittler für den interkulturellen Dialog und Frieden zu erhalten sind wesentliche Anliegen einer Welterbeernennung. Von hoher praktischer Relevanz

¹¹⁶ Assmann 1988: 13ff; Assmann 2002: 52ff. Auch Halbwachs beschreibt, wie ein historisches Faktum aufgrund eines expliziten Sinns in das kollektive Gedächtnis aufgenommen werden kann. Vgl. Halbwachs 1985: 389–390.

¹¹⁷ Vgl. Langthaler 1999: 41–42 in Anlehnung an das Kulturmodell des *circuit of culture* von Hall; vgl. Hall 1997: 1.

sind jedoch auch kulturpolitische und wirtschaftliche Aspekte. Schon die Entscheidung, ein kulturelles Erbe als Welterbe zu nominieren, ist oftmals Resultat eines Auswahlverfahrens, welches auf politische Initiativen zurückgeht (vgl. Kap. 6).¹¹⁸ Die Benennung eines Kulturerbes und dessen Schutz sind für Nationen sowie Regionen ein kulturpolitisches Instrument. Wie zuvor dargestellt, birgt es einen kulturpolitischen ideellen Wert, um ein positives Image zu transportieren und Identifikationsangebote zu schaffen. Es kann der Repräsentation und dem internationalen Prestige dienen und damit sowohl innen- als auch außenpolitische Ziele befördern. Zugespielt kann dementsprechend von einer „politicisation“ des Welterbes gesprochen werden.¹¹⁹

Die niederländischen Kulturökonominnen Arjo Klamer und Peter-Wim Zuidhof sowie Kirshenblatt-Gimblett nutzen zur Differenzierung der Dimensionen von Wertschöpfung die Begriffe *Valuation* und *Valorization*. Sie gehen damit sowohl auf die ideellen sowie materiellen und insbesondere ökonomischen Werte ein als auch auf die Bedingtheit des einen von dem anderen.¹²⁰ Nicht selten stehen ökonomische Ziele einer Region oder Nation bei der Konstituierung des Kulturerbes im Vordergrund. Strategien der Wertschöpfung, die durchaus auch konkurrierenden Akteuren zugeordnet werden können, werden zur Anwendung gebracht. Martin Scharfe führt aus, dass das Kulturerbe in Bezug auf die auf Geldmittel ausgerichteten Begehrlichkeiten einen politisch-praktischen Charakter besitzt. So stellt er das Kulturerbe als „Vehikel des Machens und der politischen Gestaltung“ dar.¹²¹ Der österreichische Architekturkritiker Friedrich Achleitner führt diese ökonomisch determinierte Dimension des materiellen Erbes aus. Er bemerkt, dass hinter den hehren Zielen als Motivation für die Bewerbung um den Welterbestatus in der Regel wirtschaftliche Interessen stehen: „[E]s geht um einen handfesten Rollenwechsel, von einer idealen auf eine reale Ebene, es geht um Wirtschaft, Werbung und Tourismus“.¹²² Die Auswahl, Antragstellung und letztlich die Anerkennung machen das Welterbe nicht nur zu einer situativen und sozialen Konstruktion, sondern im weitesten Sinne zu einem „konsumierbaren Produkt“.¹²³

Die globale Publizität der Welterbeliste trägt zur Imagesteigerung und Mobilisierung von Ressourcen bei. Die UNESCO selbst stellt nur in Ausnahmefällen Mittel aus einem Fond zur Verfügung. Vielfältige Förderkampagnen unterstützen jedoch die Erhaltung der Welterbestätten.

¹¹⁸ Friedreich zeigt die nationalpolitische Bedeutung anhand der Einflussnahme des Bundesbauminister und des Bundestagsvizepräsident auf die Brückenbauentscheidung in Dresden, um den Erbetitel und die Glaubwürdigkeit beim internationalen Kulturgüterschutz nicht aufs Spiel zu setzen. Vgl. Friedreich 2009: 175.

¹¹⁹ Zur Darstellung des Kulturerbes als politische Ressource vgl. Graham, Ashworth u. Tunbridge 2005: 30; Brown 2005: 43.

¹²⁰ Vgl. Klamer u. Zuidhof 1999: 31; Kirshenblatt-Gimblett 2006: 193; Kirshenblatt-Gimblett 2005: 30.

¹²¹ Scharfe 2009: 16.

¹²² Achleitner 2005: 14.

¹²³ Vgl. Saretzki 2008: 60, in Anlehnung an: Aitchison, MacLeod u. Shaw 2000: 96.

In Deutschland wurde z. B. zwischen 2009 und 2014 ein Teil des Konjunkturpakets II dafür vorgesehen. Gerade in strukturschwachen Regionen eröffnet das UNESCO-Prädikat so der Bevölkerung neue Chancen, indem u. a. Renovierungsmaßnahmen angestoßen und gefördert werden. Wolfgang Kaschuba bezeichnet die Stätten und Praktiken aufgrund dieses ökonomischen Potenzials gar als eine „global cultural currency“.¹²⁴ Mit der Auszeichnung ist Prestige verbunden, das lokal auf internationale Aufmerksamkeit und ökonomischen Nutzen hoffen lässt oder wie der in Schottland lehrende Kulturanthropologe Ullrich Kockel konstatiert, „local culture and identity have been harnessed to provide foundations for social and economic growth. For most – and not only the peripheral – regions across Europe, that has meant promoting local and regional ‚heritage‘ as a resource, especially for tourism.“¹²⁵

Ein offen kommuniziertes Ziel des UNESCO-Welterbesiegels sowie des Europäischen Kulturerbe-Siegels ist es, Tourismus zu fördern, um die regionale Wirtschaft zu beleben.¹²⁶ Mit der sogenannten *Heritage-Industrie* werden Orte erschaffen bzw. konserviert, die darauf spezialisiert sind, Besucher anzuziehen.¹²⁷ Die Auszeichnung gilt als Attraktionshinweis und bedient die Nachfrage nach herausragenden kulturell und landschaftlich interessanten Reisezielen. Die Welterbekonvention hat damit zur Entwicklung des weltweiten Kulturtourismus beigetragen (s. Kap. 5.5.2.4). Die zum Kulturerbe und damit zu einem sinnstiftenden Symbol transformierten Stätten, Objekte oder Praktiken werden dafür neu gedeutet und genutzt, sodass sie von aktuellem und populärkulturellem Interesse sind. Bei dem öffentlichen Umgang mit dem Kulturerbe geht es durchaus auch um die Aufarbeitung und Vermarktung der Geschichte als Attraktion. Welterbe ist demnach nicht nur eine Grundlage für den Tourismus, sondern wird gezielt eingesetzt, um Orte zu touristischen Destinationen zu machen.¹²⁸

Der amerikanische Kulturanthropologe Michael F. Brown bezeichnet dieses Vorgehen, bei dem kulturelle Versatzstücke aus einem spezifischen Kontext herausgelöst und in neue ökonomische Verwertungszusammenhänge gestellt werden, als „cultural appropriation“.¹²⁹ Diese Strategien und Techniken, die Welterbe als Wirtschaftsgut interpretieren und zu einer kommodifizierbaren Ressource machen, müssen kritisch betrachtet werden. Zu klären ist, wer jeweils an den sozialen und ökonomischen Möglichkeiten partizipiert. Dies ist nicht immer eindeutig, da die

¹²⁴ Kaschuba 2008: 37.

¹²⁵ Kockel 2007: 19.

¹²⁶ Vgl. z. B. Matsuura 2002; vgl. auch Strasser 2007: 112.

¹²⁷ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 370.

¹²⁸ Vgl. dazu auch: Kockel 2007: 30. Der Begriff Destination gilt im Deutschen als Synonym für Zielort und kann dabei eine Stadt, Region oder auch ein touristischer Zusammenschluss von mehreren Gemeinden sein, unabhängig von gemeindepolitischer Grenzziehung. Nach Buhalis ist eine Destination „a defined geographical region which is understood by its visitors as a unique entity with a political and legislative framework for tourism marketing and planning“. Buhalis 2000: 98; vgl. auch Raum 2011: 5–9.

¹²⁹ Vgl. Brown 2005: 44f. und 51.

Heritage-Industrie von unterschiedlichsten Akteuren gefördert wird. Sowohl private als auch institutionelle Akteure profitieren von der ökonomischen Wertschöpfungskette, die eine Auszeichnung als Welterbe mit sich bringt – wie anhand des Fallbeispiels Oberes Mittelrheintal diskutiert werden soll.

Kritisch wird eine wirtschaftliche Nutzung von Kirshenblatt-Gimblett analysiert. Sie problematisiert vor allem die Mittel, mit denen die Heritage-Industrie den Objekten einen Mehrwert hinzufügt.¹³⁰ So sollen historische Rekonstruktionen oder kulturelle Konservierungen in Museen, Ausstellungen oder Festivals zum einen die Vergangenheit bewahren, aber zum anderen auch gegenwärtigen Interessen und Bedeutungen angepasst werden, um als Antrieb für eine ökonomische Entwicklung zu dienen. Dieser „Spagat“ würde laut der Autorin nur dann gelingen, wenn der Titel für solche Objekte und Praxen Anwendung fände, die aus sich heraus nicht mehr existenzfähig sind oder nie ökonomisch produktiv waren. Um deren Überlebensfähigkeit zu sichern, helfe die Heritage-Industrie, indem sie den Gütern künstlich neue Werte hinzufüge. Mit der Zurschaustellung würden historisch bedeutsame Orte oder Traditionen als „Darbietungen ihrer selbst“ in Destinationen verwandelt, die über den Tourismus Gewinn brächten und damit das Fortbestehen sicherten.¹³¹ An dieser ökonomischen Nutzung kann jedoch beanstandet werden, dass die Kultur ähnlich wie natürliche Ressourcen ausgebeutet, behandelt und gehandelt wird.¹³² Tauschek ruft dazu auf, zwischen immaterieller und materieller Kultur zu unterscheiden, da immaterielle Kultur schwer zu übernutzen sei und durch die touristische Inwertsetzung auch reflexiv generiert werde und aktiv fortbestehe.¹³³ Ein kritischer Umgang mit dem Erbe und dessen ökonomischer Verwendung wird dennoch gefordert (s. zur Heritage-Kritik Kap. 3.2). Inwiefern die ökonomische Inwertsetzung bei fortbestehenden Kulturlandschaften positive oder negative Effekte bedingt, wird anhand des Fallbeispiels erläutert.

Seit dem Pérez de Cuéllar-Bericht von 1996 ist klar, dass die UNESCO Wirtschaft als Teil des kulturellen Kontextes versteht.¹³⁴ Ebenso wurde auf der Weltkonferenz zur Kulturpolitik 1998 in Stockholm das Zusammenspiel von Kultur, Wirtschaft und UNESCO von der Institution selbst hervorgehoben.¹³⁵ Auch der Europarat betont die Aufgabe „[to] raise awareness and utilize the economic potential of the cultural heritage“.¹³⁶ Der spezifische Charakter der jeweiligen

¹³⁰ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 373–375.

¹³¹ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 375–379; siehe auch Kirshenblatt-Gimblett 2006: 163.

¹³² Vgl. Yúdice 2003: 1.

¹³³ Vgl. Tauschek 2013: 168.

¹³⁴ UNESCO 1995/1996: 7ff.

¹³⁵ Diese Konferenz war der Abschluss der Weltdekade „Kultur und Entwicklung“, die von 1988 bis 1997 stattgefunden hat. Im Mittelpunkt dieser Dekade stand der Report „Our Creative Diversity“, der unter der Leitung von Pérez de Cuéllar erstellt worden ist. Ein wichtiger Aspekt der Stockholm-Konferenz war die Berücksichtigung ökonomischer Fragen und die Zusammenarbeit mit der Weltbank. Vgl. DUK 1998.

¹³⁶ Europarat 2005.

Stätte und die kulturellen Werte, Grenzen und Interessen der Beteiligten seien dabei jedoch zu berücksichtigen. In der Yamato-Deklaration von 2004, in der es um die Fortschritte im Schutz des Kulturerbes geht, wurde festgehalten, dass dieser Schutz den lokalen Gemeinden helfen und nicht schaden soll. Die Erklärung richtet sich an „all stakeholders to promote economically rewarding heritage-related activities without compromising the integrity of communities and the viability of their heritage“.¹³⁷ Mit der eigenen Öffentlichkeitsarbeit möchte die UNESCO so nicht nur ein Bewusstsein für die kulturelle Vielfalt schaffen und einen öffentlichen Zugang zum Erbe gewähren. Sie möchte die globalisierte und mobile Mediengesellschaft auch gezielt ansprechen, um monetäre Mittel für die Erhaltung des Erbes zu generieren. Die ideelle Inwertsetzung (*Valorization*) und die ökonomische (*Valuation*) sind in der Praxis nicht zu trennen.¹³⁸ Der Umgang mit dem Welterbe wird folglich bestimmt von einer Mixtur aus Kulturbewusstsein, Politik und Wirtschaft. Diese Tendenzen und überhaupt die zunehmende Vergabe des Welterbeprädikats entsprechen dem Phänomen der Instrumentalisierung von Kultur. Zunehmend drücken sich soziale und politische Angelegenheiten in kulturellen Begriffen aus bzw. werden in kulturellen Kontexten ausgetragen. Das Kulturelle wird sozusagen profaniert und findet Gebrauch in verschiedenen Bereichen, vom Alltag bis hin zur Wirtschaft. Sarah Radcliffe, britische Kulturgeografin, beobachtet: „[C]ulture has recently acquired a new visibility and salience in development thinking and practice“.¹³⁹ Auch der amerikanische Philologe Georg Yúdice sieht Kultur als zweckdienliches Mittel und als Ressource für die Bewältigung ökonomischer und politischer Probleme an: „The notion of culture as resource entails its management, a view that was not characteristic of either high culture or everyday culture in the anthropological sense. And to further complicate matters, culture as a resource circulates globally, with ever increasing velocity.“¹⁴⁰

Ein Grund für dieses Phänomen ist der Rückgang des ersten und zweiten Wirtschaftssektors bzw. die größere Relevanz des tertiären Dienstleistungssektors. Lokale Kulturgeschichte wird zunehmend als Standortfaktor und Einnahmequelle angesehen und nach Kriterien ihrer Nützlichkeit für wirtschaftliche und politische Zwecke neu bewertet und vermarktet.¹⁴¹ Da öffentliche Gelder nur in geringem Umfang zur Verfügung stehen, übernimmt besonders die Tourismusbranche diese Repräsentations- und Finanzierungsaufgaben.¹⁴² Auch das Welterbe wird als Wirtschaftsgut interpretiert und zu einer kommodifizierbaren Ressource. Mit der Aufnahme in

¹³⁷ UNESCO 2004.

¹³⁸ Vgl. Klamer u. Zuidhof 1999: 31; Kirshenblatt-Gimblett 2006: 193.

¹³⁹ Radcliffe 2006: 1.

¹⁴⁰ Yúdice 2003: 4; zur Ökonomisierung von Kultur bzw. „Kultur als Wirtschaftsgut“ vgl. auch Köstlin 2003: 11.

¹⁴¹ Zur Bestimmung des ökonomischen Werts von kulturellen Gütern vgl. Kirshenblatt-Gimblett 2005: 30; Frey u. Pommerehne 1989.

¹⁴² Vgl. Svensson 1998.

die global anerkannte Welterbeliste wird den Stätten, Objekten oder Praktiken Bedeutung zugemessen, die mittels spezifischer Anwendung und Verwertung wirtschaftliche Ressourcen bieten soll.

Der Wirkungskreis eines jeden Welterbes hängt folglich von dem strukturpolitischen, soziokulturellen und räumlichen Kontext, den handelnden Akteuren sowie von Interessen- und Machtkonstellationen ab. Die Medien, die Tourismusindustrie und andere Wirtschaftszweige tragen ferner dazu bei zu bestimmen, welche kulturellen Phänomene und Praktiken erinnert und gealdelt werden, und ordnen sie in ein neues Bezugssystem ein. Sie nutzen die Vergangenheit als Attraktion und aktualisieren, deuten, präsentieren und inszenieren sie abhängig von aktuellen Interessenslagen in der Gesellschaft. Kockel äußert gar, dass das Erbe im Rahmen populärer Kultur vor allem Unterhaltungswert zugesprochen bekommt.¹⁴³ Der amerikanische Historiker und Geograf David Lowenthal bemerkt in diesem Kontext, dass die Zunahme an Erbestätten und des öffentlichen und privaten Verlangens zu sammeln und zu schützen Teil eines aufkeimenden „Erbe-Kultes“ sei, der wiederum Teil einer weltweit wachsenden Industrie sei, die im engen Zusammenhang zu touristischem Kommerz stehe. Er führt dies aus, indem er äußert, dass „Heritage‘ [...] historische Spuren [nutze], um Geschichtsmärchen zu erzählen“.¹⁴⁴ So sei Heritage für und nach Gegenwartsinteressen manipuliert.¹⁴⁵ Dieser Umgang trägt jedoch auch dazu bei, dass das kulturelle Gedächtnis eine neue Wirklichkeit erfährt, erneuert wird und überlebt.

¹⁴³ Vgl. Kockel 1995: V.

¹⁴⁴ Lowenthal 2000: 72; vgl. auch Lowenthal 1995: 7f.

¹⁴⁵ Vgl. Lowenthal 2000: 71.

3 Heritage-Forschung

Die Zunahme an Kulturerbe-Auszeichnungen spiegelt sich nicht nur in den Aufnahmezahlen und der Berichterstattung in den Medien, sondern auch in der wissenschaftlichen Aufarbeitung dieses Themas wider.¹⁴⁶ Seit Beginn des 21. Jahrhunderts ist mit der *Heritage-Forschung* ein gesteigertes wissenschaftliches Interesse an dem Themenfeld Kulturerbe sowie dem von der UNESCO deklarierten Welterbe festzustellen. Die Frage nach den Aushandlungen und Auswirkungen dieser Ernennungen auf Akteure und die Kulturgüter selbst hat das Interesse vieler interdisziplinär tätiger Wissenschaftler geweckt, wie Nic Craith konstatiert: „Academics from many disciplines perspectives and politicians have generally become aware of the increasing need for reflexivity in the field of Heritage studies.“¹⁴⁷

Während sich die Sozial-, Raum- und Kulturwissenschaften in erster Linie mit Mikrostudien zu verschiedenen Stätten oder Konstituierungsebenen auseinandersetzen, forschen die Wirtschafts-, Politik- und Rechtswissenschaften u. a. mit theoretischen Modellen zur wirtschaftlichen und rechtlichen Situation der Institution UNESCO. Im Bereich Informatik wird über die Digitalisierung von kulturellem Erbe geforscht, da diese bei der Dokumentation, Speicherung, Archivierung und Vermittlung des kulturellen Erbes eine immer wichtigere Rolle einnimmt.¹⁴⁸ Durchaus finden Forschungsarbeiten in fachlicher, theoretischer und methodischer Kombination statt, wie beispielsweise in international forschenden Studiengängen und an den sogenannten UNESCO-Lehrstühlen, die sich besonders mit der Umsetzung der Welterbekonventionen und dem Management der Stätten befassen.¹⁴⁹ In diesem Kontext sei zudem die an der Göttinger Universität angesiedelte Forschergruppe zum Thema *Cultural Property* genannt, die 2008 gegründet wurde und deren Förderperiode 2014 auslief. Gefördert mit Mitteln der DFG arbeiteten Wissenschaftler aus den Bereichen Ethnologie, Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie,

¹⁴⁶ Zur Gegenwart des Phänomens vgl. Bendix, Hemme u. Tauschek 2007: 9; Tschofen 2007; Beier 2000; Jöhler 2009: 36. Hier sei angemerkt, dass die Forschungen zu dieser Arbeit 2016 abgeschlossen wurden. Neuere Publikationen zu dem gegenwärtig populären Thema konnten in diesem Forschungsstand nicht mehr berücksichtigt werden.

¹⁴⁷ Nic Craith 2007: 5; vgl. als Beispiel des interdisziplinären Zugangs auch die Publikation: Peckham 2003.

¹⁴⁸ Vgl. Metz-Mangold 2010; EUBAM o.A. Auch im Fach Kulturanthropologie werden Fragen nach den Chancen und dem Nutzen, aber auch Schwierigkeiten und Risiken der Möglichkeiten digitaler Speicherung, Darstellung und Nutzung kulturellen Erbes gestellt, wie das DFG-Projekt „PortAll – Digitales Portal Alltagskulturen im Rheinland“ oder die 2014 veranstaltete Tagung „Wenn das Erbe in die Wolke kommt. Digitalisierung und kulturelles Erbe“ des LVR-Instituts für Landeskunde und Regionalgeschichte belegen. Ebenso wurde 2013 in Graz eine geisteswissenschaftlich ausgerichtete Tagung „Kulturelles Erbe in der Cloud“ ausgerichtet.

¹⁴⁹ 1992 wurde auf der 26. Generalkonferenz beschlossen, die Ziele der UNESCO in der internationalen Wissenschaft und Bildung zu verankern. Mittlerweile sind über 600 Lehrstühle in 120 Ländern eingerichtet worden. In der BRD befinden sich acht davon in verschiedensten Fachrichtungen. Im Juni 2004 wurde die Cottbuser Erklärung abgeschlossen, die dazu beitragen soll, das Bewusstsein zum Welterbe zu verbessern, indem die wissenschaftliche Bearbeitung und Forschung zum Schutz des Welterbes sowohl in theoretischen Grundlagen als auch anwendungsorientiert weiterentwickelt wird. Vgl. z. B. Masterstudiengang: Schutz Europäischer Kulturgüter/ European Cultural Heritage: Europa-Universität Viadrina o. J.; Masterstudiengang: Kulturerbe. Universität Paderborn o. J.; Masterstudiengang: World Heritage Studies: BTU Cottbus o. J.

Volkswirtschaft, Wirtschafts- und Völkerrecht, teilweise auch mit einem internationalen Expertennetzwerk, zusammen. Die daraus hervorgegangene Arbeit soll über den Wissenstransfer in der Wissenschaft, auch die Öffentlichkeit, insbesondere die Politik zu Fragen des Cultural Property informieren.¹⁵⁰ Gemäß ihrer interdisziplinären Zusammensetzung forschte die Gruppe zu kulturellen, wirtschaftlichen, juristischen und gesellschaftspolitischen Hintergründen, Regeln und Auswirkungen bei der Konstituierung von Cultural Property. Seitens dieser Gruppe sind dreizehn Bände in der Reihe „Göttinger Studien zu Cultural Property“ erschienen, in denen die beteiligten Forscher sowie weitere Wissenschaftler Ergebnisse und Fallstudien veröffentlichten.¹⁵¹

Ferner spiegeln zahlreiche Tagungen das wissenschaftliche Interesse an dem Thema *Kulturerbe* wider.¹⁵²

Bei der folgenden Reflexion des Forschungsstandes ist zu beachten, dass aufgrund der Vielzahl an Veröffentlichungen ein Fokus auf solchen Publikationen liegt, die sich mit den Praktiken der Welterbegestaltung sowie deren Auswirkungen auf die Regionalentwicklung beschäftigen. Beiträge zu dem Konzept und der (historischen) Bedeutung von kulturellem Erbe werden nur thematisiert, sofern sie einen Bezug zur vorliegenden Studie haben.

Insbesondere aufgrund der Konvention der UNESCO zum Immateriellen Kulturerbe wurde das Thema im Fach Kulturanthropologie populär, da deren Inhalte eine besondere Schnittstelle mit den klassischen Arbeitsgebieten des Fachs aufweisen.¹⁵³ Zu der Kategorie Kulturlandschaft sind in der kulturwissenschaftlichen Heritage-Forschung hingegen nur wenige Publikationen erschienen, weshalb Veröffentlichungen zum Zusammenspiel von Welterbe, Alltag und Tourismus bei anderen Welterbe-Kategorien herangezogen werden. Zudem dienen Werke aus den Tourismus- und Geowissenschaften als Grundlage für die Ausführungen über den regionalen Umgang mit einem Welterbe und die Auswirkungen der Welterbewertung für eine spezifische Region, da hierzu im Fach wenig publiziert wurde.

Aufgrund der Fragestellung gliedert sich die vorliegende Arbeit auch in die Regionalforschung ein. Da jedoch eine Fokussierung auf die Heritage-Forschung erfolgt, werden nur Werke daraus

¹⁵⁰ Vgl. DFG-Research Unit on Cultural Property 2016.

¹⁵¹ DFG-Research Unit on Cultural Property 2018.

¹⁵² In Göttingen veranstaltete das Institut für Kulturanthropologie/ Europäische Ethnologie 2006 die Tagung „Prädikat ‚Heritage‘ – Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen“, die Österreichischen Volkskundetagung 2007 trug den Titel „Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft“, ebenso befasste sich die Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde auf ihrer Tagung 2011 mit dem Thema „Wa(h)re ‚Kultur‘? Kulturelles Erbe, Revitalisierung und die Renaissance der Idee von Kultur“. 2009 veranstaltete die BTU Cottbus in Kooperation mit der Deutschen UNESCO-Kommission die Internationale und interdisziplinäre Konferenz „Welterbe und kulturelle Vielfalt – Herausforderung für universitäre Bildung“. Ferner fanden kleinere Tagungen zu dem Thema statt. So befasste sich die Kommission für Erzählforschung in der dgv bei ihrer Tagung 2010 mit dem Thema „Erzählungen als kulturelles Erbe – Kulturelles Erbe als Erzählung“. Die Bonner Gesellschaft für Volkskunde stellte 2011 ihre Jahrestagung unter das Thema „European Heritage“.

¹⁵³ Vgl. Nas 2002: 139f.

angerissen, die mit der Auszeichnung eines Welterbes in Verbindung stehen. Zudem werden in der späteren Auseinandersetzung mit den Akteuren im Welterbe Oberes Mittelrheintal immer wieder Fragen von Welterbe-Governance, Interessenvertretung, politischer Verantwortlichkeit, Steuerung und Legitimität aufgeworfen. Die Beschäftigung mit den differenzierten Wertschöpfungspraxen streift somit auch Aspekte der Politischen Anthropologie, ohne diesen Forschungsdiskurs an dieser Stelle weiter auszuführen.

3.1 Kulturanthropologische Zugänge zu Begriffen und Konzepten

Das gestiegene gesellschaftliche Interesse an dem Kulturerbe führte dazu, dass sich im kulturwissenschaftlichen Diskurs verstärkt mit Fragen nach den theoretischen Voraussetzungen, Hintergründen, Auswirkungen und Verpflichtungen auseinandergesetzt wurde. So geht Reinhard Johler in seinem Beitrag „Kulturelles Erbe. Eine europäische Zustandsbeschreibung“ auf den gegenwärtigen „Boom“ des kulturellen Erbes und der Beschäftigung damit ein.¹⁵⁴ Anhand einzelner Thesen analysiert er die Omnipräsenz des kulturellen Erbes.¹⁵⁵ Er fordert auf, die damit verbundenen Prozesse der Heritage-ifizierung, die er im Rahmen der kulturellen Globalisierung als politisch gewollt und kulturell praktiziert darstellt, nicht nur zu begleiten, sondern auch kritisch zu hinterfragen. Um die Heritage-Debatte zu untermauern, wünscht er eine theoretische Schärfung und methodische Ausdifferenzierung. Dabei verweist er auf die Chance, dass das Kulturelle Erbe thematisch, terminologisch und theoretisch Fachvergangenheit mit Fachzukunft verbindet.¹⁵⁶ Auch Dieter Kramer reflektiert den Kulturerbe-Boom kulturtheoretisch als Symptom der Modernisierung, die zwiegespalten zwischen Globalisierung und Lokalisierung sei. Er hinterfragt die (selektive) Aneignung des Erbes, die zwanghafte Dimension des Bewahrens, die Aufwertung der Lokalität und das vielfach eingeforderte Recht auf die eigene Kultur.¹⁵⁷ Dies entspricht Kockels Erklärungsansatz für die Konjunktur. Er beschreibt diesen soziokulturellen Trend als „increased awareness of, and interest in historico-cultural questions, and especially on people’s ethnic ‚roots““. ¹⁵⁸ Ferner geht Ingo Schneider auf den Aufschwung des Kulturerbes ein und betont, dass die Hinwendung zur Vergangenheit den temporären Veränderungen entgegensteht.¹⁵⁹ Auch kritische Positionen, welche die rasante und verdichtete

¹⁵⁴ Vgl. Johler 2009; vgl. auch Johler 2002a; Johler 2002b.

¹⁵⁵ Vgl. auch Lowenthal 1998: Xiii.

¹⁵⁶ Vgl. Johler 2009: 35.

¹⁵⁷ Vgl. Kramer 2009: 61.

¹⁵⁸ Vgl. auch Kockel 1995: Preface.

¹⁵⁹ In seinen Ausführungen erörtert Schneider das Kulturerbe darüber hinaus sowohl in seiner Begrifflichkeit als auch Materialität, wobei er in Anlehnung an Kirshenblatt-Gimblett besonders nach der kulturellen Konsistenz eines ausgezeichneten Guts fragt. Vgl. Schneider 2014; Schneider 2005a; Schneider 2005b.

Entwicklung der Welterbeauszeichnung und die damit verbundene Reproduktion kultureller Gegebenheiten hinterfragen, gingen in den wissenschaftlichen Diskurs ein.¹⁶⁰

Eine erste wissenschaftliche Debatte zur Thematik *Kulturerbe* fand bereits 1985 in der Germanistik statt.¹⁶¹ In dem von Bernd Thum herausgegebenen Band „Gegenwart als kulturelles Erbe“ äußert sich auch der empirische Kulturwissenschaftler Hermann Bausinger zu der damals einsetzenden Gedächtniskonjunktur. Er weist daraufhin, dass Begriffe wie kulturelles Erbe und kulturelle Identität seitens der UNESCO inflationär gebraucht würden und vermutet dahinter die Sorge um die Verkümmerng „überlieferter Besonderheiten“. In seinen Ausführungen liegt der Schwerpunkt jedoch auf dem Begriff der kulturellen Identität.¹⁶²

Etabliert hat sich die Kulturerbeforschung in den 1990er-Jahren durch internationale Wissenschaftler aus der Kulturgeschichte, den Performance Studies, den Museum Studies und der Tourismusforschung.¹⁶³ Auf dem Kongress der Société Internationale d’Ethnologie et de Folklore (SIEF) 2004 in Marseille wurden das kulturwissenschaftliche Interesse sowie die kulturwissenschaftlichen Fragen an der konjunkturellen Kulturerbe-Benennung vertieft.¹⁶⁴ Im deutschsprachigen Raum wurden diese Studien, laut Bendix et al., wenig rezipiert.¹⁶⁵ Als ein Problem der englischsprachigen Literatur erweist sich der Umgang mit dem Begriff *Heritage*, der – wie in Kapitel 2 dargestellt – umfassender ist als die deutsche Übersetzung Kulturerbe. Es wäre jedoch auch nicht richtig, ihn mit Welterbe zu übersetzen, da in den englischen Aufsätzen weder immer das konkrete von der UNESCO deklarierte Welterbe gemeint noch das Naturerbe eingeschlossen wird.

Im deutschsprachigen Raum wurde die kulturwissenschaftliche Thematisierung der Konzeption des kulturellen Erbes sowie deren Auswirkungen mit der Tagung „Prädikat ‚Heritage‘. Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen“ gefestigt, die 2006 in Göttingen ausgerichtet wurde. Brisante Fragen nach den Praktiken und Motiven der Benennung von kulturellem Erbe wurde anhand diverser Fallbeispiele nachgegangen und Richtlinien für die weitere Forschung aufgestellt. In den Aufsätzen des Tagungsbandes spiegeln sich verschiedene Arbeitsfelder dieses Themenkreises wider.¹⁶⁶

Einen generellen Überblick über die Breite der gegenwärtigen deutschsprachigen kulturanthropologischen Diskussionen und Herangehensweisen zu diesem Thema geben neben dem zuletzt genannten Tagungsband die Sammelbände „Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und

¹⁶⁰ Vgl. Hofmann-Axthelm 2002; Schneider 2005b.

¹⁶¹ Vgl. Thum 1985b.

¹⁶² Vgl. Bausinger 1985.

¹⁶³ Vgl. Bendix, Hemme u. Tauschek 2007: 7f.

¹⁶⁴ Vgl. SIEF u. Musée national des Civilisations de l’Europe et de la Méditerranée 2004.

¹⁶⁵ Vgl. Bendix, Hemme u. Tauschek 2007: 8.

¹⁶⁶ Vgl. Hemme, Tauschek u. Bendix 2007.

Gesellschaft“ (2009), „Kulturelles Erbe“ (2005), „Kulturerbe als soziokulturelle Praxis“ (2005) und „Die Konstituierung von Cultural Property. Forschungsperspektiven“ (2010). Bei den meisten Beiträgen in diesen Bänden handelt es sich um Fallstudien, die Kulturerbepraktiken, dahinterstehende Intentionen und daraus resultierende Wertschöpfungsmodalitäten empirisch untersuchen. Oft thematisieren die Autoren einzelne relevante Aspekte und die hinter der Kulturerbebenennung stehenden kulturellen oder politischen Absichten einzelner Fallbeispiele auf nationaler oder regionaler Ebene. Neben der Auseinandersetzung mit den Begriffen zählt daher die Genese des Kulturerbes unter Berücksichtigung der kulturellen Deutung der jeweiligen Gesellschaft zu den zentralen Beschäftigungsfeldern in der Kulturanthropologie.

Für Bendix stellt der Begriff Heritage ein „strange, neutralizing word“ dar, mit „power to disempower, to hide history and politics by putting everything into a collective pot of ‚culture‘ and ‚past‘, possibly adding the adjective ‚important‘ to it.“¹⁶⁷ Bendix erörtert die Entstehung, Intention und Bedeutung der Erfindung von kulturellem Erbe in der Moderne als nationale Gemeinsamkeit und Identitätsstifter. Dabei führt sie aus, dass das Erbekonzept in der spätmodernen Gesellschaft Macht besitze und helfe, kulturelle Eigenarten bzw. Vielfalt zu artikulieren. Die der Kulturanthropologie nahestehende Historikerin Astrid Swenson setzt sich mit dem Begriffsverständnis und der terminologischen und konzeptionellen Entwicklung des kulturellen Erbes in Deutschland, des Patrimoine in Frankreich und des Heritage in England auseinander. Sie zeigt auf, dass hinter den Begriffen mehr als eine flexible Semantik steht. Vielmehr handele es sich um nationale Konzepte, die als „Projektionsfläche für verschiedenste politische und kulturelle Ziele“ dienen.¹⁶⁸ Tschofen ruft dazu auf, den Kulturerbebegriff in je nationalem und geschichtlichem Kontext zu reflektieren sowie das heutige universale Konzept kritisch zu hinterfragen. In seinem Beitrag von 2007 fasst er wichtige Positionen zum gegenwärtigen Umgang mit dem Konzept zusammen und fordert, bei der Bearbeitung des Themas zwischen dem normativ anwendungsorientierten und konstruktivistisch wissenschaftlichen Kulturerbebegriff zu unterscheiden.¹⁶⁹ Auf die Bedeutungsunterschiede des Kulturerbebegriffs im politischen und damit handlungsorientierten respektive normativen Kontext sowie auf wissenschaftlich konstruktivistischer Ebene geht ferner Tauschek ein.¹⁷⁰ Auch er konstatiert, dass der Diskurs um kulturelles Erbe „vielschichtig, komplex, hybrid und heterogen [sei], mischen sich doch die verschiedenen Ebenen der Konzepte mit nationalen und lokalen Traditionen im Umgang mit dem Erbe [...]“.¹⁷¹

¹⁶⁷ Bendix 2000: 42.

¹⁶⁸ Swenson 2007: 71.

¹⁶⁹ Tschofen 2007.

¹⁷⁰ Vgl. Tauschek 2010: 29.

¹⁷¹ Tauschek 2010: 25.

Mit dem konzeptionellen Fokus der UNESCO befasste sich zudem der Ethnologe Frank-André Weigelt in seiner Magisterarbeit (2008).¹⁷² Er hinterfragt die Konzepte und Begrifflichkeiten *Cultural Property* und *Cultural Heritage* und legt Unterschiede, Abgrenzungen, historische Kontexte und Wandlungen bzw. Verschiebungen konzeptioneller Prioritäten dar. Die basissemantischen Inhalte der einzelnen Begriffe Culture, Property und Heritage sowie theoretische Interpretationen und Definitionen der einzelnen Phänomene erörtert er und gleicht dies mit der praktischen Anwendung der UNESCO und den kulturpolitischen Bestrebungen ab.¹⁷³ Kristin Kuutma, estnische Kulturwissenschaftlerin, diskutiert nicht nur die Besitzansprüche des kulturellen Erbes, sondern auch die Erweiterungen und Entwicklungen des Kulturerbeverständnisses und seine westlich dominierte Definition.¹⁷⁴ Im Gegensatz zu Kirshenblatt-Gimblett meint Kuutma bei der theoretischen Auseinandersetzung mit Heritage zwischen materiellem und immateriellem Erbe unterscheiden zu können. Sie ergänzt jedoch, dass zum einen auch das immaterielle Erbe durch materielle Symbole und Speichermedien etc. festgehalten und damit zu etwas Greifbarem werde. Zum anderen sagt sie, dass jede Erbstätte auch immaterielle Werte aufweise. Sie führt aus, dass die Unterscheidung in materiell und immateriell aus organisatorischen und politischen Gründen geschehe, um Zielgruppen und Gebiete einzuschließen, wie in Kapitel 2.2 diskutiert.¹⁷⁵ Der isländische Folklorist Valdimar Hafstein zeigt sowohl aus einer diskursanalytischen als auch aus einer organisationsethnografischen Perspektive auf, wie sich das globale Verständnis des Kulturbegriffs der UNESCO entwickelte. Da die Konventionen und Programme der UNESCO von Experten und politischen Vertretern vieler Nationen aus unterschiedlich kulturellen Kontexten ausgehandelt werden, müssen dafür regelmäßig Kompromisse eingegangen werden.¹⁷⁶

Eine weitere Thematik stellt die Beschäftigung mit der UNESCO und ihren Programmen, Konzepten und Entwicklungslinien dar. Hier sei auf das Werk „40 Jahre Welterbekonvention. [...]“ hingewiesen, das von der Kulturwissenschaftlerin Marie-Theres Albert und Birgitta Ringbeck, die selbst Mitglied im Welterbekomitee ist, veröffentlicht wurde.¹⁷⁷ Anhand von Beispielen wird die Entwicklung, die das Welterbe aufgrund von wirtschaftlichen und sozialen Prozessen durchlebt, beleuchtet. Von kulturanthropologischer Seite sind die Beiträge von Peter Strasser hervorzuheben, der einen Überblick über die Konzepte der UNESCO gibt und die Vorgehensweisen der Organisation erklärt. Da er selbst als Jurist und Volkskundler bei der UNESCO tätig

¹⁷² Vgl. Weigelt 2008.

¹⁷³ Vgl. dazu auch: Tauschek 2013: 139–161; Blake 2000.

¹⁷⁴ Vgl. Kuutma 2009.

¹⁷⁵ Vgl. dazu auch: Strasser 2009.

¹⁷⁶ Vgl. Hafstein 2004, zit. n. Tauschek 2010: 28f.

¹⁷⁷ Albert u. Ringbeck 2015.

ist und Mitglied in Arbeitsgruppen zur Ausarbeitung und Konstituierung einiger internationaler Abkommen zum Kulturgüterschutz war, kann er einen umfassenden Einblick in die Bestimmungen und Regeln der UNESCO bieten.¹⁷⁸ Dabei zeigt er nicht allein die Strukturen des seit 1972 umgesetzten Welterbeprogramms auf, sondern thematisiert auch Konsequenzen, die aus der Anwendung eines europäisch-westlichen Verständnisses von Kultur- und Naturdenkmälern im globalen Maßstab resultieren. Der Ethnologe Christoph Brumann betreibt ferner Feldforschung in der UNESCO selbst. Mit der Methode der teilnehmenden Beobachtung analysiert er Prozesse, die auf den Tagungen der Organisation ablaufen und hinterfragt die Funktionsweise der Institution.¹⁷⁹ Besonders erkenntnisreich sind seine Ausführungen zu den Grenzen des Multilateralismus, welche er an den Spannungen zwischen universalistischen Idealen und nationalen Eigeninteressen bei der Verteilung und der Bedeutung von Welterbeernennungen festmacht. Die Governance der internationalen Organisation wurde von dem Geografen Thomas Schmitt untersucht.¹⁸⁰ Er stellt Ebenen übergreifende und institutionelle Wechselwirkungen und Austauschprozesse in der Verwaltung eines UNESCO-Welterbes dar. Die Zugänge und Instrumente, mit denen sich Kulturerbe als ein System von Interaktionen beschreiben und analysieren lässt, arbeitet er ebenso heraus wie die politische Struktur und staatsinternen bzw. lokalen Diskurse der im Heritage-Regime agierenden Akteure.¹⁸¹

3.2 Heritage-ifizierung und Heritage-Kritik

Da die sogenannte *Heritage-ifizierung* nicht nur von den materiellen Gegebenheiten abhängt, gilt es, die Prozesse in Verbindung mit der Entstehung von kulturellem Erbe und dessen symbolischer Inwertsetzung analytisch zu durchdringen. Vor allem bedingt durch die Anregung Kirshenblatt-Gimblett, Kulturerbe als etwas anzusehen, was nicht einfach da ist, sondern erst metakulturell geschaffen wird, wurde ein Diskurs hierüber angeregt. In verschiedenen Aufsätzen dekonstruiert Kirshenblatt-Gimblett die institutionelle Welterbeproduktion und zeigt, wie Heritage als ein Zusammenspiel von Exponaten, Kuratoren und der Resonanz der Besucher konstruiert wird.¹⁸²

Ebenso ruft Kuutma auf, die Akteure, oder *Heritage Professionals*, stärker in den Blick zu nehmen, um die gegenwärtige Präsenz und die gegenwärtige Deutung des kulturellen Erbes zu verstehen.¹⁸³ Kuutma schließt sich dabei den Thesen von Kirshenblatt-Gimblett an und

¹⁷⁸ Vgl. Strasser: 2007; Strasser 2009: 427–435.

¹⁷⁹ Vgl. Brumann 2011.

¹⁸⁰ Vgl. Schmitt 2011.

¹⁸¹ Vgl. zur Genese eines Heritage-Regimes auch: Smith 2006.

¹⁸² Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 2004a; Kirshenblatt-Gimblett 2006; Kirshenblatt-Gimblett 1995.

¹⁸³ Vgl. Kuutma 2009: 10. Zum Begriff Heritage Professionals vgl. auch Smith 2013.

beschäftigt sich mit der sozialen Konstruktion und kulturellen Produktion von Heritage als einer Konzeption des spätmodernen Europas, deren Bedeutung subjektiv interpretiert werden kann. Sie führt die Überlegungen Kirshenblatt-Gimblett weiter aus und konstatiert, dass diese Produktion von wechselnden Prämissen abhängt. Als ein Phänomen der Moderne erfinde es Zusammenhänge mit der Vergangenheit, da diese in der sich ändernden Welt zu verschwinden drohe.¹⁸⁴ Auch Bendix fordert eine verstärkte Auseinandersetzung mit den Akteuren, die die Prozesse der Erbewertung beeinflussen sowie kollektive und individuelle Sinn- und Bedeutungsangebote produzieren und nutzen.¹⁸⁵ Sowohl die jeweiligen Akteure und deren Strategien als auch die Auswirkungen der Erbewertung auf den Alltag sollen dabei analysiert und kontextualisiert werden.¹⁸⁶ Wöhler beschreibt die Selbstbegründung und Konstruktion des Kulturerbes als soziales System und zeigt auf, wie zum einen das Kulturerbe vom Raum abhängt und zum anderen den Raum beeinflusst.¹⁸⁷ Ferner geht Hafstein darauf ein, inwiefern das Erbe die Weltdeutung und -wahrnehmung beeinflusst. Das Heritage-Regime sei „[...] a regime which is all at once material and ethical, economic and emotional, scientific and sensory“.¹⁸⁸ So fordert Tschofen, „einen neuen Sinn für die Materialität und Sensualität des Kulturerbes zu entwickeln.“¹⁸⁹

Die handelnden Subjekte und die Maßnahmen, mithilfe derer kulturelle Ausdrucksformen in kulturelles Erbe umgestaltet werden, sind insbesondere von Tauschek in den Blick genommen worden. Er veröffentlichte bislang die einzigen Monografien im deutschsprachigen kulturanthropologischen Diskurs zum Kulturerbe.¹⁹⁰ In seiner Dissertation analysiert er die Prozesse der Welterbewertung als eine Form der Traditionskultur in der Spätmoderne anhand des 2003 zum „Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity“ erklärten Karnevals von Binche in Belgien. Er stellt dar, wie sich die internationale Konvention auf die kulturellen Praktiken auswirkt. Dazu betrachtet er die Entstehung und Nutzung des Kulturerbes in zwei Schritten. Zuerst beschreibt und untersucht er die Antragstellung – die formalisierte kulturelle Praktik, etwas als Welterbe zu erheben. Er richtet seinen Blick auf Verfahren und Prozesse des Einschreibens kultureller Praxen und Phänomene auf lokaler bis nationaler Ebene in transnational definierte und ratifizierte Kulturprogramme. Solche Akte der Erklärungen, Begründungen und Gutachten, die der Welterbebenennung vorausgehen, werden auch von Scharfe erwähnt und

¹⁸⁴ Vgl. Kuutma 2009.

¹⁸⁵ Vgl. Bendix 2009.

¹⁸⁶ Weitere internationale Autoren, die sich mit der Produktion von Heritage beschäftigen bzw. mit der Interpretation und den Konstruktionsleistungen, die Welterbe mit Wert versehen, sind z. B.: Peckham 2003; Smith 2006; Lowenthal 1998; Graham 2002: 1003–1017; Graham, Ashworth u. Tunbridge 2000; Di Giovine 2009a.

¹⁸⁷ Vgl. Wöhler 2008: 43.

¹⁸⁸ Hafstein 2007: 76.

¹⁸⁹ Tschofen 2007: 29f.

¹⁹⁰ Vgl. Tauschek 2013; Tauschek 2010.

von Arnika Peselmann untersucht.¹⁹¹ Nur Tauschek setzt sich bisher jedoch intensiv mit den im Medium „Bewerbungsdossier“ verwendeten Strategien auseinander.¹⁹² In einem weiteren Schritt analysiert er die selektive Aneignung des verliehenen Prädikats durch die Akteure vor Ort, die aufgrund diverser Positionen, Funktionen und Interessenslagen unterschiedlich damit umgehen. Ferner geht er auf die Vereinbarkeit der lokalen Konstituierung und Adaption des Kulturerbekonzepts mit der politischen Struktur und Aufgabenstellung der UNESCO ein. Er hinterfragt, wie inhaltliche Vorgaben und die offizielle Rhetorik interpretiert wurden, um den eigenen Intentionen und der nationalen Politik des kulturellen Erbes zu entsprechen.

Meine Arbeit grenzt sich insofern ab, da zum einen keinem immateriellen Erbe und den damit zusammenhängenden Fachdiskursen der Brauch- und Ritualforschung nachgegangen wird. Zum anderen lege ich den Fokus nicht auf die Erforschung von Wissensproduktion und Wissenstransfer. Dennoch sind die Ausführungen über die uniformen UNESCO-Richtlinien und ihre Anwendbarkeit in verschiedenen Kontexten relevant. Ferner ist Tauscheks Darstellung der Kulturerbenutzung als politische und wirtschaftliche Ressource bedeutsam. Besonders interessant ist in diesem Zusammenhang die Konstruktion des Karnevals als nationale Repräsentation, mittels derer die föderale Struktur Belgiens und die Divergenzen zwischen Wallonen und Flamen aufgehoben werden sollen. Auch wenn es im Folgenden nicht um die Welterbewertung als nationales Symbol geht, dient die Forschung als Vergleich bei der Beantwortung der Fragen, inwieweit der Welterbetitel im Oberen Mittelrheintal zur Regionalentwicklung beiträgt, welche Interessen unterschiedliche Akteure an der Auszeichnung haben und wie Bewohner oder sich herausbildende Experten mit dem Erbe umgehen.

Im Allgemeinen zeigt die Kulturanthropologie sowie die Ethnologie mit der Ernennung von immateriellem Erbe verstärktes Interesse an den Auswirkungen, die eine solche Auszeichnung für die Traditionen, Menschen und Orte mit sich bringt.¹⁹³ Im Rahmen der sogenannten *Heritage-Kritik* werden die Auswahl und die Prozesse der Produktion und (kommerziellen) Nutzung diskutiert. Freilich bestehen Unterschiede zwischen dem Umgang mit einer kulturellen Praxis und einer Kulturlandschaft, dennoch sollen die leitenden Gedanken der Diskussion kurz reflektiert werden, da einige Aspekte auch auf die Gestaltung des Welterbes Oberes Mittelrheintal projiziert werden können.

So untersucht Kirshenblatt-Gimblett die Transformation kultureller Phänomene im Kontext der Deklaration als Welterbe kritisch. In ihrem den Diskurs prägenden Aufsatz „Theorizing Heritage“ stellt sie Heritage nicht nur als eine analytische, wissenschaftliche Kategorie heraus,

¹⁹¹ Vgl. Scharfe 2009: 16; Peselmann 2013.

¹⁹² Vgl. Tauschek 2009a; Tauschek 2009b.

¹⁹³ Vgl. z. B. Meyer-Rath 2007; Kramer 2009; Strasser 2009; Schmitt 2009; Nas 2002.

sondern definiert wesentliche erkenntnistheoretische Dimensionen, um den gegenwärtigen Umgang mit und den Konstruktcharakter von Heritage zu verstehen.¹⁹⁴ Dabei stellt sie Heritage als gegenwärtige Erfindung mit Bezug zur Vergangenheit dar, um einem Gut Wert zuzufügen. Die Maßnahmen, mit denen Heritage produziert wird bzw. virtuell erhalten bleibt, kritisiert sie ebenso wie die Feststellung, dass diese Umgangsform besonders dem Tourismus zugutekäme. Auch in jüngeren Beiträgen dekonstruiert Kirshenblatt-Gimblett immer wieder die Heritage-Produktion und bezeichnet diese als Kulturproduktion der Moderne, „that gives the endangered or outmoded a second life as an exhibition of itself.“¹⁹⁵ Durch die Um- und Neudeutung des Obsoleten, des Gefährdeten, des Ausgestorbenen oder Veralteten wird den betroffenen Dingen, Orten oder Praktiken ein zweites Leben eingehaucht. Das Ergebnis sei ein Leben als Konstrukt seiner ursprünglichen Konzeption.¹⁹⁶ Veränderung ist ein immanenter Bestandteil von Kultur, aber jede Maßnahme zur Bewahrung, Konservierung und Erhaltung einzelner kultureller Praktiken könne diesen Wandel erstarren lassen oder verlangsamen. Der Umgang mit dem Erbe und die Mechanismen kultureller (Re)produktion würden demnach nicht natürlich, sondern in veränderter Form weitergeführt.¹⁹⁷

In diesem Kontext, der an die in den 1960er-Jahren geführte *Folklorismusdebatte* erinnert¹⁹⁸, diskutieren verschiedene Autoren den Einfluss, den die Auszeichnung auf Kultur hat. Ähnlich der Kritik des Volkskundlers Hans Moser am Folklorismus als „Vermittlung und Vorführung von Volkskultur aus zweiter Hand“ werden im gegenwärtigen Umgang mit Kulturerbe der primär kommerzielle Nutzen und der Ausstellungscharakter besprochen.¹⁹⁹ In der Diskussion geht es jedoch nicht mehr allein um die Suche nach dem Echten und Ursprünglichen. Unstrittig ist mittlerweile, dass die Umnutzung zwar zum einen in die natürliche Entwicklung eingreift, zum anderen aber auch Teil der Entwicklung ist und einen Beitrag zum Erhalt des Objektes oder der kulturellen Praktik leistet.²⁰⁰ So wird umfassender analysiert, inwieweit durch die Definition von Kulturerbe Kultur als ein sich permanent transformierender, performativer Prozess infrage gestellt und ein statisches, historisierendes, musealisiertes, eventisiertes, verändertes oder gar konstruiertes Bild davon entworfen wird. Die Gedanken zur Umwandlung von selbstverständlich gelebter Alltagskultur in bewusst gepflegtes Kulturerbe und die damit zusammenhängende symbolische Aufladung kultureller Praktiken und Artefakte wurden in der Fachöffentlichkeit

¹⁹⁴ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995.

¹⁹⁵ Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 56.

¹⁹⁶ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 369; Kirshenblatt-Gimblett 1998: 149.

¹⁹⁷ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 58f; Brumann untersucht diesen gegenwärtigen Umgang unter den Kategorien: Verfälschung, Versteinerung, Substanzberaubung und soziale Einhegung. Vgl. Brumann 2009: 276–278.

¹⁹⁸ Vgl. Moser 1962; Bausinger 1966.

¹⁹⁹ Moser 1962: 180 sowie 190–198; vgl. auch ders.: 1964.

²⁰⁰ Vgl. Bausinger 1961: 120.

breit rezipiert.²⁰¹ Kockel teilt die Ansicht von Kirshenblatt-Gimblett und vermutet, dass kulturelle Praktiken und Artefakte nur zu Heritage werden, wenn sie nicht länger im gegenwärtigen Gebrauch sind, „in other words, ‚heritage‘ is culture that has (been) dropped out of the process of tradition.“²⁰² Unter Tradition verstehe er kulturelle Muster, Praktiken oder Objekte, die als Fertigungs- und Wissensressource über Zeit und Ort weitergegeben werden. Heritage hingegen seien kulturelle Elemente, die im alltäglichen Leben nicht mehr aktiv tradiert, sondern in abgewandelten Kontexten genutzt würden. Die Deklaration führe also zu einer Dichotomie zwischen dem aktiven Prozess der Tradition und der Erbewertung als kulturelle Ausweitung dessen.²⁰³ Im Sammelband „Cultural Heritages as reflexive Traditions“, den Kockel und Nic Craith 2007 herausgaben, zeigen die Autoren anhand internationaler Fallstudien den Umgang mit dem Erbe und diverse Praktiken der (Re)Konzeptualisierung von Heritage und Traditionen auf.²⁰⁴ Die Erbebenennung kann damit sowohl die Gegebenheiten, deren Wertigkeiten und Sinngehalte als auch ihre Wahrnehmung verändern.

Auch in anderen Studien steht die Frage nach den Auswirkungen der Kommodifizierung des Erbes auf die Ausübenden und ihre kulturellen Traditionen im Fokus. Der spanische Kulturanthropologe Antonio Miguel Nogués Pedregal betont, dass ein Unterschied zur Alltagskultur darin bestünde, dass sich mit der Deklaration zum bewahrenswerten Kulturerbe die Einstellungen der (lokalen) Akteure zu der Sache, der kulturellen Praxis und ihrem eigenen Tun verändern.²⁰⁵ Die Aushandlungsprozesse, Kategorisierung und Instrumentalisierung des Erbes bieten viele Deutungs- und auch Nutzungsmöglichkeiten. Metakulturelle Maßnahmen, die aus den Erbestätten und habituellen Praxen reflexive und damit auch wirtschaftlich und politisch nutzbare Güter machen, sind nur ein Beispiel für solche Veränderungen.

Unterschiedliche Authentizitätsvorstellungen führen des Weiteren zu Diskussionen um die Rekonzeption bei der Inwertsetzung des Erbes und dessen Erhaltung.²⁰⁶ Lowenthal meint, der Umgang mit und die Präsentation der Vergangenheit, z. B. als „first-person interpretation“ oder *Living history*, führen zu einem verzerrten Verhältnis des Betrachters zur Geschichte.²⁰⁷ Im wissenschaftlichen Diskurs und der negativen Einschätzung der rekonstruierenden Heritageifizierung werden diese Bedenken um den Authentizitäts- und Identitätsverlust teilweise gefördert. Die Konstruktion der Vergangenheit diene demnach nicht mehr nur der

²⁰¹ Vgl. verschiedene Aufsätze aus dem Band: Hemme, Tauschek u. Bendix 2007.

²⁰² Kockel 2007: 20f.

²⁰³ Vgl. Kockel 2007: 20f, 29. Zum Verhältnis von Kulturerbe und Tradition vgl. auch Tauschek 2013: 79–84.

²⁰⁴ Vgl. Kockel u. Nic Craith 2007.

²⁰⁵ Vgl. Nogués Pedregal 2006; vgl. zu der Herauslösung kultureller Praxen aus ihrem habituellem Kontext durch Erbewertung auch: Bendix 2013.

²⁰⁶ Vgl. Seidenspinner 2006: 35ff.

²⁰⁷ Lowenthal 1985: 298.

Geschichtsbildung, sondern dem Kommerz.²⁰⁸ Auch Harm-Peer Zimmermann greift die Debatte um „professional protection“ versus „marketing and publicity“ auf. Zweifelsohne würden historische und kulturelle Erbstücke und Erinnerungsorte als Destination, Location oder Event inszeniert und vermarktet, um bereist und konsumiert zu werden. Dies schaffe jedoch auch einen Zugang zu dem Erbe und steigere das öffentliche Bewusstsein. Kritisch hinterfragt Zimmermann allerdings, inwiefern das Erbe dabei von Medien, Märkten, der Tourismus- und Kulturindustrie vereinnahmt, instrumentalisiert und ausgebeutet wird (vgl. Kap. 3.3).²⁰⁹

Als Reaktion auf die Kritik an dem Spannungsverhältnis zwischen Statik und Dynamik sowie Erhaltung und Veränderung betont die UNESCO in ihren Regularien, eine fortwährende Neugestaltung des immateriellen Erbes in Interaktion mit der ökologischen oder gesellschaftlichen Umwelt zuzulassen.²¹⁰ Auch Zimmermann relativiert die Heritage-Kritik. Dafür vergleicht er zum einen die Thesen Kirshenblatt-Gimblets mit Äußerungen Friedrich Nietzsches zum „Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben“. Er kommt zu der Erkenntnis, dass viele der in der Heritage-Kritik geäußerten Thesen bereits Nietzsches Kritik am Umgang mit Vergangenheit und dem dazugehörigen Kulturerbe entsprächen. Zum anderen arbeitet Zimmermann Paradoxien in den Thesen heraus. Er folgert, dass die Thesen der Heritage-Kritik selbst auch das befördern, was kritisiert wird, indem sie z. B. das Erbe in ein erstes und zweites Leben einstuft und verleugne, dass auch der Umgang als Welterbe eine Weiterentwicklung angepasst an gegenwärtige Bedürfnisse darstellt.²¹¹ Ferner stellt Smith kritisch heraus, dass das Erbe nicht nur objektbezogen und statisch ist, sondern einem sozialen Prozess unterliegt, der nicht nur von den von der UNESCO ernannten Experten geführt wird, auch wenn diese Institution die globale Relevanz des Erbes legitimiert.²¹²

Zudem fragen mehrere Autoren kritisch, ob das Heritage-Regime und seine globalen Maßstäbe ungewollt zu einer Homogenisierung und Vereinheitlichung der Kultur führen.²¹³ Sie diskutieren über den der UNESCO-Politik immanenten Widerspruch zwischen der Förderung kultureller Diversität und der Produktion homogenisierter globaler und europäischer Repräsentationen. Tschofen merkt diesbezüglich an, dass die Kreierung einer weltumspannenden einheitlichen Denkmalkultur nicht nur einer kulturellen Globalisierung entspreche. Die ritualisierten

²⁰⁸ So unterscheidet bspw. Lowenthal zwischen dem populären Heritage und der akademischen History; vgl. Lowenthal 2000: 71; Lowenthal 1995: 7f; Lowenthal 1998: 119f.

²⁰⁹ Zimmermann 2009a: 572; vgl. auch Zimmermann 2009b.

²¹⁰ Vgl. Meyer-Rath 2007: 163–168.

²¹¹ Vgl. Zimmermann 2009a; Zimmermann 2014.

²¹² Vgl. Smith 2006: 44.

²¹³ Vgl. Meyer-Rath 2007: 154; Bodner u. Sohm 2005: 18; Tauschek 2010: 28 u. 82; Kirshenblatt-Gimblett 2005:20f.

Prüfverfahren und standardisierten Ernennungspraxen vereinheitlichen auch die Denkmalpflege (vgl. Kap. 6.4).²¹⁴

Fraglich ist ferner, ob die Kulturgüter, die aus unterschiedlichen Gründen nicht auf der Welterbeliste stehen, damit abgewertet werden. Auf den konkurrierenden Charakter der Kulturgüter, bedingt durch die Welterbeliste, gehen verschiedene Autoren ein.²¹⁵ Hafstein zufolge führe die selektive und exklusive Welterbebenennung zu einer Entzweigung der kulturellen Praxen in hierarchisierender und wertender Perspektive.²¹⁶ In diesem Kontext sei auch auf die Kritik an der umfangreichen Entscheidungsgewalt des Welterbekomitees und der Verrechtlichung der Kulturerbeernennungspraxen hingewiesen. Zunehmend käme es zu Prozessen des *othering*, indem fremde Mächte mit globalen Regularien über das Eigene bestimmen.²¹⁷ Auch mit dem Begriff *disembedding* kann dieses Phänomen, bei dem lokale, spezifische, zeitliche Elemente global standardisierten Vorgaben angepasst werden, bezeichnet werden.²¹⁸ Smith benennt diesen Konstruktionsmechanismus, mit dem „Experten“ das Erbe identifizieren, etikettieren, bewerten und anpreisen, als *Authorized Heritage Discourse*. Damit kritisiert sie, dass z. B. Besucher der Stätte in einem hierarchisch strukturierten Top-down-Prozess die von den Experten generierten und interpretierten Wertigkeiten und Bedeutungen vorgesetzt bekämen.²¹⁹

Die 2012 in Schweden gegründete *Association of Critical Heritage Studies* führte dies zu der Frage, inwiefern die institutionelle Struktur und Definitionsmacht der das Welterbe bestimmenden UNESCO und die gleichzeitig avisierte Basisstruktur und Forderung nach der Partizipation lokaler Akteure im Widerspruch zueinander stehen.²²⁰ Auch das Machtgefälle und die nur vermeintlich objektiven Wissensbestände auf nationalen Ebenen hinterfragt die Gruppe, die durch die Teilnahme international tätiger Wissenschaftler verschiedene Zugänge zum Thema aufweist. Den politischen und ökonomischen Interessen und der Gouvernementalität einzelner Staaten bei der Heritage-ifizierung, der Instrumentalisierung und Verwertung des Erbes in Geschichte und Gegenwart nachzugehen ist dabei Teil der kritischen Kulturerbeforschung. Da Schutz, Bewahrung und Pflege alltagskultureller Praktiken und Artefakte auch unter globaler Schirmherrschaft praktisch sehr unterschiedlich umgesetzt werden, helfen die dekonstruktivistisch orientierten Studien zu ausgewählten Fallbeispielen, das dynamische Spannungsfeld von Festschreibung und Veränderung bei der Auszeichnung wahrzunehmen.

²¹⁴ Vgl. Tschofen 2007: 24.

²¹⁵ Vgl. Strasser 2007: 112; Achleitner 2005: 15f.

²¹⁶ Vgl. Hafstein 2008: 95.

²¹⁷ Vgl. Zimmermann 2014: 47 u. 49; Friedreich 2009.

²¹⁸ Vgl. Lipp 2005:26f; Giddens 2001: 33–42.

²¹⁹ Vgl. Smith 2006: 34.

²²⁰ Vgl. Association of Critical Heritage Studies.

3.3 Wertschöpfung

Verschiedene öffentliche und private Interessengruppen knüpfen divergierende Erwartungen an den Welterbetitel. Daher wird in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung nicht nur nach dem sachgerechten Umgang mit der Erinnerungskultur, dem Schutz und der Authentizität des Erbes gefragt, sondern auch nach populären, wirtschaftlichen und politischen Zusammenhängen zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Da ich zeigen möchte, wie die Welterbewertung zur Regionalentwicklung beiträgt, wird im Folgenden ein Überblick über Forschungsbeiträge gegeben, die politische Interessen, ökonomische Intentionen sowie soziale Auswirkungen der Erbewertung thematisieren.

Einführend kann auf die Aufsätze „The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era“ von Yúdice oder „World Heritage and Cultural Economics“ von Kirshenblatt-Gimblett hingewiesen werden.²²¹ Beide behandeln die gegenwärtige Zweckdienlichkeit von Kultur aus ökonomischer Perspektive. Das Verständnis, die Bewertung und Nutzung von Kultur haben demnach eine paradigmatische Veränderung erfahren und dienen als Lösungsstrategie für ökonomische und politische Problemlagen.²²²

Das Zusammenspiel von Welterbebenennung und wirtschaftlichen Voraussetzungen einzelner Staaten wird insbesondere von Lasse Steiner am wirtschaftswissenschaftlichen Lehrstuhl von Bruno S. Frey erforscht.²²³ Auch in der interdisziplinären DFG-Forschergruppe zur Konstituierung von Cultural Property werden wirtschaftswissenschaftliche Fragen beleuchtet.

Von kulturalanthropologischer Seite weist Bendix in ihrem Beitrag „Kulturelles Erbe zwischen Wirtschaft und Politik“ auf die Konzeptualisierung von kulturellem Erbe im Spannungsfeld zwischen politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Nutzung hin. Nach ihrer Auffassung würden in den Auswahl- und Verleihungsdiskursen aufgrund der Betonung des Schutzes die potenziellen wirtschaftlichen Gewinne eines Welterbes marginalisiert und die ökonomische Nutzbarmachung ins Abseits gestellt werden, „als ob ihr etwas Unreines anhaftet“.²²⁴ Zudem untersucht sie die ökonomische Verwertung des Erbes während des *Heritagemakings* in dem Aufsatz „Heritage between economy and politics: An assessment from the perspective of cultural anthropology“.²²⁵ Pichler zeigt am Beispiel der Altstadt Havannas, dass finanzielle Anreize das Interesse des Staates an der Aufnahme der Stätte in die UNESCO-Liste wesentlich beförderten. Da ein mit der Auszeichnung zusammenhängendes, von der UNESCO gefördertes Entwicklungsprojekt zur Erhaltung des Weltkulturerbes die Investitionen ausländischer Firmen

²²¹ Vgl. Yúdice 2003; Kirshenblatt-Gimblett 2006: 161–202; vgl. auch Köstlin 2003.

²²² Vgl. zur ökonomisch determinierten Dimension des materiellen Erbes: Achleitner 2005: 14.

²²³ Vgl. u. a.: Frey, Pamini u. Steiner 2013; Frey u. Steiner 2013; Frey u. Steiner 2011.

²²⁴ Bendix 2007: 345; vgl. auch Loulanski 2006: 209.

²²⁵ Vgl. Bendix 2009.

für Bauarbeiten erlaubt, wurden hierin eine Umgehungsmöglichkeit für vorhandene Sanktionen und ein Ausweg aus der Finanzkrise gesehen.²²⁶ Zimmermann trug ebenso dazu bei, diese Forschungslücke zu verkleinern. Am Beispiel des Dokumentenerbes erörtert er die Kommerzialisierung und Popularisierung sowie die dahinterstehenden Intentionen der UNESCO selbst. Zimmermann beschreibt einerseits, inwiefern die Popularisierung mit dem Schutz in Verbindung steht, da damit auch Bewusstsein für das Welterbe an sich gebildet wird. Kritisch sieht er andererseits, dass das Erbe dabei auch für fremde – vielleicht kurzfristig ökonomische – Zwecke instrumentalisiert wird.²²⁷

Anschaulich analysiert wurden solche Prozesse der Heritage-Industrie ferner von der Soziologin Sybille Frank am Beispiel der Geschichtspflege am Checkpoint Charlie. Sie stellt dar, wie verschiedene – vermehrt private – Akteure in durchaus konfliktreichen Prozessen versuchen, den Ort zu deuten, um ihn nicht zuletzt für ökonomische Zwecke aufzuarbeiten.²²⁸ Der Begriff der Heritage-Industrie wurde zuvor bereits von dem britischen Kulturhistoriker Robert Hewison sowie dem britischen Humangeografen Gregory Ashworth verwandt, um die Vermarktung des Erbes zu beschreiben.²²⁹ Hewison führte diesen Begriff in den Achtzigerjahren des 20. Jahrhunderts ein, um den Umgang Englands mit dessen Vergangenheit zu veranschaulichen. Er untersuchte die ideologische Konstruktion von Orten und die Konstruiertheit von Kulturerbe zugunsten ökonomischer Nutzung durch die sogenannte Heritage-Industrie seitens des National Trust und anderer Institute.²³⁰ Ashworth stellte dar, wie das Erbe zunächst zum Zwecke des Schutzes (von Conservation Agencies) ernannt wird. Verschiedene Akteure sehen jedoch eine Ressource darin, sodass das Erbe bestimmte Interpretationen erlebt und mit Wert aufgeladen wird. Diese Aufladung führt dazu, das Erbe nun als ein Produkt zu sehen, das von den Nutzern (der User Industrie) konsumiert wird.²³¹

Kirchengast zeigt, wie die Umdeutung und Deklaration bestimmter Speisen als kulturelles Erbe der Vermarktung dienen.²³² Dieser Prozess, bei dem kulturelle Versatzstücke in neue Verwertungszusammenhänge gestellt werden, um ihnen ökonomischen Wert zuzufügen, entspricht der „cultural appropriation“ nach Brown.²³³

Ferner hinterfragt Kuutma die Heritage-Politik sowohl in ihrer erkenntnistheoretischen als auch praktischen Anwendung. Sie untersucht, wie mit Heritage Wissen produziert wird, und geht der

²²⁶ Vgl. Pichler 2008: 222.

²²⁷ Vgl. Zimmermann 2009b.

²²⁸ Vgl. Frank 2007.

²²⁹ Auch Urry benutzt in seinem Werk den Begriff. Vgl. Urry 1990: 104–112.

²³⁰ Vgl. Hewison 1987.

²³¹ Ashworth 1994: 17. Indem das Kulturerbe zu einer Ware umgewandelt wird, liegt ein Gedanke an den kulturkonservativen Begriff der *Kulturindustrie* nahe, der jedoch nicht weiter ausgeführt werden soll.

²³² Vgl. Kirchengast 2010.

²³³ Brown 2005: 44f.

Frage des Besitzanspruches nach. Ihr Aufsatz: „Cultural Heritage: An Introduction to Entanglements of Knowledge, Politics and Property“ zeigt aus verschiedenen Perspektiven, inwieweit Heritage heute neben dem ökonomischen ein hohes sozialpolitisches Kapital aufweist und Bestandteil der nationalen und internationalen Politik geworden ist.²³⁴ Diesbezüglich fragt Kuutma zum einen nach der selektiven Identifizierung des immateriellen Kulturerbes seitens verschiedener Akteure und deren Macht und Bemächtigung in der Erbe-Industrie. Zum anderen analysiert sie, welche Funktion das Erbe in der regionalen Politik erfüllt. Sie hinterfragt, welche Möglichkeiten und Komplikationen bei der Definition, dem Schutz und der (touristischen) Nutzung auftreten und welche Auswirkungen die Erbebenennung auf Individuen und Gruppen hat. In ähnlichem Kontext untersucht Peselmann, wie im Prozess der Welterbewertung soziale und politische Interessen das Erbe bewerten und über den lokalen in den nationalen und internationalen Kontext stellen, um die sozioökonomische Situation einer Region durch Konsum und Tourismus zu verbessern. Sie beschäftigt sich mit der montanen Kulturlandschaft Erzgebirge/Krušnohorí und analysiert den Entstehungskontext sowie die Vorbereitungen der Bewerbung als UNESCO-Weltkulturerbe. Die exklusive Auswahl und Konstruktion des „richtigen“ Erbes, an denen Akteure aus Politik und Wissenschaft beteiligt sind, kritisiert sie explizit daran.²³⁵

Ein weiteres Beispiel, wie einer strukturschwachen Region mithilfe der Inwertsetzung ihres kulturellen Erbes ökonomische und soziale Perspektiven hinzugefügt werden sollen, liefert Hewison am Beispiel der Vermarktung der ehemals florierenden Industriestadt Wigan. Diese Form der Heritage-Industrie, die auf gegenwärtige Attraktivität und Ästhetik ausgerichtet ist, kann wiederum im Zusammenhang mit der Vergangenheitssehnsucht gesehen werden.²³⁶

Der portugiesische Sozialanthropologe Luís Silva untersucht das Zusammenspiel von kulturellem Erbe und Tourismusindustrie als ein wirtschaftliches Modell anhand eines nationalstaatlichen Programms, das in ländlichen Gebieten Portugals zu einer sozialen und wirtschaftlichen Revitalisierung führen soll.²³⁷ Sowohl kulturelle Aktivitäten als auch physische Interventionen sollen bei der Präsentation historischer Orte für den touristischen Markt helfen. Welche Konflikte, Verhandlungen und Kooperationen bei der Klassifizierung, Aneignung, Inwertsetzung und Kommodifizierung des Erbes abhängig von internationalen Trends Bedeutung erlangen, zeigt er auf. Ebenso aufschlussreich wie seine Ausführungen zu den verschiedenen Arten von

²³⁴ Vgl. Kuutma 2009: 7–9. Zur Bedeutung von Kultur für das staatliche Ansehen und Einkommen vgl. Coombe 2009: 409; Zur Abhängigkeit des Umgangs mit Kulturerbe von der Staatspolitik vgl. Bendix, Eggert u. Peselmann 2013.

²³⁵ Vgl. Bergs u. Peselmann 2015; Peselmann 2013; Peselmann 2009; Peselmann u. Socha 2010.

²³⁶ Vgl. Hewison 1987; vgl. dazu auch Lowenthal 2000: 71; siehe zur Präsentation auch: Frank 2007: 300ff.

²³⁷ Silva 2009.

Machtbeziehungen zwischen politischen Behörden, Experten für Denkmalpflege, touristischen Unternehmern und der lokalen Bevölkerung ist seine Darstellung der unterschiedlichen Ansichten und Umgangsweisen bezüglich des Kulturerbes. Offen bleibt die Frage, welche Auswirkungen das Programm wirklich für die lokale Entwicklung hat.

Der Einfluss von ökonomischen Faktoren im Hinblick auf die Nutzung der Welterbestätten und -praktiken ist folglich evident.²³⁸ Besonders die Verknüpfung von Erbenennung und Tourismus wird in der wissenschaftlichen Literatur behandelt. Bislang sind wenige Monografien zum Thema Welterbe und Tourismus erschienen. Begründet wurde dieser Forschungszweig in der australischen und angloamerikanischen Tourismus-, Regional- und Sozialwissenschaft. In dem 2003 erschienenen Werk „Heritage Tourism“ von dem amerikanischen Geografen Dallen J. Timothy und dem irischen Tourismuswissenschaftler Stephen W. Boyd beschreiben die Autoren nicht nur das Phänomen, seine Etablierung und Bedeutung, sondern gehen auch aus praktischer Perspektive auf den Umgang mit einer Erbstätte ein.²³⁹ Stärker fokussiert wurde die Thematik Welterbe und Tourismus vor allem in Fachjournalen. In Großbritannien erscheint seit 2006 die von Timothy herausgegebene Zeitschrift „Journal of Heritage Tourism“. Anhand von Fallbeispielen, die sich meist mit einem regionalen oder nationalen Kulturerbe auseinandersetzen, thematisieren überwiegend Geografen Formen und Veränderungen im Kontext von Heritage und Tourismus.²⁴⁰

Das Interesse an den Themen „Kulturtourismus“ und „Thementourismus“ nahm im deutschsprachigen Raum ab den 1980ern zu, als Kultur als Imagefaktor im Wettbewerb von Städten an Bedeutung gewann (s. Kap. 5.5.2.4). Die Kulturerbe-Auszeichnung gilt dabei als Attraktionshinweis für internationale (Kultur-)touristen. In vielen Publikationen der Kulturerbeforschung wird diesem Aspekt nachgegangen und untersucht, wie Orte oder lokale Kultur im Kontext der Auszeichnung zu touristischen Destinationen transformiert werden.²⁴¹ In diesem Kontext ist auch das Werk „The Tourist Gaze“ des britischen Soziologen John Urrys hilfreich, um die Gründe des Heritage-Booms, die Eignung eines Ortes als Heritage-Stätte und die Folgen vor Ort zu verstehen.²⁴² Andere Studien fragen nach den Auswirkungen der touristischen Ausgestaltung und Nutzung auf die Welterbestätten und die lokale Kultur. Unterschiedliche Standpunkte werden dabei beleuchtet, von der Denkmalpflege über das Kulturerbemanagement

²³⁸ Vgl. z. B.: Kirshenblatt-Gimblett 1995; Kirshenblatt-Gimblett 1998; Staiff, Bushell u. Watson 2013; Harrison, Hitchcock 2005; Bourdeau, Gravari-Barbas u. Robinson 2016.

²³⁹ Timothy u. Boyd 2003; vgl. auch Timothy 2011; Timothy u. Nyaupane 2009.

²⁴⁰ Siehe: Journal of Heritage Tourism.

²⁴¹ Vgl. z. B.: Mc Kercher u. du Cros 2015; Kockel 2007.

²⁴² Vgl. Urry 1990: 104–134.

und die Kulturerbepolitik bis hin zu den lokalen Akteuren.²⁴³ Nach der Rezeption aufseiten der Touristen wurde bislang kaum gefragt.

Der Kommunikationswissenschaftler Kurt Luger und der Tourismuswissenschaftler Karlheinz Wöhler veröffentlichten zwei Sammelbände, in denen international und interdisziplinär tätige Wissenschaftler und Praktiker, wie Denkmalschützer, Touristiker und Regionalmanager, das Thema Welterbe und Tourismus im breiten Kontext diskutieren. In der ersten Publikation „Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit“ versuchen die Autoren sich zum einen dem Welterbetourismus theoretisch zu nähern. Zum anderen wird anhand von Fallbeispielen gezielt dessen Umsetzung analysiert. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Stätten in Schwellen- und Entwicklungsländern.²⁴⁴ Ein Großteil der Aufsätze im zweiten Band „Kulturelles Erbe und Tourismus“ geht der Frage nach, wie das vor allem immaterielle Kulturerbe im Alpenraum dem Tourismus dient und ob der Tourismus die lokale Kultur und Lebensform einer Region positiv oder negativ verändert. Zum einen wird das immaterielle Kulturerbe in seiner Vielschichtigkeit als kulturelle Ressource und hinsichtlich seines touristischen Potenzials theorisiert und diskutiert. Zum anderen werden Spannungsfelder zwischen Überliefertem, Traditionen, Schutzpraktiken, Inszenierung und Kommerzialisierung aufgezeigt.²⁴⁵

Auch wenn die Förderung des touristischen Wirtschaftszweigs von der UNESCO und den Stätten selbst gewollt ist, wird die damit verbundene Kommodifizierung und Kommerzialisierung wissenschaftlich oft kritisch gesehen. Kritisiert wird, dass durch den globalen Tourismus sowohl die physischen Ressourcen als auch kulturellen Werte einer Gesellschaft beeinträchtigt werden. Infolgedessen wird nach Möglichkeiten gesucht, wie das Welterbemanagement zu einer nachhaltigen regionalen Entwicklung beitragen kann.²⁴⁶ Kramer (2009) beschäftigt sich mit dem Verschleiß des Kulturerbes durch die Tourismusökonomie. Das zweckfreie genussorientierte Reisen, das sich dem kulturellen Erbe zuwende, schaffe Mengenprobleme mit entsprechenden Folgen.²⁴⁷ Auch Kirshenblatt-Gimblett äußert sich mehrfach kritisch zu den Kooperationen der Heritage- mit der Tourismusindustrie. Die Heritage-Industrie erschaffe bzw. konserviere und spezialisieren Orte und kulturelle Ausdrücke, die die Tourismusindustrie gewinnbringend repräsentieren könne, um Besucher anzuziehen.²⁴⁸

²⁴³ Vgl. Frank 2009: 94–99; Eschig 2008: 178ff; Schnepel 2013; Di Giovine 2009b: 275ff; Di Giovine 2010.

²⁴⁴ Luger u. Wöhler 2008c.

²⁴⁵ Luger u. Wöhler 2010, darin z. B. Knöbl 2010; Oberreiter 2010.

²⁴⁶ Drost 1996; du Cros 2001; McKercher u. du Cros 2002.

²⁴⁷ Vgl. Kramer 2009: 61.

²⁴⁸ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 371–373; Kirshenblatt-Gimblett 1998: 72, 151–156.

Dabei muss geklärt werden, wer hinter dieser Industrie steht. Wer nutzt den Welterbetitel als lukratives Geschäft? Sind es nur die Reiseveranstalter oder kann der Titel auch der Region selbst als Einnahmequelle und zur Bewahrung regionaler Kultur dienen? Diese Fragen sind nicht eindeutig zu beantworten, da die Heritage-Industrie stets von unterschiedlichsten Gruppierungen gefördert wird. Nicht selten sind es Ortsansässige, die einen Verein für die Erhaltung einer Stätte gründen und sich dafür einsetzen, dass diese finanziert und gepflegt wird. Dorothee Hemme untersuchte am Beispiel der Deutschen Märchenstraße die Auswirkungen der Konstruktion dieses Kulturerbes und dessen touristischer Inwertsetzung auf die Lebenswelt der angrenzenden Bevölkerung. Sie zeigt, wie daraus selbst soziale und lokale Akteure hervorgehen, die die Auszeichnung nutzen, um ihr Tun oder ihren Ort gewinnbringend touristisch aufzuwerten.²⁴⁹

Andere Autoren thematisieren exemplarisch, wie der UNESCO-Status Ländern und Regionen als Marketing und Promotionsmechanismus dient, um die touristische Nachfrage zu erhöhen. Die touristische Zugänglichkeit soll eben nicht nur ein Beitrag zur Präsentation der kulturellen Vielfalt oder der Bildung internationaler Besucher darstellen. Vielmehr soll das Welterbesiegel Touristen anlocken, um die regionale Wirtschaft zu beleben. Inwiefern das Welterbe dabei als Marke bezeichnet werden kann, erörtert Helmut Groschwitz am Fallbeispiel Regensburg. Er zeigt, dass die Marke für eigene Positionen instrumentalisiert und umgewertet werden kann.²⁵⁰ Weitere Aufsätze gehen auf die differenten Kontextualisierungen ein, die das Kulturerbe im Rahmen der Nutzung als touristische Ressource erfährt. Dazu gehören z. B. permanente Aktualisierungen des Erbes, um es für gegenwärtige Besucher anschlussfähig zu machen. Nikola Langreiter und Klara Löffler betonen diesbezüglich die positiven Wechselbeziehungen. Sie geben einen Einblick, wie mit dem Titel und der Aufbereitung für den Tourismus zusätzliche Konservierung, öffentliche Unterstützung und finanzielle staatliche Zuwendung erhofft werden.²⁵¹ Die kroatische Wirtschaftswissenschaftlerin Senija Čausević und die kroatische Tourismuswissenschaftlerin Renata Tomljenović beschreiben solche soziostrukturellen Änderungen in der kroatischen Stadt Porec, deren Basilika 2003 zum Welterbe erklärt wurde. Dabei wurden das Leben und der Tourismus in der Stadt neu inszeniert, neue Läden und Gastronomie angesiedelt etc.²⁵² Der Welterbetitel bringt also physische Veränderungen und praktische Planungen mit sich, die dazu beitragen sollen, die Stätte zu erhalten und gleichzeitig zu nutzen. In dem

²⁴⁹ Vgl. Hemme 2009b. Die wirtschaftlichen Auswirkungen einer Prädikatisierung auf lokale Akteure untersuchten ferner: Ponne, Schipani u. Horayangura Unakul 2008: 347.

²⁵⁰ Vgl. Groschwitz 2009: 220.

²⁵¹ Vgl. Langreiter u. Löffler 2010.

²⁵² Vgl. Čausević u. Tomljenović 2003.

Aufsatz von Čausević und Tomljenović wird deutlich, dass solche Hilfe weder nur von außen kommen darf noch das Lokale aufgrund von Professionalisierung verdrängen soll.

Die vorliegende Arbeit setzt sich u. a. gezielt mit den Auswirkungen des Welterbestatus auf den Tourismus im Oberen Mittelrheintal auseinander. Hierzu erschien 1971 die Untersuchung „Der Fremdenverkehr in den linksrheinischen Kleinstädten zwischen Bingen und Koblenz“.²⁵³ 2006 und 2010 folgten Dissertationen aus der Geschichtswissenschaft mit den Titeln „Rhein, Romantik, Reisen. Der Ausflugs- und Erholungsreiseverkehr im Mittelrheintal im Kontext gesellschaftlichen Wandels (1890 bis 1970)“²⁵⁴ und „Baedeker & Cook: Tourismus am Mittelrhein 1756 bis ca. 1914“.²⁵⁵ Alle genannten Werke behandeln eine Zeit vor dem Welterbestatus. Mit dem Welterbe beschäftigen sich Arbeiten aus der Archäologie und Geschichte wie das 2009 erschienene Werk „Weltkulturerbe Mittelrheingebiet: seine römischen und mittelalterlichen Wurzeln.“²⁵⁶ In der Geografie kamen 2008 die Werke „Zukunft des oberen Mittelrheintals: Modellprojekt für die UNESCO-Kulturlandschaften? Dokumentation der Tagung vom 3./4. November 2006 in Bacharach“ und „Monitoring für UNESCO-Welterbe-Kulturlandschaften: Erstellung eines Indikatorenkatalogs für ein Monitoring-Verfahren am Beispiel des Welterbegerbiets ‚Oberes Mittelrheintal‘“ hinzu.²⁵⁷ Keines dieser Werke geht allerdings auf den tatsächlichen lokalen Umgang mit dem Welterbetitel ein.

3.4 Alltagsauswirkung

Über die lokale Rezeption der internationalen Auszeichnung sowie zu den Auswirkungen und Konsequenzen einer UNESCO-Welterbenominierung auf den Alltag und die Identität der ansässigen Bevölkerung wurde bislang wenig geforscht.²⁵⁸ Kirshenblatt-Gimblett konstatiert jedoch: „[Heritage interventions] change how people understand their culture and themselves.“²⁵⁹ Dies kann als Aufforderung verstanden werden, die Bevölkerung bzw. lokalen Akteure stärker in den Blick zu nehmen. Da die Interaktionen und die kulturpolitischen sowie kulturellen Konsequenzen um den Welterbetitel im Oberen Mittelrheintal die Lebenswelt der Bewohner direkt berühren, ist auch dieser Aspekt – der Umgang und die Reaktion der Bewohner und lokalen Akteure – Untersuchungsgegenstand meiner Arbeit.

Tauschek nimmt die lebensweltliche Dimension des kulturellen Erbes im Rahmen seiner bereits genannten Dissertation mikroperspektivisch in den Blick und analysiert den Zusammenhang

²⁵³ Schaake 1971.

²⁵⁴ Nowack 2006.

²⁵⁵ Bock 2010.

²⁵⁶ Rissel 2009.

²⁵⁷ Burggraaff u. Rheinischer Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz 2008; Behr 2008.

²⁵⁸ Vgl. dazu den Aufruf zu mehr Ethnografien diesbezüglich: De Cesari 2013: 411.

²⁵⁹ Kirshenblatt-Gimblett 2004b: 2; Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 58.

von nationalen, regionalen und auch lokalen Komponenten im globalen Heritage-Regime. Darüber hinaus geht er der Frage nach, wie lokale Akteure die symbolische Auszeichnung der UNESCO deuten, bewerten und für lokale Argumentationsmuster nutzen. Die Rolle einzelner Akteure zeigt er ebenso auf wie die sich aus der Welterbewertung und dem Zuwachs der symbolischen Bedeutung ergebenden neuen Spielräume und Wertschöpfungsmodalitäten.²⁶⁰

Mit der Auszeichnung können aber auch Einschränkungen für die Gestaltung des Lebensalltags und Umfeldes einhergehen. In einigen Aufsätzen werden daher befürchtete Konsequenzen aus einer Verschärfung des Denkmalschutzes sowie die Angst genannt, dass mit dem UNESCO-Titel eine Stagnation der Lebensraumentwicklung eintreten würde.²⁶¹ Sönke Friedreich arbeitet die Hintergründe dieser negativen Erwartungshaltung gegenüber der Welterbeidee anhand der Brückendiskussion in Dresden heraus, mit der das Thema Welterbe in den Blick einer breiteren Öffentlichkeit gerückt ist. Dort wurde zwischen dem Erhalt des Welterbestatus und dem Bau einer Brücke abgewogen.²⁶² Dabei traten unterschiedliche Interpretationen von angemessenen lokalen Entwicklungen und vom Stellenwert des UNESCO-Titels in der Gesellschaft zutage. So wurde der Titel nicht einfach nur als ein zu bewahrender Schatz noch als Modernisierungshindernis dargestellt, sondern als „massiver Eingriff“ in die eigene lokale Lebenswelt und „ungerechtfertigter Druck ,von außen“.²⁶³ Friedreich schließt daraus, dass der Umgang mit einem Welterbetitel auch eine Entfernung zum Alltag der Bevölkerung fördern kann, gerade wenn die Bevölkerung den Titel als von außen zugetragen ansieht. Der Geograf Matthias Bickert untersucht in seiner Dissertation, inwiefern die Entscheidungen und die Administration der globalen, nationalen und lokalen Kulturpolitik (der Cultural Governance) zu den Interessen der lokalen Zivilgesellschaft als alltägliche Nutzer der Welterbestätte passen. Aufgrund der geografischen Verortung seines Fallbeispiels in Albanien fließt in seine Forschung die Frage ein, wie gesellschaftliche und ökonomische postsozialistische Transformationsphänomene den Welterbeschutz beeinflussen.²⁶⁴ Auf die Beteiligung der Bevölkerung am Welterbeprozess in Regensburg geht Groschwitz in seinem bereits erwähnten Beitrag kurz ein. Auch wenn die Einbeziehung der Bevölkerung seitens der Initiatoren betont würde, sei großzügig geschätzt nicht einmal ein halbes Prozent der Bevölkerung aktiv an der öffentlichen Debatte über die Inhalte des Welterbes Regensburg beteiligt. Vielmehr würde sie von einer gebildeten bürgerlichen Minderheit geführt.²⁶⁵

²⁶⁰ Vgl. Tauschek 2010.

²⁶¹ Vgl. Schmitt u. Schweitzer 2007.

²⁶² Vgl. Friedreich 2009.

²⁶³ Friedreich 2009: 172.

²⁶⁴ Vgl. Bickert 2015.

²⁶⁵ Vgl. Groschwitz 2009: 223.

Solche Situationen lassen die finnische Europäische Ethnologin Katriina Siivonen fragen, was mit denen ist, die das Erbe gar nicht antreten wollen. Sie spricht dabei von: „the right to stand outside of cultural heritage“.²⁶⁶ In der Fortführung stellt sich zudem die Frage, wer die Besitzer und Erben des Welterbes sind. Wenn aus designierten Heritage-Gütern *Global cultural commons* gemacht werden, dann gelte es laut Kirshenblatt-Gimblett zu analysieren, wer Eigentümer der nun öffentlich zugänglich gewordenen Güter sei: „Once habits becomes heritage, to whom does it belong? How does heritage come to belong to all humanity?“²⁶⁷ Dies führt schließlich zu Überlegungen, wie die Erben – also die gesamte Menschheit – mit dem Erbe umgehen. Im Folgenden liegt mein Schwerpunkt jedoch auf dem Umgang der unmittelbarsten Erben – der Bewohner.

In einem von Hemme und Tauschek geleiteten Studierendenprojekt stand der alltagskulturelle Umgang mit dem Prädikat „UNESCO-Welterbe“ im Fokus. Studierende untersuchten, wie die Bevölkerung aus Goslar und Hildesheim die Auswirkungen des Welterbetitels dort wahrnimmt und tagtäglich mit dem Welterbe in seiner Materialität wie auch seiner symbolischen Dimension umgeht.²⁶⁸ Kritisch wurde hinterfragt, was es bedeutet, wenn die Ernennung zum „Welterbe der Menschheit“ nicht nur Touristen anlockt, sondern auch Einmischungen durch Experten, etwa des Denkmalschutzes, mit sich bringt. Die Beantwortung der dabei aufgeworfenen Fragen, z. B. ob die Intentionen, die die UNESCO mit einer Deklaration zum kulturellen Erbe verfolgt, mit denen der lokalen Akteure übereinstimmen oder wie diese das globale Konzept und den mit der Auszeichnung zusammenhängenden Bedeutungszuwachs auf der lokalen Ebene adaptieren und transformieren, wird mit der vorliegenden Arbeit ergänzt.

Das Thema „Leben im Welterbe“ wurde zudem von der Geografin Christina Hotz aufgegriffen. Sie analysiert mögliche Konflikte in bewohnten Städten, die zum Welterbe wurden, und entwickelte vorbeugende Vermeidungsstrategien.²⁶⁹ In Wien fand 2005 eine Konferenz zum Thema „Kultur – Erbe – Stadt. Stadtentwicklung und UNESCO-Mandat in post- und spätsozialistischen Städten – Ein Vergleich aus kulturwissenschaftlicher Perspektive“ statt. Im von Pichler und Marinelli-König herausgegebenen Tagungsband erörtern Autoren aus interdisziplinären Perspektiven, unter Berücksichtigung der Postsozialismusforschung, die beiden Kategorien Kulturerbe und Stadt vor dem Hintergrund der Stadt als Gedächtnisort. An Beispielen wird diskutiert, inwiefern sich post- und spätsozialistische Städte seit der Wende uminterpretieren, emanzipieren, darstellen und dargestellt werden. Auch wenn der Titel des Bandes auf die Rolle der UNESCO verweist, handeln die einzelnen Beiträge von der postsozialistischen

²⁶⁶ Siivonen 2007:6.

²⁶⁷ Kirshenblatt-Gimblett 2006: 161.

²⁶⁸ Vgl. Hemme u. Tauschek 2008.

²⁶⁹ Hotz 2004.

Stadtentwicklung ohne auf die Bedeutung und Prozesse einer Welterbeauszeichnung einzugehen. Die Bevölkerung wird, wenn überhaupt, nur am Rande beleuchtet.

Die Nutzungsdimensionen und Konzepte für die Erhaltung und Sicherung eines Erbes können Mechanismen der Inklusion und Exklusion nach sich ziehen. Johler führt dies aus, indem er der Frage nachgeht, inwieweit die „kulturelle-Erbe-Produktion“ im Oberschwäbischen über die ökonomische Funktion hinaus identitätsproduktiv für Einheimische und Besucher ist.²⁷⁰ Ganz bewusst kann der Welterbestatus zur Verortung und Inszenierung einer regionalen Identität genutzt werden, um die Region sozial zu stärken. Im Kontext moderner Festivals, die lokales oder ethnisches Kulturerbe betonen, untersuchte der norwegische Tourismuswissenschaftler Stein R. Mathisen, wie kulturelle Identifikation mit einem Ort und das Gefühl einer kollektiven Zugehörigkeit hergestellt werden können.²⁷¹ Durch Branding, Marketing und den Vertrieb wird dem lokalen Erbe Wert zugeschrieben. Diese wirtschaftlichen Prozesse und die Entwicklung einer Erbe-Industrie stehen in enger Verbindung zum Tourismus. Mathisen äußert jedoch, dass die Konjunktur des Erbes nicht nur touristische Investoren auf der Suche nach Profit animiert, sondern auch die Suche nach kultureller Identität widerspiegelt. Zudem steige auch die Bereitschaft nationale Erbestätten oder solche von kulturellen Minderheiten als gemeinsames Symbol zu pflegen.²⁷²

Um die sich verändernden Bedeutungen von Artefakten und die Aufwertung lokaler Identität durch kulturelles Erbe ging es ebenso der Ethnologin Carolin Kollewe in ihrem Aufsatz „Wie ‚böse Steine‘ zu ‚wertvollen Stücken‘ werden [...]“.²⁷³ Als Ergänzung ist der Beitrag „Local Culture as a resource in regional development in the southwest-finland archipelago“ von Siivonen zu sehen. Darin beschreibt sie nicht nur, wie kulturelle Elemente, zu denen sie das Erbe zählt, verwaltet und als eine Marke für den Tourismus sowie lokale Entwicklungsprogramme genutzt werden können, sondern geht auch darauf ein, wie das Kulturerbe ein Gefühl regionaler Zugehörigkeit unterstützen kann. Spannungen, die dabei durch die Komplexität des Alltags und die Interaktion zwischen Einzelpersonen und Organisationen auftreten, lässt sie nicht unerwähnt.²⁷⁴

Das besonders die Bevölkerung, die selbst vom Tourismus profitiert, dem Welterbetitel Bedeutung beimisst, wird in den Arbeiten von Martina Jackenkroll und Hemme deutlich. Für ihre Masterarbeit führte die Kulturanthropologin Jackenkroll qualitative Interviews, um etwas über den alltagskulturellen Umgang mit dem Welterbetitel in Dresden zu erfahren. Wie die

²⁷⁰ Vgl. Johler 2009: 38f; vgl. auch Johler 2002c.

²⁷¹ Vgl. Mathisen 2009.

²⁷² Vgl. Mathisen 2009: 14.

²⁷³ Vgl. Kollewe 2007.

²⁷⁴ Siivonen 2009.

Autorin reflektiert, müssen die Ergebnisse kritisch gesehen werden, da alle Interviewpartner selbst von der Touristikbranche abhängig sind. Vor diesem Hintergrund lassen sich keine Schlüsse auf die gesamte Bevölkerung ziehen und nur für die ausgewählten Interviewpartner lässt sich sagen, dass diese das lokale Welterbe in ihre Selbstbilder, Denk- und Deutungsmuster einbeziehen.²⁷⁵ Hemme fragte im Rahmen ihrer Dissertation nach den Auswirkungen der (touristischen) Inwertsetzung der Deutschen Märchenstraße auf die konkrete Lebenswelt der Anwohner. Dabei untersucht sie, wie lokale Akteure seit der Benennung der Themenstraße im Jahr 1975 mit dem Bedeutungszuwachs umgehen.²⁷⁶

Dass das Kulturerbe und dessen Bewahrung nicht nur ein Hilfsmittel zur Vermarktung, sondern auch ein kulturelles Versatzstück bzw. ein Alleinstellungsmerkmal sei, das die Identität eines Raumes konstruiere, stellt Kramer heraus. Identität würde demnach über die personale Sphäre hinaus für räumliche Einheiten benutzt und verfolge bestimmte Zielsetzungen: „Die Produktion einer Identität für eine Region, eine Landschaft ist ein zweckrational im Konkurrenzkampf eingesetztes Instrument regionaler Selbstbehauptung von Wettbewerbsregionen oder der Tourismuswerbung.“²⁷⁷

Wie die Auszeichnung als Welterbe bewusst zur Inszenierung der Region Oberes Mittelrheintal genutzt wird, um deren Image und touristische Wertschöpfung zu erhöhen, gilt es zum einen im Folgenden zu beleuchten. Sowohl Inwertsetzungsstrategien mit ökonomischen als auch ideellen Zielen werden untersucht. Zum anderen erfolgt die Analyse, wie der Titel von der im Welterbe lebenden Bevölkerung rezipiert wird und deren Alltag beeinflusst.

²⁷⁵ Jackenkroll 2008.

²⁷⁶ Hemme 2009b.

²⁷⁷ Kramer 2009: 62.

4 Vorgehensweise und Forschungsprozess

Der Festlegung und Konzeptualisierung des Forschungsgegenstandes ging eine intensive Explorationsphase voraus. Neben der Recherche bestehender Fachliteratur und aktueller Veröffentlichungen zum Forschungsgebiet habe ich Tagesexkursionen in das Tal unternommen, um mich dem Untersuchungsgegenstand zu nähern. Die theoretische Auseinandersetzung mit der Fachliteratur half zu Beginn der Arbeit, konzeptionelle Grundlagen zu klären und die Richtung der Forschung zu strukturieren. Die vorliegende Arbeit ist jedoch nicht ausschließlich auf den Diskurs oder den Umgang mit Heritage auf einer Metaebene fokussiert, sondern will die damit verbundenen Prozesse anhand eines anschaulichen Beispiels analysieren.²⁷⁸ Da die vorhandenen Daten für mein Forschungsvorhaben und die auf die Region fokussierte Fragestellung nicht ausreichten und bislang keine Literatur zu den Praktiken und Auswirkungen der Welterbewertung im Oberen Mittelrheintal vorlag, war es unabdingbar, die Untersuchung wesentlich mit empirischen Methoden durchzuführen. Im Sinne Helge Gerndts wurde daher ein Vorgehen geplant, das mir half, Erkenntnisse zu einem Wirklichkeitsausschnitt der Welterbewertung im Oberen Mittelrheintal zu gewinnen und die Prozesse dahinter zu verstehen.²⁷⁹

Um die diversen Bedingungen, Handlungsebenen und Wahrnehmungen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen für die Welterbegestaltung zu verstehen und interpretieren zu können, bedurfte es einer integrativen Vorgehensweise. So wurden für die Erkenntnisgenerierung verschiedene Methoden kombiniert. Quantitative Erhebungen sowie statistische Kennziffern wurden herangezogen, um allgemeinere Tendenzen der Entwicklung im Tal wahrzunehmen. Als wesentliche Quelle für die Erschließung des bislang wenig erforschten Wirklichkeitsbereichs dienten jedoch qualitative Verfahren, bei denen die inhaltliche Interpretation komplexer Informationen im Vordergrund stand.²⁸⁰ Da sich individuelle und kollektive Absichten, Handlungen und Bedeutungszuschreibungen in Bezug auf das Welterbe und die Regionalentwicklung nicht unbedingt in Zahlen und Fakten widerspiegeln, sondern eher in Form von Wahrnehmungen, Ideen und Wünschen existieren, boten Gespräche mit den beteiligten Akteuren einen Zugang zu ihrer subjektiven Realität.²⁸¹ Diese Herangehensweise erschien hilfreich, um den Umgang mit dem Welterbe umfassend zu beleuchten und unterschiedliche alltagsweltliche, politische und wirtschaftliche Sichtweisen, Hintergründe und Interpretationen erfassen zu können. Während quantitative Ansätze für die Bearbeitung einer Forschungsfrage Zahlenmaterial

²⁷⁸ Mit Fragen von heute möchte ich – wie es Brigitte Bönisch-Brednich als Anspruch der Volkskunde forderte – nicht nur in die Nähe einer Scientific Community, sondern auch in der Nähe des Feldes und der Öffentlichkeit schreiben. Vgl. Bönisch-Brednich 2001: 65.

²⁷⁹ Vgl. Gerndt 1997: 40 u. 42.

²⁸⁰ Vgl. Flick, Kardoff u. Steinke 2000: 25.

²⁸¹ Dass der Aussagewert statistischer, objektiver Daten allein nicht genügt und mit qualitativen, subjektiven Informationen zu ergänzen sei, wird bereits in der Untersuchung von Niem und Schneider 1995:13 deutlich.

bereitstellen, hat die qualitative Forschung nach den Sozialwissenschaftlern Uwe Flick et al. den Anspruch „Lebenswelten von innen heraus aus der Sicht der handelnden Menschen zu beschreiben“.²⁸² Auch Bausingers Aussage, „[j]e komplexer die Strukturen eines kulturellen Gebildes sind, umso notwendiger erscheint es, die Untersuchung vom Einzelnen her aufzubauen“, unterstützt diese Vorgehensweise.²⁸³ Anhand der Aussagen von Bewohnern sowie ausgewählter lokaler und regionaler Akteure soll etwas über die Bestrebungen, Entwicklungen und Reaktionen im Umgang mit dem Welterbe erfahren und die Welterbekulisse hinterfragt werden. Der Soziologe Rolf Lindner konstatiert dementsprechend, dass für die reflektierte Aneignung eines Sinnzusammenhangs nicht nur das Beobachten, sondern auch die Vermittlung über Kommunikation und Interaktion mit den Erforschten wichtig ist.²⁸⁴

Zu den im Rahmen dieser Arbeit genutzten Quellen zählen folglich zum einen gegebenes, „non-reaktives“ Datenmaterial wie formale Dokumente, statistische Daten, Infobroschüren und weitere Medieninhalte.²⁸⁵ Zum anderen gingen aus Interviews und Beobachtungen eigene „reaktive“ Quellen in Form von mp3-Dateien, Transkriptionen, einem Forschungstagebuch, Gedächtnisprotokollen und Fotografien hervor.

Der Vorteil der Methodenvielfalt wurde darin gesehen, dass sich die angewandten Verfahren, die Informationsquellen und gewonnenen Daten gegenseitig ergänzen und in Bezug setzen lassen. Im Sinne der *Dichten Beschreibung* ging es um eine möglichst detaillierte und komplexe Darstellung der Situation und der damit zusammenhängenden Akteure, um die Abläufe aus möglichst diversen Blickwinkeln zu beleuchten.²⁸⁶ Förderlich erschien die Kombination verschiedener Ansätze zudem, um Beziehungen und Gesamtzusammenhänge multiperspektivisch und prozessual nachvollziehen und berücksichtigen zu können. Dies folgt dem Ansatz der *Multi-sited Ethnography*.²⁸⁷ Als Reaktion auf die zunehmende Mobilisierung, Wandlung und Beschleunigung der globalisierten Welt wurde eine interdisziplinär, multiperspektivisch operierende Ethnografie gefordert, die zeitlich und räumlich flexibel den diversifizierten Lebensvollzügen, kulturellen Dynamiken sowie sozialen und ökonomischen Verflechtungen der spätmodernen Gesellschaft folgt. Da ich mein Projekt in einem durch den Welterbetitel abgesteckten Raum lokalisiert habe und die untersuchten Entwicklungen im lokalen Kontext stattfanden, war die Forschung nicht im klassischen Sinne der *Multi-sited Ethnography* ausge dehnt. Es stellt sich allerdings die Frage, was *site* bedeutet. Ortsübergreifende Vernetzungen

²⁸² Flick, Kardoff u. Steinke 2000: 14.

²⁸³ Bausinger 1987: 340.

²⁸⁴ Vgl. Lindner 1981: 64.

²⁸⁵ Eisch u. Hauser 2001: 61.

²⁸⁶ Vgl. Geertz 2003; Kaschuba 1999: 219; Schmidt-Lauber 2009: 252.

²⁸⁷ Vgl. Marcus 1995: 98; vgl. Schmidt-Lauber 2009: 240f; Eisch 2001: 28.

und gesellschaftliche Prozesse können schließlich auch in einem kleineren abgegrenzten Raum untersucht werden. Durch diese Umdeutung verliert das Konzept sicherlich an Schärfe.²⁸⁸ Doch dem amerikanischen Kulturanthropologen George Marcus, als Begründer der Multi-sited Ethnography, ging es nicht nur um mehr Örtlichkeit und Mobilität des Forschers. Vielmehr forderte er ein neues Verständnis von Zeit, Raum und Perspektive in der Forschungspraxis sowie die Analyse der räumlichen und funktionalen Vernetzung von Kultur, Akteuren und Orten.²⁸⁹

Da ich multiperspektivisch verschiedene Akteure, politische, ökonomische und soziale Handlungsfelder in den Blick nahm, wurden trotz der Lokalisierung Ansätze der Multi-sited Ethnography verfolgt.²⁹⁰ Unterschiedliche Ansichten als auch Verknüpfungen, Partizipationsgrade und Machtpositionen hinsichtlich des Forschungsgegenstands konnten ermittelt werden.²⁹¹ Dabei wurde an verschiedenen Orten, auf verschiedenen Wegen und auch mit verschiedenen Methoden der Untersuchungsgegenstand, zu dem Menschen, Handlungen, Dinge, Symbole, Konflikte etc. zählen, analysiert.²⁹² In dem folgenden Zitat von Marcus wird der für diese Arbeit gewählte Forschungszugang treffend zusammengefasst: „Multi-sited ethnographies define their objects of study through several different modes or techniques. These techniques might be understood as practices of construction through (preplanned or opportunistic) movement and of tracing within different settings of a complex cultural phenomenon given an initial, baseline conceptual identity that turns out to be contingent and malleable as one traces it.“²⁹³

Bei qualitativen Forschungen wird immer wieder die Offenheit und Flexibilität des Forschungsprozesses betont, die sowohl die Modifikation der Fragestellung ermöglicht als auch – trotz der zuvor gesteckten Forschungsziele und Leitfragen – eine lediglich grobe Vorstrukturierung des Themas zulässt. Im Sinne von Welz’ „tracing und tracking“ habe auch ich die Untersuchung mit einer breiten Kontextualisierung ergebnisoffen begonnen, um im Verlauf der Forschung gewonnene Erkenntnisse zu verfolgen und Ergebnisse zu erzielen.²⁹⁴ Quellen, Akteure, Untersuchungsorte und -gegenstände erschlossen sich situativ, prozessual und kontextuell durch Beobachtungen, das eigene Handeln sowie in Begegnungen mit Interaktionspartnern und bestimmten z. T. die weiteren Forschungsschwerpunkte. Die im Laufe der Forschung gewonnenen Erkenntnisse führten teilweise vom ursprünglichen Thema weg. Manche

²⁸⁸ Vgl. Schmidt-Lauber 2009: 248f.

²⁸⁹ Vgl. Marcus 1992: 314.

²⁹⁰ Aufgrund der Fragestellung wurde weder eine klassische Gemeindeforschung, die einen abgegrenzten Lebensraum untersucht, betrieben noch ein allumfassender holistischer Ansatz verfolgt. Die Multi-sited Ethnography wäre stärker zum Tragen gekommen, wenn z. B. nach dem Zusammenspiel der Akteure des Oberen Mittelrheintals und des globalen UNESCO-Regimes gefragt worden wäre bzw. nach den Veränderungen des lokalen Verhaltens aufgrund des Einflusses der international anerkannten Organisation.

²⁹¹ Vgl. Marcus 1995: 95.

²⁹² Vgl. Marcus 1995: 103.

²⁹³ Marcus 1995: 106.

²⁹⁴ Welz 1998: 184; vgl. Eisch 2001: 37.

Nebentönen und Spuren zeigten hingegen Grenzen des Forschungsfeldes oder Verbindungen zu jenem auf und halfen damit indirekt bei der Konkretisierung der Forschungsfrage. Wechselnde Verortungen und eine Vielzahl von Informanten waren hilfreich, um die Komplexität und Heterogenität des Untersuchungsgegenstandes zu erfassen. Je nach Kontext, Raum und zeitlichem Ablauf haben sich andere Perspektiven und Deutungen erschlossen. Durch die prozessualen Veränderungen im Feld, neue Kontakte und Erkenntnisse entwickelte sich im zeitlichen Nacheinander ein mehrstufiges Verstehenskonzept und komplexes Bild. Meine eigenen Erfahrungen, Zugänge und Erkundungswege, die Interviews und informellen Gespräche, im Rahmen derer das Forschungsvorhaben manchmal auch hinterfragt wurde, dienten dazu, selbst immer wieder das Konzept, die weitere Vorgehensweise und die Realisierbarkeit des Forschungsvorhabens zu reflektieren. Während des Forschungsprozesses und anhand des erhobenen Materials ergaben sich dadurch nicht nur Erkenntnisse und Argumentationen, sondern auch neue Fragestellungen und Ideen, denen zum Teil nachgegangen werden konnte. Dieser Prozess half, die Fragestellung zu präzisieren. Dabei wurde erkannt, dass diese Arbeit nur den Ausschnitt eines Themenbereichs, an bestimmten Orten und zu einer begrenzten Zeit, untersucht und nicht alle aufkommenden, darüber hinaus gehenden Fragen beantworten kann.

Alle angewendeten Methoden in Verbindung mit dem offenen Forschungsprozess sowie Zugang zum Feld halfen letztlich, adäquate Daten als Grundlage für die Rekonstruktion der Weltbewertung sowie für die Analyse der Auswirkungen des UNESCO-Titels auf das Tal zu erheben und die kulturellen, sozialen und räumlichen Entwicklungen im Zusammenhang mit der Auszeichnung zu analysieren. Sie waren also nicht Selbstzweck, sondern zielgerichtet und dienten einer induktiven Vorgehensweise, um aus dem Untersuchten konkrete Erkenntnisse abzuleiten. Da über die eingesetzten Methoden im wissenschaftlichen Diskurs bereits ausgiebig diskutiert und publiziert wurde, erscheint es hier in erster Linie notwendig, die angewandte Vorgehensweise und deren Vor- und Nachteile am konkreten Beispiel darzustellen.²⁹⁵

4.1 Medientexte als Quelle

Eine grundlegende Basis für die empirische Erhebung bildete die Recherche vorhandener Sekundärdaten wie Literatur, Zeitungsartikel, Berichte und offizielle Dokumente, z. B. Protokolle der hessischen und rheinland-pfälzischen Landesregierungen, die Bezug auf das Welterbe Oberes Mittelrheintal und die Entwicklungen vor Ort nehmen. Ferner wurden publizierte Gutachten und Planungsunterlagen herangezogen, um den Prozess der Welterbewertung zu

²⁹⁵ Vgl. beispielsweise: Bischoff, Oehme-Jüngling u. Leimgruber (Hg.) 2014; Girtler 2001; Schmidt-Lauber 2001: 165–186; Brednich 2001: 77–100; Emerson, Fretz u. Shaw 1995: 142–168; Flick, Kardorff u. Steinke (Hg.) 2000; Jeggle 1984. Zu Verfahren der Dateninterpretation vgl. Honer 1993: 89–116.

rekonstruieren. Zugang zu den Sekundärdaten boten vor allem die Websites der Zeitungen, der Landesregierungen, des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz, des Zweckverbands Welterbe Oberes Mittelrheintal, der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord sowie der Bürgerinitiativen.²⁹⁶ Darüber hinaus stellten mir einige Gesprächspartner bei den Interviewterminen Dokumente, wie archivierte Zeitungsartikel und Protokolle, zur Verfügung (s. u.).

Zunächst betrachtete ich die Inhalte von Artikeln in regionalen Zeitungen, die den Begriff Welterbe enthielten und online zugänglich waren bzw. mir von Interviewpartnern bereitgestellt wurden.²⁹⁷ Die Auswahl der untersuchten Zeitungen beschränkte sich im Wesentlichen auf die lokalen Zeitungen, da nach kursorischer Recherche in den überregionalen Zeitungen verhältnismäßig wenige Artikel zum Welterbe Oberes Mittelrheintal publiziert wurden. Die Medienrecherche konzentrierte sich zunächst auf die Rhein-Zeitung, da dies die auflagenstärkste Zeitung der Region ist und sich die regionalen Ausgaben nur geringfügig unterscheiden. Zudem wurden Artikel aus den Zeitungen der Rhein Main Presse (Allgemeine Zeitung) einbezogen, deren Verbreitungsgebiete auch im Oberen Mittelrheintal liegen. Natürlich kommt diese Auswahl nicht dem breiten ‚publizistischen Spektrum‘ gleich, das für eine methodisch exakte qualitative Medienanalyse wesentlich ist.²⁹⁸

Nicht alle relevanten Zeitungsartikel wurden ausgewertet, sondern ein stichprobenartiges Sample, das in erster Linie die Funktion erfüllte, einen Zugang zum Feld zu eröffnen und weniger als repräsentative und alleinige Quelle diente, um den Umgang mit dem Welterbe zu untersuchen. Ein strenges Analyseraster lag nicht vor. Vielmehr nutzte ich die Artikel als eine zusätzliche Zugangsmöglichkeit zum Thema oder mit den Worten des kanadischen Sprachwissenschaftlers Marshall McLuhan als „Ausweitung der menschlichen Sinne“.²⁹⁹ Da der größte Teil der sozialen und politischen Welt „außer Sicht“ liegt, so der amerikanische Journalist und Medienkritiker Walter Lippmann, habe der Mensch Methoden erfunden, „mit deren Hilfe [er] sehen kann, was kein bloßes Auge sehen konnte, und hören, was kein Ohr zu hören vermochte.“³⁰⁰ Die Artikel dienten dementsprechend einer indirekten, quasi vermittelnden Beobachtung, um über den aktuellen räumlichen und zeitlichen Rahmen der Forschung hinaus zu sehen. Mit ihrer Hilfe konnten beispielsweise Informationen für die chronologische

²⁹⁶ Rhein-Zeitung o. J.; Allgemeine Zeitung o. J.; Rheinland-Pfalz/ Die Landesregierung o. J.; Land Hessen o. J.; Hessischer Landtag o. J.; Sekretariat für Welterbe in RLP seit 2005; Zweckverband seit 2005; Rheinland-Pfalz/ Struktur und Genehmigungsdirektion Nord 2012; Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. seit 2012b; Bürgerinitiative Pro Rheintal e. V. o. J.; Bürgerinitiative ProBrücke e. V. seit 2011; Bürgerinitiative Rheinpassagen o. J.

²⁹⁷ Siehe Angaben im Quellenverzeichnis.

²⁹⁸ Das Spektrum schließt neben den vier überregionalen Qualitätszeitungen (Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt) ein Magazin und eine Wochenzeitung ein, um das publizierte Spektrum von „ganz links bis ganz rechts“ abzudecken. Vgl. Eilders 2004: 145.

²⁹⁹ Vgl. McLuhan 1968: 28 u. 79.

³⁰⁰ Lippmann 1964: 27ff.

Rekonstruktion der Welterbeernennung oder über die Konflikte um den Bahnlärm und den geplanten Brückenbau gewonnen werden. Ein weiteres Ziel dieser informellen Medienanalyse war es herauszufinden, womit das Welterbe in der Region in Verbindung gebracht und wie es dem Leser vermittelt wird.

In der lokalen Berichterstattung spiegeln sich – wenig überraschend – vor allem lokale Interessen an dem Welterbetitel. So unterstützte die Durchsicht der Medien zudem etwas über die Bedeutung und Aushandlung des Welterbetitels in der regionalen Öffentlichkeit zu erfahren. Die in den regionalen Medien ausgewählten Aspekte des Welterbes kreierten und vermittelten ein bestimmtes Bild von dem Titel, dessen Chancen und Risiken. Überwiegend befassten sich die Artikel mit den Themen Brückenbau, Bahnlärm sowie der Bewilligung von Fördergeldern und der Umsetzung von Fördermaßnahmen. So erwies sich die Durchsicht der vorhandenen, öffentlich zugänglichen Medien als hilfreich, um einen Überblick über die Geschehnisse und Rahmenbedingungen vor Ort zu erhalten. Da – wie sich in den Gesprächen herausstellte – ein Großteil der Bevölkerung die Informationen zum Welterbe auch über diese Medien bezieht, war es für die späteren Interviews förderlich, diese Quellen zu kennen. Sowohl bei der eigenen Durchsicht der Medieninhalte als auch in der Bezugnahme von Gesprächspartnern hierauf wurde deutlich, wie stark medialisiert und medienwirksam der Welterbetitel ist. Die durch Medien generierte Öffentlichkeitswirksamkeit trägt zur Bekanntheit bei und hilft, den Welterbetitel breitenwirksam zu vermitteln. Wenn über ein lokales oder regionales Erbe berichtet wird, kann dies die Leser vor Ort in besonderem Maße ansprechen. Durch die Art und Weise der Berichterstattung sowie die Filterung der Inhalte, über die berichtet wird, lenken sie zugleich aber auch die Wahrnehmung und beeinflussen die Rezipienten gegenüber dem thematisierten Erbe. Sie produzieren und reproduzieren Wissen, schaffen Zugänge und beeinflussen Meinungen zu dem Erbe.³⁰¹

Medien verfolgen mit ihrer Kommunikation der Wirklichkeit eigene Intentionen. Schon die Wahl der Überschrift zeigt, mit welchen zentralen Schlagworten und Themen die Aufmerksamkeit des Lesers geweckt werden soll. Sie sollen den Leser für die Lektüre des Artikels motivieren und bereiten ihn bereits auf eine bestimmte Lesart des Geschriebenen vor bzw. legen nahe, wie der Artikel verstanden werden soll. Auch aufschlussreich ist, welche Bilder als Blickfang ausgewählt werden und welche Personen darauf zu sehen sind. So half die explorative Medienrecherche, Akteure im Tal als potenzielle Gesprächspartner zu identifizieren, indem diese namentlich in den Artikeln genannt wurden oder auf Fotos abgebildet waren. Ferner wurde in

³⁰¹ Vgl. Wolff 2006: 259–263; zur Medienanalyse i. Allg. siehe: Hepp 2010

diesem Kontext erkennbar, von wem die Medien genutzt wurden, um bestimmte Informationen und Handlungen zu publizieren.

Des Weiteren wurden Prospekte und Werbematerialien, die überwiegend aus dem touristischen Bereich stammen, gesammelt und ausgewertet. Dabei wurde darauf geachtet, von wem der Welterbetitel wie dargestellt und genutzt wird, um Rückschlüsse ziehen zu können, welcher Stellenwert dem Titel für die Vermarktung der Region zukommt.³⁰²

Ergänzend untersuchte ich Websites, die sich angesichts der Aktualität als Quelle für das hier bearbeitete Thema anboten.³⁰³ Die Online-Informationen dienten als Basis, um einen Überblick über die Verwertung des UNESCO-Titels zu bekommen. Ausgewählt wurden die Webauftritte der Verbände, Vereine und Organisationen, die das Welterbe vertreten und „verwalten“ oder in anderer Weise mit dem Welterbe in Verbindung stehen, um etwas über den lokalen Umgang mit der Auszeichnung zu erfahren. Darüber hinaus sichtete ich die Websites lokaler Bürgerinitiativen sowie touristische Homepages im Hinblick auf die Verwendung des UNESCO-Titels. Die Webangebote zum Mittelrheintal verdeutlichen die Veralltäglichen der Netznutzung. Diverse Websites existieren, die die Kulturlandschaft thematisieren – sowohl in Form von Homepages der Bewohner oder Besucher, die über die Region schreiben, als auch vonseiten wirtschaftlicher – vor allem touristischer – Dienstleistungsanbieter und politischer Akteure.³⁰⁴ Zum einen dient das Internet dabei als Informations- und Kommunikationsmedium, zum anderen als Repräsentations- und Marketingplattform. So ergab sich die Frage, wie das Medium dabei hilft, das Welterbe Oberes Mittelrheintal darzustellen und aufzuwerten. Wie wird das Internet konkret genutzt und benutzt, bzw. auf welchen Seiten findet das Welterbe warum Erwähnung?

Anhand bestimmter Kriterien wurden die Webangebote analysiert. Dazu zählte, Verfasser respektive Urheberschaft festzuhalten, den Zweck der Seite zu erfassen, den möglichen Adressatenkreis zu ermitteln sowie die Nennung und Einbindung der Welterbeauszeichnung zu beschreiben. Damit sollten Erkenntnisse darüber gewonnen werden, welche symbolische Rolle die Auszeichnung innehat, d. h. welche Implikationen und Konsequenzen mit der Erwähnung des Welterbetitels verbunden sind. Zudem achtete ich darauf, welche Logos verwendet wurden und ob ein Link zu anderen (welterbe-)relevanten Seiten gesetzt wurde, um zu sehen, ob eine Zusammenarbeit untereinander erkennbar ist. Da es sich bei dem Medium Internet um einen dynamischen Massenspeicher handelt, dessen Bestand sich stets verändert, wurden relevante Seiten mit Screenshots und Ausdrucken dokumentiert.

³⁰² Siehe Angaben im Quellenverzeichnis.

³⁰³ Zudem war die Forschung im Internet gewinnbringend, da sie aufgrund der weitreichenden Zugriffsmöglichkeiten – wenn auch nur mittelbar – neue Möglichkeiten und Gebiete für meine Beobachtung erschloss.

³⁰⁴ Siehe Angaben im Quellenverzeichnis.

Ferner nahm ich im Januar 2014 Kontakt zu fünf privaten Anbietern von Websites auf, die das Tal oder lokale Veranstaltungen einem größeren Publikum zugänglich machen möchten und dabei den Welterbetitel aufgreifen.³⁰⁵ Per E-Mail teilte ich ihnen Informationen zu meinem Forschungsanliegen mit und stellte jeweils Fragen nach den persönlichen Erwartungen von der Erwähnung des Oberen Mittelrheintals als Welterbe sowie der Auszeichnung im Allgemeinen. Zudem interessierte mich, etwas über die Resonanz auf die jeweiligen Homepages zu erfahren. Bei den Personen, die die Seite nicht aus gewerblichen Gründen betrieben, fragte ich zudem nach dem Grund des eigenen Engagements für das Tal nach. Nachfragen konnten bei dieser schriftlichen Befragung in Form ergänzender E-Mails geklärt werden.³⁰⁶

Weitere Quellen, die Hinweise und Daten für die Arbeit lieferten, waren die Websites der Statistischen Landesämter von Rheinland-Pfalz und Hessen sowie die in den Interviews zur Verfügung gestellten nicht öffentlichen Dokumente. So konnten beispielsweise auch die Bewerbungsunterlagen (zu denen der mehrbändige Antrag, die ausführliche Begründung des Managementplans sowie z. B. zahlreiche Gutachten und Karten gehören), Beschlüsse der Ministerien oder Entwicklungspläne gesichtet werden. Besonders vonseiten des hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung bestand diesbezüglich eine große Kooperationsbereitschaft. Mithilfe der zur Verfügung gestellten Materialien konnten sowohl Einblicke in bereits überholte Problemstellungen als auch in neueste Planungen und Projekte erlangt werden. Dies in Kombination mit der Beobachtung vor Ort und den Interviews mit lokalen Akteuren und Bewohnern lieferte Erkenntnisse zum Anspruch und zur Wirklichkeit des Umgangs mit dem Welterbetitel vor Ort.

Für die Ausführungen über die Arbeit und die relevanten Dokumente der UNESCO dienten Veröffentlichungen der Organisation selbst und der deutschen Kommission als Materialgrundlage. Die meisten dieser Grundlagendokumente sind im Internet zugänglich.³⁰⁷ Darüber hinaus werden von der deutschen UNESCO-Kommission eigene Publikationen herausgegeben.³⁰⁸

Ausgehend von den zur Verfügung stehenden Medien und Dokumenten wurde ein erstes Bild zur Situation der Kulturlandschaft und zu den Initiativen entworfen. Basierend auf den daraus hervorgehenden Erkenntnissen entwickelte sich das weitere qualitative Vorgehen.

4.2 Beobachtung und Begehung

Als weitere empirische Methode wurde die teilnehmende Beobachtung gewählt, um die Reaktionen auf und den Umgang mit dem Welterbetitel zu betrachten. Während den zeitlich und

³⁰⁵ Eine Übersicht über die kontaktierten Anbieter befindet sich im Quellenverzeichnis.

³⁰⁶ Zur Methode des E-Mail-Interviews vgl. Schiek 2014.

³⁰⁷ Siehe UNESCO 2018; DUK 2018.

³⁰⁸ Vgl. z. B. die Zeitschrift der deutschen UNESCO-Kommission: *UNESCO heute*.

räumlich begrenzten Beobachtungen konnten zudem Eindrücke und Details über die Welterbegestaltung und die darin agierenden Akteure gewonnen werden. Sie fanden in unterschiedlich intensiven Partizipationsgraden statt, sowohl direkt, z. B. bei den Interviewterminen, als auch indirekt als Besucherin des Mittelrheintals. Die Beobachtungen und Vor-Ort-Begehungen unterstützten mein Vertraut-Werden mit der Region. Der direkte Zugang auf die „Bühne meiner Forschungsarbeit“ brachte mich näher zum erforschten Raum, den Forschungsobjekten und -subjekten.³⁰⁹ Die Nutzung und Betrachtung des Oberen Mittelrheintals als Forschungsraum und die Gespräche mit mir unbekanntem Akteuren distanzierten meinen Blick aber auch immer wieder. Die Erschließung neuer Perspektiven und damit verbundene Sichtwechsel auf den Forschungsgegenstand bedingten im Verlaufe der Untersuchung fortwährend Annäherungs- und Entfremdungs-, Einlassungs- und Distanzierungsprozesse.

Meine Aufmerksamkeit war dabei durch Vorwissen und Erwartungen gelenkt. In ausgewählten Ortschaften achtete ich darauf, ob und wie Akteure den Titel beispielsweise im Rahmen von Werbung oder Marketing aufgriffen. Ebenso notierte ich, wie der Titel bzw. das Logo in den Ortsbildern und der umgebenden Landschaft in Erscheinung treten. Um festzustellen, was der Titel bewirkte, beobachtete ich zum einen, an welchen Stellen der Titel z. B. sichtbar im Zusammenhang mit Sanierungen, der Umgestaltung der Rheinanlagen oder der Restaurierung von Denkmälern stand. Zum anderen schaute ich, wo und wie die Ziele, die im Managementplan (s. Kap. 6.7) vorgeschrieben wurden, umgesetzt worden waren.

Des Weiteren unternahm ich zwei Fahrten auf einem Flusskreuzfahrtschiff und leitete als Reiseleiterin zwei Radreisegruppen durch das Mittelrheintal. Ich beobachtete dabei, wie die Besuchergruppen auf die Nennung des Titels reagierten. Bei den Reisenden zeigte sich ein ausgeprägtes Interesse u. a. in Form von Rückfragen, dem Lesen von Informationen über den Titel oder dem Fotografieren der Welterbestellen (diese im Corporate Design des Zweckverbands gestalteten Stellen enthalten Texttafeln über das Welterbe, die Geschichte und Sehenswürdigkeiten des jeweiligen Ortes, in dem sie aufgestellt sind; s. Kap. 7.2.2.2).

Zudem besuchte ich die Eröffnungsveranstaltungen der Welterbetage in den Jahren 2009 bis 2011. 2009 fand die Eröffnung im Loreley-Besucherzentrum auf dem Loreley-Plateau bei St. Goarshausen statt, 2010 beim Gündertorhaus in Oberwesel und 2011 auf dem Gelände der Bundesgartenschau in Koblenz. Diese Besuche erwiesen sich als besonders erkenntnisreich, um das situative Verhalten und das Engagement der offiziellen Repräsentanten, aber auch der Gäste einzuschätzen. So wurde darauf geachtet, wer als Akteur auftrat und welche Position die Person innehatte. Zudem war der Inhalt der Vorträge von Interesse sowie die Art und Weise, wie die

³⁰⁹ Eisch 2001: 31.

Rahmengestaltung organisiert war. Auch eine Einschätzung, welche Besucher warum kamen, schien relevant. Deshalb wurden diese im Jahr 2011 in kurzen Interviews vor Ort nach ihrem Interesse am Welterbetag befragt.

Das methodische Problem, dass jeder Beobachter durch seine bloße Anwesenheit die aufzunehmenden Zusammenhänge modifiziert, war bei den Begehungen – die Interviewsituationen ausgenommen – im Rahmen dieser Forschung praktisch ausgeschlossen. Entweder besuchte ich öffentliche Veranstaltungen, deren Ablauf fest geplant war, oder führte Beobachtungen durch, bei denen ich mich äußerlich nicht von Touristen unterschied. Aufgrund vorangegangener Interviews war ich allerdings nach einiger Zeit einigen Repräsentanten bekannt. Ich konnte jedoch nicht feststellen bzw. schätze es als sehr unwahrscheinlich ein, dass dies den Ablauf der Veranstaltungen oder den Wortlaut der Vorträge beeinflusst hätte. Eine Voreingenommenheit, eine spezifische Interaktion und ein subjektiver Blickwinkel meinerseits auf die beobachteten Phänomene waren dagegen unstrittig gegeben.

Problematisch erschien eher, dass der Ablauf der Beobachtungen schwer planbar und die zeitliche Dauer der Begehungen begrenzt war. So ergaben sich beispielsweise spontan Gespräche und Begegnungen im Rahmen der Festivitäten zum Welterbetag, die Beobachtungen, welche am gleichen Tag an einem anderen Ort vorgesehen waren, aus Zeitgründen nicht zuließen.

Unter Begehung werden an dieser Stelle auch die kurzen Befragungen der Besitzer von Kiosken und Souvenirläden gezählt, welche ich nicht digital aufgezeichnet habe. In den Gesprächen wollte ich herausfinden, ob Veränderungen u. a. der Anzahl oder Herkunft der Touristen seit der Welterbeanerkennung festzustellen sind. Zudem galt es aufzuspüren, ob sich im Bereich der Souvenirs eine Heritage-Industrie entwickelt hat und diese einen Bezug zum Welterbetitel herstellen. Weitere ungeplante informelle Gespräche mit Touristen, lokalen Akteuren und Bewohnern, die meinen Forschungsweg kreuzten, wurden ebenso Bestandteil der Begehung. Dabei aufkommende Fragen und geäußerte Hinweise verdeutlichten gelebte Bezüge und es entwickelte sich ein Bild von der Bedeutung des Welterbes im Alltag.

Auch wenn die teilnehmenden Beobachtungen an einzelnen Orten und an einigen lokalen Events nur Teilaspekte des Umgangs mit dem Welterbetitel lieferten, summierten sich diese im Laufe der Forschung und boten einen Erkenntnisgewinn. Aufgrund meiner verschiedenen Blickwinkel konnte ich Eindrücke über die beteiligten Akteure sowie deren Praxen, Perspektiven und Handlungshorizonte gewinnen. Insgesamt dienten die Beobachtungen dem Zweck, die Situation in den Orten sowie die Auswirkungen der Welterbewertung einschätzen zu können. Sie halfen dabei, die Fragestellung zu konkretisieren, neue Ideen und Gedanken zu entwickeln und einen offenen Blick zu behalten. Die Erkundung der Region und der facettenreichen

Kontexte und Prozesse sowie die Teilnahme an lokalen Ereignissen halfen dabei, die Sicht der lokalen Akteure und Bewohner nachvollziehen und deuten zu können.³¹⁰

In einem Gedächtnisprotokoll und teilweise mit Fotografien hielt ich die Erfahrungen im Rahmen der teilnehmenden Beobachtungen und die informellen Begegnungen fest.

4.3 Befragung als Stimmungsbarometer

Neben der Beobachtung wurden weitere Daten mittels standardisierter Interviews vor Ort, in der Lebens- und Handlungswelt der Untersuchten, erhoben. Das Obere Mittelrheintal erstreckt sich über 65 km und besteht aus 46 Gemeinden. Exemplarisch wurden 241 Bewohner aus vier ausgewählten Orten (Kaub, Oberwesel, Trechtingshausen und St. Goar) anhand von Fragebögen interviewt, um einen Eindruck von den Positionen und Erfahrungen der dort lebenden Bevölkerung zu gewinnen.

Die Befragung fand mit Hilfe von Studierenden des Geographischen Instituts der Johannes Gutenberg-Universität Mainz im Zeitraum vom 2. bis 5. August 2010 statt. Bereits 1993 wurde ein interdisziplinäres Forschungsprojekt des Geographischen Instituts und des Faches Volkskunde an der Universität Mainz zum Thema: „Probleme kleiner Gemeinden in Rheinland-Pfalz“ durchgeführt. Interdisziplinarität ist bei einem Forschungsfeld, das sich mit dem Leben im ländlichen Raum beschäftigt, durchaus nicht unüblich.³¹¹ Utz Jeggle und Max Matter vertraten die Meinung, dass die Regionalforschung zu groß sei, um von unserem Fach alleine betrieben zu werden. Zudem konstatierten sie, dass ein ganzer Landkreis nur punktuell, aber kaum im Ganzen untersucht werden könne.³¹²

Nach folgenden Kriterien wurden daher im Rahmen dieser Forschung vier einzelne Orte für die Befragung ausgewählt. Wichtig erschien es, beide Rheinseiten einzubeziehen, um zu erfahren, ob zwischen den beiden Seiten unterschiedliche Wahrnehmungen und Bedeutungszuschreibungen existieren. Die Auswahl der Orte hing des Weiteren von ihrer Erreichbarkeit von Mainz aus ab, da für jeden Ort nur ein Forschungstag zur Verfügung stand. Zunächst war vorgesehen, Trechtingshausen, St. Goar und Oberwesel auf der linken Rheinseite und Kaub und St. Goarshausen auf der rechten Rheinseite zu befragen. Aus organisatorischen und personellen Gründen konnte die Befragung in St. Goarshausen nicht stattfinden, wodurch die rechte Seite mit nur einem Ort im Rahmen der Befragung unterrepräsentiert ist. Die gegebenen Antworten zeigen jedoch, dass die links- oder rechtsrheinische Lage des Befragungsortes bei den meisten Fragen keinen Einfluss auf die Beantwortung hatte.

³¹⁰ Vgl. dazu: Schmidt-Lauber 2009: 251.

³¹¹ Vgl. Niem u. Schneider 1995: 13. Zur Interdisziplinarität in der Geschichte der Kulturräumforschung vgl. Wiegelmann 1984: 3f.

³¹² Vgl. Matter 1998: 42.

Im Vorfeld der Befragung wurden die Bürgermeister der Ortschaften informiert und deren Zustimmung zu der Erhebung eingeholt. Zudem wurden sie gebeten, per Anzeige in lokalen Mitteilungen die Bevölkerung für die Befragungen zu sensibilisieren. Da die Gruppe der lokalen Akteure und Experten überschaubar war, konnten die Interviewpartner dort gezielt gesucht und die Interviews vorher geplant werden (s. u.). Bei der Befragung der Bewohner war diese Auswahl- und Planungsmöglichkeit aufgrund der Größe der Gruppe nicht möglich und aufgrund eines gewünschten möglichst breiten Durchschnitts auch nicht sinnvoll. Stattdessen habe ich mich für ein Zufallssample entschieden. Die Befragung wurde in arbiträr ausgewählten Haushalten vor Ort an der Tür durchgeführt. Das Wohnumfeld, also die alltägliche, gewohnte Umgebung der Informanten, beeinflusste nicht nur die Atmosphäre, sondern, wie ich in den von mir selbst durchgeführten Interviews erfahren konnte, auch die Antworten. Alltägliche Wahrnehmungen, Handlungen oder persönliche Erfahrungen und Kenntnisse konnten ohne langes Nachdenken wiedergegeben werden. Zudem unterstützen Gesten, z. B. Handzeichen in die Richtung bestimmter Orte oder Gebäude, die Aussagen.

Zu den Gründen, aus denen die Teilnahme an der Befragung abgelehnt wurde, gehörten u. a. fehlende Motivation und die Befürchtung, keine ausreichenden Informationen liefern zu können. Es wurde festgestellt, dass besonders ältere Menschen misstrauisch auf die Befragung an der Haustür reagierten. Um in solchen Fällen Vertrauen zu gewinnen, wurde ein „Berechtigungsschein“ der Universität mitgeführt, welcher jedoch die Bereitschaft zur Teilnahme nicht beeinflussen konnte. Für die Interessierten war das in Form einer Einleitung knapp ausformulierte Forschungsanliegen Grund genug, an der Umfrage teilzunehmen.³¹³ Einige Befragte bemerkten, dass in den letzten Jahren vermehrt Umfragen, besonders hinsichtlich des geplanten Brückenbaus im Oberen Mittelrheintal, durchgeführt wurden und als Konsequenz das Interesse an weiteren Befragungen niedrig sei. In anderen Fällen bekamen die Interviewer mitgeteilt, bereits erwartet zu werden, da die Befragung – varanlasst durch den örtlichen Bürgermeister – in den öffentlichen Mitteilungen angekündigt worden war.

Die stichprobenartige Befragung eines Bevölkerungsanteils, welche nicht den Anspruch erhob statistisch repräsentative Ergebnisse zu liefern, gab Informationen über die Bevölkerung der jeweiligen Orte. Da die Befragungen jeweils am Nachmittag durchgeführt wurden, wurden überwiegend Personen, welche in Teilzeit arbeiten oder nicht berufstätig sind, angetroffen. Verzerrungen bzw. überproportionale Verteilungen sind daher besonders im Hinblick auf Alters- oder Berufsgruppen nicht ausgeschlossen. Im Durchschnitt waren die Befragten etwa 55 Jahre

³¹³ Vgl. zum Umgang mit an der Universität angegliederten Forschungsvorhaben: Jeggle 1984: 95.

alt, wobei die Geburtsjahre aller zwischen 1922 und 1997 lagen. 117 Frauen und 121 Männer wurden befragt.

Die Befragung fand mittels eines strukturierten Fragebogens mündlich statt. Gegenüber einer schriftlichen Befragung, d. h. dem Verteilen von Fragebögen an die Bewohner zum eigenhändigen Ausfüllen, hatte dies vor allem den Vorteil, dass etwaige Missverständnisse bei der Fragestellung direkt ausgeräumt werden konnten.³¹⁴ Dass die Fragen dennoch teilweise anders aufgefasst wurden als intendiert, kann zum einen an der Formulierung der Fragen liegen. Zum anderen können die Missverständnisse aber auch auf die Intentionen, die die Befragten mit der Frage und ihrer Antwort verbanden, zurückgeführt werden. Grundsätzlich ist es bei der Auswertung von Befragungen daher wichtig, die Antworten zu hinterfragen: Wurde die Frage richtig verstanden? Warum wurde wohl diese Antwort gegeben? Worauf bezieht sie sich genau?

Die Ausgestaltung des Fragebogens basierte auf meinen vorhergehenden Forschungsergebnissen. Der Bogen war in thematische Blöcke gegliedert und umfasste 24 Fragen, wobei diese teilweise noch einmal untergliedert waren. Begonnen wurde mit leicht beantwortbaren Fragen zu subjektiven Bezugspunkten und Kenntnissen über den eigenen Wohnort sowie zu dessen subjektiv wahrgenommenen Stärken und Schwächen. Diese persönlichen Aussagen zur eigenen Lebenssituation in den einzelnen Ortschaften und der Region dienten als Aktualisierung und Ergänzung der in der Literatur vorhandenen Angaben. Des Weiteren wurde der Bezug zu und das Interesse an der Ortsgeschichte und ortsgebundenen Traditionen abgefragt. Dies schien relevant, um u. a. die lokale Verbundenheit einschätzen zu können und etwas über das Selbstbild der jeweiligen Ortsbevölkerung zu erfahren.

Daran an schloss sich ein Fragenblock bezüglich der Bedeutung des Tourismus für den Ort und die Region sowie des Stellenwerts und der Auswirkungen des Welterbetitels darauf. Weitere Fragen dienten dazu, Informationen zur Wahrnehmung des Welterbetitels und den subjektiven Einstellungen der Bevölkerung gegenüber dem Titel zu erfassen. Anhand der vor Ort erhobenen Daten sollte herausgefunden werden, wie die Bewohner es zur Kenntnis nehmen und empfinden, in einer Welterberegion zu leben, was ihnen hier wichtig ist, welche Bedeutung sie dem Titel beimessen bzw. was sie sich von dem Titel erhoffen. Zudem wurde gefragt, welche Veränderungen die Bevölkerung seit der Anerkennung des Oberen Mittelrheintals als Welterbe mitbekommen hat und wie sie diese interpretiert. Nicht nur die Charakteristika des Welterbes, sondern auch, was die Menschen im Allgemeinen unter dem Begriff Welterbe verstehen und welche positiven oder negativen Erwartungen mit dem Welterbestatus verbunden werden, wurde dabei deutlich. Eine Herausforderung bestand darin, das „Wissen“ der Bewohner über

³¹⁴ Zudem ist die Rücklaufquote von schriftlichen Umfragen erfahrungsgemäß schlecht. Zu den Vor- und Nachteilen einer mündlichen gegenüber einer schriftlichen Befragung vgl. Meffert 2000: 156.

das Welterbe zu erfragen, ohne den Anschein zu erwecken, die Interviewpartner „prüfen“ zu wollen. Die Bekräftigung zur Abgabe der persönlichen Meinung wurde daher fortwährend betont. Ebenso war die Frage, ob das Obere Mittelrheintal eine Region sei, in diesem Fragenblock untergebracht, um das Problem der Disparität und eine mögliche Veränderung im Zusammenhang mit der Welterbbewertung zu untersuchen. Hierbei bezogen die Antworten verschiedene Definitionen von Region, etwa administrativ oder landschaftlich, sowie Wertungen mit ein. Die Frage nach dem eigenen Engagement bei der Gestaltung des Welterbes war der Abschluss dieses Frageblocks, der das Verhältnis der Befragten zur Welterbe-Kulturlandschaft widerspiegelte.

Zuletzt wurde nach den persönlichen Einschätzungen und Erwartungen für die Zukunft der Orte sowie der Rolle des UNESCO-Welterbes für die zukünftige Entwicklung gefragt. Auch der persönliche Wunsch, am Ort der Befragung wohnen zu bleiben, war Gegenstand einer Frage. Diese zukunftsbezogenen Einschätzungen zum Ausklang sowie die Anordnung der Themen im Fragebogen verliehen der Befragung einen Spannungsbogen, der zu einem dynamischen Gesprächsverlauf beitragen sollte. Allgemeine statistische Daten zum Erwerbstätigsein, dem Geburtsjahr und Geschlecht rundeten die Erhebung ab. Alle Angaben wurden anonymisiert.

Die Bearbeitung eines Fragebogens dauerte im Durchschnitt 20 bis 25 Minuten. Die ausführliche Gestaltung des Fragebogens wurde bewusst gewählt, um umfassende Einsichten in die Alltagswahrnehmungen und -handlungen der Bewohner zu erhalten, auch wenn vermutet wurde, dass viele Personen nicht bereit wären, die erforderliche Zeit aufzubringen. Erläuterungen zu den Hintergründen der Frageblöcke erschienen dabei z. T. motivierend, um eine vollständige Teilnahme sicherzustellen, können allerdings im ungünstigsten Falle auch Einfluss auf die Antworten genommen haben.

Zum Teil wurden Stimmungsbilder oder Bewertungen mit geschlossenen Fragen abgefragt. Überwogen haben jedoch offene Fragen, die nach subjektiven Einstellungen, Handlungen und (kulturellem) Wissen fragten, demnach auf eine kognitive Ebene zielten. Offene Fragen wurden bevorzugt, da sie keine Vorgaben machten und somit die Antwortmöglichkeiten nicht einschränkten und bestimmten. Sie ermöglichten es den Befragten, eigene Meinungen in beliebiger Detailtiefe zu äußern, die über die konkrete Fragestellung hinausgingen und ebenfalls in die Auswertung einbezogen werden konnten. Anhand der Wortwahl und der Ausführlichkeit der Antworten lässt sich ablesen, welche Aspekte den Personen wichtig waren, welchen Gesichtspunkten Bedeutung beigemessen wurde und in welcher Stimmung die Untersuchten über die jeweiligen Inhalte sprachen. Da die Erhebung jedoch zusammen mit Studierenden durchgeführt wurde, ist bei der Verschriftlichung der Antworten in den Fragebögen oft eine Abwandlung, Kürzung, Verschlagwortung oder Interpretation des Gesagten gegeben. Bei einzelnen Bögen

wurden direkte Zitate als solche kenntlich gemacht. Äußerungen der Befragten, die über die eigentliche Fragestellung hinausgingen, wurden ebenfalls notiert.

Auch wenn die Befragung mit standardisierten Fragebögen durchgeführt wurde und für die Abbildbarkeit der vielfältigen Bedeutungszuschreibungen oder der Relevanz des Titels im Alltag Häufigkeitsauszählungen vorgenommen wurden, diente sie nicht einer quantitativen Auswertung. Problematisch erschien die Diversität der Antworten auf die offenen Fragen. Die Antworten wurden zwar kategorisiert und können miteinander verglichen werden, jedoch war es erforderlich, jede Antwort einzeln zu untersuchen. In Kombination mit den zusätzlichen Informationen und Zitaten der Bewohner bot die Erhebung so ein hohes Maß an qualitativen Informationen. Diese qualitative Orientierung erschwerte jedoch gleichzeitig die Bearbeitung und Auswertung. Zudem stellen die Antworten nur einen stichprobenartigen Ausschnitt der zufällig befragten Personen dar, die einer größeren Gruppe angehören. Auch der kurze Befragungszeitraum kann als Problem der durchgeführten Befragung angesehen werden. Die Befragung diente also mehr einer Ergänzung statistischer Daten, einer Spiegelung der Aussagen der lokalen Akteure sowie einer Annäherung an das Feld, lässt aber Tendenzen zur Wahrnehmung und der Auswirkung der Welterbewertung seitens der Bevölkerung erkennen.

4.4 Expertengespräche

Neben der Befragung der Bevölkerung führte ich 24 Experteninterviews mit Funktionsträgern aus der Politik, den Denkmalschutzbehörden, der Wirtschaft und dabei insbesondere der Touristik-Branche sowie Vertretern anderer Organisationen und Institutionen wie dem Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal und den Bürgerinitiativen.³¹⁵ Um einem vernetzten und ganzheitlichen Ansatz gerecht zu werden, bezog ich Akteure aus sehr unterschiedlichen Bereichen ein, die in irgendeiner Weise mit der Welterbewertung und -gestaltung in Verbindung standen. Es wurde demnach keine geschlossene Gruppe von Personen untersucht, sondern verschiedene Beteiligte und Beziehungen berücksichtigt, die analog zur Heterogenität des Untersuchungsraumes und der sich darin abspielenden Prozesse zu sehen sind. Die Ansprechpartner erschlossen mir den Untersuchungsgegenstand aus spezifischen Blickwinkeln und verfügten je über einen privilegierten Zugang zu Informationen über Auslegungen und Absichten.

Die Auswahl der Gesprächspartner orientierte sich an mehreren Kriterien. Einerseits sollte, bei den Interviews mit den Bürgermeistern, eine möglichst breite geografische Abdeckung des Gebiets gewährleistet sein. Andererseits sollten Personen in Schlüsselpositionen erfasst werden, auch wenn sie nicht im Untersuchungsgebiet selbst tätig waren, so z. B. das in Mainz ansässige

³¹⁵ Eine Übersicht über die Gesprächspartner, deren Funktion und Tätigkeitsort sowie das Datum des jeweiligen Interviews, das Interview-Setting und die Dauer der Interviews befindet sich im Quellenverzeichnis.

Sekretariat für Welterbe in Rheinland-Pfalz. Die Kriterien der räumlichen Abgrenzung hingen also von der Tätigkeit bzw. dem Tätigkeitsort der Befragten ab. Den Erstkontakt stellte ich telefonisch oder per E-Mail her. Die Kontaktdaten entnahm ich den einschlägigen Websites. Nicht alle angefragten Ortsbürgermeister waren zu einem Gespräch bereit. Ebenso wurden von den Akteuren aus den Bereichen Gastronomie und Hotellerie Interviewanfragen aus Zeitmangel abgelehnt, auch wenn ich diese Akteure bewusst in der Nebensaison angesprochen hatte. Bei der empirischen Erhebung handelt es sich demnach um eine nach funktionalen, räumlichen und zeitlichen Kriterien definierte Teilmenge von Personen, deren berufliche oder private Tätigkeit mit dem Welterbetitel des Oberen Mittelrheintals in Verbindung steht.

Die Resonanz der Gesprächspartner, die sich zu einem Interview bereit erklärten, ist durchweg positiv zu bewerten. Einige Gesprächspartner waren bei der Vermittlung weiterer Experten behilflich bzw. regten an, diese auch zu befragen. Diese Verweise auf weitere mögliche Interviewpartner legten im Rahmen der Forschung interessante Beziehungsnetze offen. Der Verzerrungseffekt, dass sogenannte *gatekeepers* oder *keypersons* durch die Vermittlung von Kontakten die Forschung lenken, war aufgrund der relativ kleinen Anzahl von vermittelten Interviewpartnern im Verhältnis zu den unabhängig ermittelten Experten unwahrscheinlich.

Zuerst wurden die offiziellen Vertreter des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz, des Zweckverbands Welterbe Oberes Mittelrheintal sowie des Forums Welterbe Oberes Mittelrheintal interviewt. Daran schlossen sich Gespräche mit Touristikämtern, Welterbe-Gastgebern, Fährbetrieben und Bürgerinitiativen an. Weitere Interviewtermine mit lokalen Politikern, Denkmalämtern und dem hessischen Wirtschaftsministerium dienten zum Teil auch der Recherche von „grauer Literatur“, also nicht publizierten Gutachten, Stellungnahmen und Planungsunterlagen.

Die Interviews fanden überwiegend dort statt, wo die Interviewpartner in ihrem beruflichen Kontext tätig sind. Für die Befragten förderte das gewohnte Umfeld den Aufbau einer vertrauensvollen Atmosphäre für das Gespräch. Bedingt durch das Umfeld fanden die Interviews auf unterschiedlichen Ebenen statt. Während sie im Ministerium dem *research-up* glichen und einen sehr formellen Charakter besaßen, zeigten die Welterbe-Gastgeber zum Teil ihre gastfreundliche Seite und lockerten damit die formale Interviewsituation auf.³¹⁶ Die Gespräche mit den Bürgerinitiativen fanden an unterschiedlichen Orten statt, beispielsweise in einer privaten Küche, in einer Gaststätte oder am geplanten Brückenstandort.

Aufgrund des thematischen Zuschnitts handelte es sich bei den Interviews um einen Mix aus problemzentrierten und Leitfadenterviews, bei denen die Befragten möglichst frei zu Wort

³¹⁶ Zu den Auswirkungen von Statusunterschieden auf den Forschungsprozess vgl. Warneken u. Wittel 1997: 1–16.

kommen sollten. Die Erarbeitung des Interviewleitfadens trug zum Vertrautwerden mit dem Thema bei. Im Gespräch verlieh die, wenn auch flexibel genutzte Strukturierung Sicherheit und förderte eine relativ entspannte Gesprächsführung. Z. T. wurden die Leitfragen auf Stichpunkte gekürzt, damit nicht die Gefahr eines monotonen Abfragens bestand. Gleichzeitig half der Leitfaden, Distanz zu wahren und die gegebenen Antworten nicht direkt zu kommentieren oder zu interpretieren. Entsprechend der Interviewsituation und der Verbindung thematischer Inhalte wurde die Reihenfolge der Fragen angepasst. Zudem verlief die Beantwortung der Fragen je nach Kontext in unterschiedlicher Ausprägung. Aufgrund der flexiblen Handhabung und der Offenheit der Interviews konnte sowohl von meiner Seite als auch von Seite der Experten auf Informationen, die sich in dem Gespräch ergaben, ad hoc reagiert werden und z. B. Aspekte, die bei der Vorbereitung nicht bedacht wurden, spontan aufgegriffen und ergänzt werden. Die einzelnen Interviews verliefen daher sehr spezifisch, ausgerichtet nach jeweils unterschiedlichen Kenntnissen, Praxis- und Erfahrungswissen der Interviewten. So spielten bei den Welterbe-Gastgebern und den Touristeninformationen etwa die Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen dem Tourismus in der Region und dem Welterbetitel eine größere Rolle. Im Rahmen des Interviews mit der Bürgerinitiative gegen den Bahnlärm wurde der Fokus des Interviews auf die Belastung der Region durch den Bahnverkehr gelegt.

Zum Teil sahen die Gesprächspartner die Interviews als Chance, um auf Probleme oder Defizite aufmerksam zu machen. So wurden die Treffen seitens der Befragten politisiert und genutzt, um den eigenen Standpunkt zu vertreten. In einigen Fällen halfen selbst Interventionen meinerseits nicht, das Gespräch auf das eigentliche Anliegen zurückzuführen; beispielsweise im Gespräch mit dem Ansprechpartner der Bürgerinitiative pro Brücke e. V.³¹⁷

In der grundlegenden Fassung waren die Interviewleitfäden gleichermaßen aufgebaut. Sie begannen mit einem kurzen standardisierten Set von Fragen, die allen Experten gestellt wurden. Der persönliche Bezug zur Region und dem Welterbe stand hierbei im Fokus. Daran schloss sich der Hauptteil der Interviews an, der in mehrere thematische Abschnitte gegliedert war. Je nach Akteursgruppe wurde die Leitfadenkonstruktion in diesem Punkt angepasst, da eine individuelle Themenwahl bzw. -akzentuierung notwendig erschien, die auf das spezifische Wissen und Arbeitsumfeld des Experten zugeschnitten war. Im Wesentlichen beschäftigte sich der Fragenblock mit den Ansichten zu den Bedingungen, den Gründen und der Initialzündung, die zur Aufnahme des Oberen Mittelrheintals in die Welterbeliste führten. Zudem wurde nach den Aufgaben, Entwicklungen, Auswirkungen und dem Stellenwert des Titels für das Tal aus Sicht des jeweiligen Gesprächspartners gefragt.

³¹⁷ Roland Girtler beschreibt ähnlich agierende Informanten und ergänzt, „oft sind jene leicht kontaktierbar, die querulieren, wichtig tun oder sich über den Forscher Prestige erhoffen“. Girtler 1992: 75.

Die darauf folgenden Fragen bezogen sich auf die beruflichen oder lobbyistischen Hintergründe des Informanten und dessen Verbindung zum Welterbe. Dabei wurden neben der Geschichte der Institution und deren Aufgabe und Ziel bezüglich des Welterbes Oberes Mittelrheintal die eigene Rolle, der eigene Standpunkt und das Interesse der Befragten an dem Thema angesprochen. In erster Linie interessierte mich, wie die einzelnen Organisationen auf Prozesse und Strukturen für die Entwicklung der Welterberegion Einfluss nehmen, woher Impulse stammen und ob diese aktiv aufgegriffen, reflektiert und verarbeitet werden. Zudem fragte ich nach Kooperationen mit anderen Initiativen und dem persönlichen Eindruck hiervon. Dies sollte Aufschluss über die Strukturen im Tal geben, insbesondere im Vergleich zu den Antworten der anderen befragten Experten. Ohne hier weiter auf die Antworten einzugehen, wurde deutlich, wie unterschiedlich intendiert die Rauman eignung, Wahrnehmung und Konstruktion des Welterbes stattfinden kann. Der spätere Abgleich der von den Akteuren bekundeten Intentionen mit den Ansichten der Bevölkerung half, die Rolle, Aktivitäten und Zielsetzung der jeweiligen Organisation kritisch zu hinterfragen.

Der letzte Fragenblock fokussierte die aktuelle Situation der Region und die Möglichkeiten der Einflussnahme der jeweiligen Organisation hinsichtlich der Entwicklung. Hierbei wurden abhängig vom Gesprächspartner die Probleme der Disparität, Tourismuswirtschaft und des Bevölkerungsrückgangs thematisiert. Auf die Verbindung zwischen Welterbe und regionaler Entwicklung bzw. die Rolle des Welterbestatus für die zukünftige Entwicklung wurde an verschiedenen Stellen in den Gesprächen eingegangen.

Alle Interviews wurden mit Zustimmung der Interviewpartner digital aufgezeichnet. Zudem hielt ich den Verlauf der Interviews in einem Feldtagebuch fest, auf das später noch genauer eingegangen wird. Auch während der Gespräche genannte Schlagwörter notierte ich darin. Diese dienten zum einen dazu, bestimmte Themenkomplexe im weiteren Gesprächsverlauf vertiefen zu können. Zum anderen wurden die Notizen beim Abhören und Transkribieren der Interviews verwendet, um die Interviewsituation besser rekonstruieren und sich ergebende Fragen klären zu können. Auch beim Transkribieren aufkommende Unverständlichkeiten vermerkte ich, um gegebenenfalls Nachfragen bei den Informanten stellen zu können. Neben dem Feldtagebuch half die Transkription der Interviews selbst, das eigene Vorgehen zu reflektieren. Mir fiel auf, dass ich durch Nachfragen und Unterbrechungen zum Teil die Antworten beeinflusste und so die methodischen Regeln vernachlässigte. Da die Erhebung über einen längeren Zeitraum durchgeführt wurde, bestand die Möglichkeit, das eigene methodische Vorgehen zu reflektieren und für folgende Interviews zu verändern.³¹⁸

³¹⁸ Vgl. Schmidt-Lauber 2009: 239.

In den Gesprächen und anhand der Kommunikationsstrukturen wurde klar, welche Funktion und Bestrebungen die Befragten vertraten. Je nach beruflichem Hintergrund wurden spezifische Sprachstile und Fokussierungen deutlich. Eine kontextorientierte „Poesie des Feldes“ war in den Antworten der einzelnen Interviewpartner bemerkbar. Bei den interviewten Ortsbürgermeistern wurde deutlich, dass sie sehr geübt darin waren, auf einer formalen Vermittlungsebene Gespräche zu führen, und sich sprachlich gut präsentieren konnten. Bei allgemeinen Fragen wurden oft generalisierende Antworten geliefert. Natürlich sehen sich Bürgermeister auch in der Pflicht, präsentationsfähige Antworten zu geben. Abgesehen von den Brückenbefürwortern sprachen die Experten in einer respektvollen Art über die UNESCO und die Bedeutung der Auszeichnung. Dies hängt freilich mit ihren Positionen zusammen, die sie im Interview auch vertraten. Meist ging es ihnen um eine Nach-Außen-Darstellung. Anstelle von gefragten subjektiven Ansichten wurde zum Teil allgemeines Wissen wiedergegeben. So wurde die subjektive Haltung zum Befragungsgegenstand objektiviert, um der Rolle als demokratisch gewählter Repräsentant und nicht als Privatperson gerecht zu werden. Dies entspricht den von der britischen Kulturwissenschaftlerin Esther Priyadharshini definierten *plastic answers*.³¹⁹ So wurden Standardantworten abgegeben, die die eigene Position unterstützen, jedoch nicht zu persönlich wurden. Aus vorangehenden Interviews waren daher manchmal nicht nur die Gesprächssituation, sondern auch die Antworten bereits vertraut.

Erst auf Nachfrage wurden neben den objektiven Sichtweisen, professionellen Erfahrungen und akteursbezogenen Motiven auch persönliche Einschätzungen und Zugänge geäußert. Anhand dieser Ausführungen wurde deutlich, welche offiziellen Werte und informellen Vorstellungen der Repräsentanten im konkreten Handeln zusammenspielen. An manchen Stellen wurde vermutlich bewusst abgelenkt, um u. U. problematische Antworten zu vermeiden. Bei der Auswertung und Interpretation der Interviews sind die Antworten daher zu relativieren und ihre Aussage zu hinterfragen, denn die Bedeutung des Interviewinhalts unterliegt sowohl vonseiten des Befragten als auch vonseiten des Forschenden immer einem Abwägungsprozess. Wichtig ist es daher, die Aussagen der Experten kritisch zu betrachten. Das Heranziehen weiterer z. T. kontroverser und alternativer Sichtweisen auch aus der Literatur und anderen Quellen half, interesselgeleitete Äußerungen bzw. Auslassungen zu relativieren und aus einer anderen Perspektive zu betrachten.

³¹⁹ Vgl. Priyadharshini 2003: 429.

4.5 Selbstreflexion und Tagebuch

Wesentlich für volkskundliche Forschung ist die subjektive Reflexion der eigenen Rolle im Feld.³²⁰ Mit der subjektiven Forschungsperspektive geht nicht nur die Produktion, d. h. methodische Fragen und der Feldzugang, einher, sondern auch die Ergebnisse, Deutung und Auswertung hängen damit zusammen. Mit meinem eigenen Vorwissen habe ich dieses Untersuchungsfeld ausgewählt, stellte die Fragen, schrieb die Beobachtungen auf und positionierte mich im Feld. Meine Involviertheit im Forschungsprozess, meine Subjektivität und persönlichen Erfahrungen beeinflussten den Erkenntnisgewinn. Ich hatte mit den qualitativen Verfahren also nicht nur wesentlichen Anteil daran, welche Daten ich erhob, und damit an der Konstruktion des Untersuchungsgegenstandes, sondern begegne mir in meinen Daten auch immer selbst. Die Forschung konnte daher – wie es ethnologischer Forschung inhärent ist – nie ganz neutral und objektiv sein.

Feldforschung ist auch eine persönliche Erfahrung sowie eine soziale und kulturelle Begegnung.³²¹ Um relevante Informationen zu gewinnen, sind das dialogische Handeln und Aushandeln mit Interaktionspartnern und die persönliche Einlassung von Forschendem und Erforschtem wichtig.³²² Der Forscher steht somit in einer dialektischen Spannung zwischen Involviertheit einerseits und distanzierter Draufsicht und Analytik andererseits.³²³ Eine Reflexion der eigenen Forschungserfahrungen, -beziehungen und -dynamiken ist daher wichtig.³²⁴ In der *Writing Culture-Debatte* ist diese reflexive Beziehung thematisiert worden und hat im Konzept des *Othering* eine kritische Verdichtung erfahren.³²⁵

Die Begegnungen im Feld sind von wechselseitigen Rollenmustern beeinflusst. Ich brachte eigene Rollenverständnisse, Erfahrungen, Meinungen und Sichtweisen mit. Aber auch ich bekam eine Rolle zugeschrieben, wurde eingeordnet und präsentierte mich als Projektionsfläche. Durch die zugeschriebenen Rollen, Beziehungen sowie die emotionale Erfahrung wurden das Feld verändert und die Ergebnisse beeinflusst. Z. T. befürchtete ich mangelnde Anerkennung als Wissenschaftlerin von den Gesprächspartnern, deren Alter, ökonomischer, sozialer oder auch akademischer Status deutlich über meinem lag. Die ersten Zugänge und Interviews waren daher teilweise von Unsicherheit und Vorbehalten geprägt: Wer/wie sind die Gesprächspartner, ihre Erfahrungen, Intentionen? Sind meine Fragen verständlich? Wird meine Forschung und

³²⁰ Vgl. Köstlin 2001: 9.

³²¹ Dies zeigen schon Malinowskis Tagebücher; vgl. Malinowski 1986; zudem: Linder 1981.

³²² Vgl. Eisch 2001: 35.

³²³ Vgl. Schondelmayer 2009: 133. Auch Lindner beschreibt die Reziprozität und sozialen Interaktion im Feld zwischen Forscher und Beforschtem. Vgl. Linder 1981.

³²⁴ Vgl. Schmidt-Lauber 2009: 241.

³²⁵ Vgl. Clifford u. Marcus 1986; Fabian 1983.

Wissenschaft des „scheinbar Selbstverständlichen“ anerkannt? Welche Rolle nehme ich als Forscherin in den Augen der Befragten ein?

Meine Autorität habe ich ins Spiel gebracht, wenn ich mein Forschungsanliegen rechtfertigen, plausibel erklären und meine Fachkompetenz verteidigen musste.³²⁶ Oft wurde von mir eine objektiv messbare Forschung erwartet. Zudem musste ich immer wieder darlegen, dass ich die Forschung weder nutze, um Handlungsoptionen zu entwickeln, noch um mich in das *policy-making* „einzumischen“, sondern anhand von empirisch erhobenen Daten aus der Region gesellschaftspolitische Auswirkungen aufzeigen und beschreiben möchte. Erklärungen zum Fachverständnis und der Anwendung *weicher Methoden* waren daher wichtig. Die Aufforderung zur freien Erzählung wurde daraufhin gerne wahrgenommen. Dass viele Gesprächspartner gewohnt waren zu reden und ihre Ideen zu kommunizieren, wurde deutlich.

Aus Harmoniegründen ließ ich in einigen Fällen zu, dass der Gesprächsinhalt teilweise weg von der eigentlichen Forschungsfrage führte und eher dem Mitteilungsbedürfnis der Befragten genügte. Ich nahm sozusagen eine doppelte Verhaltensrolle ein: Zum einen versuchte ich mich sozial auf das Feld einzulassen, zum anderen leitete und positionierte mich mein wissenschaftliches Anliegen. Auffällig war, dass ich mit meiner Forschung eine Männerdomäne betrat. Bei meinen Interviewpartnern aus Politik und Wirtschaft handelte es sich zum weit überwiegenden Teil um Männer, die diese Bereiche im Oberen Mittelrheintal dominierten. Einen Einfluss dieser Rollenaufteilung auf meine konkreten Ergebnisse konnte ich aber nicht feststellen, auch wenn eine Rollenzuweisung unbewusst stattgefunden haben mag.

Die Reflexion über die Rolle der Gesprächspartner und die damit verbundene Perspektivenübernahme halfen dabei, dem Gegenüber sachlich gegenüberzustehen.³²⁷ Wenn ich Antipathie verspürte, fiel es mir jedoch schwer, mich zu distanzieren. Um eventuelle Blick- und Kommunikationsverzerrungen sowie problematische Aspekte der Forschung offenzulegen, die durch Begegnungen im Feld reproduziert wurden, schrieb ich meine Eindrücke in einem Feldtagebuch auf.³²⁸ Forschungsbegleitend protokollierte und dokumentierte ich Beobachtungen, Erkenntnisse, Begegnungen, Interviewsettings und Beziehungen. Z. T. dienten ebenso Fotos als Stützen der Beobachtung. Möglichst unverfälscht hält das Tagebuch zudem subjektive Eindrücke wie Gefühle, Irritationen, Zweifel, Unsicherheiten und Empfindungen, aber auch Ideen und Hypothesen fest.

Beim Abhören der Audiodateien wurde deutlich, wie durch die zeitliche Distanz eine Diskrepanz zu den eigenen Erinnerungen entstanden war. Das Tagebuch sollte dem entgegenwirken.

³²⁶ Vgl. Schondelmayer 2009: 144.

³²⁷ Vgl. Hitzler 1999: 477.

³²⁸ Vgl. Eisch 2001: 35.

Da es prozessbegleitend situationsorientiert geschrieben wurde, sind in ihm die Abfolge der erzählten und beobachteten Ereignisse und gesprächsbegleitenden Handlungen nachvollziehbar. Auch Erkenntnisse, die zwischen den Besuchen stattfanden, oder andere für die Forschung relevanten Ereignisse wurden notiert. Dazu zählen z. B. sozioökonomische, gesellschaftliche und politische Gegebenheiten, die mit dem UNESCO-Welterbe im Allgemeinen oder der Regionalentwicklung im Oberen Mittelrheintal in Verbindung stehen. Somit halfen das Tagebuch und die Notizen aus vorangegangenen Gesprächen und Situationen auch, mich auf die einzelnen Interviews vorzubereiten. Manchmal wurde die Aufzeichnung jedoch vernachlässigt und nur als Begleitmedium, mit Ergänzungsdaten zu äußeren Umständen, Rahmenbedingungen und Biografien genutzt oder erst mit zeitlicher Verzögerung und stark gekürzten Erinnerungen gefüllt. Die informelle Aufzeichnung meines persönlichen Erkenntnisgewinns im Verlauf der Forschung hat mir überdies geholfen, mit Selbstzweifeln und dem Infragestellen der eigenen Arbeit umzugehen. Überlegungen, die hier ungefiltert aufgeschrieben wurden, halfen Fragen zu klären, Erkenntnisse zu generieren und Leitlinien sowie Muster zu erkennen. So wurden im Tagebuch z. T. schon in der Erhebungsphase Kommentierungen und Interpretationen zugelassen, jedoch auch viele Eindrücke einfach nur dokumentiert.

Das Feldtagebuch repräsentiert also eine weitere primäre Datenquelle, die einem mehrperspektivischen Auswertungsprozess zugeführt werden konnte. Im Gegensatz zu den Audiodateien und Dokumenten sind in ihm Selbsteinschätzung, Haltungen zum Feld und Emotionen festgehalten und es hilft, den Forschungsverlauf nachzuvollziehen.

4.6 Auswertung

Ausgehend von der theoretisch vorbereiteten und empirisch begründeten Situationsanalyse bildeten die Dokumente, Beobachtungen, Umfragen und Interviews die Grundlage meiner Auswertung und Interpretation. Die eigene Empirie und Zugangsweise sowie eigene Begegnungen generierten meine Daten und lenkten die Analyse, wobei ich deren Schwerpunkte mit theoretischen Konzepten aus der wissenschaftlichen Literatur untermauerte.

Den mithilfe der verschiedenen Methoden erforschten Ausschnitt der Realität galt es dabei in Aussagen umzuwandeln und zu strukturieren. Im Feld selbst habe ich die gegebene Komplexität durch den Zugang, den ich wählte bzw. der mir zu den Daten ermöglicht wurde, die Auswahl der Untersuchungsorte und der verfügbaren Gesprächspartner sowie der stattfindenden sozialen Interaktionen reduziert. Die erhobenen Daten und Fakten sind somit zeit-, raum- und gesellschaftsabhängig und können nur ein Bruchstück der Wirklichkeit abbilden. Bei der Verschriftlichung und der Auswertung des erzählenden Modus der Transkriptionen und Feldnotizen kam es zu einer weiteren Reduktion des erhobenen Materials.

Eine subjektive Bedeutungszuschreibung und Sicht auf die Dinge, die die Auswertung und Schilderung leiteten und fokussierten, kann trotz Bemühungen um Objektivität nicht verleugnet werden.³²⁹ Wichtig war es daher, die Bedeutungszuschreibung und meine auch während der Erhebung bereits automatisch getätigte Analyse zu reflektieren und überprüfen. Um meine subjektive Wahrnehmung zu erweitern und Schwerpunkte der Analyse zu bestimmen, haben mir die multimethodische Perspektive sowie die Sammlung der geäußerten Meinungen und des beobachtbaren Verhaltens geholfen. Auch wenn nicht abgestritten werden kann, dass die zuvor dargelegten Rahmenbedingungen der Forschung meine Perspektive auf das Feld lenkten, wollte ich einen umfassenden Einblick erlangen und herausfinden, welche Intentionen und Interpretationen den jeweiligen Handlungen zugrunde liegen.

Die Experteninterviews stellte ich in einer skizzenhaften Konstellationsanalyse zusammen. Dies diente der Darstellung, welche Personen sich gegenwärtig mit welchem Bereich des Welterbes beschäftigen und welche Ereignisse zur Welterbegestaltung beitragen. Abhängigkeiten, Beziehungen und Wechselwirkungen konnten so nachvollzogen werden, zumal viele Veränderungen und Entwicklungen nicht isoliert voneinander oder parallel zueinander stattfinden. Die Skizze konnte helfen, die Strukturen, Prozesse und Probleme der Etablierung des Handlungsraumes als UNESCO-Welterberegion aufzuzeigen. Zudem zeigte sie beruflich vortypisierte Deutungen und Umgangsweisen in Bezug auf den Welterbetitel an.

Im Anschluss wertete ich die Interviews hermeneutisch-interpretierend aus. Bei der Sichtung der Ergebnisse, aber auch bereits bei der Erhebung, wurden in der Fülle von Informationen Verdichtungen und Wiederholungen bzw. Variationen von Intentionen deutlich. So arbeitete ich nach dem sorgfältigen Lesen der Interviews Schlüsselwörter, die häufig genannt wurden, Gemeinsamkeiten und motivische Kategorien heraus. Mit dieser Sequenzanalyse der verschriftlichten Interviews sollten die Akteure zwar vergleichbar geordnet, aber nicht homogenisiert werden, sondern subjektive Ansichten, Zugänge und Handlungen Beachtung finden. Aus der in den Interviews eruierten individuellen Bewertung der Situation heraus ließen sich ausführliche Darstellungen des sozialen Handelns und der Motive der einzelnen Akteure, sich für das Welterbe einzusetzen, ablesen. Die Kombination mit den beobachteten Fakten und den Aussagen anderer Informanten ermöglichte mir zudem, Rückschlüsse auf die Ziele sowie deren Realisierbarkeit zu ziehen. Ferner half die Analyse der zur Verfügung gestellten Regierungsdokumente, Politikerreden, Kommissionsberichte und Zeitungsartikel, die Handlungspläne und Standpunkte der jeweiligen Institutionen zu untersuchen.

³²⁹ Vgl. Clifford u. Marcus 1986.

Um die Handlungen im Umgang mit dem Welterbetitel im Oberen Mittelrheintal zu erklären, anschaulich und nachvollziehbar zu machen, sollen im Folgenden Zitate meiner Gesprächspartner und Bestandteile meiner Beobachtungen angeführt werden. Durch eine möglichst wortgetreue Wiedergabe der Ansichten der Befragten wird der Facettenreichtum individueller Eigenlogiken und Wirklichkeitsauffassungen dokumentiert. In der Analyse habe ich versucht, meine Informanten wo möglich selbst sprechen zu lassen. Dabei habe ich jedoch die Interviewausschnitte so ausgewählt, dass sie meinen Bedeutungskontext und meine thematisierte Position unterstützen und somit Einfluss darauf genommen.³³⁰

Bei der Verschriftlichung der Ergebnisse stellte ich fest, dass ich selbst oft die abstrakte, planerische Sprache der Experten nutze. In der Interpretation war es daher umso wichtiger, Distanz zu den offiziellen Stellungnahmen der Akteure und ihren interessen geleiteten Darstellungen zu entwickeln. Das Hinterfragen und Ordnen nach zugrunde liegenden Hypothesen und Erkenntnissen aus der wissenschaftlichen Literatur half dabei. Zudem nutzte ich die Ergebnisse der Umfrage unter der Bevölkerung, um die Sicht der Experten zu hinterfragen.

Die Auswertung der Umfrage gestaltete sich dabei, wegen der offenen Fragen und der verschiedenen Dokumentationsformen der Antworten abhängig von dem Interviewer, schwieriger als vermutet. Zudem bestand auch hier eine Aufgabe darin, das erhobene Material auf relevante Schwerpunkte zu reduzieren und nur bestimmte Antworten in die Analyse einzubeziehen.

Die gegebene Situation im Oberen Mittelrheintal zum Zeitpunkt meiner Forschung (s. Kap. 5) sowie die im Managementplan (s. Kap. 6.7) festgehaltenen Ziele haben dabei maßgeblich beeinflusst, unter welchen Kriterien und Schwerpunkten ich die Auswirkungen der Welterbenominierung untersuchte. Die Ergebnisse und die Auswertung wurden zudem von den untersuchten Quellen, den Personen, mit denen ich in Kontakt trat, und den Dokumenten, die mir zur Verfügung standen, nicht wiederholbaren Zufälle, dem Moment der Erhebung sowie meiner subjektiven Perspektive auf die Situation beeinflusst.

³³⁰ Vgl. Clifford 1988: 50f; Girtler 2001: 145f.

5 Portrait der Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal

Für die Analyse des Umgangs mit dem Welterbetitel im Oberen Mittelrheintal wird die Hypothese angenommen, dass der Welterbetitel zur Regionalförderung beiträgt. Doch handelt es sich beim Oberen Mittelrheintal überhaupt um eine Region? Ist die Region ein abgegrenztes Gebiet oder ein strategisches Konstrukt? Handelt es sich um eine Landschaft, eine administrative Einheit oder einen Kulturraum? Was macht die Region aus? Warum, wann und unter welchen Umständen bezieht sich wer auf die Region? Weshalb und inwiefern soll der Zusammenhalt des Raumes mit dem Welterbetitel gefördert werden?

Um diesen Fragen nachzugehen, wird im anschließenden Kapitel auf die Situation der Kulturlandschaft zur Zeit der Welterbewertung eingegangen. Zuvor soll jedoch dargelegt werden, was eine Region kennzeichnet.

5.1 Die Wiederkehr der Regionen

Seit Mitte der 1980er-Jahre ist in den Kultur- und Sozialwissenschaften eine verstärkte Hinwendung zum Raum zu bemerken, der sogenannte *spatial turn*.³³¹ Bereits der schwedische Religionswissenschaftler Åke Hultkrantz hielt fest, dass volkskundlich-ethnologische Untersuchungen drei Dimensionen beinhalten sollten: Zeit, Raum und soziale Ordnung.³³² Der Globalisierungsdiskurs, die damit zusammenhängende Debatte um Deterritorialisierung und die weltweite Durchsetzung neuer Informationstechnologien haben den Blick auf den Raum verändert, sodass in den Kulturwissenschaften eine Re-Konzeptualisierung der Bedeutung und des Verständnisses von Raumbezügen wichtig erscheint.³³³ Der *spatial turn* steht dabei im Gegensatz zur oft postulierten Behauptung vom „Verschwinden des Raumes“. Mittlerweile ist der von dem englischen Soziologen Roland Robertson geprägte Begriff der *Glokalisierung* nicht mehr neu und die Erkenntnis, dass gerade durch und mit der Globalisierung auch die Hinwendung zum Regionalen bzw. Lokalen gefördert wird, bekannt.³³⁴ Das Lokale ist, so der Ethnologe Bernd Wagner, „nicht nur ein konstitutiver Bestandteil des Globalen, sondern erstet teilweise erst mit ihm“.³³⁵ In der dezentralisierten, schnelllebigen und veränderungsreichen Welt der Globalisierung steht das Lokale u. a. für die Sehnsucht nach Stabilität. Die Einbindung der

³³¹ Vgl. Bachmann-Medick 2006: 284ff. Den Keim für den heute als progressiv gepriesenen *spatial turn* bildete die zukunftsweisende, 1926 in Bonn angestoßene interdisziplinäre Kulturraumforschung. Siehe dazu das Schlüsselwerk von Aubin, Frings, Müller 1926.

³³² Vgl. Hultkrantz 1960: 113. Zur Geschichte der raumorientierten Kulturforschung siehe auch Simon 2001.

³³³ Alfonso u. Gandelsman-Trier 2007: 3f. Welz bezeichnete Kulturen und Menschen am Ende des 20. Jahrhunderts als „moving targets“. Sie drückt damit aus, dass Kulturen nicht mehr wirklich durch geografische Räume begrenzt und definiert werden können. Vielmehr handele es sich um bewegliche Ziele, die nicht stillhalten, um sie zu erforschen. Welz 1998.

³³⁴ Vgl. Robertson 1992; Robertson 1998; siehe auch Johler 2008.

³³⁵ Wagner 2002: 17.

Menschen in für sie unüberschaubare Netze kann, in gleichzeitiger Abhängigkeit vom globalen System, zur regionalen Orientierung führen. Der britische Soziologe Anthony Giddens schreibt dazu passend: „So stehen z. B. die Wiederbelebung des lokalen Nationalismus und die Betonung der ortsgebundenen Identität in unmittelbarem Zusammenhang mit Globalisierungseinflüssen, denen sie im Übrigen zuwiderlaufen“.³³⁶ Der Ethnologe und Soziologe Ronald Lutz nennt das Charakteristikum des Kleinen und Überschaubaren neben dem Bezug zur Natur als Motivation, sich auf provinzielle Regionen rückzubesinnen und diese als Ergebnis gegenwärtiger Modernisierung zu besiedeln.³³⁷ Titel wie die „Wiederkehr des Regionalen“ oder „Aus der Region für die Region“ unterstreichen diese Rückbesinnung.³³⁸ Mit der Glokalisierung wird demnach zum einen die globale Verbreitung und Vernetzung und zum anderen die Herausbildung einzigartiger Lokalitäten als Reaktion auf die Globalisierung beschrieben. Der lokale Raum stellt aber keinen stagnierenden Rückzugsort dar, sondern dient vielmehr als Ausgangspunkt und Orientierung.

Da die Globalisierung zu einem objektiven Verlust der regionalen und nationalen Besonderheiten und Autonomie führe, wachse als Reaktion auf die Globalisierung die Sehnsucht nach regional eigenständiger Steuerungsfähigkeit.³³⁹ Die Region wird als Handlungsraum gefordert, da durch die kleinere Einheit mehr Flexibilität, größere Problemnähe, ein direkterer Bezug zur eigenen Lebenswelt und direktere Rückkopplung der politischen Willensbildung mit der Exekutive, aber auch ein engeres Wirkungsgeflecht mit dem sozialen und kulturellen Milieu gesehen wird. Das heißt, Regionen werden als kleine, dynamische, sozioökonomische Verflechtungszusammenhänge gesehen, die institutionelle und räumliche Nähe der und zu den Handelnden bieten. Zudem hat Regionalisierung seitens regionaler Akteure der Politik, Verwaltung oder Wirtschaft eine symbolische Funktion im kompensatorischen Sinne. Der mit der globalen Vergesellschaftung einhergehenden Entdifferenzierung soll mit der Entdeckung, Wiederbelebung oder Erfindung regionaler Besonderheiten, Unterscheidbarkeiten und Zuständigkeiten begegnet werden.³⁴⁰

Entgegengesetzt kann es aber auch um eine Erweiterung des Eigenen gehen. Da Kommunen an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit, Handlungskompetenz und finanziellen Gestaltungsspielräume stoßen, ergibt sich im Bereich der Verwaltung ein gesteigertes Bedürfnis nach regional strukturierten Handlungseinheiten. Die Regional- und Förderpolitik der EU unterstützt diese

³³⁶ Giddens 1997: 23f.

³³⁷ Vgl. Lutz 1998b: 7.

³³⁸ Vgl. Lindner 1994b; Kramer 1997; zur Wirkung globaler Entwicklungen auf das Lokale und der damit verbundenen Ausweitung sozialer Beziehungen vgl. Giddens 1995: 30; zur Rückbesinnung und Konjunktur von Region allgemein: Matter 1998: 32.

³³⁹ Vgl. Blotvogel 2000b: 493.

³⁴⁰ Volkskultur wird für regionale Selbstfindungs- und -erfindungsstrategien eingesetzt. Vgl. Köstlin 2007: 16.

Tendenz.³⁴¹ Auch aus wirtschaftlicher Sicht sind bestimmte Märkte – besonders im globalen Wettbewerb – nur noch als Regionen konkurrenzfähig, wie auch die Entwicklung der Tourismusbranche im Fallbeispiel Oberes Mittelrheintal zeigt.³⁴²

Die globale und regionale Entwicklung steht also im direkten Wechselverhältnis zueinander. Die Wiederkehr der Region ist dabei nicht zu überschätzen. Regionen sind weder politisch autonome Einheiten noch ökonomisch oder kulturell isolierte Inseln. Sie können aber dennoch politischer Handlungs- und Gestaltungsraum sein, wenn auch in überregionaler Verflechtung. Nicht nur seitens der Politik und der Wirtschaft werden Regionen hervorgehoben. Dies geschieht ebenso von den Bewohnern selbst. Auf lebensweltlicher Ebene führt die objektive Enträumlichung und sogenannte „Entbettung“ des sozialen Lebens als Folge einer neuen Kommunikation und Mobilität zu solchen soziokulturellen Gegenbewegungen und der Betonung der „feinen Unterschiede“.³⁴³ An der im Frühjahr 2011 in Deutschland geführten Diskussion über die Bedeutung von Autokennzeichen zur Betonung regionaler Identität wurde dies deutlich. Zum einen werden in der modernen Gesellschaft Raumgrenzen unbedeutender. Durch wirtschaftliche Zwänge, neue Technologien und weltweite Vernetzung haben lokale Lebenswelten ihre ehemals dominante Bedeutung verloren. Alltägliche Aktionsräume werden stärker differenziert; der Wohnort verliert als territoriale Bezugseinheit alltagsweltlicher sozialer Beziehungen an Gewicht und wird durch Interaktionen auf regionaler Ebene ersetzt. Die Mobilität nimmt zu, was im Oberen Mittelrheintal bei der Diskussion um die Planung einer Brücke deutlich wird, die weitere Räume z. B. für den Arbeitsmarkt zugänglich machen soll (vgl. Kap. 5.4). Die Wirkung der administrativen Grenzen wird geringer. Die Lebenswelten werden stärker globalisiert und real oder virtuell in weltweite Beziehungsnetze eingebunden. Zum anderen entstehen jedoch, wie gezeigt, gerade in einer Zeit des Wandels, Anzeichen für regionale Differenzierungen und die Aufwertung des Regionalen. Einzelheiten werden zur Besonderheit stilisiert und ausgewählte Bereiche zum hervorgehobenen gemeinsamen Merkmal der Region, mit dem man sich verbunden fühlt und das gewahrt werden soll.

Oft ist die Hervorhebung von Regionen bei regionalistischen Bewegungen in den Blickpunkt der Öffentlichkeit geraten, wie z. B. im Falle des ehemaligen Jugoslawiens. Besonders aber auch vor dem Hintergrund der europäischen Zentralisierungsprozesse („Europa der Regionen“) und der bereits erwähnten Globalisierung nimmt die Bedeutung der Regionen zu. Wie Matter, Lutz und auch Lindner herausarbeiteten, darf der „Neo-Regionalismus“ aber nicht mit den Autonomiebestrebungen und der Modernitäts- und Globalisierungsabwendung der 70er-Jahre

³⁴¹ Vgl. Weichhart 2000: 549.

³⁴² Vgl. Zur Regionalpolitik in der EU: Matter 1998: 35; Ipsen 1994: 234.

³⁴³ Vgl. Simon 2001: 73.

gleichgestellt werden. Vielmehr sei der heutige Regionalismus nicht gegen die Moderne, sondern Teil und Komplement dieser, um mit der kollektiven Rückbesinnung auf eigene Qualitäten bei der Bewältigung eines tendenziell globalen Strukturwandels zu helfen.³⁴⁴

Gerade in Zeiten globaler Strukturen ist die Bildung von Regionen daher für die Raumordnung eine aktuelle und wichtige Aufgabe.³⁴⁵ Da die Welt als Ganzes schwer zu fassen ist, herrscht auch in der Spätmoderne ein Nahweltbedürfnis nach gegliederten und begrenzten Räumen. Die Raumsoziologin Martina Löw drückt dies bildlich aus, indem sie sagt, es entstehe ein Mehr an Nebeneinander.³⁴⁶ Auf das Wort „entstehen“ sei hier besonders hingewiesen, denn damit drückt Löw aus, dass Räume nicht einfach da sind, sondern sich prozessual konstruieren als „relationale (An)Ordnung von Lebewesen und sozialen Gütern an Orten“.³⁴⁷ Nach welchen Relationen dies geschieht, ist eine wichtige Frage, auf die später eingegangen wird.

5.1.1 Verständnis von Region

Während Kommune, Landkreis, Bundesland und Nation institutionalisierte Begriffe sind, hat die Region erst in den letzten Jahrzehnten an Bedeutung gewonnen. Noch in den 1960er-Jahren war die Region in Deutschland hauptsächlich ein Fachterminus der Raumplanung und Geografie. Aufgrund der Verwaltungsreformen und der Regionalismusdebatte in den 1970er-Jahren wurde der Begriff Bestandteil des politischen Diskurses. Mit einer Regionalisierung der Regionalpolitik sollte den Regionen zu stärkerer politischer Stellung verholfen werden. In den 80er- und 90er-Jahren wurde der Begriff vermehrt in Öffentlichkeit und Politik genutzt und dadurch auch in vielen Wissenschaften aufgegriffen wie z. B. der Wirtschaftswissenschaft, der Geschichte, der Sozialwissenschaft oder der Sprachforschung.³⁴⁸ Region ist damit ein interdisziplinär divers definierter sowie viel diskutierter Begriff. Je nach Kontext der Verwendung fand eine Ausdifferenzierung des Regionsbegriffs statt.

Im „Handwörterbuch der Raumforschung und Raumordnung“ aus dem Jahr 1970 wird Region beschrieben als „ein geographisch bestimmter Raum mittlerer Größenordnung, der als zusammengehörig angesehen wird.“³⁴⁹ Eine weitere allgemeine Definition umschreibt Region als „einen durch bestimmte Merkmale gekennzeichneten, zusammenhängenden Teilraum mittlerer Größenordnung in einem Gesamtraum“.³⁵⁰ Diese relativ weiten Definitionen spiegeln wider,

³⁴⁴ Matter 1998; Lutz 1998a: 221; Lindner 1994a: 7.

³⁴⁵ Vgl. Lindstaedt 2006: 1. Zur Funktion von Region in der Weltgesellschaft vgl. auch die Argumentation in der an Luhmanns Theorie des sozialen Systems angelehnten Arbeit von: Bahrenberg und Kuhm 1998.

³⁴⁶ Löw 2001: 11.

³⁴⁷ Löw 2001: 271.

³⁴⁸ Vgl. Blotevogel 2000b: 491.

³⁴⁹ Lange 1970: 2705.

³⁵⁰ Sinz 1995: 805.

dass der schillernde Begriff *Region* relativ konturenlos, vielseitig einsetzbar, aber auch schwer zu fassen ist. Der schweizer Kulturwissenschaftler Walter Leimgruber beschreibt *Region* als „umfassend und diffus“, eben weil der Begriff in den unterschiedlichsten Kontexten und räumlichen Dimensionen verwendet wird und sich je nach Funktion in fachlichem und inhaltlichem Zusammenhang weiten und instrumentalisieren lässt.³⁵¹ So nutzen neben Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen auch Politiker, Bürger und Medien den Begriff, ohne ihn genauer zu definieren.

Da die *Region Oberes Mittelrheintal* im Zusammenhang mit der Welterbekonstitution nicht nur auf landschaftlichen und kulturellen Merkmalen basiert, sondern auch politische und wirtschaftliche Intentionen hinter der bewussten Festlegung und Begrenzung des geografischen Raumes liegen, wird im Folgenden eine interdisziplinäre Herangehensweise an den Begriff gewählt.

Etymologisch stammt das Wort *Region* aus dem Lateinischen („*regio*“) und bedeutet Richtung, Linie, Gegend, Bereich, Gebiet. „*Regio*“ hat dieselben Wurzeln wie „*regere*“, d. h. gerade gerichtet, lenken, leiten, herrschen, ist also eng verbunden mit den Begriffen „*regieren*“ und „*Regie*“. Der Begriff *Region* weist damit auf die Leitungs- und Lenkungsfunktion hin, die in Form von Regionalpolitik und Regionalplanung umgesetzt wird.

Das Adjektiv *regional* existiert seit Ende des 19. Jahrhunderts und bedeutet „auf eine *Region* und deren Besonderheiten bezogen, beschränkt, gebietsweise zu einer Landschaft gehörig“.³⁵² Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts gewannen *Regionen* als Wirtschaftsraum an Bedeutung, denn Städte und ländlich angesiedelte Industriegebiete wuchsen über die Kommunalgrenzen hinaus. Da sich immer größere Verdichtungsräume und Agglomerationen bildeten, wurden übergemeindliche Maßstäbe und Kooperationen wichtig.³⁵³ So existierten viele parallele, weitgehend sozial und wirtschaftlich unabhängige, geschlossene regionale Gesellschaften und die Mobilität von Personen, Gütern und Kapital fand in kleinem Ausmaß statt.³⁵⁴ Aufgrund der fortschreitenden Globalisierung, der enormen Weiterentwicklung der Kommunikations- und Transporttechnologien haben sich zwar diese segmentären, regionalen, räumlich getrennten Systeme aufgelöst, jedoch lässt sich noch immer eine Unterteilung feststellen.

Oft wird *Region* an gegebenen Merkmalen festgemacht, wie in der Definition der 1988 vom Europäischen Parlament entgegengenommenen „Gemeinschaftscharta der Regionalisierung“. Hier werden Gebiete als *Region* bezeichnet, die aus geografischer Sicht eine deutliche Einheit bilden und deren „Bevölkerung durch bestimmte gemeinsame Elemente gekennzeichnet ist

³⁵¹ Leimgruber 2005: 147; vgl. auch Blotvogel 2000b: 496.

³⁵² Zentralinstitut für Sprachwissenschaft 1993: 1102.

³⁵³ Vgl. Matter 1998: 35f.

³⁵⁴ Vgl. Schuhbauer 1996: 12.

[...]“.³⁵⁵ Zu diesen Eigenheiten zählen „gemeinsame Merkmale hinsichtlich der Sprache, der Kultur, der geschichtlichen Tradition“ und die gemeinsamen „Interessen im Bereich der Wirtschaft und des Verkehrswesens“.³⁵⁶ Die Definition unterstellt, dass sich Regionen über objektive kulturelle oder wirtschaftliche Eigenheiten konstituieren und abgrenzen, lässt aber offen, wie das Ausmaß an Übereinstimmungen konkret ist und nach welchen Gesichtspunkten das Gewicht der Erscheinungen bestimmt wird.

Nach Ansicht Ina-Maria Greverus ist die vorherige Definition zu relativieren. Auch Greverus stellt Region als ein Interessengebiet und eine Handlungslandschaft dar. Dabei sind die Grenzen und einheitlichen Elemente jedoch nicht statisch gegeben. Vielmehr entsteht Regionalisierung durch handelnde Menschen als dynamischer Prozess „der kulturellen Entfaltung von Gemeinsamkeiten in einem umgrenzten, aber in seiner Grenzziehung nicht festgelegten Raum“.³⁵⁷ Der hier mit Region bezeichnete Raum ist also nicht mehr mit dem der von der Sprachwissenschaft, Landeskunde und Volkskunde ausgeübten Kulturräumforschung, beginnend in den 1920ern, zu verwechseln, in der noch andere Konzepte des Raums und der Region verfolgt wurden.³⁵⁸

Die Einheit von Kultur und Raum und darüber hinaus von Identität und Territorium, die lange Zeit als eine selbstverständliche Prämisse galt, existiert nicht mehr. So weist auch Bausinger, im Hinblick auf das Konzept eines zunehmend regionalisierten Europas, darauf hin, dass eine existierende kulturelle Gleichartigkeit keine Vorbedingung zur Abgrenzung eines Gebiets und Festlegung als Region sein muss. Diese Gleichartigkeiten bestünden meist, würden aber erst nach der deutlichen Grenzziehung als Einheit thematisiert. Die Konstruktion von Regionen beschreibt Bausinger als generalisierte Planungsgröße mit dem Ziel wirtschaftlicher Optimierung. Er kritisiert dabei, dass rein statistische Ausdifferenzierungen und äußerlich wahrnehmbare Vereinheitlichungen die Regionen nicht legitimieren und begrenzen würden, denn sie seien „nicht Elemente einer je aktuellen Effektivitätsgeographie, sondern – *Kulturräume*“, die vom Menschen gemacht sind.³⁵⁹ Er führt aus, dass es nicht immer leicht sei zu entscheiden, ob eine existierende kulturelle Gleichartigkeit Bedingung zur Abgrenzung eines Gebiets und Postulierung als Region ist, betont dann jedoch das von außen bestimmte Gegenteil: „Politische und damit auch verwaltungstechnische Abgrenzungen führen zu einer gewissen kulturellen Homogenität und damit zur Entwicklung einer regionalen Eigenart.“³⁶⁰ Da das Handeln der Menschen organisatorischen Abgrenzungen folgt, wird eine Region gesellschaftlich geformt und formt

³⁵⁵ Vgl. Hrbek u. Weyand 1994: 177.

³⁵⁶ Isak 1992: 5f.

³⁵⁷ Greverus 2009: 126.

³⁵⁸ Vgl. zum Konzept der Kulturräumforschung Wiegmann u. Simon 2001; Simon 2001.

³⁵⁹ Bausinger 1994: 114; vgl. auch Bausinger 1993: 472; Köstlin 1980.

³⁶⁰ Bausinger 1993: 473

zugleich die Gesellschaft. Auch Matter wirft die Frage auf, ob gegebene Gemeinsamkeiten zur Bildung von Regionen führen oder ob Regionen bewusst konstruiert werden und erst danach deren Homogenität betont werde.³⁶¹

Im Unterschied zu Bausinger konstatiert der amerikanische Psychologe Roger Barker im Rahmen seiner Forschungen zu räumlichen Handlungsstrukturen, dass ein gewisses Maß an Homogenität nötig sei, um sich von anderen abzugrenzen. In seiner Theorie des „behaviour settings“ geht er davon aus, dass Menschen für ihr Handeln in der Regel einen strukturierten Binnenraum bräuchten, in dem es viele Zusammenhänge und Interdependenzen gebe. Dies stehe im Gegensatz zu einem Außenbereich, den sie von der kognitiven und auch praktischen Strukturierung unterschiedlich wahrnehmen würden.³⁶² Die Grenzen und damit die Konstruktion des Binnenraums hingen dabei von dem Bedürfnis nach Orientierung, Ordnung und Struktur ab. Bereits der Philosoph und Soziologe Georg Simmel formulierte 1903 die Vorstellung, dass ein Raum „eine Tätigkeit der Seele ist, nur die menschliche Art, an sich unverbundene Sinnesaffektionen zu einheitlichen Anschauungen zu verbinden.“³⁶³ Dieser Ansicht schließt sich Heinz Schilling an. Auch er sieht Regionen nicht nur durch einen äußeren Anlass gegeben und zwingend geografisch festgelegten Grenzen entsprechend. Vielmehr betont er, dass dann von Regionalität gesprochen werden könne, wenn „Territorialität als eine Disposition menschlicher Kulturfähigkeit gilt, [...] verstanden als ein Vermögen des Menschen, sich überörtlich zu orientieren, ein Bewußtsein dafür zu entwickeln und dieses Bewußtsein auch mit anderen zu teilen.“³⁶⁴ Es handelt sich demnach bei einer Region nicht primär um ein räumlich abgegrenztes Territorium, sondern eher um den subjektiv erlebbaren Aktionsraum eines Individuums bzw. Interaktionsraum einer Gruppe. Oder wie Sabine Doering-Manteuffel festhält: „Region ist keine Realität im Raum, sondern zunächst einmal ein gedankliches Konzept.“³⁶⁵ Schilling geht dabei so weit, dass er Region als überlokale Handlungslandschaft als „ein Ergebnis menschlicher Phantasie und Phantasielosigkeit“ darstellt.³⁶⁶ Auch Lutz ging auf die Konstruktionsleistung bei Regionen ein und stellt fest, dass die Region insofern „immer ein kulturelles Produkt [ist], das im Kopf entsteht, sich kulturell formt und letztlich somit nur eine Abstraktion [darstellt].“³⁶⁷

Regionen sind dabei keine statischen Größen. Zeit, Raum und Gesellschaft können die Interessen der Regionalisierung wandeln und somit die Abstraktion leiten. Keine begrifflich konstruierte Raumeinheit besteht für immer. Da sie nicht aus sich selbst heraus existieren, sondern

³⁶¹ Vgl. Matter 1998: 31.

³⁶² Vgl. Barker 1968.

³⁶³ Simmel 1986: 222.

³⁶⁴ Schilling 1993: 22.

³⁶⁵ Doering- Manteuffel 1999: 97.

³⁶⁶ Schilling 1994: 63.

³⁶⁷ Lutz 1998b: 7.

davon abhängen, wer zu welchem Zweck in welcher Zeit ihre inneren und äußeren Grenzen definiert, sind sie veränderlich.³⁶⁸ Demnach sind „Regionen instabile Gebilde, die man als gleichsam pulsierende oder oszillierende Muster von Interaktionsstrukturen auffassen sollte, die keine starren Grenzen besitzen“.³⁶⁹ Eine Region ist also Medium und Resultat gesellschaftlicher (Re-)Strukturierung. Sie formt einerseits Aktivitäten, Ideen und Entscheidungen in diesem Raum, andererseits können diese Aspekte auch dessen funktionale und normative Einteilung formen.

Nach dem Geografen Hans Heinrich Blotevogel stellt die Region einen auf wirtschaftlicher, institutioneller, gesellschaftlicher und räumlicher Nähe basierenden Verflechtungszusammenhang und Handlungskomplex dar.³⁷⁰ Die Region ist demnach in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft eine relevante Größe und die Regionalität – die auf die Region bezogene räumliche Strukturierung des sozialen, politischen, ökonomischen und kulturellen Lebens – ein aktuelles Prinzip. Wird von Region gesprochen, ist also nicht nur der physische Raum gemeint. Vielmehr wird der geografische Raum durch dort handelnde Menschen erweitert um gesellschaftliche Interpretationen und Funktionen.

5.1.2 Intentionen hinter der Konstruktion von Regionen

Regionen werden neben naturräumlich, kulturell, politisch, ökonomisch, rechtlich oder administrativ begrenzten Räumen als funktionale, vertrauensstiftende Teilsysteme, Interessengebiete und Handlungslandschaften verstanden. Die Merkmale, die in Wert gesetzt bzw. stilisiert werden und nach denen diese überindividuellen Untereinheiten zusammengefasst werden, hängen von der Intention und Funktion ab, die bei der Konstruktion einer Region verfolgt werden. Bereits ein Merkmal kann für die Benennung einer Region ausschlaggebend sein. Es können jedoch auch mehrere gemeinsame Interessen und Aktivitäten hervorgehoben werden. Eine Region kann zudem wie das Beispiel Mittelrheintal durch landschaftliche Besonderheiten gekennzeichnet sein, die kulturelle oder traditionelle Eigenarten, z. B. Weinfeste, hervorbringen.

Je nach Kontext und Abgrenzungsmotivation kann ein Gebiet zeitlich, räumlich und inhaltlich zu diversen Regionen zusammengefasst werden und verschieden verbindliche Raumorientierungen können nebeneinander bzw. überlappend existieren.³⁷¹ Auch im Mittelrheintal zielen manche Regionalisierungsprozesse auf das Abgrenzen einer gemeinsamen Tourismusregion ab, andere Initiativen fördern den Zusammenhang der mittelständischen Wirtschaft, der Weinregion oder einer Partei-Region. Eine innere Homogenität und besondere Merkmale scheinen bei

³⁶⁸ Vgl. Doering-Manteuffel 1999: 94.

³⁶⁹ Weichhart 1996: 41.

³⁷⁰ Vgl. Blotevogel 2000a: IX.

³⁷¹ Vgl. auch Grabow u. Hollbach-Grömig 1998: 127.

den konstruierten Raumeinheiten demnach zweckgebunden gegeben bzw. hervorgehoben, sodass aus anderer Perspektive strukturelle Unterschiede existieren können. Die Region erscheint hier als „Funktion der Systemwelt“ mit dem Ziel, z. B. die ökonomische Effizienz zu steigern.³⁷² Bei den interkommunalen Kooperationsbeziehungen und Interaktionen geht es daher nicht allein darum, das Besondere zu wahren, sondern es aus ökonomischen, gesellschaftlichen, sozialen und politischen Absichten zweckorientiert zu akzentuieren.³⁷³

Ähnliche Funktionen erkannte der Deutsche Gemeindetag 1964 an und definierte Region als „eine Raumordnungseinheit, die Gebiete unterschiedlicher Wirtschafts- und Sozialstruktur so zusammenführt, daß in ihr die in der heutigen Gesellschaft bestehenden oder neu entstehenden Lebensbeziehungen in der Planung zusammengefaßt und mit Hilfe der Verwaltung ausgeglichen werden können“.³⁷⁴ Auch soziologische Annäherungen betonen die funktionalen Absichten und beschreiben Region als „für die Zwecke der Planung und Verwaltung gebildetes geografisches Gebiet, das hinsichtlich jeweils spezifischer Merkmale als Einheit betrachtet werden kann“.³⁷⁵ Die Grenzen solch funktional zusammengehöriger Regionen müssen sich dabei jedoch nicht mit den herkömmlichen Verwaltungsgrenzen decken.³⁷⁶

Zusammenfassend erweist sich die Typologie des Regionsbegriffs von Blotevogel als hilfreich. Er differenziert die Vielschichtigkeit des Begriffs, indem er einer Region unterschiedliche Funktionen und Hintergründe der Regionsbildung zuordnet. So benennt er zuerst *Realregionen*, also feststehende Raumeinheiten, die geografisch eindeutig lokalisierbar sind (bzw. über erdräumlich lokalisierbare Charakteristika verfügen). Auch gesellschaftlich konstruierte Raumkonzepte und theoretische Modelle wie Wirtschaftsräume oder Stadtregionen, die auf Eigenschaften eines geografischen Raums basieren, können darunter gefasst werden.

Eine andere Funktion erfüllen die sogenannten *Tätigkeitsregionen*, denn sie werden durch das Handeln von Menschen und gesellschaftlichen Akteuren gebildet. Die Ziele und Motivationen, die dazu führen, können unterschiedlich sein. Auch wirtschaftliche und politisch-administrative Organisationsformen und Planungsregionen zählen hierzu. Die Region stellt dabei – im Gegensatz zur Gemeinde als eher lebensweltliche Ebene des individuellen Handelns – eine übergeordnete Ebene der institutionellen Praktiken und der überindividuellen Geschichte dar. Der Sinn und die Strukturen der Region können individuell erschlossen und gedeutet, aber auch überindividuell vermittelt und historisch tradiert werden.

³⁷² Vgl. Schilling 1994: 62.

³⁷³ Vgl. Diller 2002: 44.

³⁷⁴ Göb u. Seifarth 1964: 5.

³⁷⁵ Friedrichs 1994: 549.

³⁷⁶ Vgl. Tietze 1970: 981.

Zuletzt beschreibt er *Wahrnehmungs- und Identitätsregionen*, eben solche, die durch soziale Kommunikation und Interaktion sowie regionales Bewusstsein konstruiert werden.³⁷⁷ Die Region stellt hier ein soziales Konstrukt dar, einen Aspekt der personalen und sozialen Identitätsbildung, aber auch ein Vehikel von Zweckrationalität und Macht.³⁷⁸ Als System- und Lebenswelt, in der kognitive, objektiv plausible Abgrenzung und emotionale, subjektive Relevanz für das menschliche Handeln aufeinandertreffen, wird die Region bedeutsam.

Alle drei Regionstypen können miteinander verwoben sein. So können sich die Identitätsregionen beispielsweise auf naturräumliche Einheiten beziehen oder Tätigkeitsregion und Wahrnehmungsregion in Verbindung stehen.

Die öffentlich wirksame Hervorhebung führt zu objektivierenden Grenzsetzungen, deren Bedeutung, Gewicht und Funktion sich abhängig von Aufgaben und Interessen unterschiedlich ausprägen können. Bei genauerer Betrachtung fällt jedoch auf, dass die Differenzen oft nicht an der Grenze der Region enden. Dies zeigt erneut, dass die Unterschiede bewusst zugeschrieben werden, um einen (Handlungs-)Raum für die praktische Orientierung abzugrenzen. Es geht dabei nicht nur um eine Homogenität nach innen, sondern auch um eine bewusste Demarkation nach außen. Um eine Region zu verstehen, müssen daher die symbolischen wie realen Grenzen untersucht werden. Von diesem Verständnis ausgehend, soll die Welterberegion Oberes Mittelrheintal dargestellt werden. Betrachtet man das gesamte 65 km lange Tal, wirkt es auf den ersten Blick wie eine homogene Region. Das charakteristische Landschaftsbild, typische Siedlungsformen, spezifische Wirtschafts- und Agrarstrukturen sowie der geschlossene Naturraum begründen diesen Zusammenhang. Bei genauer Betrachtung ist diese Einheitlichkeit jedoch in verschiedener Hinsicht relativierbar. Eine geografische Einordnung sowie ein Abriss der politisch-gesellschaftlichen, wirtschafts- und kulturhistorischen sowie demografisch-soziologischen Entwicklungen sollen zu einem tieferen Verständnis der grundlegenden Eigenschaften, Konstellationen und Funktionsprinzipien der Kulturlandschaft beitragen. Ebenso soll dabei herausgearbeitet werden, inwiefern es problematisch ist, bei dem Oberen Mittelrheintal von einer Region zu sprechen und warum dies überhaupt als nötig angesehen wird.

5.2 Geomorphologische und geografisch-räumliche Abgrenzung des Welterbegebiets

Nicht nur weil die Darstellung der naturräumlichen Gliederung für die spätere Thematisierung des Zusammenhaltes der Region von Bedeutung ist, sondern auch weil das Obere Mittelrheintal

³⁷⁷ Vgl. Blotevogel 2000a: 499.

³⁷⁸ Vgl. Blotevogel 2000a: 500.

u. a. wegen seiner naturräumlichen Ausgestaltung als Welterbe ausgezeichnet wurde, wird kurz auf die geomorphologische und räumlich-geografische Abgrenzung eingegangen.

Der Rhein hat eine Länge von 1233 km und gilt als die am stärksten befahrene Wasserstraße Europas. Von Basel bis Bingen verläuft der Oberrhein, von Bingen bis Bonn folgt der Mittelrhein und der Abschnitt von Bonn bis zur Mündung wird als Niederrhein bezeichnet. Das Welterbegebiet zwischen Bingen/Rüdesheim und Koblenz ist der südliche, ca. 65 km lange Abschnitt des Mittelrheingebiets und deckt sich größtenteils mit der naturräumlichen Einheit Oberes Mittelrheintal. Dieses ist definiert als Durchbruchstal des Rheins durch das Rheinische Schiefergebirge. Es beginnt in der Binger Pforte (Loch) und endet in der Lahnsteiner Pforte, dem Ausgang zur Neuwieder Talweitung.³⁷⁹ Letztere gehört zwar auch zum Mittelrheintal, sie weist jedoch nicht im selben Umfang das kennzeichnende Landschaftsbild des oberen, canyonartigen Engtals auf. Dies wurde erzeugt, da in dem antezedenten Durchbruchstal die Laufrichtung des Rheins bereits festgelegt war, bevor das heute durchbrochene rheinische Schiefergebirge aufstieg. Während der tektonischen Hebung des Gebirges schnitt sich der Rhein vor ca. 800 000 Jahren, im Pleistozän, in den Gebirgskörper ein und das steile Kerbtal formte sich.³⁸⁰ Dadurch entstand an den Ufern nur wenig Platz für Siedlungs- und Verkehrsflächen und die charakteristischen Stadt- und Ortsbilder entwickelten sich. Die Talsiedlungen sind meist entlang des schmalen Uferstreifens des Rheins angelegt, an Stellen, an denen ein Seitenbach einen Schwemmkegel anlegte, der die potenzielle Siedlungsfläche vergrößerte und gleichzeitig einen Weg ins Hinterland bahnte. Da die Ortschaften meist in Form schmaler Häuserreihen in die engen Seitentäler reichen, entwickelte sich der für das Mittelrheintal typische Haken- oder T-Grundriss, wie z. B. in Assmannshausen, Lorch, Kaub oder Niederheimbach. Bedingt durch die Lage zwischen Fluss und Steilhang haben alle Siedlungen eine ähnliche Struktur: enge Gassen und verwinkelte Haus- und Hofanlagen. Einige Orte sind allein auf den knappen Raum in einem der Seitentäler beschränkt, wie die schmalen Straßendörfer Oberheimbach oder Oberdiebach. Andere Ortschaften liegen auf den Hochflächen der jüngeren Hauptterrasse. Hierbei handelt es sich meist um Haufendörfer, die ausreichend Platz zur Ausdehnung zur Verfügung hatten. An die linke Seite des Oberen Mittelrheins grenzen Hunsrück und Eifel, auf der rechten Seite erstrecken sich Taunus und Westerwald.

Grundlage der Grenzziehung für das Welterbegebiet ist das 1978 von dem Koblenzer geographischen Institut für Landeskunde festgelegte Landschaftsschutzgebiet „Rheingebiet von Bingen und Koblenz“, das hier als ein räumlich geschlossenes und zusammengehöriges Gebiet

³⁷⁹ Das Obere Mittelrheintal ist geologisch gesehen ein Teil des Rheinischen Schiefergebirges. Vgl. Beck 2001; Müller-Miny 1971: 27–31.

³⁸⁰ Der Beginn der Einschneidungsphase wird in der Literatur unterschiedlich benannt und auf eine Zeit vor 800 000–600 000 Jahren festgelegt. Vgl. Treiling 2009: 67; Walter 2007: 194; Zepp 2008: 170f.

angesehen wird.³⁸¹ Es reicht von Bingen und Rüdesheim bis kurz vor die Südspitze von Oberwerth in Koblenz unter Einschluss teils enger, teils weiter gefasster Bereiche der Hochflächen. Für den neuen Zweck wurden die Grenzen des definierten Landschaftsschutzgebiets jedoch ausgeweitet, um ein größeres Gebiet in das Schutzprogramm einbeziehen zu können. Das Kerngebiet wurde um Teile Hessens erweitert sowie um die Städte Bingen und Koblenz ergänzt, ausgenommen der industriell geprägten und zersiedelten Stadtteile. In Koblenz wurde die Altstadt bis zur Mosel sowie die rechtsrheinische Altstadt und Festung von Ehrenbreitstein wegen der historischen Bedeutung in das Kerngebiet aufgenommen. So verläuft die nördliche Grenze des Welterbegebiets an dem Moselzufluss am Deutschen Eck in Koblenz. Im Süden ist das Gebiet durch den Verlauf der im Zweiten Weltkrieg zerstörten und heute nur noch durch einige Brückenpfeiler erkennbaren ehemaligen Hindenburgbrücke in Bingen und den landschaftsbildprägenden Rochusberg im Südosten begrenzt.³⁸²

Zudem wurde der Kernbereich („core zone“) um einen Rahmenbereich („buffer zone“) erweitert. Diese Pufferzone wurde vor allem zum Schutz vor Beeinträchtigungen, z. B. durch großräumige Bauten, um die Kernzone gelegt. Das Welterbe hat damit eine Fläche von rund 620 Quadratkilometern, wovon die Kernzone rund 273 Quadratkilometer einnimmt.³⁸³ Der Kernbereich des Welterbes bezieht die ersten Höhenterrassen mit ein, der Rahmenbereich erstreckt sich bis auf die Höhen des Taunus und des Hunsrücks. Das Mittelrheintal ist damit die größte deutsche Welterbestätte.³⁸⁴

³⁸¹ Minister für Landwirtschaft, Weinbau und Umweltschutz: Landesverordnung über das „Landschaftsschutzgebiet Rheingebiet von Bingen bis Koblenz“ (Landschaftsschutzverordnung Mittelrhein) vom 26. April 1978.

³⁸² Der Rochusberg wurde wegen seiner geologischen, topografischen und kulturellen Bedeutung als unverzichtbar angesehen, auch wenn er in der naturräumlichen Gliederung dem Unteren Nahehügelland zugerechnet wird. Allgemein wurde die südliche Grenze des Welterbegebiets weiträumig erweitert. Zu der Ausweitung zählen der Hang unter dem Scharlachkopf mit Resten historischer Weinbergsterrassen, die Gebäude des Oblatenklosters und das Gelände der Villa Sachsen mit den angrenzenden Weinbergen. Des Weiteren wurde im Bereich des Rheindurchbruchs durch den Taunusquarzitriegel zwischen Bingen und Trechtingshausen der Verlauf der naturräumlichen Gliederung als zu eng angesehen und die Grenzziehung nach Westen verschoben, um den linksrheinische Hang in angemessener Breite vor Beeinträchtigungen zu schützen. Ab der Flur „Entenpfühl“ orientiert sich die Grenze an der westlichen Abgrenzung des Naturschutzgebiets Morgenbachtal, das wegen seiner Bedeutung für Fauna und Flora sowie seines Landschaftsbilds in das Welterbegebiet integriert wurde. Zwischen Bacharach und Oberwesel sind die Weinbauflächen der Zeit um 1900, die über die naturräumliche Gliederung hinausgehen, eingegliedert. Vgl. Hofmann-Göttig 2000: 13–16.

³⁸³ Schüler-Beigang 2007: 2.

³⁸⁴ Zur genauen Abgrenzung siehe Landesamt für Vermessung und Geobasisinformation Rheinland-Pfalz und Hessisches Landesvermessungsamt 2004.

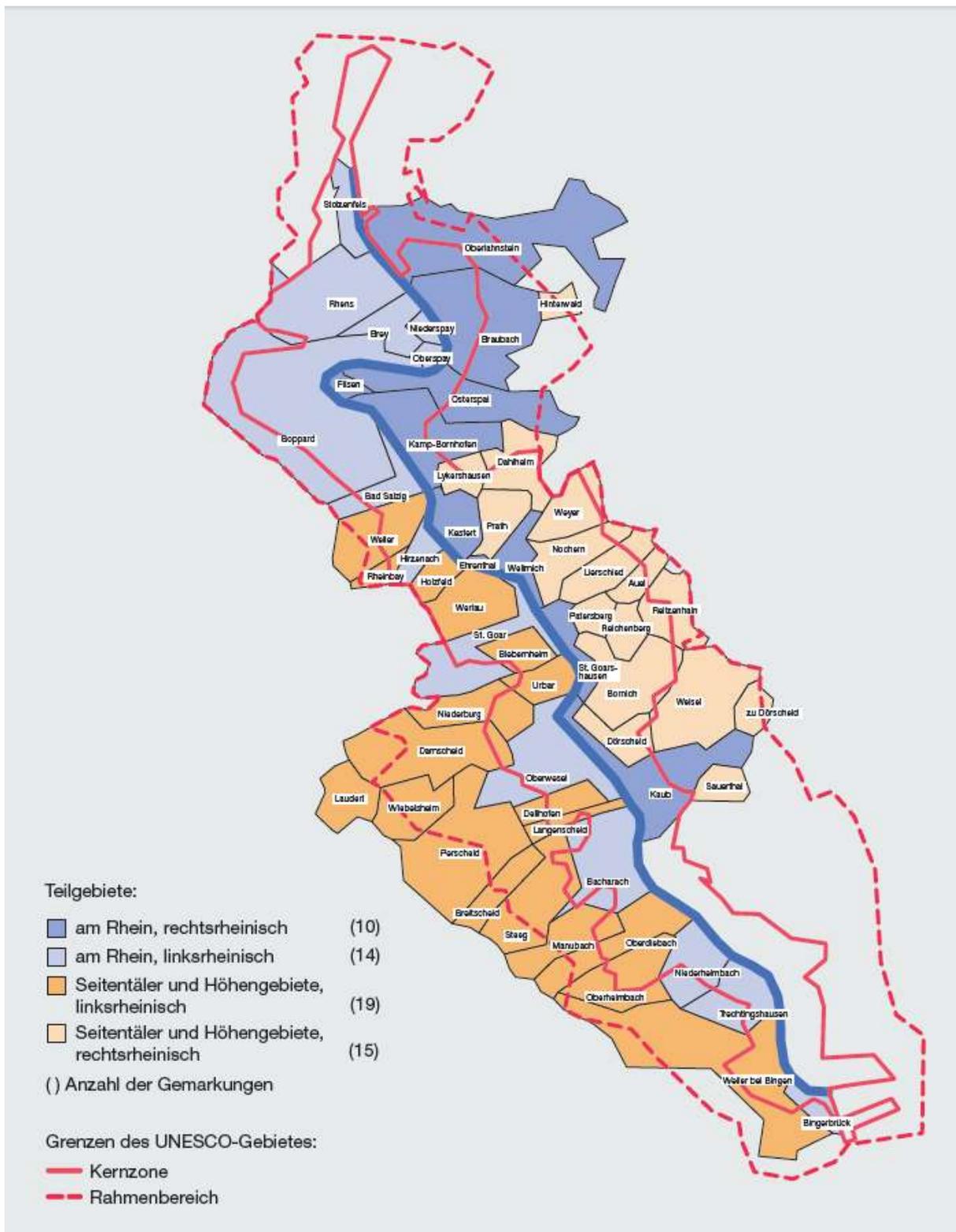


Abb. 1: Gemarkungen im Oberen Mittelrheintal nach Teilgebieten. Quelle: Kramer 2005: 61.

Ein weiteres geomorphologisches Merkmal, welches die Region kennzeichnet, sind die vorherrschenden Gesteinsarten Schiefer, Taunusquarzit und Sandstein (Grauwacke). Als häufig verwendete Baumaterialien charakterisieren diese das äußere Erscheinungsbild der Orte.

Auch die vorherrschende Flora und Fauna ist ein verbindendes Element der Gegend. Deutlich tritt dies im Hinblick auf den im ganzen Tal praktizierten Weinbau in Erscheinung.³⁸⁵ In dem Welterbeantrag wurde gezielt auf die einzigartigen Xerothermgebiete, die Biotope an den Terrassenhängen, den klimatischen Gunstraum sowie die Naturschutz- und Fauna-Flora-Habitatrichtlinien-Gebiete eingegangen. Auch die Streuobstwiesen und Niederwälder fanden Erwähnung.³⁸⁶

Deutlich wird, dass eine räumlich geografische Abgrenzung des Welterbegebiets nur bedingt gegeben war und es vielmehr unter Berücksichtigung besonders schützenswerter Bereiche konstruiert wurde. Dennoch wirkt das Welterbe geografisch zusammenhängend, da es, bezüglich geologischer und geomorphologischer Verhältnisse sowie landschaftsökologischer Ausprägungen, auf einen recht homogenen Raum begrenzt wurde. Zu dessen Bestandteilen zählen die steilen Talflanken, die das Engtal eingrenzen, und die angrenzenden Flächen der Mittel- und Hochterrassen.³⁸⁷ Diese Flächen stehen in strukturellen und funktionalen Beziehungen zueinander und geografische sowie kulturgeschichtliche Merkmale verdichten sich hier. Die Landschaftsästhetik, d. h. Landschaftsbilder, Blickbeziehungen und kennzeichnende Felsformationen unterstützen diese Einheit. Die räumliche Abgrenzung des Gebiets erfüllt damit die Anforderung der UNESCO an Kulturlandschaften, welche neben der landwirtschaftlichen und funktionalen Unverwechselbarkeit auch die Fassbarkeit als Kriterium beinhaltet.

5.3 Historischer Abriss des disparaten Raums

Eine jenseits der geologischen und geomorphologischen Abgrenzung zu beobachtende Disparität im Gebiet des Oberen Mittelrheintals ist nicht nur in den gegenwärtigen geteilten Verwaltungsstrukturen begründet. So verdeutlichen u. a. ortsspezifische Erzählungen trennende und verbindende Faktoren der Gegend, die aus der Geschichte herrühren.

Die systematische Erschließung des Mittelrheingebiets wurde von den Römern im ersten Jahrhundert vorangetrieben, die den Fluss als Transportweg für Waren und Truppen nutzten und damit die Grundlage für die weitere Entwicklung legten.³⁸⁸ Die seinerzeit linksrheinisch

³⁸⁵ Vgl. Schüler-Beigang 2007: 6.

³⁸⁶ Xerothermgebiete sind trockenwarme Lebensräume. Das tief eingeschnittene Tal bildet, im Windschatten des Hunsrücks gelegen, einen klimatisch begünstigten Raum für Tiere und Pflanzen, die Trockenheit und Wärme lieben und deren Hauptverbreitungsgebiet der Mittelmeerraum und der Südosten Europas sind. Dazu hat der Terrassenweinbau kulturbedingte Biotoptypen entwickelt, wie die Rebterrassen, die Trockenmauern oder kleinparzellige Streuobstflächen, die die Lebensbedingungen wärmeliebender Tiere und Pflanzen verbesserten. Der Fluss selbst ist im Bereich der „Rüdesheimer Aue“ und des „Lorcher Werthes“ ein Nahrungs- und Rastbiotop für Vögel. Die Gebiete sind auf nationaler Ebene als Naturschutzgebiete und als Flora-Fauna-Habitat-Gebiete (FFHRichtlinie 92/43/EWG vom 21. Mai 1992) geschützt. Die „Rüdesheimer Aue“ ist zudem ein Europareservat und im Rahmen der Ramsar-Konvention als Feuchtgebiet von internationaler Bedeutung deklariert.

³⁸⁷ Vgl. Schüler-Beigang 2002a: 9.

³⁸⁸ Vgl. Schüler-Beigang 2002b: 173.

existierenden größeren Ansiedlungen wurden zu römischen Siedlungen bzw. festen Lagern ausgebaut, rechtsrheinisch entstanden kleinere Befestigungen. Bei den Römern bildete der Fluss selbst also noch keine Grenze. Grabfunde zeigen, dass die Römer zu beiden Seiten lebten.³⁸⁹

Der Limes sicherte das rechtsrheinische Ufer und Hinterland. Erst nachdem 300 n. Chr. der Limes zusammenbrach, wurde der Rhein direkte Reichsgrenze und die römischen Siedlungen Bingen, Boppard und Koblenz zu stark befestigten Kastellen ausgebaut. Im Zuge der Völkerwanderung konnten die Römer die Gebiete allerdings nicht nachhaltig verteidigen und zogen sich um circa 400 n. Chr. aus der Region zurück.

Wegweisend für die weitere Entwicklung der Region war die sich anschließende Zeit der Franken. Wegen seiner Bedeutung als wichtige Handelsroute entwickelte sich das Mittelrheingebiet von einer Randregion zum Kern des fränkisch-deutschen Reichs. Während der Zeit der Konsolidierung unter den fränkischen Merowingern wurde die Ost-West-Beziehung über den Fluss gestärkt. Ein wesentlicher Grund war die Besitzverflechtung der Kirchen, der Klöster und des Adels. Erst mit dem Tod Ludwigs des Frommen und dem vorverhandelten Teilungsvertrag von Verdun im Jahr 843 wurde der Fluss nördlich von Bacharach wieder zu einer Grenze. Aus der Karolingischen Reichsteilung ging das westfränkische Reich, später Frankreich, und das ostfränkische Reich, später Heiliges Römisches Reich deutscher Nation, hervor. Dazwischen lag das sogenannte Mittelreich, welches anschließend aufgeteilt wurde. Ab dieser Zeit bildete der Rhein die Grenze zwischen Mittelreich und Ostreich. Die südlich angrenzenden Gebiete im Bereich des heutigen Rheinhessens und der östlichen Pfalz gehörten ebenso wie Bingen und Mainz zum Ostreich. Trier, Koblenz, Aachen und Köln gehörten zum Mittelreich. Ein Großteil der heutigen Gemeinden im Oberen Mittelrheintal entstand zu dieser Zeit.³⁹⁰

Ab dem 13. Jahrhundert wurde die Vorherrschaft des Königs immer weiter zurückgedrängt und große Ländereien und Orte weltlichen und geistlichen Territorialherren übertragen. Die sich sukzessiv herausbildenden Territorien entwickelten sich als heterogene Herrschaftsbereiche, die entweder dem Adel, dem Reich oder der Kirche unterstellt waren. Bestimmend waren dabei die Erzbistümer Mainz, Köln und Trier. Das Kurfürstentum Mainz dehnte seinen Herrschaftsbereich im südlichen Teil des Oberen Mittelrheintales über Bingen bis Kaub aus. Im nördlichen und mittleren Teil nahm der Einfluss der Erzdiözese Trier zu. Kurtrier dominierte auf der linken Rheinseite südlich von Koblenz bis südlich von Oberwesel. Zu Hessen-Darmstadt gehörten St. Goarshausen und Braubach. Kriegerische Auseinandersetzungen, aber auch Erbschaften, Schenkungen und Lehnherrschaften führten zudem zu einer kleinräumigeren Zersplitterung des Gebiets. Streitigkeiten zwischen geistlichen und weltlichen Territorialherren, wie z. B. den

³⁸⁹ Vgl. Ratter 2005: 27.

³⁹⁰ Vgl. Ratter 2005: 28; Euskirchen 2002a: 88.

Bistümern, der rheinischen Pfalzgrafschaft und der Grafschaft Katzenelnbogen um den Einfluss am Mittelrhein, blieben nicht aus.³⁹¹ Die zahlreichen Zollstätten an dem Handel- und Verkehrsweg bezeugen die territoriale Zersplitterung sowie die politische und wirtschaftliche Bedeutung des Rheins zwischen dem 12. und dem 14. Jahrhundert. Der Bau vieler Höhenburgen fällt in diese Zeit, in der Zollstationen errichtet wurden, die es durch Wehrbauten zu schützen galt. Die Grundlage für die wirtschaftliche Blüte und den Reichtum des Rheinlandes im Mittelalter war bereits durch die Römer und deren Einführung und Ausbau der Weinwirtschaft gegeben. Lange Zeit galt der Wein als eine der wichtigsten Handelswaren für Exporte nach Norden; importiert wurden im Gegenzug beispielsweise Tuch, Zinn und Seefisch.

Wegen der Funktion als Handelsroute entstanden im Oberen Mittelrheintal bereits früh Städte, die eine überregionale Bedeutung erlangten und alle auf der linken Rheinseite lagen. Diese gewinnt damit gegenüber der rechten Rheinseite – auf der sich zu diesem Zeitpunkt keine vergleichbaren Städte befanden – an Bedeutung. 1524 vereinigten sich die Städte Boppard, Oberwesel, Bacharach und Bingen unter der Führung von Mainz, Worms und Frankfurt im ersten Rheinischen Städtebund, um gemeinsam mit den benachbarten Fürsten und Grafen die Handelswege zu sichern und „unrechtmäßige“ Zölle zu beseitigen.³⁹² Die hohe Belastung des Handels mit Zöllen hatte im Spätmittelalter teilweise zu einer Verlagerung der Verkehrswege und einem Bedeutungsverlust des Rheintals in wirtschaftlicher Hinsicht geführt.

Im 17. Jahrhundert ging der Handel, bedingt wegen kriegerischer Umstände, zurück. Die Auseinandersetzungen zwischen den Territorialherren wurden von den Kriegen zwischen Frankreich und Teilen des Deutschen Reichs überlagert. Der Rhein stand im Mittelpunkt dieser Feindseligkeiten. Der von 1618 bis 1648 stattfindende Dreißigjährige Krieg hatte starke Auswirkungen auf das Gebiet des Mittelrheins und dessen Befestigungsanlagen. Für die Bevölkerung war diese Zeit mit persönlichen Verlusten, Zerstörungen, Hungersnöten und Krankheiten verbunden. Die Folgen waren ein starker Bevölkerungsrückgang und ein wirtschaftlicher Niedergang.³⁹³

Auch der Westfälische Friede führte zu keiner Regeneration der Region – zum einen wegen der anhaltenden wirtschaftlichen Stagnation, zum anderen wegen der beginnenden politischen Auseinandersetzung mit Frankreich. In seinen Expansionskriegen war Ludwig XIV. bestrebt, Frankreich bis an den Rhein auszudehnen. So kam es 1688 zum Pfälzischen Erbfolgekrieg; das

³⁹¹ Vgl. Euskirchen 2002a: 98–112.

³⁹² Endgültig wurde die Zollerhebung 1831 im Abkommen von Mainz begrenzt. Darin wurden zudem die Abschaffung der Stapelrechte und die Entmachtung der Gilden der Schiffsleute festgelegt. Das Abkommen bildete die Grundlage für den liberalen Handels- und Schifffahrtsverkehr (1851) und den Vertrag von Mannheim (1868), der die Wiedereinführung von Zöllen verbot. Vgl. Ratter 2005: 28; Euskirchen 2002a: 89.

³⁹³ Vgl. Euskirchen 2002b: 120.

Mittelrheintal wurde Kriegsschauplatz und viele Siedlungen und Burgen zerstört.³⁹⁴ Die Verlagerung der sich dem Pfälzischen Erbfolgekrieg anschließenden Konflikte nach Norden und Osten bescherte dem Mittelrheingebiet bis Mitte des 18. Jahrhunderts ruhigere Zeiten; in kultureller und politischer Hinsicht erhielt die Region so aber auch eher periphere Bedeutung.

Als Folge des Koalitionskrieges zwischen Frankreich und Österreich/Preußen wurde im Jahr 1794 die linke Rheinseite französisch. Damit spielte der Rhein eine Schlüsselrolle für die Sicherheits- und Militärpolitik Deutschlands und Frankreichs und rückte wieder in den Fokus der Politik. 1798 wurde im Rahmen einer Territorialreform beschlossen, das von Frankreich annektierte Gebiet von den im Jahr 1797 festgelegten sechs „Arrondissements communaux“ auf vier Departments aufzuteilen. Den linksrheinischen Mittelrheinraum umfasste das „Departement Rhin-et-Moselle“ mit Sitz in Koblenz.³⁹⁵ Die Anrainer der rechten Rheinseite, also Preußen, Hessen-Kassel, Württemberg und Baden hatten sich im Sonderfrieden von Basel 1795 mit Frankreich geeinigt, da ihnen nach dessen Vorstoß bis an das linke Rheinufer rechtsrheinische Entschädigungen zugesagt worden waren. Mit der Säkularisation, die rechtsrheinisch durch den Reichsdeputationshauptschluss vom 25. Februar 1803 vollzogen wurde, wurden die weltlichen Fürsten durch die Zuteilung vormals geistlicher Gebiete entschädigt und die rechtsrheinischen Territorien neu gegliedert.³⁹⁶ 1806 folgte die Auflösung des Heiligen Römischen Reichs Deutscher Nation.³⁹⁷ Unter dem Druck Napoleons hatten sich verschiedene weltliche Territorialherrscher bereits vor der Reichsauflösung 1806 zum Rheinbund, als Pufferzone gegen Preußen und Österreich, zusammengeschlossen.³⁹⁸ Das Ende von Napoleons Weltmachtpolitik begann mit dem gescheiterten Russlandfeldzug im Winter 1812 und der verlorenen „Völkerschlacht“ bei Leipzig 1813. Diese Niederlage führte zur Auflösung der Rheinbundstaaten und zum Rückzug Napoleons auf die Westseite des Rheins. Preußen schloss sich danach – ebenso wie Österreich – dem mit England verbündete Zarenreich an.

Die 1797 festgelegte Funktion des Rheins als Grenze zu der französischen Republik blieb bis zum Übergang der preußischen und russischen Truppen über den Rhein bei Kaub unter der Führung des preußischen Generalfeldmarschalls Blücher in der Neujahrsnacht 1813/14 bestehen. Die spätere Geschichtsschreibung Preußens, welches 1815 die Rheinlande eingegliederte,

³⁹⁴ Vgl. Euskirchen 2002b: 124.

³⁹⁵ Die französische Epoche (1794–1814) leitete in politischer und gesellschaftlicher Hinsicht den Übergang in ein modernes Staatswesen ein und ließ ein modernes Staatsbürgertum entstehen mit einer Verfassung, der Trennung von Verwaltung und Justiz, einem liberalen Rechtssystem und der Aufhebung ständischer Privilegien. Vgl. Euskirchen 2002c: 134.

³⁹⁶ Die Französische Revolution bedeutete das Ende der Adelherrschaft, die Abschaffung der Feudalgaben, eine neue Rechtsprechung und das Ende der Kirche als Herrschaftsträgerin und Grundbesitzerin. Es kam zur grundsätzlichen Trennung von Kirche und Staat. Vgl. Euskirchen 2002c: 136.

³⁹⁷ Vgl. Stein 1981: 95 und 99.

³⁹⁸ Vgl. Ratter 2005: 29.

stilisierte dieses Ereignis zum Symbol der Nationenbildung und Befreiungskriege. Die Niederlage Napoleons führte zu einem Aufschwung der nationalen Bewegung. Der Rhein wurde zum Symbol nationaler Identität. Nach der Zeit der Okkupation herrschte bei vielen Deutschen, frei nach Ernst Moritz Arndt, die Auffassung vor, dass der Rhein „Teuschlands Strom, aber nicht Teuschlands Gränze“ sei.³⁹⁹ Der Rhein wurde nicht, wie von Frankreich, als natürliche Grenze angesehen, sondern als ideologischer Mittelpunkt Deutschlands, dessen Bevölkerung beidseitig zum Reich gehörte. Als Beleg für die Zusammengehörigkeit wurden die gemeinsamen Kulturgüter, die Sagen und Lieder angeführt. Allerdings war es zu früh, von einer deutschen Nation oder Einheit zu sprechen, denn wengleich ein Bund die Staaten miteinander verband, bestand das Reich zu jener Zeit aus mehreren einzelnen Staaten, die von unabhängigen Fürsten und Königen geführt wurden.

Seine endgültige Niederlage erlebte Napoleon bei Waterloo. Nach dem Ende des napoleonischen Staatensystems wurde bei der Neuordnung auf dem Wiener Kongress 1815 das linksrheinische Gebiet, nach Verhandlungen mit Österreich, Preußen übertragen und blieb somit in seiner Geschlossenheit erhalten.⁴⁰⁰ Den Mitgliedern des preußischen Königshauses war viel daran gelegen, in ihrer neuen Provinz Präsenz zu zeigen. Dies dokumentieren der Kauf und die Restauration vieler Burgruinen.⁴⁰¹ Die Burgen wurden zudem zu einem Symbol eines „deutschen Volksgeistes“, der neu aufleben sollte.⁴⁰² Offiziell wurde die preußische Rheinprovinz 1822 vereinigt. Hauptstadt war Koblenz.⁴⁰³ Allein das linksrheinische Bingen wurde dem Großherzogtum Hessen-Darmstadt zugeschlagen. Die rechte Rheinseite stand nach der Auflösung des Rheinbundes zunächst unter der Hoheit des Herzogtums Nassau, welches Mitglied des Deutschen Bundes war. Nach dem Wiener Kongress teilte der Fluss das Obere Mittelrheintal also in zwei administrativ und politisch getrennte Gebiete. Während die linke, preußische Seite vom wirtschaftlichen und politischen Aufschwung Preußens profitierte, hatte die rechte Seite eine geringe wirtschaftliche Bedeutung. Als Einnahmequellen dienten vor allem der Weinbau im Rheingau und Mittelrheintal sowie die Mineralwassernutzung im Taunus. Nassau wurde zu einem der Hauptabwanderungsgebiete Deutschlands.

Geeint in einem Herrschaftsgebiet wurden beide Seiten erst nach dem preußisch-österreichischen Krieg 1866, den Nassau auf österreichischer Seite bestritt. Preußen siegte und annektierte die rechtsrheinischen nassauischen Gebiete mit der Hauptstadt Wiesbaden, der freien Stadt

³⁹⁹ Vgl. Euskirchen 2002c: 138.

⁴⁰⁰ Vgl. Ratter 2005: 29.

⁴⁰¹ Vgl. Schüler-Beigang 2002b: 178.

⁴⁰² Der Rat der Stadt Koblenz schenkte Kronprinzen Friedrich Wilhelm IV. 1823 die Ruine der Burg Stolzenfels. Ihr Wiederaufbau und ihre Vollendung gelten als Anfang der modernen Rheinromantik.

⁴⁰³ Vgl. Resmini 1981: 118.

Frankfurt und dem Kurfürstentum Hessen-Kassel, welche ab 1869 als preußische Provinz Hessen-Nassau bezeichnet wurden.⁴⁰⁴

Die Erfolge dieses und des folgenden Krieges gegen Frankreich 1870/71 wurden vor dem Hintergrund des aufstrebenden Nationalbewusstseins gefeiert. Das „neue“ Preußen, also das gesamte Rheintal ab Bingen mit den flankierenden Mittelgebirgen, wurde als Bastion gegen den Kriegsgegner Frankreich angesehen.⁴⁰⁵ Der Rhein stellte dabei das Symbol für nationale Einheit und Größe dar und wurde in diesem Zusammenhang noch stärker für machtpolitische Argumentationen instrumentalisiert. Kristallisationspunkt dieser Rheinideologie war dabei der Mittelrhein. Erste Anzeichen für die Entstehung eines verstärkten Nationalismus waren bereits während der Rheinkrise 1840, in der Frankreich seinen Anspruch auf die linksrheinische Seite wieder geltend machen wollte, in den Protesten deutscher Patrioten deutlich geworden. Festgehalten wurde diese Haltung u. a. in Nikolas Beckers Rheinlied „Sie sollen ihn nicht haben, den freien deutschen Rhein“ (1840). Die Freiheit und Einheit des Rheingebiets stand stellvertretend für die Freiheit und Einheit Deutschlands. Ausdruck fanden die nationalen Empfindungen besonders nach dem Ende des Deutsch-Französischen Kriegs 1870/71. Eines der patriotischsten Lieder aus jener Zeit, Max Schneckenburgers „Wacht am Rhein“, wurde in der Deutschen Nation von 1871 zu einer inoffiziellen Nationalhymne.⁴⁰⁶ Nicht nur in Form von Liedern, sondern auch in Form von Denkmälern manifestierte sich der aus heutiger Sicht problematische Nationalstolz. 1871 wurde das Pathos über den Sieg gegen Frankreich im Niederwalddenkmal verewigt. Daneben verlieh das Reiterstandbild von Wilhelm I. am Deutschen Eck der Idee monumentalen Charakter, jedoch galt es nicht als Symbol für die Überlegenheit gegenüber Frankreich, sondern stand stellvertretend für die neuerrungene Einheit Deutschlands.

Zudem schöpften die deutschen Romantiker für ihre Werke aus der Rheinideologie und sahen in den mit dem Mittelrheintal verbundenen Volksliedern und Sagen eine „mündlich überlieferte Tradition“, die für die deutsche kulturelle Verbundenheit und Identität stand und damit ebenfalls die politische Einheit legitimieren sollte.⁴⁰⁷ Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass verschiedene „kulturelle Quellen“ am Rhein zu finden waren, von der Architektur über die Volkslieder zu den Sagen, in denen man einen Beleg für eine Zusammengehörigkeit der rechts- und linksrheinischen Seite und damit des gesamtdeutschen Reichs sah. Dies führte dazu, dass der Rhein gerade in Krisenzeiten immer wieder als deutsches Nationalsymbol hochgehalten wurde, welches nicht nur Einheit versinnbildlichte, sondern auch an die „Blütezeit“ der deutschen Geschichte erinnerte.

⁴⁰⁴ Vgl. Gormsen 2003: 26.

⁴⁰⁵ Vgl. Resmini 1981: 122.

⁴⁰⁶ Vgl. Gormsen 2003: 25f.

⁴⁰⁷ Vgl. Fischer 2003/04: Sp.642; Niem 2002: 41.

Trotz dieser starken Symbolkraft verzeichnete das Obere Mittelrheintal jedoch ein deutlich niedrigeres Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum als die nördlich anschließenden Bereiche des Niederrheins und des sich wirtschaftlich und industriell entwickelnden Ruhrgebiets. Auch südlich machten sich in wirtschaftlicher Hinsicht erst ab Bingen und Rüdesheim positive Impulse aus dem aufblühenden Rhein-Main-Gebiet bemerkbar. Im Oberen Mittelrheintal dominierte eine „kleinstädtisch-dörfliche [...] Agrar- und Gewerbestruktur“, was vor allem auf die im engen Tal begrenzten Standort- und Wachstumsmöglichkeiten zurückzuführen ist.⁴⁰⁸ Einen wirtschaftlichen Aufschwung erlebte das Tal erst mit dem gegen Ende des 19. Jahrhunderts einsetzenden und durch die Eisenbahn und Dampfschiffahrt florierenden Fremdenverkehr und dem sich entwickelnde Gaststättengewerbe. Auch die nun mögliche Schlepsschiffahrt und die dazugehörige Logistik brachten neue Beschäftigungsmöglichkeiten.⁴⁰⁹

Zu einer politischen Trennung der links- und rechtsrheinischen Gebiete kam es erneut nach Ende des Ersten Weltkrieges im November 1918. Die linke Rheinseite und ein 50 km breiter Abschnitt des rechten Ufers wurden zur „entmilitarisierten Zone“ erklärt.⁴¹⁰ Zunächst wurde das Gebiet von US-Amerikanern verwaltet, die es 1922/23 jedoch an die französische Militärverwaltung abgaben. Erst im Jahr 1930 zogen die französischen Truppen ab.

Im Dritten Reich wurde das Obere Mittelrheintal linksrheinisch dem Gau Koblenz-Trier (bzw. ab 1942 Gau Moselland) zugeordnet und rechtsrheinisch (zusammen mit dem linksrheinischen Rheinhessen) dem Gau Hessen-Nassau.⁴¹¹ Die Folgen von Inflation und Wirtschaftskrise stellten auch hier demokratische Errungenschaften der Zwischenkriegszeit infrage. Mangels Industrialisierung und Urbanisierung wies die Region einen defizitären Entwicklungsstand auf. Der Lebensstandard der Landbevölkerung sank zudem ab 1939 durch die von Kriegsplänen bestimmte Ernährungswirtschaft. Dabei wurden aufgrund von Rationalisierung und Gleichschaltung Winzer und Bauern im „Reichsnährstand“ zusammengeschlossen und die Einnahmen sanken. Wirtschaftlich gestärkt wurde das Tal marginal durch die nationalsozialistische Organisation „Kraft durch Freude“, die Reisen zum Rhein propagierte.⁴¹²

Besonders mit dem Vorstoß der Alliierten zur Westgrenze des Reichs im Herbst 1944 kam es zur Vernichtung von Verkehrsstrukturen im Tal. Die Luftangriffe auf Schiffe und Eisenbahnen zeigten auch Auswirkungen auf kleine Orte.⁴¹³ Um den Vormarsch der Alliierten aufzuhalten, sprengten Pioniere der Wehrmacht die einzige, erst 1915 zur Versorgung der Westfront

⁴⁰⁸ Vgl. Euskirchen 2002c: 151; Resmini 1981: 124.

⁴⁰⁹ Vgl. Uhlenbruck 2004.

⁴¹⁰ Vgl. Seibert 1987: 220.

⁴¹¹ Vgl. Euskirchen 2002d: 158.

⁴¹² Vgl. Engelskirchen 2016: 371.

⁴¹³ Vgl. Euskirchen 2002d: 162.

fertiggestellte Brücke im Tal zwischen Bingen-Kempton und Rüdesheim. In weiteren Kampfhandlungen wurde sie vollends zerstört.

Infolge des Zweiten Weltkrieges, nachdem die alliierten Streitkräfte die Kämpfe im Mittelrheintal beendet hatten, fiel das Gebiet erneut unter französische und amerikanische Verwaltung. Während die Franzosen das gesamte linksrheinische Gebiet und einen Großteil der rechtsrheinischen Gebiete besetzten, lag die Grenze der US-amerikanischen Besatzungszone im rechtsrheinischen Niedertal zwischen Kaub und Lorch. Aus dieser Abgrenzung entwickelten sich in den Jahren 1945/46 die Bundesländer Hessen und Rheinland-Pfalz. Die Grenze, die im Mittelalter die Bistümer Mainz und Trier voneinander trennte, wurde gewissermaßen reaktiviert und unterteilt das Obere Mittelrheintal nun in einen größeren rheinland-pfälzischen und einen deutlich kleineren hessischen Teil. So existiert neben der natürlichen Grenze des Rheins also eine administrative Grenze auf der rechten Rheinseite, welche circa eineinhalb Jahrhunderte einheitlich verwaltet worden war.

Der geschichtliche Abriss und die historische Territorialentwicklung zeigen, dass das Obere Mittelrheintal über viele Jahrhunderte von unterschiedlichen Herrschaftsansprüchen beeinflusst wurde. Auch die Entwicklungen im 19. Jahrhundert und die damit verbundene frühe Zugehörigkeit der linken Rheinseite zu Preußen, welche ein Entwicklungsgefälle zwischen rechter und linker Rheinseite begründete, erschwerte die Entwicklung eines homogenen Raumes. Der Rhein war zwar als Verkehrs- und Handelsachse bedeutend, als Grenzfluss erschwerte er aber eine gemeinsame Entwicklung beider Rheinseiten. Abgesehen von der Stadt Koblenz umfassen auch heute keine der im Untersuchungsgebiet liegenden Landkreise und kreisfreien Städte Gebiete auf beiden Uferseiten.

Als ein Merkmal für die Heterogenität der als Welterbe anerkannten Kulturlandschaft sei daher die politische Disparität genannt. Die Grenzziehung des Welterbegebiets ist wie dargelegt definitionsgemäß auf die Schutzwürdigkeit der Kulturlandschaft ausgerichtet. So sind 54 Städte und Ortsgemeinden bzw. Stadt- und Verbandsgemeindeteile Bestandteil des Oberen Mittelrheintals. Wird das gesamte Welterbegebiet inklusive der südlichen und nördlichen Verdichtungsräume Bingen/Rüdesheim und Koblenz/Lahnstein betrachtet, ergibt sich für das Jahr 2014 eine Gesamtzahl von 229 033 Einwohnern. Werden die beiden Verdichtungsräume subtrahiert, beläuft sich die Bevölkerungszahl zwischen der Lahnsteiner Pforte und dem Binger Loch auf ca. 65 415 Einwohner. Abgesehen von Boppard (15 884 Einwohner) hat keine Ortschaft im Tal mehr als 5000 Einwohner. 13 Gemeinden zählen weniger als 500 Einwohner, 13 zwischen 501 und 1000, neun zwischen 1001 und 2000 und acht zwischen 2001 und 5000.⁴¹⁴

⁴¹⁴ Rheinland-Pfalz: Statistisches Landesamt 2016a; Hessisches Statistisches Landesamt 2016.

Das Obere Mittelrheintal ist somit aufgeteilt in vielschichtige Verwaltungsinstanzen, zugehörig zu zwei Bundesländern, fünf Landkreisen und diversen Kommunen mit Stadt- und Gemeindeteilen.⁴¹⁵ Rheinland-Pfalz und Hessen sind an der Welterbestätte gemeinsam beteiligt. In Rheinland-Pfalz sind Teile der kreisfreien Stadt Koblenz, der Landkreise Mainz-Bingen und Mayen-Koblenz sowie des Rhein-Hunsrück-Kreises und des Rhein-Lahn-Kreises eingeschlossen. Zu den von Hessen administrierten Gemeinden zählen Teile des Rheingau-Taunus-Kreises. Es handelt sich also um eine komplexe Raumkategorie, die durch eine große Anzahl beteiligter Körperschaften mit eigener Planungshoheit verwaltet und von vielfältigen regionalen und lokalen Interessen geprägt wird.

Am stärksten wird die Uneinheitlichkeit noch immer von der natürlichen Grenze, die der Fluss darstellt, bedingt. Beleg hierfür ist auch das getrennte Verbreitungsgebiet von Zeitungen rechts- und linksrheinisch. Dies führt dazu, dass Informationen oft nur für eine Rheinseite aufbereitet und selten ausgetauscht werden. Mit der Nutzung der auf den Raum abgestimmten Medien findet eine Verortung, Orientierung und Abgrenzung statt.

Auch auf den Landschafts- und Denkmalschutz wirkt sich die Teilung aus. Obgleich der Wert der Kulturlandschaft unabhängig vom Welterbetitel länger bewusst ist, war es bislang schwer, die vielfältigen Einzelinteressen zu bündeln und für die komplette Region abzustimmen. Demnach übernehmen die einzelnen Ortschaften Verantwortung für jeweils einen Teil der Gesamtregion, z. B. in Form von Verschönerungsvereinen. Darüber hinaus wird jedoch eine zentrale Koordination und Steuerung der regionalen Landschaftspflege und -planung in dem kulturell und politisch disparaten Welterbegebiet angestrebt, nicht zuletzt, um Fördermittel zu bündeln. Um besser verstehen zu können, warum eine stärkere Zusammenarbeit und eine gemeinsame progressive Entwicklung von Bedeutung für die Region zu sein scheinen, sollen zunächst die gegenwärtigen Probleme aufgezeigt werden.

5.4 Sozioökonomische, infrastrukturelle und demografische Strukturprobleme

Laut Dagmar Barzen, von 2008 bis 2011 Präsidentin der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord, wies das Tal zum Zeitpunkt der Anerkennung als Welterbe an vielen Orten Defizite auf, welche es insgesamt als strukturschwache Region kennzeichnen.⁴¹⁶ Dies hängt vor allem damit zusammen, dass das Tal von einem relativ niedrigen Industrieaufkommen, einer nur geringen Anzahl an Arbeitsplätzen sowie eingeschränkten räumlichen Verhältnissen, die ein Gewerbewachstum verhindern, geprägt ist. Aufgrund berufsbedingter Abwanderungen, aber auch wegen einer niedrigen Geburtenrate und einem Gestorbenenüberschuss ist im Oberen Mittelrheintal

⁴¹⁵ Schüler-Beigang 2007: 2.

⁴¹⁶ Vgl. Barzen.2009: 2.

ein kontinuierlicher Bevölkerungsrückgang festzustellen. Der Bevölkerungsanteil von Menschen über 65 Jahren steigt dabei in Einklang mit dem demografischen Wandel.⁴¹⁷ Zu demografischen Strukturproblemen anderer kleiner Gemeinden in Rheinland-Pfalz äußerte sich bereits Herbert Schwedt 1994: „Eine derartige Überalterung stellt eine essenzielle Gefährdung des Fortbestandes dieser Orte dar, besonders wenn sie mit einer geringen Geburtenrate und starker Abwanderung gekoppelt ist.“⁴¹⁸ Im Vergleich mit den Zahlen aus gesamt Rheinland-Pfalz wird deutlich, dass es sich bei dieser Entwicklung um einen allgemein anhaltenden Trend handelt.⁴¹⁹

Auffällig ist, dass deutlich wachsende Ortschaften auf der linken Rheinseite in unmittelbarer Nähe zu der Autobahn 61 (A 61) und den Einzugsgebieten der Agglomeration Köln/Bonn/Koblenz liegen. Auch auf der rechten Rheinseite befinden sich Ortschaften mit positivem Saldo, jedoch ist hier die Bevölkerungszunahme im Durchschnitt geringer. Auffällig ist ein besonders rapider Rückgang der Bevölkerungszahlen bei den direkt am Rhein oder in Seitentälern liegenden Ortschaften im mittleren Talabschnitt zwischen Niederheimbach/Lorch und Hirzenach/Kestert, also weiter entfernt von den dichter besiedelten Lagen im Norden und Süden, wo kein Engtal mehr besteht. Dabei ist erkennbar, dass das Ausmaß des Bevölkerungsrückgangs vom Hinterland in Richtung Rhein steigt, wobei die rechte Seite stärker von diesem Phänomen betroffen ist als die linke Seite.

Aufgrund der räumlichen Standortprobleme ist die wirtschaftliche Entwicklung im Oberen Mittelrheintal stark eingeschränkt, da in der engen Tallage kaum Raum für Handwerk und Gewerbe, Industrie, Lagerhallen sowie Agrarwirtschaft gegeben ist. Betrachtet man die Summe der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Alter zwischen 20 und 65 Jahren in den rheinland-pfälzischen Orten im Oberen Mittelrheintal, so fällt auf, dass sie im Vergleich zum Durchschnitt anderer Ortsgemeinden gleicher Größenklasse wesentlich niedriger ist.⁴²⁰ Viele Arbeitnehmer pendeln zwischen Wohn- und Tätigkeitsort. Da sich die Wahl der Arbeit wegen gesellschaftlicher Segmentierungsprozesse komplizierter gestaltet und oft nicht am Wohnort ausüben lässt, spielt die Mobilität der Arbeitnehmer eine wichtige Rolle. Der Pendlerüberschuss ist ein Indikator, der auf die wirtschaftliche Situation und Arbeitsplatzsituation in einem Ort hinweist. Im Oberen Mittelrheintal wiesen 2014 ausschließlich die Orte Koblenz, Bingen, Oberwesel, St. Goarshausen und Wiebelsheim einen positiven bzw. ausgeglichenen Saldo auf. Oberwesel und St. Goarshausen bieten als Sitz von Verbandsgemeinden Arbeitsplätze.

⁴¹⁷ Vgl. Rheinland-Pfalz: Statistisches Landesamt 2016a; Hessisches Statistisches Landesamt 2016; Geißler 2014: 27.

⁴¹⁸ Schwedt 1993/94: 1.

⁴¹⁹ Rheinland-Pfalz: Statistisches Landesamt 2016a.

⁴²⁰ Vgl. Rheinland-Pfalz: Statistisches Landesamt 2016a; Barzen 2009: 2.

Wiebelsheim verfügt über ein an der A 61 gelegenes Gewerbegebiet. Die meisten der restlichen Ortschaften können aufgrund des teilweise extremen Auspendlerüberschusses in die nahen Regionen Rhein-Main und Koblenz bzw. Köln/Bonn als „Schlafstädte“ bezeichnet werden.⁴²¹ Oft kann der Wohnort auch nicht mehr als alleiniger Lebensraum dienen, da die technische und soziale Infrastruktur unzureichend ist und z. B. ein Supermarkt, Ärzte oder öffentliche Freizeitmöglichkeiten fehlen.

Abwanderung ist zwar auch in anderen ländlichen Gebieten zu verzeichnen, ungünstige Verkehrsanbindungen tragen jedoch dazu bei, dass sie im Oberen Mittelrheintal in besonders starkem Maße auftritt. Dies betrifft vorwiegend die im mittleren Abschnitt des Tales am Rhein liegenden Ortschaften und hier vor allem die wirtschaftsgeografisch peripher gelegenen Orte auf der rechten Rheinseite. Wie auch die linksrheinischen Orte dieses Abschnitts liegen sie abseits von den Ballungszentren. Darüber hinaus fehlt jedoch eine schnell erreichbare Autobahnanbindung, um in die Arbeitszentren zu pendeln. Die linksrheinische A 61 und die dortigen Gewerbegebiete liegen zwar räumlich nah, doch der Aufwand mittels Autofähre dort hinzuzulangen ist hoch und zeitintensiv.

Insgesamt sind in diesem mittleren Abschnitt Arbeitsstätten auf der jeweils anderen Rheinseite für die Bewohner ungünstig, da die Verkehrsanbindung zwischen beiden Rheinseiten aufgrund einer fehlenden festen Querverbindung zwischen Mainz und Koblenz erschwert ist. Die Möglichkeit, den Fluss in diesem Bereich zu passieren, bieten die Autofähren Bingen – Rüdesheim, Niederheimbach – Lorch, Engelsburg – Kaub, St. Goar – St. Goarshausen und Boppard – Filsen/Kamp-Bornhofen. Die Fähren fahren allerdings tages- und jahreszeitlich eingeschränkt, ihre Nutzung kostet Gebühr, Wartezeiten müssen einkalkuliert werden und nur begrenzte Transportkapazitäten sind vorhanden. Arbeitgeber sind sich der Nachteile bewusst, Mitarbeiter, welche auf der jeweils anderen Rheinseite wohnen, einzustellen. Auch wenn im Mittelrheintal eine einzigartige Bündelung von rege frequentierten Verkehrswegen (Schiene, Straße, Wasserweg) vorliegt, können diese nur eingeschränkt genutzt werden, da Querverbindungen fehlen. Auch die Verbindung zwischen dem Rheintal und den Höhenlagen wird fast ausschließlich über kleine Nebenstraßen gewährleistet.

Ein Teil der Bürger wünscht den Bau einer „welterbeverträglichen“ Brücke. Als Brückenbefürworter argumentieren sie mit der infrastrukturellen Notwendigkeit der Brücke für die ökonomische Entwicklung des Tals. Um ein wettbewerbsfähiger Wirtschaftsstandort zu bleiben, sei diese Querung, die kürzere Wege und ein 24-stündiges Pendeln ermögliche, wichtig. Die Fähren seien teuer, überlastet und nicht mehr zeitgemäß.⁴²²

⁴²¹ Vgl. Rheinland-Pfalz: Statistisches Landesamt 2016a.

⁴²² Vgl. dazu auch: IHK Koblenz 2015.

Die Brückengegner betonen ebenso, dass das im gesamten Welterbegebiet bestehende Problem ungenügender Rheinquerungen gelöst werden muss. Sie fordern, den Fährverkehr zeitlich auszubauen. Aus ihrer Sicht seien Fähren umweltfreundlicher, flexibler, erheblich billiger und vor allem absolut „welterbeverträglich“. Zudem biete der Fährverkehr die Möglichkeit, an mehreren Orten den Rhein zu queren. Mit dem Bau einer Brücke müssten wahrscheinlich einige Betriebe ihren kostenpflichtigen Fährverkehr einstellen, was in Summe die Anzahl der Querungsmöglichkeiten reduzieren würde. Weniger Fährübergänge seien ferner zum Nachteil von Fußgängern, Radfahrern, Wanderern und unmotorisierten Personen. Zudem wird befürchtet, dass sich durch den Bau der Brücke die Verkehrsbelastung erhöhen würde, was zu einer höheren Lärmemission in den engen Straßendörfern führen würde.⁴²³

Im Managementplan, der zur Beantragung des Welterbetitels eingereicht wurde, wird die Planung eines Brückenbaus nicht erwähnt. Im Gegensatz dazu wird ein 24-Stunden-Fährverkehr bzw. eine starke zeitliche Ausdehnung des Fährverkehrs im Rahmen einer Regionalisierung des öffentlichen Personennahverkehrs gefordert.⁴²⁴

Mit der Eintragung auf der Welterbeliste müssen alle Entscheidungen, die das Tal betreffen, nicht nur in einem lokalen, sondern in einem globalen Bezugsrahmen erfolgen. In der Welterbekonvention ist geregelt, dass das Welterbezentrum unabhängig von der periodischen Berichterstattung über außergewöhnliche Umstände und Arbeiten, die zu einer Bedrohung der Welterbestätte führen könnten, im Rahmen der „Reaktiven Überwachung“ zu unterrichten ist.⁴²⁵ Zur Bewertung solcher Fälle kann das Welterbezentrum die Beratungsorganisationen ICOMOS (Internationaler Rat für Denkmalpflege), IUCN (Weltnaturschutzunion) und ICCROM (Internationale Studienzentrale für die Erhaltung und Restaurierung von Kulturgut) einschalten. 2008 besuchten daher Experten des ICOMOS und des Welterbezentrums der UNESCO das Tal.⁴²⁶ Das Deutsche Nationalkomitee von ICOMOS lehnte den Bau einer Brücke generell ab. Hauptgrund hierfür war der visuell störende Eingriff in das Landschaftsbild. Des Weiteren gewähre die Existenz der Fähren die Querung in ausreichendem Maße.⁴²⁷ Auf ihrem Treffen 2008 in Kanada forderte die UNESCO eine Umweltverträglichkeitsprüfung für mögliche

⁴²³ Vgl. Artikelsammlung unter: Bürgerinitiative ProBrücke e. V. seit 2011

⁴²⁴ Vgl. SGD Nord RLP o. A.

⁴²⁵ Vgl. Artikel 29 der Welterbekonvention in Verbindung mit Kapitel IV § 172 der Richtlinien 2005.

⁴²⁶ Das Welterbezentrum bereitet in derartigen Fällen die Fakten (Informationen des Vertragsstaates und der relevanten beratenden Gremien) für die nächste Sitzung des Welterbekomitees auf. Die Spanne der darauf aufbauenden Beratungsergebnisse kann von der Feststellung keiner Gefährdung über die Bitte um weitere Informationen und die Entsendung einer Delegation zur Klärung der Fakten vor Ort bis hin zur Forderung nach Herstellung des ursprünglichen Zustandes, der Bereitstellung von Mitteln aus dem Welterbefonds und die Eintragung in die Liste des Welterbes in Gefahr reichen. Diese strenge Kontrolle des Zustands eines Welterbes soll die Glaubwürdigkeit der Liste und des Komitees unterstreichen.

⁴²⁷ Vgl. ICOMOS Deutsches Nationalkomitee e. V. 01.08.2010; ICOMOS Deutsches Nationalkomitee e.V.: 23.07.2010; Institute for Urban and Transport Planning of RWTH Aachen u. Ministry of Economy, Traffic, Agriculture and Viticulture, Youth and Culture, Rhineland-Palatinate 2010.

Querungsvarianten und zudem eine neue Verkehrsstudie. Als sie 2010 in Brasilia tagte, lag ihr ein Gutachten des Instituts für Stadtbauwesen und Stadtverkehr der RWTH Aachen vor, welches die Regierung von Rheinland-Pfalz anfertigen ließ. Fortan schloss die UNESCO einen Brückenbau nicht mehr kategorisch aus. Sie nahm vielmehr eine Anpassung der lokal entwickelten Problemdefinition an eigene Begrifflichkeiten vor, indem sie von der Gefährdung der „visuellen Integrität“ sprach. Eine Brücke könne also gebaut werden, insofern diese „welterbeverträglich“ sei. Um dies einschätzen zu können, wurden Vorschläge zu Brückenalternativen erarbeitet.

Weitere Planungen stagnierten allerdings, da nach der rheinland-pfälzischen Landtagswahl 2011 der Brückenbau in der Legislaturperiode im Koalitionsvertrag von SPD und Grünen nicht vorgesehen war. Nach der Landtagswahl 2016 wurde eine Koalition aus SPD, FDP und Grünen gebildet, die die Planung einer Mittelrheinbrücke als welterbeverträgliches, kommunales Verkehrsprojekt wieder in ihren Koalitionsvertrag aufgenommen hat.⁴²⁸

Das Beispiel verdeutlicht, welche Auswirkungen die Intention der UNESCO, ein Welterbe zu schützen, in der Praxis hat. Die Diskussion schärft, wie es dem Anliegen der UNESCO entspricht, das Problembewusstsein. Somit trägt der Titel zum Schutz der Landschaft bei und Änderungen können nicht willkürlich vorgenommen werden. Das heißt allerdings nicht, dass die UNESCO keine Änderungen zulässt und per se den Brückenbau verhindern möchte. Die Diskussion um das Welterbe und den geplanten Bau der Brücke erweckt den Eindruck, als hätte die UNESCO aufgrund neuer Definitionen das Problem aufgeworfen. In der genaueren Analyse der Auseinandersetzung wird allerdings deutlich, dass die Kontroverse vonseiten lokaler Denkmal- oder Naturschützer sowie Brückengegner ausging. Die UNESCO sieht sich dabei weniger als Gegner in diesem Raumnutzungskonflikt, sondern vielmehr als Partner für den Schutz der Stätte. Dazu zählt nicht nur das Engagement für die Erhaltung ihrer Einzigartigkeit, sondern auch die Befriedigung der Bedürfnisse der Bewohner der Kulturlandschaft. Nach dem Exempel von Dresden wurden gemeinsam Lösungsstrategien entwickelt, in welche die UNESCO frühzeitig einbezogen wurde. Die Debatte um die Dresdener Waldschlösschenbrücke, aufgrund deren Errichtung das Elbtal seinen UNESCO-Titel verlor, wirkt nachhaltig als negatives Beispiel.⁴²⁹ Ein weiterer Titelverlust und die Abgabe der dazugehörigen internationalen Reputation blieben zum einen nicht ohne Außenwirkung auf das kulturelle Potenzial der gesamten Bundesrepublik.⁴³⁰ Zum anderen beschäftigt diese Angst Bewohner des Tals, da der Welterbetitel

⁴²⁸ SPD, FDP und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN 2016: 49.

⁴²⁹ Vgl. zu Dresden: Jackenkroll 2008; Friedreich 2009.

⁴³⁰ Die Listung eines Welterbes hat einen hohen, internationalen Prestigewert für Staaten und dient diesen als bedeutsames kulturpolitisches Instrument. Eine mögliche Konsequenz einer Streichung wäre der Eindruck, dass die zuständigen Akteure fahrlässig mit dem Kulturgut umgehen. Vgl. dazu auch Schmitt 2011: 367.

als touristische Entscheidungsgrundlage angesehen wird. Die in der Tourismusmarke formierte wirtschaftliche Nutzbarmachung des Titels ist neben der schützenden und bewahrenden Funktion ein inhärenter Teil des Titels (Vgl. Kap. 7.3). Der wirtschaftliche Aspekt wird jedoch auch aufseiten der Brückenbefürworter gesehen. Sie argumentieren, dass das Tal auch ohne Titel für Touristen attraktiv sei. Für die infrastrukturelle und ökonomische Entwicklung, besonders der rechten Rheinseite, sei der Bau der Brücke wichtiger.

Junge Familien ziehen wegen der strukturellen Missstände eher in die Nähe von größeren Orten. Abgesehen von der Abwanderung in die benachbarten Städte des Rhein-Main-Gebiets und nach Koblenz besteht zudem eine Verlagerung innerhalb des Welterbegebiets: aus den engen Ortslagen im Tal mit hoher Lärmbelastung und wenig Sonne in die Orte auf der Höhe. Soweit diese Ortsteile sich im Einzugsbereich der Großstädte befinden, kann hier sogar ein Bevölkerungszuwachs verzeichnet werden. Das Phänomen der Stadtflucht und die Rolle des Tals als Wohn- und Erholungsraum für die Agglomerationsräume sind im Oberen Mittelrheintal folglich nur sehr bedingt feststellbar. Grund dafür ist neben den bereits genannten Gründen auch der Bahnlärm.

Die hohe Lärmbelastung, verursacht durch die Verkehrsdichte im Rheintal, mindert besonders die Wohnqualität im Engtalbereich, in welchem die Felswände den Schall zurückwerfen und verstärken. Das heutige Verkehrsnetz ist geprägt von den beidseitig rheinparallel verlaufenden Bahntrassen und Bundesstraßen.⁴³¹ Beide Verkehrswege trennen in den meisten Fällen die Orte vom Rhein. So tragen auch die Bundesstraßen genauso wie die Schifffahrt mit Dieselmotoren zur Lärmemission bei. Am stärksten ist das Tal jedoch vom Verkehr auf der Schiene belastet.⁴³² Mitte des 19. Jahrhunderts wurde der Bau der Schienentrasse begrüßt, da die Bahn Fortschritt, Besucher und wirtschaftliche Vorteile brachte.⁴³³ Allerdings prägte sie auch den Charakter des Tals als Durchgangsstation – besonders als regional verortete Berufe, die zunächst von der verbesserten Infrastruktur profitierten, aufgrund der technischen und wirtschaftlichen Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg wegbrachen. Die ICE-Züge zwischen Frankfurt und Köln werden seit 2002 nicht mehr durch das Tal gelenkt, da eine neue Trasse für Hochgeschwindigkeitszüge durch den Taunus führt. Im Tal verkehren daher IC- und Regionalzüge, die einen Nutzen für Pendler und Ausflügler bringen. Den Großteil des

⁴³¹ Im Mittelalter wurden die Ufer als Treidelpfade genutzt, um die Schiffe stromaufwärts zu ziehen. Erst im 19. Jahrhundert, unter preußischer Verwaltung, wurden die Verkehrswege systematisch erschlossen. Vgl. Pfothenhauer u. Lixenfeld 2006: 7.

⁴³² Einige Bewohner aus Trechtingshausen nennen in der Befragung als zusätzliche Lärmbelastung den Steinbruch und die Freizeitflieger.

⁴³³ Die linksrheinische Strecke wurde 1844 bis 1859 von der Rheinischen Eisenbahngesellschaft gebaut. Auf der rechten Rheinseite stellte die Großherzoglich-Nassauische Taunusbahn den Ausbau der Strecke Wiesbaden-Ehrenbreitstein zwischen 1856 und 1864 fertig. Vgl. Custodis, Paul-Georg 2002a: 332.

Verkehrsaufkommens macht jedoch der lärmstarke Gütertransit aus, denn die Bahnlinien beiderseits des Rheins sind Teil der europäischen Güterfernverkehrsstrecke Rotterdam-Genua. Heute fahren täglich mehr als 400 Züge durch das Tal. Da sowohl die Bundesregierung als auch die EU die Verlagerung von Gütern von der Straße auf die Schiene unterstützen, nimmt der Schienenverkehr zu.⁴³⁴ Mit dem Ausbau der Neuen Eisenbahn-Alpentransversale werden künftig noch mehr Züge durch das Rheintal rollen.⁴³⁵ Der Schienenverkehr ist zwar verkehrs- und klimapolitisch sinnvoll, stellt aber gerade im Mittelrheintal eine hohe Belastung für Mensch und Natur dar. Aufgrund der besonderen topografischen Verhältnisse des engen Rheintals und der Gleisführung durch oder direkt an den Orten vorbei sind die Bewohner stellenweise einem Lärmpegel von über 100 Dezibel ausgesetzt.⁴³⁶ Steile Hänge und Felswände reflektieren den Bahnlärm, sodass auch höhere Wohnlagen davon betroffen sind. Diese Belastung führt zu einem Attraktivitätsverlust der Orte für ihre Einwohner.⁴³⁷ Der Gründer und Inhaber der Sebapharma GmbH in Boppard schilderte in einem offenen Protestbrief an den Vorstandsvorsitzenden der Bahn AG die Ausmaße: „[N]achts zwischen 22.00 und 6.00 Uhr fährt im Schnitt alle 3,5 Minuten ein Güterzug durch das Rheintal und raubt den Anwohnern den Schlaf. Dieser Lärm ist unzumutbar. Immer mehr Menschen kehren dem Mittelrheintal aus diesem Grund den Rücken.“⁴³⁸

Initiativen wie „Pro Rheintal e. V.“ fordern eine Besserung dieser Lage. Auch die rheinland-pfälzische Landesregierung unterstützt im Rahmen eines Beirats „Leiseres Mittelrheintal“ die Reduzierung der Bahnlärm-Belästigung. Zu den vorgesehenen Lärmschutzmaßnahmen zählen neben dem Einsatz von Lärmschutzwänden und Schallschutzfenstern die Erneuerung der Güterwagen (Räder, Raddämpfer, Achsen und leisere Verbundstoff-Bremssohlen), die Umgestaltung des Gleisbetts, die Reduzierung der Geschwindigkeit sowie Einschränkungen des Bahnverkehrs während der Nachtstunden, Sonn- und Feiertagen.⁴³⁹ Die Umwelt- und Verkehrsministerien von Rheinland-Pfalz und Hessen haben 2010 das an den Bund und die Bahn gerichtete 10-Punkte-Programm „Leises Rheintal“ veröffentlicht. Zu diesem Konzept gehören ein sogenanntes Lärmmonitoring, eine Befragung zum Ausmaß der erlebten Lärm- und

⁴³⁴ Vgl. Umweltbundesamt 2010; Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur 2012.

⁴³⁵ Vgl. ZEUS GmbH 2011; Schweizerische Eidgenossenschaft/ Bundesamt für Verkehr 2015. Ein Überblick über Zeitungsartikel unter: Schweizer u. Gnädinger seit 2013; Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. seit 2012b.

⁴³⁶ Zum Beispiel wurden in Bacharach 92 Dezibel, in St. Goar 105 Dezibel und in Assmannshausen 106 Dezibel beim Passieren eines Güterzugs gemessen. Vgl. Speck 2007: 13; Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. seit 2012a.

⁴³⁷ Vgl. ZEUS GmbH 2011.

⁴³⁸ Heinz Maurer, Brief vom 13. September 2006 an Hartmut Mehdorn, Vorsitzender des Vorstands Deutschen Bahn AG, Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin; zit. nach: Striffler 2007: 7.

⁴³⁹ Vgl. Rheinland-Pfalz/ Landesamt für Umwelt 2016; Rheinland-Pfalz/ Ministerium für Umwelt, Energie, Ernährung und Forsten o. J.; BUND Landesgeschäftsstelle Rheinland-Pfalz o. J.; Rheinland-Pfalz und Hessen 2012; Weinandy 2014.

Erschütterungsbelästigung durch den Bahnverkehr, eine aus den Ergebnissen resultierende Aufstellung einer Expositions-Wirkungskurve sowie der neu entwickelte wirkungsbezogene Mittelrhein-Bahnlärmindex.⁴⁴⁰

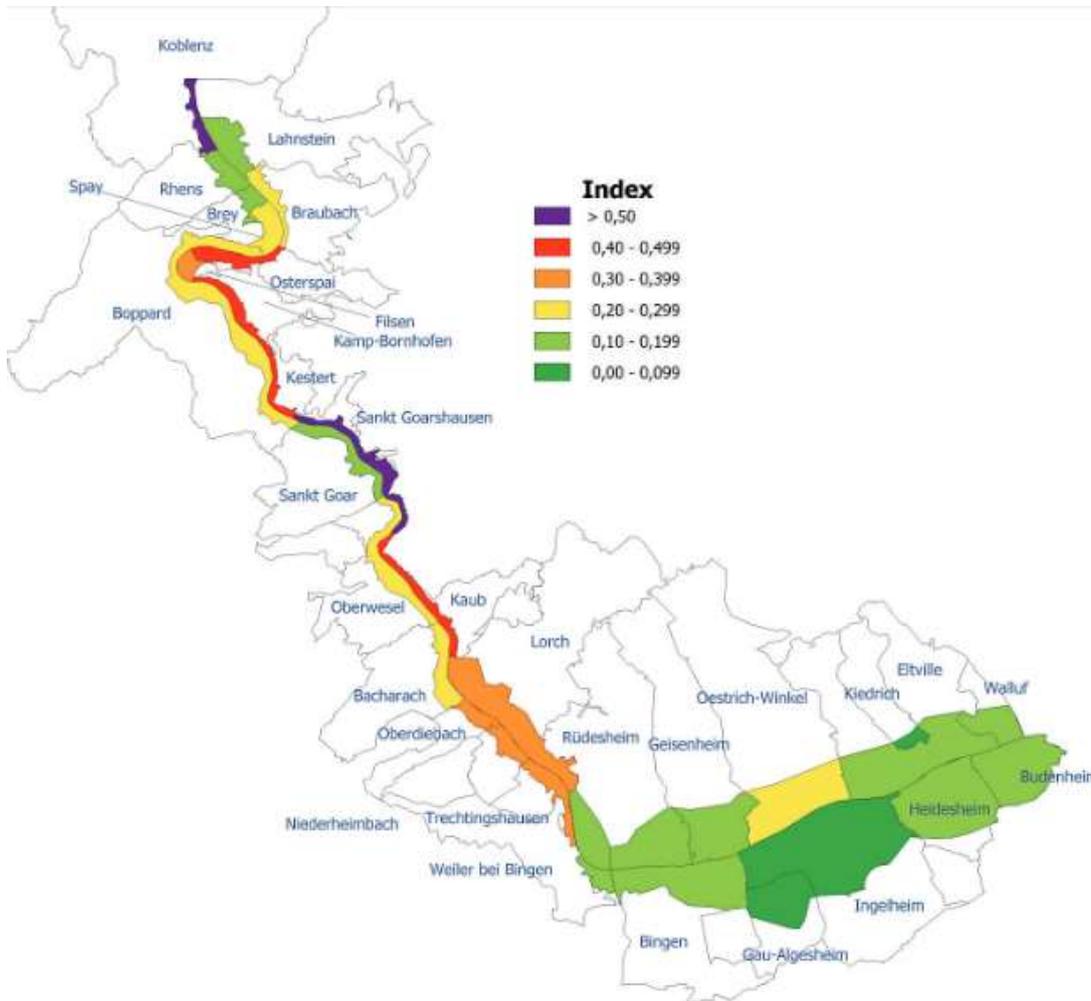


Abb. 2: Indexwerte: Lärmbelastigung und Lage der Gemeinden. Quelle: Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten Rheinland-Pfalz o. J.

Ein weiterer Grund für die Abwanderung ist, dass in dem engen Tal und auf den Steilhängen kaum Bauplatz zur Verfügung steht. Wo er genehmigt wird, ist seit den 1990er-Jahren eine starke Wohnungsbautätigkeit in Neubaugebieten oben an den Hängen festzustellen. Jedoch gibt es auch hier nur beschränkte Möglichkeiten zur Ausdehnung. Zwischen 1979 und 2004 hat die Siedlungs- und Verkehrsfläche im Oberen Mittelrheintal weniger zugenommen (+ 29,3 Prozent) als in Rheinland-Pfalz allgemein (+ 41,7 Prozent). Stärkere Zunahmen sind in dieser Zeit auf der linksrheinischen Seite zu registrieren.⁴⁴¹ Im Tal stehen, vor allem auf der rechten Rheinseite, immer mehr Immobilien leer, da keine Nachfrage auf dem Wohnungsmarkt herrscht.

⁴⁴⁰ Vgl. dazu: Schreckenberger, Giering u. Augustin 2012.

⁴⁴¹ Vgl. Kramer 2005: 66.

Hierbei handelt es sich sowohl um Wohnraum als auch um Gewerbeflächen wie z. B. Gebäude des Einzelhandels. Dieser Leerstand und der zunehmende Verfall sind zurückzuführen auf die rückläufige Bevölkerungsentwicklung und Zersiedelung, aber auch auf Modernisierungsversäumnisse, die Bedrohung durch Hochwasser, Verkehrsbelästigung und Bahnlärm. Neben der Thematisierung seitens der Bevölkerung wird das Problem auch von der örtlichen Politik wahrgenommen. Beispielsweise wurde die Landesregierung 2006 in einer kleinen Anfrage aufgefordert, zum Ausmaß der Leerstände in den Ortskernen des Oberen Mittelrheintals und den Gründen dafür Stellung zu beziehen.⁴⁴² Weitere Fragen betrafen die Höhe der zu erwartenden Investitionen und die Realisierbarkeit, diese aufzubringen. In dem Städtebauförderungsprogramm, der Wohnungsbauförderung und dem Dorferneuerungsprogramm sah die rheinland-pfälzische Landesregierung Möglichkeiten, um die bauliche Situation in den Ortskernen zu verbessern und die Eigentümer von modernisierungsbedürftigen Immobilien zu unterstützen. Dass dies nicht genügte um die Entwicklung aufzuhalten oder gar umzukehren, belegen die Initiativen, die u. a. von der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord nach der Welterbewertung ins Leben gerufen wurden (vgl. Kap. 7.1.2).

Auch für den Tourismus spielt die Attraktivität und Belebung der Ortschaften eine wichtige Rolle, da die historischen Ortslagen und Ortskerne ein wesentliches Merkmal des Welterbegebiets darstellen. Im Rückschluss bietet die Tourismusindustrie letztlich die beste Chance, die Wirtschaftskraft und in direktem Zusammenhang auch die Nachfrage nach Immobilien wieder zu stärken.⁴⁴³

5.5 Ökonomische Grundlagen und ihre Entwicklung

Von der positiven Entwicklung der Region, die der Ausbau der technischen Infrastruktur am Mittelrhein und der damit zusammenhängende Wirtschaftsaufschwung zwischen 1850 und dem Zweiten Weltkrieg brachte, scheint heute wenig übrig geblieben zu sein. Mit dem Erstarken der großen Agglomerationen im Norden (Ruhrgebiet, Köln/Bonn) und im Süden (Rhein-Main) gingen viele lokale und regionale Arbeitsplätze verloren und das Obere Mittelrheintal entwickelte sich wirtschaftlich zu einem peripheren Durchgangsraum mit hohem Auspendlersaldo. Doch wovon lebte das Tal einst?

Für die Sicherung von Arbeit und Einkommen spielte der Rhein, als einer der historisch bedeutendsten Verkehrswege in Mitteleuropa, über Jahrhunderte eine wichtige Rolle, denn die Bevölkerung war vorwiegend als Lotsen, Fischer, Hafendarbeiter, Bootsbauer, Stapler oder

⁴⁴² Vgl. Drs 15/115 RLP (2006).

⁴⁴³ Auch über die Erhaltung, Erneuerung und Wiederbelebung der historischen Ortskerne im Kontext eines touristischen Konzepts äußerte sich die Landesregierung. Vgl. Drs 15/115 RLP (1996).

Treidler tätig. Als in den ersten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts die Dampfschifffahrt ausgebaut wurde, nahmen die (Schlepp-)Schiffstransporte und deren Geschwindigkeit zu. Die Stromengen und -schnellen des Rheinverlaufs im Oberen Mittelrheintal stellten ein großes Problem für die Schiffbarkeit dar, sodass die Bedeutung der Lotsen mit dem erhöhten Verkehrsaufkommen zunahm.⁴⁴⁴ Zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren allein in Kaub noch etwa 150 Familien in Schifffahrtsberufen tätig.⁴⁴⁵ An Bedeutung verlor der Lotsenberuf mit der allmählichen Ersetzung der Lotsenstationen durch fest installierte Lichtsignale und Radarstationen. Zusätzliche Entwicklungen technischer Art sowie der Ausbau der Straßenstrecken auf der Höhe führten seit den 60er-Jahren des 20. Jahrhunderts dazu, dass auch andere an die Schifffahrt gebundene Berufszweige verloren gingen.⁴⁴⁶

Des Weiteren wurden die Umschlagsplätze an den Mündungen von Nahe, Lahn und Mosel sowie kleinere Häfen überflüssig, da kein Warenumsschlag in diesem Flussabschnitt mehr stattfand. Relikte einer vergangenen Zeit sind die nicht mehr genutzten Rheinkräne in Bingen, Koblenz und St. Goarshausen.⁴⁴⁷ Aufgrund der im Verlauf des 20. Jahrhunderts hergestellten durchgehenden Schiffbarkeit ist der Rhein Bestandteil der Schifffahrtsroute Rotterdam-Constanța – dem schnellsten europäischen Transportweg zwischen den großen See- und Binnenhäfen (Rotterdam, Duisburg, Mannheim/Ludwigshafen, Straßburg und Basel) und dem Schwarzen Meer. Auch wenn gegenwärtig also ein wesentlich höheres Transportvolumen das Tal passiert, sind für die Einwohner jedoch kaum Erwerbsmöglichkeiten im Bereich der Schifffahrt vorhanden. Schlepper, Treidler oder Lotsen werden nicht mehr gebraucht.⁴⁴⁸

Als weiterer bedeutender Wirtschaftszweig und Einkommensquelle galt der Bergbau im Oberen Mittelrheintal. Ab dem ausgehenden 13. bis ins 19. und beginnende 20. Jahrhundert wurde in verschiedenen Orten wie Braubach, St. Goar oder Wellmich Eisen, Mangan, Silber, Blei, Kupfer, Zink und Erz abgebaut und verarbeitet.⁴⁴⁹ Zudem waren Schieferbergwerke wichtige Arbeitgeber. Vor allem in Bacharach, Oberwesel und Kaub wurde seit dem Mittelalter Dachschiefer gewonnen. Noch im beginnenden 19. Jahrhundert waren angrenzend an Kaub über 100 kleine Schiefergruben in Betrieb.⁴⁵⁰ Sie galten neben der Schifffahrt und dem Weinbau als

⁴⁴⁴ Im Mittelalter hatten die Schiffer zusätzliche Beschränkungen, da die jeweiligen Territorialherren Zölle für das Passieren der Rheinabschnitte erhoben. Andere Gemeinden, die über Stapelrechte verfügten, zwangen die Schiffe zum Anlegen, Abladen und Anbieten der geladenen Waren.

⁴⁴⁵ Vgl. Custodis 2002a: 324; Leber 1972: 86 u. 96.

⁴⁴⁶ Vgl. Uhlenbruck 2004: 250–252.

⁴⁴⁷ Vgl. Custodis 2002a: 326.

⁴⁴⁸ Für eine ausführliche Darstellung der verschiedenen Berufe und Einrichtungen innerhalb des historischen Schifffahrtsgewerbes an der Gebirgsstrecke vgl. Uhlenbruck 2004: 184–249. Auf den Seiten 37, 79–83 und 254 beschreibt Uhlenbruck auch den Niedergang weiterer von der Schifffahrt abhängiger Verdienstmöglichkeiten, wie z. B. den Einzelhandel.

⁴⁴⁹ Vgl. Custodis 2002b: 341–343; Leber 1972: 97; Uhlenbruck 2007.

⁴⁵⁰ Vgl. Custodis 2002b: 345–348.

sicherer Erwerbszweig. Die Werkzeuge dieser einst im Mittelrheintal dominierenden Berufsstände zieren daher auch das Wappen der Stadt Kaub. Als Mitte der 1960er-Jahre Kunstschiefer aufkam, endete 1965 in Bacharach und 1972 in Kaub die Förderung und Verarbeitung von Schiefer zu Dachschiefer. Allein die „Grube Rhein“ konnte sich mit der Herstellung von Schiefermehl bis heute behaupten.⁴⁵¹

Ein weiterer wichtiger Arbeitgeber war ab Anfang 1960 die Bundeswehr, die in Lorch einen Standort für die Flugabwehr einrichtete. Viele Einwohner arbeiteten in der Kaserne, der zugehörigen Standortverwaltung, im Munitions-, Geräte- und Sanitätsdepot. Im Zuge der Bundeswehrreform nach Beendigung des Kalten Krieges wurde die Kaserne 1993 geschlossen und 2007 auch das verbliebene Geräte- und Sanitätsdepot aufgegeben. Etwa 280 Zivilbeschäftigte verloren ihren Arbeitsplatz. Nach Einigungsgesprächen mit der Bundesvermögensverwaltung gelang es der Stadt, auf dem ehemaligen Kasernengelände einen Gewerbepark mit etwa 20 Firmen anzusiedeln, um den Arbeitsplatzverlust zum Teil auszugleichen.

Aufgrund des Strukturwandels sind in den letzten Jahrzehnten zahlreiche traditionelle Wirtschaftsformen weggebrochen. Heute setzt sich die Wirtschaft im Engtal vor allem aus Einzelhandel sowie Klein- und Kleinstunternehmen zusammen. Betriebe des produzierenden Gewerbes finden sich vorrangig auf den Hochflächen Richtung Taunus und Hunsrück. Hier sind besonders die schon erwähnten Gewerbe- und Industriegebiete an der A 61 zu nennen.

Im Folgenden wird näher auf die noch existierenden traditionellen Wirtschaftszweige Weinbau und Tourismus eingegangen, da sie im Rahmen der Welterbegestaltung besondere Bedeutung beigemessen bekommen.

5.5.1 Weinbau

Ist gegenwärtig auch nur noch ein Drittel der Fläche bewirtschaftet, die zu Beginn des 19. Jahrhunderts genutzt wurde, hat der Weinbau aufgrund der für das Landschaftsbild charakteristischen Hanglagen eine besondere Stellung in der Kulturlandschaft.⁴⁵² Bis in die 1960er-Jahre stiegen die Erträge bei gleichbleibender Fläche an. Eine Ausdehnung war einerseits wegen der Talmorphologie und der damit verbundenen Siedlungsstruktur schwer möglich, andererseits waren für viele Winzer die damit verbundenen finanziellen Investitionen zu hoch. Neben einer

⁴⁵¹ Vgl. Schieferwerk Bacharach GmbH o. J.; Custodis 2002b: 349.

⁴⁵² Neben der intensiven Sonneneinstrahlung auf den Hängen stellt sich das auf den Fluss und die Steilhänge zurückzuführende ausgeglichene Klima als vorteilhaft für den Weinbau heraus. Abgesehen von Weiler bei Bingen und Bingerbrück, die dem Anbaugebiet Nahe zugerechnet werden, gehört das Weinbaugebiet der Gemarkung Oberes Mittelrheintal an (siehe EU-Weinbaukartei und die Zahlen des Weinbaukatasters 1964). Die Rebflächen nehmen mit 1,3 Prozent nur einen kleinen Anteil an der Gesamtfläche des Oberen Mittelrheintals (mit 14,4 Prozent Ackerfläche und 10,1 Prozent Grünland) ein. 1964 betrug die Anbaufläche 843ha und wurde von 635 Betrieben bewirtschaftet, 2006 waren nur noch 207 Betriebe auf ca. 440 ha tätig, wovon 65 Haupterwerbswinzer waren. Vgl. Treiling 2009: 6; Kramer 2005: 67f.

Erweiterung der Anbaufläche hätten die Betriebe Raum für größere Betriebsgebäude sowie Lager- und Kellerhallen benötigt, der nur in den Seitentälern oder auf Hochflächen gegeben ist. Ab den 1960er-Jahren gingen Erträge und Anbauflächen zurück, während andernorts in Rheinland-Pfalz Flächen und Hektarerträge weiterhin stiegen.⁴⁵³ Natürlich gibt es auch in anderen Weinbaugebieten sowohl Phasen des Wachstums als auch des Rückgangs. Im Oberen Mittelrheintal ist jedoch seit den 1960er-Jahren eine stagnierende Entwicklung zu beobachten. Die Ursachen dafür sind naturräumlich, ökonomisch, strukturell und sozial bedingt. Hauptfaktor ist der hohe Anteil an landschaftsprägenden Steil- und Steilstlagen. Im Vergleich zu den besser mit Wasser versorgten Flachlagen ist hier der Arbeitsaufwand sehr hoch und der Mostertrag aufgrund einer geringeren Anzahl an Rebstöcken pro Flächeneinheit niedriger. Zudem erhöhen die schwierigen Produktionsbedingungen die Produktionskosten, die, angesichts der Konkurrenz, nur von wenigen Spitzenweingütern durch höhere Produktpreise ausgeglichen werden können. Eine arbeitssparende Mechanisierung im Weinbau ist auf den Terrassen und in den steilen Hängen kaum möglich. Lange verhinderten außerdem strukturelle Gegebenheiten, wie die geringe Größe der Betriebe und die verstreute Lage der Rebflächen, einen wirtschaftlich effektiven Weinbau. Viele Winzer im Oberen Mittelrheintal übten diese Tätigkeit nur noch im Nebenerwerb aus, was auch an den beschränkten Möglichkeiten zur Arbeitsrationalisierung, den ungünstigen Altersstrukturen vieler Betriebe und dem Mangel an Arbeitskräften für die manuelle Arbeit in den Weinbergen lag. Ferner wurden kaum Winzergenossenschaften zum gemeinsamen Anbau, Ausbau und Vertrieb gebildet. Die topografischen Bedingungen im Oberen Mittelrheintal stellten sich demnach für viele Winzer als unrentabel heraus. Arbeitseinsatz und Kosten standen in keinem Verhältnis zum Ertrag und viele Winzer gaben auf, wodurch traditionelle Rebflächen verloren gingen.⁴⁵⁴

Heute sind über 90 Prozent der Flächen flurbereinigt und im Besitz weniger Winzer, um die Bedingungen zur Bewirtschaftung des Steillagenweinbaus zu verbessern und damit die Wettbewerbsfähigkeit des Anbaugebiets zu erhöhen.⁴⁵⁵ Trotz der umfassenden Flurbereinigung blieb eine Ertrag bringende Entwicklung des Weinbaus aus und der Rückgang setzte sich fort, vor allem auf der rechten Rheinseite. Linksrheinisch wird insgesamt noch wesentlich mehr Weinbau betrieben als auf der rechten Rheinseite. Dies liegt u. a. an den linksrheinisch hauptsächlich in den Seitentälern liegenden, südexponierten, für den Weinbau prädestinierten Lagen.⁴⁵⁶

⁴⁵³ Vgl. Weingärtner o. J.: 15.

⁴⁵⁴ Vgl. Merz 2002: 714; Treiling 2009: 5f. u. 92–94.

⁴⁵⁵ Vgl. Treiling 2009: 5f; 110 und 114.

⁴⁵⁶ Vgl. Kramer 2005: 71.

Der Rückgang der Anbauflächen in den letzten 50 Jahren veränderte die Landschaft: Weinbergterrassen verbuschten, Talhänge, die seit Jahrhunderten für den Weinbau genutzt wurden, wuchsen wieder zu. So hat die Stilllegung der Weinberge auch ökologische Auswirkungen auf Flora und Fauna. Die von den kleinteiligen Terrassen geprägte Landschaft weist eine ungleich höhere Biodiversität auf als die verschiedenartigen Stadien der Sukzession, die unweigerlich in den aufgegebenen Terrassen einsetzt. Wegen der xerothermen Standorte an den Terrassen und den darin entwickelten Biotopkomplexen zeigen Naturschützer großes Interesse, die historischen Steillagen zu erhalten.⁴⁵⁷

Der Weinbau ist im Oberen Mittelrheintal nicht nur als Erwerbsgrundlage für Winzer und die daran angebundene Betriebe wichtig. Die charakteristischen Weinbergterrassen prägen wesentlich das Landschaftsbild und dienen als weltweit vermarktbares Kulisse. Mit dem Rückgang des Steil- und Steillagenweinbaus droht also auch ein äußerliches Merkmal der Region zu schwinden.⁴⁵⁸ So haben der Weinbau, die dazugehörigen Weinstuben und Weinproben auch einen touristischen Wert. In gegenseitiger Wechselwirkung erhöhte der Tourismus den Bekanntheitsgrad des mittelhessischen Weins. Dabei darf jedoch nicht übersehen werden, dass dieses Landschaftsbild in der landwirtschaftlichen Produktion begründet liegt und die Authentizität der Szenerie nur daraus resultiert. Diese ansehnliche Arbeitslandschaft kann nicht konserviert werden, wenn sie ihre Funktion verloren hat. Um dem entgegenzuwirken und den Steillagenweinbau zu erhalten, zahlt die rheinland-pfälzische Landesregierung bereits seit 1986 Bewirtschaftungszuschüsse.⁴⁵⁹

Zudem soll auch mit der Welterbbewertung der Weinbau unterstützt und gefördert werden. Im Aufnahmeantrag wurde bereits formuliert, dass stillgelegte Flächen in Zukunft wieder bewirtschaftet werden sollen.⁴⁶⁰ Denn aus ökonomischen, ökologischen, kulturhistorischen und landschaftsästhetischen Gründen werden die Pflege, der Schutz und die Erhaltung des Weinbaus als ein wesentlicher Faktor zum Bestand der Kulturlandschaft angesehen. Die UNESCO würdigte bei der Beschreibung des Oberen Mittelrheintals die „Kulturleistungen und ihre Rückwirkungen auf die Entwicklung des Landschaftsraums“.⁴⁶¹ Der Steillagenweinbau repräsentiert anschaulich ein solches Wirkungsgefüge, bei dessen Entwicklung soziale, kulturelle und natürliche Gegebenheiten gemeinsam beteiligt sind.

⁴⁵⁷ Vgl. Weingärtner o. J.: 12.

⁴⁵⁸ Siehe auch Job 1999.

⁴⁵⁹ Vgl. Pohl 2002: 313.

⁴⁶⁰ Vgl. Weingärtner o. J.: 16.

⁴⁶¹ DUK 2002b.

5.5.2 Tourismus

Um das Obere Mittelrheintal zu porträtieren, darf der Tourismus nicht außer Acht gelassen werden. Er stellt nicht nur eine wirtschaftliche Ressource des Tales dar; auch andere, in diesem Kapitel thematisierte Entwicklungen wirtschaftlicher, politischer oder technischer Art hängen direkt damit zusammen. Die Anfänge der Tourismusedwicklung bis hin zum Massentourismus, die anschließende Stagnation ab 1980 und die gegenwärtige Bedeutung werden im Folgenden erörtert, um später Fördermaßnahmen sowie organisatorische Herausforderungen bei der Angebotsgestaltung im Zuge der Welterbewertung analysieren zu können. In einem Exkurs detailliert auf die Verbindung von Tourismus und UNESCO-Titel einzugehen, erscheint sinnvoll, da Welterbestätten eine bedeutende Rolle für den Tourismus spielen und Denkmalschutz, Strukturaufwertung und Tourismus eine Symbiose eingehen.

5.5.2.1 Entwicklung des Fremdenverkehrs im Oberen Mittelrheintal

Im Laufe des 17. Jahrhunderts wurde der Rhein zu einer Etappe der Grand Tour – der Bildungsreise junger, meist englischer Adliger auf dem Weg nach Rom oder Athen.⁴⁶² Später folgten wohlhabende Bürger den Strecken der Grand Tour. Das Rheintal war hier jedoch vorerst Durchgangsstation auf dem Weg zu anderen Zielen.⁴⁶³ Zu einem eigenständigen touristischen Ziel entwickelte sich das Obere Mittelrheintal aufgrund mehrerer Faktoren. Der Beginn einer ersten großen Reisewelle kann in der geistesgeschichtlichen Epoche der Romantik verortet werden. Die Rheinromantik samt der dazugehörigen Rheinreise wurde für das Tal zunehmend wichtig, schuf neue Einnahmequellen und verhalf zu Aufschwung. Wegen seiner jahrhundertealten Funktion als Handelsweg wies das Rheintal zu Beginn des 19. Jahrhunderts bereits eine relativ gute Beherbergungsstruktur auf, die der Entwicklung des Fremdenverkehrs zugutekam. Im Zuge der romantischen Geistesströmung des frühen 19. Jahrhunderts wurde die Wahrnehmung der Rheinlandschaft verklärt und das Tal zum populären Anziehungspunkt für zahlreiche Besucher. Immer größerer Beliebtheit erfreute sich der pittoreske Rhein bei englischen Malern, Literaten und Bildungsreisenden, da die Felslandschaft und die dazugehörigen Ruinen der Höhenburgen dem klassischen Topos des romantischen Zeitgeistes entsprachen.⁴⁶⁴ Die Aufhebung der napoleonischen Kontinentalsperre 1814 sowie die technische Entwicklung ermöglichten es einem größeren Publikum, Reisen zu dem „romantischen“ Fluss zu unternehmen.

⁴⁶² Bereits im Mittelalter und in der frühen Neuzeit unternahmen junge Adlige und Patriziersöhne Bildungsreisen. Im 18. Jahrhundert fanden diese ihren Höhepunkt. Ziel der Reise war es, durch solche Auslandsreisen gute Manieren, Sprachkenntnisse, Unternehmungsgeist und Entschlussfähigkeit zu fördern. Vgl. Bock 2010: 63.

⁴⁶³ Vgl. Nowack 2006: 12.

⁴⁶⁴ Vgl. zur symbolischen Verdichtung und Interpretation der Ruine: Schmidt 1997.

Nach den englischen Bildungsreisenden (Lord Byron, William Turner), die Ende des 18. Jahrhunderts das Tal besuchten, wurden auch Franzosen (Alexandre Dumas, Victor Hugo) aufmerksam auf das Tal und schließlich folgten die Dichter der deutschen Romantik (Friedrich Schlegel, Clemens Brentano).⁴⁶⁵ Friedrich Schlegel, der gern als Initiator des geistigen und künstlerischen Phänomens Rheinromantik verstanden wird, nahm den Mittelrhein während seiner Reise 1802 als romantische Ideallandschaft wahr, die wie „ein in sich geschlossenes Gemälde und überlegtes Kunstwerk eines bildenden Geistes“ wirke.⁴⁶⁶ Schlegels Impressionen und Reflexionen weisen all das auf, was die Rheinromantik in den folgenden Jahrzehnten ausmachte und bis heute prägt: Die Felslandschaft des engen Flusstales, die Höhenburgen, mittelalterliche Bauwerke wie die gotischen Kirchen, die zum Teil im historisierenden Stil der Neugotik und Neuromanik erweitert wurden, die Altstädte und schließlich die Bevölkerung, ihre Arbeit und ihre Bräuche. Der Abschnitt, in dem „das Tal immer enger, die Felsen schroffer, und die Gegend wilder“⁴⁶⁷ werden, faszinierte ihn und führte ihn zu der Aussage: „Für mich sind nur die Gegenden schön, welche man gewöhnlich rauh und wild nennt; denn nur diese sind erhaben, nur erhabene Gegenden können schön sein, nur diese erregen den Gedanken der Natur.“⁴⁶⁸

An diesem Zitat kann ein genereller Wechsel der Betrachtung und Bewertung von Landschaft gegen Ende des 18. Jahrhunderts aufgezeigt werden, der das zunehmende Interesse am Rhein förderte. Während in der Zeit der Aufklärung Natur hauptsächlich unter rationalen, profanen und ökonomischen Gesichtspunkten wahrgenommen wurde, standen in der Romantik ästhetische und emotionale Aspekte im Vordergrund. So wurde das Rheintal nicht mehr als sozioökonomisch ärmliche, agrarisch schwer nutzbare Gegend wahrgenommen, sondern als eine reizvolle geschichtsträchtige, malerische und romantische Landschaft.⁴⁶⁹ Die Wildheit des noch unregulierten Flusses, die Schroffheit der Felsen und das Zusammenspiel von Natur und Menschenwerk fanden Gefallen. Die Burgruinen und mittelalterlichen Ortschaften wurden als Zeugnisse und Relikte der Vergangenheit verklärt. In der Romantik ging es neben der Bereisung der Welt ebenfalls um die „Reise ins Irreale“, wie die Malerei, die ein romantisch überhöhtes Bild

⁴⁶⁵ Aufgrund der engen Verbindung über die Schiffstransporte auf dem Rhein beschäftigten sich Künstler aus den Niederlanden früh mit der idealisierten Tal- bzw. Flusslandschaft am Mittelrhein, so z. B. der Utrechter Maler Rolaent Savery. Durch den Welthandel der Niederländer wurden die Karten und Bilder zunehmend verbreitet und „Rheinströme“ fanden ihren Platz als Wandschmuck in Bürgerstuben. 1859 äußerte sich Wilhelm Heinrich Riehl zu diesem Modeartikel: „Bereits im 17. Jahrhundert bildete sich eine Art Industriezweig, so genannte ‚Rheinströme‘ handwerksmäßig zu verfertigen. Wie wir jetzt Rheingegenden auf Tellern, Tassen, Blechwaren und Taschentüchern anbringen, so wurden damals spanische Wände, Kamine, Fensternischen, selbst Türgewandungen (...) mit Rheinströmen geschmückt.“ Riehl 1859: 72; vgl. zur Rheinromantik, die sich hauptsächlich auf den Mittelrhein bezieht: Fischer 2003/04.

⁴⁶⁶ Zit. n.: Tümmers 1999: 209.

⁴⁶⁷ Zit. n.: Cepl-Kaufmann u. Johanning 2003: 99.

⁴⁶⁸ Zit. n.: Tümmers 1999: 209.

⁴⁶⁹ Vgl. Gormsen 2003: 34.

der Landschaft entwarf, oder auch die Sagen, die in dieser Zeit populär wurden, zeigen.⁴⁷⁰ Aufgrund ihres meist düsteren und grenzüberschreitenden Inhalts erfreuten sich letztere großer Beliebtheit. Auch die Freunde Clemens Brentano und Achim von Arnim interessierten sich auf ihrer Rheinreise nicht nur für die Sammlung von Sagen, Märchen und Liedern des „Volkes“, die sie in „Des Knaben Wunderhorn“ veröffentlichten, sondern wurden zu eigener Dichtung inspiriert, wie die „Rheinmärchen“ zeigen. Die „Loreley“ ist die berühmteste Kunstdichtung aus dieser Zeit, das verkörperte Sinnbild der Romantik.⁴⁷¹ Neben seiner Bedeutung für Dichter, Künstler und Musiker wurde das Mittelrheintal zugleich Kristallisationspunkt kollektiver Vorstellungen und Gefühle nationaler Bewegungen. Aufgrund der bereits dargestellten Politisierung im 19. Jahrhundert im Rahmen der nationalstaatlichen Bestrebungen erlangte der Rhein in Deutschland große symbolische Bedeutung und junge Intellektuelle begannen, patriotisch motiviert, den Fluss zu bereisen.⁴⁷²

Die Illustrationen und Beschreibungen der Dichter der Romantik lockten immer mehr Besucher an den Rhein, beginnend mit den Reisen des Bildungsbürgertums. Die ersten organisierten Reisen wurden angeboten und schließlich wurde die Destination durch Baedekers ersten Reiseführer, der das Mittelrheintal beinhaltete, zunehmend beliebter. Während die Ausgabe von 1828 neun Rheinhotels aufführte, wurden 1906 bereits 28 genannt.⁴⁷³ Mit dem Ausbau der Verkehrsmittel war Reisen nicht mehr nur Privileg des Adels, auch das Bürgertum konnte es sich nach dem wirtschaftlichen Aufschwung zeitlich und finanziell leisten. Zur Entwicklung der Reismöglichkeiten gehörte sowohl der Bau der Eisenbahnstrecke, deren Tunnelportale man durch die Gestaltung im mittelalterlichen Stil der Wehrarchitektur in die romantische Landschaft eingliederte, als auch das Dampfschiff, das 1816 erstmals auf dem Fluss erschien.⁴⁷⁴ Dass sich ein „Massentourismus“ entwickelte, zeigen die Zahlen der rheinisch-preußischen Dampfschiffgesellschaft: Während im Jahr 1827 das Dampfschiff von 18 851 Menschen genutzt wurde, belief sich die Zahl der Personenbeförderung ein Jahrzehnt später, also 1837, bereits auf 153 391.⁴⁷⁵ Die im Jahr 1853 daraus hervorgehende Kölnische und Düsseldorfer Gesellschaft für Rheindampfschiffahrt beförderte im Gründungsjahr bereits mehr als eine Millionen Gäste; 1913 fuhren 1 921 749 Besucher mit.⁴⁷⁶ Das Reisen wurde für breitere Bevölkerungskreise zu einer Freizeitbeschäftigung. Mit der Verschiebung der sozialen Schichten und der Urbanisierung der

⁴⁷⁰ Vgl. Dischner 1972: 82; siehe auch Niem 2002, Blum 2014.

⁴⁷¹ Vgl. auch Rölleke 2014.

⁴⁷² Vgl. Linder-Beroud 1997: 267.

⁴⁷³ Vgl. Weingärtner o. J.: 25.

⁴⁷⁴ Vgl. Brönnner, Meißner u. Olschewski 2001: 21; Thon u. Czerwinski 2003: 4.

⁴⁷⁵ Vgl. Gassen u. Holeczek 1992: 36; Nowack 2006: 303.

⁴⁷⁶ Vgl. Nowack 2006: 304.

Gesellschaft änderten sich die Bedürfnisse der Menschen und neue Reiseformen entwickelten sich.

Während der Adel kostspielige Luxusreisen antrat, bevorzugte das Bürgertum, z. B. im Rahmen der sogenannten Sommerfrische, bescheidenere, ländliche Unterkünfte. Seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert konnte das bis dahin elitäre Privileg des Reisens vereinzelt sogar von der Arbeiterklasse realisiert werden – zumindest für einen Sonntagsausflug. Während Ausflüge in das Mittelrheintal auch bei unteren sozialen Schichten zunahmen, rückten Luxusreisen mit mehreren Übernachtungen hingegen zunehmend in den Hintergrund.

Die steigende Nachfrage führte dazu, dass Mitte des 19. Jahrhunderts begonnen wurde, die Fremdenverkehrsinteressen zu organisieren. Auf kommunaler Ebene gründeten sich örtliche Verkehrsvereine, auf überregionaler Ebene entstanden der Bund deutscher Verkehrsvereine sowie zahlreiche Landesverbände. Neben der Gestaltung und Förderung des Tourismus ging es diesen Verbänden auch darum, Landschaft und Natur zu schützen.

5.5.2.2 Massentourismus am Mittelrhein

Mit dem Verschwinden der traditionellen Beschäftigungsfelder wurde der Fremdenverkehr Mitte des 20. Jahrhunderts als Erwerbsgrundlage aufgewertet. Die davon profitierenden Wirtschaftszweige waren neben dem Beherbergungsgewerbe die Gastronomie, das Freizeit- und Unterhaltungsgewerbe, der Einzelhandel sowie sonstige Dienstleistungen. Seit den 1920er-Jahren, verstärkt aber nach 1945, begann der Tagestourismus den Charakter des Tals zu verändern. Das Automobil und das Aufkommen des Individualverkehrs brachten zwar vermehrt zahlungskräftige Kunden ins Tal, deren Verweildauer verkürzt sich jedoch. So nahm die Belastung für Bewohner und Landschaft zu, während sich der wirtschaftliche Nutzen verringerte. Neben den Individualtouristen entdeckten Vereins- und Busausflüge das Tal als Reiseziel. Von seinen Anfängen in den 50er-Jahren bis zum Ende der 80er-Jahre des letzten Jahrhunderts war also auch der moderne Massentourismus im Mittelrheintal beheimatet. Die Gründe für diese Popularität spiegeln sich in zahlreichen Schlagern der Zeit. Als ein beliebtes poetisches und musikalisches Motiv wurde das Bild vom Rheinland als Paradies für Weinliebhaber besungen. Die Rheinlieder, die Souvenirs und die Darstellung des Mittelrheintals als „verlängerte Theke der Drosselgasse“ in Rüdesheim weisen auf das zeitgenössische Image des Tals hin.⁴⁷⁷ Der Wochenend-(Club)Tourismus trug zu wesentlichen Veränderungen bei. Die touristische Infrastruktur wurde auf seine Bedürfnisse ausgerichtet, sodass große Gaststuben und Busparkplätze entstanden.⁴⁷⁸

⁴⁷⁷ Spang 2004: 7.

⁴⁷⁸ Vgl. Weingärtner o. J: 26f.

Auch die Gastronomie richtete sich darauf ein und veränderte ihre Qualität zugunsten preiswerter und schneller Speisen.

5.5.2.3 Wirtschaftliche Stagnation der Tourismusbranche im Rheintal

Da sich in den 50er- und 60er-Jahren des 20. Jahrhunderts kaum jemand die noch relativ teuren Fernflüge leisten konnte, war der Rhein ein leicht erreichbares und beliebtes Ferienziel. Besonders seit 1980 aber geht der Tourismus, wozu auch der Tagestourismus zählt, zurück. Angesichts der zunehmenden Motorisierung der Bevölkerung und des gegenwärtig gut ausgebauten Transportwesens sind internationale Urlaubsreisen erschwinglicher geworden. Neben gesunkenen Flugpreisen tragen günstige bzw. weggefallene Wechselkurse und niedrige Dienstleistungslöhne in den Destinationen zudem zu einer Preisentwicklung bei, die Auslandsreisen für einen Großteil der Bevölkerung leichter ermöglichen. Die Entbürokratisierung der Grenzübertritte und ein wachsender Reiz nach Erlebnissen in der Ferne mögen weitere Ursachen für die Globalisierung des Tourismus sein. Um Besucher konkurrierende Regionen findet man daher nicht nur national, sondern international. Zunehmende Reiseerfahrung, ein höheres Qualitätsbewusstsein, verbunden mit Interessenvielfalt, gestiegenem Einkommen, mehr Freizeit, erhöhtem Wunsch nach Flexibilität und Unabhängigkeit sowie neue demografische Voraussetzungen und daraus resultierend neue Konsumentengruppen (z. B. Singels, Rentner) verändern das touristische Angebot zudem.⁴⁷⁹ Bausinger stellte schon 1991 fest, dass man die Grenzenlosigkeit als *das* Kennzeichen des modernen Tourismus nennen kann. Grenzenlosigkeit bezieht sich dabei nicht nur auf die räumliche, sondern auch auf die zeitliche, soziale, ökonomische und kulturelle Perspektive. Jedoch weist Bausinger auch auf Einschränkungen hin, in Abhängigkeit vom sozialen Milieu, Bildungsstand, Geschlecht, Alter und Vorlieben sowie der ökologischen Verantwortung.⁴⁸⁰ Auch der Ueli Gyr konstatiert, dass „die touristische Gesellschaftsdurchdringung immer totaler und globaler“ wird.⁴⁸¹ Während 1950 die weltweit 15 beliebtesten Reiseziele 88 Prozent der internationalen Ankünfte aufnahmen, waren dies 1970 nur noch 75 Prozent und 2010 55 Prozent. Die Reiseziele wurden vielfältiger. Von 1950 bis 2014 sind die internationalen Tourismusankünfte global jährlich durchschnittlich um 6,2 Prozent gestiegen – von 25 Millionen auf 1,133 Milliarden.⁴⁸² Die Reisetätigkeit im Allgemeinen nimmt also nicht ab. Doch auch wenn der Tourismus heute weltweit als wichtiger und wachsender Industriezweig gilt, ist hiervon im Mittelrheintal wenig zu spüren.

⁴⁷⁹ Vgl. Vanhove 1996: 56; Gyr 2010a; Bieger 2008: 14.

⁴⁸⁰ Vgl. Bausinger 1991b.

⁴⁸¹ Gyr 2010b: 13.

⁴⁸² Vgl. UNWTO 2016.

Zwar weist die Entwicklung der Gästezahlen nach einem Rückgang ab 1990 und einem einmaligen Hoch im Jahr 2000 seit 2003 wieder eine positive Tendenz auf, jedoch wurde im Jahr 2011 noch nicht die Hälfte der Übernachtungen aus dem Jahr 1985 erreicht. Allgemein entspricht der Anstieg weitgehend dem Trend, der für ganz Rheinland-Pfalz zu beobachten ist.⁴⁸³ Während die Gästezahlen ab 2003 geringfügig stiegen, nahmen die Übernachtungen ab, da die meisten der – besonders in den Sommermonaten – anreisenden Tagesgäste nur 2–3 Reisetunden entfernt leben. Die Übernachtungsdauer ging dabei zwischen 1990 und 2014 auf 2,4 Tage im Durchschnitt zurück.⁴⁸⁴ Die Herkunft der Übernachtungsgäste im Oberen Mittelrheintal konzentriert sich überwiegend auf die Länder Deutschland, Niederlande, Belgien, USA und Großbritannien. Oft handelt es sich dabei um Camper, Busreisen, Senioren oder Schulklassen. Mit der Abfertigung von Passagierflügen seit den 1990er-Jahren am Flughafen Frankfurt-Hahn bei Simmern ist eine Erweiterung der Erreichbarkeit für internationale Gäste ermöglicht.⁴⁸⁵ Ein Grund für den Rückgang der internationalen Gäste ist, dass mit dem Abzug der in der näheren Umgebung stationierten amerikanischen Truppen weniger Touristen aus dem Ausland das Obere Mittelrheintal bereisen. Zwischen 1989 und 1992 konnten diesen Verlust Gäste aus den neuen Bundesländern geringfügig auffangen.⁴⁸⁶ Mangelnde Flexibilität der Anbieter und fehlende Modernisierungen führten dazu, dass das Tal weiter an Attraktivität verlor. Die Akteure versäumten, den Anschluss an die nächste Generation von Gästen herzustellen. Die in den 1950er- bis 1980er-Jahren populären Konzepte der Kommerzialisierungen des Rheintals funktionieren nicht mehr.⁴⁸⁷ Nicht nur der Blick in die Ortschaften, sondern auch das Branchenmonitoring Tourismus zeigt, dass kleinstgewerbliche Gaststätten und Beherbergungsbetriebe im Oberen Mittelrheintal zunehmend schließen – mit der Folge weiterer leer stehender Bausubstanz.⁴⁸⁸ Gründe dafür sind neben einer unbefriedigenden Ertragslage auch das Desinteresse der jüngeren Generation an der Übernahme der Betriebe nach dem Renteneintritt der Besitzer. An Beherbergungsbetrieben mit höherem Standard mangelt es. So prägt das Ambiente der 60er-Jahre für Kegeltouren, Schiffs- und Busreisen das Bild der Tourismusbetriebe. Gegenwärtig werden diese Angebote jedoch weniger gefordert. Gruppenreisen, etwa mit Vereinen oder Chören, nehmen ab, was wohl auch mit einem generellen

⁴⁸³ Vgl. Rheinland-Pfalz: Statistisches Landesamt 2016b.

⁴⁸⁴ Vgl. Lokale Aktionsgruppe Welterbe Oberes Mittelrheintal o. J.: 25f. Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung RLP 2013: 123; Meinung 2008: 114; Ratter 2005: 2; Rheinland-Pfalz: Die Landesregierung 2016.

⁴⁸⁵ Vgl. zur Entwicklung des Flughafens und der Vermarktung des Oberen Mittelrheintals dort: Sutter 2003.

⁴⁸⁶ Vgl. Weingärtner o. J.: 26.

⁴⁸⁷ Für die touristische Vermarktung der Region als Romantischer Rhein wird in den „virtuellen Elementen“ der Romantik bis heute wirtschaftliches Potenzial gesehen – wenn auch in abgeschwächter und weniger verkitschter Form. Vgl. Dix 2002: 45.

⁴⁸⁸ Vgl. Weber, Wegge u. Jörg 2003.

Wandel im Vereinswesen zusammenhängt.⁴⁸⁹ Nicht zuletzt hat die Lärmemission negativen Einfluss auf den Tourismus im Oberen Mittelrheintal. Die Verkehrsbelastung (Zug, Auto, Schiff) und der entstehende Lärm, der durch die Enge des Tals potenziert wird, wirken sich nachteilig auf die Aufenthaltsdauer der Gäste aus. In der Bombendrohung eines Hoteliers an die Bahn gipfelte dieses Problem.⁴⁹⁰

Seit den 1960er-Jahren findet daher kaum eine Fortentwicklung des Tourismussektors statt, obwohl alternative wirtschaftliche Perspektiven im Oberen Mittelrheintal ungünstig sind und dem Tourismus ein hoher Stellenwert zukommt. Zum einen sichert er Arbeitsplätze, zum anderen erhält und fördert er die regionale Wirtschaftskraft.⁴⁹¹ Inwiefern die UNESCO-Auszeichnung sowie damit verbundene Kooperationsprojekte Einfluss auf die touristische Ausgestaltung des Tals und die Behebung der zuvor genannten Probleme nehmen, wird in Kap. 7 ausführlich dargestellt.

5.5.2.4 Exkurs: Vom Kulturtourismus zum Welterbetourismus

Um die wachsende touristische Nachfrage entsprechend ihrer spezifischen Präferenzen und Bedürfnisse bedienen zu können, hat in den letzten Jahren eine Aufsplitterung der Tourismusindustrie in verschiedene Teilsegmente mit unterschiedlichen Schwerpunkten stattgefunden.⁴⁹² Neben dem Wellness- und Aktivtourismus sowie dem Geschäftsreisen- und Konferenztourismus ist es vor allem der Kulturtourismus, dem Experten weltweit ein großes Wachstum prognostizieren. In einem Bericht der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung ist festgehalten: „Kultur wird ein immer wichtigeres Element des Tourismus-Produktes, da sie dazu verhilft, in einem unüberschaubar gewordenen Weltmarkt Besonderheiten zu betonen.“⁴⁹³

Der Begriff Kulturtourismus wurde Ende der 80er-Jahre des letzten Jahrhunderts populär und sogenannte kulturtouristische Attraktionen wurden nach und nach erschlossen.⁴⁹⁴ Historisch betrachtet knüpft der Kulturtourismus an die Grand Tour an.⁴⁹⁵ Als der europäische Adel ab dem 16. Jahrhundert die europäischen Höfe bereiste, standen Bildungs- und Erziehungsmotive

⁴⁸⁹ Vgl. Lieneke 2016; Best 1993; Schwedt u. Schwedt 2002; Wittelsberger 2001: 68–75; Schwedt 1984: 61.

⁴⁹⁰ Vgl. Rheinzeitung, 17.03.2011.

⁴⁹¹ Eine genaue Aufstellung aller dem Tourismus direkt zuzuordnenden Beschäftigten ist schwierig und kontextabhängig. In offiziellen Beschäftigungsstatistiken, wie z. B. der von der Bundesanstalt für Arbeit, sind zudem allein sozialversicherungspflichtig Beschäftigte erfasst, d. h. Selbständige sowie Familienangehörige, die z. B. in kleineren Betrieben des Gastgewerbes eine Rolle spielen, sind nicht berücksichtigt.

⁴⁹² Auch wenn immer wieder die Nachfrage beeinflussende Bedrohungen (Terrorismus, Kriege, Epidemien etc.) auftauchen, wird der Wachstumstrend der Tourismusbranche seitens der World Tourism Organization als langfristig intakt eingeschätzt. So trägt der Tourismus erheblich zu dem weltweiten Bruttoinlandsprodukt und global verfügbaren Arbeitsplätzen bei. Vgl. UNWTO 2016; DZT 2005: 15ff.

⁴⁹³ OECD 2009: 1.

⁴⁹⁴ Vgl. Steinecke 2010: 87.

⁴⁹⁵ Vgl. Lauterbach 2006: 24–27; Steinecke 2006: 114–117.

im Vordergrund. Dennoch zählt seither die Besichtigung historischer Gebäude, Relikte und Schauplätze zum Standardrepertoire von Reisen. Mit organisierten Studien- und Bildungsreisen hat sich eine eigenständige Tourismusart entwickelt.

Eine Analyse der themenspezifischen Literatur zeigt, dass mit fast jeder neuen Veröffentlichung eine weitere, mehr oder weniger explizite Definition des Kulturtourismus eingeführt wurde.⁴⁹⁶ Dies liegt einerseits am Wandel des Kulturbegriffs, wodurch Kultur und Unterhaltung im Tourismus neu definiert wurden. Andererseits ist es problematisch, Kulturtourismus feststehend zu definieren, da Kultur im Motiv- und Aktivitätsspektrum der Touristen eine unterschiedliche Rolle spielt. Nach dem Fremdenverkehrsgeograf Christoph Becker nutzt der Kulturtourismus „Bauten, Relikte und Bräuche in der Landschaft, in Orten und Gebäuden, um dem Besucher die Kultur-, Sozial- und Wirtschaftsentwicklung des jeweiligen Gebiets durch Pauschalangebote, Führungen, Besichtigungsmöglichkeiten und spezifisches Informationsmaterial nahe zu bringen. Auch kulturelle Veranstaltungen dienen häufig dem Kulturtourismus“.⁴⁹⁷ Eine EU-Studie definiert Kulturtourismus als eine Reise „undertaken with the intention, wholly or partly, of increasing one’s appreciation of Europe’s cultural resources. A cultural resource is any place, artefact or event, the experience of which increases a visitor’s appreciation of the origins, manners, tastes and customs of the host region“.⁴⁹⁸ Die Europäische Union greift die wachsende gesellschaftliche und ökonomische Bedeutung von Kultur im Tourismus in verschiedenen Aspekten auf und schreibt „dem Kulturtourismus eine Schlüsselrolle für die dauerhafte Integration und den transkulturellen Dialog“ zu.⁴⁹⁹ Ausgesuchte Orte und Objekte werden als kulturtouristisch interessant markiert und in ihrer Bedeutung für das gemeinsame europäische Erbe, für die gemeinsame europäische Kultur leicht zugänglich und erfassbar gemacht. Sie werden konsumentenfreundlich aufbereitet, um schließlich in einer erlebnis- und wissensbasierten „europäischen Identität“ zu gipfeln.

Kulturtourismus kann also auf verschiedenen Ebenen erfolgen: Der Kulturtourist im Allgemeinen konsumiert Kultur im Rahmen inszenierter Aufführungen, besucht Kulturbauten und Museen als Bestandteil eines kulturtouristischen Angebots. Albrecht Steinecke, Wirtschafts- und Fremdenverkehrsgeograf, zufolge können Kulturtouristen aber auch Authentizität und Einsichten in eine „fremde Kultur“, unberührte Natur und einen „intensiven Genuss“ des Ganzen suchen, verknüpft mit dem Wunsch nach dem Individuellen, Besonderen, Einzigartigen.⁵⁰⁰ Die

⁴⁹⁶ Es existiert eine Auswahl an wissenschaftlichen Sammelbänden, Lehrbüchern und Bibliografien zum Kulturtourismus, ohne dass die Branche von der amtlichen Statistik speziell erfasst wird. Siehe weiterführend: Nahrstedt 2000: 20f; Weissenborn 1997: 14; Richards 1996; Steinecke 2007; Lauterbach 2010.

⁴⁹⁷ Becker 1993: 8.

⁴⁹⁸ Irish Tourist Board u. a. 1988: 3.

⁴⁹⁹ Vgl. Enser 2005: 108.

⁵⁰⁰ Vgl. Steinecke 2010: 94ff.

maßgeblichen Bestandteile zusammenfassend wird deutlich, dass der Begriff Kultur hier sowohl im engeren Sinn als auch weiteren Sinn verstanden wird. Kultur dient nicht nur der Bildung in Form der sogenannten Hochkultur (Theater, Museen, kunstgeschichtliche Angebote, Bauwerke, Festspiele etc.), sondern durchdringt jeden Lebensbereich und bezieht sich auch auf die Alltagskultur. Das kulturelle Angebot kann dabei bereits vorhanden oder auch eigens für den Tourismus geschaffen worden sein.

Zudem spielt die Motivation eine Rolle: Aus Sicht der Konsumenten ist Kulturtourismus mit dem Wunsch verbunden, etwas „Kulturelles“ zu erleben. Dieser Wunsch kann sowohl Auslöser für eine Reise sein als auch andere Reisemotive begleiten. Demnach muss unterschieden werden in Kulturtouristen im engeren Sinne, für die die Besichtigung kultureller Attraktionen und Bildung das dominierende Reisemotiv darstellt, und solchen, die auch anderen Reiseaktivitäten nachgehen.

Insbesondere im Kontext der Vermarktung kommt dem Aspekt der Motivation eine besondere Bedeutung zu.⁵⁰¹ Von der regionalen Angebotsseite wird auf die Nachfrage reagiert und dem Verbraucher werden vielfältige kulturtouristische Möglichkeiten angeboten. Dabei wird Kultur als wandelbarer Begriff und das kulturelle Angebot als Wettbewerbsmittel verstanden. Neben klassischer Bildung und der materiellen und immateriellen Hochkultur werden alltägliche Objekte und Verhaltensweisen (Bräuche, kulturelle, soziale und ökonomische Phänomene wie z. B. Essen, Trinken, Sprache oder Handwerk) einbezogen, um eine Region zu präsentieren. Auch stellen breitenkulturelle Angebote wie Events, Festivals oder Erlebnisgastronomie diesbezüglich wichtige Standortfaktoren dar.⁵⁰²

Als Erklärung für die dynamische Entwicklung des Kulturtourismus in den letzten Jahren lassen sich verschiedene, vor allem gesellschaftliche Entwicklungen heranziehen. So ist zu beobachten, dass sich der Anspruch auf Selbstverwirklichung zunehmend vom Beruf in die Freizeitgestaltung verlagert.⁵⁰³ Die Wertvorstellungen und Lebensentwürfe sind stärker individualistisch geprägt, was besonders in der Freizeit zum Ausdruck kommt. Das größere Freizeitbudget, das einen großen Beitrag zu einer gefühlt höheren Lebensqualität liefert, gilt es sinnvoll zu gestalten und mit besonderen – auch kulturellen Erlebnissen anzureichern.⁵⁰⁴ Der Soziologe Gerhard Schulze fokussiert dies in dem Begriff der Erlebnisgesellschaft, die seit der Nachkriegszeit

⁵⁰¹ Vgl. Steinecke 2010: 89f; McKercher u. Du Cros 2002: 135ff; Dümcke 2002: 13; Irish Tourist Board 1988: 23.

⁵⁰² Stiftung für Zukunftsfragen 2010: 29.

⁵⁰³ Zu Erlebnis- und Konsumwelten, Freizeit-Infrastrukturen und gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Vgl. Quack u. Klemm 2013; Kreilkamp 2013.

⁵⁰⁴ Die Freizeitzunahme ist dabei relativ, da sich auch die Obligationszeit, also jene Zeit, die zur Lebensführung erforderlich ist, verändert hat, sodass der Eindruck entsteht, immer weniger Zeit zu haben. Das heißt, Freizeit, in der subjektiv empfundene Notwendigkeiten und Verpflichtungen fehlen, ist nicht in gleichem Maße wie die frei werdende Arbeitszeit der letzten 150 Jahre gewachsen. Vgl. Schröder, Widmann u. Brittner-Widmann 2005: 12f.

nicht mehr nur darauf angewiesen sei, Grundbedürfnisse zu stillen, sondern sich auf Basis des eigenen Wohlstands auf die Suche nach Lebensqualität begeben habe und sich in einem Prozess der Individualisierung befinde.⁵⁰⁵ Erlebniskonsum soll den Alltag unter- bzw. aufbrechen, wenn die materiellen Lebensgrundlagen gesättigt sind. Der Erlebnis-Begriff hat sich zum ubiquitären Schlagwort der Konsumgüter- und Dienstleistungsbranche entwickelt und Freizeit und Tourismus werden zunehmend in diese Richtung inszeniert und thematisiert.⁵⁰⁶ Da ein Erlebnis auch Emotionen weckt, erfüllt es zudem einen psychologischen Mehrwert.

Der wachsende Wohlstand in breiten Bevölkerungskreisen fördert im Tourismus nicht nur die Bereitstellung von Angeboten mit hohem emotionalen Erlebniswert, sondern auch den Hedonismus.⁵⁰⁷ Basisleistungen wie Unterkunft, Gastronomie sowie Unterhaltungsangebote gelten als Selbstverständlichkeit; erwartet wird eine darüber hinausgehende Zusatzleistung. Die Fülle an Informationsmöglichkeiten trägt ferner dazu bei, dass die touristischen Anforderungen zunehmen. Die Anspruchshaltung, die sich in komplexer werdenden Bündeln von Reisemotiven niederschlägt, steigt dabei unabhängig von den klassischen Marktsegmentierungen Alter, Geschlecht und Bildung.⁵⁰⁸ Das Streben nach Individualität führt zudem zu einem Wunsch nach einem einzigartigen Erlebnis, welches nur für wenige Besucher zugänglich ist.⁵⁰⁹

Kulturreisen entsprechen daher nicht mehr nur dem Interesse des kunstinteressierten „Bürgertums“.⁵¹⁰ Das kulturelle Verständnis umfasst zunehmend auch den Bereich Unterhaltung. Reisen zu kulturellen Großereignissen und Events entsprechen diesem Verständnis. Die Besucher wollen neue Eindrücke sammeln und auf unterhaltsame Weise informiert werden. Nach Steinecke rangieren bei der Besichtigung kultureller Attraktionen die klassischen Lernerfahrungen deutlich hinter allgemeinen Erinnerungen wie einer Abwechslung vom Alltag und einer „schönen, niveaувollen Atmosphäre“.⁵¹¹ Für die Anbieterseite ergibt sich daraus die Notwendigkeit einer Umorientierung und einer „Modifikation des aufklärerisch-pädagogischen Anspruchs, vielleicht sogar seine Aufgabe.“⁵¹² Erlebnisorientierung, Aufklärung und Bildung sollen vereinbart werden.⁵¹³ Der emeritierte Erziehungswissenschaftler mit den Schwerpunkten Freizeitpädagogik, Kulturarbeit und Tourismuswissenschaft Wolfgang Nahrstedt charakterisiert den

⁵⁰⁵ Aufgrund technologischer, ökonomischer und soziokultureller Umbrüche sind Konsumschwerpunkte oder das individuelle Verbraucherverhalten inkonstant. Die reiseerfahrenen Kunden bevorzugen die hohe Wahlfreiheit im Angebotsspektrum (Multioptionalität), planen kurzfristig und flexibel. Vgl. Schulze 1992.

⁵⁰⁶ Vgl. Kreisel 2007: 80.

⁵⁰⁷ Vgl. Schröder, Widmann u. Brittner-Widmann 2005: 1; Oberreiter 2010: 357; Silberberg 1995: 363; Luger, 2008: 21; Schröder 2006: 111.

⁵⁰⁸ Vgl. Schröder, Widmann u. Brittner-Widmann 2005: 13f.

⁵⁰⁹ Vgl. Schröder, Widmann u. Brittner-Widmann 2005: 15.

⁵¹⁰ Luger 2008: 19.

⁵¹¹ Vgl. Steinecke 2010: 95.

⁵¹² Steinecke 2007: 340.

⁵¹³ Steinecke zeigt auf, wie immer perfekter gestaltete Erlebniswelten den Bedürfnissen der Touristen nach Entertainment, Kultur und Erlebnis entgegenkommen. Vgl. Steinecke 2007: 340.

Tourismus dementsprechend als ein „offenes Bildungssystem“ und sieht einen generellen Trend in Deutschland vom Erholungstourismus zum stärker bildungsorientierten kommunikativen Tourismus.⁵¹⁴ Die Informationen sollen dabei mit der Freizeitunternehmung gekoppelt sein, um mehr Menschen zu erreichen. Im Folgenden werden solche Angebote mit *Info-* bzw. *Edutainment* bezeichnet.

Weitere Gründe, die Kulturreisen förderten, sind die seit 1985 jährlich ausgerufenen Kultur(haupt)städte Europas ebenso wie das zunehmende Interesse an der Erinnerungskultur, auf das im Rahmen des Welterbetourismus näher eingegangen wird. Auf der Suche nach Verankerung und Orientierung in einer modernen, schnelllebigen Gesellschaft wächst die Nachfrage nach identitätsstiftenden Kulturgütern, historischen Zusammenhängen und Hintergründen. Neben der Hochkultur erfährt damit die Regional- und Alltagskultur ein erhöhtes Interesse, da hier mit vermeintlich originären Kulturgütern das Bedürfnis nach Authentizität in besonderer Weise bedient werden kann.⁵¹⁵ Authentizität wird dabei auch bewusst inszeniert bzw. suggeriert, um den Erwartungen zu entsprechen. Ohne dies weiter auszuführen, sei angemerkt, dass diese Marktorientierung zum Vorwurf führen kann, Kultur werde zu kommerziellen Zwecken von Tourismusakteuren vereinnahmt und missbraucht.⁵¹⁶

Welterbetourismus

Die zunehmende Bedeutung von Kultur, Erlebnis und Bildung im Tourismus tangiert auch den Umgang mit Welterbestätten. Das Welterbe und der Kulturtourismus stehen in einem Zusammenhang und stellen wechselseitig wichtige Ressourcen dar. Die australischen Umwelt- und Tourismuswissenschaftler Rodney William Carter und Louise Horneman definieren Welterbetourismus als „tourism centred on what we have inherited, which can mean anything from historic buildings, to art works, to beautiful scenery“.⁵¹⁷ Luger, der in Salzburg den UNESCO-Lehrstuhl „Kulturelles Erbe und Tourismus“ innehat, schlussfolgert: „Für den Tourismus bilden diese Schätze den Rohstoff für touristische Produkte, ohne ihre Attraktivität wäre der Kulturtourismus nicht zu der am schnellsten wachsenden Wirtschaftsbranche weltweit geworden“.⁵¹⁸ Der Welterbetourismus ist folglich kein Nischengeschäft des Kulturtourismus: „Heritage [...] is regarded as one of the most significant and fastest growing components of tourism“.⁵¹⁹ Welterbestätten sind laut Christian Knöbl, der zuständig ist für Kultur und

⁵¹⁴ Mit zunehmendem Bildungsniveau steigt meist der Anspruch der Touristen. Vgl. Nahrstedt 2000: 5.

⁵¹⁵ Vgl. Urry 1990; Kagermann 2013: 9.

⁵¹⁶ Vgl. Nahrstedt 2000: 5ff.

⁵¹⁷ Carter u. Horneman 2001: 62, in Anlehnung an Yale 1992.

⁵¹⁸ Luger u. Wöhler 2008a: 9; vgl. auch Antz 2008: 17.

⁵¹⁹ Poria, Butler u. Airey 2003: 239, zit. n.: D. Oberreiter 2010: 357f.

Wissensmanagement in Österreichs nationaler Tourismusorganisation, „Höhepunkte in der kulturellen Topographie“.⁵²⁰ Die Auszeichnung transportiert eine bestimmte Bedeutung, repräsentiert eine gewisse Einzigartigkeit des Ortes und fördert das Interesse für die Stätten – sie lädt Kulturgüter symbolisch auf. In einer Zeit, in der Kultur und Geschichte wirtschaftlich als harte Standort- und Imagefaktoren bewertet werden, eröffnet dies vielfältige Potenziale, um z. B. die Aufmerksamkeit eines Ortes als touristische Destination zu erhöhen.

Die enge Verbindung zwischen Kulturerbe und Reisen ist dabei nicht neu. Die Pflege und Erhaltung von Kulturgütern wurden schnell wirtschaftlich in Relation gesetzt und ihre Vermarktung als Verdienstmöglichkeit von Einheimischen genutzt. Heute ist es selbstverständlich, dass Aktivitäten um das Welterbe auch mit der Arbeit von Tourismusverbänden in Zusammenhang stehen. Auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) wird deutlich, dass das Thema „Welterbe und Tourismus“ Konjunktur hat. Hier betreibt die UNESCO einen eigenen Stand, um auf die Welterbestätten aufmerksam zu machen. Die Hessen Agentur GmbH und die Romantischer Rhein Tourismus GmbH warben auf der ITB 2016 für die Region Welterbe Oberes Mittelrheintal. 2014 bestimmte die Deutsche Zentrale für Tourismus das UNESCO-Welterbe zudem als Motto des Jahres, was für die Welterbestätten einen zusätzlichen Entwicklungsimpuls darstellen sollte.⁵²¹ Sowohl der Kultur- als auch der Massentourismus haben das Welterbe entdeckt und der Besuch eines UNESCO-Welterbes dient zur Vermarktung der Reisen. Die Existenz von Spezial-Reiseveranstaltern, die Reisen zu ausgewählten UNESCO-Welterbestätten durchführen, zeigt, dass die Welterbestätten eine hohe Attraktivität für Touristen haben.⁵²² Welterbestätten sind in diversen Reiseführern verzeichnet und Hinweise auf den Besuch einer solchen Stätte finden sich bei diversen Reiseveranstaltern, wie eine stichprobenartige Recherche verschiedener Websites, Kataloge und Prospekte zeigt.⁵²³

Ein Vergleich der Welterbeliste zur Baedeker-Liste liegt da nicht fern. Auch an die von dem Literaturwissenschaftler Hans Magnus Enzensberger diskutierte touristische Standardisierung erinnern diese Auflistung und das Rating. Dabei stellt sich jedoch die Frage, inwiefern die Erinnerung ein neues Referenzsystem mit globalen Anknüpfungspunkten produziert? Schließlich muss die Liste aufgrund der Auswahl der aufgenommenen Objekte kritisch betrachtet werden

⁵²⁰ Knöbl 2010: 81.

⁵²¹ Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. 2013.

⁵²² Vgl. z. B. Welterbe-Reisen GmbH 2017; Lernidee Erlebnisreisen GmbH 2016; Reiseservice Deutschland GmbH 2013; Kögelreisen e.K. o. J.

⁵²³ Vgl. z. B. folgende Anbieter, die nicht gesondert im Literaturverzeichnis zu finden sind: terranova Zimmermann Touristik KG; Gebeco Gesellschaft für internationale Begegnung und Cooperation mbH & Co. KG; trend-tours Touristik GmbH; Biblische Reisen GmbH; Studiosus Reisen München GmbH; DER Touristik Frankfurt GmbH & Co. KG; Peter's Reisedienst Hans Peter e.K.; horst becker touristik GmbH & Co. KG; Lernidee Erlebnisreisen GmbH; LEHR'S-REISEN Günter Lehr.

und kann nicht mit einer populären Ranking-Liste der außergewöhnlichsten Sehenswürdigkeiten verglichen werden.

Hermann Schefers, Leiter der UNESCO-Welterbestätte Kloster Lorsch, vertritt die nachvollziehbare Auffassung, dass die meisten der durch den Welterbestatus geadelten Kulturerbedenkmäler ohnehin einen „prominenten Platz im Ranking des nationalen Kulturguts“ einnehmen und es so nicht verwunderlich sei, wenn sich mit dem Welterbestatus oft wenig am Tourismusaufkommen ändere.⁵²⁴ Der australische Tourismuswissenschaftler Ralf Buckley schreibt bezüglich der Auswirkungen, dass viele Welterbestätten ein höheres Besucheraufkommen verzeichnen würden, es jedoch unklar wäre, ob dies an der besseren Zugänglichkeit bzw. Erreichbarkeit und der besseren Bekanntwerdung durch die Listung läge oder an den nachgefragten Gegebenheiten, die sowieso vorhanden sind und andere Stätten nicht vorweisen.⁵²⁵ Der Mangel an Daten über historische Besucherzahlen und Reisemotive erschwert es zudem, steigende Tourismuszahlen monokausal auf eine Welterbebenennung zurückzuführen, da sich auch andere Faktoren gewandelt haben, die den Anstieg, die Reise- und Besuchsentscheidung beeinflussen.

Während manche Stätten bereits ohne den Titel als Reise- und Besichtigungsziel eine herausragende Bedeutung hatten, wird der Tourismus bei anderen nachweisbar durch die Statusänderung gefördert.⁵²⁶ Vor allem für unbekannte Destinationen am Beginn ihrer touristischen Entwicklung kann ein Welterbetitel nützlich sein, um die Bekanntheit zu steigern, wie das Beispiel der Oberharzer Wasserwirtschaft zeigt.⁵²⁷ Da unzählige Reiseziele beispielsweise mit Erlebnistourismus oder einer historischen Kulisse werben, kommt es immer mehr darauf an, dass ein Tourismusstandort (im Zeitalter der globalisierten Räume) ein Alleinstellungsmerkmal für die Vermarktung findet. Die Welterbestätten können das UNESCO-Prädikat zu Marketingzwecken verwenden und dadurch eine *Unique Selling Proposition* erwerben. Auch bei bereits renommierten Stätten hat die Auszeichnung eine touristische Fokuswirkung und lenkt die Nachfrage und Wahrnehmung zusätzlich auf die Standorte. Lokale Traditionen, habituell verankerte Praktiken, mehr oder weniger alltäglich genutzte Räume und auch bereits definierte Sehenswürdigkeiten werden zu konsumierbaren Attraktionen in einem größeren Bedeutungskontext. Durchaus ist die Bewerbung von potenziellen Welterbestätten daher durch einen erhofften touristischen Mehrwert motiviert. Oft führt die Auszeichnung als UNESCO-Welterbestätte zu einer markanten Verbesserung ihres Schutzes seitens der zuständigen nationalen Behörden

⁵²⁴ Schefers 2009:70.

⁵²⁵ Buckley 2004: 82f.

⁵²⁶ So sind die Besucherzahlen der Museumsinsel in Berlin schon vor der Welterbeanerkennung 1999 gestiegen. Im Kloster Lorsch hingegen ist die deutliche Steigerung auf den Ausbau des Welterbeareals zurückzuführen.

⁵²⁷ Norddeutscher Rundfunk 2012.

sowie zu ihrer touristischen Weiterentwicklung und kommerziellen Vermarktung. Diese Qualitätsverbesserung beeinflusst wiederum die Besucherzahlen positiv.

So wird am Beispiel des Tourismus besonders deutlich, wie eine ökonomische Bewertung des Welterbetitels einsetzt.⁵²⁸ Nicht zufällig hat eine beachtliche Zahl von Welterbestätten eine Schlüsselposition im Bereich Tourismus inne. Ziel der UNESCO-Welterbekonvention ist in erster Linie der Schutz des gemeinsamen Erbes aller Menschen. In den Augen vieler lokaler Akteure dient das UNESCO-Prädikat ebenso – wenn nicht sogar primär – einem effektiven Destinationsmarketing (*Place Branding*). Mit der Auszeichnung ist ein Prestigegewinn verbunden, der an den jeweiligen Orten auf internationale Aufmerksamkeit und ökonomischen Nutzen hoffen lässt oder wie Kockel konstatiert: „local culture and identity have been harnessed to provide foundations for social and economic growth. For most – and not only the peripheral – regions of Europe, that has meant promoting local and regional ‚heritage‘ as a resource, especially for tourism.“⁵²⁹ Die französische Architekturhistorikerin Françoise Choay macht die Entwicklung des Umgangs mit dem Erbe im Zeitalter der Kulturindustrie deutlich, indem sie beschreibt, wie das historische Kulturerbe gegenwärtig präsentiert und ausgebeutet würde, um so z. B. den Bekanntheitsgrad der Destination zu erhöhen. Während die Denkmal-Industrie anfangs lediglich als Zuschussgeschäft angesehen und mit der Aussicht auf eine vermutete Entwicklung und einen erhofften positiven Impuls für den Tourismus betrieben wurde, stelle sie für einzelne Staaten, Regionen oder Gemeinden nun auch durch sekundäre Effekte einen wachsenden Teil des Haushalts und der Einnahmen dar, weswegen der Aufwertung des historischen Kulturerbes eine beträchtliche Bedeutung zukäme.⁵³⁰ Im folgenden Zitat von Kockel wird deutlich, dass Heritage für solche Zwecke bewusst konstruiert werden kann: „When heritage production attracts public resources, this is an incentive to invent and sustain, to produce and reproduce ‚heritages‘ that may have precious little basis in tradition.“⁵³¹

Die nahezu inflationäre Verwendung des Welterbestatus als touristisches Gütesiegel lässt dessen Exklusivität hinterfragen. Da die Aufnahme in die Liste schwierig ist und durch ein unabhängiges Fachgremium nach relativ festgesetzten Kriterien entschieden wird, erfüllt der Titel jedoch Bedingungen für ein Gütezeichen. Trotz der hohen Anzahl von Welterbestätten kann die Intention der Unique Selling Proposition eines Welterbes zudem bewahrt werden, indem die Alleinstellungsmerkmale, aufgrund derer der Titel vergeben wurde, einen Mehrwert bieten und kontinuierlich gepflegt werden. Denn nicht der Titel soll das Besondere sein, sondern der Inhalt. Die singuläre Kultur, Tradition und Geschichte, die ein Welterbe ausmachen, müssen

⁵²⁸ Vgl. Timothy u. Boyd 2003: 8.

⁵²⁹ Kockel 2007: 19.

⁵³⁰ Vgl. Françoise 1997: 186f.

⁵³¹ Kockel 2007: 30.

daher als Distinktivum herausgearbeitet werden. Für die kulturtouristischen Akteure darf die Vermarktung nicht mit dem Hinweis auf den Titel enden, da dies zu einer Nivellierung des Angebots im Marktsegment Welterbetourismus führen kann. Die australischen Tourismuswissenschaftler Bob McKercher und Hilary Du Cros fordern dazu auf, jeweils ein unverwechselbares Profil zu entwickeln, da die einzelnen Stätten nicht unbedingt von vornherein universelle Anziehungskraft aufweisen.⁵³² Bei der Betonung des *Eigenen* muss der Standort jedoch die mit dem Titel verbundenen Versprechen erfüllen, damit seine Glaubwürdigkeit gewährleistet ist.

Indem das kulturelle Erbe für die verschiedensten Marktsegmente aufbereitet wird, geht es weniger um eine „Verfreizeitung“ von Kultur als vielmehr um die „Kultivierung von Freizeit und Tourismus“.⁵³³ Die Verbindung von Kulturerbe und Tourismusindustrie berücksichtigt dabei den gegenwärtigen gesellschaftlichen Trend der Rückbesinnung auf regionale Eigenheiten sowie die Suche nach Überliefertem und Traditionellem (vgl. Kap. 2.3.1). Touristen besuchen die Welterbestätten auf der Suche nach Authentizität, nach Historizität oder nach Symbolen für eine Erinnerungskultur und Identitätsbildung.⁵³⁴ Die Sehnsucht nach Stabilität und die Neudeutung des Selbstverständlichen stehen im Gegensatz zur Schnelllebigkeit und der Globalisierung. Im Widerspiel zu der sich rapide verändernden Umwelt vermitteln die Stätten Geschichte und Kontinuität. Die Reisemotivation zu diesen Stätten ist nach Luger die Nostalgie für die Vergangenheit und das Verlangen, herausragende Kultur- oder Landschaftsformen zu erleben.⁵³⁵

Neben den kompensations-theoretischen Ansätzen der Gedächtnisorientierung und Musealisierung bietet die zunehmende Erlebnisorientierung eine Erklärung für die touristische Nachfrage nach Welterbestätten. Durch den aktiven Besuch der Welterbestätten können Dinge, Orte und Praktiken aus der Vergangenheit in unser gegenwärtiges (Er)Leben geholt werden.⁵³⁶ Kirchengast spricht bei dieser Aufarbeitung und Geschichtskonservierung von „Ästhetisierungsfixiertheit“ unserer postmodernen Gegenwartsgesellschaft. Er versteht darunter, „dass es sich dabei in erster Linie um notwendig gewordene Funktionalisierungen von existenten Objekten, Praktiken oder Orten handelt.“⁵³⁷

Der „Welterbetourist“ stellt dabei laut Luger einen reiseerfahrenen, einkommensstarken und bildungsorientierten Menschen mit Unterhaltungs- und Kulturanspruch dar, der durch seinen überdurchschnittlich anspruchsvollen, aktiven und individuellen Gestaltungswillen auch mehr als ein durchschnittlicher Tourist ausgibt. Aus diesem Grund sind Kulturtouristen im

⁵³² McKercher u. Du Cros 2002: 205.

⁵³³ Nahrstedt 2000: 5.

⁵³⁴ Vgl. Bachleitner u. Rehbogen 2008: 156.

⁵³⁵ Vgl. Luger 2008: 21; vgl. dazu auch: Zeppel u. Hall 1992: 47.

⁵³⁶ Die UNESCO nutzt selbst den Begriff des Erlebens im Kontext von Welterbe und Tourismus. Vgl. DUK 2007c.

⁵³⁷ Kirchengast 2010: 308f.

Allgemeinen bei touristischen Leistungsträgern und Kommunalpolitikern ein hochattraktives Segment.⁵³⁸ Nach Choay befriedigt der Industriezweig „auf angemessene Weise das Verlangen der Freizeitgesellschaft nach Zerstreuung und verleiht obendrein noch den sozialen Status und den feinen Unterschied, die mit dem Konsum des Kulturerbes verbunden sind“.⁵³⁹ Daraus lassen sich zwei weitere Trends ablesen: Zum einen handelt es sich dabei um das Bedürfnis nach Sinnsuche und Muße, das von traditionellen Kultureinrichtungen, aber auch von dem kulturellen Erbe bedient werden kann.⁵⁴⁰ Zum anderen lassen sich verhaltenswissenschaftlich orientierte Ansätze identifizieren, welche in der Wahl der Reiseziele soziale Distinktionsmechanismen sehen. So dient die ausgewählte Destination nicht allein der Erfüllung persönlicher Urlaubsziele, sondern unterstreicht, durch das in der Gesellschaft mit ihr verbundene Image, auch das Image des Reisenden und seine Zugehörigkeit zu einer bildungs- und kulturinteressierten Gruppe.

Die Auffassung, dass Welterbe und Tourismus zwangsläufig zusammengehören, muss jedoch relativiert werden. Auf der Website der UNESCO heißt es: „It is a well-known fact that tourism can be a deadly foe as much as a firm friend in the matter of development.“⁵⁴¹ Auch der amerikanische Anthropologe Davydd J. Greenwood bemerkt kritisch, „we already know from worldwide experience that local culture is altered and often destroyed by the treatment of it as a tourist attraction“.⁵⁴² So schreibt Choay, dass die Nutzung des historischen architektonischen Erbes in absehbarer Zeit nicht mehr möglich sei, wenn man nicht die vielen Konsumenten besser organisiere.⁵⁴³ An manchen Orten kann der (unkontrollierte) Tourismus soziokulturelle und ökologische Gefahren bergen, indem lokale Traditionen durch den Ausbau des Tourismus verändert oder natürliche Ressourcen geschädigt werden. Besonders aufgrund der Übernutzung stark frequentierter Stätten gerät die Tourismusindustrie daher immer wieder in die Kritik, gerade das zu zerstören, was das Welterbe aus- und attraktiv macht. Als bekanntes Beispiel kann hier die Tempelanlage Angkor Wat in Kambodscha genannt werden, die selbst ebenso wie ihre Umgebung und die vorhandene Infrastruktur unter den Massen an Besuchern leidet. Achleitner schreibt zum ökonomischen Nutzen: „Die neoliberalen Strategien der ‚Verwertung‘ sind in Wirklichkeit auf Jahrzehnte angelegte Zerstörungsstrategien.“⁵⁴⁴ Er fordert polemisch, genau das Gegenteil sollte gemacht werden: Das Erbe sollte nicht ausgerufen, sondern verheimlicht

⁵³⁸ Vgl. Luger 2008: 21; Steinecke 2010: 91.

⁵³⁹ Choay 1997: 189.

⁵⁴⁰ Kritisch muss dabei gefragt werden, wie Erlebnisinszenierung und Kommerzialisierung mit den klassischen Aufgaben dieser Einrichtungen – dem Sammeln, Forschen, Bewahren und Vermitteln – vereinbar sind. Vgl. Steinecke 2007: 340; Mandel 2011: 181.

⁵⁴¹ UNESCO 2008.

⁵⁴² Greenwood 1989: 173.

⁵⁴³ Vgl. Choay 1997: 188.

⁵⁴⁴ Achleitner 2005: 16.

und nur ein selektiver Zugang gewährt werden. Luger verweist dementsprechend auf einen fundamentalen Zielkonflikt zwischen Welterbe und Tourismus: während das Welterbe den Prinzipien Erhaltung und Tradition folge, gehöre der Tourismus zu den Prinzipien Verbrauch und Konsum.⁵⁴⁵ Auch im touristischen Bereich steht das Welterbe also in einem Spannungsfeld zwischen Denkmalschutz und Vermarktung, zwischen Schützen und Nützen bzw. Segen und Fluch.⁵⁴⁶

Eine pauschalisierende Kulturkritik wird dem gegenwärtigen touristischen Umgang mit dem Welterbe aber nicht gerecht. Tourismus in Welterbestätten muss unterschiedlichen Bedürfnissen nachkommen. So fordern Denkmalschützer, die den Tourismus als „potenzielle Immissionsquellen“ für den Schutz des Erbes ansehen, z. B. mehr finanzielle Unterstützung von der Tourismusbranche, die letztlich von dem Titel profitiert. Die Touristiker wünschen hingegen mehr Verständnis und Entgegenkommen für ihre eigenen Aufgaben.⁵⁴⁷ Welterbemanagement bedeutet die Wünsche und (kommerziellen) Interessen der verschiedenen internationalen, nationalen und regionalen Stakeholder (aus Wirtschaft, Politik und Denkmalschutz), Besucher und Bewohner miteinander abzustimmen. Der Konsum sollte in Relation zu Schutz, Erhaltung und Tradierung stehen, Tourismus und die Denkmalpflege sich ergänzen bzw. voneinander profitieren und sich nicht gegenseitig behindern. Diese Dissonanzen und unterschiedlichen Aufträge, die sich strukturell und oftmals auch in der Praxis entgegenstehen, werden von Christian Schüler-Beigang, der zur Zeit des Interviews das Sekretariat für das Welterbe in Rheinland-Pfalz leitete, angesprochen:

„Man muss eben gerechterweise anerkennen, dass das verschiedene Welten sind, in denen die jeweiligen Vertreter agieren. Die einen bemühen sich tagtäglich darum, die Substanz zu erhalten, das Gesicht zu erhalten, die Identität zu erhalten, indem die baulichen Zeugnisse fortbestehen oder so umgenutzt werden, dass das mit dem Ziel – eben Substanz, Identität zu erhalten usw. – erreicht werden kann. Und die anderen haben ein Interesse daran, aus einer Region oder einer Stadt durch die Touristen einen finanziellen Gewinn zu erzielen. Das sind ganz unterschiedliche Ansätze, die arbeiten auch eigentlich nicht gegeneinander, die haben nur manchmal unterschiedliche Vorstellungen davon, wie etwas sein sollte. [...] Und es gibt hin und wieder natürlich, ich will die andere Seite nicht verschonen, bei den Denkmalpflegern auch Berührungspunkte zu, sagen wir mal, der kommerziellen Seite dieser Angelegenheit. Aber letztlich muss man natürlich auch sagen, das, was die Touristiker erwirtschaften, das kommt zumindest – nicht sichtbar für alle – den Denkmalen zugute.“ [00:12:37–00:14:47]

Der Kulturtourismus ist demnach eine – auch von der UNESCO geförderte – Möglichkeit, um nötige budgetäre Mittel zum Erhalt zu erwirtschaften. Um Schutzaufgaben zu erfüllen, sind

⁵⁴⁵ Vgl. Luger 2008: 22.

⁵⁴⁶ Vgl. Luger 2008: 22–25.

⁵⁴⁷ Die Bedeutung des Begriffes Touristik ist enger gefasst, als die der Begriffe Tourismus und Fremdenverkehr. Er bezeichnet kommerzielle Angebote und geschäftsmäßige Auseinandersetzungen mit Reisen von Reiseveranstaltern und Tourismusbetrieben. Vgl. Mundt 2001: 3.

sowohl die Einnahmen als auch die Präsentation und Zugänglichkeit über den Tourismus wichtig, da damit Wissen über die Stätte verbreitet wird. Dies ist Bestandteil des Konzepts und eine Möglichkeit, das Welterbe für viele Menschen erfahrbar zu machen und diese für die Werte der UNESCO zu sensibilisieren. Bei genauerer Untersuchung des Konventionstextes wird als primäre Funktion deutlich, dass die Objekte an etwas erinnern (bear testimony, be representative, illustrate). Sie sollen geschützt werden, um über eine bestimmte vergangene oder gegenwärtige Zivilisation und deren kulturelle Manifestation zu informieren. Materielle Relikte erklären Bedeutungen nicht unbedingt selbsttätig, weshalb eine touristische Aufarbeitung die Chance bietet, genau das zu leisten.⁵⁴⁸ Jedoch sollte die Gestaltung des Tourismus den langfristigen Nutzen der Welterbestätten und die Schonung der natürlichen, sozialen und kulturellen Ressourcen anstreben. In der Yamato-Deklaration von 2004, in der es um die Fortschritte im Schutz des Kulturerbes geht, ist festgehalten, dass der ökonomisch gewinnbringende Umgang damit sowohl dem Erbe selbst als auch der lokalen Gemeinde helfen und nicht schaden soll.⁵⁴⁹ Ebenso hält der Europarat fest, dass die Mitgliedsstaaten bei ökonomischen Aktivitäten in Verbindung mit dem Kulturerbe versichern, die Integrität der spezifischen Charakteristika und die jeweiligen Interessen der Erbestätten zu berücksichtigen.⁵⁵⁰

Der kanadische Umweltwissenschaftler Walter Jamieson entwickelte Indikatoren, die helfen sollen, die Lage einer Welterbestätte abzuschätzen.⁵⁵¹ Es darf dabei nicht zur Übernutzung und dadurch Zerstörung kommen und auch die Toleranzgrenze der ansässigen Bevölkerung darf nicht überschritten werden, um die Bedürfnisse der Besucher zu befriedigen. Vielmehr soll die lokale Bevölkerung an der Gestaltung und Nutzung des Erbes beteiligt und ein partizipatorischer Transfer angestrebt werden. Wichtiger als eine Konfrontation zwischen Denkmalpflege und Tourismus sei es, Steuerungsmöglichkeiten zu nutzen. Auch Luger nennt drei Prämissen für eine intakte Verbindung zwischen Welterbemanagement und Tourismuswirtschaft. Dazu zählt die Einführung einer Kommunikationsplattform, auf der ein Austausch zwischen den Interessengruppen stattfinden könne und mittels derer Partizipation ermöglicht werde. Zudem solle ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Schutz und Erhaltung sowie Konsum und Vermarktung des Welterbes gewährleistet werden. Ferner solle garantiert sein, dass die Einnahmen aus der touristischen Inwertsetzung zu einem großen Teil der Erhaltung des Welterbes zugutekommen.⁵⁵² Welterbetourismus soll folglich den Ansprüchen nachhaltiger Entwicklung, wie

⁵⁴⁸ Vgl. McKercher u. du Cross 2002: 2.

⁵⁴⁹ Vgl. UNESCO 2004.

⁵⁵⁰ Europarat 2005.

⁵⁵¹ Vgl. Jamieson 2006: 153–168.

⁵⁵² Vgl. Luger 2008: 23f; Oberreiter 2010: 356.

von der Welttourismusorganisation definiert, gerecht werden, somit im Umgang mit den Ressourcen ökologisch verantwortlich sein und der Völkerverständigung dienen.

In Deutschland organisiert die Dachorganisation UNESCO-Welterbestätten Deutschland e. V. zusammen mit der Deutschen UNESCO-Kommission, der Deutschen Zentrale für Tourismus, der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, lokalen Tourismus-Organisationen und Vertretern einzelner Welterbestätten die touristische Vermarktung des Erbes. Der Verein sieht seine Aufgabe darin, die „Bekanntheit der deutschen UNESCO-Welterbestätten zu steigern“, „einen behutsamen und hochqualifizierten Tourismus in den Welterbestätten im denkmalverträglichen Ausmaß zu fördern“ und die „Stätten hinsichtlich der touristischen Vermarktung zu beraten“.⁵⁵³ Gemeinsam mit dem operativen Partner, der Deutschen Zentrale für Tourismus, unternimmt der Verein Vertriebsaktivitäten z. B. in Form von Präsentationen auf touristischen Fachveranstaltungen, dem Druck von Broschüren, der Gestaltung einer Internetplattform oder der Erstellung einer Wanderausstellung über die deutschen Welterbestätten. Denkmalpflegerische Belange sind dabei Bestandteil der touristischen Verkaufsförderung. Schließlich möchte der Verein für eine „bessere Koordination von Denkmalschutz und Tourismus“ sorgen und sieht im Tourismus – als eine wesentliche Einnahmequelle – eine Chance, den Erhalt der Welterbestätten zu sichern.⁵⁵⁴ Um die Verbindung zum Tourismus zu stärken und Zielkonflikte abzubauen, geben die Deutsche UNESCO-Kommission und der Verein Handreichungen für die Integration von Tourismus und Denkmal- bzw. Naturschutz sowie der Steuerung von Marketingmaßnahmen heraus – sozusagen *Good Governance*-Konzepte, die durch politische Programme und wirtschaftliche Expertise autorisiert sind.⁵⁵⁵

Ohne Angaben über die Form zu geben, in der Kulturgüter erhalten und der Menschheit präsentiert werden sollen, weist die UNESCO in einem Strategiepapier darauf hin, dass das Welterbe stärker in das wirtschaftliche und soziale Leben der Gemeinschaft integriert werden solle. Da der zunehmende Tourismus in einigen Staaten eine wesentliche Grundlage des nationalen Einkommens und des Arbeitsmarktes sei, könne das Erbe einen wichtigen Entwicklungsschub bewirken. Die UNESCO-Strategie ziele daher auf einen Kulturtourismus, der die kulturelle Identität respektiere, zur internationalen Verständigung beitrage und der einheimischen Bevölkerung nütze. Da der Schutz des Kulturguts zentrale Aufgabe der Listung ist und deshalb auch

⁵⁵³ UNESCO-Welterbestätten Deutschland e. V. 2012.

⁵⁵⁴ UNESCO-Welterbestätten Deutschland e. V. 2010: 5.

⁵⁵⁵ Der Verein veranstaltet jährlich eine Konferenz, die den Austausch zwischen den Akteuren aus Denkmalpflege und Tourismus fördert. Die Themen der letzten Jahre waren: „Denkmalschutz, Naturschutz und Besuchermanagement“ (2013); „Nachhaltige Nutzung der UNESCO-Welterbestätten im wirtschaftlichen, touristischen und öffentlichen Kontext“ (2012); „UNESCO-Welterbe – Bildung für die Zukunft“ (2010) oder „UNESCO-Welterbestätten – ein Beitrag zur regionalen Entwicklung“ (2009).

eine Übernutzung in touristischer Hinsicht vermieden werden muss, sind die einschlägigen Dokumente der UNESCO auf den Terminus *nachhaltiger Tourismus* ausgelegt.

2011 brachte die UNESCO z. B. ein Programm mit dem Schwerpunkt „Nachhaltiger Tourismus in Welterbe-Gebieten“ heraus.⁵⁵⁶ Das Programm beschäftigt sich mit den Fragen, welche Tourismuspolitik für Welterbestätten adäquat und welches Management dazu nötig sei, den lokalen „Communities“ langfristig zu helfen, deren kulturelle Identität zu respektieren und zugleich vom Tourismus zu profitieren. Die Umsetzungen sollten dem Welterbegedanken entsprechen und zur internationalen Verständigung beitragen. UNESCO, IUCN und ICOMOS befassen sich zudem mit dem Thema „Auswirkungen des Tourismus in Welterbestätten“ und fragen nach den Herausforderungen, die existieren, um eine nachhaltige, respektvolle und sensible Gestaltung des Tourismus als Voraussetzung für den langfristigen Erhalt von Welterbestätten zu gewährleisten. Zu einer nachhaltigen Entwicklung gehört u. a. Besucherströme zu lenken, soziale und ökologische Auswirkungen zu bedenken und zu überwachen, den Besuchern Informationen über die Bedeutung der Stätte mitzugeben und die Wertschöpfung so zu generieren, dass örtliche Investoren einbezogen werden. Zudem geben die Richtlinien hinsichtlich des Managementplans vor, dass beschrieben werden muss, wie der Tourismus und damit verbundene Entwicklungen organisiert werden sollen. In der „Lübecker Erklärung“ von 2007 wird dies unterstrichen. Im Jahr 2012 stand die Jahrestagung der UNESCO unter dem Thema „Nachhaltiger Tourismus“.⁵⁵⁷ Nachhaltiger Tourismus ist dabei nach Tourismuswirtschaftler Torsten Kirstges ausgezeichnet durch „ethische und soziale Gerechtigkeit, kulturelle Angepasstheit, ökologische Tragfähigkeit sowie wirtschaftliche Bedeutung und Effizienz“.⁵⁵⁸ Ein Zusammenspiel dieser Faktoren ist wichtig, damit sich die Tourismuspolitik und die kontrollierte Kommerzialisierung und Inszenierung zugleich auch um den Erhalt und die Seriosität des Erbes kümmern. Dazu gehört – dem Trend entsprechend – auch adäquat auf den Balanceakt zwischen Bildungsvermittlung und der Befriedigung von Unterhaltungsbedürfnissen einzugehen.⁵⁵⁹

⁵⁵⁶ UNESCO o. J.c; UNESCO 2012; zum nachhaltig gestalteten Tourismus vgl. auch die „Lübecker Erklärung“, die 2007 von der Konferenz „UNESCO-Welterbestätten in Europa“ verabschiedet wurde. Vgl. DUK 2007c.

⁵⁵⁷ DUK 2012.

⁵⁵⁸ Kirstges 2003: 21f.

⁵⁵⁹ Vgl. Luger 2008: 23 f.

6 Welterbewertung – Initialisierung und Institutionalisierung

Im Jahr 2016 stehen 88 Kulturlandschaften auf der Liste des UNESCO-Weltkulturerbes.⁵⁶⁰

Eine davon ist das Obere Mittelrheintal. Warum das Tal nominiert wurde und welche Ziele dahinter stehen, soll im folgenden Kapitel beantwortet werden. Die Rekonstruktion der Entstehungsgeschichte des Welterbes, der Aushandlungs- und Governance-Prozesse, erlaubt Einblicke in die Praxis der UNESCO, aber vor allem in die Vorgehensweise und Intentionen lokaler Handelnder, die an der Nominierung beteiligt waren. Die Konstituierung des Welterbes verdeutlicht, dass dieses ein Produkt von Aushandlungsprozessen globaler, nationaler, regionaler und lokaler Institutionen und Akteure darstellt. Kulturelles Erbe ist nicht einfach gegeben, sondern wird in – auch konfliktären – Auswahlprozessen und Praktiken konstruiert und produziert. Bei der Erläuterung der „Produktionsgeschichte“ des Welterbes Oberes Mittelrheintal wird hinterfragt, welche Akteure, Hierarchien und gesellschaftspolitischen Prozesse Einfluss auf die Phasen und Dynamiken im Verlauf der Welterbewertung nahmen. Dabei wird nachgespürt, wie sich die Beziehungen, Interaktionen und Kommunikationsstrukturen auf bzw. zwischen den verschiedenen Ebenen gestalteten. Ferner werden auf den Inhalt und die Überarbeitungen des Bewerbungsdossiers sowie auf die Maßnahmen der Evaluation eingegangen. Letztgenannte erbringt den Nachweis des außergewöhnlich universellen Werts und der Repräsentativität, hebt das Welterbe dadurch hervor und begründet es. Wie der besondere Wert der hier thematisierten Kulturlandschaft bestimmt und wie ihre Signifikanz, Authentizität und Integrität erklärt wurden, wird zudem bei der Betrachtung des Aufnahmeantrags deutlich. In diesem Kontext wird aufgezeigt, wie die durch die UNESCO erarbeiteten Kriterien, Konventionen und Empfehlungen auf regionaler Ebene interpretiert, implementiert und umgesetzt wurden. Während die supranationalen Vorgaben von (politischen) Akteuren in den lokalen Kontext integriert wurden, wurde gleichzeitig das regionale Erbe der globalen *heritage policy* angepasst.

Die zugrunde liegenden Dokumente und Interviews gewähren darüber hinaus Rückschlüsse auf das lokale Verständnis des Titels und die Intentionen und Ansichten der verschiedenen Akteure. Politische, wirtschaftliche und soziokulturelle Bedeutungszuschreibungen und Aushandlungsprozesse treffen hierbei aufeinander. Von welchen Kontexten die Ausweisung und Zuschreibung abhängig sein können, soll das Fallbeispiel verdeutlichen. Die Analyse der Prozesse und der Hintergründe der Produktion ist dabei, ebenso wie das Wissen um die in Kapitel 5 beschriebenen strukturellen Rahmenbedingungen, von Relevanz, um die Interessen und Motive der Akteure sowie die leitenden Ideen und Diskurse im Umgang mit diesem komplexen Welterbe zu verstehen.

⁵⁶⁰ Vgl. UNESCO World Heritage Centre 2016b.

6.1 Der Weg zum Welterbe

Nachdem die Bundesrepublik Deutschland 1976 die „Konvention zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt“ unterzeichnet hatte, schlug der damalige Landeskonservator des Landes Rheinland-Pfalz, der zudem Vertreter Deutschlands im gerade gegründeten Welterbekomitee war, auf der ersten Sitzung des Komitees 1977 in Paris vor, das Mittelrheintal als Welterbestätte auszuzeichnen. Mangels wissenschaftlichen und organisatorischen Potenzials fehlten zum einen vonseiten des Landeskonservators die Möglichkeiten, den Antrag für die Kulturlandschaft auszuarbeiten. Zum anderen hatte das Komitee zu diesem Zeitpunkt solch exzeptionelle Stätten noch nicht in die Liste einbezogen (vgl. Kap. 2.2).

Im Jahr 1984 erschien das Rheintal in der deutschen, von den zuständigen Kulturministern der Länder verabschiedeten Tentativliste. Der Antrag wurde hauptsächlich mit der großen Anzahl an Burgen und Stadtensembles begründet. Der Naturraum und die gestaltete Landschaft galten weniger als eigenständige Werte, sondern dienten vielmehr als Kulisse für die historischen Denkmäler. Zugunsten von Stätten in den neuen Bundesländern wurde die Antragsliste von 1984 jedoch zurückgestellt. Die Wiedervereinigung Deutschlands 1990 führte dazu, dass 1992 eine neue gesamtdeutsche Vorschlagsliste eingereicht wurde, auf der das Obere Mittelrheintal nicht mehr vertreten war.

Gleichzeitig verstärkten sich die Bemühungen um strukturpolitische und raumordnerische Konzepte für das Obere Mittelrheintal, die auch die Anerkennung als Welterbe weiter forcierten. So stellte der damalige rheinland-pfälzische Ministerpräsident Kurt Beck 1996 das Bemühen um die Anerkennung des Oberen Mittelrheintals als UNESCO-Welterbe ausdrücklich als ein kulturpolitisches Ziel der rheinland-pfälzischen Landesregierung dar.⁵⁶¹ Aufgrund der Einmaligkeit der Kulturlandschaft und mit dem Ziel, deren Aufwertung zu erreichen, wurde beschlossen, ihre Aufnahme in die Welterbeliste zu beantragen. Die Intentionen hinter dem Engagement werden auch in der Drucksache 13/1052 von 1997 deutlich. Darin heißt es, dass die Anmeldung als Weltkulturerbe unterstützt werden solle, da angesichts zahlreicher Probleme eine integrative Schutz-, Handlungs- und Entwicklungsstrategie für das Tal notwendig sei, die die unterschiedlichen Interessen und Sichtweisen integriere.⁵⁶² Mit der Initiative Welterbe solle die Entwicklung der strukturschwachen Kulturlandschaft ausgebaut und ihre ökonomischen, ökologischen und sozialen Belange weiterentwickelt werden.⁵⁶³ Abgesehen von der Sicherstellung eines nachhaltigen Entwicklungskonzepts für die Region wurde im Ausbau der Kulturlandschaft

⁵⁶¹ Vgl. PIPr 13/18 RLP (1996): 1283; Ministerium für Kultur, Jugend, Familie und Frauen (Hg.): o. J.

⁵⁶² Vgl. Drs 13/1052 RLP (1997).

⁵⁶³ Vgl. Drs 13/321 RLP (1996); Drs 13/856 RLP (1996).

kulturpolitisches Potenzial gesehen, um das regionale Prestige zu stärken und das touristische Kapital neu zu vermarkten.⁵⁶⁴ Ziel der Landesregierung war es demnach vor allem, wie aus den Protokollen des Landtags Rheinland-Pfalz deutlich wird, die UNESCO-Auszeichnung für die Förderung der lokalen Wirtschaft und des Fremdenverkehrs einzusetzen, um durch eine „intensivierte kulturelle Nutzung zu mehr Wirtschaftlichkeit zu kommen.“⁵⁶⁵

Ausgangspunkt für eine erneute Antragsstellung bildete die „Raumanalyse Mittelrheintal“, die von den rheinland-pfälzischen Planungsgemeinschaften Mittelrhein-Westerwald und Rheinhessen-Nahe Ende 1995 in Auftrag gegeben worden war. In zahlreichen Austauschgesprächen mit Gemeinden, Verbänden und Institutionen wurden Entwicklungshemmnisse analysiert und Strategien zu ihrer Überwindung konzipiert. Wesentliches Ergebnis war die Notwendigkeit einer Koordination der lokalen Interessen rheinland-pfälzischer und hessischer Städte und Gemeinden im Mittelrheintal und eine entsprechende interkommunale Abstimmungen bezüglich der Bau-, Siedlungs-, Verkehrs- und Freiraumentwicklung sowie der Nutzungskonzepte für Denkmäler, Landschaft und weitere Ressourcen. Die „Raumanalyse Mittelrheintal“ wurde zum einen zu einem Leitbild für die Regional- und Bauplanung. Zum anderen gab sie der Fortführung der Nominierungsbestrebungen erneut Anschub, da sie „denjenigen Maßnahmen strategische Bedeutung [beimaß], die die Voraussetzungen zur Anerkennung als Weltkulturerbe schaffen“.⁵⁶⁶

Darüber hinaus wurden zwischen 1996 und 2000 jährlich Mittelrheinkonferenzen veranstaltet. Neben den Planungsgemeinschaften Mittelrhein-Westerwald und Rheinhessen-Nahe gehörten die Gesellschaft für Naturschutz und Ornithologie Rheinland-Pfalz und ab 1999 auch das *Forum Mittelrheintal e. V.*, auf das weiter unten eingegangen wird, zu den Organisatoren. Die wesentliche Grundlage für die Verfassung des neuen Bewerbungsdossiers bildete jedoch die *Rheintal-Konferenz*, die am 6. und 7. November 1997 vom Rheinischen Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz in Mainz veranstaltet wurde. In den ersten Planungen wurde diese Konferenz als „Rheintal-Schutz-Konferenz“ bezeichnet. Da es bei der Konferenz jedoch nicht allein um den bewahrenden Aspekt gehen sollte, sondern auch um die Weiterentwicklung des Tals, wurde der Titel offener gehalten. Ziel der Rheintal-Konferenz war es, die Bemühungen um den Erhalt und eine landschaftsangepasste Entwicklung der Kulturlandschaft zu bündeln sowie Zielvorgaben für die Zukunft zu formulieren. Im Vorfeld der Rheintal-Konferenz fanden neben den oben genannten Mittelrheinkonferenzen zahlreiche Aktivitäten und Untersuchungen, u. a. seitens des Historischen Seminars der Universität Bonn, statt. Es wurden

⁵⁶⁴ Vgl. Drs 13/321 RLP (1996).

⁵⁶⁵ PIPr 13/18 RLP (1996): 1284.

⁵⁶⁶ Drs 13/1052 RLP (1997).

Koordinierungsgespräche mit den Kommunen bzw. den Planungsbehörden über die Raumordnung und Landnutzung im gesamten Mittelrheintal, von Mainz bis Bonn, geführt. Zudem wurden Fachgutachten über den UNESCO-Welterbegriff und seine Übertragbarkeit auf das Tal angefertigt.⁵⁶⁷

Als Ergebnis der Rheintal-Konferenz und als Grundlage für die weitere regionsspezifische Entwicklung wurde die *Rheintalcharta* verabschiedet.⁵⁶⁸ In ihr wurde die Stellung der Kulturlandschaft unterstrichen und betont, dass lokale und überregionale, private und öffentliche Nutzungen, daraus abgeleitete Verwertungsansprüche sowie ungenügende Pflege der historischen und natürlichen Substanz einen Verwandlungsprozess bedingt hätten, welcher die Eigenart, Vielfalt und Schönheit sowie die Eigen- und Beständigkeit dieser Landschaft bedrohe. In der Charta wurde gefordert, die Natur- und Kulturgüter als integrale Bestandteile der Landschaft zu erhalten, zu pflegen und schonend weiterzuentwickeln. Von Kurt Beck sowie Rainer Brüderle, damaliger Minister für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau in Rheinland-Pfalz, wurde die Rheintalcharta der Öffentlichkeit vorgestellt, um ein gesellschaftliches Bewusstsein für die darin geforderten Entwicklungen zu wecken.

Die Bestrebungen um die Anerkennung als Welterbe wurden ebenfalls in der Charta festgehalten. So schließt die Einleitung mit dem Satz: „Daß sich seine [des Rheinischen Vereins] Bemühungen und die aktuellen Bestrebungen der Landesregierung von Rheinland-Pfalz zur Anerkennung des Mittelrheintals als Welterbe durch die UNESCO ergänzen, verdeutlicht die politische Bedeutung des Themas und die gesellschaftliche Übereinstimmung im Ziel.“⁵⁶⁹ Die Landesregierung von Rheinland-Pfalz strebte allerdings nicht wie der Verein an, das gesamte Mittelrheintal anzuerkennen, sondern nur den Bereich des Oberen Mittelrheintals zwischen Bingen/Rüdesheim und Koblenz.

Um die Charta umzusetzen, wurde eine Projektgruppe Mittelrhein im rheinland-pfälzischen Ministerium des Innern und für Sport (Mdi) eingerichtet. Zudem traten fast alle Städte und Verbandsgemeinden am Mittelrhein der Charta bei. Damit sollte gewährleistet werden, dass die Maßnahmen zur Umsetzung nicht allein auf Landesebene festgelegt werden, sondern auch lokale Interessen Berücksichtigung finden. Parallel dazu beschloss die Umweltministerkonferenz am 6. November 1997, den Welterbeantrag der Kultusministerkonferenz für die Kulturlandschaft zu unterstützen.⁵⁷⁰

⁵⁶⁷ Vgl. Burggraaff u. Kleefeld 1999.

⁵⁶⁸ Vgl. Rheinischer Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz o. J.: 1.

⁵⁶⁹ Rheinischer Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz o. J.

⁵⁷⁰ Vgl. Finkenbeiner 1998: 46.

6.2 Kritische Umwege

Die Vorbereitung des Antrags wurde 1998 dem Landesdenkmalamt von Rheinland-Pfalz übertragen.⁵⁷¹ Eine genaue geografische Abgrenzung des Welterbegebiets führte zu regen Diskussionen. Das Landesdenkmalamt schlug die Einbeziehung der beiden hessischen Städte Rüdeshheim am Rhein und Lorch im Rheingau vor. Das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst (HMWK), als eine der zuständigen Behörden für das Welterbe in Hessen, riet, die Interessenslage der beiden Gemeinden zu berücksichtigen. Nur wenn diese Interesse äußerten, sich an dem Projekt zu beteiligen, böte die Landesregierung Unterstützung mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln an.⁵⁷² Kurz wurde zudem diskutiert, ob weitere Teile des Rheingaus miteinbezogen werden sollten, da angenommen wurde, dass das Obere Mittelrheintal von dem weitgehend modernisierten Image des Rheingaus profitieren könnte. Da sich u. a. Rüdeshheim dagegen aussprach und der Rheingau sich landschaftlich und gewerblich vom Oberen Mittelrheintal unterscheidet, wurde dies schließlich abgelehnt. Da die Initiative von Rheinland-Pfalz ausging, war das Engagement in Hessen zunächst geringer. Das Land beabsichtigte laut Christine Hohmann-Dennhardt vom HMWK nicht, sich an dem Verfahren für die Beantragung zu beteiligen, und hätte zum damaligen Zeitpunkt auch keine weiteren Erhaltungsplanungen vorgesehen, die über die einschlägigen hessischen Bestimmungen und die des Bundes hinausgingen.⁵⁷³ Das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (HMWVL) formulierte seine Antwort auf dieselbe Anfrage positiver. So merkte der zuständige Referent Lothar Klemm an, dass eine Vervollständigung der Denkmaltopografie und der Landschaftsplanung ausstehe. Zudem verwies er darauf, dass die Städte Lorch und Rüdeshheim bereits an der Erstellung eines regionalen Entwicklungskonzepts, ausgehend von der rheinland-pfälzischen Seite, beteiligt waren.⁵⁷⁴

In einem weiteren Dokument wird deutlich, dass auch Reinhard Dietrich, Referent des HMWK, der Angelegenheit „relativ skeptisch gegenüber[stand], da die Erfahrungen beispielsweise der Stadt Potsdam mit der UNESCO hinsichtlich des Weltkulturerbes Sanssouci nicht gerade positiv seien“.⁵⁷⁵ Die mit der Ernennung verbundenen Restriktionen und Kontrollen würden erhebliche Eingriffe in die Zuständigkeiten der betroffenen Gemeinden nach sich ziehen. Ihm sei aus verschiedenen Kontakten, u. a. einer Besprechung in Mainz, bekannt, „daß zwar die dortige obere Landesplanungsbehörde die Anerkennung des Mittelrheintals als Weltkulturerbe im Auftrag von Ministerpräsident Beck mit ‚Euphorie‘ verfolge, jedoch die übrigen fachlich berührten

⁵⁷¹ Als ein Resultat ging folgende Publikation hervor: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz 2002.

⁵⁷² Vgl. 14/3559 HE (1998a).

⁵⁷³ Vgl. Drs 14/3559 HE (1998a).

⁵⁷⁴ Vgl. Drs 14/3559 HE (1998b).

⁵⁷⁵ Protokoll einer tel. Anfrage von Dr. Rüdiger, RLP; an das HMWVL: 26.05.1998.

Behörden seine eigene verhaltene Skepsis dem Projekt gegenüber teilten“.⁵⁷⁶ Ferner wird die Skepsis des HMWK in folgender Passage seines Berichts aufgrund des Berichtsantrags 14/3559 des Hessischen Landtags offensichtlich: „Hinsichtlich des Mittelrheintals erscheint es nicht möglich, die durch die UNESCO aufgestellten Richtlinien umzusetzen. In einer vorrangig durch dichte Besiedelung, Verkehr, Gewerbe und Landwirtschaft geprägten Landschaft und einem Gebiet des Umfangs, wie es ‚das Mittelrheintal‘ darstellt, ist die Zahl der ständig zu erwartenden Veränderungen und Eingriffe in den Landschaftsverband so zahlreich und umfassend, daß es keine Regiemodelle gibt oder auch geben kann, die Landschaft im Sinne der Richtlinien der UNESCO zu organisieren.“⁵⁷⁷ Während das HMWK der Auffassung war, diese Richtlinien seien vor allem auf eine statische Bewahrung und damit eine Unveränderlichkeit des natürlichen, kulturellen und künstlerischen Bestandes ausgerichtet, vertrat das HMWVL wiederum eine abweichende Meinung: „[H]insichtlich des Mittelrheintals erscheint es möglich, die durch die UNESCO aufgestellten Richtlinien umzusetzen. [...] Im Rahmen eines regionalen Entwicklungskonzepts ist die Balance zwischen Schutz- und Erhaltungsmaßnahmen und den erforderlichen Entwicklungsaktivitäten der Region herzustellen.“⁵⁷⁸

Deutlich treten hier die Unstimmigkeiten zu dem Verständnis und der Umsetzung der Welterbeidee innerhalb der hessischen Landespolitik hervor. Während das HMWK dem Vorhaben sehr distanziert gegenüberstand und die mit dem Titel verbundenen Verpflichtungen als Entwicklungshemmnis ansah, treten in den Antworten des HMWVL ein gegenteiliges Interesse und Engagement zutage. Das HMWVL deutete die Anforderungen der UNESCO unterschiedlich und stellte auch die Chancen des Titels für die Region heraus. Auf Anraten des für die Landesentwicklung zuständigen HMWVL wurde der Antrag unterstützt und versucht, das HMWK, welches für die Welterbeanträge in Hessen zuständig ist, umzustimmen.⁵⁷⁹ In einem hausinternen Schreiben des HMWVL vom 15. April 1998 wurde geäußert, dass der von Hohmann-Dennhardt abgefasste Berichtsantrag sachlich nicht gerechtfertigt sei und auch nicht der Auffassung der Landesregierung entspräche. Er sei ungewöhnlich ablehnend, die Chancen der Anerkennung des Mittelrheintals als Weltkulturerbe seien ungenügend und zu negativ abgefasst und so bedürfe der Bericht einer Überarbeitung. Zudem wurden eine Überprüfung und eine Verständigung mit der rheinland-pfälzischen Landesregierung gefordert.⁵⁸⁰ Der damalige hessische Ministerpräsident Hans Eichel äußerte sich laut des HMWVL positiv über die Bemühungen der Antragsteller. Besonders aus Sicht der Landesentwicklung und der

⁵⁷⁶ Protokoll einer tel. Anfrage von Dr. Rüdiger, RLP; an das HMWVL: 26.05.1998.

⁵⁷⁷ Vgl. Drs 14/3559 HE (1998a).

⁵⁷⁸ Drs 14/3559 HE (1998b).

⁵⁷⁹ Vgl. Drs 14/3949 HE (1998).

⁵⁸⁰ Vgl. Drs 14/3559 HE (1998c).

Tourismusförderung „wäre die durch eine UNESCO-Anerkennung hervorgehobene Betonung der historischen, kunsthistorischen und naturgeschichtlichen Bedeutung dieser Landschaft durchaus wünschenswert und förderungswürdig“.⁵⁸¹ Eichel betonte dabei den Mehrwert der Auszeichnung mit folgenden Worten: „Angesichts einer derart möglichen weiteren Image-Aufwertung des Rheintals ist die Frage weniger wichtig, ob damit ein wirksamer zusätzlicher Schutzstatus für die Landschaft verbunden wäre.“⁵⁸²

In der teilweise offen konträr geführten Diskussion der beteiligten Politiker wird deutlich, inwiefern Politikbereiche ein gesellschaftliches Machtfeld darstellen, das soziale Prozesse beeinflusst. Nicht nur seitens eines Teils der hessischen Landesregierung bestanden Unsicherheit und Zweifel gegenüber dem Antrag. Die Widersprüche innerhalb der hessischen Ministerien spiegeln das ambivalente Bild in der Bevölkerung wider. Auch für die Bewohner schienen das Konzept und die Bedeutung des Titels nicht immer nachvollziehbar. So schrieb der rheinland-pfälzische Politiker Roland Härtel 2003: „Es ist noch gar nicht so lange her, dass wir im Mittelrheintal Transparente sehen konnten mit dem Slogan ‚Die Welt erbt, wir werden enterbt‘“.⁵⁸³ Dieser Ausspruch zeigt die Befürchtung in der Bevölkerung, durch die internationale Anerkennung lokale Kompetenzen zu verlieren sowie Einschränkungen aufgrund neuer gesetzlicher Vorschriften zu erfahren. Auch in einem internen Brief des MdI Rheinland-Pfalz werden Aufkleber mit diesem Slogan erwähnt.⁵⁸⁴ Zudem erschien im Juni 1998 im Wiesbadener Tagblatt ein Artikel mit dem Titel „Auch Abrißwürdiges soll erhalten bleiben“. In dem Artikel wird behauptet, dass mit der Anerkennung als Welterbe eine Veränderungssperre verbunden sei, die selbst die Beseitigung abrißwürdiger Gebäude schwer möglich mache.⁵⁸⁵ Solche Äußerungen zeigen, dass der Welterbetitel im öffentlichen Diskurs noch immer stark mit einer konservativen Denkmalpflege verknüpft und somit als dichotomisierend und konflikthaft für die Regionalentwicklung angesehen wurde. Da im Oberen Mittelrheintal ein hoher Veränderungsdruck bestand, verstärkte sich das Spannungsgefüge.

Die Angst, dass der Welterbetitel eine „lebende Stadt“ ohne Rücksicht auf die Bewohner als Kulisse fixiert, beschreibt auch Christoph Köck am Beispiel Quedlinburgs.⁵⁸⁶ Mit dem Schlagwort Musealisierung lässt sich die Angst um die befürchtete Konservierung der Landschaft begrifflich fassen.⁵⁸⁷ In der Museologie wird der Terminus verwendet, um den Funktionswandel zu beschreiben, den ein Gegenstand erfährt, wenn er aus seinen vorherigen funktionalen,

⁵⁸¹ Drs 14/3559 HE (1998c).

⁵⁸² Drs 14/3559 HE (1998c).

⁵⁸³ Härtel 2004: 140.

⁵⁸⁴ Vgl. Olschowy 1999.

⁵⁸⁵ Wiesbadener Tagblatt 25.6.1998.

⁵⁸⁶ Köck 1998: 208.

⁵⁸⁷ Vgl. Overdick 1999: 1–40.

räumlichen, sozialen, und zeitgeschichtlichen Zusammenhängen herausgenommen wird, um ausgestellt zu werden. Das heißt, Musealisierung beschreibt die Verwandlung eines (alltäglichen) Gebrauchsgegenstands zum Zeugnis und Anschauungsobjekt. Im Oberen Mittelrheintal wurde dabei befürchtet, dass der Lebensraum für solche Zwecke konserviert und eine weitere Entwicklung unmöglich gemacht würde. Auch die Angst vor einer Historisierung oder Inszenierung der Ortschaften bzw. bestimmter Aspekte der materiellen wie immateriellen Umwelt gehörte dazu. Das Obere Mittelrheintal würde zum Museum erstarren, weshalb der Begriff der Käseglocke Verwendung fand.⁵⁸⁸

Bei der Umwandlung des Oberen Mittelrheintals zum Welterbe, also der Heritage-ifizierung, kann jedoch nur bedingt von einer Musealisierung gesprochen werden. Der Status soll zwar dazu beitragen, dass die Kulturlandschaft, die zugleich Lebensraum ist, erhalten bleibt, jedoch beinhaltet dies auch die Fortentwicklung unter der Berücksichtigung der Ansprüche der jeweiligen Bewohner. Der Umgang und die Nutzung der Landschaft haben sich gewandelt. So kann es bei einer Landschaft wie dem Mittelrheintal nicht mehr bedingungslos darum gehen, „traditionelle Formen der Landnutzung“ oder ein „überliefertes Wissen einer Kulturgemeinschaft“ zu erhalten.⁵⁸⁹ Würden, so Bausinger, die alten, „ursprünglichen“ Formen übernommen, hieße das nicht, dass auch die alten Sinnbezüge und Gehalte vollständig erhalten blieben. Wichtiger ist es daher, Neuformulierungen und Wandlungen zuzulassen und deren Zusammenhänge und Hintergründe zu erfassen und zu verstehen.⁵⁹⁰ Vorherige Generationen hatten einen anderen Bezug zum Rhein, den Weinbergen und Denkmälern als die jetzt dort lebende Bevölkerung. Dieselbe Landschaft erfährt heute eine andere Bedeutungszuschreibung, andere Nutzungsformen und Ausgestaltungen. Charakteristische Elemente dienen allerdings als kontinuierliche Identitätsstifter und Symbol und sollen daher in ihrer visuellen Integrität erhalten bleiben. Die Auszeichnung der Kulturlandschaft als Welterbe soll jedoch nichts Festschreibendes sein. Vielmehr stellt sie eine Veränderung und Entwicklung dar, die aufgrund gegenwärtiger Bedürfnisse veranlasst wurde und der Gefahr des Wirklichkeitsverlusts und des Stagnierens entgegenzutreten soll. Erneut kann hier ein Bezug zum Folklorismus, der kulturelle Phänomene nach gegenwärtigen Maßstäben und Neigungen umwertet, hergestellt werden. Mit der Betonung und Hervorhebung bestimmter kultureller Leistungen bzw. der Gestaltung der Landschaft, wie es im Folklorismus, aber auch im Prozess der Welterbebenennung geschieht, werden Besonderheiten betont und zum Teil mit neuer Bedeutung versehen.⁵⁹¹ Gegenstände, Umgangsformen und eben

⁵⁸⁸ Härtel 2004:140.

⁵⁸⁹ UNESCO-Kommissionen Deutschlands, Luxemburgs, Österreichs und der Schweiz 2009: 115f.

⁵⁹⁰ Bausinger 1961: 109.

⁵⁹¹ Vgl. Bringéus 1982: 69–72.

auch Kulturlandschaften müssen daher in ihrem zeitlichen Kontext respektive ihrer Geschichtlichkeit betrachtet werden, zu der ihre dynamische Wandelbarkeit und Umnutzung gehören. Das Maß, in dem sich die Landschaft ändert oder verändern soll, hängt zum einen von gegenwärtigen Gestaltungsmerkmalen und Bedürfnissen der Einwohner, Eigentümer oder Nutzer ab. Zum anderen soll die von der UNESCO zugeschriebene Bedeutung als Fundament künftiger Entwicklungen dienen.⁵⁹² Die Welterbewertung kann hier – ähnlich wie der Folklorismus – als ein „soziales Phänomen“ angesehen werden, bei dem Kulturleistungen fortentwickelt werden.⁵⁹³ Der Status als Welterbe ist also keineswegs mit der oft polemisch vorgebrachten Musealisierung oder Käseglocke gleichzusetzen, sondern lässt Weiterentwicklung zu bzw. fordert diese sogar explizit.⁵⁹⁴ Des Weiteren muss angemerkt werden, dass sich die Auflagen in Verbindung mit dem Titel nicht erhöhen. Diese sind abhängig von den bereits bestehenden Rechtsvorschriften (vgl. Kap. 6.4).⁵⁹⁵ Richtig ist vielmehr, dass sich aufgrund der UNESCO-Anerkennung teilweise die Nutzungsansprüche ändern, sodass die Vorschriften verschärft bzw. neu diskutiert werden müssen.

Auf die dynamische Dimension im Kulturlandschaftsverständnis der UNESCO macht Robert de Jong, der als ICOMOS-Entsandter für die Evaluierung des Oberen Mittelrheintals im Rahmen des Aufnahmeantrags zuständig war, wiederholt aufmerksam. So schreibt er, „der Begriff lautet ‚Kulturlandschaft‘, nicht ‚historische Kulturlandschaft‘. Der Begriff ‚historische Kulturlandschaft‘ widerspricht einer lebendigen, sich organisch entwickelnden Landschaft [...]. Das Mittelrheintal wird als ‚organically evolved landscape‘ betrachtet“. Dem hinzu fügt er, dass „die Verwaltung einer ‚continuing landscape‘ eher eine gute Raumordnung als die Hantierung starr werdender Schutzmaßnahmen beinhaltet.“⁵⁹⁶ Starre Schutzmaßnahmen könnten, so de Jong, zum Übergang in eine „relict landscape“ führen. Die Auswirkungen der Heritage-Industrie, die Sucht nach Musealisierung und das Bedürfnis nach Ästhetisierung in großen Teilen der westlichen und sich verwestlichenden Welt, meint de Jong, können diese Ansichten verstärken und beschleunigen.⁵⁹⁷ Aus gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Sicht ist es jedoch weder wünschenswert noch möglich, aus Kulturlandschaften ausschließlich Museen zu machen.⁵⁹⁸ Gerndt hat diese Unerwünschtheit treffend formuliert: „Von Zeit zu Zeit [brauchen wir] eine Entlastung von Denkmälern, von zuviel Geschichte, einfach, um Luft zum Leben zu haben. In

⁵⁹² Vgl. de Jong 2002: 11.

⁵⁹³ Bausinger 1969: 29.

⁵⁹⁴ Vgl. Meier u. Will 2005: 6.

⁵⁹⁵ Vgl. dazu z. B. auch §1 (5) und § 34 des Baugesetzbuches: Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz u. juris GmbH 2015.

⁵⁹⁶ de Jong 2002: 11.

⁵⁹⁷ Vgl. de Jong 2002: 11.

⁵⁹⁸ Vgl. de Jong 2002: 12f.

einer zum Denkmal erstarrten Wirklichkeit müsste das Leben verdorren“.⁵⁹⁹ Für de Jong hat eine Kulturlandschaft eine eigene Biografie. Und wenn eine Landschaft zum Kulturerbe ernannt wird, hat dies Folgen für die Biografie der Landschaft. Anstatt zu einem Bruch zu führen, kann die Biografie sinnvoll und schlüssig fortgesetzt und weiterentwickelt werden. Ein mit der Welterbeanerkennung verbundener Managementplan bilde dafür die Grammatik und Sprache.⁶⁰⁰

Auch der rheinland-pfälzischen Landesregierung war die kritische Haltung von Teilen der Öffentlichkeit gegenüber der UNESCO-Nominierung bekannt. In dem bereits erwähnten internen Brief vom 15. Juni 1999 wird jedoch angemerkt, dass diese kritische Einschätzung nicht den Tatsachen entspräche.⁶⁰¹ Ministerialrat Roland Olschowy äußert darin, dass im Oberen Mittelrheintal eben nicht wie in einem Museum nur der bestehende Zustand festgeschrieben werden solle, sondern das Tal durchaus im Sinne der und in Übereinstimmung mit den UNESCO-Richtlinien als sogenannte „Fortbestehende Landschaft“ mit einer nachhaltigen Entwicklung des Lebens- und Wirtschaftsraumes gefördert werden solle. Die Begriffsbildung „nachhaltige Entwicklung“ soll dabei einem dominanten Entwicklungsbegriff entgegenstehen und u. a. die Bewahrung konzeptionell damit verbinden. Insbesondere die von den regionalen Planungsgemeinschaften erarbeiteten Raumnutzungskonzepte würden Möglichkeiten einer ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung aufzeigen. In der Praxis wurden in der globalen Auszeichnung demnach nicht nur veränderte Regulierungsmechanismen und damit verbundene Unsicherheiten gesehen, sondern auch neue Handlungsspielräume.⁶⁰²

6.3 Zwischen Emotion, Informationsmaßnahmen und Imagebildung

An den kontroversen Wahrnehmungen wird deutlich, dass der Welterbetitel in der Kulturlandschaft auf ein komplexes bestehendes Wertesystem und ungleiche Erwartungshaltungen traf, basierend auf unterschiedlichen Informationsständen. Die vorgetragenen Bedenken zeigen, dass seitens der politischen Akteure eine verstärkte Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden musste, um die öffentliche Wahrnehmung zu beeinflussen. Da einer Antragstellung zu einem Welterbe nicht nur im Oberen Mittelrheintal oft langjährige, teilweise kontroverse Diskussionen mit der Bevölkerung und einzelnen Interessengruppen vorausgehen, verfasste die UNESCO Statuten über die Partizipation und Einbindung der Bevölkerung in die Nominierungs- und Managementprozesse. Gerade die Aufnahme der Kategorie der Kulturlandschaften erforderte diese Notwendigkeit neben weiteren konzeptionellen Folgen, die in den

⁵⁹⁹ Zit. n. Köck 1998: 208.

⁶⁰⁰ de Jong 2002: 11.

⁶⁰¹ Olschowy 1999.

⁶⁰² Rhein-Hunsrück-Zeitung 14.12.2000.

Operativen Richtlinien zur Durchführung des Übereinkommens zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt (Operational Guidelines) festgehalten sind. Da es sich bei Kulturlandschaften um belebte und sich verändernde Stätten handelt, sollen nicht nur politische Akteure Entscheidungen mit Auswirkungen auf die Bevölkerung treffen, sondern diese auch selbst mitwirken. Dementsprechend heißt es im § 14 der Operational Guidelines „Participation of local people in the nomination process is essential to make them feel a shared responsibility with the State Party in the maintenance of the site.“⁶⁰³

Bereits in den 1980er-Jahren setzte unter dem Schlagwort „New Public Management“ eine Diskussion über die Reform der öffentlichen Verwaltung ein, die auf ein kunden- und bürgerorientiertes Verwaltungsmanagement durch flache Hierarchien zielte. Diese Form der politischen Steuerung des dynamischen Gefüges zwischen Staat, Markt und Zivilgesellschaft wird unter dem unscharfen Begriff der Governance verhandelt. Dabei gibt der Staat nicht ohne Rückkopplung mit den relevanten Akteuren Vorgaben, sondern reagiert auf den Markt und die Zivilgesellschaft – handelt also nachfrageorientiert. Die öffentliche Politik und deren Akzeptanz ist somit selbst von Entwicklungen und Umbrüchen in der Gesellschaft abhängig, welche sie mitgestaltet, zu beeinflussen, zu verstärken oder auch abzuschwächen vermag. Mit diesem kommunikationsorientierten Politikansatz sollen Widersprüche zwischen Staat und Gesellschaft oder allgemeiner zwischen Regierenden und Regierten hinterfragt werden. Dazu werden die gesellschaftlichen Regierungsprozesse und die verschiedenen Akteure der überlokalen (regionalen, nationalen und internationalen) Makroebene und der lokalen Mikroebene, deren Beziehungen und Handlungen aus diversen Perspektiven untersucht. Auch die gegenseitigen Einflüsse und die Interessenslagen auf den verschiedenen Ebenen werden betrachtet. Die Ethnologen Julia Eckert, Andrea Behrends und Andreas Dafinger beschreiben den Begriff der Governance als einen „Prozess der Regulation und Verteilung von Ressourcen und Rechten auf der Basis von verschiedenen Kategorien der Inklusion und Exklusion, in die verschiedene staatliche und nicht-staatliche AkteurInnen involviert sind“.⁶⁰⁴ Auch die Handlungsweise der UNESCO verweist auf eine Einbeziehung verschiedener Ebenen von Staat und Gesellschaft.⁶⁰⁵ In verschiedenen Disziplinen werden solche Prozesse der Einflussnahme und des daraus resultierenden Verlaufs von Entscheidungsprozessen als *bottom-up* bzw. *top-down* bezeichnet. Top-down bedeutet dabei, dass eine ausführende Person autoritär Entscheidungen trifft, die untergeordnete Ebenen betreffen. Der Bottom-up-Ansatz hingegen setzt am anderen Ende an. Er bezieht eine größere Anzahl von Personen ein, die sich gemeinsam einsetzen und die

⁶⁰³ Intergovernmental Committee for the protection of the world cultural and natural heritage 1997: 4.

⁶⁰⁴ Zit. nach Schweitzer 2012: 7; vgl. Eckert; Behrends u. Dafinger 2003: 20.

⁶⁰⁵ Vgl. Schweitzer 2012: 3.

gemeinsam eine Entscheidungsgrundlage ausarbeiten. Beide Ansätze können situationsabhängig Vorteile bringen. Entscheidungen auf oberer Ebene können schneller und effizienter umgesetzt werden. Zudem können höhergestellte Akteure auf der internationalen Ebene z. B. über vielfältigere Kontakte, Weitsicht und einen objektiveren Blick verfügen. Der Ansatz von unten hat jedoch den entscheidenden Vorteil, dass die Bevölkerung und damit die von einer Entscheidung direkt Betroffenen nicht übergangen, sondern in den Prozess einbezogen werden. Denn das Gefühl „von oben“ fremdbestimmt zu werden, kann unabhängig von der Frage, ob die Regulierung angemessen erscheint, zu einer Nichtakzeptanz und generell zu Unzufriedenheit führen. So bietet der Bottom-up-Ansatz die Möglichkeit der Partizipation und die Möglichkeit auf die Bedürfnisse von unten, der Bevölkerung, zu reagieren.

Auch wenn die UNESCO im Antragsverfahren letztlich die abschließende Entscheidung trifft, arbeitet sie nicht nur top-down, da sie bei der Nominierung Interessenvertreter der verschiedenen Staaten und Regionen einbezieht. Vielmehr geht ein Antragsverfahren von der regionalen Ebene aus und wird über ein nationales Komitee international verhandelt. Zudem möchte die UNESCO eine größtmögliche Nachvollziehbarkeit der Beschlüsse und Handlungen auf den verschiedenen Ebenen schaffen. Dementsprechend fordert sie neben der Einbeziehung regionaler Akteure und fachwissenschaftlicher Gremien wie z. B. der Denkmalpflege und Landesplanung Transparenz für die Bevölkerung. Dazu zählt die Offenlegung der Verfahren und der stattfindenden Diskussionen als Voraussetzung für die erfolgreiche Durchführung eines Anerkennungsprozesses. Die durch die neuen Medien ermöglichten Wege helfen dabei, die Vorgänge und Bedingungen der UNESCO oder wie Brumann sagt das „Welterbe-Institutionengeflecht“ nachzuvollziehen.⁶⁰⁶ So können im Internet Nominierungsunterlagen, Evaluierungen, die vom World Heritage Centre und den advisory bodies erarbeiteten Beschlussvorlagen, die tatsächlichen Entscheidungen und Sitzungsprotokolle abgerufen werden.⁶⁰⁷ Es ist jedoch fraglich, ob diese abstrakten, komplizierten Dokumente das Wissens- und Informationsbedürfnis der Bevölkerung stillen und deren Fragen praxisrelevant beantworten. Um den Ansprüchen der UNESCO gerecht zu werden und breite Teile der Bevölkerung mit dem Antrag vertraut zu machen, ist daher eine weitergehende Informationsarbeit essenziell.

Im Oberen Mittelrheintal war für diese von der UNESCO und von politischer Seite gewollte Öffentlichkeitsarbeit der gemeinnützige Verein Forum Mittelrheintal e. V. verantwortlich, der im Oktober 1997 kurz vor der Rheintal-Konferenz gegründet wurde. Dies zeigt, wie innerhalb eines Heritage-Regimes Akteure und Institutionen in neuen Positionen auftreten, neue regionale

⁶⁰⁶ Brumann 2011: 25.

⁶⁰⁷ Vgl. UNESCO World Heritage Centre 2016a; für das Obere Mittelrheintal siehe: UNESCO World Heritage Centre 2015.

Rollen geschaffen und neue Verantwortlichkeiten diskutiert werden und damit zur Welterberwerbung beigetragen wird. Mitglieder des Forum Mittelrheintal e. V. wurden die Landesregierungen Hessen und Rheinland-Pfalz, alle betroffenen Landkreise, Städte und Gemeinden, lokale Akteure aus Politik und Wirtschaft, Umwelt-, Denkmalschutz- und Kulturverbänden sowie engagierte Bürger, die sich mit dem Thema auseinandersetzten und das Projekt fördern wollten. Wesentlicher Handlungsschwerpunkt war dabei Bildungs-, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit für das Anerkennungsverfahren zu betreiben und die lokale Bevölkerung in den Nominierungsprozess zu integrieren. Mit diesem Vorgehen und den dazugehörigen Moderations- und Beteiligungsverfahren sollte zum einen die gemeinsame Identität des Tals herausgestellt werden, zum anderen aber auch dessen Bedeutung für die Identität der Bewohner bewusst gemacht werden. Über verschiedene Aktionen sollten lokale Partikularinteressen koordiniert bzw. überwunden und gemeinsame Projekte von regionalen und kommunalen Akteuren umgesetzt werden.⁶⁰⁸ Wie die Bezeichnung als Forum schon impliziert, sollte der Verein neben der Bereitstellung von Informationen auch Meinungen, Ideen und Vorstellungen sowie Probleme und Vorbehalte aus der Region aufnehmen und diskutieren. Er verstand sich quasi als lobbyistische „Erbengemeinschaft“, die zum Interessenausgleich und zur Kompromissbereitschaft beitragen sollte. Unter dem Motto „Eine Region besinnt sich auf gemeinsame Stärken: Der Mittelrhein – Ein Stück Weltkultur“ oder „Es ist Ihr Erbe – Es liegt in Ihren Händen“ sollten die regionale Identität im Mittelrheintal gestärkt, die Werte der Kulturlandschaft bewusst gemacht und der Erhalt und die Weiterentwicklung der raumprägenden Kulturlandschaft verwirklicht werden.⁶⁰⁹ Diese Mottos sollten dabei als ein „äußeres Zeichen einer regionalen Identität und gemeinsamen Handelns“ gesehen werden und einen Teil der Selbstorganisation der Akteure im Mittelrheintal zeigen.⁶¹⁰

Ferner war der Rheinische Verein ein Multiplikator, der das politische Anliegen der Welterberwerbung der Bevölkerung näherbringen sollte, indem er z. B. in Form von Ausstellungen das kulturelle Erbe im Oberen Mittelrheintal hervorhob. Eine besonders bevölkerungsnahe Ausstellung beschäftigte sich dabei mit den Vereinen in der Region.⁶¹¹

⁶⁰⁸ In verschiedenen Kreisen und Kommunen begannen zudem eigene Initiativen zur Regionalentwicklung, wie im Rheingau-Taunus-Kreis. Hier organisierte das Amt für Regionalentwicklung, Landschaftspflege und Landwirtschaft in Limburg 1996 einen Workshop unter dem Leitmotiv „Eine Region im Aufbruch“.

⁶⁰⁹ Rönneper 2012.

⁶¹⁰ Rheinischer Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz 1999: 15. Nach der Auszeichnung als Welterbe wurde der Verein Forum Mittelrheintal e. V. von der Deutschen UNESCO-Kommission e. V. als UNESCO-Club anerkannt. Während die UNESCO-Kommissionen als konstitutionelle Partner das jeweils nationale Organ der UNESCO in einem Mitgliedstaat darstellen, ergänzen die Clubs als institutionelle Kooperationspartner die Arbeit an der Basis. Ihr Ziel ist es, die Ideale der UNESCO im Bewusstsein der Bevölkerung über Publikationen, Veranstaltungen oder Ausstellungen zu verbreiten. Nach der Anerkennung sowie der Gründung des Zweckverbands (s. u.) förderte und koordinierte das Forum das ehrenamtliche Engagement der Bürger für das UNESCO-Welterbe. Die Aktivitäten wurden jedoch immer weniger und schließlich im Jahr 2012 vollständig eingestellt.

⁶¹¹ Vgl. DUK 2007b.

Auch in der bereits erwähnten Drucksache 14/3559 der hessischen Ministerien wird nach der Beachtung des in den UNESCO-Richtlinien festgehaltenen § 14 und der „Beteiligung der Bevölkerung an dem Anerkennungsverfahren“ gefragt. Das HMWK merkte an, dass die Organisation der Bevölkerungsbeteiligung dem Land Rheinland-Pfalz überlassen sei, da es dort bereits gesellschaftliche Organisationen zu diesem Zweck gäbe. Das HMWVL wies jedoch darauf hin, dass im Rahmen der Erarbeitung des regionalen Entwicklungskonzepts Mittelrheintal bereits weitestgehend alle regionalen gesellschaftlichen Organisationen auch auf hessischer Seite eingebunden seien.⁶¹²

Da die UNESCO in der Bevölkerung zwar von ihrem Namen her bekannt war, ihre Ziele jedoch weniger, schien es zudem wichtig, allgemeine Ziele und Inhalte der Welterbekonvention zu erklären und der Bevölkerung näher zu bringen. Aus diesem Grund initiierten der Regierungsbeauftragte für das Welterbe in Rheinland-Pfalz sowie das Forum, vertreten durch Heino Rönneper, im Januar 2001 die Veranstaltungsreihe „Basis-Informationen“ zum Welterbeantrag. Beteiligt waren zudem der ehemalige stellvertretende Generaldirektor der UNESCO, Bernd von Droste zu Hülshoff, und die jeweiligen Bürgermeister der Orte, an denen die Veranstaltungen abgehalten wurden. Im Rahmen der Veranstaltungen ging es darum, Informationen über Antrags-Modalitäten und über Erwartungen und Chancen, die man sich von dem Projekt erhoffte, den Bürgern der Region zu vermitteln. Um einen lokalen Deutungsrahmen zu bedienen, wurden bei den Veranstaltungen auch ortsspezifischere und lokal erfahrbare Themen diskutiert als in der schriftlichen Repräsentation. Ein lokales Thema, das nur in Rüdesheim angesprochen wurde, war die wieder aufgegriffene Diskussion um die Grenzziehung. Die nicht widerstandsfreie Beteiligung im Anerkennungsverfahren wird auch daran deutlich, dass diese Veranstaltung laut Wiesbadener Kurier die schlecht besuchteste in der Reihe war und es sich bei den Besuchern besonders um Regionalpolitiker gehandelt habe.⁶¹³

Die Neue Binger Zeitung schrieb über die Veranstaltungsreihe „Staatssekretär Hoffmann-Götting [sic!] wirbt massiv für den Status ‚Weltkulturerbe Mittelrheintal‘“.⁶¹⁴ Auch die Rheinzeitung berichtete unter der Überschrift „Fürs ‚Welterbe‘ trommeln“ über die Reihe, die sie auch als „Polit- und Kultur-Tour“ bezeichnete. Der Journalist bemerkt kritisch, dass mit den Veranstaltungen mehr die Bedürfnisse der Politiker befriedigt werden sollten als die der Bevölkerung, da diese Unterrichtung „gebotene Voraussetzung für die positive Bescheidung der Angelegenheit durch das Welterbe-Komitee“ sei.⁶¹⁵

⁶¹² Vgl. Drs 14/3559 HE (1998b). Um weitere Diskussionen des Schreibens zur politischen Beteiligung im gesellschaftlichen Bereich zu verfolgen siehe: Drs 15/336 HE (1999).

⁶¹³ Wiesbadener Tagblatt 09.03.2001.

⁶¹⁴ Neue Binger Zeitung 31.01.2001.

⁶¹⁵ Rheinzeitung 26.01.2001b.

Mittels der Veranstaltungen sollte ein positives Image des Welterbeprojekts gefördert werden, im Bestreben, die Voraussetzungen zur Anerkennung als Welterbe zu erfüllen. Die Bewohner sollten für das Prädikat sensibilisiert werden und eine stärkere Akzeptanz des Anliegens der Politiker in der Bevölkerung erreicht werden. In der Rheinzeitung werden diese Intentionen folgendermaßen wiedergegeben: „[N]ur eine von breitesten Bevölkerungsschichten getragene Initiative kann bei der UNESCO untermauern, dass der Antrag nicht aufgepfropftes Bemühen einiger Weniger ist, sondern ein von der ganzen Bürgerschaft der Region nachhaltig unterstütztes Bemühen“.⁶¹⁶ Auf den Informationsveranstaltungen hatten die Bürger die Chance, auch kritische Anmerkungen und Anregungen sowie ihre Bedürfnisse und Vorstellungen an die Antragsteller zu richten. So betonte Hoffman-Göttig bei der Durchführung in Koblenz, dass die UNESCO keine Kopfgeburt erwarte, sondern ein Projekt, dass von den Betroffenen gewünscht wird.⁶¹⁷

Die Veranstaltungen sollten deutlich machen, dass das Ziel der Welterbbewerbung nicht ist, das „Mittelrheintal in der bestehenden Form zu konservieren, sondern weiter zu entwickeln, dabei aber den ursprünglichen Charakter der Kulturlandschaft zu erhalten und anderen zugänglich zu machen.“⁶¹⁸ So solle die lebendige Kulturlandschaft nicht in ihrer allgemeinen Entwicklung zurückgeworfen werden, sondern – im Gegenteil – der in den vergangenen Jahrzehnten negativ verlaufende Trend bezüglich Wirtschaftskraft, Tourismus und Abwanderung durch das Prädikat eine Trendwende erfahren.⁶¹⁹ Hoffmann-Göttig benennt in der Rheinzeitung vom 27. Januar 2001 das Welterbeanerkennungsverfahren als „Weg, um aus dem Mittelrheintal wieder eine aufstrebende Region zu machen“.⁶²⁰ Auch auf der Veranstaltung in Lorch wurde unterstrichen, dass eine Aufnahme in die Liste der UNESCO nicht die Schaffung eines „überdimensionalen Freilichtmuseums“ bedeute. Einen Eingriff in die kommunale Planungshoheit werde es nicht geben, versicherte von Droste zu Hülshoff.⁶²¹ Auf der Informationsveranstaltung in St. Goarshausen machte Rönneper deutlich, dass es keine Planungshoheit und die gefürchtete Käseglocke gäbe, sondern über das Forum die Kooperation mit den Gemeinden gesucht würde.⁶²² Zudem wurde beteuert, dass sich die UNESCO darauf verlasse, dass „die betroffenen Bürgerinnen und Bürger entsprechend den Formulierungen des Komittes [sic!] die Entwicklung vorantreiben.“⁶²³ Von Droste zu Hülshoff wies zudem in Rüdesheim, vor dem Hintergrund, dass die

⁶¹⁶ Rheinzeitung 26.01.2001a.

⁶¹⁷ Vgl. Nachrichtenagentur DDP 08.03.2001.

⁶¹⁸ Neue Binger Zeitung 31.01.2001.

⁶¹⁹ Rheinzeitung 07.03.2001.

⁶²⁰ Rheinzeitung 27.01.2001

⁶²¹ Wiesbadener Tagblatt 05.03.2001.

⁶²² Rheinzeitung 02.02.2001.

⁶²³ Neue Binger Zeitung 31.01.2001.

dortigen Stadtverordneten dem Welterbeantrag zu Beginn skeptisch gegenüber gestanden hätten, noch einmal darauf hin, dass die Anerkennung als „Weltgemeinschaftserbe“ keine neuen gesetzlichen Regelungen schaffe und die Region keine Angst vor Fremdbestimmung zu haben brauche. Das Prädikat würde keine Beschränkungen, gesetzlichen Auflagen oder rechtlichen Konsequenzen mit sich bringen und die Kommunen würden ihre Planungshoheit behalten.⁶²⁴ Die UNESCO bedinge kein neues Recht, was in der „fast überreglementierten Region“ auch gar nicht nötig sei.⁶²⁵ Die Region solle sich nach der Anerkennung durch die Weltorganisation lediglich ethisch verpflichtet fühlen, sensibel mit der Landschaft, ihren kulturellen Ressourcen, den Denkmälern und dem Tourismus umzugehen.⁶²⁶ Die vorhandenen Instrumente des Denkmalschutzes und die Normen anderer Behörden reichten für die Erreichung dieses Zieles aus.⁶²⁷ In einem weiteren Artikel wird ferner darauf hingewiesen, dass der Staatssekretär sehr deutlich anmerkte, dass man als Weltkulturerbe auch mit einem stärkeren Fluss von Fördermitteln seitens des Bundes und des Landes rechnen dürfe.⁶²⁸

Die Berichterstattung in der lokalen Presse unterstützte trotz einzelner kritischer Stimmen das Projekt Welterbewertung und hob die vermeintlichen Vorteile für die Region hervor.⁶²⁹ Die Bevölkerung wird dabei als Basis für die Zielerreichung gesehen. So heißt es in einem weiteren Artikel der Rheinzeitung: „Die seit vielen Jahren laufenden Bemühungen, das – geographisch gesehen – obere Mittelrheintal, [...], in die UNESCO-Welterbeliste für Kulturlandschaften aufnehmen zu lassen, haben jetzt die Basis erreicht“.⁶³⁰ Die neue Binger Zeitung äußert sich folgendermaßen: „Die Bevölkerung soll über das Vorhaben informiert werden. Informiert oder besser noch eingeschworen auf das Weltkulturerbe – wenn eine Bewertung an dieser Stelle erlaubt ist – denn alle Referenten stellten die positiven Impulse, die die Anerkennung des Status ‚Weltkulturerbe‘ bringen würde, heraus.“⁶³¹

Fraglich ist, ob die Veranstaltungsreihe die richtige Form war, um eine Partizipation der Bevölkerung sicherzustellen. Auf Basis der untersuchten Artikel kann geschlussfolgert werden, dass nicht wirklich von einem bottom-up Prozess gesprochen werden kann, da diese Form der Veranstaltung nur einen kleinen Teil der Bevölkerung erreicht hat. Durch die mediale Berichterstattung wurde der Kreis zwar erweitert, jedoch war da eine direkte Partizipation von vornherein ausgeschlossen. Ziel der Veranstaltungen scheint vielmehr gewesen zu sein, für

⁶²⁴ Neue Binger Zeitung 31.01.2001.

⁶²⁵ Wiesbadener Kurier 09.03.2001.

⁶²⁶ Wiesbadener Tagblatt 09.03.2001.

⁶²⁷ Rheinzeitung, Ausgabe Koblenz 07.03.2001.

⁶²⁸ Neue Binger Zeitung 31.01.2001.

⁶²⁹ Weitere Ziele unter: Wiesbadener Kurier 26.01.2001; Rheinzeitung 02.02.2001; Rheinzeitung 22.02.2001; Rheinzeitung 24.2.2001.

⁶³⁰ Rheinzeitung 26.01.2001a.

⁶³¹ Neue Binger Zeitung 31.01.2001.

Zustimmung für das Welterbe zu werben und eigene Ziele zu kommunizieren. Bezug nehmend auf den Kommunikationswissenschaftler Albert Oeckl ist Öffentlichkeitsarbeit „das bewußte, geplante und dauernde Bemühen, gegenseitiges Verständnis und Vertrauen in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen.“⁶³² Diese Definition entspricht zwar der Intention, die die Initiatoren der Welterbeanerkennung gegenüber der Bevölkerung hatten, kritisiert werden kann jedoch ihr stark normativer Charakter. Wie das Beispiel zeigt, strebt Öffentlichkeitsarbeit in der Praxis weniger nach gegenseitigem Verständnis, vielmehr steht die Durchsetzung von Eigeninteressen im Vordergrund. Eine Einteilung in Sprecher und Hörer mit unterschiedlicher Handlungsmacht wird deutlich. Die Öffentlichkeitsveranstaltungen „beteiligten“ die Bevölkerung an den überlokalen Bestrebungen insofern, dass sie ihr die beabsichtigte ökonomische wie auch ideelle regionale Bedeutung des Titels näherbrachten. Ob die Kritiker wirklich damit erreicht wurden, bleibt ungewiss. In der Berichterstattung werden kritische Äußerungen bzw. Reaktionen der Bevölkerung nur marginal erwähnt. Die Veranstaltungsreihe entspricht demnach eher einer Rechtfertigungsgrundlage gegenüber der UNESCO und der Erfüllung des § 14.

6.4 Ein globaler Titel und seine regionale Auslegung

Als die Kultusministerkonferenz 1998 eine zweite gesamtdeutsche Tentativliste verabschiedete, erschien das Obere Mittelrheintal auf Platz sechs von insgesamt 21 vorgeschlagenen Stätten.⁶³³ Aufgrund dieser Platzierung stand die Abgabe der Antragsunterlagen für Juli 2001 an. Bis dato hatte die UNESCO die Kategorien des Welterbes erweitert und ausdrücklich Kulturlandschaften definiert. Somit musste der Aufnahmeantrag von 1986 entsprechend der neuen Anforderungen überarbeitet werden.⁶³⁴ Zudem wurden, wie in Kapitel 2 beschrieben, im Jahr 2000 neue Regularien für das Anerkennungsverfahren beschlossen, wonach z. B. unterrepräsentierte Staaten und Stätten Vorzug erhalten sollten. Bezüglich des Oberen Mittelrheintals konnte eine Übergangsfrist für die Beantragung des Welterbetitels bis Ende 2000 genutzt werden.⁶³⁵ Da ein Verstreichenlassen dieser Frist neben einer nicht kalkulierbaren zeitlichen Verzögerung auch das Wirksamwerden von weiteren Einschränkungen bei der Beantragung hätte bedeuten können, wurde die Fertigstellung der Antragsunterlagen erheblich beschleunigt. Zur Absicherung des Welterbeantrags bereiste im Mai 2000 eine Expertengruppe mit Vertretern des Internationalen Rats für Denkmalpflege (ICOMOS) und der Weltnaturschutzunion (IUCN) das Mittelrheintal. Im Anschluss wurde der damalige Kulturstaatssekretär Joachim Hofmann-Göttig offiziell zum Regierungsbeauftragten für das Anerkennungsverfahren berufen. Im

⁶³² Oeckl 1964: 44.

⁶³³ Vgl. Ständige Konferenz der Kultusminister 22./23.10.1998; Rönneper 2005: 34f; Ringbeck 2009b: 142f.

⁶³⁴ Hoffmann-Göttig 2000.

⁶³⁵ Vgl. UNESCO World Heritage Centre 2003.

Dezember 2000 wurden die Antragsunterlagen an das Welterbezentrum in Paris übergeben und das Obere Mittelrheintal rückte von Platz sechs auf Platz eins der deutschen Nominierungsliste. Auch in der medialen Berichterstattung wurde diese zügige Bearbeitung seitens der Landesregierungen und des Regierungsbeauftragten hervorgehoben.⁶³⁶

Zahlreiche Akteure waren an dem Bewerbungsverfahren beteiligt. Hierzu zählten neben dem Forum Mittelrheintal e. V. politische Akteure auf regionaler Ebene, wie der Regierungsbeauftragte für das Welterbe in Rheinland-Pfalz, und politische Akteure auf nationaler Ebene, wie die Umwelt- und die Kultusministerkonferenz. Auch Berater internationaler Organisationen wie dem ICOMOS halfen bei der Antragstellung. Dass es sich bei der Ausgestaltung des Antrages um einen komplexen Aushandlungsprozess handelte, wird am Beispiel der Beschreibung bzw. Deutung der Stätte Oberes Mittelrheintal deutlich. Mit dem Ein- und Umschreiben respektive der Anpassung der Gegebenheiten in die von der UNESCO vorgegebenen Definitionen und Diskurse änderte sich der Blick auf das Erbe. Das Bewerbungsverfahren, d. h. die Aufbereitung, Beschreibung und Einreichung der Bewerbungsunterlagen, lief dabei nach international festgelegten, formalen Standards ab.⁶³⁷ Dementsprechend trägt das Inhaltsverzeichnis des Welterbeantrags des Oberen Mittelrheintals die Überschrift „Gliederung entsprechend der Vorgabe – ‚Format‘ – der UNESCO“.⁶³⁸ Bestandteil der Richtlinien der UNESCO, welche eine Vergleichbarkeit bzw. Einheitlichkeit der Bewerbungsdossiers und der Entscheidungsprozesse innerhalb der UNESCO gewährleisten sollen, ist neben der vorgeschriebenen Gliederung auch ein genauer Zeitplan über den Ablauf der Antragstellung, -bearbeitung und -bescheidung.⁶³⁹ Diese homogenisierte Repräsentation des Kulturerbes im Prüfverfahren soll die Stätten in eine objektiv zugängliche Form bringen.

Das Dossier wird selbstverständlich aber nicht nur formal, sondern vor allem inhaltlich geprüft. Um die Vorgaben und Maßstäbe der UNESCO zu erfüllen, passen die Antragsteller allerdings auch die inhaltliche Darstellung des Erbes bestimmten Denk- und Argumentationsmustern an. Die Darstellung und das Wissen über die Stätte werden UNESCO-kompatibel gemacht. Das Welterbe wird quasi nach den internationalen Ideen „formatiert“ und ganz bestimmte, ausgewählte Elemente der Welterbestätte in einem vorgegebenen Rahmen beschrieben, inszeniert und konzeptualisiert. Ein genauer Blick in die Bewerbungsdossiers zeigt, dass für das Format ein spezifischer Sprachduktus eingehalten und eine bestimmte „Antragslyrik“ gewählt wird.⁶⁴⁰

⁶³⁶ Vgl. Rheinzeitung 26.01.2001a; Wiesbadener Kurier 26.01.2001; Allgemeine Zeitung 05.02.2001.

⁶³⁷ Vgl. Strasser 2007: 106.

⁶³⁸ Hofmann-Göttig 2000: 5.

⁶³⁹ Vgl. Intergovernmental Committee for the protection of the world cultural and natural heritage 2002: 16–18; Strasser 2007: 106.

⁶⁴⁰ Der Aufbau dieses kostspieligen Antrags produziert Exklusion, da nicht bei jedem potenziellen Welterbe Akteure zur Verfügung stehen, die die juristische Sprache beherrschen und über die erforderliche Fachkompetenz

„Writing Heritage“ nennt Tauschek dies und bezeichnet damit „eine kulturelle Technik, mithilfe derer Akteure mit dafür speziell geforderten Fähigkeiten Bedeutung, Authentizität und Historizität textuell konstruieren.“⁶⁴¹ Als heuristisches Instrument formt und repräsentiert das Dossier das Erbe, indem es Prozesse bewertet, Sinn zuschreibt, kulturelle Werte generiert und Bedeutung beimisst. In dem kompetitiven Verfahren werden ganz bewusst kulturelle Versatzstücke neu kontextualisiert. Tauschek charakterisiert diesen durch den Wettbewerbscharakter geprägten Umgang mit bereits formierten Traditionen als doppelt reflexiv. Die Prozesse der Formatierung greifen dabei ganz strategisch in Deutungsdimensionen und Repräsentationen popularkultureller Praxen ein.⁶⁴²

Auch für die Darstellung der Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal wurde in deren Bewerbungsdossier eine spezifische „Plausibilitätsstruktur“ hergestellt, um damit den außergewöhnlich universellen Wert des Erbes zu begründen.⁶⁴³ So wurde die Einzigartigkeit sprachlich verdichtet und konkret formuliert, um damit Repräsentativität auszudrücken. Als Beispiel einer solchen überhöht positiven Formulierung bzw. bildhaften Narration mag ein Zitat aus dem Einleitungstext des Aufnahmeantrags dienen:

„Im Herzen des Kontinents gelegen, spiegelt das Rheintal, mal Grenze, mal Brücke der Kulturen, die Geschichte des Abendlandes exemplarisch wider. Hochrangige Baudenkmäler haben sich hier in einer Fülle und Dichte erhalten, die in keiner anderen europäischen Kulturlandschaft wieder zu finden sind. Mit diesem besonders malerischen Abschnitt des Rheines ist die europäische Epoche der Romantik aufs Engste verbunden. Auch der beeindruckende Naturraum und das bemerkenswerte Ökosystem rechtfertigen die Aufnahme in die Liste des Weltberbes.“⁶⁴⁴

Die Argumentationsmuster dieses Textes zeigen, wie in der Phase der Bewerbung durch die bewusste Er- bzw. sogar Überhöhung des Inhalts Exklusivität produziert wurde.⁶⁴⁵

Im Antrag ging es aber ebenso um eine sachliche Darstellung der Stätte, deren Besonderheiten, Schutz- und Entwicklungsbedürfnisse. Das Dossier diente auch dem Zweck, auf Anliegen der Antragsteller hinzuweisen. Spezifische politische, ökonomische und soziale Kontexte sowie gewünschte Entwicklungsmaßnahmen fanden Beachtung. Die Antragstellung wurde sozusagen für verschiedene Ziele instrumentalisiert. Indem die Besonderheiten, Schutzbedürfnisse und Probleme in einer bestimmten Weise dargestellt sind, repräsentiert das Bewerbungsverfahren ein System aus Standards, deren Modifikation und Sinngehalte einer inneren Logik folgen. Schließlich war das Dossier das Medium, welches der Überzeugung der Entscheidungsträger

bzw. ausreichende finanzielle Mittel verfügen. Vgl. Langreiter u. Löffler 2010: 187; vgl. zu den Formatierungen in den Sitzungsdokumenten der UNESCO-Kommission auch: Brumann 2011: 28f.

⁶⁴¹ Tauschek 2009a: 438.

⁶⁴² Vgl. Tauschek 2010: 22 u. 132f.

⁶⁴³ Vgl. Köstlin 1991: 61.

⁶⁴⁴ Hofmann-Göttig 2000: 2.

⁶⁴⁵ Vgl. Langreiter u. Löffler 2010: 187.

für eine Festschreibung der Stätte als Welterbe diene. Bestimmte Aspekte wurden hervorgehoben, andere entweder vernachlässigt oder bewusst als Schwachstelle beschrieben. Als Beispiel sei hier auf die mehrmalige Nennung des Steinbruchs bei Trechtingshausen, der offensichtlich UNESCO-inkompatibel sei, verwiesen.⁶⁴⁶ Da dieser wie z. B. auch der Bahnverkehr „zu städtebaulichen und landschaftlichen Beeinträchtigungen und zu Belastungen für Bevölkerung und Tourismus“ führe, wird er im Antrag als eine Entwicklungsmaßnahme angeführt.⁶⁴⁷ Mit der Beschreibung, die sich an den Wertsetzungen und Standards der UNESCO orientiert, sollte die intendierte Wirkung erreicht und das Tal Welterbetitel-würdig dargestellt werden. Der Germanist Klaus Zeyringer weist auf die narrative Ebene von kulturellem Erbe hin, indem er schreibt, „das kulturelle Erbe steht nicht einfach da, monolithisch, sondern wir erzählen es, bekommen es erzählt. Es ist in Codes und Symbolen ausgedrückt, die mit Deutungsmustern gekoppelt sind.“⁶⁴⁸ Das Bewerbungsdossier ist eine solche Erzählung, ein „konkretes Medium der narrativen Ausgestaltung von kulturellem Erbe“.⁶⁴⁹ Die „Codes und Symbole“ sind im Dossier ganz spezifisch narrativ inszeniert, um trotz der vergleichbaren Form inhaltlich herauszu- stechen. Die Vergleichbarkeit bzw. komparative Analyse ist notwendig, weswegen die Codes und Symbole so beschrieben sein müssen, dass sie international verstanden und akzeptiert werden. Plausibilität wird bei einem Welterbe eben nicht nur lokal oder national konstruiert, sondern sie muss im Kontext der UNESCO auch dem globalen Vergleich und der weltweiten Bestätigung standhalten können.⁶⁵⁰

Über ein Welterbe zu befinden, ist nicht allein Angelegenheit der örtlichen und nationalen Gemeinschaft. Hinter dem Welterbe steht die Idee eines „global commons“, deren Erhaltung und Entwicklung international verfolgt werden sollen. Auf der Homepage des World Heritage Centers wird diese ideelle Intention ausgeführt: „World Heritage sites belong to all the peoples of the world, irrespective of the territory on which they are located“.⁶⁵¹ Dabei baut die UNESCO auf die konsensuale Zustimmung und Anerkennung der Konvention seitens aller Mitgliedstaaten auf. Ferner sind die Aufgaben, die sowohl für eine als auch nach einer Aufnahme in das globale Referenzsystem erfüllt werden müssen, vereinheitlicht.⁶⁵² Die institutionalisierte Welterbeidee hat einen elaborierten Apparat von Begriffen, Formalitäten und Prozeduren hervorgebracht, der zwar keine Angleichung der Erbestätten schafft, jedoch die Umgangsweisen damit

⁶⁴⁶ Hofmann-Göttig 2000: 26, 63, 73.

⁶⁴⁷ Hofmann-Göttig 2000: 73.

⁶⁴⁸ Zeyringer 2000: 11. Zum Zusammenhang von kulturellem Erbe und Erzählung siehe Schneider u. Flor 2014; zur vielzitierten Metapher „Kultur als Text“ vgl. auch Geertz 2003.

⁶⁴⁹ Tauschek 2009a: 439; Tauschek 2010: 151. Bei der Darstellung eines immateriellen Kulturerbes spielt die Narration eine noch wichtigere Rolle, da es weniger „fassbar“ ist. Hier gehört ein Bewerbungsfilm zum Dossier.

⁶⁵⁰ Vgl. Tauschek 2009a: 439; Tauschek 2010: 151.

⁶⁵¹ UNESCO o. J. a.

⁶⁵² Vgl. Strasser 2007: 103f. u. 106.

standardisiert.⁶⁵³ Diese institutionellen Rahmenbedingungen der UNESCO wirken folglich regulativ, indem sie ideelle Standards setzen sowie global wirksame Handlungsanweisungen definieren.

Dies passt zu dem von Tschofen beschriebenen Paradoxon der Vereinbarkeit von „verorteter Kultur“ und „weltgesellschaftliche[m] Anspruch“.⁶⁵⁴ Schließlich werden die kulturellen Phänomene von einer lokalen über eine nationale Ebene in ein transnational definiertes und ratifiziertes Kulturprogramm eingeschrieben.⁶⁵⁵ Somit stößt der UNESCO-Gedanke an die Grenzen kulturellrelativistischer Positionen hin zu universalistischen Vorgaben, die, wie in Kapitel 2.2 ausgeführt, zudem meist eurozentristisch geprägt sind. Über ihre normativen Regelungen und Strukturen sowie die nationale Rezeption der Konzepte und Richtlinien tangiert die UNESCO die Ausrichtung nationalstaatlicher Kulturpolitiken und beeinflusst nationale Umgangsweisen mit Kulturerbe. Die internationale Organisation und ihre offiziellen Beratungsstellen lassen sich über ihren institutionellen Einfluss in der Definition von Kultur- und Naturerbe sowie in Fragen des Kultur- und Naturerbeschutzes als globale Normsender auffassen. Die Äußerungen und Bewertungen der UNESCO haben das internationale Verständnis von Kultur, den Umgang mit kulturellem Erbe und eine Politik des Erbes normativ und ideell geprägt. Das Welterbe hat einen Public-Relations-Effekt für den Denkmal- und Naturschutz sowie deren Normalisierung als gesellschaftliches Ziel.⁶⁵⁶

Die Anpassungsnotwendigkeit der Formulare, Formate und Abläufe an internationale Vorgaben legt jedoch die Frage nahe, ob die Authentizität und Einzigartigkeit einer Stätte dadurch beeinflusst werden. Beeinträchtigen die Vorgaben der UNESCO paradoxerweise gerade zwei der integralen Voraussetzungen für die Anerkennung einer Stätte als Welterbe? Schließlich wird eine Welterbestätte bereits bei ihrem Antrag in ein bestimmtes Raster gepresst, um das Lokale aus einem globalen Blickwinkel nach festgelegten Bewertungsschemata globaler Institutionen zu bewerten. Zimmermann greift dabei Begriffe wie „Antrags- und Bewertungsmaschinerie der ‚westlichen‘ Bürokratisierung“, „Zwang zur Homogenisierung kultureller Unterschiede“ oder „systematisch-administrative Kolonialisierung der Lebenswelt“ auf.⁶⁵⁷ Problematisch erscheint besonders, dass westliche Nationen, die bereits auf der Liste vertreten sind, die Vorgaben prägen und damit Nutznießer sind. Obwohl die UNESCO als globales Regime handelt, stößt es an Grenzen des Multilateralismus.

⁶⁵³ Vgl. Brumann 2011: 38.

⁶⁵⁴ Tschofen 2007: 25.

⁶⁵⁵ Vgl. auch Langreiter u. Löffler 2010: 186.

⁶⁵⁶ Vgl. Brumann 2011: 38.

⁶⁵⁷ Zimmermann 2009a: 573.

Die UNESCO setzt zwar Parameter, die Konstituierung und Begrenzung der Kriterien bleiben dabei aber vage genug, sodass die Antragsteller lokale Besonderheiten berücksichtigen können. Die liberale Vergabep Praxis und flexible Gewichtung wird auch in der Definition des Outstanding Universal Value deutlich. Trotz der formalen Standards wurde Kritik geübt, dass die Auslegung des Begriffs „universal“ oftmals willkürlich wirke.⁶⁵⁸ Neben der Darlegung der globalen Signifikanz der Welterbestätte ist die Definition dieses Werts oft an nationalen Maßstäben orientiert. Allgemein lassen die Vereinbarungen und Begrifflichkeiten diverse Deutungen und Handlungszusammenhänge zu, um möglichst viele Erbestätten einzuschließen bzw. damit viele Nationen mit unterschiedlichen kulturellen und wirtschaftlichen Hintergründen zustimmen können (vgl. Kap. 2.2). Die generelle Idee der Erhaltung von schutzwürdigen Stätten und Objekten ist demnach global konsensual, bei der Ausführung und Umsetzung der Maßnahmen handelt es sich jedoch um ein variables Interaktionssystem. Die international geerbten Stätten sind immer noch an einen bestimmten Raum und eine Zeit gebunden. Sie sind abhängig von nationalen bis lokalen gesetzlichen, wirtschaftlichen und politischen Gegebenheiten. Das globale bzw. globalisierte Erbe hat also auch Macht des Lokalen und auf das Lokale. Das globale Heritage-Regime und die global anerkannten Definitionen treffen auf einmalige Erbestätten und lokale Praxen. Lokale kommerzielle, ideelle, juristische, politische, ökonomische, sozio-kulturelle und ökosphärische Interessen hinter der Inanspruchnahme des Titels können zu variablen Ausgestaltungen führen. Welterbestätten sind somit zum einen ein Produkt internationaler Entscheidungsprozesse. Zum anderen sind es nationale und insbesondere regionale Entscheidungsträger, die die Nominierung aufgrund lokaler Ziele vorbereiten, in lokale Zusammenhänge einbinden und ausarbeiten, wie am Fallbeispiel Oberes Mittelrheintal verdeutlicht.⁶⁵⁹ Bei dem Welterbe handelt es sich demnach um eine globale Konstruktion, deren Produktion jedoch von lokalisierbaren Interessen sowie lokalen und regionalen Aushandlungs- und Gestaltungsprozessen abhängt.

In der Praxis sprechen die Verfolgung regionaler und nationaler Partikularinteressen im Hintergrund einer Einschreibung sowie die Unausgewogenheit der Liste gegen eine kulturelle Homogenisierung. Würden alle Stätten, die in das weltumspannende Wertennetz eingetreten sind, die Leitlinien im selben Maß befolgen, würde sich die Metakultur jedoch stark ähneln. Dies verweist auf die Aussage von Ashworth und van der Aa: „The rhetoric is global: the practice is national“.⁶⁶⁰ Wie ausgeführt, können die Rechtskontexte der UNESCO indirekt Einfluss auf die

⁶⁵⁸ Vgl. Brumann 2011: 32 f; Frey u. Steiner 2010: 2.

⁶⁵⁹ Das Bewerbungsverfahren ist dabei ein Spiegelbild der jeweiligen politischen Struktur des beantragenden Landes. Je demokratischer dieses orientiert ist, desto mehr Bürgerbeteiligung und Transparenz ist bei den Entscheidungsprozessen im Regelfall vorzufinden. Vgl. Strasser 2007: 117f.

⁶⁶⁰ Ashworth u. van der Aa 2006: 148.

Nationalstaaten nehmen und z. B. das Verständnis des Kultur- und Naturerbes sowie dessen Schutzes beeinflussen. Der Vermutung, dass durch die globale Definition der Schutz vereinheitlicht wird, kann jedoch nur bedingt zugestimmt werden, denn die supranational konsensuellen Richtlinien sind durchlässig und können auf regionale Bedürfnisse reagieren. Zudem erfolgt die praktische Umsetzung nach einer Anerkennung nicht seitens der UNESCO, sondern von Akteuren vor Ort mit deren Intentionen, Instrumenten und Möglichkeiten. Von ihrem Selbstverständnis her überwacht die UNESCO nur die Einhaltung der Verpflichtungen.

Das ist nicht untypisch für global-lokale Verwaltungen. Auch da die UNESCO als eine internationale soziale Institution nur begrenzte Kapazitäten und Ressourcen zur Verfügung stehen hat, ist das Welterbekomitee an den Stätten eher diskursiv als institutionell präsent. Sind keine gravierenden Eingriffe in die Integrität des Erbes vorgesehen, interveniert das Welterbekomitee kaum bzw. nicht. Allerdings hat das Welterbekomitee das Recht, auf regionale Entwicklungen Einfluss zu nehmen, indem es bestimmte Maßnahmen fördert, andere Planungen jedoch zu verhindern versucht, die für eine Stätte eine Qualitätseinbuße bedeuten würden. Der Empfänger der Auszeichnung verpflichtet sich sozusagen gegenüber dem Verleiher zu einem bestimmten Maß an Loyalität, Rücksichtnahme und Kooperation. Der UNESCO ist dabei wichtig, dass sich das ausgezeichnete Erbe nicht als „unwürdig“ erweist, um nicht dem eigenen Ansehen zu schaden. Dennoch bietet die Welterbekonvention nach der Konzeption und dem Wortlaut keinen absoluten Schutz gegen jegliche Veränderung der eingetragenen Stätten. Dies gilt insbesondere für fortbestehende Kulturlandschaften. Wenn es unabweisbar notwendig ist, dürfen Maßnahmen, die ein Welterbe beeinträchtigen, ergriffen werden. Ohne die Suche nach Alternativ- und Kompromisslösungen darf jedoch kein Beschluss gefasst werden, der auf den Verlust der definierten Integrität des Welterbes zielt. Gerät eine Welterbestätte in Gefahr, hat das Komitee die Möglichkeit, sie in die rote Liste einzutragen bzw. aus der Welterbeliste zu streichen.

Das Welterbekomitee überprüft die Einhaltung der staatlichen Schutzverpflichtungen anhand von obligatorischen Staatenberichten. Nach Artikel 29 der Welterbekonvention sollen die Vertragsstaaten alle sechs Jahre Berichte (Periodic reports) über den Erhaltungszustand der auf dem Staatsgebiet befindlichen Güter und die durchgeführten Maßnahmen zur Anwendung der Welterbekonvention vorlegen. Sollte der Bericht auf gravierende Mängel bei der Einhaltung der Managementpläne hinweisen, kann der Titel aberkannt werden. Diese moralische Verpflichtung schafft öffentliche Aufmerksamkeit. Zudem überprüfen Expertengremien die Durchführung ratifizierter Regelungen und überwachen die Auslegung der Bestimmungen. So befinden sich die Objekte mit der Ernennung zum Welterbe nicht nur im Fokus internationaler Beobachtung durch eine kritische Öffentlichkeit, sondern auch durch nationale und lokale Experten, etwa des Denkmalschutzes. Ein Welterbe bekommt durch die Auszeichnung eben eine neue

Rahmung und Funktion und muss sich so gegen bestimmte Interessen und Raumnutzungsansprüche behaupten.

Dennoch hat die UNESCO keine eigene Rechtsordnung. Die UNESCO stellt das Welterbe nur formal in ihre Obhut, da die Ausgestaltung der Konvention hauptsächlich den rechtlichen und politischen Vorgaben des Staates und der Landesregierungen unterliegt.⁶⁶¹ Die Eintragung in die Welterbeliste bedeutet keine zusätzliche „Unterschutzstellung“ mit eigenständiger Rechtswirkung. Die Welterbekonvention ist in Deutschland nicht im nationalen Recht verankert. Im Rahmen der Anwendung bestehender Gesetze muss das nationale Recht aber möglichst das Völkerrecht beachten und den völkerrechtlichen Verpflichtungen nachkommen, wozu der Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt zählt. Die Inkorporation der Welterbekonvention in der Gesetzgebung des Bundes in Zustimmung der Länder ist durch den Kabinettsbeschluss der Bundesregierung vom 8. Juli 1976 erfolgt. Vielzahlige nationale gesetzliche und administrative Regelungen sowie auf internationaler Ebene verabschiedete Empfehlungen und Chartas insbesondere des Europarates, der UNESCO und von ICOMOS unterstützen die Ziele der Konvention zudem rechtlich und fachlich.⁶⁶² Eine rein auf die Welterbestätten ausgerichtete Gesetzgebung ist dabei gar nicht intendiert, „um eine Zwei-Klassen-Gesellschaft in der Natur- und Denkmalerhaltung zu vermeiden“.⁶⁶³

Somit ist die UNESCO-Konvention als ideelle Ergänzung nationaler Schutzprogramme zu sehen. Nach Artikel 4 des *Übereinkommens zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt* erkennt jeder Vertragsstaat seine eigene Verpflichtung an, „Schutz und Erhaltung in Bestand und Wertigkeit des in seinem Hoheitsgebiet befindlichen Kultur- und Naturerbes sowie seine Weitergabe an künftige Generationen sicherzustellen“ und „hierfür alles in seinen Kräften Stehende“ zu tun. Diese Aufgabe wird durch einzelne in Artikel 5 konkretisierte Verpflichtungen näher beschrieben. Demnach soll sich jeder Vertragsstaat u. a. „bemühen, nach Möglichkeit und im Rahmen der Gegebenheiten seines Landes [...] eine allgemeine Politik zu verfolgen, die darauf gerichtet ist, dem Natur- und Kulturerbe eine Funktion im öffentlichen Leben zu geben und den Schutz dieses Erbes in erschöpfende Planungen einzubeziehen.“⁶⁶⁴ So wird

⁶⁶¹ Im föderalen System der BRD unterliegt der Welterbeschutz als Teil der Kulturpolitik den Bundesländern. Aufgrund der Kulturhoheit der Länder hat jedes ein eigenes Denkmalschutzgesetz, welches den wichtigsten gesetzlichen Rahmen für den Schutz der Welterbestätten bildet. Um einerseits eine gewisse Einheitlichkeit der Welterbepaxis in den verschiedenen Bundesländern zu gewährleisten, aber auch um andererseits die Welterbepolitik der BRD nach außen transparent zu machen, findet eine Abstimmung auf Bundesebene z. B. durch die Kultusministerkonferenz statt.

⁶⁶² Dazu zählen z. B. die als Gründungsdokument von ICOMOS geltende Charta von Venedig (1964), das Übereinkommen zum Schutz des architektonischen Erbes in Europa von Granada (1985), die Charta von Washington zur Erhaltung historischer Städte und Stadtgebiete (1987) oder das Dokument von Nara zur Authentizität im Sinne des Welterbe-Übereinkommens (1994).

⁶⁶³ Weyer 2006.

⁶⁶⁴ Ringbeck 2009a: 66.

appelliert, Dienststellen einzurichten, die für den Schutz und die Erhaltung des Erbes zuständig sind.⁶⁶⁵ Da mit der Anerkennung eines Welterbes keine finanziellen Zuwendungen durch die UNESCO verbunden sind, müssen die zuständigen Regierungen der Verpflichtung nachkommen, die Schutz- und Erhaltungsmaßnahmen eigenständig zu finanzieren. In Deutschland sind Unterschutzstellung und Pflege von Denkmälern Angelegenheit der Länder. Diese haben daher nicht nur das Nominierungsrecht, sondern sind zugleich für die finanziellen Verpflichtungen, die sich aus der Aufnahme von Stätten in die Welterbeliste ergeben, zuständig.⁶⁶⁶ Zusätzlich sind die Welterbestätten darum bemüht, eigene Einnahmen, z. B. über Eintrittsgelder, zu generieren.

Auch wenn sich die komparativen Antragspraxen, Repräsentationen und Prüfverfahren der Stätten international ähneln, werden die notwendigen Schritte bis zur Nominierung und der anschließende Schutz in jeder Nation divergierend umgesetzt, wodurch der Staat der stärkste Akteur bzw. die Schlüsselfigur in der Welterbepolitik ist.⁶⁶⁷ Artikel 5 des Übereinkommens zwingt die Vertragsstaaten nicht zur Durchführung der dort genannten Maßnahmen. Es handelt sich dem Wortlaut nach nicht um eine Erfüllungspflicht, sondern um eine Bemühenspflicht. Artikel 6 führt aus, dass die Achtung der Souveränität der Staaten, in deren Hoheitsgebiet sich das Welterbe befindet, gewährt wird und die Schutzansprüche die „durch das innerstaatliche Recht gewährten Eigentumsrechte“ unbeschadet lassen.⁶⁶⁸ Die Wirksamkeit der Welterbekonvention beruht so vor allem auf der Eigenverantwortung der Mitgliedsstaaten und der einzelnen Stätten, die quasi Botschafter der Idee eines gemeinsamen Welterbes sind. Die UNESCO und ihre Organe nehmen im Wesentlichen übergeordnete koordinierende Aufgaben wahr.

Die Umsetzung liegt im Ermessensspielraum der Staaten, wobei die globale Institution hier verschiedene Blickwinkel und Beurteilungen zulässt. Dies erschließt sich vor dem Hintergrund der unterschiedlichen zur Verfügung stehenden Kräfte und finanziellen Möglichkeiten der Staaten, aber auch der zum Teil unterschiedlichen Arten von Kultur- und Naturgütern und dem damit korrespondierenden Umfang notwendiger Erhaltungs- und Schutzmaßnahmen. Auch Frank relativiert die Hoheit des Globalen über dem Lokalen. Sie schreibt, dass in „die Konstruktion des Lokalen als reziproker Aushandlungsprozess [...] sowohl globale als auch lokale

⁶⁶⁵ Vgl. Art. 5 der Welterbekonvention: UNESCO 1972a. Zur Forderung nach Welterbemanagern siehe auch DUK 2006, Zu weiteren Empfehlung betreffend den Schutz des Kultur- und Naturerbes auf nationaler Ebene vgl. UNESCO 1972b.

⁶⁶⁶ Brincks-Murmann 2009: 74.

⁶⁶⁷ Oft wird der Schutz, die Pflege und Entwicklung vor dem Hintergrund der Darstellung als nationales Eigentum betrieben. Zur Diskussion um das Eigentum von kulturellem Erbe siehe: Bendix u. Bizer 2010.

⁶⁶⁸ DUK 1977.

Inhalte und Wahrnehmungsmuster eingegangen sind“.⁶⁶⁹ Ebenso schreibt Schmitt, dass das kulturelle Erbe in „lokal-globalen Interaktionsprozessen“ entsteht und verweist auf komplexe Aneignungs- und Aushandlungsprozesse.⁶⁷⁰ Die Ernennung findet also weder nur top-down noch bottom-up statt, sondern vermischt – unterschiedliche Ebenen sind in verschiedenen Prozessschritten mehr oder weniger maßgeblich.

So arbeiten beispielsweise regionale Akteure den Antrag aus und schlagen Stätten vor. Auf nationaler Ebene wird über den Vorschlag entschieden und dieser an die UNESCO weitergeleitet. Die UNESCO führt das Prozedere der Nominierung mittels ihrer Richtlinien durch. Aufgrund nationaler Rechtsinstrumente und finanzieller Zuwendungen ist die nationale Ebene – und in der föderal organisierten Bundesrepublik auch die Bundeslandebene – zudem in die alltägliche Verwaltung des Welterbes involviert. Die UNESCO legt darüber hinaus sowohl formelle als auch informelle bzw. interpretative Regelungen und Konventionen fest, die von anderen Ebenen übernommen werden. Von lokalen Akteuren wird daher eine höhere Anpassungsleistung in der Interaktion mit regionalen, nationalen und globalen Akteuren erwartet als umgekehrt. Deutlich wird dies daran, dass die Anträge allein in Englisch oder Französisch eingereicht werden können und nicht in der jeweiligen Muttersprache. Dennoch läuft die Governance des UNESCO-Welterbes in der alltäglichen Praxis im Zusammenspiel von lokalen, nationalen und internationalen Akteuren und Institutionen ab. Es ist also kein Widerspruch: weltgesellschaftlicher Anspruch und verortete Kultur, da auch bei der Adaption und Interpretation der nahezu unüberschaubaren Regeln der UNESCO das Lokale im Vordergrund steht. Wird durch den Titel die internationale Bedeutung somit auch ein Stück weit konstruiert? Spielt der Welterbetitel nicht eine viel bedeutendere Rolle für das nationale Ansehen und die regionale Wirtschaft? So wie das Obere Mittelrheintal stehen viele Welterbestätten in der Spannung zwischen universalen Idealen und regionalen Eigeninteressen. Auch Brumann zeigt in seinen Forschungen über die UNESCO auf, dass dort „zu viele zu gleichgewichtige und voneinander zu unabhängige Akteure mit[reden], als dass sich eine klare und nicht immer wieder bereits durch die eigenen Detailentscheidungen konterkarierte Politik herausbilden könnte.“⁶⁷¹ Ist das Erbe auch mit überregionaler und globaler Kulturgeschichte und -politik verwoben, ist es die nationale bzw. regionale Ebene, von der ein Antrag zur Aufnahme in die Welterbeliste ausgeht und wo die erhoffte „Wertschöpfungsmodalität“ und wirtschaftliche Rentabilität überdacht wird.⁶⁷²

⁶⁶⁹ Frank 2007: 318f.

⁶⁷⁰ Schmitt 2005: 239.

⁶⁷¹ Brumann 2011: 23.

⁶⁷² Vgl. Hauser-Schäublin u. Klenke 2010: 27.

6.5 Die Aufnahme in die Welterbeliste

Im Dezember 2000 wurde die Evaluierung des Antrags für die Aufnahme des Oberen Mittelrheintals in die Welterbeliste im Anerkennungsverfahren durchgeführt. Als Effizienz- und Erfolgskontrollen gehören Evaluationen zur Begleitforschung einer Innovation. Evaluationen spielen aber auch in laufenden Projekten eine Rolle im Bereich des Qualitätsmanagements, so auch in der Kulturpolitik. Die Evaluation im Rahmen des Anerkennungsverfahrens eines Weltendes reiht sich hier ein, da im Vorfeld einer Entscheidung bestimmte Kriterien überprüft werden. Ihr Ziel ist es, die Stringenz der im Antrag beschriebenen Zielvorstellung und die für die Umsetzung beabsichtigten Maßnahmen zu beurteilen. Die beratenden Gremien bewerten, ob die von den Vertragsstaaten angemeldeten Güter dem Kriterium des außergewöhnlich universellen Werts entsprechen und ob sie die Bedingungen der Integrität und Authentizität sowie die Erfordernisse hinsichtlich Schutz und Verwaltung erfüllen. Die Evaluation ist somit ein weiterer Bestandteil der Auswahl und Inwertsetzung eines UNESCO-Weltendes. In diversen Aufsätzen argumentiert Kirshenblatt-Gimblett „heritage is created through metacultural operations that extend museological values and methods (collection, documentation, preservation, presentation, evaluation, and interpretation) to living persons, their knowledge, practices, artifacts, social worlds and life space“.⁶⁷³ Auch sie nennt unter anderem die Evaluation als eine Methode, die dazu beiträgt, Lebenswelten, Praktiken oder Objekte zu einer Erbstätte hervorzuheben. Wie bereits ausgeführt sind die Durchführungsrichtlinien und das Nominationsschema dabei genormt und systematisiert, um Vergleichs- und Kontrollmöglichkeiten zu bieten.

Das Verfahren und die Form der Beurteilung durch die international agierenden Beratungsinstanzen (ICOMOS und IUCN) werden in den Operational Guidelines beschrieben.⁶⁷⁴ Die Vertreter der UNESCO müssen nicht mit der Meinung von ICOMOS und IUCN übereinstimmen. Dennoch hat der Evaluationsbericht der Vorgutachter großes Gewicht für die Anerkennung. Schließlich bezieht sich die Argumentation der UNESCO im Wesentlichen auf den Inhalt des Bewerbungsdossiers und das Gutachten der Evaluation. Es zeigt, welche Aspekte in den beratenden Instanzen und Gremien als welterbewürdig und -konform beachtet werden oder eben nicht. Neben der Geschichte des Objektes oder der Stätte, einer Beschreibung des Zustands sowie einer Zusammenfassung und Kommentierung des rechtlichen Schutzrahmens enthält der Evaluationsbericht Empfehlungen für das Welterbekomitee.

Folglich bildet die Evaluation eine weitere Stufe im Selektions- und Stilisierungsprozess, in dem sie das nominierte Erbe im Entscheidungsprozess weiterbringt und einen Vorschlag

⁶⁷³ Kirshenblatt-Gimblett 2006: 161; Kirshenblatt-Gimblett 2004b: 1.

⁶⁷⁴ Vgl. Kapitel I.G der Operational Guidelines. Intergovernmental Committee for the protection of the world cultural and natural heritage 2011: 8–10.

beinhaltet, ob das Gut aufgenommen, der Antrag vertagt oder abgelehnt wird. Inwiefern die Evaluation zur Produktion des Welterbes beiträgt, wird evident bei der Betrachtung ihrer Folgen im Fallbeispiel. So heißt es in dem von ICOMOS erstellten Gutachten für das Tal:

„No management plan as such exists for over the entire area covered by the nomination, and it is unrealistic to expect that there should be one, given the diversity of properties, communities, and agencies involved. The federal structure of the German state also militates against the production and approval of a single management plan. Nonetheless, it is important that there should be some form of coordinating body that can ensure the harmonization of the plans and policies in the two Länder and the local authorities covered by the nomination.“⁶⁷⁵

Trotz der umfangreichen Planungsunterlagen, die in dem Nominierungsverfahren vorgelegt wurden, sah de Jong Defizite bei der Koordinierung der Schutz- und Entwicklungsmaßnahmen zwischen den verschiedenen Regierungsebenen. So wurde kritisiert, dass in dem Antrag die Zuständigkeiten und Kompetenzen der komplexen Kulturlandschaft nicht klar hervortreten würden. Die in dieser ausgedehnten Kulturlandschaft zersplitterte Verwaltung müsste über Grenzen, Kreise und Bundesländer hinaus besser organisiert und abgestimmt sein, auch wenn beide Länder und alle einbezogenen Planungsbehörden und Gemeindeverwaltungen zusammen an der Erstellung der Raumanalyse Mittelrheintal, die bis dato als Managementplan diente, mitgewirkt hätten. Zudem kritisierte de Jong die Lärmimmission im Tal bedingt durch den Zugverkehr auf beiden Seiten des Flusses. So forderte er konkrete Maßnahmen zu deren Eindämmung und empfahl die finanzielle Unterstützung seitens der Bundesregierung, um das Problem zu entschärfen.

Aufgrund dieser beiden Kritikpunkte endet das aus der Evaluierung hervorgegangene Gutachten von de Jong mit der Empfehlung die Erwägung der Nominierung zurückzustellen, um den Landesregierungen Gelegenheit zu geben, eine Erklärung, wie das Management der Stätte koordiniert werden sollte, vorzubereiten und dem Komitee vorzulegen.⁶⁷⁶

In Abstimmung mit dem Land Hessen richtete die rheinland-pfälzische Landesregierung daraufhin eine zentrale Koordinierungs-, Planungs- und Entscheidungsstelle für alle UNESCO-Welterbestätten in Rheinland-Pfalz, insbesondere aber für das länderübergreifende Oberes Mittelrheintal-Projekt, beim Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz ein: das *Sekretariat für das Welterbe in Rheinland-Pfalz*. Diese Zentralstelle war in den eingereichten Unterlagen zwar schon vorgesehen, aber praktisch noch nicht umgesetzt. Auch Maßnahmen für eine Verbesserung der Lärmsituation wurden beschlossen. Hierfür sollte ein Lärmschutzprogramm des

⁶⁷⁵ ICOMOS 2002: 14.

⁶⁷⁶ Drs 14/1082 RLP (2002).

Bundes für das Obere Mittelrheintal aufgesetzt werden mit einem Investitionsvolumen in Höhe von 43 Mio. DM.⁶⁷⁷

Mit der umgehenden Nachreichung der Information über diese Maßnahmen konnte die Verschiebung der Anerkennungsentscheidung abgewendet werden. In seinem Begleitschreiben wies der Regierungsbeauftragte für das Anerkennungsverfahren deutlich darauf hin, dass damit alle Forderungen des ICOMOS erfüllt seien. Darüber hinaus betonte er, dass sich die Kommunen bereits in Form der „Rheintal-Charta“ zusammengeschlossen und zu einem nachhaltigen Umgang mit der nominierten Welterbestätte verpflichtet hätten. Nach diesem Procedere der Auswahl und Begründung wurde die Absicht der beiden Landesregierungen sowie der beteiligten Kommunen, ein einheitliches nachhaltiges Konzept für die Region zu verfolgen, schließlich von den Delegierten des ICOMOS akzeptiert und die Eintragung in die Welterbeliste beschlossen.

Die Praxis des Überarbeitens des Antrages im laufenden Verfahren macht deutlich, in welchem Maß die Bewerbung inszeniert und entsprechend der Wünsche und Vorgaben der UNESCO, aber auch der Antragsteller formalisiert und genormt ist. Die beteiligten Stellen wenden dabei die Bestimmungen der Welterbekonvention an und bestätigen deren Geltung dadurch. Auf der Sitzung des Welterbebüros im April 2002, welche die Sitzung des Welterbekomitees im Juni vorbereitete, fand die Nominierung des Oberen Mittelrheintals allgemeine Zustimmung und am 27. Juni 2002 schließlich wurde das Tal auf der Konferenz in Budapest als fortbestehende Kulturlandschaft in die Welterbeliste aufgenommen.⁶⁷⁸

Den Abschluss des formalen Prozesses der Nominierung bildet die Übergabe der offiziellen Anerkennungsurkunde meist ein Jahr nach der Ernennung. Im Oberen Mittelrheintal geschah dies am 20. September 2003 im Rahmen eines Festaktes in Oberwesel im Beisein der Ministerpräsidenten Kurt Beck und Roland Koch. Die politische Dimension hinter dem Titel wurde deutlich. Die Übergabe bzw. die Urkunde selbst ist dabei nicht nur ein Zeugnis für die Ernennung, sondern auch eine Visualisierung des Engagements und des Prestiges. Die Bedeutung der Nominierung sollte mit der Inszenierung des Festaktes und der stolzen Zurschaustellung der Urkunde öffentlichkeitswirksam transportiert werden. Im Anschluss fanden Feierlichkeiten in den Städten Lorch und Rüdesheim statt, zu denen explizit die Bevölkerung eingeladen wurde. Dieser Akt – die Feier um die Ernennung – ist ein weiterer Bestandteil der Inwertsetzung des Welterbes und dessen ideologischen Überbaus. Die Veranstaltungen wurden vom Südwest-Fernsehen übertragen und auch in der regionalen Presse erfuhren die Ereignisse große Resonanz.

⁶⁷⁷ Vgl. Drs 14/1082 RLP (2002); UNESCO 2002.

⁶⁷⁸ Vgl. zum Ablauf einer solchen Sitzung: Brumann 2011.

Allgemein ist die Ernennung eines Welterbes medienwirksam. So findet das Thema jedes Jahr vor und nach der Sitzung des Welterbekomitees nicht nur Platz in den Feuilletons, sondern auch auf Titelblättern und – wenn ein regionaler Bezug besteht – im Regionalteil der Zeitungen. Diese Medienöffentlichkeit unterstützt die Wahrnehmung, dass die Welterbevergabe Hochkonjunktur erfährt. Die Medialisierung hilft, das Kulturerbe einer breiten Öffentlichkeit bekannt und zugänglich zu machen. Informationen und Bilder von Welterbestätten werden bei dieser medialen Vermittlung transportiert. Die Medien steuern, lenken und filtern aber auch die Wahrnehmung und beeinflussen die Erwartungshaltung und Reaktion der Besucher und Rezipienten gegenüber dem thematisierten Erbe. Die Thematisierung in den Medien ist somit ein weiterer Beitrag zu dessen Inwertsetzung.⁶⁷⁹

6.6 Das Obere Mittelrheintal – Ein Stück Weltkultur

In dem Anerkennungstext der UNESCO vom 27. Juni 2002 sind die wertzuschreibenden Kriterien, aufgrund derer das Obere Mittelrheintal in die Liste der Welterbestätten aufgenommen wurde, festgehalten. Unter Berufung auf das Kriterium II würdigt die UNESCO dabei die Funktion des Rheins als zentralen Verkehrs- und Transportweg Europas, da er seit über zwei Jahrtausenden (in Verbindungen mit anderen Flüssen) den kulturellen Austausch zwischen dem Mittelmeerraum und dem Norden Europas fördert. Zudem wird mit der Anerkennung des Kriteriums IV die außergewöhnliche Entwicklung und Erscheinung der organischen Kulturlandschaft hervorgehoben, deren gegenwärtiger Charakter sowohl von der geomorphologischen und der geologischen Situation als auch dem menschlichen Einwirken bestimmt ist. Indem das Flusstal den existenziellen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und ästhetischen Forderungen angepasst wurde, hat es sich zu dieser Kulturlandschaft entwickelt. Die charakteristischen Siedlungsformen, die Verkehrs- und Transportinfrastruktur sowie die Landnutzung in dieser Region finden damit Berücksichtigung. Ferner wird in dem Anerkennungstext entsprechend dem Kriterium V auf die Fortentwicklung der mit Traditionen verbundenen Lebensweise und Infrastruktur in dem engen Flusstal mit den steilen Talhängen hingewiesen. In diesem Kontext wird der landschaftsprägende Terrassenbau als Ergebnis der Wechselwirkung zwischen den naturräumlichen Gegebenheiten und dem menschlichen Umgang damit hervorgehoben. Zudem ist festgehalten, dass diese Landschaft als schützenswert gilt, da sie unter den gegenwärtigen sozioökonomischen Bedingungen und Belastungen als gefährdet angesehen wird.⁶⁸⁰

⁶⁷⁹ Vgl. Klamer u. Zuidhof 1999: 31.

⁶⁸⁰ Vgl. World Heritage Committee 2002: 57. In dem Aufnahmeantrag wurde die vorgesehene Anerkennung noch mit Kriterium VI sowie den Naturerbkriterien I und II begründet. Vgl. Hoffmann Göttig 2000: 27–29.

Darüber hinaus hebt die Deutsche UNESCO-Kommission auf ihrer Homepage ausdrücklich die Vielzahl hochrangiger Baudenkmäler und ihre Bedeutung für die Epoche der Romantik hervor.⁶⁸¹ Genau dieser Aspekt, welchem in dem Anerkennungstext der UNESCO-Nominierung nur nebensächlicher Wert beigemessen wird, ist in der öffentlichen Wahrnehmung einer der wichtigsten Gründe für die Einzigartigkeit und grenzübergreifende Bedeutung der Kulturlandschaft. Auch in der kursorisch gesichteten Werbung für das Welterbe spielt er und eben nicht die ausformulierten Aufnahmekriterien eine dominante Rolle.⁶⁸² Ebenso ist das Bild, welches in den Medien verbreitet wird, stark fokussiert auf die „weltweit einmalige Fülle und Dichte von Burgen und anderen hochwertigen Baudenkmalern“, so ein Zitat aus der Bild-Zeitung.⁶⁸³

Auch wenn das Kriterium VI nicht offiziell als Grund für die Anerkennung diene, weist die UNESCO im Anerkennungstext auf die assoziative und imaginäre Dimension aufgrund der romantischen Landschaftsmalerei und Dichtung hin. Demzufolge wurde das Obere Mittelrheintal ebenso als Inbegriff der Rheinromantik und Landschaft mit symbolischer Bedeutung, von der UNESCO gewürdigt. Mit den charakteristischen Felsen, den Weinbergen, den schmalen Ufersiedlungen und den Höhenburgen sowie den damit verbundenen Geschichten und Legenden war das Tal eine starke Inspiration für Schriftsteller, Künstler und Komponisten, deren Werke wiederum das Bild der Landschaft bis in die Gegenwart prägen.

Es wird deutlich, dass die besondere Schutzwürdigkeit des Oberen Mittelrheintals durch die UNESCO nicht mit der überragenden Bedeutung einzelner Monumente begründet wurde, sondern mit dem Gesamtcharakter des Erscheinungsbildes bzw. der Dichte und Vielschichtigkeit der landschaftlichen und kulturellen Elemente sowie der räumlichen Geschlossenheit. Indem nicht nur denkmalpflegerische Aspekte, sondern auch natürliche, wirtschaftliche und soziale Aspekte bei der Beurteilung der Anerkennungswürdigkeit einbezogen wurden, wird unterstrichen, dass Kulturlandschaften keineswegs als stabile und homogene Raumausschnitte verstanden werden, sondern als dynamisches, heterogenes und hybrides Beziehungsgeflecht, das in seinen räumlichen und sozialen Dimensionen variabel ist.

Die inhaltliche Anpassung der Kriterien an die Gegebenheiten zeigt, dass die Vorgaben der UNESCO auslegbar sind. Die Interpretation sowie die Bewertung der Landschaft können changieren. Vielmehr als die dem Tal inhärenten kulturellen Werte generiert der gegenwärtige

⁶⁸¹ UNESCO o. J.b.

⁶⁸² Zu den gesichteten Materialien zählen Broschüren und Flyer von Touristinformationen einzelner Ortsgemeinden sowie den Tourismusgemeinschaften aus dem Tal, vom Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal, vom Forum Mittelrheintal e.V., von einzelnen Hotels aus dem Tal, von im Tal stattfindenden Veranstaltungen, von den in dieser Arbeit thematisierten Bürgerinitiativen, von regionalen Personennahverkehrsbetrieben und von der Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt Ag. Vgl. genauere Angaben im Literaturverzeichnis.

⁶⁸³ Bild 10.03.2001.

kulturelle Prozess und die Aktivitäten um die Ernennung letztlich das Erbe und dessen Bedeutung.⁶⁸⁴

6.7 Der Managementplan

Als Abschluss der Beschreibung der Rezeption und Adaption der programmatischen Aspekte der UNESCO im Oberen Mittelrheintal soll auf den Managementplan für das Fallbeispiel eingegangen werden. Damit wird besonders das öffentlich „Gedachte“, die geplanten Veränderungen im Zusammenhang mit der Welterbewertung, hervorgehoben, bevor später auf die Umsetzung sowie individuelle und private Ziele eingegangen wird.

Um die in der Welterbekonvention gesetzten Standards zum Umgang mit kulturellem und natürlichem Erbe zu gewährleisten, wurde 1997 die Auflage festgelegt, eine präzise Beschreibung der Schutzmaßnahmen und einen Managementplan im Zuge des Antragsverfahrens auszuarbeiten.⁶⁸⁵ Dass der Welterbestatus mit Verwaltung verknüpft ist, ist evident. Die Ernennung bedeutet weder nur die Auslobung einzigartiger Bedeutsamkeiten noch stellt sie eine allein auf den Zeitpunkt der Prädikatisierung getroffene Entscheidung dar. Auch die vorhergehenden und nachfolgenden Prozesse, die eine Auszeichnung voraussetzt, spielen eine Rolle für die kulturelle Bewertung. Mit der Welterbebenennung wird nicht nur das Überlieferte ausgezeichnet, sondern auch dessen gegenwärtige Bedeutung, der Fortbestand und der gesetzliche und tatsächliche Schutz sowie die Verantwortlichkeiten dafür werden bewusst gemacht.

Erneut wird hier die Funktion der Nation deutlich. Nationale Schutzanstrengungen sind für die Erhaltung eines Welterbes die Grundvoraussetzung, dass ein Antrag eingereicht werden kann.⁶⁸⁶ Bestehende Rechtsvorschriften des Natur- und Denkmalschutzes müssen gegenüber der UNESCO erläutert werden. Damit keine ungewollten Entwicklungshindernisse verbunden mit der Anerkennung als Welterbe entstehen, sind Entwicklungserfordernisse für die Region im Rahmen des Schutz- und Managementkonzepts zu benennen. Die Welterbeanerkennung kann daher als Tauschverfahren begriffen werden: Der Staat und die betroffenen Akteure gehen die Selbstverpflichtung ein, die Welterbestätte zu erhalten, und empfangen dafür als Gegenleistung die Auszeichnung und das damit zusammenhängende Renommee.

Der Managementplan soll also weder eine wissenschaftstheoretische Aufgabe sein noch ein Selbstzweck, um die von der UNESCO vorgegebenen Anforderungen zu erfüllen. Vielmehr soll er auf lokale Gegebenheiten und Anforderungen reagieren und das Wie und Weshalb der

⁶⁸⁴ Vgl. Smith 2006: 3.

⁶⁸⁵ Stätten, die bereits zuvor anerkannt waren, wurden aufgefordert, einen solchen Plan nachzureichen. Ob die Realisierung der theoretischen und programmatischen Vorgaben wirklich eingehalten wird, ist fraglich.

⁶⁸⁶ Vgl. Art. 3 des Übereinkommens zum Schutz des Kultur- und Naturerbes; Ringbeck 2009a: 66.

Erhaltung der jeweiligen Stätte zugänglich machen.⁶⁸⁷ Dabei soll er vor allem der lokalen Ebene als Orientierungsrahmen für übergeordnete Zielsetzungen und koordinierende Aktionen zur Weiterentwicklung und Inwertsetzung des Erbes dienen. Diese Politik um das Erbe und die durch die Welterbeauszeichnung angestoßenen Schutzmaßnahmen verändern damit die Mechanismen der kulturellen (Re)produktion nach gegenwärtigen Bedürfnissen.⁶⁸⁸ So schreibt der britische Kulturgeograf David Harvey „Heritage resides in the here and now – whenever and wherever that *here* and *now* [*Herv. im Orig.*] happens to be“.⁶⁸⁹

Im Fall von „lebendigen Erbestätten“ wie eben fortbestehenden Kulturlandschaften sollen die Pläne den erforderlichen zeitgemäßen Wandel der Stätten welterbeverträglich lenken. Der Managementplan verdeutlicht, mit welchen konkreten politischen und ökonomischen Zielen die Prädikatisierung verknüpft ist, und zeigt die Eigenlogiken und Absichten, wie der Titel als Resource und Wertschöpfungsmodalität für die regionale Entwicklung genutzt werden soll.⁶⁹⁰ Strukturpolitische, ökonomische und lebensweltliche Ziele spielen demnach durchaus eine Rolle bei der Aushandlung und Inwertsetzungspraktik des Erbes. Schutz und Entwicklung sind quasi hegemoniale Kräfte des Entwicklungsdiskurses bei Welterbestätten. In der Praxis zeigen sich demnach keine „Berührungsängste“ zwischen der Betonung des Schutzes und der Verfolgung politischer und wirtschaftlicher Interessen, wie am Managementplan des Oberen Mittelrheintals deutlich wird.⁶⁹¹

Ein gemeinsames Management des Tals ist aufgrund der Komplexität, der vielen involvierten Institutionen und Interessengruppen sowie seiner vielfältigen Nutzungsrealitäten eine besondere Herausforderung. In die Gestaltung der Kulturlandschaft sind zahlreiche Gruppierungen involviert: die Landesregierungen, lokale Behörden, Bewohner, Denkmalpfleger, Naturschützer, Fremdenverkehrsorganisationen, gemeinnützige Vereine, katholische und evangelische Kirche, Institutionen und Unternehmen.

Da die Raumanalyse Mittelrhein von 1995 nicht genügte, wurde diese auf Anraten von ICOMOS im Auftrag der Planungsgemeinschaften Mittelrhein-Westerwald und Rheinhessen-Nahe sowie Abgeordneten des Rheingau-Taunus-Kreises und der Städte Lorch und Rudesheim überarbeitet und 2001 als aktualisierter gemeinsamer Managementplan veröffentlicht. Ziel des Managementplans ist es, das Leitbild des Forums „Eine Region besinnt sich auf gemeinsame Stärken: Der Mittelrhein – Ein Stück Weltkultur“ in der Praxis umzusetzen. Vor der Aufstellung eines Maßnahmenkatalogs als Instrument der zeitgemäßen Weiterentwicklung in allen

⁶⁸⁷ Vgl. zur Gestaltung von Managementplänen: Ringbeck 2008.

⁶⁸⁸ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 58.

⁶⁸⁹ Harvey 2008: 20.

⁶⁹⁰ Vgl. zur Nutzung des Erbes als Motor für wirtschaftliche Entwicklung: Kirshenblatt-Gimblett 2006: 163.

⁶⁹¹ Vgl. Bendix 2007: 345.

Lebens- und Wirtschaftsbereichen wurde zunächst eine Untersuchung der dieser Kulturlandschaft inhärenten Konflikte sowie der Bedürfnisse der lokalen Akteure und Einwohner durchgeführt. Eruiert wurden die Stärken, Schwächen, Möglichkeiten und Gefahren, angelehnt an die in der Betriebswirtschaftslehre etablierte SWOT-Analyse (S=strengths; W=weaknesses; O=opportunities; T=threats).⁶⁹²

Die Tatsache, dass vor allem politische Kräfte das Auswahl- und Antragsverfahren vorantrieben und den Managementplan aushandelten, weist darauf hin, dass sich die politischen Akteure positive Synergieeffekte von dieser deklaratorischen Prestigeaktion erhofften. Neben dem Schutz und der Pflege der Integrität und des Charakters der Kulturlandschaft, welche zur Eintragung auf die Liste der Welterbestätten geführt haben, ging es der lokalen Politik gezielt darum, den global angesehenen Titel strategisch als sozioökonomischen Entwicklungsfaktor zu nutzen, um die Probleme im Tal zu lösen. So sind in dem Plan drei Hauptaktionsfelder festgelegt worden (s. Abb. 3):

1. Stärkung der regionalen Identität und der Abbau von Kooperationsblockaden
2. Erhalt und Entwicklung der raumprägenden Kulturlandschaft
3. Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes.

Diese drei Hauptaktionsfelder untergliedern sich jeweils in verschiedene ambitionierte Zielbereiche mit konkret benannten Projekten, welche dem Handlungskonzept zu entnehmen sind. Dabei wird auf Probleme wie den Rückgang des Weinbaus und die Defizite im touristischen Profil eingegangen. Zudem stellen die Bewältigung der Folgen des demografischen Wandels, die Erhaltung von Angeboten der öffentlichen und privaten Infrastrukturversorgung sowie die wirtschaftliche Weiterentwicklung der Region und die Minderung der Lärmbelastung zentrale Ziele dar. Neben den wirtschaftlichen Problemen wird auf die fehlende Koordination und Kooperation der Gemeinden und die entwicklungshemmende Disparität reagiert. Dazu sind eine Optimierung von Organisationsstrukturen und eine verstärkte Kooperation vorgesehen. Ein regionsübergreifendes Standortmarketing und -management im wirtschaftlichen und touristischen Bereich soll zudem helfen. Des Weiteren hält der Plan eine Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität als Zielvorgabe fest. So soll beispielsweise ein Binnenmarketing Einfluss auf die regionale Identität nehmen. Eine stärkere Einbindung der Bevölkerung an der Landschafts- und Siedlungserhaltung gehöre ferner dazu.

⁶⁹² Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald u. A. 2001. Grundlage für das Management und die Kulturlandschaftspolitik boten zum einen das rheinland-pfälzische Entwicklungsprogramm LEP III und der hessische Landesentwicklungsplan 2000. Zum anderen wurden regionale Raumordnungspläne für Mittelrhein-Westerwald und Rheinhessen-Nahe aufgestellt sowie ein Regionalplan in Südhessen entwickelt. Auch Landkreise und kommunale Ebenen setzten weitere Pläne in Kraft, die in die höheren Planungsebenen mit einbezogen wurden. Die Antragstellung zur Teilnahme am Leader+-Programm bot weitere Weichenstellungen.

Eine Region besinnt sich auf gemeinsame Stärken: Der Mittelrhein - Ein Stück Weltkultur				
Leitbild	Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes			
Zielgruppen	Erhalt und Entwicklung der raumprägenden Kulturlandschaft	Sicherung der Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung	Optimierung von Organisationsstrukturen	Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität
<p>Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden</p> <p>Sicherung des Weinbaus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicherung einer Mindestgröße der Anbauflächen • Förderung von Genossenschaftswesen und Kooperation von Neben- und Haupterwerb • Stärkere touristische Vermarktung, z. B. über Kooperation mit heimischer Gastronomie oder touristischen Veranstaltern • Hochqualitatives, evtl. ökologisch hergestelltes Produkt „Mittelrheinwein“ (regionales Label) • Optimierung und Modifizierung administrativer Auflagen bzw. rechtlicher Regelungen bei Pflege und Bewirtschaftung • Alternative Nutzung aufgegebener Rebflächen, z. B. Obstbau, Beweidung, "Rheingarten" • Zusammenarbeit mit dem Naturschutz, z. B. über Naturlehrpfade • Aufbau eines Biotopverbundsystems und Ausweisung von Naturschutzgebieten • Übernahme landschaftspflegerischer Aufgaben durch Winzer <p>Ausbau des touristischen Profils</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbau von Defiziten im Gastronomie- und Beherbergungsgewerbe • Verlängerung der Aufenthaltsdauer und -falls möglich - Erhöhung der Ausgaben der Gäste • Strukturwandel zum Qualitätstourismus durch Modernisierung und Qualitätssteigerung der touristischen Infrastruktur und des Angebots • Kooperation und regionale Vernetzung des touristischen Angebots • Langfristige Bindung vorannderer und Erschließung neuer Zielgruppen • Förderung von landwirtschafts-, natur- und kulturbezogenen Formen des Tourismus • Stärkere strukturelle Verflechtung des Tourismus mit der Region durch Betonung regionaler Besonderheiten • Stärkung und Ergänzung des touristischen Angebotes • Lückenschließung und qualitative Verbesserung des Rad- und Wanderwegesystems <p>Erhalt von Burgen, Ortsbildern und Denkmälern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Landesförderung oder Einrichtung einer Stiftung zum Erhalt von Burgen, Ortsbildern und Denkmälern • Mit Naturschutz abgestimmter Erhalt von Burgen/ Burgruinen • Landschaftliche Freihaltung/ Freilegung aller Burgen/ Burgruinen • Kombinierte Kultur- und Naturlehrpfade • Bewusstseinsänderung der Bevölkerung in Bezug auf historisch geprägte Orts- und Landschaftsbilder • Finanzielle Anreize für Modernisierung und Instandsetzung • Erschließung neuer Nutzergruppen für die (attraktive) historische Bausubstanz • Steigerung des Erlebniswertes von historischer Bausubstanz und Kulturdenkmälern • Dokumentation erhaltenswerter, die kulturelle Identität prägender technisch-geschichtlicher Zeugnisse (Denkmaltopographie) <p>Lärmbekämpfung und integriertes Verkehrskonzept</p> <ul style="list-style-type: none"> • Errichtung niedriger, landschaftsverträglicher Schutzwände, die große Teile des Schienenlärms absorbieren • Ergänzender Schutz durch passive Lärmschutzmaßnahmen • Einfordern freiwilliger finanzieller Unterstützung für Lärmschutz bei der Bahn AG • Verlagerung und Verringerung des Güterverkehrs • Einsatz möglichst lärmarmer Züge • Sprung im Angebotsniveau • Attraktivierung der Bahnhöfe, Schaffung systemübergreifender Schnittstellen • Stärkung des regionalen Schienenverkehrs • Gemeinsames Verbundgebiet mit Fahrplan, Takt und Fahrkarte für das ganze Tal • Fahrgastinformation • 24-Stunden- Führerkehr bzw. starke zeitliche Ausdehnung des Führverkehrs im Rahmen der Regionalisierung des ÖPNV 	<p>Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung von Investitionssicherheit • Binnenmarketing, um vorhandene Gemeinsamkeiten und regionale Eigenarten herauszustellen • Integration aller regionalen Akteure hin zu einer gemeinsamen Identität durch Kooperationen in verschiedenen Bereichen • Neue Ansätze in der Außenanstellung und -werbung sowie Angebotskonzeption • Information und Beteiligung der Bevölkerung hinsichtlich bestimmter Aufgaben von Natur-, Landschafts- und Denkmalschutz 			

Abb. 3: Managementplan des Oberen Mittelrheintals. Quelle: Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Wes-
terwald u. a. 2001: 2.

Der Plan offenbart das Potenzial, welches hinter der Titelverleihung gesehen wurde und wird. Die symbolische Auszeichnung als Welterbe wird als Ressource verstanden und mit vielfältigen Themen in Beziehung gesetzt, um verschiedene Belange durch geeignete Maßnahmen ideell und ökonomisch aufzuwerten. Festzustellen ist dabei, dass ökonomischen Chancen und politischem Nutzen ein höherer Stellenwert beigemessen wird als dem klassischen Natur- und Denkmalschutz, auch wenn freilich der Erhalt historischer Bausubstanz vorgesehen ist. Die Erhaltung wird dabei jedoch nicht mehr nur primär als Konservierung der Vergangenheit verstanden. Vielmehr ist der Umgang auch an künftigen Nutzungsformen orientiert. Es geht nicht nur um eine Bestandsbewahrung und den ideellen Schutz für künftige Generationen, sondern auch um die nachhaltige und durchaus ökonomische Inwertsetzung und Nutzung der Bau- und Bodendenkmale als Entwicklungsressource und neuer Wirtschaftszweig.⁶⁹³

Der Welterbetitel als Teil der Kulturpolitik wird in diversen Bereichen als ein Soft skill angesehen, der durch seine Synergieeffekte zum Aufschwung verhelfen soll. Die staatliche Selbstverpflichtung und die große Publizität der Welterbeliste sind Hebel zur Mobilisierung von Ressourcen. Die Einwerbung europäischer, nationaler und regionaler Fördermittel kann mit dem Titel erleichtert werden. Als nationales Investitionsprogramm sei das Konjunkturpaket II genannt. Ausgeführt vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung förderte das Programm die Erhaltung, Sanierung oder Weiterentwicklung ausgewählter Welterbestätten im Zeitraum von 2009–2014. Die Bereitstellung der Mittel weist auf den Wert hin, welcher den Welterbestätten beigemessen wird, und zeigt, dass der Titel ein neues Bewertungskriterium für Subventionen darstellt. Mit den getätigten Investitionen können wiederum zusätzliche Werte geschaffen und die Aufmerksamkeit erhöht werden.

Eine konstruktive Folge der Welterbewertung ist also, dass die Weiterentwicklung des Oberen Mittelrheintals überdacht wurde. Die Anerkennung bot und bietet eine neue Grundlage bzw. zwingt Strukturen zu schaffen, die die Entwicklung und zukünftige Nutzung sowie die Lösung bekannter Probleme ermöglichen sollen.

Bei der Auszeichnung geht es also weniger um reinen Denkmalschutz als um politische und ökonomische Überlegungen. In meinen Gesprächen mit den Akteuren im Tourismus wird dies deutlich artikuliert. So äußert der Geschäftsführer der Rhein-Nahe Touristik Christian Kuhn: „Also wir haben nicht nur die hehren philosophischen Ziele, sondern wir wollen handfest Wirtschaft fördern.“ [00:21:29–00:21:34] Die erhofften nutzbringenden Folgeerscheinungen des Welterbestatus können folgendermaßen zusammengefasst werden:

⁶⁹³ Vgl. zum gegenwärtigen Verständnis des Denkmalschutzes auch: Coomble 2010: 242; Loulanski 2006: 211.

Mit der Nominierung, mit der sowohl Prestigegewinn als auch Verpflichtungen verbunden sind, wird eine stärkere öffentliche Aufmerksamkeit erwünscht. Die erhöhte Wahrnehmung der Stätte und deren Bedeutung sollen nicht nur finanzielle Zuwendungen fördern, sondern auch Einstellungen verändern, um die Situation im Tal zu verbessern. Eine koordiniertere Abstimmung der Maßnahmen und eine erhöhte Zusammenarbeit der für das Gebiet zuständigen Stellen sind zudem als Ziele in dem Managementplan vorgesehen. Da es sich bei der Kulturlandschaft um ein bewohntes Welterbe handelt, soll die Entwicklung zudem mit den Erwartungen der Bevölkerung abgestimmt werden, um die Region nicht nur für Besucher, sondern auch für die Bewohner attraktiver zu machen. Als Strategie zur sozioökonomischen Entwicklung spricht sich der Managementplan zugunsten einer wirtschaftlichen Nutzung und gegen die Bewahrung des Erbes aus rein landschaftsästhetischen, geschichtlichen oder kulturellen Gründen aus. Vielmehr soll die gesteigerte Wertschätzung der natürlichen, architektonischen, historischen und sozialen Eigenschaften der Kulturlandschaft als Antrieb fungieren. Dabei geht es weniger um die Behauptung auf einem globalen Markt, als vielmehr darum auf lokale Bedürfnisse zu reagieren.

Wie mit dem Titel konkret gearbeitet wird und welche Auswirkungen nachweisbar sind, wird im Folgenden dargestellt. Auch inwiefern die Aufnahme in die Welterbeliste den Blick auf die und den Umgang mit der Kulturlandschaft und Region(sbildung) verändert, wird untersucht. Im Fokus stehen dabei die schöpferischen und marketingorientierten Handlungen, die mithilfe des Welterbetitels gegen negative Entwicklungen im Tal vorgehen und die Welterberegion konstruieren.

7 Inszenierung der Region vor dem Hintergrund des Welterbetitels

In der folgenden Analyse wird untersucht, wie den im Managementplan definierten und im Kapitel 5 erläuterten Problemfeldern Disparität, Imageverlust und touristische Entwicklung mit dem Konzept des gemeinschaftlichen Welterbes begegnet wird. Wie der amerikanische Anthropologe Robert Redfield 1956 betonte, ist für die Untersuchung regionaler Systeme der Blick von außen hilfreich, um die Zusammenhänge in der Region zu verstehen.⁶⁹⁴ Gerndt konstatierte 1979 ebenso, dass die empirische „Regionale Kulturanalyse“ helfen könne, praxisrelevante Probleme zu formulieren und zu artikulieren sowie das eigene Handeln zu reflektieren, indem mit ihr objektive und subjektive Raumkonstellationen, deren Herausbildung und Entwicklung hinterfragt würden.⁶⁹⁵ Mit dem Blick von außen soll daher aufgezeigt werden, wie im Kontext des Welterbes eine Region von verschiedenen Akteuren konzeptionell und symbolisch hergestellt, sozial konstruiert und mit Inhalt und Bedeutung versehen wird. Die lokale und regionale Handlungs- und Gestaltungsebene als Schlüsselement der räumlichen Entwicklungsprozesse und raumbundenen Veränderungen, Ausgestaltungen und Inszenierungen im Rahmen der Welterbewertung stehen dabei im Mittelpunkt.

Verschiedene professionelle *Stakeholder* – Personen aus dem öffentlichen und privaten Sektor, die mit dem Welterbestatus zu tun haben, Interesse daran zeigen oder den Titel gebrauchen – werden einbezogen. Anhand ihrer Interpretation des Welterbekonzepts sowie ihrer Deutungs- und Handlungsmechanismen im Umgang mit dem Titel werden die Prozesse der Regionsbildung und Regionalentwicklung, der Imageverbesserung und des Place Brandings sowie der wirtschaftlichen Wertschöpfung insbesondere der Tourismusaufwertung im Rahmen des Welterbes vorgestellt. Neben den marketingorientierten Ansätzen von Organisatoren, Akteuren und Nutzern wird auch auf die ideellen Kontexte eingegangen. Dabei gilt es zu hinterfragen, wie die Realität hinter dem vorsätzlichen Handeln, der offiziellen Rhetorik und der Antragslyrik gestaltet ist.

7.1 Die Konstruktion der Region Welterbe Oberes Mittelrheintal

Auch wenn das Obere Mittelrheintal von außen betrachtet eine Einheit bildet, ist es schwer, das Tal als ein geschlossenes Gebiet zu sehen. Als *Realregion* stellt das Welterbegebiet ein zusammengehöriges Gebiet dar, das sich größtenteils mit der naturräumlichen Einheit Oberes Mittelrheintal – dem antezedenten Durchbruchstal – deckt.⁶⁹⁶ Eine *Tätigkeitsregion* ist die

⁶⁹⁴ Redfield 1956, nach Matter 1998: 41.

⁶⁹⁵ Lange verharnte die Volkskunde bei Kleinstadt- und Gemeindeforschungen, da an der Brauchbarkeit der klassischen Methoden für größere Studien gezweifelt wurde. 1978 wurde dieser Frage bei einer Arbeitstagung der DGV unter dem Titel „regionale Kulturanalyse“ in München nachgegangen. Vgl. Gerndt 1979: 64.

⁶⁹⁶ Zur hier verwandten Typologie von Regionen vgl. Kap. 5.1.2.

Kulturlandschaft administrativ jedoch nicht, da sie zu vielschichtigen Verwaltungsinstanzen gehört: zwei Bundesländern, fünf Landkreisen und ca. 60 Kommunen. Die Region lässt sich je nach Kontext in unterschiedliche Raumeinheiten wie die der Bundesländer oder Verbandsgemeinden einteilen. Der Wunsch nach wirtschaftlicher Stabilität hat die verschiedenen Kommunen nicht selten zu unkoordinierten Einzelaktionen bewegt. In den Interviews thematisierten die Akteure immer wieder die Kommunikationsschwierigkeiten zwischen den Gemeinden und Interessenvertretern aus öffentlichen und privaten Bereichen. Dieter Kochskämper verdeutlicht am Beispiel des Tourismus-Marketings, wie er dies noch vor seiner Zeit als Bürgermeister von Bacharach erfahren hat:

„Da war dann doch ziemlich deutlich geworden, dass jeder für sich in der Vergangenheit seine Arbeit leistete und in die Nachbarschaft keine Interessenslage hatte. Ich kann mich noch erinnern, dass ich also vor Jahren schon einmal angeregt hatte, [...] man sollte doch mal hingehen und soll die Wanderwege ausbauen. Da wurde mir dann von allen Gastronomen gesagt, wie ich mir das denn vorstellen würde, ich sei ja nicht von hier und ich soll mich aus so einer Diskussion mal draußen lassen, ob ich denn wollte, dass die Gäste von Bacharach nach Oberwesel marschieren, um da ihren Wein zu trinken. Da fiel mir also nichts mehr ein, auf diese Antwort. Das war aber für den damaligen Welterbeeinstieg ein nicht fremdes Denken.“
[00:09:50–00:10:50]

Im Oberen Mittelrheintal ergeben sich durch inhomogene Verteilungen von raumbezogenen funktionalen Orientierungen besondere Schwierigkeiten für die Regionsbildungskonzepte. Am deutlichsten wird diese Uneinheitlichkeit an der natürlichen Grenzlinie Rhein. Die sich im Rahmen der Welterbewirte (s. u.) engagierende Trudel Weiler aus Oberwesel verdeutlicht dies anhand des Beispiels unterschiedlicher, vom Fluss separierter Verbreitungsgebiete lokaler Zeitungen:

„Wenn ich was zu sagen hätte, würde ich mir einen Mittelrheintal-Kreis wünschen. Das wär’ eigentlich das, was wir alle brauchen, weil wir zerstückelt sind. Oberwesel z. B. gehört zum Rhein-Hunsrück Kreis. Bacharach geht zum Kreis Mainz-Bingen. [...] Was hat’s zur Folge? Wir haben noch nicht einmal eine einheitliche Berichterstattung. Die Rheinzeitung berichtet gerade mal bis Ende Oberwesel und die Bacharacher haben wieder eine ganz andere Berichterstattung [...]. Und es muss so sein, dass die rechte und die linke Rheinseite in diesem Gebiet vom Welterbe eigentlich zusammengehören, das wär’ mein Allerliebste – so würde ich es mir wünschen.“ [00:39:30–00:40:26]

Die Disparität wirkt sich auch auf das Leben der Bewohner aus und stellt somit die Darstellung der Kulturlandschaft als *Wahrnehmungs- und Identitätsregion* infrage (vgl. Kap. 8.3.1).

Auch wenn das Tal geografisch abgrenzbar ist, war es bislang schwer, die vielfältigen Einzelinteressen so zu bündeln und abzustimmen, dass ein gemeinsames regionales Bewusstsein, eine regionale Verantwortung und Vermarktung vorangetrieben wurde. Der Initiative Baukultur Mittelrheintal ist zu entnehmen: „Den bestehenden Entwicklungsproblemen kann nur mit

einem gemeinsamen Vorgehen der regionalen Akteure im Mittelrheintal entgegengewirkt werden.“⁶⁹⁷ Ebenso betonte die UNESCO, dass das Obere Mittelrheintal nur dann dauerhaft bestehen und mit dem Welterbeemblem ausgezeichnet werden könne, wenn Projekte und Maßnahmen über die Grenzen der Gemeinden und Bundesländer hinaus koordiniert und Kooperationsblockaden abgebaut würden.⁶⁹⁸ Maßnahmen für die gesamte Region sollten besser organisiert und die zersplitterte Verwaltung zweckmäßig abgestimmt sein. Erst nachdem ein übergreifender Managementplan für die künftige Entwicklung der Region ausgearbeitet worden war, wurde der Titel vergeben. Auch für die Bemühungen der Denkmalpflege und des Naturschutzes im Rheintal hatte bislang ein übergreifendes Konzept gefehlt.

7.1.1 Regionale Kooperation im Vorfeld der Bewerbung als UNESCO-Welterbe

Zu ersten regionalen Kooperationsbemühungen zählen die Initiativen Leader+ und das Forum Mittelrheintal.⁶⁹⁹ In beiden sollten sowohl politische und wirtschaftliche Akteure aus der Region als auch die Bevölkerung einbezogen werden, um gemeinsam an der Entwicklung der Region zu arbeiten. Dementsprechend war in diesen Governance-Konzepten eine Kombination der Förderung von lokaler Basisbewegung mit notwendigen Steuerungsleistungen seitens der Politik, des wirtschaftlichen Marktes und bestehenden Institutionen vorgesehen. Unter Berücksichtigung von Vorstellungen aus der Bevölkerung sollten die Kräfte aus der Region mobilisiert werden. Lokale Akteure sind dabei nicht nur wegen ihrer ortsbezogenen Erfahrungen und Motivation von hohem Stellenwert für das Regionalmanagement. Partizipative Ansätze und Bürgerbeteiligung können zudem Identifikation mit der Region stiften bzw. fördern. Ob diese Ziele erreicht wurden und nicht bloß populäre Worthülsen des Regionalmarketings waren, gilt es zu hinterfragen. Christian Schüler-Beigang, Leiter des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz, beobachtete, wie Leader+ die Zusammenarbeit in der Region gestärkt hat:

„Und die andere Sache ist, und das ist in meinen Augen die wichtigere, dass das gelebt wird. Jetzt will ich nicht davon reden, dass die Leute rechts und links anfangen, sich zu heiraten. Das wird möglicherweise in 50 Jahren noch nicht passieren. Aber dass man sich zusammensetzt und gemeinsam Projekte entwickelt, dass zum Beispiel diese Leader+ Arbeitsgemeinschaft gemeinsam in verschiedenen Orten im Tal Projekte entwickelt. [...] Dass die Leute im Tal zusammenarbeiten, [...] das ist eigentlich das Wichtige auch, was die Region voranbringt.“
[00:06:00–00:07:30]

⁶⁹⁷ Ottes u. Becker 2005: 6.

⁶⁹⁸ ICOMOS 2002.

⁶⁹⁹ Leader steht als Akronym für Liaison entre actions de développement de l'économie rurale. Es handelt sich dabei um ein 1991 ins Leben gerufenes Strukturhilfeprogramm der EU zur Stärkung ländlicher Räume. Bei LEADER+ handelt es sich um die dritte Programmperiode der Gemeinschaftsinitiative von 2000–2006.

Das Zitat zeigt, dass ortsübergreifende Initiativen einen Impuls für eine gemeinsame Entwicklung leisten und regionale Vernetzung anregen. Diesen Aspekt hebt auch der Touristiker Christian Kuhn hervor, indem er der Unterstützung von außen eine Katalysatorfunktion zuspricht:

„Eine Region muss sich selbst heraushelfen, aber wir haben das natürlich mit Unterstützung von dem Land Rheinland-Pfalz, von EU-Programmen wie Leader, zusammen mit verschiedenen Denkmalschützern geschafft, dass man diese eigenen Kräfte hat bündeln können und dass man's nach vorne entwickeln konnte.“ [00:06:23–00:06:43]

Torsten Raab legt aus seiner Sicht als Welterbemanager ferner dar, welche kompetitiven Logiken und Dominoeffekte für die Entwicklung der Region über die Partizipation an Förderprogrammen ausgelöst werden können:

„Also wenn der eine was gemacht hat und hat genügend Geld dafür gekriegt, dann will der andere das ja auch haben. Ich sag mal, das ist ja auch ein Stück weit gewünscht, ist ja bei jedem Förderprogramm so, einer kriegt was und dann guckt dann der Nächste. [...] Man guckt dann, es tut sich was und man guckt selber, jetzt muss ich doch auch mal aktiv werden.“ [01:01:09–01:01:29]

Leader+ steht dabei in enger Vernetzung zu den Projekten rund um die Welterbegestaltung. Im Detail ist jedoch eine Differenzierung erforderlich, wie Dieter Clasen auf die Frage, was er in seinem beruflichen Alltag als Bürgermeister der Verbandsgemeinde Loreley mit dem Welterbe zu tun hat, ausführt:

„Über das [die Arbeit im Zweckverband] hinaus haben wir noch den Bereich der EU-Förderung über das Leader-Programm, [...] Leader ist ja auch fast deckungsgleich mit dem Zweckverband Welterbe, also mit dem Welterbetal, dem anerkannten Welterbetal.[...] Das Leader-Programm ist auch ein Strukturprogramm, das strukturfördernd hier sein soll und Förderungen vornehmen soll, die von keinen anderen Programmen gedeckt sind, und das ist schon sehr segensreich, wenn man da drauf zurückgreifen kann.“ [00:02:09–00:24:45]

Zum Teil lassen sich die Prozesse in der Wahrnehmung der Akteure schwer trennen, wie im Gespräch mit Bürgermeister Dieter Kochskämper deutlich wird, der Leader+ als ein Projekt ansieht, welches aus der Welterbewerderung hervorging:

„Da sind jetzt die Projekte – Leader heißt das – die vom Welterbebeirat angestoßen worden sind, das sind jetzt so Kooperationen, Zusammenarbeit. Leader ist eine Projektgruppe, jetzt hier im Welterbegebiet.“ [01:12:07–01:12:23]

Richtig ist, dass die Prozesse im Rahmen des Leader-Programms zunächst als Vorläufer und erst in der verlängerten Laufzeit als Unterstützer der Projekte im Zuge der Welterbewerderung angesehen werden müssen. Der Antrag zur Aufnahme des Oberen Mittelrheintals in die Welterbeliste lenkte die Aufmerksamkeit jedoch erneut auf Aspekte, welche bereits im Leader-Programm thematisiert wurden wie die länderübergreifende Zusammenarbeit für eine nachhaltige Weiterentwicklung des Tals.

7.1.2 Der Welterbetitel schafft Region

Für die Verringerung der Disparität der Region war ein neuartiges Konzept erforderlich. Genau diese Regionalisierungsbestrebungen und Fortentwicklung der Region in Form eines projektbezogenen Kooperationsansatzes versprach der Welterbetitel. Dieser fungiert dabei als Rahmen und Handlungsziel. Durch den Welterbetitel wird die Region abgegrenzt und nach außen als eine Einheit dargestellt. Christian Schüler-Beigang führt aus, inwiefern der Welterbetitel seitens der Politik hierfür als Mittel zum Zweck gesehen wurde:

„Also die Intentionen der Landesregierung waren eben die, soweit ich das aus meiner damaligen etwas entfernten Warte mitbekommen habe, einen wirtschaftlichen Abschwächungstrend aufzufangen und umzukehren. Heißt, es war allgemein bekannt, dass im Mittelrheintal ein ausgesprochenes Kirchturmdenken herrschte. Das war eben auch ein Problem für gemeinsames Handeln im Tal. Wenn jeder nur seine eigene Gemeinde sieht und der Tourist, der von der eigenen Gemeinde in die Nachbargemeinde geht, auf dem falschen Weg gesehen wird, dann kann man nicht ein Gemeinschaftsgefühl herstellen, dann kann man nicht eine Region gemeinsam vermarkten. Und das war eine kluge Idee zu sagen, über so etwas Verbindendes wie einen Welterbestatus, der alles zusammenbindet, kann man das möglicherweise überwinden.“
[00:03:17–00:04:31]

Die Auszeichnung gilt als Chance. Mit ihrer Hilfe sollen das Profil, die Wahrnehmung und der Charakter der Region sowie ökonomische, politische, administrative und kulturelle Zusammenführungen gestärkt werden. Im Managementplan wurde diese gemeinsame Regionalentwicklung initiiert. Eine zentrale Koordination und Steuerung regionaler Projekte ist in dem politisch disparaten Welterbegebiet nicht zuletzt wegen der Bündelung von Finanzmitteln bedeutend. Ein weiterer finanzieller Anreiz für die regionale Zusammenarbeit und eine einheitliche Präsentation ist die Möglichkeit, Fördermittel aus verschiedenen Strukturfonds der EU zu bekommen, welche einzelnen Gemeinden nicht zur Verfügung stehen.

So machen die verbindenden Charakteristika der Region einerseits das Welterbe aus, andererseits fördert der Welterbetitel das Bekenntnis als gemeinsame Region. Bewusst wird im Kontext des Welterbes und dessen Vermarktung von *der* Region Oberes Mittelrheintal gesprochen. Bestimmte Merkmale und Gemeinsamkeiten werden betont und Unterschiede sollen mithilfe des gemeinsamen Titels nivelliert werden. Die Welterbewertung hat in dieser Hinsicht eine symbolische Bedeutung. Der Welterbetitel wird zur gemeinsamen Besonderheit stilisiert und genutzt, um der Region neue Bedeutung zu geben – er wird zum Vorzeige- bzw. vorgehaltenen Medium der Region.⁷⁰⁰ Der Titel markiert den Raum und versieht ihn mit Prägungen, die ihn über natürliche, topografische, kulturelle oder administrative Bestimmungen hinaus identifizierbar machen. Regionalisierung im Oberen Mittelrheintal stellt demnach einen Prozess dar,

⁷⁰⁰ Vgl. dazu auch Köstlin 1980: 25f.

der ein kulturelles Phänomen und die dazugehörigen Praktiken in einem bestimmten Raum einschreibt.⁷⁰¹ Die Welterbe-Gastgeberin Ute Hemkes-Precoma nimmt die Auszeichnung zum Welterbe dabei als Marker der Bestimmbarkeit der Region sowie als verbindendes Hilfsmittel wahr:

„Also dieser Titel ist [...] schon, so als Oberbegriff für das gesamte Tal, gut, weil vorher hat man ja schon mehr so Kirchturmdenken gehabt, jeder an seinem Ort und [...], aufgrund dieses Titels greift alles so ein bisschen mehr ineinander über.“ [00:07:02–00:07:20]

Die Region wurde als Welterberegion benannt und neu kreiert. Thomas Feser betont aus seiner Sicht als Binger Bürgermeister, welchen Nutzen er dahinter sieht:

„Es wirkt sich insgesamt einfach von der Außendarstellung her positiv aus, auf die komplette Region, also nicht nur Bingen, sondern da gehört ja auch der Mittelrhein dazu bis nach Koblenz [...]. Also wir sind der Anfang vom Weltkulturerbe, Koblenz ist ja das Ende des Weltkulturerbes. Also wird 'ne Klammer gezogen, wenn sie sich das mal bildlich vorstellen. [...] Und wir [...] versuchen [...] Anfang und Ende Weltkulturerbe zusammenzubringen [...], zu bewerben und auch einfach gestalterisch weiterhin voranzubringen.“ [00:07:03–00:08:04]

Auf den Bedeutungszuwachs, den einzelne Orte im Rahmen der Kooperation erfahren, ging auch Christian Schüler-Beigang im Gespräch ein:

„Ja, das passiert allein dadurch, dass wir sozusagen Öffentlichkeitsarbeit für die Welterbestätte machen, das ist ja die Summe der Orte. Wir machen eben keine Werbung für Boppard oder für Koblenz, sondern wir stellen die Welterbestätte in all ihren Aspekten dar, mit den verschiedenen Orten usw. [...] Und wenn ich denen sage in Japan, Deutschland hat 33 Welterbestätten, vier davon liegen in Rheinland-Pfalz und das sind die Folgenden, dann hab ich eine Chance, eine gewisse Aufmerksamkeit zu erregen. Wenn ich nach Japan, nach Tokyo fahren würde und wollte darauf aufmerksam machen, dass es Kaub gibt, würd' ich, glaub ich, untergehen. Insofern ist der Welterbestatus schon ein riesiger Wettbewerbsvorteil. Da ich eben eine Chance auf Wahrnehmung habe, die ich sonst nicht hätte.“ [00:08:17–00:29:10]

Der Welterbetitel stellt das Tal nicht nur in eine Liste der globalen Öffentlichkeit, sondern fördert demnach auch die Regionalisierung. Die Regionalpolitik, deren Verbesserung im Managementplan festgehalten ist, wird formell zur Baustelle globaler Verantwortung. Die praktische Umsetzung liegt jedoch in der Region. Als Welterbe entwickelt die Landschaft ein neues Eigenleben, dieses wird durch das Handeln von Akteursgruppen, deren Motiven und Zielen sowie Beziehungsnetzen bestimmt.⁷⁰² Damit ist die Herausforderung verbunden zu kooperieren, gemeinsam als Welterberegion aufzutreten, sich gemeinsam zu identifizieren und auch von außen identifizierbar zu sein. Die Förderung und Attraktivitätssteigerung der Region nach innen und nach außen ist nur möglich, wenn Entscheidungsträger der Region aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ihre Interessen, Programme und Strategien abstimmen. So bedurfte es im Oberen

⁷⁰¹ Vgl. Bausingers Definition von Regionen als von Menschen gemachte Kulturräume. Bausinger 1993: 473.

⁷⁰² Vgl. Hauser-Schäublin u. Klenke 2010: 27.

Mittelrheintal für die Ausübung des Managementplans und die Stärkung der regionalen Kooperationsfähigkeit übergreifender Strukturen.

Das Sekretariat für das Welterbe in Rheinland-Pfalz als Koordinationsstelle erwies sich langfristig als nicht ausreichend. Um die Interessen und Akteure zusammenzuführen sowie die Pläne und Politiken der beiden Länder und der örtlichen Behörden zu koordinieren, wurde als Teil des Entwicklungsprogrammes nach neuen, die Region umfassenden Initiativen und Institutionen gesucht. Torsten Raab verdeutlicht die Gründung des Zweckverbands Oberes Mittelrheintal in diesem Sinne:

„2003 kam die Anerkennung und dann hat man quasi die Aufgabe bekommen, sich darum zu kümmern, eine Einheit zu bilden. [...] Man hat sich dann auf den Zweckverband letztendlich geeinigt und musste mit allen Partnern erst mal eine Einheit schaffen und auch Grundlagen, die jeder unterschreibt. Die Kommunen mussten zustimmen, dass sie sich hier mit einreihen und jetzt auch eine Umlage bezahlen.“ [00:50:41–00:51:10]

Die Arbeit, Ziele und Handlungen des Zweckverbands prägen also nicht nur die Gestaltung und Vorstellung von dem Welterbe. Der Verband betont auch die Neudefinition der Region, unabhängig von Bundesländern oder Gemeinden – wie der Name sagt – nach eigenem Zweck und Grund des Zusammenschlusses. Torsten Raab beschreibt dies folgendermaßen:

„Jetzt ist halt der Zweckverband gegründet worden. Eine Einheit, die unnatürlich ist, weil sie einen Raum beschreibt, den irgendjemand mal festgelegt hat als Welterbe [...]. Und das ist jetzt halt der Zweckverband, das ist das Welterbe und darin tut sich jetzt einfach mehr oder andere Sachen, andere Möglichkeiten auf, weil zum einen Geld dafür da ist und weil sich hier zwei, drei Leute darum kümmern, an bestimmten Projekten zu arbeiten, die eine Kommune oder ein Bürgermeister oder ein Bauamtsleiter gar nicht leisten kann. [...] Als Zweckverband, als Verband von 50 Kommunen ist das noch möglich und die Ergebnisse sind dann trotzdem so, dass der Einzelne davon profitieren kann.“ [00:47:02–00:48:09]

So wird nicht nur das Erbe institutionell konzeptualisiert, sondern auch der Wandel der Kulturlandschaft erfolgt im Rahmen der Welterbewerbung durch einen handlungsstrukturierenden, institutionellen Kontext. Im Rahmen dieser Prozesse treten neue Akteure auf bzw. werden von bereits aktiven Akteuren neue Fähigkeiten der Inwertsetzung verlangt. So wurden für den Zweckverband Entscheidungsträger berufen, die eine Welterbe-Identität entwickeln sollten, um das Welterbe zu vermarkten und die Zusammenarbeit verschiedener Akteure aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft gemeindeübergreifend zu koordinieren. Torsten Raab erwähnt in diesem Kontext seine Aufgabe als Welterbemanager:

„In diesem Managementplan steht ja auch drin, dass eine Einheit geschaffen wird, wo die Kommunen sich zusammenbringen, und dass ein Welterbemanager, das bin ich ja dann auch, gefunden und eingestellt wird, der sich dann um diese Dinge kümmert. Also das war ja auch Bedingung oder selbsterlegte Auflage.“ [00:48:22–00:48:37]

Im Folgenden sollen kurz die Struktur und die Ziele des Verbands dargelegt werden, um später anhand ausgewählter, von ihm durchgeführter bzw. koordinierter Projekte, die einen Bezug zu den Handlungsfeldern Disparität, Image, Tourismus und regionale Identität aufweisen, die Einflussnahme des Welterbemanagements auf die Regionalisierung zu untersuchen.

Mitglied im Zweckverband sind neben den beteiligten Landesregierungen und Landkreisen alle Kommunen, Orts- und Verbandsgemeinden. Alle zweieinhalb Jahre wechselt der Vorsitz zwischen den Landräten des Rhein-Lahn- und Rhein-Hunsrück-Kreises, denen zudem ein ehrenamtlicher Beigeordneter des Rheingau-Taunus-Kreises als Vertreter der hessischen Verbandsmitglieder zur Seite steht. Finanziert wird der Verband, abgesehen von akquirierten Fördergeldern für Projekte, aus Mitgliedsbeiträgen. Verwaltet werden der Zweckverband und dessen Projekte von der Geschäftsstelle in St. Goarshausen, die zur Zeit der Erhebung von dem Welterbemanager und einer Projektleiterin geführt wird. Die Herausforderung für die Akteure des Zweckverbands besteht darin, ein gemeinsames regionales Problemverständnis sowie gemeinsame Ziele für alle Belange rund um das Welterbe zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen. Um diese Aufgabe zu erfüllen, versucht der Zweckverband die kommunalen Interessen und Aktivitäten der Gebietskörperschaften und Interessengruppen im Welterbegebiet zu bündeln und die gemeinsame Verantwortung für die Region zu betonen. Neben der Funktion als zentraler Ansprechpartner soll der Zweckverband eben als Vernetzungs- und Koordinierungsstelle dienen, wie Torsten Raab äußert:

„Wir möchten ein Zusammengehörigkeitsgefühl entwickeln, wo ein Stück weit noch keins da ist. Wir haben halt die Schwierigkeit, wir sind mehrere Landkreise, mehrere Städte, kleine Kommunen und noch zwei Bundesländer, die eigentlich erst mal nichts miteinander zu tun haben und noch zwei Rheinseiten. Es gibt Orte, die liegen sehr nah beieinander und haben trotzdem nichts miteinander zu tun. Und dann gibt es noch oben und unten, rechts und links und das versuchen wir nun zusammenzuführen. Und wir sind die einzige Organisation, die sich wirklich nur auf diesen Bereich beschränkt.[...] Wir sind so ein Konstrukt, das ist ja schon etwas Besonderes einen Zweckverband zu haben mit über 50 Kommunen, der sich so einer Aufgabe annimmt, und da ist jede Idee abzustimmen mit ganz vielen Behörden, Kommunen, Beteiligten. [...] Es gibt die Landkreise und die Bundesländer, jeder sucht halt so seinen Bereich und wir haben also wirklich diese Klammer nur ums Welterbe gefasst und da sind wir diejenigen, die das wirklich erarbeiten können.“ [00:09:35–00:10:21]

Mit der kooperativen Verwaltung des Welterbes auf der politischen Ebene soll das Handeln effizienter abgestimmt und auf den Vorwurf der Disparität sowie das mangelnde Gemeinschaftsgefühl reagiert werden. Dabei handelt es sich um eine weiche Form der Regionalisierung: Die Kommunen behalten ihre Kompetenz, kooperieren aber für regionale Aufgaben und Konzepte mit dem Zweckverband. Durch die Zusammenarbeit der kommunalen Vertreter soll ein Wir-Gefühl geschaffen und die gemeinsame Verantwortung betont werden. Schließlich gilt eine Stärkung der Region von innen als wichtige Voraussetzung für deren Entwicklung. Der

Bürgermeister von Bacharach, Dieter Kochskämper, sieht in der Kooperation bereits positive Auswirkungen:

„In der Zwischenzeit hat sich durch die Arbeit vom Zweckverband diese Einstellung gewandelt. Das heißt, die Region ist [...] allein von der Verwaltung her, die Bürgermeister sind enger zusammengerückt, weil man gesagt hat, wir können uns nur dann behaupten, wenn wir uns in der Region stark vermarkten.“ [00:10:49–00:11:18]

Ebenso weist Christian Schüler-Beigang auf einen Erfolg des Zweckverbands hin:

„Genau das [die Kooperation] ist gelungen und wie gesagt, mit der Gründung des Zweckverbands am 1. Februar 2005 hat das auch eben ganz praktischen Niederschlag gefunden und jetzt arbeiten alle zusammen und versuchen nach den derzeit bestehenden Möglichkeiten, die Region voranzubringen.[...] In meinen Augen ist das deutlichste Zeichen für die Verbindung der Zweckverband. Es wird später noch ein anderes Zeichen geben, das wird man auch sicher so präsentieren, das wird die Mittelrheinbrücke sein. Dass man eben sagt, da gibt es etwas, was die bisher durch den Rhein getrennten Seiten verbindet. Das wird eben einer unter vielen Bausteinen sein, die dazu beitragen, dass es eine positive Entwicklung im Mittelrheintal gibt, dass die Teile zusammenwachsen und dass es eben eine Zusammengehörigkeit gibt.“ [00:04:31–00:05:40]

Der Verband ist darum bemüht, eine gemeinsame Identifikation herzustellen und zu demonstrieren. Anhand einer *Corporate Culture* (s. Kap. 7.2.2.2) – einer handlungsprägenden Kommunikationskultur – sollen die Verbandsmitglieder die Region einheitlich vertreten, um die Wahrnehmung, das Image und die Reputation zu verbessern – nach der Maxime „Vielfalt in Einheit“. Ferner sollen alle an der Nutzung der Landschaft interessierten Kreise eine gemeinsame Zielsetzung und gemeinsam getragene Maßnahmen vereinbaren, die das Regionale in den Mittelpunkt stellen, um das Welterbe im Sinne der UNESCO-Ziele zu pflegen und weiterzuentwickeln. Zur Bestimmung der Aufgaben wurden bei der Gründung Ideen gesammelt, die zur Steigerung der Attraktivität des Welterbes Oberes Mittelrheintal sowie zur Sicherung seiner wirtschaftlichen, politischen, kulturellen, ökologischen und sozialen Eigenschaften beitragen.⁷⁰³ Daraus wurde ein auf dem Managementplan beruhendes Handlungsprogramm erstellt. Die Erhaltung, Pflege und Entwicklung der Kulturlandschaft sowie eines öffentlichkeitswirksamen Kulturlandschaftsbildes sieht der Zweckverband als vorrangiges Ziel der kommunalen Maßnahmen an. Im Auftrag des Zweckverbands wurde seitens eines interdisziplinären Arbeitskreises ein Kulturlandschaftsentwicklungskonzept (KLEK) erarbeitet. Auf die Projekte des Verbands zur Verbesserung einer übergreifenden, das Regionalbewusstsein fördernden Tourismusstruktur wird in Kapitel 7.3 ausführlich eingegangen.

Kritisch ist hervorzuheben, dass die Initiativen und Projekte zwar zum einen förderlich für eine gemeinsame Entwicklung der Region wirken, zum anderen aber auch unerwünschte negative

⁷⁰³ Vgl. § 4 der Verbandsordnung: Zweckverband 2005a.

Effekte bedingen können. Wie Netzwerkstudien belegen, können zu starke Vorgaben und Verbindungen, die auf häufiger Interaktion beruhen, auf die Handlungsmöglichkeiten von Personen restringierend wirken.⁷⁰⁴ Das erwartete regelkonforme Verhalten und der hohe Grad an Kontrolle sowie die erforderliche Zeit und Energie für die Organisation und Verwaltung können das Potenzial zur Umsetzung von Ideen beeinträchtigen und eindämmen. Ferner können die Ziele eines Verbunds eigenen Interessen widersprechen. Für das Fallbeispiel kann hier die Diskussion um den möglichen Austritt der Verbandsgemeinde Loreley aus dem Zweckverband genannt werden. Grund für diese symbolische Aktion, die nicht realisiert wurde bzw. werden sollte, war die ablehnende Haltung des Verbands gegenüber dem Bau von einnahmebringenden Windkraftanlagen, um den Welterbestatus nicht zu gefährden.⁷⁰⁵

Zu den Projekten, die direkten Einfluss auf die Bewohner vor Ort ausüben, zählt vor allem die Verbesserung der Wohn- und Umfeldqualität der Städte und Gemeinden. Auf regionaler Ebene sei diesbezüglich z. B. die Förderung infrastruktureller und städtebaulicher Entwicklung durch die aufgrund der Prädikatisierung in Kooperation mit der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord hervorgerufene Initiative Baukultur erwähnt.⁷⁰⁶ Die Anerkennung als Welterbe hat nicht nur eine kulturpolitische Konsequenz, sondern trägt auch dazu bei, Konflikte der Nutzung und der Gestaltung der Kulturlandschaft in das Bewusstsein zu rücken. Demzufolge wird einzelnen Bauobjekten, wie Hafenanlagen und ungenutzten Bahnhöfen, ein neuer Wert gegenüber der ausschließlich wirtschaftlich orientierten Nutzung beigemessen. Zudem werden für leer stehende, denkmalgeschützte Burgen und Gebäude neue Nutzungskonzepte erstellt, um die Kulturlandschaft prägenden Denkmäler und historischen Ortsbilder zu erhalten. Zur Verbesserung der Wohnqualität und zur Aufwertung der Orte investiert der Verband außerdem in die Umgestaltung der Uferbereiche. Herr Feser, Bürgermeister von Bingen, beschreibt eine solche Maßnahme, die sich aus dem Kontext des Welterbes entwickelte:

„Bingen war schon seit der Römerzeit durch die Nähe zum Rhein eine sehr exponierte Stelle und durch dieses Weltkulturerbeprädikat wird das noch einmal verdeutlicht und auch in den Fokus gerückt. [...] Wenn man hier lebt, dann nimmt man das hier einfach so gelassen hin, wie schön man eigentlich hier lebt. Und mit der Auslobung mit dem Prädikat Weltkulturerbe wurde einigen noch einmal mehr bewusst, dass es nicht nur schön ist, hier zu leben, [sondern] auch eine Verpflichtung, dass wir was machen müssen. Und vor dem Hintergrund kam ja dann die klare Ansage [...], wir müssen das Rheinufer überplanen, es muss schöner werden. Also wenn wir schon dieses Prädikat haben, kann man eigentlich so die Nachkriegssituation nicht lassen.“
[00:03:40–00:04:31]

⁷⁰⁴ Vgl. Schenk 1983: 93; Lipp 2003: 57.

⁷⁰⁵ Vgl. Rheinzeitung 30.10.2013; Rheinzeitung 23.04.2013; Deutschlandfunk 05.11.2013.

⁷⁰⁶ Initiative Baukultur für das Welterbe Oberes Mittelrheintal 2013.

Das Zitat weist darauf hin, dass der Welterbetitel nicht nur eine konservierende Auszeichnung darstellt, sondern Bewegung bewirken und das Bewusstsein für regionale Probleme schärfen kann.

Um seine Ziele umzusetzen, ein regionales Bewusstsein und die Dialogbereitschaft zu fördern, verfolgt der Zweckverband verschiedene Strategien, zu denen Leitbilder, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit zählen. Alle Entscheidungsstrukturen sollen transparent und an klaren Projektzielen orientiert sein. Die idealisierte Rollenbeschreibung macht selbst deutlich, dass dies nicht alleine von einem Welterbemanager erreicht werden kann. Projekt- und Interessengruppen wurden ins Leben gerufen, um an den Aufgaben zu arbeiten. Der Zweckverband trifft daher keineswegs alle Entscheidungen selbstständig. Vielmehr hängt seine Tätigkeitsstruktur von den an einem jeweiligen Projekt Beteiligten ab. In bestimmten Bereichen werden externe Berater z. B. aus universitären oder anderen Forschungseinrichtungen zur Expertise zurate gezogen, wie Torsten Raab ausführt:⁷⁰⁷

„Aus verschiedensten Orten, nicht nur aus der Region, haben wir Fachleute, die uns von außen befruchten, wenn es darum geht, das Niveau relativ hochzuhalten und jetzt nicht nur klein, klein zu machen, sondern auch wirklich das nach außen hin so einzustellen, dass es Welterbeniveau hat und nicht nur von lokalen Redakteuren aufgestellt wird.“ [00:04:09–00:04:32]

Das „Welterbeniveau“ wird von Torsten Raab im Gespräch immer wieder betont. Deutlich wird daran, welchen Anspruch er dem Titel für die Außendarstellung beimisst und zugleich von ihm erhofft. Zudem formuliert Torsten Raab, dass der Zweckverband eine Impulsfunktion hat: *„Wir bieten also den äußeren Rahmen – sag ich mal – für Projekte, für Ideen, für Handlungsfelder und dann sollen die Kommunen das umsetzen.“ [00:17:05–00:17:13]*

Der Verband interagiert als regionaler Interessenvertreter, Wegbereiter regionaler Zusammenarbeit und Ideengeber kultureller Projekte. Eine konsensorientierte und akteursorientierte Strategie ist dabei wichtig, um der Aufgabe, zwischen öffentlichen Interessen und lokalen Vertretern zu vermitteln, nachzukommen.⁷⁰⁸ Regionale Entwicklung und Maßnahmen sind erfolgreicher, wenn Planungs- und Entscheidungsprozesse nicht top-down, sondern in einem ausgewogenen Verhandlungssystem von Macht- und Fachpromotoren sowie den Nutznießern geführt werden. Wichtig ist also, dass die Projekte die Vorstellungen der Bevölkerung berücksichtigen. So wurden Initiativen gegründet, die vom Zweckverband unterstützt und von lokalen Akteuren umgesetzt werden wie die der Welterbe-Gastgeber (s. Kap. 7.3.2.1). Anzumerken gilt, dass die in diesen Initiativen engagierten Personen auch einen strategischen Zweck verfolgen

⁷⁰⁷ Wesentliche Maßnahmen versucht der Zweckverband zudem mit der UNESCO und ICOMOS abzugleichen. Besonders deutlich wurde dies in der Diskussion um die Brücke, wie in Kap. 5.4 ausgeführt.

⁷⁰⁸ In den Gesprächen über das Netzwerk wurden mir gegenüber keine unausgewogenen Handlungsspielräume zwischen den Touristikern, Historikern und politisch Verantwortlichen angesprochen.

und aufgrund der Kooperation mit dem Verband über Handlungsmacht verfügen möchten. Eine Verbindung zu weniger aktiven Bevölkerungsteilen besteht eher einseitig zum einen über die klassischen Informationsmedien wie Zeitungen oder das Internet. Zum anderen werden neuartige Veranstaltungskonzepte wie z. B. die Luminale oder der Welterbetag angeboten, die die Bevölkerung ansprechen sollen (s. Kap. 7.3.2.4). Freilich wird damit weder der gesamte „Bottom“ erreicht noch lässt sich dabei von einer unhierarchischen Partizipation sprechen. Wie die Darstellung einzelner Projekte zeigt, muss angemerkt werden, dass das Ziel, ein möglichst breites Spektrum an regionalen Akteuren einzubeziehen, eine idealisierte Vorstellung ist, die nicht immer erfüllt wurde.

7.2 Die Vermarktung des Welterbes als Katalysator für eine regionale Image-Aufwertung

Die leitenden Ziele von Regionalmarketinginitiativen sind die Neu-Positionierung einer Region sowie die Stärkung eines positiven Images und die Steigerung des Identifikationspotenzials. Dabei soll Regionalmarketing als Motor für die Entwicklung der Region dienen, die dafür geeigneten Rahmenbedingungen schaffen und den Bekanntheitsgrad erhöhen – für Investoren, Touristen und nicht zuletzt die Bewohner. Dass dem Welterbetitel im Oberen Mittelrheintal eine ähnliche Funktion zukommt, zeigt die folgende Aussage des Geschäftsführers der Rhein-Nahe Touristik Christian Kuhn:

„Es hat eine Art Impuls für unsere Region gesetzt, um aktiv unsere Belange einfach nach vorne zu treiben. Es wurde die Wertigkeit weltweit dargestellt, dass wir UNESCO-Welterbe geworden sind. Sprich, dass eine Kulturlandschaft als solches etwas ganz Besonderes ist und als solche anerkannt wurde. Es war für uns eine wichtige Katalysatorwirkung.“ [00:05:57–00:06:22]

Die Ehrung dient als Anreiz und wirkt unterstützend, die Region neu zu überdenken. Martin Orth, Referatsleiter für Raumordnung, Regionalplanung, Siedlungsstrukturentwicklung und Bodenbevorratung (HMWVL), äußert sich ähnlich auf die Frage, was er sich von der Auszeichnung erhoffe:

„Da würde ich zwei Dinge nennen: Das eine ist, der Weg ist das Ziel. Durch dieses Anstreben eines bestimmten Titels waren ja bestimmte Prozesse zu absolvieren. Man musste sich sehr detailliert darüber verständigen, was man für konkrete Entwicklungs- und Schutzvorstellungen hatte, man musste sich mit allen Beteiligten abstimmen, man musste Handlungsprogramme entwickeln und das war, glaub ich, alles sehr, sehr, sehr hilfreich für die Entwicklung des Oberen Mittelrheintals, dass diese Prozesse dadurch erforderlich wurden. Und der zweite Punkt ist der, dass natürlich das Label von ungeheurer Strahlkraft ist.“ [00:18:07–00:19:59]

Regionalmarketing ist auch Imagearbeit. Thomas Feser bestärkt im Gespräch die imagebildende Wirkung des Titels und betont dabei die Wirkung für das ganze Tal, sprich über Bingen hinaus, wo er als Bürgermeister tätig ist:

„Das ist ein Prädikat, was gerade jetzt, nicht nur eine Verpflichtung [darstellt], sondern auch ein Image und ein Prädikat, was die Landschaft und unsere Region, ja den ganzen Bereich nach außen sehr gut vermarktet und darstellt.“ [00:02:51–00:03:08]

Wie in Kapitel 5.4 dargelegt, ist das Obere Mittelrheintal teilweise mit Negativ-Images behaftet. Daher ist es im Rahmen der Regionalentwicklung nicht nur wichtig, die Infrastruktur zu verbessern, sondern auch das Image. Sowohl das Fremd- als auch das Selbstimage der Region sollen durch ein neues Marketing, das Gemeinsamkeiten hervorhebt, gebildet, gepflegt und verbessert werden. Im Managementplan werden die Begriffe Image und Identität nicht trennscharf verwendet. Um dieser begrifflichen Unschärfe entgegenzuwirken, soll eine kurze Diskussion des Imagebegriffs folgen, der in dieser Arbeit Verwendung findet.

Ursprünglich stammt der Imagebegriff aus der Produktwerbung, wo er für das zu Werbezwecken inszenierte Erscheinungsbild einer Ware steht. Ende der 1950er-Jahre wurde der Imagebegriff aus der Kommunikationswissenschaft in weitere Sozialwissenschaften übernommen. Lindner definiert den Begriff wie folgt: „Ein Image [...] ist, im Unterschied zum Imaginären, geplant und gestaltet, es wird ökonomisch gesehen, als entwicklungsrelevantes Steuerungsinstrument verstanden. Als ein solches Instrument ist das Image der politischen Ideologie verwandt, von der Theodor Geiger sagte, dass sie ein ‚Überzeugungsinhalt‘ sei, der verbreitet werden kann.“⁷⁰⁹ Er schlussfolgert, dass das Image die bewusst geschaffene, von Kommunikationsstrategien durchgesetzte Vorstellung bzw. Ideologie einer Ware ist. Dies verdeutlicht, wie das Image konstruiert wird, um es wirtschaftlich zu Werbe- und Marketingzwecken und zur Bewusstseinsbildung zu nutzen. Zur Kreation dieses Images, führt Lindner fort, sei ihm eine „Tiefengrammatik“ vorgelagert, quasi als Filter, „der die Entscheidung über die Plausibilität eines ‚Bildes‘ trifft“.⁷¹⁰ Entscheidend für das Image ist, dass es glaubwürdig und vorstellbar wirkt. Sämtliche Strategien der Inszenierung, Repräsentation und Decodierung sind daher an den Kriterien der Plausibilität der Aussagen orientiert. Zudem sollte ein Image als kompakte Vorstellung einprägsam, leicht rezipierbar, in sich widerspruchsfrei und von der anvisierten Zielgruppe angenommen werden.

In der Kulturanthropologie wurde der Imagebegriff insbesondere in der Stadtforschung diskutiert.⁷¹¹ Bezogen auf einen Ort entspricht das Image den positiven oder negativen

⁷⁰⁹ Lindner 2008: 86.

⁷¹⁰ Lindner 2008: 87.

⁷¹¹ Vgl. Lindner 1990; Lindner 1999; Lynch 1960.

Vorstellungen, Ideen und Eindrücken, die Menschen von ihm haben.⁷¹² Für die Wirtschaftswissenschaftler Philip Kotler und David Gertner helfen Images, die essenziellen Informationen aus einer großen Menge an Daten über einen Ort zu verarbeiten und auszuwählen.⁷¹³ Somit lässt sich das Image mit dem kognitiven Ansatz der Stereotypenforschung in Verbindung bringen, da es hilft, die komplexe soziale Umwelt durch die Bildung von Typisierungen zu vereinfachen, auf Anhaltspunkte zu reduzieren, zu interpretieren und Orientierung zu schaffen.⁷¹⁴ Es handelt sich quasi um ein kompensiertes Bild aller Assoziationen und Informationen, die mit dem Ort verknüpft werden. Regionale oder historische Besonderheiten, die z. B. als identifikationsstiftendes Symbol der Region gelten, beeinflussen dabei die Image- und Profilbildung.

Zudem existieren nicht nur Images von Orten, sondern auch von anderen Personen, Organisationen etc. Je nach Komplexität des Imageträgers wird das Image über einen langen Zeitraum formuliert, ist langlebig und daher schwer zu verändern. Entgegen Lindners Äußerung können Images auch unbewusst entstehen. Ein Image manifestiert sich in vielfältigen Formen symbolischer Praxis, in unmittelbarer Interaktion ebenso wie in medialer Produktion und ist daher von kulturellen und sozialen Momenten geprägt.⁷¹⁵ Natürlich können die Bilder, Gefühle, Erwartungen und Meinungen abhängig von Erfahrungen und Kenntnissen subjektiv bzw. emotional gefärbt sein. Sowohl positive als auch negative Erlebnisse können dabei Einfluss nehmen.

Da von einem Image viele objektive wie auch subjektive Entscheidungen abhängen, ist das Image eine wichtige Einflussgröße. Auch wenn es nicht im selben Ausmaß wie Einstellungen Verhaltensweisen prägt, hat das Image Auswirkungen auf kognitive, affektive, behaviorale, soziale und personal wertende Komponenten. Es vermittelt als bekanntes Vorstellungsbild eine Interpretationsmöglichkeit, Orientierung, Gefühls- und Verhaltenssicherheit. Da es auch wertend sein kann, dient es ebenso der Selektion.

Im Gegensatz zur Identität dient das Image äußeren Zwecken. Zugleich kann es aber die lokale Identität symbolisch aufwerten und nach innen Rückhalt verleihen. Da dieses Bild sowohl von außen zugetragen als auch von Bewohnern selbst nach außen – als bewusst aufgebautes Selbstbild – betont werden kann, wird deutlich, dass „eine lokale Identität sich in diesem Image symbolisch aussprechen, sich selbst interpretieren und plakativ auf sich hinweisen kann“.⁷¹⁶ Images, die zunächst aus kommerziellen Marketinginteressen befördert werden, können langfristig das lokale Selbstbewusstsein prägen und verändern, sprich auf die Identitätsbildung der Bevölkerung zurückwirken. Beide Konzepte sind auf Orientierungs- und Sicherheitseffekte

⁷¹² Vgl. Hartmann 2008: 111.

⁷¹³ Vgl. Kotler u. Gertner 2002: 251; siehe auch Kotler, Haiser u. Rein 1994: 179.

⁷¹⁴ Vgl. Roth 1999.

⁷¹⁵ Vgl. Boorstin 1987.

⁷¹⁶ Zimmermann 2009c: 16f; vgl. auch Goffman 1996: 10.

zurückzuführen; Images jedoch kompakter und eingängiger als die „weniger flexiblen, nämlich komplexeren, historisch nicht selten schwerfälligen oder sperrigen Identitäten“.⁷¹⁷

Der Welterbetitel ist diesbezüglich ein diffus genutzter und doch gezielt eingesetzter Begriff, um ein neues einheitliches Image für die Region aufzubauen. Regionale Akteure aus Politik, Wirtschaft und besonders dem Tourismusbereich werben in Broschüren oder auf Homepages für die „Region Welterbe Oberes Mittelrheintal“. Sie kreieren deren Image dabei über das Gemeinsame: den Welterbestatus und die geografische Lage. Es findet also eine Instrumentalisierung der Auszeichnung statt. Der Welterbetitel wird als Prädikat genutzt, um den Standort als „Premiumprodukt“ zu positionieren.

In der privaten Wirtschaft sind solche Produkte und Unternehmen erfolgreich, denen es gelingt, eine Marke zu etablieren.⁷¹⁸ Eine Marke ist auch ein Vorstellungsbild und dient als Instrument zur Imagebildung. Sie hilft bei der Identifikation der Region und mit der Region, kognitiv und affektiv, rational und emotional, extern und intern. Dieser Erfolg von Marken lässt die Vermutung aufkommen, dass auch der Zweckverband das Welterbe als Marke versteht, von deren Status das Tal profitieren soll. Ein Blick in den Bereich der Markenforschung soll helfen zu klären, ob der Welterbetitel als Marke definiert werden kann. Im Anschluss daran wird die Nutzung des Welterbetitels im Oberen Mittelrheintal analysiert und der Prozess der Markenbildung im Oberen Mittelrheintal nachvollzogen.⁷¹⁹

7.2.1 Die Bedeutung von Marken

Nach dem Historiker Alexander Schubert sind „Marken [...] Mythen des Alltags und je stringenter und konsequenter sie ihre Zeichen-, Bedeutungs- und Identifikationssysteme aufbauen, umso weniger kann sich die Öffentlichkeit ihrer Magie und ihrem Einfluss entziehen.“⁷²⁰ Mit Werbung werden die Mythen, welche Marken definieren, aufgebaut, verändert bzw. verstärkt. Auch das UNESCO-Welterbepredikat gleicht einem solchen Mythos. In der Berichterstattung zu den Welterbestätten, welche diese Wirkung zugleich unterstützt, wird das deutlich. Der Titel hebt die Stätte auf eine andere Stufe und fügt ihr einen immateriellen und eben auch nachrichtlichen Mehrwert zu. Ähnlich einer Marke kennzeichnet er „ein Produkt“ und weckt durch die Hervorhebung Interesse.

Laut § 3 Abs. 1 des Markengesetzes können als Marke alle Zeichen geschützt werden, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Dies sind insbesondere visuelle Bild-, Wort- und Namenszeichen

⁷¹⁷ Zimmermann 2009c: 17

⁷¹⁸ Vgl. Esch, Wicke u. Rempel 2005: 5ff.

⁷¹⁹ Marken finden dabei nicht mehr nur für Konsumgüter Anwendung, sondern z. B. auch für Dienstleistungen.

⁷²⁰ Schubert 2004: 161f. Zur Marke als Mythos vgl. auch Ferner u. Pötsch 1998: 17.

sowie Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung und sonstige Aufmachungen einschließlich Farbe und Farbzusammenstellungen.⁷²¹ Um mit der Produktvielfalt umzugehen, erfüllen Waren- und Gütezeichen verschiedene Leistungen und Anforderungen im Alltag, auf die im Folgenden eingegangen wird.⁷²²

Alleinstellungsmerkmal

Zentral erscheint, dass Marken identifizierbar und einzigartig sind. Marken kennzeichnen, d. h. sie heben das Markierte von der Umwelt ab und verleihen dem Objekt oder der Dienstleistung eine Identität. Auch das Prädikat Welterbe identifiziert und differenziert eine Stätte. Durch die Markierung erhält ein Erbe einen Sonderstatus als quasi Premiererbe und wird semiotisch aufgeladen. Betrachtet man die Berichterstattung zur Aufnahme neuer Welterbestätten bzw. zur Aberkennung wie im Falle des Dresdner Elbtals, wird deutlich, wie hoch das Ansehen sowie die lokale bis internationale Bekanntheit und Wertschätzung des Welterbetitels sein kann. Die Auszeichnung verfügt über eine hohe Markenbekanntheit und weckt Assoziationen. Besonders im Tourismusbereich hat dieser Bekanntheitswert Bedeutung, da mit Welterbestätten bestimmte Erwartungen verbunden werden, die eine Unterscheidung zu anderen Sehenswürdigkeiten und Destinationen ermöglichen.⁷²³

Zentrale Bedeutung für eine Marke haben die Eigenschaften und Inhalte, die kognitiv und emotional mit ihr verbunden werden. Marken besitzen dabei eine Unique Selling Proposition, also ein Alleinstellungsmerkmal. Bei einem Welterbe zählt dazu insbesondere der Outstanding Universal Value, den jede Stätte laut Artikel 2 der Welterbekonvention aufweisen muss. Mit der Auszeichnung wird die Einzigartigkeit herausgestellt. Der Titel wird genutzt, um Eigenschaften wie Seltenheit, Exklusivität oder Authentizität in Wert zu setzen.⁷²⁴ Er ermöglicht eine klare Profilierung und die Konzentration auf aussagekräftige Alleinstellungsmerkmale. Diese gezielt, relevant und glaubwürdig zu kommunizieren ist Aufgabe des Markeninhabers.⁷²⁵

Oft werden die Informationen und Werte über ein Markenleitbild transportiert. Über ein Logo oder Markensymbol soll das Produkt bzw. eine Produktgruppe wiedererkennbar sein.⁷²⁶ Wegen seiner abstrahierten Form kann ein Logo das Angebot identifizierbar machen, damit zu einer kognitiven Entlastung führen und einen begünstigenden Effekt auf die Wahl des Konsumenten ausüben (zum Welterbe-Logo und dessen Gebrauch vgl. Kap. 7.2.2.1).

⁷²¹ Vgl. Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz und juris GmbH o. J.

⁷²² Zur Funktion von Marken vgl. auch Popp 2007: 116f.

⁷²³ Vgl. allgemein zur Wirkung von Marken im Tourismus: Ferner u. Pötsch 1998: 17.

⁷²⁴ Vgl. Costa 2007: 171.

⁷²⁵ Vgl. Keller 1993: 5ff; Hellman u. Senge 2005: 29.

⁷²⁶ Vgl. Schirmbeck 2006: 8.

Jedes Branding – das Einprägen von einer Marke und deren Image mit Werbemaßnahmen – ist also eine Festschreibung auf einen Wiedererkennungswert. Um im Vergleich mit Konkurrenzangeboten ein differenzierendes Image aufzuweisen, welches eine Botschaft kommuniziert und bei den relevanten Nachfragern zu Präferenzen führt, sind für Marken deren visuellen Verkörperungen und ihre semiotische Bedeutung wesentlich.⁷²⁷ Zudem stellen die Konsumenten darüber eine Beziehung zum Objekt her. Der grafische Symbolcharakter und die bildhafte Wirkung der Marke stehen bei der Rezeption im Vordergrund und erzeugen nachhaltigen Eindruck.⁷²⁸ Auch der Welterbetitel und das dazugehörige Zeichensystem dienen wie eine Marke als Kommunikator für eine einfache Identifikation sowie zur Differenzierung und Hervorhebung.

Qualitätsversprechen und Vertrauen

Marken haben die Fähigkeit, den empfundenen Wert eines Produktes oder einer Leistung zu beeinflussen. Konsumenten verbinden bestimmte Marken mit Qualitätsstandards und vertrauen auf ein klares Leistungsprofil. Nach dem Soziologen Niklas Luhmann entsteht Vertrauen durch Konsistenz, also dadurch, dass sich derjenige, dem man Vertrauen schenken will, „als ordnendes und nicht willkürliches Zentrum eines Systems von Handlungen“ erweist.⁷²⁹ Vertrauenswürdig ist also, wer sich konsistent hält. Marken, bei denen der Konsument über längere Zeit eine klare, in sich gefestigte Identität wahrnimmt, stehen für unverwechselbare Leistungen, welche eine gleichbleibende Qualität versprechen. Sie geben dem Käufer die Sicherheit, eine erwartete Qualität tatsächlich zu erhalten, und minimieren auf Vertrauensbasis das Risiko, Fehlkäufe zu tätigen.⁷³⁰ Dadurch binden sich Konsumenten daran und sind bereit, Preisauflagen für Leistungen zu akzeptieren, welche sie schätzen oder welche einen sozialen Status ausdrücken. Die Markenbildung ist somit auch als ein sozialpsychologisches Phänomen der Konsumgesellschaft zu verstehen.⁷³¹

Auch die Marke Welterbe steht für eine „Produktqualität“, da das Label nur verliehen wird, wenn bestimmte Anforderungen erfüllt sind. Ein Beispiel für einen solchen Standard ist die von der UNESCO geforderte Umsetzung eines Managementplans. Im Allgemeinen ist es schwer, von einer garantierten Qualität in Bezug auf Welterbestätten zu sprechen, da der Titel nicht allein Einfluss auf den konkreten Zustand und die Leistungen vor Ort hat. Der internationale Charakter, die strengen Aufnahmekriterien und Erhaltungsberichte des Welterbetitels führen jedoch dazu, dass der Titel gewisse Mindeststandards sicherstellt. So vermittelt der Titel dem

⁷²⁷ Vgl. Baumgarth 2001: 6.

⁷²⁸ Vgl. zur alltäglichen Bedeutung von Zeichen und Zeichensystemen: Morris 1979: 17.

⁷²⁹ Luhmann 1989: 40.

⁷³⁰ Vgl. dazu auch: Lund-Durlacher 2007: 143; Esch, Wicke u. Rempel 2005: 12.

⁷³¹ Vgl. Keller 1998: 86f.

Konsumenten Sicherheit nach dem Leitspruch „Wo Welterbe drauf steht, ist auch etwas Besonderes drin“ und fördert das Vertrauen in die herausragende Qualität der „Sehenswürdigkeit“.⁷³² Die eigenen Mittel der Inszenierung der UNESCO fördern die Markenbekanntheit und Würdigung der ausgezeichneten Stätten einerseits. Andererseits wird die Wirkungsmächtigkeit der Marke durch den gesellschaftlichen Diskurs sowie ihre mediale Verbreitung erhöht. Um Welterbestätten werden Diskussionen geführt, die den Status markieren, betonen, reglementieren und eben auch fixieren. Akzentuiert wird die Auszeichnung mit dem Vergleich bzw. der Gleichstellung mit anderen Stätten aufgrund des Titels, unabhängig vom Inhalt.⁷³³ Mit der Aufnahme eines Erbes in die Welterbeliste wird dieses in ein neues Referenzsystem – einen elitären, selektierten Kreis – eingefügt. Diese Möglichkeit der Analogiebildung lässt sich als „kognitive Konkretisierung der abstrakten Auszeichnung interpretieren“.⁷³⁴ Zugleich dient die komparative Perspektive der Erhöhung. Indem verschiedene Akteure auch für andere internationale Welterbestätten werben oder darauf Bezug nehmen, wird das Markenbewusstsein betont und erweitert. Jeder weitere Eintrag auf der Liste trägt zur Markenextension bei.⁷³⁵

Image und Botschaft

Eine Marke ist nicht nur eine physische Kennzeichnung, Unterscheidungsmöglichkeit und ein Warenzeichen, sondern eher Wahrzeichen, Sinnbild oder Symbol. Die formale muss um die inhaltliche Betrachtungsweise ergänzt werden. Der Wirtschaftswissenschaftler Heribert Meffert formuliert aus einer nachfrageorientierten, subjektiven Sicht die Marke als „ein in der Psyche des Konsumenten verankertes, unverwechselbares Vorstellungsbild von einem Produkt oder einer Dienstleistung.“⁷³⁶ Damit soll sich die Marke positiv auf das Kaufverhalten der Konsumenten auswirken, indem sie Gefühle auslöst, Anziehungskraft ausübt und Präferenzen schafft.⁷³⁷ Auch das Welterbe als Marke hat sozusagen eine *Unique Advertising Proposition*, da es bestimmte Leistungssurrogate enthält und sich für die Vermarktung einsetzen lässt.

Der deutsche Markenverband konstatiert: „Nur Marken gelingt der Akkord von Qualität und Emotionalität. Nur Marken schaffen Märkte, Welten, emotionale Bindung, Profil, Identifikation und Prestige.“⁷³⁸ Eine Marke beeinflusst das Kaufverhalten positiv, wenn mit ihr die

⁷³² Vgl. dazu Groschwitz 2009: 217.

⁷³³ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 2006: 170.

⁷³⁴ M. Tauschek 2010: 291.

⁷³⁵ Vgl. Groschwitz 2009: 217. Kritisch kann allerdings hinterfragt werden, ob die expandierende Vergabe des Welterbetitels die Marke nicht entwertet.

⁷³⁶ Meffert 2000: 847.

⁷³⁷ Gegenüber einer Marke existieren affektive (gefühlsmäßige), kognitive (subjektiv wissensbezogene) und konative (verhaltensbeeinflussende) Einstellungskomponenten. Vgl. zu diesen drei Ebenen: Zimmermann 2009c: 17; Trommsdorff 2009: 151; Kroeber-Riel, Weinberg u. Gröppel-Klein 2009: 212.

⁷³⁸ Markenverband e. V.

Vorstellung eines – realen, symbolischen oder imaginären – Zusatznutzens verbunden ist. Als besonders erfolgversprechend gilt dabei der emotionale Zusatznutzen, der über den rein funktionalen Grundnutzen hinausgeht und eine Differenzierungsfunktion erfüllt sowie der Kommunikation und Identifikation dient.⁷³⁹ Auch einer Welterbestätte wird durch das Versprechen eines universell einzigartigen Werts ein Zusatznutzen zugeschrieben. Das aus diesem Erbe resultierende Image kann sowohl die Anerkennung und Wahrnehmung als auch die Wertsteigerung des Welterbes fördern.

Durch transportierte Emotionen, Assoziationen und Botschaften haben Marken die Fähigkeit, den empfundenen Wert eines Produktes oder einer Leistung ebenso wie gesellschaftliche Wertvorstellungen zu beeinflussen. Indirekt oder direkt steuern sie Verhalten und beeinflussen Ansichten. In bestimmten Bereichen drücken sie Persönlichkeit bzw. ein Lebensgefühl aus und unterstreichen einen Status.⁷⁴⁰ Marken werden daher symbolisch konsumiert, fungieren als Bedeutungsträger und verweisen auf immaterielle Signifikate. Demnach kann von einer Ökonomie der Zeichen gesprochen werden.⁷⁴¹ Man erwirbt Güter nicht allein aufgrund ihrer materiellen Physis, sondern auch wegen ihres Symbolgehalts. Was die Marke ausmacht, wird dabei zum einen stark von subjektiven Eindrücken und Vorstellungen geprägt. Zum anderen beeinflussen Bildung, Alter und Einkommen sowie bestimmte Informations- und Kommunikationsstrukturen, wie eine Marke interpretiert und welche Bedeutung ihr zugeschrieben wird. Eine Marke vermittelt damit nicht nur ikonische und narrative, sondern auch soziale Bezüge, ein bestimmtes Image und eine bestimmte Identität.⁷⁴² Zugleich fördern der Konsument und dessen Umgang mit der Marke deren Image.

Demgemäß existiert eine Wechselwirkung zwischen Markenführung und gesellschaftlichen Werten. Auch das Ansehen des Welterbetitels hängt von gesellschaftlichen Werten ab, die zugleich über das Erbe vermittelt werden (vgl. Kap. 2.3.2). Allein mit der Aufnahme eines Erbes in die Welterbeliste werden Botschaften übertragen.

Orientierung und Komplexitätsreduktion

Der aus einem präferenzschaffenden Image resultierende Bekanntheitsgrad, die inhaltliche Aufladung einer Marke und das Wiedererkennen eines Markenzeichens bewirken eine Komplexitätsreduktion, die den Entscheidungsprozess der Konsumenten vereinfacht. In der Vielfalt der Angebote erfüllen Marken damit eine Entlastungs- und Orientierungsfunktion.⁷⁴³ Dies

⁷³⁹ Vgl. Hellmann 2003: 126ff; Esch, Herrmann u. Sattler 2006: 194; Esch, Wicke u. Rempel 2005: 12.

⁷⁴⁰ Vgl. Szabo 2009: 7.

⁷⁴¹ Vgl. Lash u. Urry 1994: 13ff.

⁷⁴² Durch Mythologisierung wird diese Identität immunisiert. Vgl. Schubert 2004: 164.

⁷⁴³ Vgl. Hellman u. Senge 2005: 24.

ähnelt dem „relevant set“ bei einem Einkauf. Kommt ein neues Produkt auf den Markt, über das ein Kunde wenig weiß, greift er eventuell eher zu dem Produkt einer Marke, der bzw. deren Qualitätsversprechen er vertraut, deren Image er schätzt.⁷⁴⁴

Der Welterbetitel bietet besonders im Bereich des Tourismus Orientierung. Als kulturgeprägte Destinationsmarke mit hohem Bekanntheitsgrad und weltweitem Marktwert sorgt die Auszeichnung für Präsenz und Aufmerksamkeit. Das Prädikat UNESCO-Welterbe stellt als (touristisches) Markenzeichen einen funktionalen Zusammenhang zwischen den ausgezeichneten Stätten und der erwarteten Attraktivität her. Es steht für ein kulturorientiertes Versprechen und kann so zu einer Präferenzbildung beitragen, Erwartungshaltungen und auch Entscheidungskriterien verändern. Damit steigert die Auszeichnung die Chance, dass Touristen diese Stätten für einen Besuch auswählen, und reduziert deren Risiko z. B. auf der Reise eine „wichtige Stätte“ zu übersehen.⁷⁴⁵ Für die Anbieter dient der UNESCO-Status daher als Vorteil bei der Vermarktung, regt die Bekanntheit und die Kommunikation über die Stätte an. Durch die Aufbereitung des Erbes mit der Marke und die Nutzung ihres Images kann der Wert erhöht werden. Der Welterbestatus und die damit verbundene Wertzuschreibung können dabei nicht nur zum ausschlaggebenden Wettbewerbsvorteil im Bereich Tourismus werden, sondern auch bei der Akquirierung von Fördergeldern helfen. Folglich beinhaltet der Markenstatus einen Wettbewerbsvorteil und einen immateriellen Vermögenswert.⁷⁴⁶

Mit dem Begriff Marke, der sich etymologisch vom Verb „markieren“ ableitet, wird also mehr bezeichnet, als die „Möglichkeit zur Kennzeichnung von Gütern“.⁷⁴⁷ Dieser Mehrwert, der emotionale Zusatznutzen und die zugesprochene Besonderheit beeinflussen auch das Ansehen und die Vermarktung von Welterbestätten.⁷⁴⁸ Trotz klarer Unterschiede zu Handelsprodukten lässt sich der Markenbegriff somit auf das Welterbe übertragen und folgt dem Marketingkonzept des Place Brandings bzw. *Region Brandings*. Dabei werden lokale Charakteristika, Produkte, Bilder oder Images als Marke veräußert, um einen Ort oder eine Region aufzuwerten.⁷⁴⁹

⁷⁴⁴ Markenimages können bei vielen Produkten einen stärkeren Einfluss auf die Wahrnehmung der Produktqualität und die Kaufentscheidung haben als z. B. der Preis. So schreibt Wöhler „Ein Image wirkt wie ein impliziter Vertrag, den der Anbieter einlöst.“ Wöhler 2011: 49.

⁷⁴⁵ Das Besichtigen von Welterbestätten erinnert an den von Gyr konstatierten Symbolkonsum, bezogen auf das „Abklappern“ von Sehenswürdigkeiten. Der Titel dient dabei der Reduktion und Auswahl. Vgl. Gyr 1997: 259.

⁷⁴⁶ Vgl. Baumgarth 2001: 4ff; Esch, Wicke u. Rempel: 7f.

⁷⁴⁷ Bruhn u. Homburg 2004: 478.

⁷⁴⁸ Vgl. Kotler u. Gertner 2002: 250.

⁷⁴⁹ Vgl. Zimmermann 2009c: 16; Eitel u. Spiekermann 2007; John-Grimm 2006: 19; Szondi 2008; Anholt 2005; Termeer 2010. Insbesondere in der Literatur zum Tourismusmarketing finden sich Ansätze zur strategischen Vermarktung von Destinationen. Vgl. Stöber 2007; Hankinson 2007: 241.

7.2.2 Zum Umgang mit der „Marke“ Welterbe im Oberen Mittelrheintal

Die Markenbildung ist ein langfristiger strategischer Managementprozess, der die Planung, Einführung, Koordination und Kontrolle aller Maßnahmen umfasst, die mit der Ausbildung eines Zeichensystems im Zusammenhang stehen.⁷⁵⁰ Auch zur Abgrenzung und zum Aufbau einer Destinations- bzw. Regionalmarke, für die das Welterbe Oberes Mittelrheintal als Beispiel dient, gehört die Entwicklung eines Namens, Slogans, Symbols oder Logos, das eine Destination wiedererkennbar identifiziert und differenziert.⁷⁵¹ Auf diese Funktion geht Christian Kuhn ein, wenn er über den Sinn des Welterbetitels spricht: „*Man muss einfach sagen, es [der Titel] ist ein Wiedererkennungswert, es ist ein Label.*“ [00:02:58–00:03:03]

Marken als kulturellen Codes wird im Regionalmarketing eine enorme intentionale Bedeutung zugesprochen.⁷⁵² So gewinnen Labels und Zertifizierungen in regionalpolitischen Strategien an Bedeutung, um sich im Wettbewerb zwischen verschiedenen Standorten zu positionieren.⁷⁵³ Die britischen Wirtschaftswissenschaftler Nigel Morgan et al. konstatieren: „Branding is perhaps the most powerful marketing weapon available to contemporary destination marketers confronted by increasing product parity, substitutability and competition.“⁷⁵⁴

Das Regionalmarketing im Oberen Mittelrheintal steht nicht nur im Kontext der Sicherung von Wettbewerbsvorteilen gegenüber anderen Regionen, sondern dient ebenso der Selbstlegitimation. Luhmann untersuchte Prozesse, in denen sich Gesellschaften kommunikativ für das, was sie darstellen und bieten, öffentlich rechtfertigen, um Aufmerksamkeit und Anerkennung zu gewinnen bzw. um einen „Eigenwert“ herzustellen. Bindungen bestehen dabei nicht mehr nur aus Gewohnheit, sondern müssen – beruhend auf nachvollziehbaren Entscheidungen – neu hergestellt werden, im kommunikativen Dialog.⁷⁵⁵ Zertifizierungen nehmen im Regionalmarketing eine solche Kommunikationsfunktion ein, um Bindungen herzustellen. Das Label wird als Marketinginstrument verwendet, um nach innen zu stärken sowie nach außen zu profilieren, zu differenzieren und ein anziehendes Image zu etablieren. Maja Konecnik, slowenische Wirtschaftswissenschaftlerin, konstatiert, dass die Beschäftigung mit dem Image insbesondere für neu entstehende bzw. neu zu etablierende Reiseziele von Bedeutung sei. Im Unterschied zur Markenidentität werde das Image jedoch von den Konsumenten geschaffen. Es sei daher

⁷⁵⁰ Vgl. Burmann, Meffert u. Koers 2005: 9. Zur Entstehung von Marken und der Markentheorie i. Allg. vgl. Baumgarth 2001: 7.

⁷⁵¹ Vgl. Baumgarth 2001: 148.

⁷⁵² Vgl. Helbrecht 2004.

⁷⁵³ Der Begriff Label ist mit einem Markennamen vergleichbar.

⁷⁵⁴ Morgan, Pritchard u. Piggott 2002: 335.

⁷⁵⁵ Vgl. Luhmann 1992: 93–128.

wichtig, sich mit der Etablierung einer adäquaten Markenidentität zu befassen, auf der die Konsumenten das Image der Destination aufbauen können.⁷⁵⁶

Mit dem Aufbau der Marke Welterbe Oberes Mittelrheintal seitens des Zweckverbands ist die Zielsetzung verbunden, ein unverwechselbares Vorstellungsbild zu erzeugen. So sollen über ihren Symbolcharakter Assoziationen geweckt und beim Rezipienten ein nachhaltiger Eindruck erzeugt werden. In Form einer individuellen Kommunikationskultur (s. u.), mit klarer Handschrift des Zweckverbands, sollen die Zusammengehörigkeit der Region und der Status Welterbe sichtbar gemacht und im Bewusstsein der Bewohner und Besucher verankert werden. Wie die Marke dabei gestaltet ist, profiliert wird und zur Regionalisierung beiträgt, wird im Folgenden ausgeführt.

7.2.2.1 Aufbau und Aussage des Markenlogos „Welterbe Oberes Mittelrheintal“

Nicht nur die UNESCO hat ein Markenzeichen für Welterbestätten, auch das Mittelrheintal führt ein eigenes Logo, welches kennzeichnet, dass es sich um eine Welterbestätte handelt. Dieses vom Zweckverband angefertigte Logo ist beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen. Bei der Recherche in der Datenbank des Amts fällt auf, dass 2016 nur drei andere Welterbestätten in Deutschland ein vergleichbares eigenes Zeichen registriert haben.⁷⁵⁷

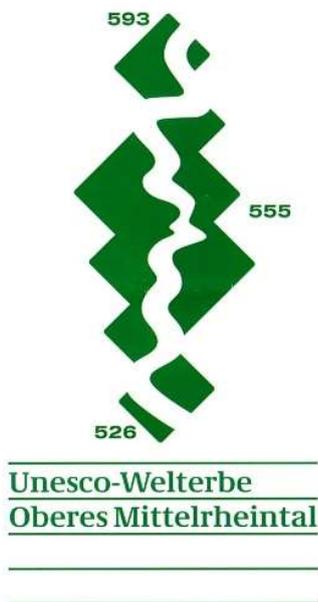


Abb. 4: Das vom Zweckverband erstellte Logo für das Welterbe Oberes Mittelrheintal. Quelle: Zweckverband 2007a: 4.

⁷⁵⁶ Vgl. Konecnik 2004: 313; Kotler u. Gertner 2002: 251; siehe auch Keller 1998: 19f.

⁷⁵⁷ Deutsches Patent- und Markenamt 2016. Vgl. Weltnaturerbe Wattenmeer, Weltkulturerbe Kassel Bergpark und Welterbe Corvey

Das Logo vereint ein inhaltliches und gestalterisches Konzept. Es soll zeigen, dass der Welterbetitel das Rheintal verbindet. Nach außen stellt es eine Einheit dar – den stilisierten Rheinverlauf. Jede Ortschaft kann durch Ergänzung des entsprechenden Rheinkilometers gekennzeichnet werden. Zudem bietet die Linierung Platz, um den eigenen Ortsnamen anzufügen. Torsten Raab beschreibt als Leiter des Zweckverbands optimistisch, wie das bildbezogene Logo, das alle Mitglieder der Region vereint, aufgebaut ist:

„Ist halt der stilisierte Rheinlauf, ganz witzig. Und denk mal, praktisch und gut umsetzbar sind die Rheinkilometer, die ja schon da sind. Die sehen Sie ja überall für die Schifffahrt. Und die haben wir jetzt aufgenommen, von 526–593, als Abgrenzung quasi unseres Bereiches des Rheins. Die 555 ist zufällig die Loreley, das hat sich niemand ausgedacht, das war einfach so, das war Zufall. [...] Und wir hatten uns dann auf zwei Farben [grün und beige] festgelegt, die quasi unsere Corporate Identity-Farben darstellen.“ [00:05:55–00:06:47]

In Form eines Piktogramms soll das Logo eine Bedeutung und Botschaft übertragen. Im Oberen Mittelrheintal steht das Logo für ein assoziatives Ganzes. Es kennzeichnet das Gebiet und vermittelt Zusammengehörigkeit. Zudem lässt es den inhaltlichen Bezug zum Erbe erkennen und greift Merkmale der Region auf wie den Flussverlauf, die angrenzenden steilen Talhänge und die Rheinkilometer. Christian Kuhn bestätigt, dass mit der Kilometrierung und Stilisierung des Rheinverlaufs versucht wurde, dessen typische Eigenschaften auf ein aussagekräftiges Statement zu reduzieren:

„Was wir im Oberen Mittelrheintal mit dem Zweckverband entwickelt haben, den Verlauf des Rheins mit der Kilometrierung, das passt sehr gut zu unserer Territorialität, dass wir also in den verschiedenen Orten das entsprechend abwandeln und integrieren können. Sie sehen das zum Beispiel in den touristischen Broschüren, wo wir das entsprechend mit integriert haben, oder sicherlich auch in anderen Baufibeln. Das passt schon ganz gut als ein Wiedererkennungswert für die Region.“ [00:03:18–00:03:51]

Durch das Spiel mit der Kilometrierung wird, trotz der gleichen Grundform, jeder Ort des Weltendes individuell darstellbar und erkennbar. Das Logo berücksichtigt somit einerseits die Möglichkeit es von Ort zu Ort abzuwandeln. Andererseits verbindet und vereinheitlicht es die Region und soll gegen die Disparität wirken. In einer weiteren Variante sind zudem die beiden Logos der UNESCO abgebildet, zu denen Torsten Raab sich folgendermaßen äußert:

„Daraus haben wir dann dieses Logo entwickelt mit den beiden Emblemen der UNESCO, um das noch ein bisschen offiziell zu machen. Das heißt, offizielle Stellen können das Logo mit den beiden UNESCO-Logos nehmen, Privatleute oder wenn jetzt jemand mit uns zusammenarbeiten möchte, darf die dann nicht nehmen, der kriegt dann das Logo ohne diese beiden Signets.“ [00:06:24–00:06:40]



Abb. 5: Das vom Zweckverband erstellte Logo mit den beiden UNESCO-Signets. Quelle: Zweckverband 2007a: 5.

In diesen Ausführungen wird deutlich, welche Bedeutung den UNESCO-Logos beigemessen wird. Indem Torsten Raab diese als offizielles Aushängeschild bezeichnet und nur offizielle Stellen das UNESCO-Logo verwenden dürfen, wird die Nutzung eingeschränkt und damit gleichzeitig deren Status hervorgehoben. Sowohl der Name, das Akronym und das Logo der UNESCO, als auch das Emblem der Welterbekonvention sind international geschützte Zeichen. Allein autorisierte öffentliche Stellen einer Welterbestätte erhalten das Recht, ein Welterbestättenlogo in der Außendarstellung sowie für nichtkommerzielle Zwecke zu tragen. Eine kommerzielle Verwendung des Welterbestättenlogos ist abgesehen von bewilligten Ausnahmen nicht zulässig. In Deutschland überwacht die Deutsche UNESCO-Kommission die Nutzung. Dabei ist zu erwähnen, dass auch das Logo des Oberen Mittelrheintals nur mit der Genehmigung des Zweckverbands genutzt werden darf. Dies zeigt, dass der Zugriff auf die Ressource kontrolliert werden soll. Über die Bedeutungs- und Beziehungswelt der Marke sowie die formalen Anwendungsregeln entscheidet der Zweckverband.

Neben dem Bild gehört zu dem Logo auch ein Textzusatz „UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal“, welcher das Welterbe benennt. Darüber hinaus existiert der Slogan „67 Kilometer Welterbe in Rhein-Kultur“.⁷⁵⁸ Diese kurze Phrase, die deskriptive und emotionale Informationen übermittelt, dient als „geistiger Anker“. Der prägnante Slogan soll den Markenkern in

⁷⁵⁸ Damit weist das Logo drei Basismerkmale von Markenelementen auf: Markenname, Logo und Slogan.

wenige Worte zusammenfassen, um die Marke merkfähig zu machen. Die Schrift steht also für den kognitiven Aspekt übermittelter Informationen.

Das Logo soll demnach positionierungsrelevante Assoziationen kommunizieren, leicht wahrnehmbar und erinnerbar sein.⁷⁵⁹ Im Rahmen der „Economy of Signs“ sind der Zeichenwert von Produkten, ihr bewusst hergestelltes Image und dessen Symbolkraft für ihre Vermarktung von wesentlicher Bedeutung, während vormals ihr Gebrauchs- und Tauschwert im Vordergrund standen. Heute, meint der Soziologe Scott Lash, richte der Mensch seinen Blick vielmehr auf Symbole, wodurch die Bedeutung, Images und Zeichen herzustellen, umzuarbeiten, zu kommunizieren und zu manipulieren, in der Konsumgüterwelt zunähme.⁷⁶⁰ Zeichen und ihre symbolische Formung gehören damit zur kulturellen Inszenierung der Gegenwart und helfen dabei, die Umwelt zu erfassen.⁷⁶¹

Auch das Markenzeichen des Welterbes Oberes Mittelrheintal ist Teil eines Inszenierungs- und Kommunikationskonzepts und Instrument der Markenbildung. Die Marke, versinnbildlicht in dem Logo, spiegelt den Auftrag des Zweckverbands wider und will den Zusammenhalt der Region verdeutlichen. Zur Verstärkung dieser Absicht wurde eine regionspezifische Corporate Identity entwickelt und ein Corporate Design – ein Gestaltungselement der Marke – erstellt, welches das Logo aufgreift.⁷⁶² Das Logo ist daher nicht nur das Markenzeichen der Region, sondern auch das wichtigste Markierungszeichen zur Wiedererkennung aller offiziellen Informationsmedien, Institutionen, Sachgüter und Dienstleistungen rund um das Welterbe. Indem alle neuen Vermarktungs- und Gestaltungselemente der Kulturlandschaft diesen formalen Komponenten der Corporate Identity folgen, werden der Markenaufbau und die Profilierung unterstützt. In Form des Corporate Designs wird das Welterbe kommuniziert, symbolisiert und materialisiert.

7.2.2.2 Nutzung und Sichtbarmachung der Marke

Mehrere Interviewpartner wiesen auf Elemente des Corporate Designs hin, die genutzt werden, um den abstrakten Welterbestatus – das symbolische Kapital – zu visualisieren. Durch die „Verdinglichung der symbolischen Adellung“ wird der Titel lokal greifbar gemacht.⁷⁶³ Das wohl auffälligste Beispiel ist die professionelle und repräsentative Beflaggung und Beschilderung des Welterbes.

⁷⁵⁹ Vgl. Baumgarth 2001: 155. Zur grundsätzlichen Bedeutung von Zeichen in der Kommunikation vgl. Eco 1977: 186.

⁷⁶⁰ Vgl. Beck, Giddens, Lash 1996: 195ff.

⁷⁶¹ Vgl. Cassirer 1983: 175ff.

⁷⁶² Vgl. Zweckverband 2007a.

⁷⁶³ Tauschek 2010: 284.



Abb. 6: Welterbe-Fahne präsentiert von Bürgermeistern aus der Region. Quelle: Zweckverband 2006.

Der Leiter des Zweckverbands, Torsten Raab, verdeutlicht die Intention dahinter:

„Wir haben das Logo entwickelt, wir haben entsprechende Fahnen gedruckt und diese sind dann auch an die Kommunen verteilt worden, kostenlos. Sie sollen eben nach außen eine Wirkung haben, dass die Leute, die hierherkommen, das auch wieder erkennen können.“
 [00:13:07–00:13:22]

Ferner soll ein einheitlich gestaltetes Informations-, Leit- und Orientierungssystem für die Kommunen zur Corporate Identity beitragen. Neben den Bewohnern soll diese Uniformierung mit Wiedererkennungswert Besucher ansprechen und zur Orientierung dienen. Die Raumstruktur wird durch die sichtbare Nutzung des Emblems kulturell codiert. Für den Zweckverband, der seine Aufgabe bei der nationalen und internationalen Vermarktung besonders in der einheitlichen visuellen Gestaltung sieht, stellt das Informations-, Leit- und Orientierungssystem eine wichtige Grundlage der Markenbildung dar. Das Markenzeichen soll damit physisch präsent und wiederzuerkennen sein. So wird die Landschaft seit 2008 mit Welterbe-Stelen, Rheinkilometersteinen und Ortsbegrüßungstafeln gestaltet.



Abb. 7: Welterbe-Stele in Kamp-Bornhofen. Foto: Sandra Linz.



Abb. 8: Welterbe-Stromkilometer in Trechtingshausen. Foto: Sandra Linz.



Abb. 9: Welterbe-Ortsschild in Kaub. Foto: Sandra Linz.

Die Stelen sind 2,4 Meter hoch und bieten in einheitlichem Design Texttafeln in Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch mit Angaben über das UNESCO-Welterbe, dessen Geschichte und die spezifischen Sehenswürdigkeiten des Ortes, in dem sie stehen. Bürgern und Besuchern sollen sie die Möglichkeit der Auseinandersetzung mit der lokalen Vergangenheit und Gegenwart bieten. Die Monumente beeinflussen damit in gewisser Weise die Darstellung und Identität eines Ortes.⁷⁶⁴ Zudem wurden spezielle Welterbe-Ortseingangsschilder vom Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz gefördert, die z. T. in Nähe der gelben Ortseinfahrtsschilder im Ein- und Ausgangsbereich der Orte aufgestellt wurden. Die Steine, die den Rheinkilometer am jeweiligen Ort anzeigen, jedoch von den Stromkilometer-Schildern für die Schifffahrt zu unterscheiden sind, wurden immer direkt am Fluss platziert.

Der Kulturlandschaft wird dabei eine symbolische Ordnung verliehen. Die Vielzahl unterschiedlicher Schilder, Tafeln und Logos der einzelnen Kommunen soll durch die neue Beschilderung ersetzt werden. Auf die verbindende und identitätsstiftende Intention dahinter geht Torsten Raab ein, der sich beruflich tagtäglich und unmittelbar mit der Gestaltung der Kulturlandschaft und der symbolischen Dimension des Erbes beschäftigt:

„Diese Stelen stehen eigentlich in jedem Ort, auf beiden Seiten, wir wollten ja zusammenführen.[...] Dann haben wir den Rheinkilometerstein, der ist jetzt nicht ganz so groß, der nimmt noch mal die Zahl auf, die ja überall als Schifffahrtskilometer da ist, um diese Zahl noch mal den Leuten zu zeigen und zu sagen, wir arbeiten damit, wir identifizieren uns auch damit und das immer wieder zu zeigen. [...] Jeder Ort, an Eingangsstraßen, Bundesstraßen, Landesstraßen, Kreisstraßen, kriegt noch mal ein Ortseingangsschild, wo auch wieder der Kilometer draufsteht und der Ortsname, sodass jeder, der hier durch die Ortschaften fährt, erkennt, das ist ein Ort, der liegt im Welterbe Oberes Mittelrheintal. Es ist also eine Identifikation für die Leute, die hier wohnen, genauso wie für die Touristen, die einfach sehen, okay, ich befinde mich im Welterbe und sehe das immer wieder durch dieses Logo, das immer wieder auftaucht. [...] Dann gibt es noch Informationstafeln, Stadtpläne, die wir zusammen entwickelt haben und die in den Kommunen jetzt entsprechend aufgestellt werden. Hinweistafeln, entsprechende Beschilderungen, Signets, Schriftfarbe, Schriftform, Schrifttyp, ist alles festgelegt und damit können die Kommunen eben vor Ort arbeiten und wir kriegen eine einheitliche Sprache hier nach außen, dass die Leute auch sehen, was zusammengehört. [...] Ich denk mal, dann verdichtet sich auch das Bild so 'n bisschen für den Bürger und auch für den Besucher, wenn er das doch immer wieder sieht.“[00:06:48–00:09:21]

Die Wirkung des Wiedererkennungseffekts wird in einer Aussage von Ute Hemkes-Precoma deutlich, in der sie herausstellt, wie das Logo der Kommunikation über das Tal und den Titel dient. Da sie selbst zertifizierte Welterbe-Gastgeberin (s. Kap. 7.3.2.1) ist, ist ihr Haus auch mit einer Plakette im Corporate Design versehen:

„Man merkt immer mehr, dass auch die Touristen das mittlerweile so mitkriegen: ‚Guck mal, das ist das Welterbetal‘, ‚schau mal, da sind die grünen Schilder, die sehen wir jetzt überall‘.

⁷⁶⁴ Vgl. dazu weiterführend: Verheyen 1999: 334.

Also das ist das, was ich so mitbekomme. Auch was ich von der Straße so mitbekomme, wenn sich die Leute so unterhalten, weil ich habe ja auch so ein grünes Ding am Haus und die erkennen das mittlerweile schon und sagen ‚aha, das ist jetzt überall am Rheintal so, als Erkennungsmerkmal‘. “ [00:04:36–00:05:03]

Das Logo erzeugt einen gewünschten Kommunikationsprozess, stellt leicht verständliche Bezüge her und erzeugt Interesse.

Neben den Schildern in den Ortschaften finden sich auch in der Landschaft Zeichen des gestalterischen Umgangs mit dem Titel. Ein weiterer Baustein, der die Welterberegion im Corporate Design gestaltet, sind die sogenannten „R(h)einblicke“. Mit diesem Projekt, das vom Zweckverband ausgeht und u. a. über das Investitionsprogramm Nationale UNESCO-Welterbestätten und das Kulturlandschaftsentwicklungskonzept (KLEK) finanziert wurde, sollen Besucher gelenkt werden und „Haltepunkte“ beim Durchfahren des Tals angeboten werden.⁷⁶⁵ Dabei wurden „Verweilöasen“ mit Blickachsen auf den Rhein sowie Informationen über das Welterbe geschaffen. Sowohl die Landschaft als auch das Prestige des Titels sollen an diesen öffentlichen Uferplätzen hervorgehoben werden.

Doch der Welterbetitel ist nicht nur über Initiativen des Zweckverbands sichtbar. Auf der touristischen Hinweisbeschilderung an der Autobahn tragen ebenso Schilder wie Burg Lahneck (B 42), Binger Mäuseturm (A 60, A 61) und Wernerkapelle Bacharach (A 61) den Zusatz „Welterbe im Oberen Mittelrheintal“.

Auf eine weitere visuelle Inszenierung des Welterbestatus weist Fährbetreiber Tony Deleu hin in Anbetracht eines UNESCO-Emblems im Hang bei Boppard: *„Da hinten, am Hang [zeigt auf das Symbol], da ist es ausgezeichnet, als Symbol. Ja und es ist halt, es ist überall, wie Sie an den Stelen sehen, da sind auch in jedem Ort welche.“ [00:06:37–00:07:06]*



Abb. 10: Emblem im Bopparder Hamm. Quelle: Zweckverband/Welterbe-Atlas seit 2010.

⁷⁶⁵ Zweckverband 2015.

Entlang der Wege im Tal sind so immer wieder Zeichen zu finden, die auf das Welterbe hinweisen. Auch die schriftliche Kommunikation ist darauf abgestimmt. So ziert das Logo die Briefköpfe der Rathäuser im Tal.



Abb. 11: Entwurf eines Briefpapiers im Corporate Design. Quelle: Zweckverband 2007: 9.

7.2.2.3 Intentionen hinter der Corporate Identity

Nach Außen wird die Marke als Imageträger und Gestaltungselement genutzt. Sie ist dabei zentraler Bestandteil der Selbstinszenierung des Welterbes und ein Mittel, um die Region neu zu vermarkten. Die Marke und ihr symbolisch besetztes Logo stellen ein imaginatives Bezugssystem dar, welches auf die Destination abgestimmt ist. In einer Aussage von Touristiker Christian Kuhn wird deutlich, inwiefern das Logo und das dazugehörige Vermarktungssystem der Standortwerbung dienen und die Region nach außen präsentieren:

„Wir hoffen, dass der eine oder andere Gast sehenden Auges durch unsere Region fährt und da durchaus diese Corporate Identity, dieses gelebte Welterbe wiedererkennt. Wir haben eine Reihe von Stelen, Kilometersteinen in jedem Ort stehen, sodass wir, ich sag mal pluralistisch uns in einer Region wiederfinden und so kann sich da jeder Gast auch entsprechend wiederfinden. [...] [E]s geht nicht in erster Linie um das Welterbe an sich, sondern es geht um den Inhalt, um die Region, das soll bewusst gemacht werden und ich glaube, jeder kann es sehen, in unseren Orten, in den Medien, im Internet haben wir das Logo als Wiedererkennungswert aufgeführt und das wird von unseren Gästen sehr positiv aufgenommen.“ [00:15:58–00:16:40]

Das durch den Welterbestatus inspirierte, programmatische Corporate Design bestimmt das Erscheinungsbild der Präsentation und findet sich als rahmendes Element der regionalen Werbung wieder. Mit der Dachmarke werden das Welterbe und die gesamte Region verbunden, um Widersprüche in Aussehen, Kommunikation und Handlungen zu vermeiden. Zeichenhaft vermittelt stellt es das Obere Mittelrheintal als zusammenhängende Welterberegion dar.⁷⁶⁶ Die Imagekampagne und Inszenierungen dienen somit einer „region building“-Strategie, um bestehende Differenzen zu nivellieren. Die Symbolisierungsvorgänge werden dabei über verschiedene Medien produziert und distribuiert.

Der formal-instrumentelle Nutzen, welchen die Akteure aus der Verwendung des Markenzeichens ziehen können, ergibt sich also einerseits über die visuelle Gestaltung des Logos mit hohem Wiedererkennungswert. Dadurch bietet die Marke eine Orientierungsfunktion. Andererseits löst das damit verbundene Image eine substanziell-inhaltliche Wirkung aus. Das Welterbe als Marke soll zum einen ein nach außen gerichtetes Image stärken und ein extern gerichtetes wettbewerbsfähiges Fremdbild aufbauen, welches für die Region wirbt. Zum anderen soll die Marke mit der visuellen Präsenz im Tal bei den Bewohnern zu einem Wiedererkennungseffekt führen und nach innen verbindend wirken, ein Identifikationsangebot bieten und die Region in ihrem Selbstverständnis erneuern.⁷⁶⁷ Über die kognitive Wahrnehmung des Corporate Designs soll eine affektive Bindung gesteigert werden. Die Markenbildung kann daher als

⁷⁶⁶ Als ein ambitioniertes Beispiel der Markenentwicklung und Neupositionierung von Region dient das Ruhrgebiet. Besonders im Zuge der Kulturhauptstadt Ruhr.2010 wurde die ehemals schwerindustriell geprägte Städtelandschaft als unkonventionelle Metropole neu etabliert und präsentiert. Das Event wurde genutzt, um das vormalige Image zu wandeln und ein kulturtouristisches Reiseziel zu etablieren. Vgl. dazu: Biermann 2013.

⁷⁶⁷ Vgl. dazu auch Burmann, Meffert u. Koers 2005: 8.

bewusstseinsbildendes Projekt für die Region bezeichnet werden. Der gemeinsame Auftritt soll, wie Corporate Identities im Allgemeinen, ein Gefühl der Zusammengehörigkeit fördern, das geschlossen nach außen getragen werden soll.⁷⁶⁸ Das Ansehen des Welterbetitels soll zudem die Verbundenheit der Personen mit der Region stärken, um endogenes Potenzial für die Regionalentwicklung zu erhalten. Mit anderen Worten, die Etablierung der Marke „Welterbe Oberes Mittelrheintal“ soll die Wahrnehmung der Region, regionale Verbundenheit und regionale Handlungen verändern.

Fraglich ist, ob es sich dabei um imaginierte Regionalität handelt. Hier kann die Kritik Kirshenblatt-Gimblett, dass der Schutz eines Kulturerbes dieses in eine Ausstellung seiner selbst verwandelt, angeführt werden.⁷⁶⁹ Da Kirshenblatt-Gimblett solche Prozesse insbesondere auf die Inszenierung von immateriellem Erbe bezieht, greift die Kritik hier nur bedingt. Die Gestaltung des Welterbes kreiert in diesem Fall nicht eine „festschreibende“ Ausstellung. Die Benennung des Oberen Mittelrheintals zum Kulturerbe heißt nicht, etwas an und für sich nicht mehr Lebensfähiges künstlich am Leben zu erhalten. Vielmehr soll die Inszenierung hier der Weiterentwicklung einer von politischen, sozialen und rechtlichen Regelungen beeinflussten Kulturlandschaft als Lebensraum behilflich sein. Mit dem integrativen Gesamtkonzept, das durchaus an das von Kirshenblatt-Gimblett beschriebene fragwürdige, virtuelle zweite Leben als Kulturerbe erinnert, soll nicht nur der Welterbestatus visualisierbar gemacht werden, sondern auch eine Region und ein regionales Bewusstsein geschaffen bzw. gestärkt werden. Inwiefern diese Ideen Wirkung zeigen und von den Bewohnern rezipiert werden, wird in Kapitel 8 geklärt.

Der Welterbetitel dient im Oberen Mittelrheintal also nicht nur einem rein touristisch orientierten, attraktivitätssteigernden Destinationsmarketing, sondern einem eher ganzheitlich orientierten Place Branding, welches neben den klassischen Zielgruppen des Destinationsmarketings, den Gästen, auch die örtliche und regionale Bevölkerung anspricht. Im Oberen Mittelrheintal ist das innere Marketing aufgrund der Disparität und demografischen Entwicklung besonders wichtig. Durch die Anerkennung des Tals als Welterbe wurden die Aufmerksamkeit und das Bewusstsein für die Region verändert. Der Titel erfüllt dabei ein sogenanntes „Umbrella-Image“, das über einzelne Teilbereiche gespannt wird. Franziskus Weinert, der sich in der Bürgerinitiative Rheinpassagen engagiert, beschreibt diese von dem Titel ausgehende Wirkung:

„Also der Titel ist, ja man ist eben damit in einem anderen Licht, also man steht mit seiner Landschaft, mit seinem Objekt auf einer anderen Ebene und kann vielmehr dementsprechend machen.“ [00:30:42–00:31:04]

⁷⁶⁸ Vgl. Antonoff 1985.

⁷⁶⁹ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1998: 149f.

Durch den Titel und das dazugehörige Management als Marke soll der Wert der Region, die quasi das Produkt, das vermarktet wird, darstellt, erhöht werden. Bestimmte Stakeholder möchten dabei von dem Über-Image bzw. dem Image der Dachmarke UNESCO profitieren und deren Vorzüge nutzen.

7.2.3 Auswirkungen des Markenkonzepts

Das Logo ist inzwischen weit verbreitet, im Alltag oft zu sehen und bekannt (vgl. Kap. 8.3.2.3). Dies lässt Torsten Raab, als Welterbemanager voreingenommen, vom Erfolg des Corporate Designs sprechen: „Insgesamt kann festgehalten werden, dass wir dem Ziel, unser Logo zum Markenzeichen für die Region zu machen, nähergekommen sind.“ [00:14:16–00:14:24]

Nach den Intentionen der „Macher“ sollen die Marke und deren integratives Konzept die Kommunikation in der und das Bewusstsein für die Region verändern und räumliches Handeln fördern. Indem auf der regionalen Ebene handelnde Personen, Institutionen und Initiativen sowie die öffentliche Hand das Corporate Identity-Konzept übernahmen, wurde eine gemeinsame „Regionskultur“ etabliert.⁷⁷⁰ Die Standorte sind auf die Corporate Identity abgestimmt und betonen damit die Ganzheitlichkeit, um selbst die Vorteile des Verbands bzw. Synergien des Gesamtkonzepts zu nutzen.

Ohne den folgenden Kapiteln vorwegzugreifen sei angemerkt, dass der Verband verstärkt Dienstleister anregt, an diesem gemeinsamen Marketing und der gemeinsamen Identität mitzuarbeiten, um dem Markenimage zu entsprechen. Meine eigenen Besuche im Tal zeigten bereits Resultate dieser Wertschöpfung. Das Obere Mittelrheintal präsentiert sich äußerlich zunehmend als Gesamtheit – verbunden durch den Titel. Über die Symbole und die Verwendungszusammenhänge bestimmter Merkmale werden Sinnbezüge und Kommunikationsprozesse zwischen den kooperierenden Akteuren und Institutionen hergestellt. Diese neuen Gestaltungsmöglichkeiten in den Orten schaffen eine *Metakultur*, oder anders gesagt: Um das Erbe als Ressource zu nutzen, bildet sich eine Metakultur, die das Erbe symbolisch auflädt und präsentiert. Der amerikanische Anthropologe Charles Briggs beschreibt mit „Metakultur“ Kulturformen, die dazu dienen, wiederum andere Kulturformen zu repräsentieren.⁷⁷¹ Kirshenblatt-Gimblett überträgt dies auf den Umgang mit Erbe. Sie nennt diesen Prozess „metacultural production“ und spricht von „metacultural operations“, um die Prozesse bei der Herausbildung und der späteren Inszenierung von kulturellem Erbe zu beschreiben.⁷⁷²

⁷⁷⁰ Vgl. zur Funktion von Marken als „Sinnstiftung und Kulturfaktor“ für Mitarbeiter in einem Unternehmen: Baumgarth 2001: 15.

⁷⁷¹ Vgl. Briggs 1999.

⁷⁷² Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 2004b: 1.

Metakultur bezieht sich demnach auf mit dem Erbe verbundene Deutungsmuster und Verwendungszusammenhänge, z. B. ausgedrückt in dem Logo. Das kulturelle Erbe ist in Codes und Symbolen narrativ, bildlich und vor allem fassbar gemacht worden. Kirshenblatt-Gimblett erörtert bezogen auf immaterielles Welterbe, wie kulturelle Phänomene und Träger der kulturellen Elemente durch bestimmte Akteure zu „metacultur artefact[s]“ transformiert werden.⁷⁷³ Durch diesen Prozess entstehen eine neue Sicht auf das Erbe und eine andere Beziehung dazu. Metakultur ist also alles, was sich um das Erbe herum entwickelt und das Erbe in neue, nicht selbstverständliche Kontexte stellt.

Im Oberen Mittelrheintal wird die Prädikatisierung mit verschiedenen Initiativen, Websites, Ausstellungen und Objekten in Wert gesetzt. Dabei geht der Prozess der Kulturerbewertung über den Erhalt der Kulturlandschaft hinaus bzw. wird mit vielfältigen politischen und wirtschaftlichen Intentionen und Innovationen verknüpft. Diese Formen der Inszenierung, die zugleich öffentlich wirksam sind, werden von politischer Seite forciert, um das Tal zusammenzuführen und aufzuwerten. So tragen die metakulturellen Innovationen zum einen dazu bei, den Welterbetitel weiter hervorzuheben, zum anderen aber auch die Region zu entwickeln.

7.3 Welterbe und Tourismus

Das folgende Kapitel zeigt auf, wie sich die Beziehung zwischen der Welterbewertung und der Tourismusentwicklung im Tal darstellt und gestaltet. Mithilfe der touristischen Vermarktung sollen die Region und deren Image gestärkt und die Identität der Region zusammengeführt werden. Welche Aspekte des Welterbes sich für die touristische Aufwertung eignen und wie die Auszeichnung dem touristischen Marketing dient, wird beleuchtet. Zudem gilt es zu analysieren, wer die Stakeholder im touristischen Bereich sind und wie diese miteinander agieren.

7.3.1 Welterbetitel als Instrument für eine Neugestaltung der Region

Im Oberen Mittelrheintal lassen sich derzeit keine wesentlichen Divergenzen zwischen Erhalt, Übernutzung und Kommerzialisierung feststellen. Zum einen ist dies aufgrund der verhältnismäßig geringen Zahlen an Besuchern unproblematisch. Zum anderen liegt dies in der Struktur der Kulturlandschaft begründet. Es handelt sich um eine bewohnte Landschaft, die bereits vor der Welterbewertung für den Tourismus ausgebaut wurde und davon abhängt. Nicht nur wegen fehlender Modernisierung oder des zunehmenden Bahnlärms verlor das Rheintal allerdings an Attraktivität (vgl. Kap. 5). Die Zahl der touristischen Betriebe und die Bettenzahl sanken. Noch immer handelt es sich jedoch um einen wichtigen Wirtschaftszweig in der Region, weswegen

⁷⁷³ Kirshenblatt-Gimblett 2004b: 1f.

aus politischer und wirtschaftlicher Sicht dieser Abwärtstrend gestoppt, erstarrte Strukturen aufgebrochen und der Tourismus wieder zukunftsfähig gestaltet werden soll.⁷⁷⁴ Für das Land Rheinland-Pfalz ist das Obere Mittelrheintal eine der wichtigsten Tourismusregionen. So werden im Tourismus Chancen gesehen, um gegen die Stagnation bzw. die Regression im Tal vorzugehen. Das touristische Potenzial begünstigt dabei nicht nur das Hotel- und Gastronomiegewerbe, auch andere Wirtschaftsbereiche, wie die Baubranche oder der Dienstleistungsbereich, werden davon beeinflusst. Tourismusbetriebe sind ohne Frage in die Region und die regionale Infrastruktur, Wirtschaftspolitik und Arbeitsmarktsituation eingebunden, wie in der folgenden Aussage von Dorit Pohl, Museumsleiterin des „Kulturhaus Oberwesel“, auf die Frage, ob auch touristisch mit dem Titel gearbeitet wird, erkennbar ist:

„Ja. Weil man sieht, dass man im Grunde genommen nur den Tourismus hat. Vielleicht noch ein bisschen Weinbau, aber was anderes gibt es hier nicht. Wir haben auch keinen Platz für große Gewerbegebiete – von Industrie ganz zu schweigen. Also wir sind wirklich auf den Tourismus beschränkt.“ [00:04:03–00:04:30]

Auch Franziskus Weinert stellt die Bedeutung des Tourismus heraus:

„Letztendlich funktioniert es hier nur dadurch, dass der Tourismus [...] floriert und funktioniert. Es bringt ja nichts dem Tal irgendwie Industrie groß anzusiedeln, es fehlt zum einen der Platz und zum anderen sind die weit ab von Autobahn oder was auch immer ... Von daher muss man halt schauen, dass die Leute, die hier hinkommen, was erleben und dementsprechend auch auf den Tourismus setzen.“ [00:54:37–00:55:12]

Um am Markt bestehen zu können, müssen bestehende Defizite der Kulturlandschaft ausgeglichen und Entwicklungsreserven ausgebaut werden. Auch wenn die bekannten touristischen Standortfaktoren Rhein, Wein, Burgen und die Romantik noch immer eine immense Bedeutung für touristische Erwartungen und Vorstellungen besitzen und zur Betonung regionaler Besonderheiten genutzt werden, reichen sie allein nicht mehr aus. Der potenzielle Besucher muss neu überzeugt und angesprochen werden, denn der Tourismusmarkt ist hart umkämpft. Konkurrenz findet man nicht nur in der gleichen Region, sondern international. Neue touristische Ansätze sollen dabei helfen, den gegenwärtigen Ansprüchen gerecht zu werden. Wie an der Zunahme des Kulturtourismus dargestellt, verändern sich die Interessen und Erwartungen der Reisenden. Die Anforderungen an den Tourismus werden vielfältiger und gestalten sich um.⁷⁷⁵ Die touristische Nutzung des Titels und die mit der Auszeichnung verbundene Modernisierung der touristischen Infrastruktur bergen dabei großes Potenzial, die Region neu zu vermarkten und damit auch zu erhalten.

⁷⁷⁴ Vgl. Barzen 2009.

⁷⁷⁵ Petermann u. Wennrich 1999 bes. 51 u. 53.

Die Eintragung in die Welterbeliste und der damit verbundene Schutz der Kulturlandschaft fördern das touristische Produkt und die *Kommodifizierung* respektive *Touristifikation* der Region. So werden Sanierungsmaßnahmen der historischen Orte, Burgen, Denkmäler, Museen sowie Weinbergterrassen im Zuge der Aufwertung der Region durch Subventionen gefördert, da dies wichtige Bestandteile der Kulturlandschaft sind. Die Pflege steht dabei unter gegenwärtig praxisorientierten Nutzungsperspektiven. Die betonte Vielfalt, Eigenart und Schönheit des Oberen Mittelrheintals sowie die Vermarktung der „Regionalkulissen“ werden zu ökonomisch berechenbaren Standortfaktoren. Da der Tourismus gleichzeitig eine wirtschaftliche Grundlage der Region darstellt, ist beides voneinander abhängig. Monetäre Gewinne und Arbeitsplätze, die durch die Tourismuswirtschaft hervorgebracht werden, tragen zur wirtschaftlichen Entfaltung und Stabilisierung und damit zur allgemeinen Regionalentwicklung bei. Aus Sicht der Regionalplanung ist die touristische Nutzung des kulturellen Erbes vor allem als Alternative zur fehlenden industriellen Ansiedlung von Bedeutung.

Im Kontext des Welterbetourismus werden neben der Qualitätssteigerung die potenziellen kulturtouristischen Güter stärker hervorgehoben. Nicht nur die Burgen, sondern auch die Kirchen werden vorwiegend aus kunsthistorischem Interesse beschrieben, erhalten und mit neuen Funktionen erfüllt. Oft sind diese neuen Funktionen touristischer Art, wie Ausstellungen, Musikfestivals oder Illuminationen. Literarische, künstlerische, historische und medial bekannte Muster werden dabei neu in Szene gesetzt. Aus dem Alten wird etwas Neues gemacht und das Angebot unter ein neues Licht gestellt, um ein neues Image zu erzeugen.

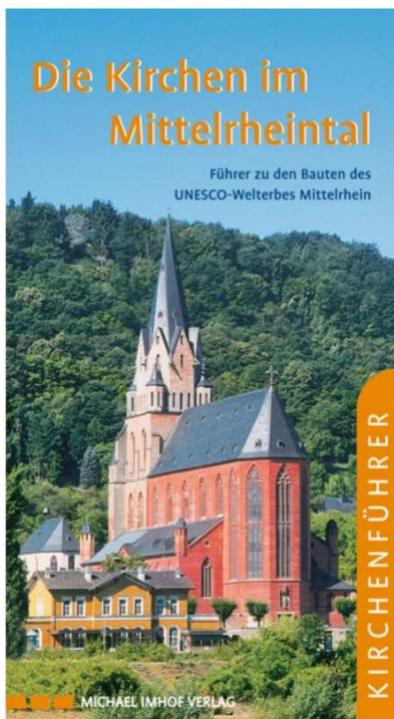


Abb. 12: Führer zu den Kirchenbauten des UNESCO-Welterbes Mittelrheintal. Quelle: Michael Imhof Verlag.

Am Beispiel des Oberen Mittelrheintals wird deutlich, dass das Welterbe besonders in solchen Regionen touristisch genutzt wird, in denen andere Wirtschaftszweige eher schwach vertreten sind. Der Titel stärkt sowohl das Ansehen als auch die touristische Attraktivität und erzeugt örtliche sowie internationale Aufmerksamkeit. So lautet die textliche Einstimmung auf das Tal in einer Tourismuswerbung im Internet: „Ein Welterbe verpflichtet, aber es bietet auch mehr als tausend Gründe, diese Region genauer kennen zu lernen.“⁷⁷⁶ Die Reputation der Auszeichnung wird hiermit gestärkt. Der Welterbestatus ist zu einem Gütesiegel mit Prestigefunktion geworden und dient als Marketingmittel mit Wiedererkennungswert. Martin Orth, Referatsleiter für Raumordnung, Regionalplanung, Siedlungsstrukturentwicklung und Bodenbevorratung (HMWVL), berichtet, wie das mit dem Welterbetitel verbundene touristische Prestige als regionales Entwicklungsinstrument und Katalysator genutzt werden kann:

„Also die beiden aus unserer Sicht maßgeblichen ökonomischen Faktoren für das Tal sind der Weinbau – nicht, weil er so viel Umsatz erzielen würde, sondern weil er sozusagen historisch dazugehört. Und das andere ist die behutsame touristische Entwicklung – Renovierung des gesamten Tals. Und für solche touristischen Absichten brauchen Sie so ein Label. Sie können es auch versuchen selber zu schaffen, aber wenn Sie so ein Label haben mit großer internationaler Anerkennung, dann hat das schon enorme Strahlkraft.“ [00:19:09–00:19:59]

Das Welterbelabel dient dem Destinationsmarketing als Werbung. Es fördert die öffentliche Wahrnehmung und weckt öffentliches Interesse. Gyr beschreibt Sehenswürdigkeiten als Symbole. Diese verfügen über „eine spezifische Mischung von lokaler Einmaligkeit, Universalität und produzierter Sakralität, zu der jeder Tourist in kurzer Zeit und ohne Anstrengung individuelle Verbindungen herstellen kann“.⁷⁷⁷ Mit dem Welterbetitel ausgezeichnete Stätten schaffen ähnliche Assoziationen. Das international geachtete Label kürt etwas Einzigartiges und symbolisiert einen Wert. Indem der Besucher das Label mit der Kulturlandschaft verbindet, schafft er einen eigenen Zugang zu diesem und zugleich zu der Region.

Dabei kommt dem Titel und seinem Ansehen – ähnlich einer Marke – eine Marketings- und Kommunikationsfunktion zu. Da in die Welterbeliste aufgenommene Stätten eine öffentliche bzw. offizielle Aufmerksamkeit genießen, sind sie weit oben auf der kulturpolitischen Tagesordnung. Fraglich hingegen ist, ob dieser Effekt langfristig bestehen bleibt oder, wie gemutmaßt werden kann, im Laufe der Zeit an „Strahlkraft“ verliert. Besonders mit der touristischen Verwertung des Titels werden der Status und dessen Wertschätzung weiter kommuniziert. Ute Hemkes-Precoma, die ein Hotel in Bacharach führt, bestätigt, wie der Welterbetitel die Kommunikation über den Ort fördert:

⁷⁷⁶ Stadtverwaltung Boppard u. Tourist Information o. J.

⁷⁷⁷ Gyr 1988: 234.

„Ich denke mal aufgrund dieses Titels wird doch der eine oder andere neugierig, was erwartet mich da, ‚was ist das, Welterbetitel?‘, ‚Ah, das klingt ja toll‘. Das hört man mittlerweile immer öfter. Und ‚was ist denn da so Besonderes?‘ Die Leute befassen sich aufgrund dieses Titels halt auch so ein bisschen mit diesem Gebiet und sagen dann auch, ‚ja, da kann ich vielleicht mal hinfahren, das ist schön.‘“ [00:06:38–00:07:01]

Auch Thorsten Raab betont den positiven Aspekt, welchen die erhöhte Kommunikation aufgrund der Auszeichnung mit sich bringt:

„Ich denk mal, es sind verschiedene Sachen, die zusammenkommen. Im Moment [2010] machen die Leute eh wieder Urlaub in Deutschland, zum einen weil sie Geld sparen wollen, zum anderen, weil sie sagen, ich mach lieber drei Tage Urlaub und dann vielleicht noch mal. Es ist gerade ‚in‘ – sag ich mal – hier im Land zu bleiben. Da ist vielleicht [...] so ein Welterbetitel doch was wert, weil man sagt, es ist nicht irgendeine Region, sondern es ist die Loreley, es ist Welterbe. Die Diskussion über die Brücke hin oder her, man ist in der Öffentlichkeit in der Diskussion und vielleicht kommen die Leute und gucken sich das noch mal an. Da reden die Leute drüber.“ [01:03:10–01:03:45]

Ferner führt Christian Kuhn exemplarisch aus, wie der Titel das Ansehen der Region fördert:

„Wir spielen in einer Weltliga sozusagen im touristischen Bereich mit, dass gezielt Gäste hier das Welterbegebiet aufsuchen. Es kommt schon gelegentlich vor, dass die Anfragen gezielt nach Welterberegion entsprechend kommen.“ [00:13:35–00:13:48]

Auch wenn er relativiert, dass der Titel allein nicht genüge, um Touristen anzuziehen, sondern auch der Inhalt wichtig sei, kann er die Strahlkraft des Titels nicht verleugnen:

„Wir merken einfach, dass wir mehr im Fokus sind – sprich, mit dem Titel in der Außendarstellung etwas stärker frequentiert sind von Gästen, das merkt man durchaus.“ [00:14:12–00:14:20]

Der Titel stellt einen Standort- und Marketingvorteil dar und bietet die Chance, den Bekanntheitsgrad des Mittelrheintals sowie dessen „angekratztes“ Image zu verbessern. Martin Orth zeigt an konkreten Beispielen, welche Vorteile der Status für die Vermarktung bringt:

„Da gibt es verschiedene, ich sag mal, organisatorische Möglichkeiten, wie den Welterbeverein Deutschland und solche Dinge, ja auch über internationale Kontakte, die Welterbestätte auch ganz anders zu vermarkten, in Bekanntheit zu bringen. Wir haben Welterbeausstellungen in China und in Japan und ich weiß nicht wo überall gehabt [...]. Also da könnten Sie dann auch ganz anderes Marketing mit machen.“ [00:21:38–00:22:49]

Mittels Imagetransfer wird mehr Aufmerksamkeit und Renommee erhofft. Indem der Titel als Orientierung für Touristen gesehen wird, wird ihm akquisitorisches Potenzial zugesprochen. Die Tourismuswissenschaftler Tara Gujadhur und Paul Rogers verdeutlichen mit einem Beispiel aus Laos, welche Bedeutung der Titel dort allein wegen seiner Auswirkung auf den Tourismus zugeschrieben bekommt: „When the local people of Luang Prapang are asked why world Heritage status is positive, a common refrain is, ‚because it brings tourists‘. Heritage

conservation for the sake of heritage itself is an improbable concept of many Laotians, and tourism has been the most tangible benefit from heritage inscription.“⁷⁷⁸ Nicht nur in Laos ist dieses Bild verbreitet. Auch im Oberen Mittelrheintal wird der Welterbetitel als Chance und Perspektive gesehen, neue Besucher zu akquirieren und sein Erfolg in direkte Verbindung zum Tourismus gestellt (vgl. auch Kap. 8.3.2.1). Um mögliche Effekte zu nutzen, muss jedoch auch an der entsprechenden Infrastruktur gearbeitet werden.

7.3.2 Gestaltung und Nutzbarmachung des Welterbetitels im Tourismusmarketing

Eine Imagesteigerung kann nicht allein durch die Verleihung des Titels erreicht werden, sondern erst mittels einer damit verknüpften Inwertsetzung des Tals. In der Aufstellung der raumgebundenen Stärken und Schwächen im Kontext des Welterbeantrags wurden touristische Nutzungspotenziale und Einschränkungen im Hinblick auf die Entwicklungsfähigkeit der Region gewichtet. In dem Managementplan wird deutlich, welche besondere Bedeutung der Entwicklung des Tourismus zukommt. Der Ausbau des touristischen Profils unterliegt dabei dem übergeordneten Ziel „Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden“. Wesentliche Aufgabe ist es, den Tourismus als Wirtschaftsfaktor zu festigen. Defizite im Gastronomie- und Beherbergungsgewerbe sollen abgebaut und eine Qualitätssteigerung angestrebt werden. Zudem sollen landschafts-, natur- und kulturbezogene Formen des Tourismus gefördert sowie regionale Besonderheiten und die Einzigartigkeit der Kulturlandschaft betont, gestaltet und zugleich bewahrt werden. Da auch der durch die Bahn erzeugte Lärm den Tourismus negativ beeinträchtigt, steht zudem dessen Reduzierung in Verbindung mit der touristischen Entwicklung.⁷⁷⁹

Der Zweckverband, der sich zusammen mit der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord um die Umsetzung des Managementplans kümmert, ist ein wesentlicher Akteur für touristische Neuerungen im Welterbegebiet. Die Vernetzung von Einzelprojekten und die Schaffung einer einheitlichen Identität sind zwei seiner Ziele. In dem Vorwort seines „Handlungsprogramm Welterbe Oberes Mittelrheintal 2006–2011“ führt er verschiedene, den Tourismus berührende Ziele auf, die einen Beitrag zur Sicherung und integrativen Entwicklung des Welterbegebiets leisten. So weist er alle im Tourismus tätigen Akteure auf den dringenden Innovations- und Interventionsbedarf hin, um neue Wege für die Region zu öffnen. Fördert der Verband auch die Konzeption und Umsetzung einzelner Projekte, müsse sich „das Welterbegebiet aber vor allem aus sich heraus entwickeln, seine Potenziale erkennen und nutzen.“⁷⁸⁰ Mit Akteuren aus der

⁷⁷⁸ Gujadhur u. Rogers 2008: 365.

⁷⁷⁹ Vgl. ICOMOS 2002.

⁷⁸⁰ Zweckverband 2005b.

Region soll eine Veränderungsdynamik erzeugt werden, da dies die Gewähr für eine nachhaltige Entwicklung sei. Innovative Lösungen und der Mut zu Veränderungen seien erforderlich, denn neben der Sicherung des Welterbes gehe es vor allem darum, dieses wirtschaftlich weiterzuentwickeln.⁷⁸¹

Zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur arbeitet der Zweckverband eng mit bestehenden Tourismusorganisationen zusammen. Zudem wurde ein Gremium gegründet, dessen Aufgabe es ist, konkrete touristische Projekte anzustoßen, Impulse und Ideen zu geben, Projektvorschläge zu prüfen und laufende Projekte inhaltlich zu ergänzen. In ihm verbinden sich hauptamtliche Touristiker, Hotellerie und Gastronomie sowie Schifffahrtsunternehmen. Weitere kooperierende Partner sind der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband e. V., der Verein Mittelrhein Wein e. V., die Industrie und Handelskammer Koblenz und der Verein Initiative Region Mittelrhein e. V.

Der Zweckverband bemüht sich um die Vernetzung der Produkte und Kooperation der Akteure im Tal. Durch Interaktion und Networking sollen verschiedene Dienstleister aus den Bereichen Gastronomie, Hotellerie, Touristik, Schifffahrt, Gästeführer sowie die Burgenbesitzer die Verbindungen im Tal stärken, um den Eigenwert des Tals als Ganzes zu fördern. Gemeinsam soll ein klares Profil aufgebaut werden, um den Markenwert wie auch andere Synergieeffekte für die Sicherung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Für die beteiligten Institutionen und Stakeholder trägt die Vernetzung und Vermarktung im Kontext des Welterbes ferner dazu bei, sich mehr am eigenen Standort zu verankern. Dabei muss der Spagat zwischen eigenen und gemeinsamen Interessen geschafft werden.

Diese Hürde kann durch Hilfe Dritter bei der Initiierung und Förderung der Netzwerke sowie durch Beratung der handelnden Personen überwunden werden. Einem Good Governance-Ansatz folgend sind dabei Mediatoren wie der Zweckverband wichtig.⁷⁸² Er übernimmt die die Gemeindegrenzen überschreitende Koordination und das Projektmanagement, überblickt das Netzwerk sowie die Konzentration auf gemeinsame Ziele, gleicht die Interessen der regionalen Akteure an und fördert die Konsensbereitschaft. Divergierende Ziele und Interessen hängen dabei z. B. nicht nur von administrativ unterschiedlichen Ebenen, sondern auch von ungleich gewachsenen Organisations- und Personalstrukturen ab. Neben der Netzwerkorganisation „nach innen“ ist der Verband für die Kommunikation des Angebots nach außen zuständig. Christian Kuhn, Leiter der Rhein-Nahe-Touristik, beschreibt, wie der Verband als Diskussionsplattform, Interessensvertretung und beratendes Organ fungiert:

⁷⁸¹ Vgl. Zweckverband 2005b.

⁷⁸² Vgl. Föhl u. Pröbstle 2011.

„[Der Zweckverband schafft] Verbindungsmöglichkeit innerhalb des Welterbegebiets, dass wir das in einem Gespräch, in einem Dialog entsprechend lösen, [...] dass wir uns da entsprechend einigen. [...] Der Zweckverband präsidiert, kann Rahmenbedingungen machen, kann helfen, kann unterstützen, aber wir müssen mit denen zusammenarbeiten und haben dann entsprechend vor Ort die Aufgabe, die Ideen umzusetzen. Und das machen wir auch aus Überzeugung und es fruchtet auch zusehends.“ [00:07:26–00:09:27]

Auffällig ist, dass besonders im Bereich Kulturtourismus in den letzten Jahren innerhalb verschiedener Städte und Gemeinden auf regionaler bis internationaler Ebene immer häufiger Kooperationen und Netzwerke gebildet worden sind.⁷⁸³ Den Hintergrund dafür bildet die Tatsache, dass die gewünschten Effekte häufig durch die Bündelung verschiedener, von diversen Leistungsträgern erbrachter Einzelprojekte erzielt werden. Aufgrund der bereits konstatierten komplexen Motivstrukturen der Reisenden wird die Reiseentscheidung überwiegend zugunsten eines solchen multioptionalen Verbundproduktes ausfallen. Durch die Kooperation einzelner Einrichtungen und Veranstaltungen wird ein zusätzlicher (Gesamt-)Erlebniswert bzw. attraktivitätssteigernder Mehrwert geschaffen.⁷⁸⁴ So fördert auch die Tourismuspolitik des Welterbes die Regionalisierung, um Verbundvorteile auf regionaler Ebene zu realisieren.⁷⁸⁵ Die Destination wird unter dem Welterbetitel als strategisches Netzwerk verstanden, in dem einzelne Orte und Akteure Leistungen zur Erstellung des touristischen Angebots erbringen. Dementsprechend ist die Kooperation nicht das Ziel, sondern ein Zweck, um die Region zu stärken und neue Handlungsspielräume zu eröffnen.

Dabei sind es vermehrt die kleineren Orte im Tal, die sich in überörtlichen Dachorganisationen zusammenschließen und somit eine Teamplayerfunktion einnehmen. Für sie ist der Statustitel eine Chance für die Aufrechterhaltung des touristischen Angebots. Die Tourismusverbände arbeiten dabei als *Horizontale Kooperation* zusammen, da sie ein gleiches oder ähnliches Produkt anbieten. Der Zweckverband arbeitet im Sinne der *Vertikalen Kooperation*, da er auf einer vorgelagerten Entscheidungs- und Wertschöpfungsstufe steht.⁷⁸⁶ Für die größeren Städte im Welterbegebiet mit relativer ökonomischer Unabhängigkeit, wie beispielsweise Rüdesheim oder Bingen, stellt der UNESCO-Welterbetitel ein Prestigesymbol dar, mit dem es je nach Einsatz weitere touristische Märkte zu erschließen gilt.

Der Welterbetitel bietet als übergeordnetes Thema, das kulturtouristische Akteure miteinander verbindet, eine Profilierungsstrategie. Da im Rahmen einer solchen Strategie einzelne touristische Leistungen nicht bloß aneinandergereiht werden können, sondern sinnvoll thematisch miteinander verknüpft werden müssen, sind die beteiligten Akteure herausgefordert, ihre Angebote

⁷⁸³ A. Steinecke 1999: 31.

⁷⁸⁴ Vgl. Hücherig 1999: 286; Wolber 1999: 128.

⁷⁸⁵ Schertler 2000: 319.

⁷⁸⁶ Vgl. Michael 2007: 24.

auf ein thematisches Gesamtprodukt zu fokussieren. Die Etikettierung der Region mit den Zeichen und Bezeichnungen als Welterbe entspricht einer kulturellen „Ordination“.⁷⁸⁷ Umrahmt von der Prädikatisierung formiert man sich in werbewirksamen Prospekten, Broschüren, Homepages und sonstigen Informationsmaterialien als Bestandteil des Welterbes. Zudem findet eine von Bourdieu als *kulturelle Konsekration* bezeichnete „Weihung“ von wirtschaftlich nutzbringenden Gegenständen zu Kulturgütern mit Welterbebezug statt.⁷⁸⁸

Auf die touristische Kulturalisierung der Region im Zuge der Welterbewerbung gingen verschiedene Akteure im Gespräch ein. Gerd Weiß, Präsident des Landesamtes für Denkmalpflege Hessen, äußert sich positiv über solche Effekte der Adellung:

„Gerade wenn man das nun auch in Richtung Vermarktungsmöglichkeit für touristische Angebote sieht, ist der UNESCO-Welterbetitel nach wie vor ein Gütesiegel [...]. Die Tatsache, dass hier inzwischen z. B. der Verband der deutschen Busreiseanbieter eigene Busreisen zu Welterbestätten anbietet, macht deutlich, dass es durchaus auch als ein Marktsegment begriffen wird, das eher im Steigen begriffen ist, weil es zu den Kulturreisen allgemein gehört und dieser Sektor im Tourismus wohl auch nach wie vor wächst. Und dort ist es dann eben ein ganz spezielles Segment, das mit einer besonderen Qualität des Angebots verbunden wird.“ [00:07:10–00:07:54]

In weiteren Interviews wurde hervorgehoben, dass mit dem Eintritt in den kulturtouristischen Markt und der Vermarktung des kulturellen Erbes sowohl seitens der Politik als auch von Kultureinrichtungen große, besonders wirtschaftliche Erwartungen verbunden werden. Es handelt sich um ein Schnittstellenthema, das eine Vielzahl an Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft betrifft und folglich die Aufmerksamkeit vieler auf die kulturelle Infrastruktur im betreffenden Raum richtet.⁷⁸⁹

Deutlich wird, dass die Maßnahmen dazu führen sollen, die Region in Angebot und Nachfrage „dem Welterbeniveau“ anzupassen.⁷⁹⁰ Das touristische Angebot soll durch die Verknüpfung mit dem Titel aufgewertet werden und zu einem Bewusstsein über einen welterbeverträglichen Umgang mit der Kulturlandschaft bei Besuchern und Bewohnern führen. Christian Kuhn weist auf die qualitätsorientierte Wirkung des Welterbetitels für die touristische Leistung und Infrastruktur hin:

„Das hat durchaus positive Akzente gesetzt. Und was wir in den letzten Jahren verstärkt gemacht haben, ich spreche jetzt als Touristiker, das Thema Qualität nach vorne hin zu tragen, dass wir uns praktisch im Beherbergungsbereich, in den Veranstaltungen, im Auftreten zunehmend qualitätsorientiert positioniert haben und dadurch, trotz der Wirtschaftskrise, die wir

⁷⁸⁷ Vgl. Wöhler 2011: 136.

⁷⁸⁸ Bourdieu hat diese Metapher aus der religiösen Sphäre (der liturgischen Weihe einer Person oder Sache) entliehen, um die Aufwertung von Kunstwerken und Künstlern zu benennen. Vgl. Bourdieu 1999: 159; Schumacher 2010: 139.

⁷⁸⁹ Vgl. zu solcher regionalen Governanz im Kulturbereich: Föhl 2009: 15ff.

⁷⁹⁰ Meinung 2008: 110.

2008 hatten, einigermaßen vernünftig durch die Situation gekommen sind, bislang. Und da hat uns das Welterbe sicherlich ein Stück weit geholfen.“ [00:07:41–00:08:14]

Trudel Weiler, Welterbe-Gastgeberin, die sich sehr stark für den nachhaltigen Erhalt der Region einsetzt, bestätigt dies:

„Das Welterbe kam genau richtig für uns, wir haben uns dann weiterentwickelt mit der Qualität. Das Medium hat uns [...] gepusht und wir haben gelernt, dem Image des Aushängeschildes zu entsprechen.“ [00:23:57–00:24:10]

Um das Angebot entsprechend eines dem Titel angemessenen Niveaus zu positionieren, bemüht sich der Zweckverband um Initiativen, die das touristische Erscheinungsbild der Region aufwerten sollen wie z. B. das Projekt Bahnhofspaket Mittelrheintal. Hierbei sollen der Erwerb und die Neunutzung leer stehender Bahnhöfe und Empfangsgebäude durch private oder kommunale Investoren gefördert werden, da diese als „Visitenkarte einer Stadt oder Gemeinde [...] deren Bild und Identität entscheidend mit[prägen]“. ⁷⁹¹ Selbst kleine Versorgungsangebote wie ein Kiosk am Fährparkplatz in St. Goar wurden „welterbeverträglich“ umgestaltet. Im konkreten Fall bedeutete dies lediglich eine Renovierung der Fassade für ein ansprechenderes Äußeres. ⁷⁹² Neben der Landschaftsgestaltung und Architektur werden im Dienstleistungsbereich Anregungen und Hilfestellungen angeboten. Da die Statusauszeichnung Exklusivität in sich birgt, soll dieser durch eine qualitative Steigerung des touristischen Angebotsspektrums entsprochen werden – auch, um gezielt auf die breit gefächerten gegenwärtigen Ansprüche der Touristen einzugehen. So fördert der Zweckverband einen Strukturwandel durch Modernisierung und Qualitätssteigerung der touristischen Infrastruktur und des Angebots, was er mit Schulungen und Auszeichnungen forciert.

Dass die Initiativen des offiziellen „Welterbevertreters“ ausschließlich eine Form des Qualitätstourismus fördern möchten, lässt sich kritisch sehen. Gründe dafür sind, dass weder alle touristischen Akteure aus der Region noch alle potenziellen Besucher davon angesprochen werden. Wie die vorhandene Infrastruktur zeigt, ist die Nachfrage im Tal nach anderen Konzepten des Tourismus wie Camping ebenso gegeben. Auch diese Formen möchten dabei vom Image des Welterbetitels profitieren und nutzen ihn, um sich sowohl im touristischen Angebot als auch in der prämierten Kulturlandschaft zu verorten. Von offizieller Seite erhalten sie jedoch keine Unterstützung und finden keine Erwähnung in den Initiativen des Zweckverbands. Dies lässt den Schluss zu, dass trotz der Intention die Tourismusstruktur im Tal zu verbinden,

⁷⁹¹ Zweckverband 2007b.

⁷⁹² Besonders forciert wurde dies, da St. Goar sich als „Modellstadt im Welterbe Oberes Mittelrheintal“ bewarb. Dieses Projekt wurde insbesondere vom Zweckverband und der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord durchgeführt. Initiative Baukultur 2012; St. Goar Tourist Information 2009.

unterschiedliche Konzepte bestehen bleiben und von offizieller Seite nur eine elitäre hochpreisige Form gefördert wird.

7.3.2.1 Region schmecken! – Welterbe-Gastgeber

Besonders deutlich wird das Ziel, Qualität- und Regionalförderung bewusst miteinander zu verknüpfen, in den Anstrengungen der *Welterbe-Gastgeber*. Dies ist eine Gemeinschaft von Hotels und Restaurants im Oberen Mittelrheintal, die sich laut Selbstdarstellung als „die offiziellen Botschafter der Region Welterbe Oberes Mittelrheintal“ verstehen.⁷⁹³ Auch sie nutzen den Welterbetitel strategisch, um sich von dem Klischee, welches dem Rheintourismus anhaftet, abzugrenzen und gegen die stagnierenden Gäste- und rückläufigen Übernachtungszahlen anzugehen. Neben einem regionalen Bezug und einer persönlichen Note steht Servicequalität im Vordergrund der Vermarktungsphilosophie, um neue, qualitätsbewusste Kunden hinzugewinnen. In den geführten Gesprächen wurde erkennbar wie sich die Welterbe-Gastgeber vom Massentourismus verabschiedeten und den einkommensstarken Reisenden und sogenannten Best-Agern zuwenden. Aufgrund des UNESCO-Signets und der Kenntlichmachung als Welterbe-Gastgeber sollen sie sich ihren Gästen und deren Destination stärker verpflichtet fühlen. Die Betonung liegt auf der engagierten, eigenverantwortlichen Förderung der Qualität sowie „gästeorientierten Unternehmensführung“. Bewusst setzen sie sich vom Begriff Tourist ab und sprechen von Gästen, die nicht pauschal, sondern individuell behandelt werden.⁷⁹⁴

Begonnen hat diese Initiative als Netzwerk einzelner engagierter Betriebe. Im Januar 2007 griffen der Zweckverband und sein Arbeitskreis Tourismus die Idee zusammen mit dem Europäischen Tourismus Institut in Trier und weiteren für den Tourismus relevanten Verbänden aus der Region auf. Eine Welterbe-Gastgeber-Zertifizierung wurde entwickelt, die voraussetzt, dass der zu zertifizierende Betrieb bereits die Stufe 1 der Servicequalität Rheinland-Pfalz erlangt hat und der Betreiber sich in einem Seminar weiterqualifiziert.⁷⁹⁵ Wenn diese Bedingungen erfüllt sind, ist es den Gastgebern erlaubt, sich als Welterbe-Gastgeber zu bezeichnen und entsprechend zu vermarkten. Die Gastgeber erhalten mit der Auszeichnung, die für drei Jahre vergeben wird, die Nutzungsrechte für die Logos des Zweckverbands sowie eine exklusive Vermarktung in den entsprechenden Medien des Verbands.

⁷⁹³ Zweckverband/Welterbe-Gastgeber o. J.

⁷⁹⁴ Netzwerk „Welterbegastgeber“ 2007.

⁷⁹⁵ Im Oberen Mittelrheintal sind in Hotels und Gaststätten daher parallel verschiedene Zertifikate und Gütesiegel zu sehen, die für das gleiche Angebot Anwendung finden.



Abb. 13: Plakette eines Welterbe-Gastgebers. Foto: Sandra Linz.

Die Gastgeber müssen darüber hinaus bereit sein, Kooperationen einzugehen, Angebotspräsentationen zu vernetzen und sich an kontinuierlichen Verbesserungszirkeln zu beteiligen, wie Ute Hemkes-Precoma verdeutlicht:

„Wir werben als Gemeinschaft für das Tal, also es ist eine Initiative aus verschiedenen Betrieben entlang des Tals. Das fängt an in Bingen bzw. Rüdesheim, was ja eigentlich Hessen ist, bis hoch nach Brauchbach, Rhens, das sind die letzten in Richtung Koblenz, die sich regelmäßig treffen. Wir haben also sechs Treffen im Jahr vorgeschrieben, an denen wir auch teilnehmen müssen. Und dort werden verschiedenste Initiativen ausgearbeitet, was man machen kann, damit das Tal oder jeder Ort oder jeder Betrieb nicht nur alleine da steht, sondern das ganze Gebiet als Gemeinschaft präsentiert wird. Es gibt also verschiedene Veranstaltungen, die gemacht werden und untereinander empfiehlt man die Gäste.“ [00:09:13–00:10:11]

Mit der Gründung des Netzwerkes versuchen die Gastgeber, ihre Gäste innerhalb ihres Zusammenschlusses „weiterzureichen“. Den Gästen verspricht das Netzwerk, dass sie eine gleich gute Dienstleistungsqualität erwarten können. Hierfür wurden gemeinsame Richtlinien ausgearbeitet. Immer wieder werden diese jedoch von veränderten Interessen oder Machtverhältnissen beeinflusst, da unterschiedlich ausgestattete und mehr oder weniger engagierte Gastgeber partizipieren. Die Beteiligten müssen daher ihre eigenen Ziele und ihre Bereitschaft, sich an der Kooperation zu beteiligen, in Verhältnis setzen mit den erforderlichen Zugeständnissen, dem notwendigen Zeitaufwand und den Kosten der Zertifizierung. Die Kooperation muss in einem dynamischen Prozess gepflegt werden, damit die Kommunikation untereinander nicht nachlässt und es nicht zur Auseinanderentwicklung der strategischen Stimmigkeit kommt. Gerd Ripp,

der das Romantikhôtel Rheinfels in St. Goar führt, betont u. a. im Kontext seines Engagements immer wieder die Bedeutung der Kooperation:

„All das, was wir jeden Tag tun, ist förderlich für den Tourismus. Aber in erster Linie, ich denk mal, wenn ich einen schlaun Gemeinsatz bringe, fördere ich den Tourismus mit einer kooperativen Haltung und nicht mit einem eigenbrötlerischen Marketing jetzt für mich alleine. Das machen wir auch, logisch, müssen wir was für uns tun, aber der kooperative Gedanke, der liegt mir sehr am Herzen.“ [01:01:28–01:01:59]

Aufgrund ihrer beruflichen Involviertheit sind die Welterbe-Gastgeber Protagonisten im Welterbeprozess. Durch ihre Nutzung des Welterbeprädikats inszenieren sie die Zuschreibung und füllen sie mit Inhalt. Zugleich sind diese Personen zu einem gewissen Grad abhängig von der erhofften positiven Imagesteigerung durch die Verwendung des Titels.

Die Identifikation mit dem gemeinsamen Lebensraum ist bei den Gastgebern in der Außendarstellung stark ausgeprägt. Auf ihren Homepages findet eine persönliche Lokalisierung in der Region statt.⁷⁹⁶ Den Bezug zum Welterbe stellen sie her, indem sie betonen „die Anliegen des UNESCO-Welterbes aktiv zu fördern“ und mit einem „Bewusstsein für die Werte des Welterbes“ den Besuchern dieses glaubwürdig näherbringen zu können.⁷⁹⁷ So müssen die Gastgeber offiziell über Kommunikationsqualität verfügen, um ihren Gästen das Welterbe und dessen Besonderheiten zu präsentieren.⁷⁹⁸ Zudem muss der Gastgeber „welterbespezifische“ Angebote entwickeln und vermarkten.⁷⁹⁹ Die Welterbe-Gastgeber bieten z. B. Welterbe-Menüs an, „dargeboten mit einem regionalen Dialekt.“⁸⁰⁰ Ihr, die regionale Kost betonender, Werbeslogan lautet: „REGIONSCHMECKEN. Qualität zum Schmecken nah! Rezepturen aus regionaler Küche und frische Produkte, die das Rheintal und seine Höhen dem Genießer schenken“.⁸⁰¹ Vor dem Hintergrund gestiegener Ansprüche der Konsumenten bezüglich Lebensmittelsicherheit, ökologischer Erzeugung und kurzer Transportwege wird die Möglichkeit einer erhöhten Wertschöpfung in der Region sowie einer regionalen Identitätsstiftung gefördert. Die Betonung der Produkte und Spezialitäten aus der Region reagiert somit auf einen allgemeinen Trend, hilft jedoch auch, das Welterbe über dessen Regionsbezug zur Vermarktung einzusetzen. Torsten Raab lobt das Engagement der Welterbe-Gastgeber und geht auf die Zunahme des regionalen Bezugs ein:

„Wenn wir Restaurants haben, die man wirklich auch empfehlen kann und die Produkte aus der Region anbieten oder mit Produkten aus der Region kochen oder mal einen Wein aus der

⁷⁹⁶ Z. B.: Hotel Restaurant Weinhaus Weiler o. J.a.

⁷⁹⁷ Netzwerk „Welterbegastgeber“ 2007.

⁷⁹⁸ Zweckverband/ Welterbe-Gastgeber 2007.

⁷⁹⁹ Als ein „welterbespezifisches“ Produkt wird z. B. die Mittelrheinkirsche angesehen und deren Erhaltung, Wiederanbau und Vermarktung gefördert. Vgl. Dienstleistungszentren Ländlicher Raum Rheinland-Pfalz o. J.; Zweckverband o. J.

⁸⁰⁰ Hotel Restaurant Weinhaus Weiler o. J.b.

⁸⁰¹ Zweckverband/ Welterbe-Gastgeber o. J.

Region haben und nicht irgendeinen Wein, dann steigt die Qualität. [...] Das Verständnis, denk ich mal, wächst hier langsam, dass einfach typische Produkte, die hier angehen, angeboten werden. Produkte, die der Gast auch erwartet, weil sie einfach dahin gehören.“ [00:24:58–00:25:06]

Mit der Herausstellung regionaler Besonderheiten und einem einheitlichen Auftreten sorgen die Welterbe-Gastgeber für eine Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Produkte. Im Gasthaus Stüber tragen regionale Spezialitäten dabei die Namen von Malern, die mit dieser Region in Verbindung stehen. Moderne Ölgemälde des Tals an der Wand des Restaurants unterstreichen darüber hinaus den regionalen Bezug. Die Produkte werden mit der Kulturlandschaft in Verbindung gebracht oder auch mit dem Erbe-Label gespickt vermarktet. Diese Inszenierung stößt allerdings auf geteiltes Interesse. Ute Hemkes-Precoma ist nicht der Ansicht, das Welterbe in dieser Form betonen zu müssen. Dennoch beteiligt sie sich an dem Projekt R(h)einträumen, in dem die Intention der Welterbe-Gastgeber – einen regionalen Bezug herzustellen – deutlich wird:

„Wir haben eine Initiative R(h)einträumen, also träumen am Rhein. Das ist ein Angebot, dass von allen Welterbe-Gastgebern in irgendeiner Form jetzt angeboten wird, also ich weiß nicht, zwei- oder dreimal Übernachten mit Welterbe-Menü oder Führungen oder Rheinfahrt oder irgendein Pauschalangebot, das von den einzelnen Betrieben unter diesem Titel jetzt, speziell auch als Welterbe-Gastgeber, angeboten wird.“ [00:11:54–00:12:20]

Die Gastgeber versuchen „Angebote aus einer Hand“ zu entwickeln und die Wertschöpfungskette auf weitere Anbieter auszudehnen. So werden z. B. Übernachtungsangebote mit Vollpension kombiniert mit Wandertouren oder kulturellen Aktivitäten. Damit kommen die Welterbe-Gastgeber der Nachfrage nach einer Verbindung von Kultur, Erlebnis, Konsum und Genuss nach. Zudem leisten sie einen Beitrag, das Welterbe greifbar und konsumierbar zu machen, das Bewusstsein dafür zu schärfen und den Titel mit Bedeutung zu füllen. Zugleich nutzen die Gastgeber das Renommee des Titels. Der einzelne Welterbe-Gastgeber profitiert von der Zertifizierung, da er das eigene Angebot besser abgrenzen und positionieren kann. Die Anbringung der Plakette oder auch die Erwähnung des Welterbe-Gastgeber-Status auf den Homepages ist ein sichtbares Zeichen, sich mit dem Welterbe zu identifizieren. So wirbt beispielsweise das Weinhaus Weiler: „Unser Haus – ein lebendiges Stück Geschichte. Behutsam erhalten und restauriert nehmen wir so einen Teil des Weltkulturerbes mit in die Zukunft.“⁸⁰² Im Hotel Restaurant Stüber liegen zudem z. B. Flyer vom Zweckverband aus und den Schirmständer zieren Aufkleber mit dem Logo des Oberen Mittelrheintals, das vom Sekretariat für das Welterbe in Rheinland-Pfalz erstellt wurde.

⁸⁰² Hotel Restaurant Weinhaus Weiler o. J.

Auch wenn in offiziellen Äußerungen immer wieder ein idealisierter inhaltlicher Bezug zum Welterbe hergestellt wird, muss hinterfragt werden, ob der „Welterbe-Gastgeber“ nicht eine Erfindung ist, die ausschließlich der Absatzförderung dienen soll. Die Zertifizierung dient als Marketinginstrument. Der Welterbetitel wird dabei instrumentalisiert und wegen des positiven Images genutzt. Jedoch sind mit dem Titel „Welterbe-Gastgeber“ bestimmte Zertifizierungs- und Qualitätskriterien verknüpft, die die Produkte und damit die Touristik und Region aufwerten sollen. Die Zertifizierung soll motivieren, dem übertragenen Image zu entsprechen. Für die Zielgruppe der Gäste dient das formalisierte Siegel – als transparente und allgemein verständliche Kennzeichnung – der Nutzerorientierung und Information. Durch die eindeutige Identifizierung trägt es zu einer kognitiven Entlastung bei und bietet Sicherheit und Garantie, dass die zertifizierten Produkte bestimmten Standards entsprechen. Der Name schafft entsprechend einer Marke Präferenzen bzw. weckt das Interesse an den Gastgebern. Kritisch daran kann wiederum gesehen werden, dass damit eine hochpreisige Richtung des Tourismus gefördert wird.

7.3.2.2 Mediale Inszenierung – Welterbe-Bote und Welterbeportal

Eine weitere Erfindung, welche die gemeinsame Vermarktung des Tals als Welterbe vorantreiben soll, ist der Welterbe-Bote. Die Idee ging im Oktober 2009 von dem Romantik Hotel Schloss Rheinfels und dem Flairhotel Landsknecht aus, die sich beide bei St. Goar befinden. Damals veröffentlichten diese beiden Welterbe-Gastgeber eine gemeinsame Hotelzeitung als „ein Zeichen für die Vielfalt der Region“.⁸⁰³ Seit Juni 2010 erscheint der sogenannte Welterbe-Bote als Gästemagazin und Online-Journal für „Bewohner, Urlauber und Fans des UNESCO-Welterbes Mittelrheintal“.⁸⁰⁴ Diese Publikationsform wird zusammen mit dem Zweckverband und den Verbänden Rhein-Touristik Tal der Loreley e. V. sowie Romantischer Rhein Tourismus GmbH umgesetzt.⁸⁰⁵ Neben der Online-Version und einem facebook-Auftritt erscheint halbjährlich eine Printversion, die auch als PDF-Dokument abgerufen werden kann.⁸⁰⁶ In der Printversion kann jeder Welterbe-Gastgeber eine eigene Beilage hinzufügen. Das Romantik Hotel Schloss Rheinfels und das Flairhotel Landsknecht publizieren darüber hinaus auch noch eine Monatsausgabe des Welterbe-Boten, die der regionalen Zeitung beigelegt wird. Farben und Design sind dem Corporate-Design des Zweckverbands angepasst, unter dessen Dach die Publikationen stehen.

⁸⁰³ Welterbebote 2009/2010: 1.

⁸⁰⁴ Zweckverband/ Welterbebote seit 2010.

⁸⁰⁵ Seit Januar 2015 gibt der Zweckverband und die Romantischer Rhein Tourismus GmbH die kostenlose Zeitung „R(h)eingeblättert. Zeitung des Welterbes Oberes Mittelrheintal“ heraus. Sie soll ebenso sowohl Menschen aus der Region als auch Gäste erreichen. Die Erforschung ihrer Resonanz wurde in dieser Arbeit nicht einbezogen. Vgl. R(h)eingeblättert 2015.

⁸⁰⁶ Vgl. Zweckverband/ Welterbebote o. J.; Issuu.com 2014.



Abb. 14: Welterbe-Bote in Print-Version. Quelle: Zweckverband/ Welterbebote o. A.



Abb. 15: Screenshot der Online Darstellung des Welterbe-Botens. Quelle: Zweckverband/ Welterbebote seit 2010.

Das Projekt stellt vor allem eine Plattform für die Welterbe-Gastgeber dar.⁸⁰⁷ Neben der Vorstellung dieser wird auf Termine und Veranstaltungen aufmerksam gemacht und über vergangene Ereignisse berichtet. Des Weiteren werden Wander-, Rad-, Jogging- und Skatterouten präsentiert, um auf die Nachfrage nach Aktiv-Urlaub zu reagieren. Die Neuigkeiten aus dem Tal werden als „Geschichten“ redaktionell verarbeitet und veröffentlicht.

⁸⁰⁷ Vgl. zur touristischen Funktion von Social Media: Freitag 2013: 137f.

Darüber hinaus möchte der Bote die Bewohner und Gäste nicht nur als Leser, sondern auch als Redakteure gewinnen. Der Kulturanthropologe Klaus Schönberger bezeichnet diese durch das Internet hinzugekommene Möglichkeit soziokultureller Kommunikation mit „Enabling-Potenzial“.⁸⁰⁸ Als selbst ernannter „Social Media Room“ bietet der Welterbe-Bote in seiner Online-Version über einen Mitmach-Button die Möglichkeit, Meinungen, Fotos, Videos und Erlebnisse aus dem Tal zu veröffentlichen und die Seite interaktiv mitzugestalten. Im Sinne eines „Innen-Marketings“ sollen mit der für jedermann zugänglichen Interaktionsplattform die regionalen Dienstleister sowie die Bevölkerung vor Ort einbezogen werden. Benutzer treten als aktive Kommunikatoren, Rezipienten und Perzipienten in den Vordergrund. Außerdem verfügt der Welterbe-Bote über ein Profil in dem sozialen Netzwerk Facebook und einen Account für den Kurznachrichtendienst Twitter. Beide Maßnahmen dienen als Empfehlungs-Netzwerk und der Live-Kommunikation. Zudem besitzt der Bote ein Profil bei dem Bilderdienst flickr und einen eigenen Videokanal auf der Plattform YouTube. Dort können Videos und Bilder der Gäste, Bewohner und Anbieter hochgeladen werden. Auf der Website Wandernmap.net verweist der Welterbe-Bote auf Wanderrouten.⁸⁰⁹ Hiermit wird auf die gegenwärtigen Interessen für das Wandern im Oberen Mittelrheintal reagiert und zudem auf die Nachfrage an Online-Bewertungsportalen eingegangen.

Die Aufzählung der Plattformen, auf denen das Welterbe präsentiert wird, verdeutlicht, die Veralltäglichsung von Online-Medien. Dies liegt nicht nur an der Möglichkeit zur freien und aktuellen Publikation von Inhalten, vielmehr bieten die Darstellungs- und Nutzungsoptionen wesentliche Vorteile. Zuerst sei der Vorzug der Visualität erwähnt. Bildergalerien, Slideshows oder Videos nehmen auf den relevanten Websites eine nicht unbedeutende Funktion ein, um den Inhalt darzustellen. Ferner spielt die Option zur Interaktivität eine Rolle. Auf allen genannten Online-Angeboten ist eine unmittelbare Kommunikation und Kommentarfunktion möglich. Durch das „Teilen“ von Inhalten und die Möglichkeit zur Mitwirkung und zum Austausch soll ein Gefühl der Zugehörigkeit und Vernetzung verstärkt werden.⁸¹⁰ Diese Möglichkeit der Interaktion steht somit im Unterschied zu klassischen Sende-Medien wie Prospekten oder Zeitungen.⁸¹¹

Ferner existieren diverse – nicht interaktive – Internetauftritte, die die Stellung des Oberen Mittelrheintals als Welterbe hervorheben. Bis zum Jahr 2011 wiesen die Internetauftritte der einzelnen Ortschaften und touristischen Anbieter eine unübersichtliche Vermarktungsstruktur auf.

⁸⁰⁸ Vgl. Schönberger 2007: 203.

⁸⁰⁹ Zweckverband/ Facebook Welterbe Bote Mittelrhein seit 2009; Zweckverband/ Twitter Welterbebote seit 2009; Flickr/ Niemeyer seit 2010; Youtube/ Schwarz seit 2012; Wandernmap.net/ Welterbebote o. J.

⁸¹⁰ Vgl. in Anlehnung Weiß 2009: 234.

⁸¹¹ Vgl. dazu: Flusser 1997: 147.

Nahezu jede Ortschaft hatte eine Verwaltungs- sowie Tourismuseite, die meist einen Bezug zum UNESCO-Welterbe herstellte.⁸¹² Nur z. T. wurden auf den Webauftritten jedoch übergreifende Symbole und Hinweise auf gemeinsam vermarktbar Besonderheiten verwendet und die Region als Ganzes hervorgehoben. Als übergreifende Seiten für die gesamte Region konnte neben denen der Tourismusgemeinschaften (Rhein-Touristik Tal der Loreley e. V. und Romantischer Rhein Tourismus GmbH) vor 2011 nur die Internetpräsenz des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz angesehen werden.



Abb. 16: Screenshot der Homepage des Oberen Mittelrheintals seitens des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz. Quelle: Sekretariat für das Welterbe in RLP seit 2005.

Einzelne Projekte, die in Zusammenhang mit der touristischen Aufbereitung des Tals und insbesondere dem Zweckverband standen, hatten bis zu diesem Zeitpunkt ebenfalls individuelle Webauftritte. Franziskus Weinert führt dies exemplarisch aus:

„Wir haben da eine Seite für die Welterbe-Gastgeber, für den Mittelrheinwein, [das] Tal der Loreley, [das] Loreley Besucherzentrum, [den] romantischen Rhein. Alles ist aufgegliedert und das könnte man doch alles schön auf einer Seite bündeln, den Welterbe-Atlas gibt es, die Mittelrhein Momente gibt's, den Welterbe-Boten gibt es, Welterbe-geschichten gibt es, das machen die alles, aber auf tausend einzelnen Seiten, da blickt doch kein Mensch mehr durch.“
 [00:07:01–00:07:25]

⁸¹² Auf der Homepage des Rhein-Nahe Tourist e. V. Bacharach nimmt das Welterbe im Gegensatz zu den Seiten der Gemeinden der Verbandsgemeinde Rhein-Nahe und der Verbandsgemeinde St. Goar-Oberwesel nur eine verweisende Rolle ein. Der „Romantische Rhein“ wirbt mit den zwei UNESCO-Welterbestätten, worunter zum einen das UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal und zum anderen das UNESCO-Welterbe Limes gehört. Verweise und Verlinkungen bieten weitreichende Informationen zu diesen. Der Rhein-Touristik Tal der Loreley e. V. wirbt auf seiner Homepage direkt mit dem Welterbe Oberes Mittelrheintal.

Im Jahr 2011 wurde dieses Problem der Unüberschaubarkeit angegangen und vom Zweckverband ein einheitliches Portal geschaffen.



Abb. 17: Screenshot des Welterbeportals des Zweckverbands. Quelle: Zweckverband seit 2011.

Ziel des Zweckverbands war es, eine übergreifende Homepage für das gesamte Obere Mittelrheintal zu erstellen, um Besuchern einen Gesamteindruck zu vermitteln. Auf der Webpräsenz werden nicht nur eigene Initiativen dargestellt wie die Welterbe-Gastgeber und der Welterbe-Bote, sondern auch verschiedene weiterführende Links zu Partnerseiten wie Tourismusgemeinschaften (Romantischer Rhein und Tal der Loreley) als auch Hinweise zu Veranstaltungen wie den Mittelrhein Momenten. Zudem sind Verlinkungen zu den Internetpräsenzen der beiden großen Wanderwege (Rheinsteig und Rheinburgenweg) eingebunden. Alle verlinkten Webangebote werden gleichberechtigt nebeneinander präsentiert. Auch die Seiten der deutschen UNESCO-Kommission, des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz und die Seite des Zweckverbands selbst sind verlinkt. Darüber hinaus hat jeder Ort eine nicht immer aktualisierten Unterseite, die entweder vollkommen dem Design des Welterbeportals angepasst ist oder einen Link zur offiziellen Website der Stadt enthält. Die Unterseiten geben Auskünfte über die jeweiligen Sehenswürdigkeiten und Übernachtungsmöglichkeiten, ersetzen jedoch nicht bereits bestehende unabhängige Websites von Orten und Touristeninformationen. Die Seite wirkt kundenorientiert, integriert verschiedene Initiativen und dient als touristisches Kommunikationsinstrument bzw. als Informations-, Dienstleistungs- und Vermittlungsportal. Da sie die Möglichkeit bietet, Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten, Informationen etc. gebündelt und aktualisiert

mit weitreichenden Zugriffsmöglichkeiten zu kommunizieren, ist die Website ein zentrales Kommunikationselement für die gesamte Region.

Die Darstellung dieser neuen Kommunikationsoptionen und -praktiken im Online-Bereich verdeutlicht eine weitere Möglichkeit, mit der die Ziele des Managementplanes verfolgt werden. Mit den hypertextuellen Verlinkungen veranschaulicht die Website die erwünschte soziale Verknüpfung. Den unterschiedlichen Webauftritten, die die Disparität der Region demonstrieren, soll sie entgegensteuern. Somit dient die Webpräsenz dem Ziel Regionalität herzustellen und sichtbar zu machen.⁸¹³ Es findet quasi eine Regionalisierung im Internet statt. Inwiefern diese eine symbolisierende Intention auf virtueller Ebene bleibt oder tatsächlich zur Kooperation beiträgt, ist fraglich. Der gemeinsame Auftritt unterstützt oder verstärkt es jedoch, unter dem Welt-erbetitel alle Mitglieder zu vereinen, und vermittelt Besuchern einen Gesamteindruck von der Vielfalt der Region. Er ermöglicht somit zum einen eine multimediale und interaktive Vernetzung der verschiedenen Stakeholder und Ortsgemeinden. Zum anderen hat die adäquat aufbereitete Außendarstellung im Corporate Design Anteil an der Verbesserung des Images der Region. Die Visualisierungen, die dabei genutzt werden, entsprechen charakteristischen Merkmalen des Tals. So tragen sie wesentlich dazu bei, eine emotionale Aufladung bei dem Nutzer der Seite zu erreichen. Zudem fokussieren sie den Blick auf vermeintlich authentische Bestandteile des Welterbes. Auf der Homepage wird die Kulturlandschaft dabei dynamisch und zukunftsorientiert dargestellt und eine Zusammengehörigkeit sichtbar. Ein professionell erstelltes Werbevideo, welches das Leitbild und die Region präsentiert, unterstützt dies.⁸¹⁴ Die Nutzung der virtuellen Realität sowie der onlinebasierten Kommunikation bietet dementsprechend Potenzial für eine neue einheitliche Vermarktung der Region.⁸¹⁵ Die Websites gelten als Medium der externen und internen Regionskommunikation. Blogs, Onlineportale usw., auf denen Experten und Laien über das Tals kommunizieren, zählen des Weiteren dazu (zu Websites und Weblogs der Bewohner des Tals vgl. Kap. 8.3.2.3).⁸¹⁶ Somit bieten die Online-Medien soziales, kulturelles und symbolisches Kapital, indem sie die Bevölkerung ansprechen bzw. einbeziehen, die Kulturlandschaft hervorheben und zudem vereinen. Da diese sozial, räumlich und zeitlich entgrenzte Verbreitung eben nicht zuletzt der Vermarktung zu Gute kommt, bedingt die Online-Kommunikation auch ökonomisches Kapital.

⁸¹³ Zur Authentizität im Internet vgl. Näser 2008.

⁸¹⁴ Zweckverband seit 2005.

⁸¹⁵ Zur kulturwissenschaftlichen Forschung zu neuen Medien sowie des Nutzerverhaltens vgl. Schönberger 2006; Köck 2009.

⁸¹⁶ Vgl. Schönberger 2007: 204. Ein Projekt, das nicht mehr in die Analyse einbezogen wurde, jedoch für weitere Forschungen Erwähnung finden soll, ist das von der Generaldirektion Kulturelles Erbe, der Rhein-Zeitung und der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V. initiierte Vorhaben „Burgenblogger“. Erstmalig wohnte von Mai bis Oktober 2015 eine Burgenbloggerin auf der Burg Sooneck deren Aufgabe es war, aus dem Tal heraus und dennoch mit dem Blick von außen über die Region und die Bevölkerung dort zu berichten.

Neben der online-vermittelten Kommunikation, Interaktion und Wissensproduktion wurden weitere touristische Broschüren und Angebote auf das Design und nach Vorgaben des Zweckverbands abgestimmt und die Marke dadurch verbreitet. Dazu gehören klassische Marketinginstrumente in Form von Printmedien wie Imagebroschüren, Flyer und vereinheitlichte Städtepläne. Mittels einheitlicher Schrift, Logos und Symbolen wird die Corporate Identity verfolgt. Christian Kuhn weist auf die Abstimmung hin:

„Wir haben uns zunehmend eingepasst in das, was entwickelt wurde. Also es wäre insofern falsch zu sagen, dass wir was Neues entwickelt haben. Wir haben natürlich unsere jeweiligen Prospekte und Werbematerialien abgestimmt an unsere lokalen Bedürfnisse und Corporate Identities. Wir haben uns also nicht ins Geratewohl hin entwickelt, das gilt für das gesamte Mittelrheintal.“ [00:05:08–00:05:29]

Ein weiteres Printmedium, das durch den Zweckverband sowie von der Gemeinschaft „Rhein-Touristik Tal der Loreley e. V.“ herausgegeben wird und den Tourismus fördern soll, ist der Welterbe-Atlas. In ihm werden bestimmte Orte und Wege des Welterbes als kulturtouristisch interessant hervorgehoben. Informationen zu Freizeitmöglichkeiten und Hintergründe zu den Sehenswürdigkeiten, der Geschichte, der Landschaft, den Ortschaften sowie zu Kulinarischem werden darin publik gemacht. Der Atlas verfügt auch über eine eigene Internetpräsenz.⁸¹⁷

7.3.2.3 Welterbe erleben – Welterbe-Gästeführer, Ausstellungen und Aktivtourismus

Im Oberen Mittelrheintal hilft die Inszenierung des erlebnis- und wissensbasierten Kulturtourismus zum einen dabei, das Welterbe, dessen Bedeutung und Charakteristika zugänglich und fassbar darzustellen. Zum anderen dient der Kulturtourismus als Ressource für die ökonomische Entwicklung und Erhaltung der Kulturlandschaft, da die Tourismusindustrie wichtigster Wirtschaftszweig ist. Um dies zu erreichen, wird Kultur für Besucher aufbereitet. Der Welterbetitel und seine Symbolkraft werden in diesem Zusammenhang neben den gegebenen soziokulturellen historischen Faktoren der Kulturlandschaft als neue Ressource genutzt. Das bestehende Angebot wird mit neuen Interpretationen ergänzt, um Interesse zu wecken bzw. aufrechtzuerhalten. So wurde eine mit dem Titel zusammenhängende Angebotsstruktur geschaffen und die Präsentation und Infrastruktur dahingehend ausgebaut.

Welterbe-Gästeführungen

Nicht nur in den Bemühungen der Welterbe-Gastgeber wird das Welterbe interaktiv gestaltet. Eine weitere Initiative, die im Kontext des Titels die Region vermarktet, sind die Welterbe-

⁸¹⁷ Zweckverband/ Welterbe-Atlas seit 2010.

Gästeführungen, die „dem Erbe auf der Spur – unterwegs am Mittelrhein“ sind.⁸¹⁸ 2009 schlossen sich Gästeführer sowie Natur- und Landschaftsführer zusammen, die gemäß den Richtlinien der Industrie- und Handelskammer bzw. des Bundesverbands der Gästeführer in Deutschland e. V. sowie des Bundesweiten Arbeitskreises der staatlich getragenen Bildungsstätten im Natur- und Umweltschutz zertifiziert wurden.⁸¹⁹ Der Welterbetitel spielt für sie eine zentrale Rolle in der Rhetorik der Angebotsgestaltung sowie deren Ausrichtung.⁸²⁰

Ökonomische, ökologische, soziokulturelle und technologische Einflüsse sowie gesellschaftlich-politische Regulation verändern sowohl die kulturellen Gegebenheiten als auch die Rahmenbedingungen und Auswirkungen auf der touristischen Angebots- und Nachfrageseite. Die sogenannte Multioptionsgesellschaft stellt traditionelle Tourismusregionen vor neue Herausforderungen. So arbeiten die Gästeführer mit ihren Angeboten bewusst Neuerungen für das Tal aus, um den Blick darauf zu erweitern und „interessierten Besuchern die Vielfalt des Mittelrheins zu zeigen“.⁸²¹ Auf die zunehmende Nachfrage nach Erlebnis und Info- bzw. Edutainment wird dabei reagiert.

Mit unterschiedlichen auf die Natur, die Geschichte oder Kulturgeschichte ausgerichteten Führungen möchten die Gästeführer den Inhalt des Welterbes präsentieren und die Auszeichnung vertreten. Die Führungen dienen als erweiterte oder aktualisierte Objektivationen, um die Alleinstellungsmerkmale zu kommunizieren. Der von der UNESCO verliehene Titel lässt zudem neue Deutungs- und Nutzungsmöglichkeiten der Kulturlandschaft zu, die in den Konzepten der Welterbe-Führungen umgesetzt werden. Wie bereits erwähnt, kommt den unter Denkmalschutz stehenden Objekten laut der Welterbekonvention die primäre Funktion zu, an etwas zu erinnern.⁸²² Da sie dies aus sich selbst heraus nur bedingt können, müssen sie durch Informationen, Erklärungen und Erzählungen ergänzt werden. In Form von Themenangeboten wie den Führungen wird das Welterbe arrangiert und das materielle mit dem immateriellen Erbe ergänzt. Welterbestätten werden eben nicht allein aufgrund ihres sachlichen und funktionalen Nutzens, sondern gerade wegen ihres immateriellen Werts besucht. Jede Welterbestätte ist ein Ort mit einer besonderen, meist historisch begründeten Aura. Sie ist eine entscheidende immaterielle Komponente der Bedeutung dieses Ortes. Im Oberen Mittelrheintal gehören dazu auch die Sagen und Gedichte, die als „historische Narrative“ nicht nur Einfluss auf identifikative Auseinandersetzungen haben, sondern ebenfalls als szenischer Rahmen des Welterbes dienen.

⁸¹⁸ Zweckverband / Welterbe Gästeführer seit 2008.

⁸¹⁹ Die Gästeführer arbeiten zudem mit der „Romantischer Rhein Tourismus GmbH“ zusammen und sind seit 2011 Mitglied bei „Rhein-Touristik Tal der Loreley e. V.“.

⁸²⁰ Indem lokale Akteure die Führungen anbieten, soll nach dem Bottom-up-Prinzip die Identität der Bevölkerung gestärkt werden.

⁸²¹ Zweckverband/ Welterbe Gästeführer seit 2008.

⁸²² UNESCO 1972a.

Das Welterbe Oberes Mittelrheintal mit seiner kulturellen Reputation wird dabei populärkulturell aufgearbeitet. Die Gestaltung oder das In-Szene-Setzen sind Formen der Kommunikation mit der Kulturlandschaft. Die thematisierten Gegebenheiten und Fakten werden während der Führungen interpretativ aufgeladen und vermittelt. Zudem werden sie mit sinnlichen und ästhetischen Erfahrungen belegt, was die Führungen subjektiv zugänglich und erinnerbar macht.⁸²³ Mit der (re-)präsentierten Kultur soll dem Touristen etwas vermittelt werden, das er mitnehmen kann. Dafür genügt es nicht, nur den Blick auf die Kulturgegenstände zu lenken, vielmehr möchte der Tourist sich deren Sinn oder Bedeutungen durch anschauliche, lebendige und emotional berührende Präsentationen und performatives Handeln erschließen.

Unbestritten kommt der Inszenierung und Aufbereitung des kulturellen Erbes gerade im Bereich des Kulturtourismus eine immer größere Bedeutung zu. Besonders im Rahmen des immateriellen Erbes wird bei solchen teilweise inszenierten Präsentationen über den Verlust der Verbindlichkeit von Authentizität diskutiert. So werden die Intentionen und Aktualisierungen der Verwertungs- und Bedeutungsvielfalt von Kulturerbe während der wirtschaftlichen Inwertsetzungsprozesse kritisiert. Die Ausgewogenheit zwischen Inszeniertem, Konstruiertem, Organisiertem und demgegenüber Authentischem, ursprünglich Belassenem sowie konservatorisch Erhaltenem stellt demnach eine Herausforderung für die erfolgreiche Aufbereitung von touristischen Angeboten dar. Die Authentizitätsunterstellungen gleichen dabei einer spielerisch wählbaren Fiktion.⁸²⁴ Auch die Führungen produzieren Authentizitätsvorstellungen bzw. wird Authentizität vom Teilnehmer interaktiv und nach persönlicher Wahrnehmung ausgehandelt.⁸²⁵ Der Tourismus ist daher Teil eines Kulturprozesses und eine neue Konstruktion von Wirklichkeit. Die in den Führungen vermittelten selektierten Informationen ermöglichen zwar Sekundärerfahrungen, doch auch diese Erfahrungen bewirken eine Einordnung des Wahrgenommenen als „Kulturwirklichkeit“ und produzieren eigene Werte. Dies bezieht sich nicht unbedingt auf eine authentische Vergangenheit, trifft aber Aussagen über die Kultur, die gegenwärtig von Interesse ist bzw. als kulturtouristisch bedeutsam hervorgehoben wird.⁸²⁶

⁸²³ Zur Verlagerung von symbolischem Erfahrungskonsum zu Erlebniskonsum vgl. Gyr 1997: 264.

⁸²⁴ Vgl. auch Saretzki 2008: 67; Günter 1997: 453.

⁸²⁵ Vgl. Cohen 1988.

⁸²⁶ Vgl. Wöhler 2011: 133.



Abb. 18: Gästeführer bekleidet mit T-Shirts im Corporate Design. Foto: Sandra Linz.

Die in den Führungen thematisierten und ausgeschmückten regionalen Besonderheiten sollen helfen, eine neue Sinnggebung der Region abzusichern. Zudem reagieren die Gästeführer auf die Disparität und fördern die Kooperation im Tal, da sie, aus den unterschiedlichsten Ortschaften kommend, zusammenarbeiten und das Programm gemeinsam vermarkten. Symbolisch wird diese Intention durch die Gestaltung des Programmheftes oder auch das Tragen gleicher T-Shirts im Corporate Design des Zweckverbands nach außen getragen. Dies zeigt erneut, wie die Region mit der Welterbeauszeichnung zunehmend konstruiert und „kulturell gelabelt“ wird. Das Tal wird dadurch das Produkt eines Zusammenspiels von diskursiven und materiellen Prozessen. Die einzelnen Welterbeatraktionen werden einheitlich in Wert gesetzt und inszeniert, vergleichbar mit der Inszenierung einer Markenwelt.⁸²⁷ Mit Markenwelt werden örtlich gebundene Zentren, Themenparks oder Ausstellungen bezeichnet, die unter einem Markennamen ihre Produkte direkt und meist interaktiv erlebbar machen. Dabei werden Kunstwelten inszeniert, die die Eigenschaften der Marke verdeutlichen. Der formale Zwang, den das Corporate Design des Zweckverbands zu haben scheint, verfolgt ebenso die Intention, ein einheitliches Markenbild, die gemeinsame Entwicklung und die wirtschaftliche Einheit zu verdeutlichen. Unter dem Welterbetitel wird die Region neu positioniert und präsentiert. Der Inhalt und die Wirklichkeit der Kulturlandschaft gehen mit der Vermarktung und Inszenierung des Welterbetitels eine Symbiose ein.

Info- und Edutainment

Um ein neues Publikum zu gewinnen sowie das Ansehen der Region und deren ökonomische Existenz zu verbessern, wird der Welterbestatus nicht nur in den Welterbe-Gästeführungen mit

⁸²⁷ Vgl. Steinecke 2010: 93.

Erlebnisorientierung verknüpft. Die Neugestaltung der Region im Kontext der Welterbewer-
dung lässt weitere kulturelle Ausdrucksformen in Freizeit-, Bildungs- und Unterhaltungsange-
boten entstehen, bei denen das Welterbe aufgegriffen und einem Publikum präsentiert wird.
Das Welterbe ist demnach nicht allein die Attraktion, sondern stellt den Rahmen oder Bezugspunkt für neue Angebote dar.

Im Oberen Mittelrheintal wird damit eine Erlebniswelt geschaffen. Nach der Kommission Tou-
rismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde stellen Erlebniswelten touristisch
produzierte, auf Spiel-, Genuss- und Gefühlsorientierung fokussierte Orte dar.⁸²⁸ Im Kontext
der Gestaltung von Welterbestätten heißt das, dass Besucher Sehenswürdigkeiten nicht allein
sehen, sondern „intellektuell erfahren“, aktiv teilnehmen und emotional angesprochen werden
wollen. So meint Nahrstedt, dass Sehenswürdigkeiten, Geschichte und Kultur eine „neue Di-
daktik touristischer Vermittlung“ benötigen.⁸²⁹ Welterbestätten müssen dabei einen Weg zwi-
schen der Befriedigung des Unterhaltungsbedürfnisses und der Bildungsvermittlung finden.
Die räumliche Multifunktionalität von UNESCO-Welterbestätten wird in der von dem interdis-
ziplinär arbeitenden Pädagogen Alexander Siegmund und dem Betriebswirtschaftler Peter Dip-
pon entwickelten Abbildung deutlich:

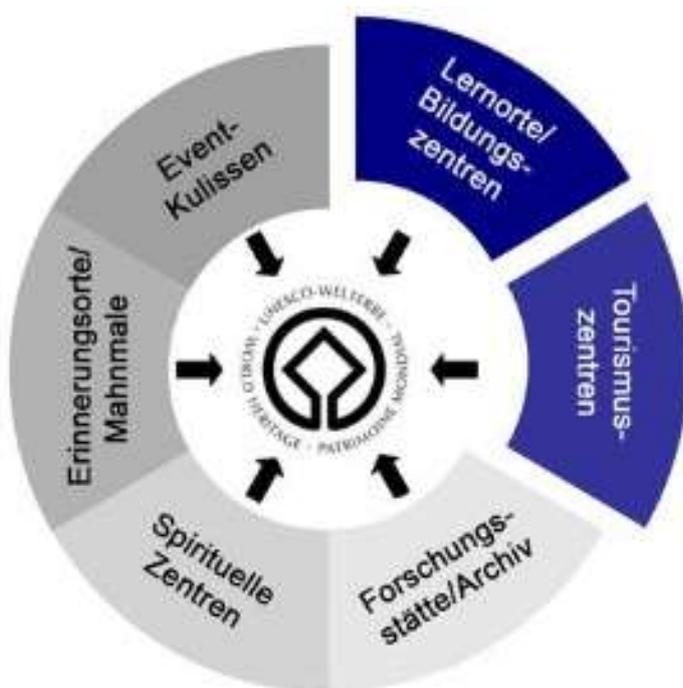


Abb. 19: Räumliche Multifunktionalität von UNESCO-Welterbestätten. Quelle: Siegmund u. Dippon 2011.

⁸²⁸ Gyr 2010b: 20; vgl. auch Wöhler 2005.

⁸²⁹ Nahrstedt 2000: 10–15.

Das Aufgabenspektrum reicht dabei von der Erinnerungs- und Mahnmalfunktion über die Eventkulisse bis hin zur Bildungsaufgabe. Mit der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung 2004–2015“ wurde das Ziel, durch Bildung den völkerrechtlichen Ansatz der UNESCO und den Wert des Welterbes bewusst zu machen, unterstützt. Im Oberen Mittelrheintal werden mit der steigenden kulturtouristischen Nachfrage mehr und mehr bildungs- und kulturdidaktische Angebote geschaffen, um den „Lernort Welterbe“ begreifbar und erlebbar zu machen. Neue Besichtigungs- und Informationsmöglichkeiten, Publikationen, Internetauftritte, erlebnisorientierte Gästeführungen, Installationen in Form der Welterbe-Stelen oder interaktive Ausstellungen in den Museen sollen dem bildungsorientierten Kulturtourismus dienen und das Tal didaktisch aufwerten. Für diese kulturelle Vermittlungsarbeit wurde die regionale Kulturarbeit zunehmend professionalisiert und Amateure (weiter-)qualifiziert.

Bei allen Museen im Oberen Mittelrheintal handelt es sich um lokale und regionale Einrichtungen. Sie sind nicht Hauptattraktion des Tals, sondern vielmehr Zusatzattraktion, mit meist kultur- und heimatgeschichtlichen Themen für ein breites Publikum. Auch für den Tourismus spielen die Museen eine Rolle. Zugleich hilft der Tourismus bei der Steigerung des Besucheraufkommens, der Erwirtschaftung von Eigeneinnahmen und der Vertriebsarbeit. Mehrere Museen im Tal erlebten eine Inwertsetzung durch den Welterbetitel. Zugleich bieten ausgewählte Museen einen Zugang und Aufschluss darüber, wie in der Region das Thema Welterbe vermittelt wird. Beispielhaft sind das Stellwerk Mensch|Natur|Technik in Bingen, das Loreley-Besucherzentrum in St. Goarshausen und das Kulturhaus Oberwesel zu nennen. Um als attraktive informelle Lernorte fungieren zu können, spielen interaktive Informationsmöglichkeiten, welche eine Intensivierung und Dynamisierung der Nutzung von kulturellen Institutionen erlauben, ebenso wie der vernetzte Einsatz unterschiedlicher Medien eine zunehmende Rolle.⁸³⁰ Als besonderer Zugang zum Welterbe bieten alle drei genannten Museen interaktive Landschaftsmodelle zur Darstellung des Tals.⁸³¹ Ziel dieser Modelle ist es, das Besondere des Oberen Mittelrheintals für die Museumsbesucher direkt erfahrbar zu machen. Der Website der Produktionsfirma „echtzeitMEDIA“ ist ein Kommentar der Geschäftsführerin der Rhein-Touristik, Claudia Schwarz, über die interaktiven Landschaftsmodelle zu entnehmen:

„Vor dem Hintergrund der bewegten Geschichte des mittlerweile von der UNESCO geadelten Welterbetals erschließt sich dem Betrachter die Entwicklung und Bedeutung der einzigartigen Kulturlandschaft. Das war unsere Absicht – diese Lücke im regionalen Informationsangebot zu schließen. Dass das mit moderner Museumstechnik geschehen muss, war selbstverständlich für

⁸³⁰ Schäfer 1996; von Wesebe 1996.

⁸³¹ Die Medientische wurden beauftragt vom Stellwerk Mensch|Natur|Technik der Stadt Bingen als ein Projekt der Lokalen Aktionsgruppe Welterbe Oberes Mittelrheintal im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative Leader 2007 bis 2013. Weitere Mittel stellte die Europäische Union und das Land Rheinland-Pfalz bereit.

*uns. Die Umsetzung mit attraktivem Landschaftsmodell und Beamerpräsentation ist wirklich gelungen.*⁸³²

In dem Zitat wird deutlich, dass das Verständnis für die Besonderheit des Welterbes erst hergestellt werden soll. Die Museen dienen also zur Kulturverwaltung und -vermittlung. Als „Cultural Site“ können sie als räumlich fixierte Knotenpunkte angesehen werden, die Aneignungsprozesse des Welterbetitels verorten. Die Einführung der interaktiven Technik soll erreichen, dass die Welterberegion neu präsentiert wird.

Das *Loreley-Besucherzentrum* ist dabei als Ort des Infotainments zu nennen, der im engsten Verhältnis zum Welterbe steht. Das darin untergebrachte Museum reagiert auf das Bedürfnis nach einem Überblick über das Welterbe. Es enthält klassische, aber zeitgemäß aufgearbeitete Informationen zu den Themen Romantik, Schifffahrt, Geologie – eben den Aspekten, die das Welterbe beleben und Kontexte zwischen der Kulturlandschaft und der Welterbebenennung herstellen. Die klassischen öffentlichen Aufgaben der Kulturarbeit (Sammeln, Bewahren, Forschen, Bilden) zählen nicht zu seinem Tätigkeitsbereich. Als eine kommerzielle Erlebniseinrichtung ist es ausschließlich auf die Infotainment-Bedürfnisse der Besucher ausgerichtet. Es ist unterhaltsam gestaltet, interaktiv, audiovisuell und zugleich informativ aufgebaut und spricht so nicht nur den „Specific Cultural Tourist“ an, sondern den „General Cultural Tourist“, also Besucher mit Interesse an Kultur und Wissen, aber auch darüber hinausgehenden Besuchsmotiven.

Das Zentrum ist nicht nur Museum, sondern auch Ort der Auseinandersetzung. In ihm untergebracht sind das Büro der Tourismusorganisation „Romantischer Rhein“, ein Café und ein Besprechungsraum, in dem u. a. Ergebnisse von Ausschreibungen des Zweckverbands gezeigt werden. Es bietet Raum für den Dialog zwischen Besuchern, Bewohnern, Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Wissenschaft. Damit kommt das Besucherzentrum dem Artikel 5a der Welterbekonvention nach, in dem vorgesehen ist: „to adopt a general policy which aims to give the cultural and natural heritage a function in the life of the community“.⁸³³ Im Zuge der Erweiterung des Welterbeverständnisses wurden in der Konvention neben Maßnahmen zur Erforschung des Erbes auch solche zur Sicherung, Unterschutzstellung, aktiven Pflege und Förderung des Bewusstseins über dessen Wert gefordert, z. B. in Form von Werbung oder formeller und informeller Bildung. Über das Ausmaß der Funktion, die eine Erbstätte im Leben der lokalen Gemeinschaft einnehmen soll, und über die Eigenschaften der Präsentation des geschützten Kulturgutes macht die Konvention jedoch keine Angaben: Beides obliegt dem Ermessen der

⁸³² echtzeitMEDIA GmbH 2010.

⁸³³ UNESCO-Welterbekonvention, II. Art. 5a

dafür zuständigen nationalen oder lokalen Behörden. Ob das Besucherzentrum es dabei schafft, seine Gäste wirklich an den Prozessen des Welterbes zu beteiligen und für die nachhaltige Entwicklung des Ortes zu begeistern, bleibt fraglich. Mit Ausnahme dort veranstalteter Diskussionsrunden dient diese museale Inszenierung eher der Information und Unterhaltung denn als Instrument, um Besucher zu beteiligen.

Das *Kulturhaus in Oberwesel* sieht sich nicht nur als ein Baustein des Welterbes, sondern hat auch eine Dauerausstellung zum Thema. Es versteht sich als Bewahrer des kulturellen Erbes und produziert und funktionalisiert gleichermaßen kulturelles Erbe sowie dessen Bedeutung. Um Interesse zu wecken, hat es sich in den Bereichen Technologie (Interaktion, neue Medien), Organisation (hauptamtliche Organisation, Veranstaltungen), Marketing und Aussage (Alleinstellungsmerkmal, z. B. Schifffahrt) sowie Präsentation (Edutainment) neu formiert. Diese Maßnahmen (Interaktivität, Multimedia-Nutzung, Kooperationen, verbesserte Bildungsarbeit, Kombi-Angebote mit anderen Institutionen und kulturtouristische Angebote) entsprechen dabei aktuellen Tendenzen der Weiterentwicklung in Kulturbetrieben.⁸³⁴ Dorit Pohl, die das Museum in Oberwesel leitet, betont im Gespräch, mit dem Museum das ganze Tal ansprechen zu wollen:

„Ich stelle fest, dass die Grenzen, die es hier vor Jahrhunderten gegeben hat, in den Köpfen von vielen Menschen leider immer noch existieren. Das zeigt sich in Kleinigkeiten. Bacharach ist nur einige Kilometer entfernt, aber man weiß eigentlich nichts voneinander, dadurch entsteht eine Diskrepanz. St. Goar ist eine andere Welt. Das kann sich nicht innerhalb von wenigen Jahren ändern, das ist eine innere Einstellung. Das zu überwinden finde ich sehr wichtig, auch aus wirtschaftlicher Sicht. Darum arbeiten wir hier auch mit regionalen Veranstaltungen zusammen, bringen uns ein, um das Tal nach vorne zu bringen.“ [00:04:52–00:05:30]

Ein weiteres Beispiel für ein lokales Museum, das im Zuge der Welterbeauszeichnung aufgewertet wurde, ist das Blüchermuseum in Kaub. Finanziert aus dem Investitionsprogramm für die deutschen Welterbestätten wurde es zwischen 2010 und 2013 als eines der vom Konjunkturpaket II unterstützten Projekte im Oberen Mittelrheintal saniert.

Die dargestellten kulturellen Entwicklungsstrategien sollen nicht nur der Öffentlichkeitsarbeit im Sinne der UNESCO nachkommen, sondern auch der Entwicklung im Tal weiterhelfen.⁸³⁵

Mit der in den Museen geleisteten Arbeit erhofft man sich zum einen einen Imagegewinn in der Außendarstellung. Zum anderen sollen sie auch ein abwechslungsreiches Bildungs- und Freizeitangebot für einheimische Besucher bieten, um auf die gegenwärtigen Ansprüche sowie den wachsenden Wettbewerb im Kultur- und Freizeitmarkt zu reagieren. Die Gästeführungen und Ausstellungen schaffen Räume, in denen den Besuchern (Be-)deutungen des Welterbes anhand von Texten und Bildern, modernen Informations- und Kommunikationstechnologien und

⁸³⁴ Vgl. Schäfer 1997.

⁸³⁵ Vgl. Miles u. Paddison 2005.

inszenierten Erlebnissen nahe gebracht werden. In diesen touristischen bzw. touristifizierten Raumsettings findet demzufolge eine vermittelte Wahrnehmung statt. Die Kulturlandschaft wird kulturell stilisiert und bedeutungsvoll gemacht.

Aktivität

Auch die Möglichkeiten für ein aktives Erlebnis im Rahmen eines Besuches werden seit der Welterbewertung in neuem Kontext hervorgehoben. Die im Managementplan aufgenommene Aufgabe, das Rad- und Wanderwegesystem besser zu erschließen, wurde von verschiedenen Initiatoren in Angriff genommen. Eine Innovation, die unabhängig vom Welterbetitel ins Leben gerufen wurde, deren Realisierung im Hinblick auf den neuen Status aber verstärkt wurde, ist der Ausbau des Rheinsteigs und des Rheinburgen-Wegs. Der Rheinsteig verläuft auf der rechten Rheinseite von Mainz durch das Mittelrheintal bis Bonn. Der Rheinburgen-Weg verbindet linksrheinisch insgesamt 28 Burgen im Mittelrheintal von Bingen bis Koblenz und weiter bis Andernach. Beide Wanderwege sollen die am Wandern interessierten Touristen ansprechen und neue, auch jüngere Zielgruppen erschließen. Das Marketing und Management wurden von der Tourismusorganisation Romantischer Rhein und speziellen Wander-Veranstaltern übernommen, zeitweise war auch der Zweckverband dafür vorgesehen.⁸³⁶

In den Interviews und Gesprächen wird deutlich, welche positiven Effekte von den Wanderwegen für das Tal ausgehen. Werner Gross, Bürgermeister von Braubach, betont, dass der Rheinsteig eine größere Attraktion als der Welterbetitel darstelle:

„Dass die Übernachtungszahl von den Touristen hier mehr geworden ist, das kam erst, als sie den Rheinsteig hatten. Der Rheinsteig, der hat touristischen Aufschwung gebracht, ist aber jetzt unabhängig von dem Welterbetitel; er geht nur halt hier durch bei uns. Allgemein sind es eher die Begleitumstände um den Titel, die aus meiner Sicht hoffentlich dazu beitragen, dem Tourismus ein bisschen Aufschwung zu geben in eine Richtung, die wir auch wollen. Wir wollen ja nicht den Kegelbahntourismus, das ist ja vorbei. Und da haben wir mit dem Rheinsteig genau die richtige Richtung gefunden.“ [00:11:23–00:13:29]

Ute Hemkes-Precoma, die steigende Besucherzahlen nicht allein auf den Welterbetitel zurückführt, ist der Auffassung, dass der Erfolg von Rheinsteig und Welterbe zusammenhängen:

„Ich weiß jetzt nicht, ob das mit dem Welterbe zusammenhängt oder allgemein mit der Entwicklung des Tourismus, es sind sehr, sehr viele Radfahrer und sehr viele Wanderer mittlerweile, die natürlich ganz besonders auch diesen Titel Welterbe erwandern, dann haben wir ja den neuen Rheinsteig auf der einen Seite und den Rheinburgenwanderweg auf dieser Seite, die als zertifizierte Wanderwege Premiumwanderwege sind. [...] Also: Wandern ist ‚in‘! Und das Radfahren genauso und da bietet sich so ’n Tal natürlich an.“ [00:13:10–00:14:02]

⁸³⁶ Vgl. Lux u. Lorig 2009: 3.

Dass umgekehrt der Rheinsteig mit der Benennung als Welterbe stärker frequentiert wird, meint Gerd Weiß, Präsident des Landesamtes für Denkmalpflege Hessen:

„Der Rheinsteig ist ja im Grunde auch erst ausgebaut worden, nachdem dieser Welterbetitel vergeben wurde. Es gab diese Wanderwege vorher auch schon zum großen Teil, aber sie sind nie als ein großer zusammenhängender Wanderweg begriffen worden, den man auch entsprechend auch in der Öffentlichkeit darstellen kann. Und die große Aufmerksamkeit, auch das Ansteigen der wandernden Besucher, ist erst entstanden, nachdem es Welterbe wurde.“ [01:00:30–01:00:55]

Insbesondere die strukturell schwächere rechte Rheinseite kann von diesem Impuls des Wandertourismus profitieren.⁸³⁷ Im Internet lassen sich darauf abgestimmte Pauschalarrangements finden wie Wanderarrangements mit Gepäcktransfer unter dem Motto „Wandern von Burg zu Burg“. Oft sind bei diesen Angeboten differenzierte Freizeit- und Reisemotive hervorgehoben. So finden sich im Kontext der „Wanderpauschalen“ kulturtouristische Produkte, die sich aus Kultur-, Erlebnis-, Konsum- und Genuss-Elementen zusammensetzen. Die kulturellen Attraktionen werden mit anderen qualitativen touristischen Angeboten und der Informationsvermittlung verknüpft. An den Bemühungen wird das Interesse an Erlebnis, Individualität und Exklusivität deutlich, das den bisher vorherrschenden Massentourismus in Form von Tagesausflügen und Busreisen abgelöst hat. Die UNESCO-Anerkennung hat zu einer Aufbruchsstimmung geführt und Angebote geschaffen, die eine individuelle Bedürfnisbefriedigung nach erlebnisorientiertem Lernen und Unterhaltung erfüllen. So wie die Ausstellungszentren sollen die Wander- und Naturlehrpfade Besuchern und Einheimischen die Besonderheiten der Region vermitteln und die Kulturlandschaft erlebbar machen. Die Wandermöglichkeiten werden dabei zunehmend mit kulturellen und landschaftlichen Attraktionen koordiniert. Aussichtspunkte entlang von Wegen und Straßen wurden geschaffen, um immer wieder die Beziehung zur Kulturlandschaft herzustellen.

Partiell hat der Zweckverband seine Corporate Identity im Rahmen des Informations-, Leit- und Orientierungssystem für die einheitliche Beschilderung der touristischen Wegeverbindungen umgesetzt. Zum Teil haben Orte eigene kleine Rund- und Themenwege entwickelt, die im Zuge der Flurbereinigungsverfahren umgesetzt werden konnten. In der Wahrnehmung von Welterbe-Gastgeberin Ute Hemkes-Precoma stehen diese Innovationen im Zusammenhang mit der Welt-erbewerderung:

„Also in Bacharach versucht man das auch so ein bisschen auszubauen, wir haben den Stadtmauerrundweg, es gibt verschiedene Initiativen auch von der Touristinformation aus und Führungen, die gemacht werden. Ob das nun unmittelbare Auswirkungen oder unmittelbare Folgen sind, kann ich jetzt nicht sagen, aber ich denke, das greift auch so ein bisschen ineinander über.“ [00:07:42–00:08:06]

⁸³⁷ Vgl. Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH 2012.

Neben den Wanderwegen existiert auf der linken Rheinseite zwischen Bingen und Koblenz ein durchgehender Fahrradweg auf ehemaligen Treidelpfaden, die mit dem Aufkommen der Dampfschiffahrt entbehrlich geworden und nicht dem Rheinausbau, der Uferbefestigung und den Uferstraßen zum Opfer gefallen sind. Auf der rechten Rheinseite befindet sich ein durchgehender Radweg zwischen Rüdesheim und Koblenz-Ehrenbreitstein noch im Bau.

Zudem wurde mit Geldern der EU im Rahmen des Leader+-Programms sowie aus dem Investitionsprogramm für Welterbestätten bei Boppard ein Klettersteig ausgebaut und ein Mountainbikepark angelegt. All diese Angebote sollen auf den Trend von Aktivitäten in der Natur und die landschaftsgebundene Erholung reagieren. Als weitere sportliche Attraktion sei das Mittelrhein-Rafting genannt. Auch dieses Angebot verweist auf den Welterbestatus. So ist der Homepage des Anbieters zu entnehmen: „Wir von Mittelrhein-Rafting haben uns zur Aufgabe gemacht völlig neue und einzigartige Möglichkeiten zu schaffen das UNESCO-Weltkulturerbe Oberes Mittelrheintal auf eine erlebnisreiche, sportliche und aufregende Art und Weise zu entdecken und kennenzulernen.“⁸³⁸ Das Beispiel zeigt, wie sich lokale Akteure das Prädikat individuell aneignen. Da der Welterbetitel eine kulturelle Adellung reflektiert, die mit angesehenen Objekten verknüpft wird, wird er strategisch in Besitz genommen, um den Raum und das eigene Angebot hervorzuheben. Die damit verbundene Attraktivitäts- sowie Bedeutungszuschreibung soll helfen, in das Blickfeld des potenziellen Touristen zu geraten.

7.3.2.4 Regionalisierung durch Events – Welterbetag

Auf eine weitere Möglichkeit, die Region zu vermarkten, weist Martin Orth hin: „*Und dann kommen die ganzen Events dazu. Da sind wir dann auch wieder etwas näher am Thema, weil die Welterbestätten eben auch bewusst vermarktet werden sollen.*“ [00:07:31–00:07:43]

In diesem Zitat wird bereits die Verknüpfung des Welterbes mit dem spätmodernen Erlebniskonsum angesprochen. Die Nachfrage nach Events nimmt in der Öffentlichkeit für die diversen Bereiche des Lebens zu, von Musik- und Sportveranstaltungen über die Kultur- und Touristikbranche bis zur Konsum- und Unternehmenswelt. Die Marketingindustrie hat sich dem Wertewandel angepasst und Eventmarketing ist zu einem Schlagwort geworden, das die Bevölkerung anspricht.

Definition Event – Eventmarketing

Ein Charakteristikum des Events ist ein hoher Unterhaltungswert. Somit kommt es dem Bedürfnis des modernen Menschen nach, sich einen Ausgleich zum Alltag und zur Arbeitswelt zu

⁸³⁸ Mittelrhein-Rafting o. J.

schaffen. Nach der Sozialgeografin Anne Säfken sind Events „Veranstaltungen mit Erlebnischarakter, die zugleich informieren und unterhalten wollen. Sie sind Teil des Marketings und zeichnen sich vor allem als Instrument im Bereich der Kommunikation aus.“⁸³⁹ Säfken beschreibt damit den wirtschaftlich orientierten Hintergrund bestimmter Events, um den es auch im Folgenden geht. Das Event als eine geplante Veranstaltung mit einer ganz bestimmten Zielsetzung ist also ein inszeniertes Ereignis, das Gäste anlocken soll.⁸⁴⁰

Bei vielen Events in Bereichen der Konsum-, Touristik-, Kultur- oder Sportindustrie wird dieser Nutzen deutlich. Seit den 1990er-Jahren nahm die Popularität von Events zu, da dies Vorteile gegenüber dem klassischen Marketing bietet. Dies hängt vor allem mit der Marktsättigung „alter“ Werbemaßnahmen und veränderten Wettbewerbsanforderungen zusammen. Eine wachsende Freizeitgesellschaft, ein damit einhergehender Wertewandel, neue Trends und Bedürfnisse der Menschen sowie neue Medien verändern das Marketing und die Kommunikationspolitik. Betriebswirtschaftliches Marketing hat sich längst von der reinen Absatzpolitik zur allgemeinen Gestaltung von Austauschprozessen zwischen Marktpartnern entwickelt. So wird die Interaktion mit den Menschen stärker fokussiert. Dies betrifft nicht nur rein betriebswirtschaftliche Anwendungen im Verkauf, auch bei der Produktgenerierung oder bei Non-Profit-Organisationen dienen Marketingmaßnahmen der Attraktivitätssteigerung.⁸⁴¹ Das Event ergänzt die Aufgaben der anderen klassischen Instrumente: Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Verkaufsförderung bzw. kann diese auch übernehmen.⁸⁴² Im Zentrum stehen dabei die Kommunikation, der Kontaktaufbau, die Kontaktpflege und der Kundendialog. Wesentliche Vorteile gegenüber klassischen Medien der Kommunikationspolitik sind die hohe Kontaktintensität durch einen (persönlichen) Dialog und die Möglichkeit zum unmittelbaren Austausch, sodass es über die direkte Ansprache zu weniger Streuverlusten kommt.⁸⁴³

Synergieeffekte: Das Welterbe und Events im Oberen Mittelrheintal

Auch im Oberen Mittelrheintal wurden geeignete Themen gefunden und Events etabliert. So finden beispielsweise einmal im Jahr als überregional bekannte touristische Erlebnisinszenierungen „Rhein in Flammen“, der Mittelrheinmarathon, „Rhine on skates“ und der autofreie Erlebnistag „Tal To Tal“ statt. Viele der Veranstaltungen, die bereits in der Region etabliert waren, werden nun im Kontext des Welterbetitels angeboten. So schreibt die Rhein-Zeitung, dass bei dem Mittelrhein-Musik-Festival die „Welterbekulisse“ klangvolle Namen anlockt und

⁸³⁹ Säfken 1999: 2.

⁸⁴⁰ Vgl. Säfken 1999: 9.

⁸⁴¹ Vgl. Säfken 1999: 9 u. 16.

⁸⁴² Vgl. Inden 1993: 58.

⁸⁴³ Vgl. Meffert 1994: 59.

„Welterbekonzerte“ dort stattfinden.⁸⁴⁴ Die Events sollen dazu beitragen, die prädikatisierten Landschaftsstrukturen erlebbar zu machen. Sie sind trotz unterschiedlicher Konzeptionen, Inhalte und Organisationen charakteristisch und wichtig für die Region. Auch wenn die Außenwirkung je nach Event unterschiedlich sein kann, sind sie positiv besetzt und erhöhen z. B. über die Medien das Ansehen und die Bekanntheit der Region. Im Zuge der Welterbewertung wurden neue Events entwickelt. Christian Kuhn führt dies aus:

„Also dass wir jetzt die Welterbefestspiele ausgerufen haben, ist mir jetzt nicht bekannt, das haben wir jetzt nicht gemacht. Wo wir uns natürlich einpassen, ist z. B. bei den Jahrestagen zum UNESCO-Welterbe [s. u.]. Dort versuchen wir, hier dezentral Aktivitäten zu zeigen und uns in den Kanon der anderen Welterbestätten einzupassen und uns dort zu entwickeln. Also attraktive Führungen anzubieten. Lokale Events heißt das ja heutzutage in Neudeutsch, das versuchen wir sehr wohl zu entwickeln. Was vielleicht eine Besonderheit war für unser Welterbegebiet, wir konnten vor 2 Jahren eine Luminale feiern und im vergangenen Jahr eine Rheinpartie, wo wir uns mit Lichtprojektionen und Installationen entsprechend [...] einem überregionalen Publikum zeigen konnten und das hat recht erfolgreich Resonanz bei uns gehabt.“ [00:17:34–00:18:33]

Weitere neue Events sind kulinarische Veranstaltungen wie „R(h)einträumen“, die kulinarische Sommernacht oder die „Mittelrhein Momente“. Die Website des letztgenannten Events begrüßt mit dem folgenden Intro, für das eine Zeichnung der im Rhein errichteten Burg Pfalzgrafenstein mit dem Slogan „Willkommen im Welterbe“ kombiniert wurde:⁸⁴⁵



Abb. 20: Logo der Veranstaltung „Mittelrhein Momente“. Quelle: Interessengemeinschaft der Mittelrhein Momente 2012.

Die Handschrift soll den Besucher persönlich ansprechen und individuell abholen. Dies entspricht der Umorientierung zu mehr Qualität und Service, Aspekte auf die Christian Kuhn in der Rolle als Geschäftsführer der Rhein-Nahe Touristik im Gespräch eingeht:

„Wir haben verschiedene Veranstaltungen qualitativ versucht zu entwickeln, im Hinblick auf Weinfeste, dass wir zum Beispiel eine neue Konzeption gehabt haben, auch vor dem UNESCO-Welterbe. Nennt sich kulinarische Sommernacht hier zum Beispiel jetzt für Bacharach. Dass wir Winzer, dass wir Gastronomen, regionale Produkte hier zusammenfassen und nach außen hin auf einem qualitätsorientierten Niveau entsprechend positionieren.“ [00:17:05–00:17:31]

Die Stadt Braubach lädt in diesem Kontext zusammen mit dem örtlichen Verkehrs- und Verschönerungsverein seit 2010 zur sogenannten „Welterbe-Weinprobe“ ein.

⁸⁴⁴ Rheinzeitung 17.05.2011.

⁸⁴⁵ Zur Bedeutung der Burgen in der Werbung vgl. Kap. 6.6.

Weitere die Region und deren Entwicklung stärkende Events waren die Landesgartenschau in Bingen 2008 und die Bundesgartenschau in Koblenz 2011. Staatssekretär Roger Lewentz schrieb in das Koblenzer Stadtbuch:

„Zur notwendigen Entwicklung dieser Region gehören ganz unbestritten auch sog. ‚Leuchtturmprojekte‘, also Ideen, Initiativen, Bauwerke und Events, die dem Anspruch eines Weltkulturerbes gerecht werden und helfen, dieses ehemals weltbekannte Flusstal wieder ins sehr breite globale Bewusstsein zu rücken. Ein ganz bedeutendes Ereignis dieser Art, ein wahres ‚Leuchtturmprojekt‘ wird derzeit in Koblenz vorbereitet – die Bundesgartenschau.“⁸⁴⁶

In diesem Zitat wird deutlich, wie Events mithelfen sollen, eine nachhaltige – in die Zukunft gerichtete – Regionalentwicklung mitzugestalten. In den Gartenschauen in Bingen und Koblenz wurden Chancen für eine positive Entwicklung im Oberen Mittelrheintal gesehen. Die Zielgruppe bei den Gartenschauen sind sowohl die Bevölkerung als auch externe Gäste. Die öffentliche Wahrnehmung und das Interesse an der Region sollen angekurbelt werden. Die mediale Berichterstattung um die Events fördert dies. Für die Vermarktung der Gartenschauen und ebenso des Welterbetitels wurden Synergieeffekte genutzt. Daher ist die Wahl der Austragungsorte kein Zufall, denn beides kann voneinander profitieren: Auf den Gartenschauen wird damit geworben, dass Koblenz und Bingen in das Welterbe integriert sind bzw. ein Eingangstor zum Welterbe darstellen. Der Titel dient also der Öffentlichkeitsarbeit und die Welterbestätte wird zugleich mit weiteren Attraktionen bereichert. Der Bürgermeister von Bingen, Thomas Feser, bestätigt die positiven Synergieeffekte zwischen Welterbestatus und Landesgartenschau:

„Aufgrund der Situation, dass wir jetzt das Tor zum Weltkulturerbe sind, haben wir gesagt, müssen wir was machen. Also es ist auch eine Verpflichtung hier jetzt aktiv zu werden, es zu verschönern, es jetzt ein bisschen rauszuputzen und dementsprechend auch besser zu präsentieren. [...] Und dann kam der glückliche Umstand, dass wir die Möglichkeit bekamen, uns zu bewerben für die Landesgartenschau, weil sonst braucht so was ja unheimlich lang, bis das überhaupt umgesetzt wird von der Planung. Und ich bin auch fest [da]von überzeugt, dass diese Kombination Weltkulturerbe auf der einen Seite als Prädikat, hier die Planung auf der anderen Seite, auch die Entscheider auf der Landesebene sehr stark mit beeinflusst hat, dann den Zuschlag zu geben für die Landesgartenschau. Also das waren so die ganzen positiven Begleiterscheinungen in der Rückschau, die es auch dann ermöglicht haben, sehr zeitnah 30 Millionen zu investieren, zu verbauen, zu gestalten. [...] Deshalb denk' ich schon, dass das ein wesentlicher Punkt war, durch diese Auslobung des Weltkulturerbes, was uns da geholfen und in der ganzen Anstrengung motiviert hat.“ [00:05:05–00:06:25]

Von den umfangreichen Maßnahmen sollte Bingen als „Tor zum UNESCO-Welterbe“ profitieren. Eine an die Gartenschau anschließende Nutzung ist z. B. in dem landschaftlich, kulturell und funktional aufgewerteten Uferbereich sichtbar. Auch in Koblenz wurde der Uferbereich sowie der Bereich um das Deutsche Eck und die Festung Ehrenbreitstein durch die

⁸⁴⁶ BUGA Koblenz 2011 GmbH.

Bundesgartenschau umgewandelt. Die Gartenschauen sind also auch ein Beitrag zur Gestaltung des Welterbes. Durch diese Großereignisse positionierte sich die Region in der Außenwelt. Im Inneren verbanden diese Veranstaltungen durch die Anbindung regionaler Angebote. So wirkten bei dem kulturellen Rahmenprogramm verschiedene Akteure, wie z. B. Chöre, aus der gesamten Region mit. Die Aktivitäten stärkten somit nicht nur die kulturelle Attraktivität des Raumes bzw. die regionale Kultur, sondern generierten auch neue Prozesse der Bürgerbeteiligung, erlebtes Engagement und Identifikation.

Der Welterbetag als zentrales Event im Oberen Mittelrheintal

Das bedeutendste Marketingevent für das Welterbe ist der Welterbetag. Die Deutsche UNESCO-Kommission und der Verband der UNESCO-Welterbestätten Deutschland e. V. initiierten am 5. Juni 2005 zum ersten Mal in Deutschland einen UNESCO-Welterbetag. Seitdem findet dieser jährlich am ersten Sonntag im Juni statt. Die Deutsche UNESCO-Kommission und der Verband der UNESCO-Welterbestätten Deutschland e. V. legen dabei das Motto des Tags fest und geben Vorschläge und Anregungen zur Gestaltung. Für die konkrete Form der Ausgestaltung sind die Welterbestätten selbst verantwortlich. So ist es möglich, die Gestaltung an wechselnde Trends sowie lokale Interessen der Zielgruppe anzupassen. Verantwortlicher Organisator ist im Oberen Mittelrheintal der Zweckverband.

Jedes Jahr wird an einer anderen Welterbestätte eine zentrale Veranstaltung durchgeführt. Im Jahr 2011 wurde sie von der Welterbestätte Oberes Mittelrheintal in Koblenz ausgerichtet. Der Hintergrund dieses Events ist, „die deutschen Welterbestätten nicht nur als Orte besonders sorgfältiger Denkmalpflege ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken, sondern auch ihre Rolle als Vermittler der UNESCO-Idee zu stärken.“⁸⁴⁷ Daher werden am Welterbetag die Ziele und Aktivitäten der Welterbestätten, der Kommission und des Vereins der breiten Öffentlichkeit vorgestellt.⁸⁴⁸ Zudem sollen das Welterbe erlebbar gemacht und das Verständnis für „die eigene Kultur als Teil eines vielfältigen Erbes der Menschheit“ gefördert werden.⁸⁴⁹ Der Welterbetag soll laut der deutschen UNESCO-Kommission ein Forum der Kommunikation und Begegnung mit den Menschen vor Ort sein. Dabei wird vorausgesetzt, dass Welterbestätten für die Bevölkerung einen wichtigen kulturellen und historischen Bezugspunkt darstellen.

Die Veranstaltung, bei der das Erbe popularisiert, aber nicht trivialisiert werden soll, folgt den Zielen des Eventmarketings, mit dem für das Welterbe geworben wird und Besucher und Einheimische an die Kulturlandschaft gebunden werden sollen. Die Öffentlichkeitsarbeit wird in

⁸⁴⁷ DUK seit 2005.

⁸⁴⁸ Dies entspricht dem in Artikel 5 der Welterbekonvention festgelegten Ziel der Öffentlichkeitsarbeit; vgl. Kap. 6.3.

⁸⁴⁹ DUK seit 2005.

ein kulturelles Ereignis umgewandelt. Über ein vielfältiges Angebot soll ein Dialog gefördert, eine Steigerung des Bekanntheitsgrades und eine Aufwertung des Images erreicht werden. Mithilfe von verschiedenen Attraktionen werden während des Events Informationen über die Region vermittelt. Der Welterbetag dient also dem betriebswirtschaftlichen Sinn von Events entsprechend der erlebnisorientierten Kommunikation und Präsentation des Produkts Welterbe.⁸⁵⁰

Die Öffentlichkeitsarbeit kann im Kontext des Events mit seiner zwanglosen Atmosphäre direkter ablaufen. Auch klassische Werbematerialien fallen während des Ereignisses eher auf, bekommen einen inhaltlichen Sinn und werden als Erinnerung mitgenommen.

Die Förderung der regionalen Entwicklung ist während des Welterbetags in unterschiedlichen Formen aufgegriffen. Wie im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung deutlich wurde, geht es bei dem Tag in erster Linie um die Repräsentation der Innovationen, die im Zuge der Welterbewertung entstanden. Besonders offensichtlich zeigte sich dies bei den Besuchen der Eröffnungsveranstaltungen durch den Zweckverband 2010 am Günderodehaus in Oberwesel und 2011 auf der Festung Ehrenbreitstein in Koblenz. 2011 wurde die Veranstaltung im Rahmen der Bundesgartenschau abgehalten. Auffällig war dabei, dass kaum Einheimische oder Touristen teilnahmen, sondern fast ausschließlich Pressevertreter und Akteure, die die Veranstaltung mitgestaltet hatten. Aus dieser Beobachtung lässt sich folgern, dass für die Bevölkerung eher die unterhaltenden Segmente (s. u.), die an dem Tag angeboten wurden, von Interesse waren, als diese offizielle Präsentationsform. Die Eröffnungsrede wurde von dem Regierungsbeauftragten für das Welterbe in Rheinland-Pfalz gehalten, der die Bedeutung des Welterbes und das damit zusammenhängende Investitionsprogramm des Bundes und des Landes Rheinland-Pfalz hervorhob. Zudem wurde die Gelegenheit genutzt, deutlich zu machen, dass die Landesregierung die Seilbahn in Koblenz, die u. a. wegen des Welterbetitels zur Diskussion stand (s. Kap. 8.3.2.2), unterstützt. Beispielhaft zeigt dieser Auftritt, wie Entscheidungsträger und Meinungsführer aus Politik, Verwaltung, Kultur, Wirtschaft, Tourismus und Gesellschaft bei den Events im Bereich Regionalmarketing eine herausragende Position einnehmen. Sie sind Repräsentanten der Region und erfüllen durch ihre Funktion auch Multiplikatoren Aufgaben. Journalisten im Rahmen von Events einzubeziehen ist ebenso wichtig. Aufgrund der medialen Berichterstattung erweitern sie den Kreis der von einem Event betroffenen Personen um jene, welche an dem Ereignis nicht persönlich teilgenommen haben.

Auch wenn ein Event zum einen der Information dient, ist die Unterhaltung der Zielgruppe ebenfalls fester Bestandteil. Über verschiedene Aktionen können die Besucher aktiv am Event partizipieren. Für die Präsentation des Welterbes ist diese Inszenierung am Welterbetag von

⁸⁵⁰ Vgl. Meffert1994: 59.

essenzieller Bedeutung. Mit unterhaltenden Elementen kann die Region auf eine andere Art und Weise, als es „klassische“ Formate der Öffentlichkeitsarbeit können, beworben werden. Durch Diskussionsrunden, Ausstellungen, Aufführungen oder Konzerte sollen die Ziele und die gemeinsame Entwicklung der Region verankert werden. Vorträge und Sonderführungen informieren über die Besonderheiten und die Anstrengungen zur Erhaltung der Welterbestätte, dienen zugleich aber auch der Unterhaltung. Auch hier lässt sich das ausgewogene Verhältnis von Information und Entertainment mit Infotainment beschreiben.

Lokale Akteure aller Ebenen sollen zu einem lebendigen Programm am Welterbetag beitragen.⁸⁵¹ So sind in die Gestaltung des Events Personen involviert, die aus der Region kommen und mit ihrem Engagement das Welterbe erlebbar machen, eine Entwicklung vorantreiben und die Zusammenarbeit von innen stärken und nach außen spiegeln. Holger Weißmann, UNESCO-Koordinator der UNESCO-Schule Oberwesel, beschrieb mir auf dem Welterbetag 2010, wie die UNESCO-AG seiner Schule sich an diesem Tag beteiligt. Dabei dient der Tag der AG als Präsentationsplattform. So werden nicht nur die Ziele der UNESCO publik gemacht, sondern auch die eigenen Ergebnisse verschiedener Workshops ausgestellt, um das Interesse an der Region und deren Erhalt zu fördern.⁸⁵²



Abb. 21: Präsentation der UNESCO-Projektschule Oberwesel auf dem Welterbetag 2010. Foto: Sandra Linz.

Zudem werden zum Welterbetag Sonderführungen in bestehenden Institutionen wie den Museen oder Orgelmatineen in den lokalen Kirchen im Anschluss an den Sonntagsgottesdienst geboten. Die Welterbe-Gastgeber heben ihr „Welterbe-Menü“ hervor und die Gästeführer bieten spezielle Themen-Führungen an. Immer wieder wird dabei versucht, einen Bezug zwischen

⁸⁵¹ DUK 2011a.

⁸⁵² Informelles Gespräch am 06.06.2010.

Landschaft und Titel herzustellen. Ferner finden Aufführungen von verschiedenen Vereinen wie dem Tanzkreis für historische Tänze „Danza Vosolvia“ (Oberwesel) oder dem Verein zur Erhaltung Historischer Weinbaukultur „Zunft der Weinschröter von Oberdiebach e. V.“ statt. Die Vereine spielen zum Teil mit Traditionen und heben die regionalen Besonderheiten darstellerisch hervor. Damit möchten sie die Region definieren und das Welterbe verlebendigen. Im Gespräch auf dem Welterbetag 2011 betonte „Zunftmeister“ Horst Maurer, wie der Verein das Kulturerbe bespielen und ausleuchten soll. Verschiedene Inszenierungen sollen das Handwerk z. B. bei Winzerfesten, mittelalterlichen Märkten oder eben auch Veranstaltungen wie dem Welterbetag aufleben lassen und demonstrieren, da diese „alte historische Zunft“ Bestandteil des Welterbes sei. Der Zuspruch dieser Aufführungen an dem Event gibt Auskunft über Vorstellungen und Wünsche der Besucher.



Abb. 22: Aufführung der Gruppe Danza Vosolvia auf dem Welterbetag 2011. Foto: Sandra Linz.

Besucher haben auf den Welterbetagen vielfältige Möglichkeiten sich mit der Kulturlandschaft auseinanderzusetzen. Das Event ist somit eine populäre Inszenierung, die auf die Bedürfnisse des Publikums reagiert.⁸⁵³ Durch die Präsentation sollen Gäste angesprochen, jedoch auch Bewohner motiviert werden, die eigene Region zu besuchen, zu bewandern, an Gästeführungen teilzunehmen oder die lokale Gastronomie neu kennenzulernen und sich über die eigene Region bewusst zu werden. Der Welterbetag greift also das Angebot bzw. die Stärken der Region auf. Durch die Verpackung in ein Ereignis wird diesen Aspekten eine neue Bedeutung gegeben. Auch für das Welterbe dient das Event somit der Verkaufsförderung, vor allem im touristischen, aber auch in dem Sinn, regionales Bewusstsein zu stiften.

Neben der Vermittlung regionaler Besonderheiten sollen die Attraktionen Aufmerksamkeit erregen und die Besucher emotional an den Ort binden. Schließlich soll der Tag das Welterbe

⁸⁵³ Vgl. Zimmermann 2009c: 21.

näher zu den Einwohnern bringen. Indem die Besucher durch Zusatzerlebnisse angesprochen sowie durch die Teilnahme eingebunden werden, vermag das Event eine Identifikation mit der Region bzw. eine positive Einstellung gegenüber der Region und der Welterbegestaltung hervorzurufen. Durch informative Aktionen sollen die Besucher die Besonderheiten der Region reflektieren und angeregt werden, sich selbst für die Region zu engagieren.

Eine besondere Zielgruppe bilden Kinder und Jugendliche. Mit einem kinderpädagogischen Programm sowie altersgerechten Aktionen zum Mitmachen, Wettbewerben oder speziellen Führungen soll das Interesse der Jüngeren für das Kulturerbe und den Denkmalschutz geweckt werden. 2011 wurde etwa ein Geocaching durch das Welterbe angeboten und 2010 warb das Obere Mittelrheintal mit dem ersten Kinderwelterbetag „Welterbe spielend erleben!“. Um gezielt Familien anzusprechen, findet dieser nun im zweijährigen Turnus als Bestandteil des Welterbetags statt.⁸⁵⁴

Festgehalten werden kann, dass sich die Region und ihre Akteure an diesem Tag von einer besonderen Seite präsentieren, das Welterbe betonen und für die Region werben. Die Eventisierung bewirkt demnach, wie Urry für touristische Inwertsetzungen konstatiert, eine Inszenierung des Raumkonzepts.⁸⁵⁵ Mit der gegenwärtigen Raumnutzung in Form von Erlebnisinszenierung und Eventisierung wird der Raum zum Träger von Aussagen. Die Ansprachen und das Programm während des Events sollen bei Planern, Ausführenden und Besuchern ein Zu- und Zusammengehörigkeitsgefühl stiften. Zudem soll die Hervorhebung der besonderen Charakteristika des Welterbes das Ansehen sowie den Bekanntheitsgrad der Region als Welterbe erhöhen. All diese Aspekte können unter der imagebildenden Funktion von Events subsumiert werden. Die Fokussierung der öffentlichen Aufmerksamkeit auf ausgewählte Aspekte ist besonders bei einem gewünschten Imagewandel von Bedeutung. Der kommunikative Erlebnischarakter fördert das Image nach außen und verfestigt zugleich die Identität im Inneren. Somit hat die erlebnisorientierte Kommunikation sowohl externe als auch interne Wirkungen. Dennoch können durch den Live-Charakter im Gegensatz zu anderen Werbeformen negative Attribute, wie in diesem Fall z. B. der Leerstand, kaum versteckt werden.

Indem der Tag sich von anderen Veranstaltungen und Projekten der Region abhebt, durch das Motto jeweils einmalig und doch wiederholbar ist, bekommt er regionale Bedeutung.⁸⁵⁶ Aufgrund der jährlichen Wiederholung setzt er sich in den Köpfen der Menschen fest. Dies kann

⁸⁵⁴ Seit 2012 existiert zudem „UWE- die kleine Smaragdeidechse aus dem Oberen Mittelrheintal“, um Kindern über die in einem Buch und Video veröffentlichte Geschichte des Maskottchens das Welterbe bzw. die Kulturlandschaft näher zu bringen. Die Rückenmaserung der Eidechse erinnert an das Welterbelogo des Tals. UWE steht wahlweise für "UNESCO-WeltErbe" oder "Unser WeltErbe". Die Initiierung geht auf die Romantischer Rhein Tourismus GmbH zurück.

⁸⁵⁵ Vgl. Urry 1995: 187ff.

⁸⁵⁶ Vgl. Säfken 1999: 50–52.

zum einen die Besonderheit des Tags nehmen. Zum anderen kann die Wiederholung zu wachsender Akzeptanz des Angebotes und zunehmendem Interesse an der Auseinandersetzung mit der Region führen. Das Gemeinschaftsgefühl und Erlebnis tragen – natürlich nur bei einer gelungenen Inszenierung – zum Enthusiasmus oder zumindest zum Wohlbefinden der Teilnehmer bei.⁸⁵⁷ Der Erfolg des Events kann dabei nicht direkt in Zahlen gemessen werden. Vielmehr geht es um den mitreißenden Charakter, da sich in der Resonanz und Akzeptanz der Erfolg widergespiegelt. Bei meinen Besuchen konnte ich eine hohe Resonanz und Akzeptanz feststellen, da die Events gut besucht waren. Ob die Wirkung und Intention des Events allerdings erreicht wurden, ist fraglich. In den 15 auf dem Welterbetag in Koblenz durchgeführten Interviews wurde als Motivation, den Tag zu besuchen, entweder die eigene Involviertheit, die aktive Partizipation von Familienmitgliedern oder Bekannten, die parallel stattfindende Bundesgartenschau oder die Tatsache, dass eine Veranstaltung im Lebensumfeld angeboten wurde, geäußert. Deutlich wird daran, dass für diese Besucher ein unterhaltendes Programm während dieses Ereignisses im Vordergrund stand und nicht der Erhalt von Informationen über die UNESCO, den Welterbestatus oder die Denkmalpflege.

7.3.2.5 Die Industrie um das Erbe – touristische Werbung und Produkte

In der touristischen Nutzung zeigt sich, dass das Welterbe Oberes Mittelrheintal ein komplexes, stark genormtes Konstrukt mit eigenen Strukturen und Merkmalen darstellt. Das Tal lässt sich in die drei klassischen Typen von Destinationen gliedern. Dazu gehört erstens die geografische Destination, also das physisch lokalisierbare Reiseziel, und zweitens die thematisch determinierte Destination, z. B. aufgrund der Burgen, des Weinbaus, der Landschaft oder der Wanderwege. Nicht zuletzt ist die Kulturlandschaft drittens eine inszenierte, ereignisorientierte Destination, die sich über kulturelle Darbietungen, Veranstaltungen und Events definiert.⁸⁵⁸ Der Welterbestatus hat dazu geführt, das touristische Angebot neu aufzubereiten. Auf der Website des Zweckverbands ist zu lesen:

„Immer mehr Menschen verbinden mit der Region Oberes Mittelrheintal den Begriff ‚Welterbe‘. Zahlreiche Städte und Dörfer werben bereits für sich und damit das ganze Mittelrheintal mit dem von der UNESCO 2002 verliehenen Prädikat. Welterbe-Gastgeber, Welterbe-Atlas, Welterbe-Schilder und natürlich das prägnante Welterbe-Logo des Zweckverbands sorgen dafür, dass ‚Welterbe‘ und ‚Mittelrheintal‘ mehr und mehr in einem Atemzug genannt werden. Der von der UNESCO verliehene Titel ist der beste Werbeträger für das Mittelrheintal seit den Rheinreisen der Romantiker im 19. Jahrhundert und hat maßgeblich zum wiedererwachten Interesse an einer der schönsten Kulturlandschaften Deutschlands beigetragen.“⁸⁵⁹

⁸⁵⁷ Vgl. Säfken 1999: 73–82.

⁸⁵⁸ Vgl. Meinung 2008: 111.

⁸⁵⁹ Zweckverband 01.06.2010.

Klassischer Bestandteil der Bewerbung touristischer Räume ist die idealisierte Darstellung naturräumlicher und/oder soziokultureller Attraktivitäten. Im Zuge der Prädikatisierung kam es zur Artikulierung und Inszenierung landschaftlich übergreifender Besonderheiten. Bestimmte Bilder, Assoziationen und Stimmungen haben dabei prägenden Charakter erlangt. Neben Einladungen, das Welterbe aktiv zu erleben, wird auch in der jüngsten Werbung der touristischen Institutionen das Idealbild aus Tal, Flussverlauf, Burgen, Wein, malerischen Winkeln, historischen Orten und Städten aufgegriffen. Das Obere Mittelrheintal wird als Kulturregion mit romantischer Atmosphäre beworben. So äußerte die Verbandsgemeinde Rhein-Nahe in einer Stellungnahme zur Weiterentwicklung des dortigen Tourismus' im Jahr 2010:

„Unsere Themen lauten ‚Natur erleben‘, ‚Romantik fühlen‘ und ‚Wein genießen‘. Sie greifen das natur- und kulturräumliche Potenzial in unserer Verbandsgemeinde Rhein-Nahe im Welterberbe Oberes Mittelrheintal erfolgreich auf und geben uns überregional ein touristisches Profil.“⁸⁶⁰

Die Verwendung der bekannten Elemente in einem neuen Kontext stellt einen kreativen Prozess der Traditionalisierung dar.⁸⁶¹ Die mit der Produktion der Welterbestätte verbundenen Maßnahmen versehen dabei traditionelle Objekte mit neuer Bedeutung. Mit dem Titel soll etwas Neues angestrebt bzw. umgewertet werden. Bei der Definition des *Neuen* kann die Argumentation des interdisziplinär arbeitenden Philosophen Boris Groys herangezogen werden, welcher „Neues“ als „Umwertung des Alten“ versteht: „Die Innovation besteht nicht darin, dass etwas zum Vorschein kommt, was verborgen war, sondern darin, dass der Wert dessen, was man immer schon gesehen und gekannt hat, umgewertet wird.“⁸⁶² Auch Kirshenblatt-Gimblett äußert, dass bei einer Welterbewertung etwas Neues produziert werde, was jedoch einen Bezug zur Vergangenheit aufweist.⁸⁶³ Bei der Untersuchung der (Neu)schöpfungen und (Neu)bewertungen ist laut Tauschek zu fragen, woraus das Neue besteht und welche Konstrukteure unter welchen Prämissen Konstruktionsleistungen vollbringen.⁸⁶⁴ Im Oberen Mittelrheintal soll die im Kontext der Welterbewertung umgesetzte neue Formierung der Dinge, auf die man sich in der Region beruft, der Wertschöpfung dienen.⁸⁶⁵

⁸⁶⁰ VG Rhein-Nahe: Amtsblatt: Weiterentwicklung des Tourismus in der Verbandsgemeinde Rhein-Nahe im Jahre 2010. 07.01.2010.

⁸⁶¹ Vgl. dazu: Pertti Anttonens Diskussion über „Tradition through modernity“. Anttonen 2005: 40; zum Begriff der „Kreativen Traditionalisierung“ vgl. Beck u. Welz 1997: 39.

⁸⁶² Groys 1992: 14

⁸⁶³ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 369f.

⁸⁶⁴ Vgl. Tauschek 2007: 200.

⁸⁶⁵ 2015 startete der Zweckverband die Initiative „Welterbe-Fünfkampf“. Hierbei kann der Besucher klassische Aktivitäten in der Kulturlandschaft ausüben wie Burgbesichtigung, Fähr- oder Schifffahrt, Wandern und Weinprobe und sich die „Teilnahme“ an den jeweiligen Disziplinen mittels Stempel bestätigen lassen. Als Gewinn für die erfolgreiche Teilnahme verteilt der Zweckverband ein Welterbe-Präsent.

Das Exklusive und die Authentizität – projiziert auf die Burgen, Weinberge und die Flusslandschaft – werden betont. So werden zur Positionierung weiterhin stereotype Zeichen sowie historisch-sozial konstruierte, symbolgesättigte Imaginationen und Erwartungen benutzt, die in der kollektiven Erinnerung potenzieller Besucher angelagert und abrufbar sind.⁸⁶⁶ Objekte aus der Schifffahrt oder dem Weinbau zieren z. B. öffentliche Plätze, private Gärten oder Gaststätten und werden in den Museen als Zeugnisse früherer Zeiten präsentiert. Heimatvereine und Folkloregruppen pflegen bestimmte Bräuche.

Die Blickweise der Romantik bestimmt noch immer das Bild vom Oberen Mittelrheintal und zugleich auch seine Präsentation. Die emotional aufgeladene Landschaft dient als Kulisse für die Inszenierung des Erbetitels. Die Entdeckung der Ästhetik dieser Landschaft im ausgehenden 18. Jahrhundert hat ihre Rezeption und Gestaltung nachhaltig beeinflusst. Mit Zitaten von Dichtern oder Visualisierungen der rund 40 Burgen und Schlösser in Print- und digitalen Medien werden die Symbole der Romantik hervorgehoben. Solche Narrative, Texte und Bilder ergänzen mit ihren imaginativen Qualitäten idealisierte Inszenierungen von Reisezielen. Fotografischen Abbildungen kommt in der Tourismuswerbung häufig die Rolle zu, (textlich) geweckten Sehnsüchten ein Gesicht zu geben, sie vermeintlich real werden zu lassen und gleichzeitig in der beworbenen Destination zu verorten. Auch der Hinweis auf die Loreley wird in vielen Prospekten, einer ritualisierten Umgangspraxis gleichend, genutzt, gilt diese noch immer als bekannter Name und Marketingzugpferd. Werner Groß, Bürgermeister von Braubach, spricht dies an:

„Dieser Titel selbst ist ja auf eine Landschaft übertragen worden, die schon Bestand hatte. Das Mittelrheintal war ja schon immer bekannt. Die englischen Maler, die hier alle herumgezogen sind, haben das schon im vorletzten Jahrhundert sehr bekannt gemacht. Und wenn man Loreley im Ausland nennt, weiß jeder, wo man herkommt, und deswegen ist es gerade im touristischen Bereich keine große Errungenschaft und Vorteil, dass es Welterbe geworden ist. [...] Weil das, was wir hier an touristischem Vorteil haben, das sind die Burgen hier am Mittelrheintal. Die können wir im Welterbe aufzählen, hatten wir aber sowieso. Die Loreley als weit über die deutschen Grenzen hinaus bekannte Einrichtung, ob es jetzt schön ist oder nicht, das lassen wir jetzt einfach mal so dahingestellt, aber sie ist bekannt. Dann der Rhein, das Mittelrheintal, das ist bekannt. [...] wir haben hier das touristische Zentrum, mit dem nicht nur das Land Rheinland-Pfalz, sondern sogar die Bundeseinrichtung der Touristik werben, die Loreley oder die Pfalz in Kaub. Das sind alles Dinge, die in jeder Deutschland-Werbung zu sehen sind. Genauso wie Heidelberg oder Schloss Neuschwanstein.“ [00:10:16–00:12:44]

Aussagen aus dem Interview mit Thomas Feser, Bürgermeister von Bingen, unterstreichen die von den weiteren Interviewpartnern nicht geteilte Ansicht, dass der Titel im Gegensatz zu den sowieso gegebenen Attraktionen keine Rolle in der touristischen Vermarktung spiele:

⁸⁶⁶ Vgl. dazu: R. Bendix 1994.

„Wenn jemand hier nach Deutschland kommt, ist der Rhein hier eine Nummer und die Burgen im Mittelrhein sowieso. Da brauchst’ jetzt mit dem Titel gar nichts zu unternehmen. Ich glaub, viele wissen gar nicht, was Weltkulturerbe und UNESCO ist; das interessiert die auch nicht. Es interessiert die die Loreley, also einfach die gegebene Struktur. Das hat jetzt weniger mit dem Titel zu tun. Neben dem Rhein sind halt die Sagen, die Mythen, die Loreley, die Burgen, Rheinromantik [...] das, was die Leut’ heut immer noch anspricht, was die wollen, auch die Jugend.“
[00:37:57–00:40:08]

Später im Interview betont Thomas Feser jedoch, dass die Besucherzahlen im Tal nicht weiter gesunken seien, und schreibt dies dem Titel zu. Die Kombination von bekannten und neuen Elementen erscheint daher sinnvoll. Schließlich sind es auch subjektive Einschätzungen, dass jeder Tourist die Loreley kennt. Aus volkskundlicher Sicht spiegelt sich hier ein Prozess der Stereotypisierung wider, also eine vereinfachende, verallgemeinernde Wahrnehmung und Bewertung einer tatsächlich gegebenen Wirklichkeit. Diese stereotypen Reduzierungen, in welcher der Region bestimmte Eigenschaften zugeordnet werden, sind Folge wie auch beabsichtigter Bestandteil der Tourismuswerbung.

Neben der Idealisierung ist auch die Emotionalisierung Ziel der Bewerbung touristischer Destinationen: Während der allgemeine emotionale Nutzen von Urlaubsreisen kaum der Bewerbung bedarf, ist es notwendig, der optimalen Wunscherfüllung eine konkrete Verortung zu geben. So müssen nicht nur die touristischen A(ttra)ktivitäten einer Urlaubsregion, sondern auch der (emotionale) Mehrwert während des Besuchs in eben dieser touristischen Destination kommuniziert werden. Dabei wird die Region nicht nur durch Texte und Bilder hergestellt. Musik oder kulinarische Spezialitäten werden beispielsweise gezielt eingesetzt, um eine Region zu charakterisieren. Auf diese Weise belegt Tourismuswerbung Destinationen mit bestimmten Eigenschaften und Assoziationen, die auf Idealisierungen, Stereotypisierungen, Erwartungen und „Emotionalisierungen“ basieren.

Die Stereotypen tragen zur Konstruktion der Region bei, da sie die Vorstellungsbilder von der Landschaft beeinflussen und darüber hinaus auch den Umgang mit dieser.⁸⁶⁷ Das heißt, sie beziehen sich nicht nur auf reale Gegebenheiten, sondern prägen diese auch in einer gegenseitigen Wechselwirkung: Die Betonung bestimmter Assoziationen, Symbole und regionaler Besonderheiten soll zum einen helfen, den potenziellen Besucher persönlich abzuholen. Zum anderen helfen die u. a. in der Werbung kommunizierten Bilder neue Sinngebungen abzusichern und das Sehenswerte und die Erwartungen zu definieren. Tourismuswerbung funktioniert schließlich vor allem imaginativ. Im Vordergrund stehen nicht objektive Informationen über die Region mit positiven und negativen Aspekten, sondern idealisierte Bilder, die der Besucher erleben möchte.

⁸⁶⁷ Vgl. Kindl 1993.

Dass die bewährten Elemente noch immer auf Interesse bei Touristen stoßen, belegt ein Blick in die kommerziellen Souvenirläden im Oberen Mittelrheintal. Hier werden die klassischen „Bilder“ verkauft. Konventionelle Souvenirs betonen weniger den Welterbestatus, sondern versinnbildlichen die stereotypen Schlüsselsymbole. Ein Verkäufer in einem Souvenirladen in Boppard bezeichnete die Touristen als „doof“, da sie nur auf bestimmte Bilder stünden.⁸⁶⁸ Lediglich Postkarten tragen teilweise einen Verweis auf das Welterbe. Da Postkarten jedoch nicht nur abbilden, was sich gut verkauft, sondern ebenso, was für wertvoll erachtet wird, tragen auch sie eine Aussage über die Region. Da sie Motive und Perspektiven kanonisieren, filtern und steuern sie den Blick und generieren so auch eine Hervorhebung des Welterbetitels.

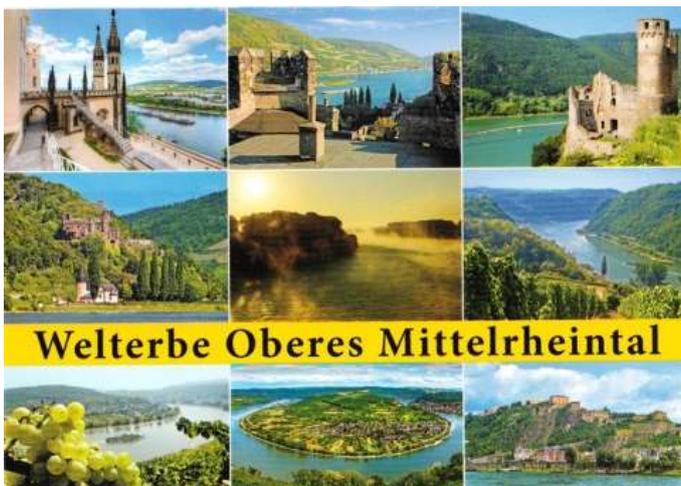


Abb. 23: Postkarte aus dem Oberen Mittelrheintal. Foto: Sandra Linz.

Souvenirs und andere Konsumprodukte können das Welterbe zudem in Wert setzen und kommerzialisierbar, mobil und exportierbar machen.⁸⁶⁹ Bislang existieren allerdings nur wenige Souvenirs, die den Welterbestatus hervorheben. So verkauft die Konditorei Baumann in Koblenz eine Schokolade mit dem Relief der UNESCO prämierten Kulturlandschaft.

⁸⁶⁸ Informelles Gespräch am 05.08.2010.

⁸⁶⁹ Zur Aufbereitung des „Lokalen“ für den Tourismus vgl. auch Kirshenblatt-Gimblett 1995: 373.

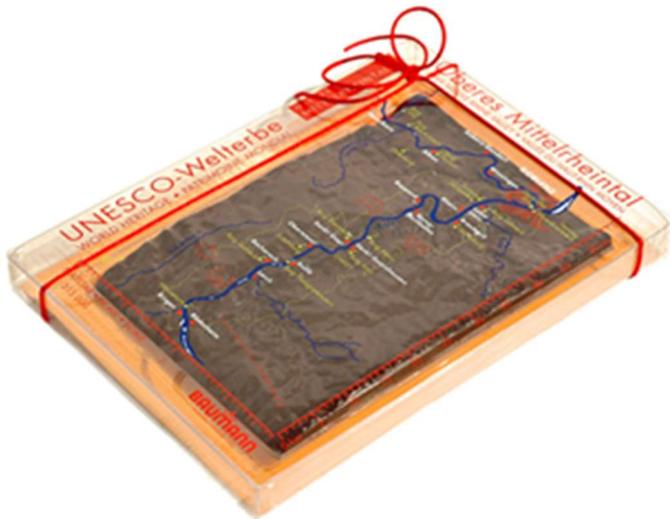


Abb. 24: Schokoladenrelief des Welterbes Oberes Mittelrheintal der Konditorei Baumann in Koblenz. Foto: Konditorei Café Baumann.

Die Lahnsteiner Brauerei sowie die Bäckerei Kugel aus Lahnstein erwähnen im Welterbe verortet zu sein, um das Image des Status für die Verkaufsförderung zu nutzen.



Abb. 25: Etikett der Lahnsteiner Brauerei mit Vermerk auf die Verortung im Welterbe Oberes Mittelrheintal. Foto: Sandra Linz.



Abb. 26: Etikett der Bäckerei Kugel.⁸⁷⁰ Quelle: Deutsches Patent- und Markenamt 2016.

⁸⁷⁰ Auf ihrer Homepage wirbt die Bäckerei ferner damit, „eine Produktpalette entwickelt [zu haben], die eng verknüpft ist mit dem UNESCO Weltkulturerbe ‚Oberes Mittelrheintal‘.“Kugel’s Backwelt GmbH seit 2008.

Hierbei muss angemerkt werden, dass eine kommerzielle Verwendung des offiziellen UNESCO-Welterbestättenlogos z. B. im Bereich des Tourismus, beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen oder für kommerzielle Publikationen nicht zulässig ist. Auch die Verwendung des Akronyms ist nur begrenzt erlaubt. Die UNESCO selbst lehnt neue Wortschöpfungen wie „UNESCO-Kulturerbe“ ab. Zudem werden Zusammensetzungen wie „UNESCO-Hotel“ oder „UNESCO-Welterbehotel“ nicht genehmigt. Zulässig im Fließtext sind Ausführungen wie „Unser Hotel liegt im UNESCO-Weltkulturerbe“. Plakative Werbeformeln in Katalogen oder Flyern wie „Freizeitparadies am UNESCO-Welterbe“ oder „Exklusive Übernachtung im UNESCO-Welterbe“ duldet die UNESCO ebenso wenig wie Werbeformeln auf Produkt-Etiketten „Wein aus dem UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal“.⁸⁷¹ Wie der Blick auf verschiedene touristische Angebote im Fallbeispiel zeigt, wird deutlich, dass die Verwendung des UNESCO-Begriffs trotz der offiziellen Unerwünschtheit in der Praxis kreative Verwendung findet und der Titel zur Vermarktung von Hotels, Campingplätzen, Ferienwohnungen oder Winzern betont auffällig genutzt wird. Als Beispiel dienen Ankündigungen wie „UNESCO-Welterbetal Mittelrhein“, „Ferienregion Unesco Welterbe Oberes Mittelrheintal“ oder „Riesling-Meisterwerke aus Welterbe“.

Der Zweckverband hat aufgrund seiner Funktion die Möglichkeit, Ausnahmeregeln zu nutzen. Neben den bereits genannten Initiativen existieren einige vom Zweckverband entwickelte Merchandising-Produkte, Gebrauchsgegenstände und Give-aways im eigenen Design, die über die Tourismusorganisationen, jedoch nicht in den klassischen Souvenirläden verkauft werden. Die Produkte, wie Polo-Shirts, Taschen, Henkelbecher oder Pfefferminzbonbons, sind alle im prägnanten „Grün der Region“ gehalten und mit dem Welterbe-Logo versehen. Ein weiteres Welterbeprodukt des Zweckverbands, das als neues Symbol für das Tal gilt, ist die Welterberose.⁸⁷² Alle Produkte scheinen wenig mit dem Welterbe oder dem, was es ausmacht, zu tun zu haben. Der Titel wird vielmehr in neue, gegenwärtig populäre Verwendungszusammenhänge gebracht, um ihn ökonomisch nutzbar zu machen.⁸⁷³

Von offizieller Seite sollen sich die Produkte bzw. Werbemittel, die vom Zweckverband auch als „Fan-Artikel“ bezeichnet werden, an den einzelnen Besucher, aber auch die Bewohner wenden, um ihre Verbundenheit und Identifikation mit dem „Welterbetal“ zu zeigen.⁸⁷⁴ Zudem soll

⁸⁷¹ DUK 2011b.

⁸⁷² Zweckverband 01.06.2010; Rheintal-Shop.de o. J.; Zweckverband 2012.

⁸⁷³ Die Welterberose zeigt wie die Produkte mit allgemeinen Trends in Verbindung gebracht werden, um das Interesse zu wecken. Nicht nur Zeitschriften, Bücher oder TV-Sendungen bescheinigen, dass das Thema „Gärtnern“ eine neue Aufmerksamkeit erfährt. Vgl. Braun 2012: 13, Müller 2011.

⁸⁷⁴ Zweckverband 01.06.2010.

mit der Produktlinie die Bekanntheit des Titels erhöht und dem „Welterbedanken“ mehr öffentliche Aufmerksamkeit verliehen werden.⁸⁷⁵ Diese Bemühungen, den Titel zu vermarkten, bekannt- und konsumierbar zu machen, werden als Heritage-Industrie bezeichnet (vgl. Kap. 3.3). Gegenwärtig steht der Begriff in enger Verbindung mit der Kommerzialisierung und der ökonomischen Verwertung von Kultur im Tourismus.⁸⁷⁶ Weniger geht es darum, Kultur als Repräsentation einer Lebensweise zu sehen, sondern vielmehr als Gut, um wirtschaftlichen Gewinn zu erzielen: „Monetary valuations of cultural artefacts are becoming increasingly frequent in the twenty-first century, leading to the advent of culture and heritage as commercial commodities.“⁸⁷⁷ Kultur wird insbesondere für die Tourismus- und die Unterhaltungsindustrie zu einem kommerziellen Produkt, um ökonomisches Wachstum zu fördern. Bereits die gesellschaftskritischen Philosophen Theodor W. Adorno und Max Horkheimer konstatierten, dass die Kommodifizierung von Kultur Teil der Unterhaltungsindustrie sei.⁸⁷⁸ Ebenso spricht Blake von „Commodification“ in Bezug auf Kulturerbestätten und drückt damit aus, dass diese als Ware verkauft werden.⁸⁷⁹

Durch die Bewegungen im Zusammenhang mit dem Titel wird eine wertzufügende Industrie angekurbelt, denn in der Vermarktung des Oberen Mittelrheintals als Welterbe wird wirtschaftliches Potenzial gesehen. Die Bemühungen um den Schutz der Kulturlandschaft und die Steigerung seiner ästhetischen Attraktivität stehen im engen Wechselspiel mit politischen, ökonomischen und touristischen Interessen. So tragen touristische Initiativen zur Belebung der Kulturlandschaft bei, fördern das Image und die Regionalisierung. Mithilfe der Heritage-Industrie soll eine Welterbestätte nicht nur sich selbst darstellen, sondern mehr bieten: Ähnlich wie die neu inszenierten Erlebnisse sollen die Produkte einen Zusammenhang vermitteln. Landrat Bertram Fleck, der als Vorsitzender des Zweckverbands Welterbe Oberes Mittelrheintal die Idee einer Welterbe-Kollektion nachdrücklich unterstützt hat, verdeutlicht dies: „*Mit solchen Produkten wollen wir konsequent unseren Weg fortsetzen, die Zusammengehörigkeit des Welterbetals nach außen wie innen zu demonstrieren*“.⁸⁸⁰

Auf die Frage, ob es auch schon einen Welterbewein gäbe, verdeutlicht Torsten Raab, welche Effekte das Label bei der Vermarktung von Produkten ausstrahlt:

„*Also wir hätten jetzt schon mehrere Welterbewinzer und Welterbesekt und alles Mögliche, den*

⁸⁷⁵ In Binche wurde ein Ladenbesitzer zur Zahlung einer Strafe gezwungen, da er Anstecknadeln mit der für den – von der UNESCO prädikatisierten – Karneval typischen Maske anfertigen ließ. Missachtet wurde dies, da die Gemeinde den Karneval schon immer ohne monetäre Interessen durchgeführt habe und es keine ökonomische Valuation des Ereignisses geben solle, um so die Besonderheit der lokalen Performanz zu sichern. Vgl. Tauschek 2010: 249f.

⁸⁷⁶ Vgl. Gratton u. Richards 1996: 76.

⁸⁷⁷ Gill-Robinson 2007: 183.

⁸⁷⁸ Vgl. Adorno u. Horkheimer 2008: 128–176.

⁸⁷⁹ Blake 2002: 7.

⁸⁸⁰ Zweckverband 01.06.2010.

Titel will jeder haben. Wir hatten auch schon eine Bäckerei, die gefragt hat, die würden gern Welterbe-Brötchen verkaufen. Aber das macht keinen Sinn, das würd' sicher auch bei der UNESCO ein Stück weit aufstoßen, wenn wir jetzt überall Welterbe draufschreiben. Und wenn wir es machen, muss einfach eine hohe Qualität gesichert sein und da müssen wir Qualitätskriterien festlegen. Da sind wir noch im Gespräch, da brauchen wir entsprechende Leute aus dem Weinbauverband, die sich damit auskennen und sich mit dem Thema beschäftigt haben, und dann kann so was langsam wachsen. Der Bedarf ist da, der Umsatz ist auch da. Die Touristen würden das mit Sicherheit auch annehmen. Also eine Flasche Welterbewein nehme ich vielleicht auch gern mit, wenn ich weiß, wo es herkommt, und es eine gute Qualität ist. Davon darf nicht enttäuscht werden.“ [01:13:22–01:14:14]

Wie bereits ausgeführt, hat der Zweckverband gesonderte Rechte, den Titel zu nutzen, jedoch sind die Kriterien kritisch zu betrachten. Es scheint, als lege er unterschiedliche Maßstäbe an eigenvertriebene Produkte und Fremdprodukte an. Denn es ist unwahrscheinlich, dass für die von ihm vermarkteten Welterbe-Pfefferminz der selbst geforderte umfangreiche Kriterienkatalog erstellt wurde.

Der Bacharacher Bürgermeister Dieter Kochskämper spricht im Zusammenhang mit dem Wandel des touristischen Angebots ebenso eine Qualitätssteigerung und die Betonung regionaler Produkte an:

„Von diesem Image, was man so zum Teil mit Rüdesheim hatte, ‚rein und wieder raus und tschüss‘, muss man runterkommen. Das heißt, der Tourismus, den wir früher hatten, mit den Strohhütten und Kegelclubs, der war also nicht mehr der Ansatz fürs Welterbe. Man hat dann auf einem anderen Niveau Leistungskriterien definiert und hat die entsprechenden Weichen gestellt und Schulungen eingeleitet. [...] Also auch da wurde der Standard so definiert, dass die Anbieter in der Lage sind, die Welterberegion nach außen hin zu repräsentieren. [...] Das heißt also, die ganzen Maßnahmen sind im Grunde genommen durch den Welterbestatus darauf ausgerichtet, eine Qualifizierung mit höherem Niveau, mit höherem Standard mit regionalen Produkten auszurichten, denn mit regionalen Produkten stelle ich eine Identität her.“ [00:11:41–00:14:02]

Vom kitschigen und weinseligen Image, versinnbildlicht in den Souvenirs, soll sich seitens der im Zweckverband agierenden Touristiker abgesetzt werden. Die beteiligten Akteure sind der Auffassung, dass mit dem Titel Qualitätskriterien verbunden sein sollten und mit ihm Inhalte transportiert werden müssen, um eine Wirkung zu erzielen. So wollen die Initiativen zum einen die Exklusivität des Titels sichtbar und zum anderen aber auch den Titel im Allgemeinen greifbar machen. Bei Eingabe der Komposita Welterbe-Gästeführer, Welterbe-Gastgeber, Welterbe-Bote und Welterbeportal erscheinen in verschiedenen Online-Suchmaschinen ausschließlich die Initiativen im Mittelrheintal als Treffer.⁸⁸¹ Auch auf den Websites der bzw. zu den anderen im Jahr 2016 eingetragenen 41 Welterbestätten in Deutschland ist kein Hinweis auf ähnlich

⁸⁸¹ Um personalisierte Suchergebnisse möglichst auszuschließen, wurde die Recherche von unterschiedlichen Computern mit unterschiedlichen IP-Adressen und nach vorheriger Löschung der Nutzungsdaten, u. a. Browserverlauf, Cookies etc., durchgeführt.

umfassende Initiativen und Produkte zu finden.⁸⁸² Dieser Vergleich zeigt, dass keine andere Destination den Titel in dieser Form oder in einer ähnlichen Weise wie das Obere Mittelrheintal vermarktet.

Noch immer sind jedoch auch klassische Souvenirs von Interesse. Fraglich ist daher, ob das dargestellte Produktmarketing mit Welterbe-Pfefferminz, Welterbe-Pin und Welterbe-Rosen wirklich Identität fördert und nicht nur partikular von Interesse ist bzw. „Fanartikel“ für diejenigen darstellen, die selbst Gewinn aus der Kooperation mit dem Zweckverband erzielen. Der Imagewandel und eine neue Vermarktung sind freilich gut für das Tal, jedoch lässt sich fragen, ob diese Instrumentalisierung und Klassifizierung des Welterbetitels seitens des Zweckverbands nicht dem Kern der Welterbeidee widerspricht (s.u.).

7.3.3 Touristische Bedeutung des Welterbetitels für das Obere Mittelrheintal

Der populär gestaltete kulturtouristische Markt ist im 21. Jahrhundert international vorzufinden und der Wettbewerb groß. Um den kulturtouristischen Ansprüchen zu genügen, hat der Zweckverband für das Obere Mittelrheintal ein neues Profil erarbeitet. Ziel ist es, den Tourismus und so die ökonomische und soziokulturelle Entwicklung zu fördern. Im Gegensatz zu anderen Welterbestätten war hier – wie in der überwiegenden Mehrzahl der geführten Gespräche deutlich wurde – ein externer Impuls notwendig, um eine solche Entwicklung anzustoßen. Franziskus Weinert, der sich in der Bürgerinitiative Rheinpassagen für das Tal engagiert, verdeutlicht, wie die Markierung als Welterbe dabei hilft:

„Der Titel ist ein Segen für das Tal. Alleine schon aus diesen Prestige- und Marketinggründen. [...] Ohne den Titel wären wahrscheinlich nicht so viele Leute hier auf das Tal aufmerksam geworden, ohne den Titel wären wahrscheinlich letztendlich nicht so viele Initiativen und Förderprogramme aufgelegt worden, wie es jetzt glücklicherweise doch geworden ist. Und es hätte bei Weitem eben nicht den Aspekt bekommen, dass viele in Richtung Qualität denken, grade die Gastronomen. Und wenn es jetzt den Titel nicht hätte, wäre das Tal wahrscheinlich weiter nach unten abgestürzt, also in der Hinsicht, dass man im Bereich Tourismus echte Probleme bekommen hätte. Also man hat ja aktuell immer noch Probleme, aber dass sich die Probleme weiter verstärkt hätten. Die Glanzzzeiten waren hier so in den 70ern, 80ern, auch in den 60ern, da war hier alles deutlich einfacher und so nach dem Motto ‚Draußen nur Kännchen‘. [...] Und letztendlich Ende der 90er hatte man die Quittung dafür gehabt, dass es hier extremst ruhig war. Und ja, durch diesen Titel haben alle wahrscheinlich noch mal so ein Kick, so einen Anstoß erhalten, wo es dann hier so [hie], okay, wir müssen in die Richtung was tun.“ [00:19:13–00:22:10]

Der Welterbe-Gastgeber Gerd Ripp, der sowohl aus Eigeninteresse als auch durch persönliche Kontakte zu den Initiatoren des Welterbes die Bedeutung des Status sehr hervorhebt, äußert sich ähnlich:

⁸⁸² Andere Stätten setzen eher einzelne Angebote mit dem Welterbe in Verbindung. Vgl. Tabelle im Anhang.

„Es ist alles wichtig für das Tal, was uns in irgendeiner Form weiterbringt. Darum ist so ein Titel wichtig. Also ich find's gut, es ist positiv, es bringt mehr Gäste hierher, es bringt uns mehr Geld in die Kassen durch die Politik. Es wurde viel getan in der Struktur und all das ist ja wichtig, insofern ist der Titel wichtig. [...] [Die Veränderungen] wären allein aus politischen Gründen nicht gekommen. Die politischen Marketinggelder vom Land, die wären nie so ausgeschöpft worden hier im Tal. Also das wäre mit Sicherheit nie erfolgt. Man muss sich einfach bewusst machen: das ist das Aushängeschild für Rheinland-Pfalz. Und so ein Aushängeschild, das muss bedient werden, das muss gepflegt werden, da muss was getan werden, da müssen die Strukturen vielleicht auch geändert werden oder es muss restauriert, renoviert werden und so weiter. Also insofern ist es auch ein Politikum und darüber bin ich froh. Ob das Ding jetzt Welterbe heißt oder nicht, ist egal, aber dadurch bedingt, ist es so weit gekommen. Und das ist ja schon mal nicht falsch.“ [00:31:14–00:33:35]

Vonseiten meiner Interviewpartner liegen differente Ansichten zum Zusammenhang zwischen dem Welterbestatus und dem Tourismusaufkommen vor. Die Akteure, die sich unmittelbar mit dem Tourismus im Tal beschäftigen, sind positiv gegenüber dem Titel eingestellt. So äußert Dieter Glaab als Leiter des Amtes für Touristik in Bingen, dass mit dem „UNESCO-Welterbesymbol“ eine Trendwende eingetreten sei, die dem Tourismus helfe. Dabei betont er nicht nur die Rückbesinnung auf die vorhandenen Stärken sowie die Bedeutung des steigenden Medieninteresses, welches das Tal positiv fokussiert. Ganz wesentlich haben auch die nun generierbaren Fördergelder und die Initiativen der Landesregierung im Kontext des Titels UNESCO-Welterbe zum touristischen Aufschwung beigetragen. Das Angebot und die Qualität seien dabei gestiegen, um das Welterbe mit Leben zu füllen. Christian Kuhn macht als Geschäftsführer der Rhein-Nahe Touristik e. V. ähnliche Erfahrungen:

„Wir sind eine IA Region; wir sind eine der touristisch attraktivsten Regionen, aber wir hatten ein paar Schwächen gehabt und da hat es uns natürlich geholfen mit dem UNESCO-Welterbe, das aktiv anzugehen und die Region ein bisschen zu stärken. Wir haben sehr starke, sehr stolze Orte hier, aber wir haben uns dadurch praktisch als ein Welterbegebiet zunehmend identifiziert. Also hat es auch ein bisschen psychologische Wirkung. Weil Geld hat die Anerkennung zunächst mal unmittelbar nicht gegeben. Es hat es erleichtert, dass wir an bestimmte Förder-töpfe drankommen, das stimmt, [...] und das hat natürlich auch dem Tourismus geholfen.“ [00:09:52–00:10:32]

Welterbe-Gastgeberin Ute Hemkes-Precoma sieht den Zusammenhang noch nicht:

„Wirtschaftlich, da kann ich auch im Namen meiner Kollegen sprechen, hat sich das Ganze noch nicht so ganz bemerkbar gemacht, wobei das ist ja auch alles noch ziemlich neu, das kann man in zwei, drei, vier Jahren schaffen, das dauert alles etwas länger, das Tal hat so lange geschlafen, dass diese Aufwachphase doch ein bisschen länger dauert, denk ich mal.“ [00:12:39–00:13:03]

Da es sich bei den Interviewpartnern um professionelle und stark involvierte Akteure handelt, ist es nicht überraschend, dass sie sich kaum negativ zum Titel äußern. Letztlich kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, dass der Welterbetitel den Tourismus (positiv) beeinflusst hat. Zu

viele unbekannte Variablen spielen hier eine Rolle. Deutlich wird in den Stellungnahmen jedoch, dass bei den befragten Akteuren aus den Bereichen Tourismus und Politik eine positive Einstellung hinsichtlich des Titels und eine positive Attribuierung auf den Titel feststellbar ist. In ihrem Bewusstsein spielt der Titel eine große Rolle, auch wenn sich dies nicht nachweisbar in Besucherzahlen ausdrücken lässt.

Mit der Auszeichnung setzte eine neue Bewertung und Inwertsetzung der Kulturlandschaft mit all ihren soziokulturellen Gegebenheiten ein. Die geografischen und gesellschaftlichen Faktoren wie Landschaft und Kultur sind weiterhin Grundlage für die Bestimmung der Destination. Hinzu kommen zusätzliche Angebote, die förderlich für den Tourismus sind bzw. speziell für diesen entwickelt wurden. Der Welterbetitel stellt den Rahmen, Bezugspunkt und Anreiz für neue Attraktionen dar. Das Welterbe wird dabei aktiv inszeniert und kommodifiziert. Einerseits werden dafür bewährte Symbole und tradierte Vorstellungen beibehalten. Andererseits werden neue Ideen und Konzepte entwickelt, bei denen der Welterbetitel die Basis der Angebotsgestaltung bildet.

Die Verknüpfung von Kulturlandschaft, Gastronomie, Weinbau, Tourismus und regionalen Produkten mit dem Welterbetitel eröffnet neue Möglichkeiten und Chancen. Die Kulturlandschaft als Objektivierung wird aktualisiert und in Abhängigkeit von räumlichen, zeitlichen und sozialen Bezügen gestaltet. Im Oberen Mittelrheintal ließ die Neugestaltung der Region im Kontext der Welterbewertung neue Ausdrucksformen in Freizeit-, Unterhaltungs- und Gastronomieangeboten entstehen. Mit dem Welterbetitel versehene Events, Wandertouren oder Gastronomiebetriebe werden neben der klassischen Bildung und Hochkultur in Form von Baudenkmalern, Museen oder Geistesgeschichte als kultureller Mehrwert verstanden, um den Standort zu vermarkten, ein modernes Image und eine Unique Selling Proposition zu entwickeln. Die touristischen Initiativen eignen sich daher nicht nur den Ort, sondern auch den Titel an und berufen sich darauf. Populäre Vermittlungsformen wie mediale Inszenierungen, die in Online-Portalen veröffentlicht werden, Musikveranstaltungen, Kunstausstellungen oder historische Spektakel stellen einen Bezug zum „einzigartigen Welterbe“ her und möchten sich damit aufwerten. Zunehmend tritt in den für die vorliegende Arbeit analysierten Medieninhalten der Zusatz UNESCO-Welterbe, das Logo des Zweckverbands oder des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz in Erscheinung und auch in der Rhetorik wird sich um entsprechende Beschreibungen bemüht. Das Obere Mittelrheintal wird dabei auf der einen Seite mit dem international bedeutenden Titel „aufgeladen“. Auf der anderen Seite wird der Titel mittels der Betonung der regionalen Bestandteile und den damit verbundenen Events und Initiativen mit Bedeutung gefüllt. Das Welterbe wird so selbst zu einem kulturellen Zeichen. Es findet also gleichzeitig eine Aneignung sowie eine inhaltliche Aufladung des Welterbetitels statt.

Durch die Auszeichnung wurde eine neue Referenz etabliert, mit der ein bestimmtes Image verbunden bzw. suggeriert wird. Die Konstruktion als Welterberegion schreibt dem Raum bestimmte Eigenschaften, Qualitäten, Assoziationen und eine individuelle Bedeutung zu. Die Ernennung des Tals als Welterbe kann somit sowohl als eine ideelle Ressource als auch als ein Katalysator für eine neue touristische Vermarktung betrachtet werden. Der Welterbetitel konstruiert einen neuen symbolischen Gehalt und lenkt die Gestaltung. Über die Region – vom Gastgewerbe, der Beschilderung, den Freizeiteinrichtungen über Sehenswürdigkeiten bis hin zu den kulturellen Institutionen – wird ein Welterbe-Netz geworfen, was sich besonders im touristischen Bereich manifestiert. Die Kulturlandschaft wird inszeniert im Dienste einer gewünschten Interpretation. Dabei wird die Region mit dem Welterbetitel neu gefüllt und die touristische Erscheinung mithilfe der symbolischen Bedeutung des Titels ideell und materiell um- und aufgerüstet. Im Rahmen der Untersuchung trat deutlich hervor, dass der Titel für den Tourismus instrumentalisiert wird und als eine touristisch vermarktbar Plakette und Dekoration des touristischen Marketingkonzepts dient, um ökonomischen Profit zu erzielen sowie Fördermittel zu akquirieren. Die Heritage-Infrastruktur und die Heritage-Produkte dienen der touristischen Wertschöpfungskette und führen zur Bildung eines Heritage-Raumes, der durch die Kulturlandschaft und die Heritage-Industrie definiert wird. Der Titel allein führt demnach nicht zum Aufschwung, sondern der Prozess der Heritage-ifizierung und die damit verbundenen In-Szene Setzungen der Auszeichnung.

Maßgeblich sind im Oberen Mittelrheintal die Initiativen des Zweckverbands an der Gestaltung des Heritage-Raumes beteiligt. Mit seinen Angeboten versucht der Verband ein idealisiertes Bild des Welterbes für die öffentliche Wahrnehmung zu konstruieren. Deutlich wird die häufige Wiederholung des hohen Qualitätsstandards seitens der Interviewpartner, die im professionellen Tourismus tätig sind und sich Synergieeffekte durch die Kooperation mit dem Zweckverband versprechen. Wie die Ausführungen zum Wandel des Kulturtourismus zeigen, ist die qualitative Ausrichtung für ein bestimmtes Marktsegment auch ohne den Welterbetitel von Bedeutung. Für das Fallbeispiel muss die Orientierung am höherpreisigen Qualitätstourismus jedoch kritisch gesehen werden, schließlich suchen nicht alle Touristen dort diese Angebote. Ebenso partizipieren nicht alle im Tourismus tätigen Akteure an den Initiativen des Zweckverbands. Klar ist, dass ein neues Image für das Tal, Änderungen der Infrastruktur und des touristischen Angebots zu einer höheren Qualität wichtig sind. Dem Welterbetitel wird dabei ein Image zugeschrieben, das die Vermarktung in ein neues Licht stellt. Die Auszeichnung betrifft allerdings die gesamte Kulturlandschaft und sie kann daher von allen Dienstleistern genutzt werden. Schließlich dient der Welterbetitel als Qualitätsgarant für eine einzigartige Kulturlandschaft und nicht für eine exklusive touristische Infrastruktur. Freilich gibt es Angebote, die nicht

mehr in das Bild passen, andere, z. B. Camping, sind hingegen weiterhin von Interesse, werden jedoch nicht gefördert. Dies führt zu der Frage, ob die Initiativen des Zweckverbands die Region nicht auch in einer Art verändern, die mit der Verleihung des Titels nicht gewünscht ist. Schließlich geht es um den Erhalt und den Zugang zu der Kulturlandschaft für alle und nicht um die Fokussierung auf wohlhabende Besucher.

Hervorgehoben werden muss jedoch die Beobachtung, dass die Nutzung des Welterbetitels das Tal äußerlich verbindet. Die Disparität ist dabei ein wesentlicher Unterschied in den Ausgangsvoraussetzungen im Vergleich zu anderen Welterbestätten. Im Oberen Mittelrheintal tragen der Welterbetitel und dessen Vermarktung in besonderer Weise dazu bei, die Region neu zu konstruieren und unter einem einheitlichen, wiedererkennbaren Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit zu betonen. Das heißt, die multiplurale Verankerung des Erbes ist ein Beitrag zur Regionalisierung. Zum einen hilft die zuvor dargestellte Kommunikationsstrategie in Form der Corporate Identity, die Separationen im Tal äußerlich zu überwinden. Zum anderen fördern das Aufgreifen, die Inwertsetzung und die Kommodifizierung des Titels seitens unterschiedlicher Dienstleister, das Tal unter einem gemeinsamen Merkmal zu vermarkten.

Nicht alle Projekte und Initiativen, mit denen das Welterbe „gefüllt“ wird und die die Qualität der Kulturlandschaft erhöhen, sind allein aufgrund der beabsichtigten Tourismusförderung entstanden. Die Inszenierungen des Oberen Mittelrheintals im Kontext der Welterbewerderung sollen das Tal nicht zu einer (touristischen) Ausstellung seiner selbst machen, wie es Kirshenblatt-Gimblett für andere Beispiele der Kulturerbewertung ausführt.⁸⁸³ Die neuen Initiativen, Umgestaltungen, das Standortmarketing und die regionalwirtschaftlichen Effekte sollen auch für die Bewohner und deren alltägliche Lebenswelt einen Mehrwert bieten. Neben den wirtschaftlichen Effekten und politischen Motivationen soll mit der Neuinszenierung des „kulturellen Kapitals“ die Identifikation der Bevölkerung mit der Region gestärkt werden. Inwiefern im Oberen Mittelrheintal mit der Inwertsetzung des Erbes die regionale Verbundenheit stabilisiert bzw. hergestellt wurde, wird im folgenden Kapitel untersucht.

⁸⁸³ Dabei führt die Autorin das Beispiel der Plimoth Plantation an. Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1998: 4 u. 149f.

8 Der UNESCO-Titel als Identitätsstifter – zur Rezeption seitens der Bevölkerung

Die Welterbe-Governance ist gekennzeichnet von einer Vielfalt an Akteuren (UNESCO, Nationalstaaten, regionale politische Akteure, gesellschaftliche Interessensgruppen etc.), die miteinander interagierend das Welterbe prägen. Viele Personen sind in diesem partizipativen Prozess involviert, welche die Abläufe in Abhängigkeit von ihren Interessen beeinflussen. Das Welterbe wird auf verschiedenen Ebenen gestaltet und liegt nicht allein in den Händen von professionellen Akteuren und autorisierten Institutionen, deren Umgang mit dem Welterbe im vorherigen Kapitel dargestellt wurde. Die UNESCO-Anerkennung durchdringt verschiedenste gesellschaftliche Bereiche auf Kommunal- und Lokalebene. Berührt werden davon nicht ausschließlich alltagsferne, sondern – wie im Fall des bewohnten Welterbes Oberes Mittelrheintal – gerade auch alltagsweltliche Bereiche. Wie bereits ausgeführt, ist der Umgang mit den international ausgezeichneten Stätten an einen bestimmten Raum gebunden. Das globale bzw. globalisierte Erbe unterliegt demnach auch der Macht des Lokalen und hat zugleich Auswirkungen auf das Lokale. Die Auszeichnung transformiert nicht nur die kulturlandschaftlichen Artefakte und deren Bedeutung, sondern ebenso den damit verbundenen Lebensraum.⁸⁸⁴

Dabei sind die Umsetzung des Managementplans und die Belebung des Welterbestatus nicht ohne das Mitwirken lokaler Akteure möglich. Die Erkenntnis der Notwendigkeit intraregionaler Kooperation darf nicht allein bei Politikern oder Ökonomen liegen, sondern soll entsprechend der Operational Guidelines auch von der Bevölkerung und deren Bewusstsein für die Region vorangetrieben werden.⁸⁸⁵ Im Oberen Mittelrheintal sollen nicht nur Experten über die Regionalentwicklung entscheiden, sondern auch die Bevölkerung, die darin lebt und täglich damit umgeht.

Um einer eindimensionalen Untersuchung der Veränderungen durch den Welterbetitel fokussiert auf die öffentlichen Akteure entgegenzusteuern, sollen die politischen und planerischen Aspekte der Welterbegestaltung kontrastiert werden mit dem alltagsweltlichen Kontext der Bewohner sowie deren Interessen, Aktivitäten und Einstellungen. In den Interviews und analysierten Unterlagen der öffentlichen Akteure werden immer wieder die Chancen, welche der Welterbetitel für die Entwicklung der Kulturlandschaft bietet, betont. Doch welche Einstellung vertreten die Einwohner diesbezüglich? Was bedeutet es der Bevölkerung in einem Welterbe zu leben? Beeinflusst die Auszeichnung ihr Regionalbewusstsein und wird sie gar als kollektiv gesellschaftlicher Identifikator wirksam? Wie variieren das Verständnis des Welterbes und

⁸⁸⁴ Vgl. Tschofen 2007: 27.

⁸⁸⁵ Vgl. Initiative Baukultur 2005; siehe zum Bottom-up-Ansatz auch Herrenknecht 1998: 71.

dessen Beurteilung und Handhabung bei den Einwohnern? Passen die ökonomischen Vorstellungen zu denen der Bevölkerung oder dient die „institutionelle Konzeptualisierung“ von kulturellem Erbe nur den bereits dargestellten Akteuren und deren politischen sowie (privat-)wirtschaftlichen Interessen?

Um einschätzen zu können, wie die Bevölkerung mit dem Welterbe und der Auszeichnung umgeht, schien es wichtig, das lokale Verhältnis zum kulturellen Erbe – der Kulturlandschaft – aus einer emischen Perspektive zu erforschen. Zentral war es dabei, etwas über die „Mensch-Raum-Beziehungen“ und die Bedürfnisse der dort lebenden Menschen zu erfahren.⁸⁸⁶ Das Regionalmarketing in Verbindung mit der Welterbbewertung soll – wie dem Managementplan zu entnehmen ist – nämlich nicht nur dazu beitragen, das Regionsimage zu verbessern, sondern auch die Identifikation der Bürger mit der Region steigern. Die kollektive Identifikation mit der Region soll zu einer Einheitsbildung beitragen, um mit dem Welterbe gemeinsame Interessen zu verfolgen und den wirtschaftlichen, sozialen, gesellschaftlichen und kulturellen Standort zum Vorteil aller Einwohner zu sichern.

Im Folgenden soll anhand der Antworten aus der Umfrage dargelegt werden, wie der Titel die Identitätskonzepte der Bewohner und deren Handeln im Raum beeinflusst. Vor der Auswertung der Ergebnisse wird zunächst ausgeführt, was im Rahmen dieser Arbeit unter raumbezogener Identität zu verstehen ist und welche Rolle diese im alltäglichen Handeln spielt. Darüber hinaus soll einleitend die Bedeutung des Regionalbewusstseins im Rahmen des Regionalmarketings dargestellt werden.

8.1 Grundlegende Merkmale raumbezogener Identität

Der Begriff Identität und die Forderung, die auf den Raum bezogene Identität zu stärken, sind elementare Bestandteile in den Projekten und Leitlinien des Regionalmarketings im Zuge der Welterbbewertung. Dabei vermischt sich die Vorstellung der „Identität“ der Region mit der „Identifikation“ von Bewohnern mit der Region. Dies entspricht der Tatsache, dass in den diversen Wissenschaftsdisziplinen sowie in der Alltagssprache keine allgemein anerkannte Definition des Identitätsbegriffes vorliegt und unterschiedliche Sachverhalte mit dem gleichen Begriff belegt werden.⁸⁸⁷ Einige Konzepte für die Entstehung und Entwicklung von Identität, die im Regionalmarketing von Bedeutung sind, sollen im Folgenden aufgeführt werden, um der

⁸⁸⁶ Vgl. Greverus 1994: 94.

⁸⁸⁷ In der Soziologie dient der Begriff „Identität“ zur Beschreibung typischer Muster sozialer Rollen eines Individuums. Persönlichkeitspsychologisch umschreibt Identität ein zusammenhängendes Selbstkonzept. In der Moralthologie/Philosophie sind damit unveränderte, persönliche Werthaltungen und ethische Prinzipien verbunden. Vgl. Keupp 1997: 35.

begrifflichen Unschärfe entgegenzuwirken und eine Auslegung für meine Untersuchung zu definieren.

Greverus charakterisiert Identität umfassend als „Phänomen des Sich-Erkennens, Erkennt- und Anerkanntwerdens“.⁸⁸⁸ Die Psychologen Gerda Eberle-Gramberg und Jürgen Gramberg führen dies weiter aus. Ihnen zufolge haben „wir Identität stets mit einer individuellen und einer sozialen Perspektive sowie mit einer Innen- und einer Außensicht in Verbindung zu bringen“ und können sie „nicht unabhängig von Zeit und Kontext verstehen.“⁸⁸⁹ Das „Ich“ bildet sich demnach durch die reflexive Abgrenzung und Interaktion mit dem „Nicht-Ich“ in historischen Abläufen und an bestimmten Orten. Dabei konstituiert und aktualisiert sich die Identität menschlicher Individuen abhängig von Erfahrungen mit sozialen Beziehungen, dem Lebensraum und der Arbeit oder persönlichen Erfolgen, der materiellen Sicherheit, den persönlichen Werten, Gewohnheiten etc. Identitätssuche und -findung stehen im Kontext von Verankerung, Verortung und Positionierung in der Gesellschaft, der Interessengruppe oder eben dem Raum. Im Sinne des Sozialpsychologen Heiner Keupp entwickeln und verknüpfen sich dementsprechend im Rahmen „alltäglicher Identitätsarbeit“ verschiedene Teilidentitäten, welche aus einem großen Repertoire sozialer Zugehörigkeiten geschöpft werden.⁸⁹⁰ So lässt sich die Identitätsbildung unter aktuellen gesellschaftlichen Bedingungen mit einem Patchwork vergleichen.⁸⁹¹ Unter den verschiedenen Merkmalen, die die Entwicklung der Identität beeinflussen, befinden sich auch solche, die sich aus der Position des Individuums im Raum ergeben wie die Herkunft oder der Ort, an dem der Schwerpunkt sozialer Interaktionen liegt. Die Diskurse um die soziokulturellen Bedingungen der Identitätsentwicklung sollen an dieser Stelle nicht ausführlicher nachgezeichnet werden. Für die folgende Untersuchung liegt der Fokus auf der regionalen Teilidentität. Regionaler Identität liegen allerdings zwei Verständnisformen zugrunde: Zum einen die eben genannte „Identifikation“ von Bewohnern eines Ortes mit diesem bzw. die Bedeutung von Orten für die Ich-Identität von Individuen sowie für das Wir-Verständnis von Gruppen im Rahmen der Gruppen-Identität. Zum anderen wird mit regionaler Identität die Vorstellung der „Identität“ respektive des Images eines Ortes bezeichnet.⁸⁹²

8.1.1 Individuelle raumbezogene Identität

Im ersten Bedeutungskontext gilt die räumliche Identität als Beziehungsaspekt zwischen dem Menschen und seiner räumlichen Umwelt, welcher in der Identifikation mit der Region und in

⁸⁸⁸ Greverus 1986: 464.

⁸⁸⁹ Eberle-Gramberg u. Gramberg 2004: 28.

⁸⁹⁰ Keupp 1997: 34.

⁸⁹¹ Vgl. Keupp 1989 u. 2005.

⁸⁹² Vgl. Weichhart 2004: 131.

der räumlichen Verbundenheit Ausdruck findet. Verschiedene Maßstabebenen beeinflussen dabei abhängig von der Größe der Areale und menschlicher Interaktionsweiten das räumliche Bewusstsein. Sowohl die persönlich bekannte Nahumgebung – wie die Wohnung, die Nachbarschaft, der Wohnort oder Freizeiträume – können dabei prägend sein als auch Raumschnitte, die für das Individuum aufgrund ihrer Größe nur in Teilbereichen aus persönlicher Erfahrung bekannt sind wie z. B. Städte oder das Umland. Auch Räume und Orte, von denen Individuen nur mittelbare Kenntnis besitzen oder allein einzelne Punkte kennen, können Einfluss ausüben. Dazu gehören Bundesländer, Regionen oder Nationen. Raumbezogene Identität stützt sich demnach auf jene signifikanten Elemente der Umwelt, die ein Individuum in sein Selbstkonzept einbindet, mit denen sich das Subjekt identifiziert.⁸⁹³

Die Identifikation mit der räumlichen und sozialen Umgebung sind wichtig, um das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Geborgenheit und (Interaktions-)Sicherheit zu befriedigen. Der Raum und die eigene Position im Raum haben sowohl Einfluss auf die Ich-Identität, die Verortung und die Selbstbestimmung als auch auf die Abgrenzung zu anderen Menschen.⁸⁹⁴ Die Identifizierung mit einem Ort kann Verhaltenssicherheit, soziale Kompetenz, Vertrauen, Nähe und Integration stiften. Kognitive Dissonanz, also Unbehagen gegenüber einer den eigenen Vorstellungen nicht entsprechenden Wahrnehmung, wird dabei oft verdeckt und positive Gefühle stehen im Vordergrund, da Stabilität gewünscht ist.⁸⁹⁵

Dieses Bewusstsein reduziert somit Komplexität und bietet Orientierung, indem die Alltagswelt strukturiert, interpretiert und mit Deutungsmustern versehen wird. In bekannten Räumen werden Wahrnehmungs- und Orientierungsmuster gebildet (z. B. Streckenabmessung mit dem Vergleich zu einer bekannten Strecke). Zudem sind Räume mit einer Erwartungshaltung verknüpft, indem z. B. bestimmte Abläufe vor Ort vorhergesehen werden. Diese Konstanz Erfahrung und Deutungssicherheit – die der Mensch besonders in seiner Nahumgebung erfährt – helfen, die Umwelt nicht ständig neu bewerten zu müssen, was Stressreduktion bewirkt. Die damit zusammenhängende Vertrautheit „trägt zur Entwicklung und Stabilisierung von Ich-Identität bei.“⁸⁹⁶ Auch die Kulturanthropologen Reimar Brinkmann und Frank Seibel betonen, dass der Mensch diese Räumlichkeit zur Bestimmung seines Wesens braucht.⁸⁹⁷ So wird der Mensch immer durch sein Verhalten zu einem umgebenden Raum geprägt. Dieser Raum ist für die Menschen,

⁸⁹³ Vgl. Weichhart 2004: 131f; Werthmüller 1995: 52 u. 84–85.

⁸⁹⁴ Identität als ein Sich-Selbstversichern entwickelt sich dabei mit dieser Interaktion – also der Gemeinschaft mit bzw. der Anerkennung oder der Abgrenzung von anderen. Vgl. Schuhbauer 1996: 25f.

⁸⁹⁵ Vgl. Luger 2010: 31. Vgl. dazu auch den hier nicht weiter ausgeführten Diskurs zum umstrittenen Heimatbegriff: z. B.: Tauschek 2005; Binder 2008 u. 2010; Daxelmüller 1991; Köstlin 1996; Köstlin u. Bausinger 1980.

⁸⁹⁶ Weichhart, Weiske u. Werlen 2006: 62.

⁸⁹⁷ Vgl. Brinkmann u. Seibel 1995.

die ihn erleben und konstituieren, nie wertneutral, weist Unstetigkeit sowie Grenzen auf und kann untergliedert sein.⁸⁹⁸

Wie eine Person sich mit einem Ort identifiziert und daran bindet, ist subjektiv – abhängig von der Beziehung zu dem Raum, der Vorgeschichte, der Sozialisation und Enkulturation sowie individuellen Bezugspunkten und Interaktionen im Raum (Wohndauer, Freunde, Familie, Arbeit, Lebensentwurf und -stil etc.). Neben dem objektiven Raum beeinflusst der unmittelbare, alltägliche Aktionsradius eines Menschen und die mögliche Befriedigung der Lebensbedürfnisse das Raumbewusstsein.⁸⁹⁹ Verschiedene regionale und lokale Identitätsgrenzen sind dabei möglich (Ort, Bundesland etc.), die oft unterbewusst existieren und erst bei bestimmten Veränderungen im Zusammenhang von Abgrenzung und Verortung (Umzug, Reisen) betont werden. Regionales Bewusstsein hilft demnach dabei, sich selbst zu beschreiben. In dieser personenbezogenen Perspektive wird räumliche Identität als mentale Größe in „den Köpfen“ von Personen interpretiert, welche sich in kognitivem, emotionalem oder symbolischem Zugehörigkeitsgefühl, Selbstverständigung und Selbstvergewisserung ausdrückt. Andere Gebiete werden durch diese Verbundenheit und Festigung in unserem Bewusstsein abgegrenzt.⁹⁰⁰

Regionalidentität ist also ein Schema, das unsere Wirklichkeit und Umwelt strukturiert, bewertet und hilft, Informationen zu verarbeiten. Administrative Grenzen müssen nicht mit subjektiv erlebten Grenzen übereinstimmen. Zudem können bestimmte Räume sowie die Identifikation mit dem Raum Handlungen, Einstellungen und Verhaltensweisen aktivieren, beeinflussen und stärken. In dem humanökologischen Raumorientierungsmodell, das Greverus Ende der 1970er-Jahre für die Gemeindeforschung adaptierte und weiterentwickelte, werden die Bedürfnisse der Raumorientierung, der Mensch-Raum-Beziehung, vier Kategorien zugeschrieben. Danach gibt es a) eine instrumentale Raumorientierung, die der materiellen, wirtschaftlichen Existenzsicherung dient, und b) eine politische-strategische Raumorientierung, oder auch kontrollierende Raumorientierung, zur formellen und informellen Kontrolle der Raumnutzung sowohl im öffentlichen als auch privaten Bereich. Die (c) Raumorientierung nach soziokulturellen Merkmalen dient der Interaktion, Sozialisation, Enkulturation im Raum, also der Entfaltung der Persönlichkeit im Raum, und (d) die symbolische Raumorientierung beeinflusst ästhetische Präferenzen und kollektive oder individuelle Traditions-, Image-, Erfahrungs- und Erinnerungswerte, die mit dem Raum verbunden sind und der Orientierung dienen.⁹⁰¹ Dabei handelt es sich um ein idealisiertes Modell, nach dem diesem Arrangement der Raumorientierung ein stabilisierender und kompensatorischer Effekt zugeschrieben wird. Laut Greverus ist es für eine

⁸⁹⁸ Vgl. Brinkmann u. Seibel 1995: 24.

⁸⁹⁹ Vgl. Greverus 1972: 382f.

⁹⁰⁰ Weichhart 1990: 20.

⁹⁰¹ Vgl. Greverus 1979: 94; Greverus 1994: 89.

erfüllte Identität wichtig, wenn sich die einzelnen Dimensionen von Wirtschaftsraum, Sozialraum, kontrolliertem und symbolischem Raum ergänzen. Die Dominanz eines Bereiches kann jedoch einen anderen kompensieren, sodass eine hohe Ortsidentifikation entsteht.

Wie andere Teilbereiche unserer Identität ist regionale Identität keine stabile Größe, sondern wandel- und verhandelbar. Sie konstituiert und aktualisiert sich abhängig von sozialen Beziehungen, der materiellen Sicherheit, sozioökonomischen Charakteristika (z. B. dem Arbeitsplatz) oder den persönlichen Werten vor Ort. Hinsichtlich regionaler Identität lassen sich demnach nicht nur Unterschiede zwischen einzelnen Individuen, sondern auch Unterschiede in den verschiedenen Lebensabschnitten einer Person erkennen, da bestimmte Einflüsse auf die Identität austauschbar und nicht an den einen Referenzraum gebunden sind. Ebenso gibt es im Alltag Verdichtungen und Vernachlässigungen der regionalen Bezüge (z. B. bei der Ausrichtung bestimmter Feste oder im Urlaub).

Menschen identifizieren sich aber nicht nur selbst mit ihrem Herkunfts- und Lebensort, sondern ihnen werden auch von außen, aufgrund ihrer Herkunft oder ihres Wohnortes, bestimmte Eigenschaften zugeschrieben. Das Wissen um den Lebensraum oder die Herkunft eines Menschen führt dazu, dass andere Personen über Generalisierungs- und Typisierungsprozesse, diesen Menschen in einen bestimmten soziokulturellen Kontext einordnen. Demnach kann neben zentralen Identitätsfaktoren (z. B. Alter, Geschlecht, Beruf) auch die Beziehung zu einem spezifischen Raum (z. B. Geburtsort, Herkunftsland, Wohnort, Urlaubsziele etc.) zur Beurteilung der Identität anderer herangezogen werden. Daraus resultierende regionale Stereotypisierungen, die der Reduktion von Komplexität im alltäglichen Handeln und Denken dienen, werden im Rahmen von Sozialisationsprozessen weiter tradiert und reproduziert. Regionale Identität kann also auch durch Zuschreibungen von anderen vollzogen werden. Selbst muss man diese jedoch nicht teilen.

Über das Individuum hinaus kann regionale Identität auf eine Gruppe, die sich über das Raumbewusstsein zusammengehörig fühlt, übertragen werden.⁹⁰² Das Individuum identifiziert sich mit bestimmten Gruppen oder grenzt sich von diesen ab. Es wird von Außenstehenden bestimmten Gruppen zugeordnet oder von bestimmten Gruppen ausgegrenzt. Um sich stabil weiterentwickeln zu können, ist es für die individuelle Identität bedeutend, sich der Teilhabe an einer kollektiven Identität zu versichern. Das „Wir-Bewusstsein“ ist somit im Selbst-Konzept einer Person verankert. Da in der Alltagserfahrung oft sozialräumliche Gegebenheiten wie Nachbarschaften, Stadtviertel, Gemeinden oder Regionen als Bezugs- und Referenzgrößen erfasst werden, hat die raumbezogene Identität erheblichen Einfluss auf den sozialen

⁹⁰² Vgl. Weichhart 1990: 23.

Zusammenhalt, die Integration und Gruppenloyalität. Der Geograf Peter Weichhart beschreibt dies folgendermaßen: „Alltägliche Kommunikation bezieht sich – neben unzähligen anderen Inhalten – auch auf Gegenstände der psychisch-räumlichen Umwelt, die unter anderem einen selbstverständlichen und in der Regel nicht weiter reflektierten Verweis- und Orientierungshintergrund von Gesprächs- und Handlungssituationen darstellen.“⁹⁰³ Das subjektive Wissen über die Region kann daher in der Interaktion einer Gruppe eine Rolle spielen. Kollektive verorten sich und schaffen so einen „Raum“, auf den sie sich beziehen und mit dem sie sich identifizieren. Die raumbezogene Identität trägt somit zur Verknüpfung von personaler und kollektiver Identität bei und bewirkt soziale Kohäsion sowie räumliche Solidarität. Die Übereinkunft, was die Gruppe und den verortbaren Raum definiert, kann sich jedoch prozessual ändern und durch Interaktion fortwährend ausgehandelt werden. Identität ist kontextabhängig und kann daher als strategische Ressource genutzt werden, um sich in politischen und gesellschaftlichen Zusammenhängen neu zu positionieren.⁹⁰⁴ Dabei kann es verschiedene Kollektive in einer Region geben. Bei der Beschäftigung mit dem kollektiven Raumbewusstsein muss also immer analysiert werden, was der Kern ist, der über das subjektive Bewusstsein hinausgeht. Dazu gehört unter anderem, etwas über die Personen und die Art und Weise, wie und warum sich mit einem Ort identifiziert wird, zu erfahren.

Auch kollektive regionale Identität kann von außen definiert werden. Dies geht jedoch nur, wenn sich das Bewusstsein der Gruppenmitglieder über die Grenzen oder den Inhalt des Raumes ähneln. So muss z. B. die Region Oberes Mittelrheintal nicht von allen Bewohnern gleich, aber zumindest vergleichbar abgegrenzt werden.

8.1.2 Die Identität der Region

Das zweite Verständnis regionaler Identität stellt den Raum selbst als Objekt der Identitätszuschreibung in den Vordergrund. So verfügt die Region über Identität, sofern sie sich aufgrund unverwechselbarer und typischer Eigenschaften von anderen Regionen unterscheidet.⁹⁰⁵ Nach Weichhart entspricht die Identität eines Ortes dem Image, das in und von einer Region existiert und für verschiedene Zwecke verbreitet wird.⁹⁰⁶ In dieser in der Kulturanthropologie verorteten Arbeit wird auch der Begriff des Images und nicht der Identität in den Vordergrund gestellt, um die Region zu beschreiben.

Das Eigenimage eines Ortes entsteht durch Vorstellungen, soziale Kommunikation und Interaktion der ortsansässigen Bevölkerung. Es hat aus diesem Grund eine starke Wirkung auf die

⁹⁰³ Weichhart 1990: 47.

⁹⁰⁴ Vgl. Hauser-Schäublin u. Klenke 2010: 26f.

⁹⁰⁵ Vgl. Werthmüller 1995: VI u. 9f.

⁹⁰⁶ Vgl. Weichhart 2004: 132.

Identifikation von Individuen mit dem Raum, aber auch auf die Ausbildung von Gefühlen der Zugehörigkeit zur Heimatregion, die emotionale Bindung an diese sowie die Entwicklung von Loyalitäts- und Verantwortungsgefühlen. Das Fremdimage hingegen bildet sich durch soziale Kommunikation nicht ortsansässiger Personen. Mit dieser Differenzierung geht die Beobachtung einher, dass mit zunehmender Entfernung zum Referenzraum der Verzerrungsgrad des Images steigt. Demgemäß muss die Identität eines Raumes, die ihm von außen zugeschrieben wird, nicht die eigentlichen Eigenschaften des Raumes wiedergeben. Dennoch können die Images natürlich auf objektiven Gegebenheiten, unverwechselbaren und „typischen“ Eigenschaften basieren und aufgebaut werden.

Die Images bieten Menschen den Vorteil, auch wenn sie keine oder nur geringe persönliche Erfahrungen mit dem Raum gemacht haben, eine Vorstellung davon zu besitzen. Somit wird dem räumlichen Image eine Orientierungsfunktion zugesprochen und es kann als Entscheidungsgrundlage bzw. der Meinungsbildung bezüglich der Region dienen. Durch eigene Erfahrungen kann dieses Image natürlich wieder verändert, erweitert und spezifiziert werden.⁹⁰⁷ Für das Marketing von Regionen sind solche Typisierungen sozialer Gegebenheiten im Sinne eines gezielten „Image“-Designs dennoch von Bedeutung (vgl. Kap. 7). Sie sind der eigentliche psychosoziale Hintergrund dafür, dass diese Art von Marketing funktionieren kann.

8.1.3 Funktion von regionaler Identität im Regionalmarketing

Wie ein Blick auf verschiedene Projekte zum Thema Regionalentwicklung zeigt, scheinen der Begriff „regionale Identität“ und Maßnahmen zu deren Stärkung immanente Bestandteile politischer Strategien zu sein. Solches Identitätsmarketing wird betrieben, um mit dem Bezug zur Bevölkerung regionale Bestrebungen zu legitimieren. Es ist unbestritten, dass die Kenntnis der Bedürfnisse der Bevölkerung einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die Entwicklung darstellt. Dementsprechend konstatiert Bärbel Kerkhoff-Hader, dass es für das Regionalmarketing wichtig sei, die Aufmerksamkeit auf die Befindlichkeiten der Bevölkerung zu richten, da „sich Lebensregionen von politisch-administrativen oder funktionalen Räumen [...] in vielen Bezugspunkten unterscheiden.“⁹⁰⁸ So soll das Regionalmarketing nicht nur dazu beitragen, das Image der Region zu verbessern, sondern auch die Identifikation der Bürger mit dieser steigern, um ein regionales Selbstverständnis und ein gemeinsames Problembewusstsein aufzubauen.

Die Identifikation mit dem gemeinsamen Lebensraum, die sich in einem raumbezogenen Loyalitäts- und Verbundenheitsgefühl widerspiegelt, wird im Regionalmarketing genutzt. Ihre Aktivierung ist eine Grundlage für das Funktionieren von Regionalmarketing, da sie als

⁹⁰⁷ Weichhart 2004: 132.

⁹⁰⁸ Kerkhoff-Hader 1997: 21; siehe auch Keß 2001: 251–253.

Voraussetzung dafür angesehen wird, dass Bewohner bzw. lokale Akteure ein Interesse an der Entwicklung einer Region haben. Regionale Identität ist demnach zum einen ein Instrument, um einen Zugang der Bevölkerung zum Planungsprozess und zur Akzeptanz von Planungsvorhaben zu erzielen. Über die Loyalitätsgefühle wird es zum anderen möglich, „die autochthonen Kräfte des Humankapitals von Städten und Regionen als Entwicklungsmotor einzusetzen.“⁹⁰⁹ Die Identifikation wird im Bereich des Marketings daher planungstheoretisch als Strategieelement der „endogenen Raumentwicklung“ aufgegriffen und soll stimuliert werden, um zur aktiven Mitwirkung an der Umsetzung eines gemeinsamen Leitbildes zu motivieren.⁹¹⁰ Die positive kulturelle und soziale Dimension regionaler Identität soll dabei mit politischen Zielen verbunden werden, um z. B. Abwanderung zu stoppen und ökonomische, soziale und kulturelle Aktivitäten – als weiche Standortfaktoren – zu entfalten und zu fördern.

Bestandteil des regionalisierenden Marketings ist, auf kulturellen oder natürlichen Besonderheiten basierende Bilder und Begriffe sowie Auszeichnungen zu schaffen, mit denen sich Bewohner identifizieren. Diese können auf lange Sicht zu einem Symbol werden, das die Identität einer Region nach innen und außen versinnbildlicht und gesamtregional sowie überregional in Identifikationsprozesse einwirkt. Physische Manifestationen, regionale Produkte, Dialekte oder Gewohnheiten können dabei einen solchen Symbolcharakter aufweisen und kollektiv geteilte Werte und Emotionen transportieren, die das Wir-Gefühl festigen, aber auch individuelle Zugehörigkeitsgefühle bestärken.

Mit der Betonung der regionalen Identität im Regionalmarketing soll ferner die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Akteure einer Region gefördert werden. Politisch dient ein verbundener Identifikationsraum als Ausgangspunkt einer selbstbestimmten, regional angepassten Entwicklung. Insofern soll die raumbezogene Identität eine Koordinierungsfunktion einnehmen. Einen Beitrag zur gemeinsamen Repräsentation stellt die Corporate Identity dar, die einerseits die Region und die regionalen Interessensvertretungen, Institutionen und Administrationen verbinden soll, indem alle Akteure an ihr partizipieren. Andererseits dient die Corporate Identity dazu, die Identität der Region symbolisch zu konkretisieren und zu modernisieren. Das Regionalmanagement soll demnach, wie in Kapitel 7.2 angesprochen, auch das Image des Referenzraumes positiv beeinflussen, um ihn nach außen sowie nach innen als unverwechselbare, einzigartige Ganzheit wahrnehmbarer zu machen. Die Identifizierbarkeit des Referenzraumes und sein Identifikationspotenzial sollen damit gesteigert und ein positiv besetztes Image ausgestaltet werden. Wirtschaftlich dient dies z. B. als Werbestrategie für Investoren oder um bestimmte Produkte besser vermarkten zu können. Indem sich die Bevölkerung darin

⁹⁰⁹ Weichhart, Weiske u. Werlen 2006: 64.

⁹¹⁰ Vgl. Werthmüller 1995: 70.

eingebunden und von dem Identifikationsangebot angesprochen fühlt, soll ebenso die regionale Identität berührt werden.

8.2 Identitätsmanagement im Oberen Mittelrheintal

In dem Managementplan des Welterbes ist die Stärkung der regionalen Identität vorgesehen. Im Folgenden soll hinterfragt werden, inwiefern die Genese einer kollektiven räumlich determinierten Identität erreicht wurde und wie sich die neuen Rahmenbedingungen bzw. die neuen politisch und wirtschaftlich forcierten Raumbezüge auf die Identität der Bewohner auswirken. Die Region unterliegt – wie bereits beschrieben – einem Funktionswandel. Die Orte sind teilweise zu Schlafdörfern geworden und der Funktionsverlust bewirkt eine schleichende Identitätskrise. Von der Ernennung der Region zum Welterbe versprechen sich Politiker und lokale Akteure einen Aufschwung für das Tal, welches laut Hofmann-Göttig zu einer aufstrebenden Region mit neuen Perspektiven werden soll. Ein Ziel der „Initiative Welterbe“ sei es dabei, das Welterbe nicht nur stärker in das wirtschaftliche, sondern ebenso das soziale Leben zu integrieren, um dem Einwohnerverlust entgegenzuwirken.⁹¹¹ Das administrative, politische und ökonomische Projekt Welterbe, das sich unter anderem in der Beschilderung, Werbemaßnahmen und der Tourismusförderung niederschlägt, soll auch auf die Bevölkerung wirken und diese ansprechen. Kulturlandschaften werden im Unterschied zu anderen Welterbestätten eben nicht nur touristisch und museal genutzt, sondern sind belebt. Die Berücksichtigung der Ansprüche und Verhaltensweisen der Bewohner bei der Gestaltung des Tals ist daher wichtig, damit sich nicht ausschließlich konservatorische, ökonomische oder politische Partikularinteressen durchsetzen. Zum anderen sind die Sensibilisierung sowie Partizipation der Bevölkerung wichtig, um gerade diese Ziele durchzusetzen. Dagmar Barzen, damalige Präsidentin der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord, führt aus, dass die Verantwortung nicht nur von den Ländern und Kommunen übernommen werden muss, sondern auch entscheidend ist, „die heimische Bevölkerung für dieses Ziel zu motivieren“.⁹¹²

Die Akteure der Welterbbewertung verfolgten daher das Ziel, die Weiterentwicklung ihres Regionalmarketing-Konzepts nicht allein von externen Auftragnehmern durchführen zu lassen, sondern Personen aus der Region einzubeziehen. Neben den Landesregierungen Rheinland-Pfalz und Hessen, Vertretern der Gemeinden, Denkmal- und Naturschutzverbänden sowie Touristikern wurde versucht, die Bevölkerung im Rahmen einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit in den Nominierungsprozess einzubinden (s. Kap. 6.3). Auch nach der Anerkennung dienen Informationsveranstaltungen, Pressemitteilungen, die Veröffentlichung von Protokollen und

⁹¹¹ Vgl. Rhein-Hunsrück-Zeitung 14.12.2000.

⁹¹² Barzen 2009.

Ausstellungen dazu, die Entwicklung für die Bewohner transparent zu machen.⁹¹³ Ferner berichtet Martin Orth, Referatsleiter für Raumordnung, Regionalplanung, Siedlungsstrukturentwicklung und Bodenbevorratung (HMWVL), zur Erstellung der Baufibel „bürgerschaftliche“ Workshops und Begehungen mit der Bevölkerung durchgeführt zu haben, um die Bevölkerung „mitzunehmen“.⁹¹⁴ Dabei sollten Kräfte und Ideen aus der Region mobilisiert und Bewohner animiert werden, eigene Ideen einzubringen und unter fachkundiger Moderation zu erarbeiten. Die gemeinsame Erstellung von Entwicklungskonzepten sollte zur Identifikation der Bürger mit ihrer Region beitragen und den Eindruck verhindern, dass die Entwicklungen zu sehr von außen auferlegt würden. Durch die Beteiligung der Bevölkerung sollte ein breiter Interessenskonsens gefunden werden, der zur Umsetzung und Akzeptanz der Maßnahmen beiträgt.⁹¹⁵

So muss das Welterbe zum einen für relevante Zielgruppen wie nationale Regierungen, Medien oder zivilgesellschaftliche Akteure kommunizier- und nachvollziehbar gemacht werden. Schließlich gelten diese Personen und Institutionen als Multiplikatoren, Produzenten und Konsumenten der kulturellen Bedeutung. Um die Akzeptanz für die jeweiligen Entscheidungen zu erhöhen, ist zum anderen eine Offenlegung der Verfahren und der Diskussionen um das Thema aufseiten der lokalen Bevölkerung wichtig. Touristiker Christian Kuhn verdeutlicht dies:

„Die einheimische Bevölkerung merkt, da verändert sich was. Sie sind aufgerufen, sich daran zu beteiligen. [...] Nur Funktionäre oder Mandatsträger, die können das allein nicht tragen. Die können helfen, unterstützen in ihren Funktionen, aber die Bevölkerung muss es annehmen. Nur dann kann es wirklich in die Zukunft weisen, nachhaltig sein. Alles andere wäre zum Scheitern verurteilt.“ [00:19:03–00:19:34]

Die Akzeptanz der Umstrukturierungspläne bei der Bevölkerung ist zentraler Kern für den Erfolg aller Konzepte. Dies unterstützt die sich aus Artikel 5 der Welterbekonvention ergebende Verpflichtung, das Kultur- und Naturerbe in das öffentliche Leben einzubinden (vgl. Kap. 6.3).⁹¹⁶ Auch in Artikel 27 wird gefordert, die Würdigung und Achtung des Kultur- und Naturerbes aufseiten der Bevölkerung durch Erziehungs- und Informationsprogramme zu stärken. Zudem verpflichten sich die Vertragsstaaten, die Öffentlichkeit über die dem Erbe drohenden Gefahren und die schützenden Maßnahmen umfassend zu unterrichten.⁹¹⁷ Des Weiteren wird die Förderung der Wertschätzung und des Respekts in den Operational Guidelines gefordert. So umfassen die unter dem Kapitel „Awareness-raising“ aufgeführten Artikel 217 und 218 die

⁹¹³ Vgl. Landtag Rheinland-Pfalz 2016; Loreley-Info 2011; DUK 2007b.

⁹¹⁴ Interview mit Martin Orth (00:56:30); weiterführende Informationen zur Baufibel unter: Stadt Lorch u. Stadt Rüdesheim 2005.

⁹¹⁵ Vgl. auch Jahrestagung der DUK 2008: DUK 2008; Herrenknecht 1998: 69f.

⁹¹⁶ Vgl. DUK 1977.

⁹¹⁷ Vgl. DUK 1977.

Aufforderung, das örtliche Bewusstsein auf das Welterbe und die Bedürfnisse zu dessen Schutz zu lenken.⁹¹⁸

Im Rahmen der Evaluierung des Oberen Mittelrheintals durch ICOMOS wurden weitere, die Bevölkerung betreffende Anforderungen an die Welterbegestaltung formuliert. So könne das Tal durch die Stärkung des Zusammenhalts gefördert werden.⁹¹⁹ Der Managementplan des Oberen Mittelrheintals sieht dementsprechend ein mit dem Welterbetitel verbundenes Binnenmarketing vor, um die Bevölkerung an den Raum zu binden.

Eine Region besinnt sich auf gemeinsame Stärken: Der Mittelrhein - Ein Stück Weltkultur						
Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden		Erhalt und Entwicklung der raumprägenden Kulturlandschaft		Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes		
Sicherung des Weinbaus	Ausbau des touristischen Profils	Erhalt von Burgen, Ortsbildern und Denkmälern	Lärmbekämpfung und integriertes Verkehrskonzept	Sicherung der Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung	Optimierung von Organisationsstrukturen	Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität

Abb. 27: Kategorien des Managementplans des Welterbes Oberes Mittelrheintal. Quelle: Mittelrhein-Westerwald u. a. 2001: 2.

Wie der ersten Spalte des Managementplans zu entnehmen ist, ist es ein Ziel, die regionale Identität zu festigen und die Zusammengehörigkeit in verschiedenen Bereichen (z. B. im Weinbau und Tourismus) aufzuwerten. Konzeptionell ist die Auf- und Umwertung des Welterbes somit auch auf die Konstitution des kollektiven Bewusstseins ausgerichtet. Auch die dritte Spalte ist bevölkerungsrelevant, indem zum einen auf die Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung eingegangen und zum anderen die Stärkung des Images und der regionalen Identität betont wird. Die lokalen Strategien bei der Inwertsetzung des Erbes changieren demnach zwischen wirtschaftlichen und politischen Zielen in Wechselwirkung mit regionaler Identitätskonstruktion.⁹²⁰ Dies deckt sich mit der Feststellung des Soziologen Detlev Ipsen, dass regionale Identität nicht nur Bedingung regionaler Entwicklung sei, sondern Entwicklung und funktionale Bedeutung auch regionale Identität bestimmen.⁹²¹ Neben der Herausarbeitung eines neuen, positiven Images nach außen (vgl. Kap. 7.2 und 7.3) soll mit den politischen Interventionen, der symbolischen Konstruktion und anderen Initiativen des Binnenmarketings regionale Identität hergestellt, bestätigt und gefestigt werden. Das Marketing im Zuge der Ernennung der Region zum Welterbe erfüllt somit eine Doppelfunktion. Für die Bewohner soll die Kulturlandschaft zu einer alltagsweltlich relevanten Wahrnehmungsregion ausgestaltet und über die

⁹¹⁸ Vgl. UNESCO World Heritage Center 2005.

⁹¹⁹ Vgl. ICOMOS 2002.

⁹²⁰ Seit den 1990er-Jahren wird der Zusammenhang von Kulturerbe und Identität in offiziellen Diskursen wie der Konventionen zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes oder Nominierungsanträgen thematisiert. Vgl. Hauser-Schäublin u. Klenke 2010: 26; Schneider 2005a: 46.

⁹²¹ Vgl. Ipsen 1994: 242.

Auszeichnung eine neue territoriale Bindung erzeugt werden, um die Identifikationsfähigkeit zu fördern. Dabei wird nicht a priori ausgeschlossen, dass bereits eine kollektive Identität vorhanden ist, diese soll jedoch aufgrund der Disparität gestärkt werden, um die Region von innen heraus weiterzuentwickeln.

Großteils decken sich die angestrebten Effekte des Binnen- und Außenmarketings. So werden auch für das nach innen gerichtete Regionalmarketing ähnliche Identitätsfaktoren selektiert und kommunikativ herausgestellt, die die Individualität und Besonderheit des Referenzraumes prägen und die Bevölkerung ansprechen. Als Grundlage dienen einerseits bereits vorhandene Elemente, die neu aufgegriffen und neu vermarktet werden wie die charakteristische Landschaft mit steilen Weinbergen, den Burgen und dem Rhein. Der Welterbetitel stellt andererseits ein neues „Alleinstellungsmerkmal“ dar, das bekannt gemacht und etabliert werden soll. Somit wird das Welterbe von der Politik inszeniert und als symbolisches Mittel genutzt, um Identität zu untermauern – quasi als identitätssichernde und identitätsstärkende Kompensationsbemühung. Die Instrumentalisierung des Welterbes soll demnach neue Sinnbezüge für die Selbst- und Fremdzuschreibungen von Identitäten stiften.

Funktionieren kann diese Form des Regionalmarketings nur, wenn sich die Bevölkerung davon angesprochen fühlt. Mit der symbolischen Regionsrhetorik wird dies unterstützt. In dem den Managementplan schmückenden Identitätsslogan „Eine Region besinnt sich auf gemeinsame Stärken: Der Mittelrhein – ein Stück Weltkultur“ werden die endogenen Kräfte hervorgehoben. Unter dem Vorzeichen der eigenständigen Entwicklung wird die Nutzung vorhandener Potenziale und Stärken der Region in den Mittelpunkt gestellt. Die britische Sozialanthropologin Mary Douglas konstatiert: „Die Etikettierungen stabilisieren den Strom des sozialen Lebens und schaffen sogar erst die Realität, auf die sie sich beziehen.“⁹²² Auf den Managementplan bezogen heißt das, dass von den öffentlichen Akteuren ein Motto geschaffen worden ist, welches den Eindruck erwecken soll, aus der Region zu kommen. Die dahinterstehende Intention ist jedoch vielmehr, die Region dadurch anzusprechen und zu motivieren mitzumachen. Demnach soll von dem Slogan eine reziproke Wirkung ausgehen, die auf die Bevölkerung wirkt bzw. deren Selbstbestimmung stärken soll. Mit der Betonung des gemeinsamen Erbes und der gemeinsamen Erbeverantwortung soll das kollektive Bewusstsein im Sinne einer Kulturgemeinschaft gefestigt werden.⁹²³ Douglas konstatiert: „Auf diese Weise werden Namen verändert und Menschen wie Dinge werden umgemodelt, damit sie in die neuen Kategorien passen.“⁹²⁴

⁹²² Douglas 1991: 163f.

⁹²³ Lipp 2005: 26.

⁹²⁴ Douglas 1991: 177.

Im Oberen Mittelrheintal sollen die Identitätsrhetorik und das dazugehörige Identitätsmanagement darauf abzielen, die Region plausibel zu machen und der Bevölkerung einen Zugang zu den angestrebten Initiativen zu ermöglichen. Das Motto zeigt das Ziel einer Verlagerung von der Verwaltung des Erbes durch professionelle und staatliche Stellen hin zur Bevölkerung. In dem plakativen und zugleich emotionalen Leitsatz wird dies semantisch deutlich. Der Sprachgebrauch verweist auf die Intention, sowohl das „Humankapital“ als auch die Region, als Umfeld der Bewohner, zu betonen. Die Begriffe „besinnt“ und „gemeinsame Stärken“ suggerieren Rückhalt in der Region. So sollen sich die Bewohner emotional mit der Region identifizieren und nicht allein aufgrund einer politischen oder wirtschaftlichen Vermarktung. Diese Bewusstseinsprozesse und das emotionale Zugehörigkeitsgefühl werden demnach als Strategieelemente eingesetzt, um die Verpflichtung der Bevölkerung für das Erbe zu betonen. Auch wenn die Region als ein kulturelles Produkt, das im Kopf entsteht, dargestellt wurde, formt sich regionale Identität eben nicht im selben abstrakten Ausmaß rein rational, sondern muss auch emotional gefüllt sein.

Zur Konstruktion von Identität soll an dieser Stelle kurz auf das „Identitätsmanagement“ von Greverus eingegangen werden, welches bereits 1981 ausgearbeitet wurde, aber immer noch aktuell erscheint.⁹²⁵ Auch wenn Greverus es besonders im Kontext von ethnischen Gruppen anwandte, soll es herangezogen werden, da die Bestrebung, kollektive Identität herzustellen, darin deutlich wird. In dem Modell wird gezeigt, wie ethnische Zugehörigkeit als Abgrenzungskriterium gegenüber anderen Kollektiven bewusst stark gemacht wird und ethnische Spezifika als strategisches Potenzial eingesetzt werden.⁹²⁶ Auf die Bemühungen im Zuge der Welterbewertung lässt sich das Modell übertragen, da auch hier Identitätsmanagement betrieben wird, um kollektives regionales Bewusstsein hervorzurufen, zu bestätigen und zu verbessern. Der Welterbetitel wird dabei von Interessenvertreter, Promotoren und Initiatoren als Erkennungsmerkmal strategisch aufgewertet, um Identitätsresignation zu überwinden und die Bevölkerung zu mobilisieren. Dies zeigt wie zur Betonung der regionalen Verbundenheit regionale Elemente initiiert oder akzentuiert werden, die weder vormals existierten noch verlangt wurden.

Auch Benedict Anderson beschreibt in seinem Werk „Erfindung der Nation“, dass Menschen von gesellschaftlichen Eliten in Beziehung gesetzt und miteinander verknüpft werden.⁹²⁷ Durch ständiges Wahrnehmen und Rezipieren dieses Konstrukts kann sich eine regionale Orientierung ausbilden. Die Interaktion und die gemeinsame Nutzung der immer gleichen Medien, Texte

⁹²⁵ Greverus 1981: 223–224.

⁹²⁶ Gerade in Zeiten von Transformationsprozessen hat Identität als Kontinuitätsbegriff Konjunktur. So wird bei politischen Umbrüchen vermehrt über kollektive Identität diskutiert, meist vor der hintergründigen Frage nach einer nationalen Identität bzw. um Raumansprüche zu erheben. Vgl. Ipsen 1994: 243; Lipp 2005: 26.

⁹²⁷ Siehe Anderson 1983.

und Bilder können dabei Voraussetzung für eine „gefühlte“ kollektive Identität sein. Indem sich untereinander z. B. über lokale Probleme verständigt wird, erfährt regionale Identität an Deutlichkeit und der gemeinsame Bezugsraum bleibt keine Abstraktion. Der Austausch fördert die Rezeption und Absicherung der gemachten Nation oder Region.

Das Raumbewusstsein kann demnach zwar durch Maßnahmen von außen beeinflusst oder zugewiesen werden, erst aus einer Innenperspektive, Selbstidentifizierung und Interaktion mit der Region wird die regionale Identität jedoch gefüllt und weitergetragen. Regionale Identität lässt sich folglich nicht nur mit dem Aufgreifen des Begriffs Identität oder der Erwähnung des Titels in Informationsbroschüren herstellen. Imagekampagnen können regionale Identität schwerlich produzieren, sondern allenfalls unterstützen und festigen. Regionalmarketing kann positive Klischees affirmieren, aber diese Klischees sind austauschbar. Nicht austauschbar hingegen sind Beziehungen und Verbindungen der Menschen mit der Umwelt.⁹²⁸ Hinzu kommt der emotionale, erfahrbare und erlebbare Aspekt. Die rein kognitiven Projektionen und Konstruktionen sind austauschbar, nicht aber eine konkrete, mit Emotionen verbundene Erfahrung wie Beziehungen oder die Kommunikation des Menschen mit seiner räumlichen Umwelt. Bei der Konstruktion der Welterberegion soll dem Raum daher mit der „Besinnung auf die gemeinsamen Stärken“ emotionales Identifikationspotenzial eingehaucht werden. Zudem werden mit diesem Slogan sowohl ein Vergangenheits- als auch ein Zukunftsbezug ausgedrückt. Beides ist für die Identifikation mit der Region wichtig. Die „Besinnung“ auf das Historische bzw. den Identitätsanteil, der auf der Vergangenheit und auf dem kulturellen, naturräumlichen und sozioökonomischen Erbe basiert, ist für das Sozialgebilde wichtig. Die Besinnung erfolgt dabei für die Zukunft. In den Formulierungen des Managementplans wird eine Zukunft und eine projektive Identität des Referenzraumes entworfen.⁹²⁹

Verbindet der Slogan auch das Lokale mit dem globalen „Stück Weltkultur“, soll mit der erneuerten Wertschätzung des Raumes die Bevölkerung enger an die Region gebunden werden. Um dieses Ziel zu erreichen, ist der Welterbetitel, der die Einwohner auch emotional berühren soll, zentral. Heritage-Stätten spielen für die einheimische Bevölkerung nicht selten eine identitätsschaffende Rolle, wie Zimmermann konstatiert. Verschiedene Autoren zitierend hält er fest, dass der Kulturerbeschutz nach aktueller Interpretation die „Funktion als Verortungshelfer im spätmodernen Leben“ erfülle und dem Kulturerbe dabei „Identifikationspotential“ und eine „stabilisierende und identitätsstiftende Kraft“ zukomme.⁹³⁰ Kulturellem Erbe werde eine

⁹²⁸ So erwähnt bspw. auch Alexander Mitscherlich, dass zur Beheimatung befriedigende zwischenmenschliche Beziehungen von Bedeutung sind, da auswechselbare Erfahrungen mit Menschen und Dingen nur flüchtige Spuren hinterlassen. Vgl. Mitscherlich 1965: 129.

⁹²⁹ Vgl. Werthmüller 1995: 103.

⁹³⁰ Vgl. Zimmermann 2009a: 575, bzw. Hemme 2007: 249; Bendix 2007: 338; Bodner u. Sohm 2005: 15.

sinnstiftende Funktion unterstellt, schreiben die Volkskundler Reinhard Bodner und Kathrin Sohm, indem es eine Richtung anzeige, auf die sich eine Gesellschaft oder Individuen berufen können.⁹³¹ So dient das Kulturerbe sowohl als ein Identifikationsangebot für Gruppen, kann aber auch für Individuen sinnprojizierend und sinnproduzierend sein.⁹³² Ähnlich Objekten in einem Museum erfahren die Stätten durch die Prädikatisierung eine Aufladung und werden zum „Träger von Sinnstiftungen“.⁹³³

Das Welterbe dient somit dem von Assmann beschriebenen Funktionsgedächtnis, indem es eine Auswahl darstellt, „die für lebendige Gedächtnisse erinnerbar ist, ein Identitätsangebot macht und Orientierungsfunktion besitzt“.⁹³⁴ In Anlehnung an Bausinger konstatiert Hemme ähnlich, dass „Traditionen in Wert gesetzt als kulturelles Erbe [...] die Funktion [haben], imaginierte Gemeinschaften zu integrieren, indem sie zeitliche Kontinuität und überzeitliche Identifikationsangebote stiften.“⁹³⁵ Indem das Erbe in einer lokalen Gemeinschaft abhängig von gegenwärtigen Interessen (selektiv) ausgebaut, genutzt und weitergegeben wird, wirkt es durch diese Bedeutungszuschreibung gemeinschaftsstärkend und identitätsstiftend. So geht es in das von Halbwachs definierte *kollektive Gedächtnis* über.⁹³⁶ Das Erbe festigt demnach durch seine symbolische Funktion und Inwertsetzung das Bewusstsein für eine Gemeinschaft. In deren Wissensvorrat übernommen, kann es das Gedächtnis einer Gesellschaft bereichern.

Die sozialen Bedingungen, unter denen die Prädikatisierung, die Inanspruchnahme und Kontextualisierung des Erbes erfolgen, beeinflussen dabei die gegenwärtige Selektion und Form des kollektiven Erinnerns. So schreibt Kirshenblatt-Gimblett: „The process of protection, of ‚adding value‘, speaks in and to the present, even if it does so in terms of the past“.⁹³⁷ Das Welterbe ist demnach etwas Gegenwärtiges, was seine Begründung in der Vergangenheit sucht, oder anders gesagt: Durch die Auszeichnung in der Gegenwart erfolgt eine Wertaufladung eines bestimmten Objektes aus der Vergangenheit. Mit dieser Anknüpfung an die Gegenwart und die Formalisierung und Ritualisierung verfestigt sich das Erbe im kollektiven Gedächtnis und aus der fortlaufenden Arbeit an gegenwärtigen Interpretationen erhält es Integrität.⁹³⁸ Es findet eine Aktualisierung der jeweiligen Funktion, des Umgangs und der Sinnzuschreibung in die Gegenwart statt. Diese gegenwärtige Beschäftigung zeigt, dass das Erbe im kommunikativen

⁹³¹ Vgl. Bodner u. Sohm 2005: 16; vgl. auch Lipp 2005:26.

⁹³² Vgl. Temel 2005: 173; Schneider 2005a: 42; Bodner u. Sohm 2005: 16; Bendix 2007: 344f.

⁹³³ Pomian 1990: 43.

⁹³⁴ Assmann 2001: 21.

⁹³⁵ Hemme 2007: 229, in Anlehnung an: Bausinger 1991a.

⁹³⁶ Vgl. Halbwachs 1985.

⁹³⁷ Kirshenblatt-Gimblett 1995: 370.

⁹³⁸ Vgl. Giddens 1993: 451.

Gedächtnis von Bedeutung ist und nicht allein in das kulturelle bzw. das Speichergedächtnis überführt wird.

Auch im Oberen Mittelrheintal soll die Erbebenennung und -gestaltung auf diesem Weg Identität herstellen. Die Auszeichnung soll zu einem Symbol werden, das ein Zugehörigkeitsgefühl stiftet und gesamtregional Identifikationsprozesse beeinflusst. Um die Ortsbindung zu stärken, werden einerseits physisch-materielle, landschaftliche, architektonische, kulturgeschichtliche und lokalhistorische Gegebenheiten unter dem Titel neu hervorgehoben. Andererseits werden durch die Betonung des gemeinsamen Erbes bei Festen, Jubiläen, Events oder im Rahmen der offiziellen Imagekampagne lokale Identifikationsangebote konstruiert, inszeniert und bereitgestellt. Mit Bildungs- und Informationsmaßnahmen sowie den Veranstaltungen sollen das Regionalbewusstsein und die Aufmerksamkeit der Bewohner geweckt werden. Die zum Welterbe gehörende Corporate Identity dient ebenso als identifizierbares bzw. abgrenzendes Etikett.

Auch wenn sich lokale Institutionen wie der Zweckverband oder das Forum aktiv um eine positive Einstellung der Bewohner zum Welterbe bemühen und diese stärker einbeziehen möchten, gleichen die Initiativen zur Förderung der Identifikation einem Top-down-Prozess. Ziel scheint es – ausgehend von einer unterstellten Homogenität vorbestimmter Merkmale in einem vorbestimmten Raum – das Zugehörigkeitsgefühl von Menschen zu diesem Raum zu stimulieren und ihre Zusammengehörigkeit ökonomisch, politisch oder administrativ aufzuwerten.⁹³⁹ Die für viele Interpretationen offenen und gegenwärtig populären Begriffe Region, Identität und Welterbe dienen dabei der Konstruktion. Identitätsmuster müssen jedoch, so auch Schilling „als konstruierte Symbole nicht nur plausibel, sondern auch relevant – also: affektwürdig – sein, damit sie Gültigkeit erlangen.“⁹⁴⁰

8.3 Lokale Adaption, Auslegung und Konstituierung des Titels

Im Folgenden stellt sich die Frage, ob die Intentionen der „Macher“ erreicht wurden und das regionale Bewusstsein in der Region mit der Welterbbewertung intensiviert und gesteigert werden.⁹⁴¹ Führt der Titel die geomorphologische Region zu einem lebensweltlichen Sozialgebilde zusammen? Ändert sich die lokale Wahrnehmung der Region unter dem Einfluss des Welterbetitels? Ferner gilt es in Anlehnung an die Aufforderung von Bendix zu hinterfragen, welche Auswirkungen die wirtschaftliche und politische Nutzung des Kulturerbes auf die Identitätsfindung hat.⁹⁴² Entsprechen die Absichten der öffentlichen Akteure den tatsächlichen Bedürfnissen vor Ort? Wie steht es um das regionale Engagement der Bürger als ein Indikator für das

⁹³⁹ Vgl. Schilling 1994: 61.

⁹⁴⁰ Schilling 1994: 69.

⁹⁴¹ Vgl. zur Kombination der Planungsebene mit dem Lebensraum: Schwedt 1994: 95.

⁹⁴² Vgl. Bendix 2007: 353.

Regionalbewusstsein und wie partizipiert die Bevölkerung am Welterbeprozess? Die Ergebnisse der Umfrage und die daraus abgeleiteten Interessen und Ansprüche der Bewohner sind Grundlage der Analyse.

8.3.1 Die Region in den Köpfen der Menschen – Repräsentationen des Regionalen

Mit der Welterbewertung sollen die einzelnen Orte in einem größeren regionalen Zusammenhang an Bedeutung gewinnen und die Zusammengehörigkeit sowie die lokale und Kollektividentität neu verhandelt werden. Die Frage, die sich dabei stellt, ist, ob das Regionalmarketing, das die Region institutionalisieren möchte, die Region im Wissensvorrat der Bewohner verankert, sodass sie für diese relevant wird. Stabil wird die gewünschte Konstruktion nämlich erst, wenn sie alltagsweltlich verinnerlicht ist.⁹⁴³ Um zu sehen, inwieweit die vermarktete Region mit der subjektiv wahrgenommenen Region übereinstimmt, wurde in den Interviews mit den Bewohnern deren Raumbewusstsein erfragt. Die Fragen „Ist das Obere Mittelrheintal EINE Region?“ und „Was gehört ggf. zu dieser Region?“ zielten darauf ab, die Relevanz der Region sowie die Bedeutung des Welterbestatus für die Regionskonstruktion seitens der Bevölkerung einzuschätzen.

Während von öffentlicher Seite die wachsende Zusammengehörigkeit betont wird, eröffnen die Gespräche mit den Einwohnern Einblicke in die gelebte Realität. Im Rahmen der Auswertung der Fragebögen stellte ich fest, dass erhebliche Meinungsunterschiede, was die Region sei, vorherrschen. Der Konstruktcharakter der Region wird in der Verschiedenheit der Antworten deutlich. Während 146 der 241 befragten Personen das Obere Mittelrheintal als eine Region ansehen, verneinen dies 69. 13 Personen fällt die Abwägung schwer und weitere 13 machen keine Angaben im Rahmen der Umfrage.

Die Antworten auf die offene Frage, was zu der Region Oberes Mittelrheintal gehöre, zeigen, dass die Region von unterschiedlichen Merkmalen bestimmt wird und die Regionalisierung in unterschiedlichen Modi verläuft. Mehrfachnennungen waren möglich.

Tabelle 1: Verbindende Merkmale der Region Oberes Mittelrheintal (Antworten der 146 Personen, die das Tal als eine Region ansehen)

Merkmale der Region Oberes Mittelrheintal	Anzahl an Antworten
Geografische Abgrenzung: Bingen/Rüdesheim - Koblenz	60
Durchbruchstal	34
ohne Angaben	19
andere örtliche Begrenzung	18
Burgen	17
Weinbau	16

⁹⁴³ Vgl. Schilling 1998: 51f.

Rhein	16
historische Orte und Städte	7
beide Rheinseiten	7
Welterbe	7
Zusammengehörigkeit könnte stärker sein	6
Kulturgeschichte/ Rheinromantik	6
Tourismus	5
Geschichte	3

60 der 146 befragten Personen, die das Obere Mittelrheintal als eine Region ansehen, grenzen diese von Bingen bzw. Rüdesheim bis Koblenz ab.⁹⁴⁴ Deutlich wurde, dass Bewohner der rechten Rheinseite das rechtsrheinische Rüdesheim und Koblenz als Abgrenzung nannten oder bewusst betonten, dass auch die rechte Rheinseite zu der Region gehöre. Befragte der linken Rheinseite grenzten die Region zwischen dem linksrheinischen Bingen und Koblenz ab, hier kam es aber ebenso zur Betonung der wohl als nicht selbstverständlich angesehene Zugehörigkeit der rechten Rheinseite.

Zudem fällt die Nennung der spezifischen Landschaftsform (34) häufig. Dies zeigt, dass die Region durch physisch-räumliche Merkmale kognitiv wahrgenommen wird. Anhand der charakteristischen, physisch greifbaren Merkmale enthält der Raum trotz jeweils differierenden subjektiven Wahrnehmungen eine objektive Grundlage. Mit Äußerungen wie, dort, „wo das Tal zauberhaft“ sei, oder „das schönste Stück vom Rhein“ wird das Durchbruchstal umschrieben.⁹⁴⁵ In diesen gefühlsbestimmten Äußerungen wird eine emotionale Beziehung zu der Landschaft deutlich. Dies lässt darauf schließen, dass neben Aspekten der Wahrnehmung des Raums die emotionale Bewertung das Raumbewusstsein bestimmt.

Darauf folgt die Nennung der Burgen (17), des Rheins (16) und der Weinberge bzw. des Weinanbaus (16) als verbindendes Charakteristikum. Die subjektiven Definitionen der Region, die nie ein verwaltungspolitisches Territorium bildete, beruhen also auf den sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und naturbedingten Strukturen der Kulturlandschaft. Die Landschaft spielt als Katalysator und Medium der regionalen Identitätsbildung eine wichtige Rolle und ist als herkunftsspezifischer Identitätsfaktor unlösbar mit dem Referenzraum verbunden. So ist sie vielen Befragten sofort präsent, wenn sie an die Region denken. Das Flusstal mit seinen Nebentälern, die steil aufragenden Weinhänge und die Anzahl historischer Bauwerke verbinden Menschen über die Ortsgrenzen hinaus. Dabei werden die einzelnen Merkmale selten isoliert betrachtet. Die geschätzte Individualität und Besonderheit des Raumes resultiert vielmehr aus den synergetischen Effekten der Kombination spezifischer Merkmale, welche sich gegenseitig

⁹⁴⁴ Andere Informanten nannten Mz-Ko (7), Bi-St. Goar (5), Bi-Boppard (4), Bi-Oberwesel (1) oder Mz-Köln (1) als Grenzorte.

⁹⁴⁵ Vgl. Fragebogen nr. 91 (St. Goar); 174 (Kaub).

verstärken. Diese schwer beeinflussbaren oder imitierbaren Elemente der Kulturlandschaft sind den Antworten zufolge einende Faktoren für die Region. Ferner wird an den Aussagen deutlich, dass regionale Identität nicht nur räumlich verankert ist, sondern auch auf kulturell-symbolischer Ebene. Regionale Geschichte, Traditionen, Ereignisse oder Produkte können bei der Identifikation mit der Region helfen und ein Zugehörigkeitsgefühl ausbilden.⁹⁴⁶ Die Betonung als Welterberegion mit der Hervorhebung der dazugehörigen kulturlandschaftlichen Besonderheiten seitens der öffentlichen Akteure ist ein weiterer Versuch, der Disparität auf symbolischer Ebene zu begegnen.

Auffällig ist, dass sieben Befragte explizit darauf hinweisen, dass zum Oberen Mittelrheintal sowohl die linke als auch die rechte Rheinseite gehöre. Diese Betonung zeigt nicht nur, dass die Trennung der beiden Seiten in die soziale Kommunikation eingebunden ist, sondern macht auch ein Problembewusstsein deutlich. Wie bereits dargelegt, sollen die Initiativen im Zuge der Welterbewertung und die symbolische Aufladung zur Stärkung des regionalen Zusammenhalts beitragen und einen gesamtregionalen Identifikationsprozess bewirken. Nach Wunsch der öffentlichen Akteure soll der Titel als übergreifender identitätsstiftender Faktor fungieren und im Bewusstsein der Bewohner mit dem Raum assoziativ verknüpft werden. Günter Kern, Vorsitzender des Welterbe-Zweckverbands, äußerte auf der Website des Verbands bereits 2010 die Einschätzung, dass mit dem Welterbe das Bewusstsein für die Region nicht nur für Touristen gewachsen sei. Diese Aussage macht er an der großen Nachfrage der Bewohner an der „Welterbe-Rose“ fest. Dies zeige, „dass unser Wunsch nach einem neuen Symbol für das Mittelrheintal, das zur Identifikation der Bewohner wie Besucher mit ‚ihrem‘ Welterbe-Tal beiträgt, in Erfüllung gegangen ist.“⁹⁴⁷

Nur sieben der 146 Befragten, die das Obere Mittelrheintal als eine Region ansehen, äußern, dass der Titel die Region vereint. Sie ergänzen z. B., dass er die Zusammengehörigkeit symbolisch konstruiere und ein Gemeinschaftsgefühl stifte.⁹⁴⁸ Ihnen zufolge stellt das Welterbe ein verbindendes Medium dar, bzw. meint eine Person, dass dies laut UNESCO so sei.⁹⁴⁹ Die geringe Anzahl dieser Antworten lässt vermuten, dass das in den Kapitel 7.2 und 7.3 beschriebene welterbebezogene regionsübergreifende Marketing für den Großteil der Bevölkerung nicht bewusstseinsbildend oder zumindest nicht salient an dieser Stelle ist. Wie später ausgeführt wird, scheint die Aufnahme in die Welterbeliste bislang überwiegend für jene Bürger zu einer diesbezüglichen kollektiven Identität bzw. einer gemeinsamen Form der Regionalpolitik geführt zu haben, die mit dem Titel eine bestimmte Intention verfolgen. Dazu gehören z. B.

⁹⁴⁶ Vgl. auch Werthmüller 1995: 64 u.91f.

⁹⁴⁷ Zweckverband 2012.

⁹⁴⁸ Vgl. Fragebogennr. 193 (Oberwesel); 53 (Trechtingshausen).

⁹⁴⁹ Vgl. Fragebogennr. 224 (Oberwesel).

Kulturschaffende und jene, die sich ökonomische Vorteile davon erhoffen, wie Touristiker. Bei der Mehrheit der befragten Bevölkerung hingegen nimmt das Welterbe im Verhältnis zu anderen Merkmalen einen weit weniger gewichtigen Anteil an der Regionskonstruktion ein.⁹⁵⁰ Für viele scheint der Titel – im Gegensatz zu den lokalen Besonderheiten, auf denen der Titel beruht – keinen Beitrag zur Regionsabgrenzung zu leisten. Insofern wird die Region zwar mit der Kulturlandschaft und deren Spezifika erklärt, nicht aber mit deren expliziten Benennung als Welterbe.⁹⁵¹

Die Landschaft und die Burgen sind als örtliche Faktoren eng mit dem Lebensraum und Alltag der Bewohner verbunden und daher in deren Bewusstsein verankert. Das Welterbelabel ist hingegen relativ neu und als abstraktes Konstrukt (noch) nicht in derselben Weise in das kommunikative und kollektive Gedächtnis eingeschrieben. Dabei sind sich die Bewohner dennoch bewusst, in einer Welterberegion zu wohnen. Sie wissen, dass das Tal den Titel trägt, sehen ihn jedoch nur bedingt als ein Merkmal der Region und ihres „Handlungs-, Wahrnehmungs- und Bewußtseinsraum[s]“ an.⁹⁵² Die Etablierung des Welterbes als identitätsstiftender Faktor braucht Zeit, da erst ein kontinuierlicher Umgang es ermöglicht, eine assoziative Verknüpfung zwischen dem abstrakten Titel und der dazugehörigen Kulturlandschaft herzustellen. Der Soziologe Alfred Schütz geht in seinem an der Phänomenologie des Philosophen Edmund Husserl orientierten Lebenswelt-Konzept davon aus, dass das Bewusstsein des Menschen sehr stark von der Selbstverständlichkeit der Alltagswelt geprägt ist. Somit sei es relativ träge bzw. resistent gegen eine grundsätzliche Revision, die die vertraute Wirklichkeit auf den Kopf stellt. Er geht aus von einem Wissensvorrat, der zum einen wesentlich mit dem der Mitmenschen in einer sozialen Umwelt übereinstimmt und zum anderen stark typisiert, also vorgeformt ist.⁹⁵³ So scheint es naheliegend, dass bekannte und habitualisierte Merkmale genannt werden und nicht der Welterbetitel die Region aus Sicht der Bevölkerung definiert.

Wie Beatrice Ploch ausführt, belegen kulturwissenschaftliche empirische Forschungen in Regionen, dass der Alltag in diesen keine homogene, klare Struktur aufweist, sondern ein komplexes Gefüge mit pluralen Strukturen sowie vielfältigen Bedeutungshorizonten darstellt.⁹⁵⁴ Ebenso warnt der Sozialgeograf Benno Werlen vor einer Romantisierung des Regionalen, da

⁹⁵⁰ Zur Förderung der Identität und des Wir-Gefühls hat der Zweckverband im Jahr 2015 das Projekt der „Bekennner“ initiiert. Hierbei handelt es sich um den Verkauf von Postkarten und T-Shirts mit der Aufschrift „Erbtante“ oder „Erbonkel“ bzw. dem Slogan „Ich erb' hier mal alles“. Zudem wurden in lokalen Zeitungen, auf Plakaten und im Internet Bilder von namhaften Persönlichkeiten präsentiert, die sich als „Welterben“ bekennen und dem Tal ihren Zuspruch aussprechen. Zur Wirkung dieses Projekts wurde in der vorliegenden Studie nicht geforscht.

⁹⁵¹ Manche Merkmale können ihre verbindende Wirkung auch verlieren. So sieht ein Gesprächspartner das Tal nicht mehr als Region an, seitdem der Weinbau zurückgegangen sei. Vgl. Fragebogen nr. 69 (Trechtingshausen).

⁹⁵² Flender, Pfau u. Schmidt 2001: 24.

⁹⁵³ Vgl. Schütz u. Luckmann 1991: 277–281.

⁹⁵⁴ Ploch 1998: 85.

Regionen weder „regional-segmentäre[n] (Einheits-) Kulturen“ darstellen noch „territorialen Partikularismus“ verfolgen.⁹⁵⁵ Vielmehr ist der Begriff Region relational zu verstehen, da seine Definition von verschiedenen Erkenntnisinteressen oder Gegenstandszuschnitten abhängig ist. Auch für die Bewohner des Oberen Mittelrheintals ist demzufolge nicht immer eine überlokale Orientierung gegeben. Die praktische Lebenswelt ist von unterschiedlichen Bedürfnissen geprägt, die ein plurales Angebot von Nutzungs- und Wahrnehmungschancen offerieren, weshalb von einer partikularisierten Regionalität gesprochen werden kann. Die Region ist dabei nicht im klassischen Verständnis als Kulturräum zu sehen, sondern eher als ein Landschaftsbegriff, der Region als einen historisch gewachsenen Raum mit bestimmten kulturellen Konnotationen, Kontinuitäten, Partizipationsangeboten und offenen Rändern begreift. So gibt es weiterhin Differenzen im Regionalbewusstsein, wie die Äußerungen von 69 Personen zeigen, die die Kulturlandschaft nicht als eine Region ansehen. Hierbei muss angemerkt werden, dass nicht all diese Personen Gründe für ihre Ansicht äußern, da nicht gezielt danach gefragt wurde. 45 fügen aber dennoch eine Erklärung an, worunter sich oft Mehrfachnennungen befinden.

Tabelle 2: Gründe der Disparität (Antworten der 69 Personen, die das Tal nicht als eine Region ansehen)

Gründe der Disparität	Anzahl an Antworten
ohne Angabe	24
Rhein als Grenze	18
politische Aufteilung	13
keine Identifikation als Region	9
landschaftliche Aufteilung	8
noch nicht/ sollte eine Region werden	7
wirtschaftliche Aufteilung	4
geschichtliche Aufteilung	3
nur durch Welterbe Region	1

Gehemmt wird die überregionale Raumorientierung nach Ansicht von 18 Befragten, da der Rhein eine Grenze darstelle, die den Kontakt zur anderen Seite erschwere. Vier von diesen Personen äußern im Rahmen ihrer Antwort den Wunsch nach einer Brücke, die zur Lösung dieses Problems beitragen würde.⁹⁵⁶ Franziskus Weinert, der sich selbst als Bewohner in einer Bürgerinitiative für den Fährausbau engagiert, bezweifelt aus dem gleichen Grund, dass sich die Bevölkerung als zusammengehörig versteht:

„An sich ist es eine Region, weil es gibt ja dementsprechend die fünf Querungsmöglichkeiten. Es ist allerdings in den Köpfen bei vielen noch nicht eine Region. Man hört gerne: Ja, wenn ich auf der anderen Rheinseite bin, ist das wie Ausland.“ [00:48:49–00:49:09]

⁹⁵⁵ Werlen 2007: 25.

⁹⁵⁶ Vgl. Fragebogenr. 165 (Kaub); 175 (Kaub); 178 (Oberwesel); 186 (Oberwesel).

Zudem geben 13 Personen an, dass das Obere Mittelrheintal keine Region sei, da es sich in verschiedene politische Bezirke teilen lasse. Dies wirke sich laut einem Befragten nicht nur „auf dem Papier“ aus, sondern auch „in den Köpfen der Menschen“.⁹⁵⁷ Was über die eigene Verbandsgemeinde hinausgeht, sei einem „fremd“, sagt ein anderer.⁹⁵⁸ Weitere Aussagen bezüglich der Einzelinteressen der Orte sind z. B., dass „1000 Interessen und Meinungen“ vorherrschen und „jeder sein eigenes Süppchen kocht“.⁹⁵⁹ Vier Personen nennen auch die Verortung in zwei Bundesländer als Grund, warum von keiner einheitlichen Region gesprochen werden könne. Laut eines anderen Informanten nimmt die Trennung jedoch ab, durch gemeinsame Aktionen, wie den autofreien Sonntag „Tal Total“.⁹⁶⁰ Sieben Informanten verweisen darauf, dass sie sich wünschen, dass das Mittelrheintal zu einer Region und einer größeren politischen Einheit, mit einer gemeinsamen Verwaltung, zusammengeschlossen werde, wobei zwei dies auch für den Tourismus als wichtig erachten. Vor allem die rechte und linke Rheinseite sollen z. B. in Form neuer Verbandsgemeinden stärker zusammenarbeiten.⁹⁶¹

Neun Personen weisen des Weiteren darauf hin, nicht von einer Region sprechen zu können, da es keine gemeinsame Identifikation/Identität gebe sowie nur zu bestimmten Orten ein Funktionsbezug bestehe. Acht Informanten nennen landschaftliche Unterschiede als Grund. Zudem seien laut vier Personen wirtschaftliche Unterschiede gegeben. Zwei Personen davon äußern konkret, dass besonders finanziell Uneinheitlichkeit und bei der „Geldvergabe“ Konkurrenz vorherrsche.⁹⁶² In drei Antworten wird die Geschichte als Grundlage für die noch immer vorherrschende Disparität des Gebiets genannt. Ein Informant aus Kaub ergänzt, dass historisch bedingt, auch der „Menschenschlag“ im Tal, besonders nördlich und südlich von St. Goarshausen, ein anderer sei.⁹⁶³ Eine andere Person aus Kaub hingegen antwortet, dass das Mittelrheintal eine Region sei und das „Franzosenland“ nun auch dazu gehöre.⁹⁶⁴

Die Antworten der Personen, die sich nicht klar für oder gegen eine Region aussprechen, fassen die beiden Pole zusammen. Während die Region landschaftlich abgegrenzt werden kann, wird die fehlende Zusammenarbeit der einzelnen Orte kritisch gesehen.

In der Beantwortung der allgemeinen Frage nach der Region wird deutlich, dass als Identifikationsobjekte eher einzelne Merkmale der Kulturlandschaft und alltägliche Interessen dienen als

⁹⁵⁷ Vgl. Fragebogennr. 39 (Trechtingshausen).

⁹⁵⁸ Vgl. Fragebogennr. 215 (Oberwesel).

⁹⁵⁹ Vgl. Fragebogennr. 234 (Oberwesel); 9 (Trechtingshausen); 240 (Oberwesel).

⁹⁶⁰ Vgl. Fragebogennr. 150 (Kaub).

⁹⁶¹ Vgl. Fragebogennr. 79 (St. Goar); auch 165 (Kaub).

⁹⁶² Vgl. Fragebogennr. 126 (Kaub); 208 (Oberwesel).

⁹⁶³ Vgl. Fragebogennr. 142 (Kaub).

⁹⁶⁴ Vgl. Fragebogennr. 147 (Kaub).

das abstrakt wahrgenommene Welterbelabel. Von den Entscheidungsträgern wird die Welterbewertung zwar dahin gehend instrumentalisiert, eine innere Integration zu erzeugen, jedoch scheint diese Konstruktion noch nicht ins Bewusstsein übergegangen zu sein. In weiteren Fragen wurde gezielt nach dem Verständnis der Bevölkerung von dem und für das Welterbe gefragt.

8.3.2 Einstellungen zum Welterbe

Da eine Erbschaft nicht nur Vorteile mit sich bringt, hat es der Gesetzgeber jedem Begünstigten selbst überlassen, ob er als Erbe eintreten will und den Nachlass übernimmt – samt allen damit verbundenen Lasten und Pflichten.⁹⁶⁵ Bei der Welterbewertung des Oberen Mittelrheintals wurden die Bewohner, welche unmittelbar von den Folgen der Heritage-ifizierung betroffen sind, jedoch nur indirekt im bereits dargestellten Rahmen gefragt. Vielmehr entschieden die Landesregierungen in Mainz und Wiesbaden über die Antragstellung zur Welterbewertung. Dem Anspruch der UNESCO nach betrifft der Erhalt des Welterbes alle Menschen. Für jeden soll das Welterbe einen ideellen Wert aufweisen. Der Jurist John Henry Merrymann beschreibt dieses ambivalente moralisch-ökonomische Phänomen mit dem Terminus „cultural internationalism“.⁹⁶⁶ Dabei muss hinterfragt werden, inwieweit die Intentionen, die die UNESCO mit einer Deklaration zum international bedeutenden kulturellen Erbe verfolgt, mit den Absichten der lokalen Akteure und der Bevölkerung übereinstimmen.

Nachdem bereits die Ziele und Handlungen der öffentlichen und der professionellen Akteure dargestellt wurden, wird nun untersucht, wie die Bevölkerung dieses globale Konzept und den Bedeutungszuwachs, den die Kulturlandschaft durch die internationale Auszeichnung erhält, auf der lokalen Ebene adaptiert.⁹⁶⁷ Kirshenblatt-Gimblett äußert diesbezüglich: „Native people are taking charge of the disposition, handling, access, ownership, and interpretation of their patrimony – whether artefacts or performance – the space in which they live, and their ways of life.“⁹⁶⁸ Im Folgenden soll beleuchtet werden, ob solche Auswirkungen und eine solche Rezeption auch im Oberen Mittelrheintal stattfinden und das globale Erbe in regionale und lokale Bedeutungs- und Beziehungsgeflechte eingreift bzw. eingebunden wird. Zur Analyse dieser Aspekte wird die Einstellung der lokalen Bevölkerung zum kulturellen Erbe untersucht. Eine Darstellung der Interessen der Bevölkerung bezüglich des Welterbes soll dabei aufzeigen, wo, wann und wie sich die befragte Bevölkerung von den Initiativen in Verbindung mit dem Titel angesprochen fühlt, und hinterfragen, ob die steuerungstheoretischen Ansätze mit ihren

⁹⁶⁵ Vgl. Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz und juris GmbH 2016.

⁹⁶⁶ Merrymann 1986: 836. Zit. nach Hemme 2009a: 234.

⁹⁶⁷ Vgl. Hemme u. Tauschek 2008.

⁹⁶⁸ Kirshenblatt-Gimblett 1998: 165.

Interessen übereinstimmen. Ferner wird analysiert, wie sich das Leben im Welterbe gestaltet. Was macht das Welterbe für die Bewohner aus und was bedeutet es ihnen, in einem Welterbe zu leben? Ist der Titel im Alltag relevant, bzw. inwiefern beeinflusst die Auszeichnung den Alltag?

8.3.2.1 Stellenwert des Titels für das Obere Mittelrheintal

In die Welterbeliste aufgenommene Objekte und Stätten erfreuen sich eines gesteigerten öffentlichen Zuspruchs. Die Änderung des symbolische Gehalts kann sich auf die Beziehungen der Menschen zu dem Erbe auswirken und das Verständnis und die Perspektive beeinflussen, wie diese ihre Lebenswelt wahrnehmen.⁹⁶⁹ Vonseiten der politischen Akteure wurde die Erwartungshaltung geäußert, dass der Welterbetitel zu einem Gefühl von Stolz bei den Bürgern führen soll. Der global anerkannte Titel soll die Region aufwerten und als kulturpolitischer Impulsgeber sowie Identitätsstifter dienen. Um eine Sicht der Bevölkerung auf diese Aspekte zu erlangen, wurde in den Gesprächen mit dieser erfragt, inwiefern das Welterbekonzept bekannt, vertraut und akzeptiert ist.

In den Antworten auf die Frage nach dem Stellenwert des Welterbetitels im Oberen Mittelrheintal, können vier Haltungen unterschieden werden. Die Mehrzahl der befragten Bewohner (189 von 241) steht dem Titel positiv gegenüber und verknüpft positive Erwartungen mit ihm. 25 Personen äußern Kritik an dem Titel. Weitere 13 Personen spezifizieren, dass der Titel eine positive Bedeutung nach „außen“ habe, die Bedeutung nach „innen“ jedoch unklar sei. 14 Befragte geben an, keine Meinung bezüglich des Welterbestatus zu haben.

Positive Einstellungen

Tabelle 3: Positive Bedeutungszuschreibung (Antworten der 189 Personen, die dem Titel einen hohen Stellenwert zuschreiben, Mehrfachnennungen möglich)

Positive Bedeutungszuschreibung	Anzahl an Antworten
Tourismus, touristische Vermarktung	80
ohne Angaben	49
bringt Geld, finanzielle Fördermittel	24
Erhaltung, Schutz	20
Aufschwung, Entwicklung	19
Aushängeschild, Bekanntheit	12
Stolz, Freude	9
wichtig, aber muss noch mehr gemacht werden	9
sichert Arbeitsplätze	5
Sonstiges	14

⁹⁶⁹ Vgl. dazu auch: Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 58.

Der größte Teil der Befragten (80 von 189), die positiv über die Auszeichnung sprechen, betont, dass die Prädikatisierung touristische Anziehungskraft ausübe und der touristischen Vermarktung diene. An der touristischen Wertschöpfung machen diese Interviewten einen hohen Stellenwert des Welterbetitels für das Leben vor Ort fest.⁹⁷⁰ Aufgrund der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus im Oberen Mittelrheintal ist dies wenig erstaunlich. Die Antworten zeigen, dass die mit dem Welterbetitel verbundene touristische Inwertsetzung als Strategie angesehen wird, die Region und damit den Lebensraum zu beleben sowie die Wirtschaft anzukurbeln. Achleitner merkt passend dazu an: „Jede Verleihung des Prädikats Weltkulturerbe trägt ein ökonomisches Versprechen in sich und weckt Begierden und Hoffnungen bei anderen. Die Ernennung zum Weltkulturerbe rückt ein Objekt, eine Stadt oder eine Landschaft im weltumspannenden Wertennetz in zentrale Position, macht sie [...] zu begehrten touristischen Zielen“.⁹⁷¹ Dabei haben nicht nur die öffentlichen Akteure ein ausgeprägtes Bewusstsein für die wirtschaftliche Komponente einer UNESCO-Zertifizierung als Tourismusmarke.

Bei der Beantwortung der Frage nach den Auswirkungen der Anerkennung als Welterbe (s. u.) kritisieren einige Befragte auch, dass der Titel die Touristenzahl nicht wirklich verändert habe bzw., dass zu viel für die Touristen gemacht werde. Je nach Perspektive wird der Tourismus demnach unterschiedlich bewertet. Aus all diesen Äußerungen lässt sich dennoch schließen, dass für die Probanden der Welterbestatus und der Tourismus in der Region eng zusammenhängen und der UNESCO-Titel als tourismuswirtschaftliches Qualitätssiegel angesehen wird. Die Kulturanthropologin Arnika Peselmann und der Völkerrechtler Philip Socha fügen an: „Der ökonomische Aspekt eines Weltkulturerbes ist trotz der primär schützenden und bewahrenden Funktion ein inhärenter Teil des Titels, der sich in einer Tourismusmarke [...] formiert“.⁹⁷² Die Antworten zeigen erneut, dass die von Bendix erwähnten Bedenken bezüglich einer ökonomischen Nutzbarmachung in der Praxis weniger existent sind.⁹⁷³ Die wirtschaftliche Rentabilität des Titels liegt ganz im Gegenteil noch vor dem Schutzgedanken im Hauptinteresse sowohl der politischen Akteure als auch der Bewohner.

24 Personen verknüpfen den Titel zudem mit der Erwartung an eine finanzielle Unterstützung für das Tal. Drei Befragte davon spezifizieren dies mit der Hoffnung auf EU-Zuschüsse.⁹⁷⁴ Das Konjunkturpaket II, welches für Investitionen im Welterbe Oberes Mittelrheintal eine wesentliche finanzielle Förderung darstellt, erwähnt niemand.⁹⁷⁵ Hier wird deutlich, dass den

⁹⁷⁰ Vgl. zur Bedeutungszuschreibung des Erbes für den Tourismus sowie das kollektive Gedächtnis: Peckham 2003: 1; siehe auch Kap. 7.3.

⁹⁷¹ Achleitner 2005: 16.

⁹⁷² Peselmann u. Socha 2010: 77.

⁹⁷³ Bendix 2007: 345.

⁹⁷⁴ Vgl. Fragebogenr. 187 (Oberwesel); 188 (Oberwesel); 67 (Trechtingshausen).

⁹⁷⁵ Vgl. Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit 2013.

Befragten die konkreten Zusammenhänge zwischen einer finanziellen Förderung und dem Welterbetitel nicht bekannt sind. Vielmehr zeigen die Ergebnisse, welches kultur- und finanzpolitische Image die Welterbeauszeichnung innehat. Diese Zuschreibung entspricht dabei nicht immer der Realität, sondern eher einer oberflächlichen Wahrnehmung, die den Welterbetitel mit der Hoffnung auf eine allgemeine finanziellen Förderung verbindet und die UNESCO als direkten Geldgeber ansieht.

19 Befragte sehen den Titel allgemein als wichtigen Faktor und Grundlage für die lokale Entwicklung und einen möglichen Aufschwung an. Von einer Anwohnerin wird dies in Worte gefasst, indem sie den Titel als das „A und O“ bezeichnet, das für alle wichtig sei.⁹⁷⁶ Zwei Befragte von dieser Gruppe merken zusätzlich an, dass der Titel der Regionalentwicklung helfe, dazu jedoch ebenso der Bau der Brücke gehöre.⁹⁷⁷ Für eine Informantin aus Oberwesel gilt der Status als Antrieb positiven Handelns in Bezug auf den eigenen Wohnort und sie hebt die Tätigkeiten des lokalen Bauvereins hervor.⁹⁷⁸ Ein weiterer Informant gibt an, sich durch das Projekt ernst genommen und unterstützt zu fühlen.⁹⁷⁹ Indem die Auswirkungen auf im subjektiven Fokus stehende Themen der Regionalentwicklung bezogen werden, deuten die Befragten die Konsequenzen dementsprechend als positiv oder – wie weiter unten ausgeführt – negativ.

An den Aspekt der Regionalentwicklung anschließend kann genannt werden, dass neun Personen den Titel als Aufschwung wichtig finden, jedoch noch mehr gemacht werden müsse. Als Beispiel hierfür wird eine bessere Vermarktung und Repräsentation sowie eine engere Zusammenarbeit der Region gewünscht. Die regional übergreifenden Initiativen des Zweckverbands scheinen demnach nicht allen Bewohnern bekannt. Zudem müsse stärker gegen den Bahnlärm angegangen werden. Die Bedeutungszuschreibung wird damit einerseits von lokalen Problemen abhängig gemacht. Andererseits soll die Bedeutungskonstruktion gerade helfen, diese zu lösen. Die Wertzuschreibung wird somit mit persönlichen Interessen verbunden. Dies verweist auf die symbolische Zuschreibung des Prädikats und dessen Instrumentalisierung in konfliktären Diskursen.

Neben der Betonung der ökonomischen Nutzbarmachung findet die Verbindung des Welterbetitels mit der Erhaltung oder dem Schutz des Tals in 20 Interviews Erwähnung. Dabei werden der Titel und die ihm zugeschriebene konservatorische Bedeutung, z. B. als Garant für den „behutsamen Umgang mit der Landschaft“ angesehen, sodass diese „nicht verhunzt werden“ könne und ein „Bewusstsein für das Gegebene hergestellt“ werde.⁹⁸⁰ Ein Befragter hebt die

⁹⁷⁶ Vgl. Fragebogen nr. 105 (St. Goar).

⁹⁷⁷ Vgl. Fragebogen nr. 89 (St. Goar); 113 (St. Goar).

⁹⁷⁸ Vgl. Fragebogen nr. 183 (Oberwesel).

⁹⁷⁹ Vgl. Fragebogen nr. 204 (Oberwesel).

⁹⁸⁰ Vgl. Fragebogen nr. 79 (St. Goar); 66 (Trechtingshausen); 126 (Kaub); 138 (Kaub).

Verhinderung des Baus eines Ferien- und Freizeitparks (Gran Dorados) oberhalb von Oberwesel als positiv bewertetes Beispiel für eine abgewendete Maßnahme, die er mit dem Welterbetitel in Verbindung stellt, hervor. Es ist jedoch anzumerken, dass der Bau schon vor der Welterbewerbung des Tals durch Intervention des Rheinischen Vereins abgelehnt wurde.⁹⁸¹ Die Aussagen stehen in Einklang mit dem in den Medien vermittelten Bild des Welterbetitels als schützende Instanz bzw. konservatorisches Erhaltungsvorhaben. Auch in anderen Antworten spiegeln sich aus den Medien bekannte Denk- und Argumentationsmuster wider; so z. B. die Bedeutung des Welterbetitels für den Tourismus. Zudem zeigen die Antworten, dass sich Entwicklung verschieden werten lässt. Während der Welterbestatus in Entwicklungsdiskursen oft als Hürde angesehen wird (vgl. Kap. 8.3.2.2), betonen andere gerade dies als Chance.

Für neun Personen löst die Auszeichnung ein Gefühl von Stolz oder Freude aus. Die Auszeichnung bestätigt Gefühle für das Tal und wirkt sich positiv auf die Identifizierung der Bewohner mit ihrer Lebenswelt aus. Die Verleihung des Titels hebt die Region hervor und erhöht ihr symbolisches Kapital. Mit der Wertschätzung des Welterbetitels wird die Kulturlandschaft für diese Personen aufgewertet und in einen neuen Referenzrahmen gestellt. Wie in den Antworten auf die Frage nach der Region deutlich wurde, schätzen andere die Gegend auch, ohne der Auszeichnung einen Wert zuzuschreiben. Kirshenblatt-Gimblett äußert jedoch in Bezug auf immaterielles Erbe, dass sich die Einstellung lokaler Akteure zu ihren kulturellen Praxen mit einer Nobilitierung in fundamentaler Weise verändere.⁹⁸² Dies lässt sich im Rahmen der Befragung im Oberen Mittelrheintal nicht in dieser Form erkennen. Nach Tauschek ist eine der möglichen Veränderungen die Herstellung eines neuen Bezugsrahmens, der neue Vergleiche mit anderem internationalem Kulturerbe zulasse.⁹⁸³ Durch diese Kontextualisierung der Kulturlandschaft mit anderen Stätten wächst nicht nur die Bedeutung im Tourismus, sondern auch die Akzeptanz in der Bevölkerung. Das Mittel des Vergleichs sowie die Bedeutung der Einreihung in die Welterbeliste, die den eigenen Wohnort hervorhebt und dessen Wert international bestätigt, werden von vier Bewohnern als Grund herangezogen, um ihrem Stolz Ausdruck zu verleihen.⁹⁸⁴ Die Antworten auf andere Fragen zeigen zudem, dass der Titel insbesondere von jenen Bewohnern stolz hervorgehoben wird, die beruflich damit zu tun haben oder sich anderweitig etwas davon versprechen (z. B. für die eigene Vereinsarbeit oder die Regionalaufwertung).

⁹⁸¹ Schon 1993 wurde der Bau abgelehnt, da trotz potenzieller neuer Touristen fraglich blieb, wie hoch der wirtschaftliche Nutzen für das Tal wirklich sei. Zudem wurde bemängelt, dass der Bau nicht in das Landschaftsbild passe. Da Natur und Landschaft eine wesentliche Ressource für touristische Aktivitäten darstellen, wirkt sich auch die nachhaltige Entwicklung einer intakten Umwelt auf den Tourismus aus. Vgl. Heinen 2006: 29.

⁹⁸² Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 58.

⁹⁸³ Vgl. Tauschek 2009a: 438; Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 57.

⁹⁸⁴ Vgl. Fragebogennr. 87 (St. Goar); 112 (St. Goar); 129 (Kaub); 211 (Oberwesel).

In den Antworten wird ersichtlich, dass die überwiegende Mehrheit der Bewohner dem Welterbetitel aufgrund der Aspekte Wertsteigerung und positive ökonomische Entwicklung, Image- und Prestigeerwerb sowie der Erhaltung einer lebenswerten Umwelt einen hohen Stellenwert beimisst. Der Zusammenhang zwischen Auszeichnung, ideeller Aufwertung und Regionalentwicklung wird dabei weniger mit den Maßnahmen zum Schutz des Erbes verbunden, sondern vor allem mit dem marketingorientierten und tourismuswirtschaftlichen Image des Titels hergestellt. Nur in geringem Ausmaß beinhaltet die symbolische Zuschreibung eine identifikatorische Funktion.

Bedeutung nach außen versus Bedeutung nach innen

Dreizehn der 241 Befragten freuen sich über den UNESCO-Titel, wissen aber nicht, was er dem Tal oder ihnen persönlich bringen soll, wie folgende Aussagen deutlich machen: „Persönlich bringt es mir nichts, zu viel ist Welterbe“ oder „Wir können uns nichts davon kaufen“.⁹⁸⁵ Eine Befragte aus Kaub meint zwar, die Auszeichnung sei prestigeträchtig, aber „ob’s was bringt“, stellt sie infrage, denn Geld komme wenig.⁹⁸⁶ Dies zeigt erneut, welches Wissen über die UNESCO und ihre Finanzpolitik vorherrschen bzw. welche Erwartungen damit verknüpft werden. Der Welterbetitel spiele oft „noch keine Rolle“, da die UNESCO zu wenig mache und die Repräsentativität fehle, erklärt ein Mann aus Oberwesel.⁹⁸⁷ Eine Informantin aus Kaub wiegt ab, dass der Titel – der für sie persönlich keinen Stellenwert habe – für die Wirtschaft wichtig sei, Denkmalschutz hätte es aber auch schon vorher gegeben.⁹⁸⁸

Die einzelnen Antworten zeigen, dass die Bevölkerung dem Welterbetitel einen sehr unterschiedlichen Stellenwert zuschreibt und zum Teil nicht die Gründe, Hintergründe und Funktion der Auszeichnung bekannt sind. Für einige Befragte sind die UNESCO-Programme intransparent.⁹⁸⁹ Auch der Selbstverpflichtungscharakter und die Initiativen des Zweckverbands und der Länder scheinen weitgehend unbekannt. Die Intentionen der öffentlichen Vertreter, die sich um die Erhaltung kümmern, dringen nicht immer zur Bevölkerung durch. Die sozialen Verhandlungen und kollektiven Entschlüsse, die hinter dem Titel stehen, scheinen auf der Ebene der Bevölkerung nicht präsent. Die innen- und außenpolitischen Strategien für das Tal und die rechtlichen Vorgaben der öffentlichen Akteure werden bei der Befragung nicht genannt. Daran wird deutlich, dass mit der Welterbeauszeichnung nur ein marginaler Diskurs bei der Bevölkerung über die Werte der Auszeichnung sowie die Situation im Tal stattgefunden hat und ein

⁹⁸⁵ Vgl. Fragebogen nr. 131 (Kaub); 213 (Oberwesel).

⁹⁸⁶ Vgl. Fragebogen nr. 128 (Kaub).

⁹⁸⁷ Vgl. Fragebogen nr. 184 (Oberwesel).

⁹⁸⁸ Vgl. Fragebogen nr. 132 (Kaub).

⁹⁸⁹ Vgl. Fragebogen nr. 80 (St. Goar); 227 (Oberwesel); 230 (Oberwesel).

lückenhafter Informationsaustausch besteht. Viele der Initiativen scheinen nicht wahrgenommen zu werden. Dies lässt vermuten, dass die Ernennung des Oberen Mittelrheintals zum UNESCO-Welterbe bei einem Großteil der Bewohner nicht in dem Maße präsent ist, als dass man von dem Welterbe als Element der Identifizierung sprechen kann. Wie später ausgeführt wird, scheint die Auszeichnung auf regionaler Ebene bislang eher als strategischer Kommunikationshintergrund für Gruppen, wie Vereine etc., bedeutsam.

Kritik gegenüber dem Titel

Der geringe Anteil (25 von 241) der Befragten, welcher auf die Frage nach dem Stellenwert gezielt negative Kritik an der Prädikatisierung äußert, deutet daraufhin, dass die Mehrheit der Befragten den Welterbetitel nicht als Negativum ansieht. Dennoch ruft der Welterbestatus bei einigen kritische Assoziationen hervor. Mit einer gesonderten Frage wurde erhoben, ob sich die Bewohner durch das Weltkulturerbe in irgendeiner Weise eingeschränkt fühlen, und wenn ja, wie sich dies ausdrückt.

8.3.2.2 Einschränkungen

Von den 241 Befragten verneinen 213 Personen die Frage, ob sie Einschränkungen durch den Welterbetitel erfahren. 22 Personen äußern, Einschränkungen zu bemerken, und 6 Personen geben keine Antwort. Mit der anschließenden gezielten Frage, wie sich eventuelle Einschränkungen ausdrücken, hatten die Befragten die Gelegenheit, Kritik zur Sprache zu bringen. Befragte, die auf die Frage nach dem Stellenwert des Welterbetitels Kritik geäußert hatten, geben nun an, keine Einschränkungen durch ihn zu erfahren, andere, die dem Titel zuvor z. B. wirtschaftliche Bedeutung zuschrieben, erwähnen von direkten Einschränkungen betroffen zu sein. Neun der 213 Personen, die sich nicht eingeschränkt fühlen, äußern unaufgefordert Ergänzungen. So nutzen vier der Befragten diese Frage erneut als Anlass, um in der Antwort ihre Freude über den Titel mitzuteilen. Indem ihre Ausführungen das Positive betonen, wird dem Titel Wert zugeschrieben. So erwähnen diese Personen, sich nicht eingeschränkt zu fühlen, da sie den Titel „ganz im Gegenteil“ schätzen oder „eher als Privileg“ ansehen, da dieser „das Tal bekannt gemacht“ habe.⁹⁹⁰ Eine Einwohnerin aus Oberwesel ergänzt von dem Titel „nur profitiert“ zu haben.⁹⁹¹ Diese Anmerkungen ermöglichen Rückschlüsse auf das Verständnis und die Einstellungen der Bewohner zum Welterbe zu ziehen, die in den Antworten zuvor nicht geäußert wurden. Drei Personen thematisieren in diesem Kontext die Brückenproblematik. Während eine Frau äußert keine Einschränkungen mit dem Titel zu verbinden, da sie sowieso gegen die

⁹⁹⁰ Vgl. Fragebogennr. 11 (Trechtingshausen); 181 (Oberwesel); 91 (St. Goar).

⁹⁹¹ Vgl. Fragebogennr. 240 (Oberwesel).

Brücke sei, will ein Bewohner nicht eindeutig Stellung beziehen, da „das mit der Brücke noch nicht durch“ sei.⁹⁹² Ein weiterer Informant schmälert seine positive Einstellung, indem er auf den verlangsamten Brückenbau verweist.⁹⁹³ Zudem können zwei Personen genannt werden, die anführen, der Auszeichnung „noch“ positiv gegenüber zu stehen, da ihnen noch keine baulichen Einschränkungen bekannt seien.⁹⁹⁴ Diese Einwände deuten darauf hin, dass diese Personen die Welterbe Auszeichnung mit Auflagen verbinden, die – sollten sie in Kraft treten – kritisch gesehen werden.

Für einen kleinen Teil bestehend aus 22 Personen ruft der Welterbestatus modernisierungskritische Ängste wach. Diese Personen sind besorgt, dass die Instrumente zur Durchsetzung der denkmal- und landschaftspflegerischen Zielsetzung verschärft und konsequenter angewandt würden. Die Eintragung in die Liste wird teilweise als ein Akt der Enteignung und die Unterschutzstellung als Eingriff von außen wahrgenommen. Bedingt durch nicht nachvollziehbare Handlungslogiken, teure Umgestaltungen und Beeinträchtigungen eigener Ziele zeigen die Befragten Frustration.

Tabelle 4: Kritikpunkte am Titel (Antworten der 22 Personen, die sich durch den Titel eingeschränkt fühlen)

Kritikpunkte am Titel	Anzahl an Antworten
Brücke	10
Vorschriften	8
Teure Investitionen	2
Sonstiges	2

Insbesondere mit der Brückendiskussion (s. Kap. 5.4 und 8.3.3) scheint ein Konflikt um die Akzeptanz des Welterbetitels verbunden zu sein. Zehn Befragte nutzen bei der Frage nach den Einschränkungen die Gelegenheit, ausführlicher auf ihre Unzufriedenheit einzugehen, und nennen den Welterbestatus als Bremse für den Brückenbau. Für sie suggeriert der Begriff Welterbe Unveränderbarkeit, was in diesem Falle nicht ihren Interessen entspricht. Durch den gefolgerten konservatorischen Charakter des Welterbetitels befürchten sie weitere wirtschaftliche Stagnation.

Von der Brückendiskussion abgesehen, kritisieren acht Personen, dass sich die Auflagen des Denkmalschutzes erhöht hätten, das Tal nun Vorschriften zur Fortentwicklung und „offiziellen Regularien“ unterliege und „das Welterbe“ keine Entwicklung zulasse.⁹⁹⁵ Wie in Kapitel 8.3.2.1 deutlich wurde, sprechen andere Bewohner diesen vermeintlichen Auflagen und dem

⁹⁹² Vgl. Fragebogennr. 208 (Oberwesel); 48 (Trechtingshausen).

⁹⁹³ Vgl. Fragebogennr. 175 (Kaub).

⁹⁹⁴ Vgl. Fragebogennr. 8 (Trechtingshausen); 132 (Kaub).

⁹⁹⁵ Vgl. Fragebogennr. 147 (Kaub); 187 (Oberwesel).

damit verbundenen Schutz eine positive Bedeutung zu. Diese subjektiv wahrgenommene Änderung in der Anwendung des Denkmalschutzes ist zudem zu relativieren, wenn man die Gesetzgebungen vor 2002 und danach vergleicht.⁹⁹⁶ Freilich bekam der Denkmal- und Kulturlandschaftsschutz durch die Anerkennung der UNESCO und die obligatorische regelmäßige Berichterstattung ein neues Gewicht in der lokalen politischen Agenda. Die Zielsetzungen und Kriterien der UNESCO sind jedoch in weiten Teilen mit den bisherigen regionalen Bemühungen um den umfassenden Schutz der Natur- und Kulturgüter identisch. Auch nach der Anerkennung kümmert sich nicht direkt die UNESCO um den Erhalt und die Restaurierung, sondern ausgewiesene Fachleute, die bereits für das Anerkennungsverfahren nachgewiesen werden mussten. Neu entstandene Konzepte verfolgen vor allem das Ziel, die bundeslandübergreifende Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal als Ganzes zu erhalten und zu gestalten, da der Denkmalschutz bundeslandspezifisch geregelt ist. Dabei wird auf die bauliche Identität der Region geachtet, denn die typische Landschaft und Architektur seien maßgebend für die Entwicklung und Beibehaltung der regionalen Identität. So sollen beispielsweise Sanierungen in den Altstädten auf die bestehende Bausubstanz und das historische Erscheinungsbild abgestimmt werden. Fünf Befragte aus Oberwesel kritisieren konkret die Regulierung von baulichen Maßnahmen wie z. B. Vorschriften bezüglich der Hausausrichtung oder der Dachfarbe.⁹⁹⁷ Diese Bewohner sehen den Titel als fassbare Hürde an, wobei übersehen wird, dass diese Vorgaben aufgrund von Bebauungsplänen gemäß dem Baugesetzbuch auch ohne Welterbetitel einzuhalten sind.⁹⁹⁸ Dass Äußerungen dieser Art ausschließlich in Oberwesel getätigt wurden, mag daran liegen, dass dort aktuell mehrere Neubaugebiete erschlossen werden.

Im Fokus stehen folglich Bedenken, dass die Maßnahmen zur Unterschutzstellung und Erhaltung des Welterbes Veränderungen in der Kulturlandschaft aufhielten. Ist der Wandel auch immanenter Bestandteil jedes kulturellen Kontextes, meint ebenso Kirshenblatt-Gimblett „heritage interventions attempt to slow the rate of change.“⁹⁹⁹ Eine Möglichkeit, diese Skepsis gegenüber dem Titel zu erklären, ist die Tatsache, dass das Thema aufgrund der Diskussionen um die Vereinbarkeit des Welterbetitels mit dem Bau von Hochhäusern in Köln und der Dresdner Waldschlösschenbrücke zum Zeitpunkt meiner Erhebung 2010 in den Blick einer kritischen Öffentlichkeit und Medienberichterstattung gerückt ist. Die Medien tragen einen großen Teil zur Meinungsbildung bei. Da der Welterbetitel oftmals als Hindernis dargestellt wird, wirkt sich dies auch auf die Wahrnehmung des Titels im Oberen Mittelrheintal aus. So gibt eine

⁹⁹⁶ Generaldirektion Kulturelles Erbe RLP 2008; Schüler-Beigang 2002c.

⁹⁹⁷ Vgl. Fragebogennr. 183 (Oberwesel); 186 (Oberwesel); 187 (Oberwesel); 191 (Oberwesel); 212 (Oberwesel).

⁹⁹⁸ Vgl. § 1 Abs. 6/ 5 Bgb: Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz u. juris GmbH 2015.

⁹⁹⁹ Kirshenblatt-Gimblett 2005: 16; Kirshenblatt-Gimblett 2006: 180.

Befragte aus Oberwesel an, dass die Medien auch kritische Aspekte des Titels verbreiten.¹⁰⁰⁰ Die Medien tragen jedoch nicht nur dazu bei, das Welterbe zu kritisieren. Auch die positive Deutung scheint auf die Medienberichterstattung und die dort allgemeine Konjunktur des Themas Kulturerbe zurückzugehen, wie im Folgenden noch ausgeführt wird.

Vereinzelt werden auf die Frage nach den Einschränkungen allgemeine Problematiken genannt, für die der Titel als Sündenbock herhalten muss wie z. B. mangelnde Parkplätze für Anwohner oder zu hohe Umweltauflagen.¹⁰⁰¹ Der Titel wird demnach sowohl mit positiven als auch mit negativen Entwicklungen in Verbindung gebracht. Je nach Perspektive ist er dabei Bestandteil der Meinungsbildung.

Im Verhältnis zur Gesamtzahl äußern nur wenige der Befragten Kritik in der Umfrage. Sowohl in einzelnen Gesprächen mit den öffentlichen Akteuren als auch in den Medien wurden jedoch weitere Konflikte um Transformationen und die Verträglichkeit des Welterbestatus mit den Anforderungen an eine Weiterentwicklung des Raumes aufgeworfen, die erst nach Abschluss der Befragung an Bedeutung erlangten. Diese beziehen sich z. B. auf die Frage nach der Vereinbarkeit des Welterbetitels bzw. der visuellen Integrität des Oberen Mittelrheintals mit dem Bau von Windkraftanlagen, der Existenz einer Sommerrodelbahn in Rüdesheim und der Erhaltung der für die Bundesgartenschau 2011 in Koblenz errichteten Seilbahn.¹⁰⁰² Besonders für die Seilbahn bezogen die Bürger Stellung und gründeten eine Bürgerinitiative, die sich für deren Erhalt einsetzt. Bei Betrachtung der Berichterstattungen zu den Demonstrationen wird deutlich, dass der Großteil der sich für dieses Thema engagierenden Bevölkerung keinen Widerspruch zwischen dem Erhalt der Seilbahn und des Welterbetitels sowie der geforderten visuellen Integrität des Tals sieht.



Abb. 28: Demonstrantin, die sich auf einer Demonstration am 14. Juni 2013 in Koblenz für die Kombination der Seilbahn und des Welterbes einsetzt. Quelle: Blick aktuell 2013.

¹⁰⁰⁰ Vgl. Fragebogenr. 191 (Oberwesel).

¹⁰⁰¹ Vgl. Fragebogenr. 136 (Kaub); 176 (Kaub).

¹⁰⁰² Vgl. zur Diskussion um den Bau von Windrädern in Welterbegebieten: Bendix 2007: 349f.

Im Internet lassen sich jedoch auch Bewegungen finden, die die Seilbahn dem Titel vorziehen würden.



Abb. 29: T-Shirt, das für den Erhalt der Seilbahn – auch ohne Welterbetitel – mobilisiert. Quelle: Spreadshirt 2013.

8.3.2.3 Präsenz und Auswirkungen

Lowenthal äußert: „All at once heritage is everywhere – in the news, in the movies, in the marketplace – in everything from galaxies to genes. It is the chief focus of patriotism and a prime lure of tourism.“¹⁰⁰³ Die Ausprägungen einer solchen Omnipräsenz im Fallbeispiel galt es aus Sicht der Bevölkerung zu beleuchten. So wurde in einer weiteren Frage erhoben, wann, wie und wo die Welterbeauszeichnung präsent ist.

Für 187 der 241 Befragten ist die Auszeichnung präsent, 23 Personen geben das Gegenteil an und 31 äußern sich nicht weiter dazu. Die Ausführungen spezifizieren, inwiefern die Befragten den Titel in ihrem Alltag wahrnehmen.

Tabelle 5: Kontexte der Präsenz der Welterbeauszeichnung (Antworten der 187 Personen, für die die Auszeichnung präsent ist, Mehrfachnennungen möglich)

Kontexte der Präsenz der Welterbeauszeichnung	Anzahl an Antworten
Schilder/ Stehlen/ Tafeln/ Fahnen	93
Zeitung/ Medien/ Presse	32
Werbung/ Reklame/ Broschüren	28
Tourismusangebot	26
Restaurierungen/ Investitionen	25
Brückendiskussion	16
überall	9
Internet	8
Schild auf Autobahn	8
Museum	7
Sonstiges	66

¹⁰⁰³ Lowenthal 1998: Xiii.

Die lokale Wahrnehmung scheint maßgeblich von den Impulsen und Maßnahmen des Zweckverbands beeinflusst zu sein. Auffällig ist, dass die in Kapitel 7.2.2.2 beschriebene Beschilderung des Zweckverbands – als Element der designten Region – von 93 der befragten Personen genannt werden. Dabei wird z. B. angeführt, dass die Auszeichnung in der Fahne präsent sei, sonst aber selten in Erscheinung trete.¹⁰⁰⁴ Weitere Antworten, die diese Wahrnehmung spezifizierten, lauten beispielsweise „Hinweise sind da, könnten mehr sein“ oder „noch zu wenig präsent und im Bewusstsein vorgedrungen“.¹⁰⁰⁵ Das Emblem ist demnach zwar für einen Großteil der befragten Bewohner in der Alltagswahrnehmung präsent, wird jedoch den Antworten zufolge eher beiläufig wahrgenommen. Die auf den Welterbetitel fokussierte Inszenierung, die die Landschaft gewissermaßen als Produkt aufbereitet, soll jedoch nicht nur die touristischen Chancen aktivieren und vermarkten. Die Inwertsetzungsprozesse des Welterbes als Kulturmarke und die damit zusammenhängende regionale Zusammenführung durch die symbolische Formierung der Region sollen auch ein neues Image und Alleinstellungsmerkmal in der Bevölkerung kommunizieren.

Die Bereitschaft, sich durch den Einsatz des Logos mit der Region zu identifizieren, steigt mit dessen Akzeptanz. In den Interviews wird zum Teil mit widersprüchlichen Aussagen auf die Einführung und die Wirkung des Logos eingegangen. Auf Nachfrage wurde deutlich, dass die Bewohner nur zum Teil etwas mit dem Logo anfangen können. Auch Kritik am Logo und darüber hinaus an den Initiativen des Zweckverbands wird geäußert wie z. B., dass die Auszeichnung „überall auf den dämlichen Tafeln und Wegschildern, die früher überflüssig waren“, präsent sei oder auf „den unnötigen Ortsschildern und den grünen Nummern, die man nur erkennt, wenn man es kennt“.¹⁰⁰⁶

Abgesehen von dem Logo und dem Corporate Design werden weitere Maßnahmen des Zweckverbands nur vereinzelt angesprochen. Auch wenn dessen verschiedene Initiativen zum Ziel haben, die abstrakte Welterbeauszeichnung auf lokaler Ebene zu konkretisieren und greifbar zu machen, scheint dieses Ziel bei der Mehrheit der Befragten nicht erreicht worden zu sein. Die Aktivitäten scheinen keine hohe und dauerhafte Präsenz im alltäglichen Bewusstsein einzunehmen. Es muss dabei jedoch angemerkt werden, dass nicht gezielt nach der Bekanntheit der einzelnen Maßnahmen bzw. dem Zweckverband gefragt wurde und dies der Grund sein kann, warum sich nicht dazu geäußert wird. Informationen über die Arbeit des Verbands sind der Bevölkerung neben dessen eigenen Publikationsorganen über die Zeitungen oder

¹⁰⁰⁴ Vgl. Fragebogenr. 1 (Trechtingshausen); 8 (Trechtingshausen); 21 (Trechtingshausen).

¹⁰⁰⁵ Vgl. Fragebogenr. 109 (St. Goar); 74 (St. Goar); siehe auch 67 (Trechtingshausen).

¹⁰⁰⁶ Vgl. Fragebogenr. 91 (St. Goar); 187 (Oberwesel).

Ausschreibungen im Rathaus zugänglich. Letztgenannte Veröffentlichungen werden von fünf Befragten erwähnt. Zu deren Inhalt werden jedoch keine Ausführungen gemacht.

Neun Personen antworten, dass das Welterbe überall bzw. in vielfältiger Weise präsent sei. Da dies nicht immer weiter ausgeführt wird, ist unklar, ob damit z. B. auch Elemente der Corporate Identity gemeint sind.

32 Personen geben an, dass das Welterbe in den Medien präsent sei. Die Welterbethematik wird in der Berichterstattung nicht nur aus Sicht des Denkmalschutzes behandelt, sondern berührt auch politische sowie wirtschaftliche Interessen und stellt ein gesellschaftliches Thema dar. Zahlreiche Berichte über die Welterbevergabe und Leserbriefe in lokalen und überregionalen Zeitungen verdeutlichen die Medienwirksamkeit sowie die Popularität des Themas.¹⁰⁰⁷ Eine von der deutschen UNESCO-Kommission veranlasste Auswertung von deutschen Zeitungen und Zeitschriften zwischen 1993 und 2003 ergab, dass die öffentliche Wahrnehmung der UNESCO maßgeblich über das Welterbe bestimmt wird.¹⁰⁰⁸ Der Welt-Redakteur und Journalist Sven Felix Kellerhof schreibt, dass das Gütesiegel UNESCO-Welterbe ein attraktiver Schlüsselreiz sei und Aufmerksamkeit wecke. Daher sei es für Zeitungsartikel beliebt.¹⁰⁰⁹ Die verstärkte Wahrnehmung der Auszeichnung in den Medien forciert eine öffentliche Aufmerksamkeit und steigert damit rückwirkend das Interesse an den Berichten. Die Medien und der Welterbetitel selbst sind damit nicht nur ein Mittel, um öffentliche Aufmerksamkeit zu erhalten, sondern sie verstärken, vervielfältigen und potenzieren diese auch. Nach Analyse der Medien des Axel-Springer-Verlags und der darin erscheinenden Artikel im Kontext von Welterbestätten konstatiert Kellerhof: „Der Status Weltkulturerbe mobilisiert notfalls und im Zusammenspiel mit den Medien die Gesellschaft weitaus stärker für ein bestimmtes Kulturgut, als das jede andere Form von Öffentlichkeitsarbeit leisten könnte.“¹⁰¹⁰ Mit der Thematisierung in den Medien und der daraus resultierenden Publizität werden touristische Attraktionen stärker von der Gesellschaft wahrgenommen und die Alleinstellungsmerkmale kommuniziert. Der Einfluss der allgemeinen Medien auf die touristische Wertschöpfungskette darf daher nicht unterschätzt werden.¹⁰¹¹

Die Medien stellen nicht nur eine Öffentlichkeit der Region nach außen her, sondern helfen auch, das Welterbe für die Bevölkerung zugänglich zu machen. Reportagen von regionalen Fernseh- und Radiosendern bieten eine wichtige Plattform für den öffentlichen Diskurs zur Welterbegestaltung und Regionalentwicklung, da sie ein effektives und weitreichendes Mittel

¹⁰⁰⁷ Vgl. die nicht vollständige Sammlung an Berichten zum Oberen Mittelrheintal im Quellenverzeichnis.

¹⁰⁰⁸ Vgl. Offenhäuser 2004.

¹⁰⁰⁹ Vgl. Kellerhof 2008: 135.

¹⁰¹⁰ Kellerhof 2008:139.

¹⁰¹¹ Vgl. Kellerhof 2008: 130.

der Repräsentation darstellen. Die Medienöffentlichkeit trägt zur Aufmerksamkeit für eine Welterbestätte bei, wie sich am Beispiel der Mittelrheinbrücke und vor allem am Beispiel der Waldschlösschenbrücke über das Elbtal zeigt.¹⁰¹² Das Interesse der Öffentlichkeit an der Berichterstattung mit Bezug zu einem Welterbetitel scheint um einiges höher als bei anderen Sehenswürdigkeiten – vor allem, wenn Konflikte thematisiert werden.

Auch die Deutsche UNESCO-Kommission leistet ihren Beitrag zur Medienpräsenz, indem sie einen Online-Auftritt pflegt und z. B. über einen digitalen Newsletter die Berichterstattung forciert. Im Oberen Mittelrheintal kommuniziert ferner der Zweckverband Ereignisse für regionale Tageszeitungen oder über eigene Publikationsmedien. Über diese Berichterstattung, bei der überwiegend ein positives Stimmungsbild bemüht wird, soll eine zustimmende Resonanz auf die Initiativen des Zweckverbands bewirkt bzw. verstärkt werden. Die dabei publizierten Abbildungen und In-Szene-Setzungen unterstützen diese Intentionen. So schmücken z. B. nicht selten Bilder mit lokalen Politikern, die „Gutes für die Region tun“, die Artikel. Daran wird deutlich, wie die Medien den Titel und die Themen im Tal popularisieren. Massenmedien haben großen Einfluss darauf, welche Themen Aufmerksamkeit erlangen und damit in das öffentliche Bewusstsein vordringen. Ebenso sind sie auch bestimmend dafür, in welchem Licht die ausgewählten Themen behandelt werden. Sie übernehmen eine Vermittlerrolle zu den Rezipienten. Wichtig ist daher zu hinterfragen, welche Sichtweise die Medien auf den Welterbetitel und damit zusammenhängende Bedeutungen und Konflikte vermitteln. Die Medien beeinflussen und filtern die Wahrnehmung der Rezipienten und somit auch mittelbar die Einstellung und das Verhalten gegenüber dem thematisierten Erbe. Indem die Leser z. T. unreflektiert Informationen darüber beziehen, trägt die Berichterstattung zur Meinungsbildung bei (vgl. Kap. 8.3.2.2). Oft haben Menschen eine höhere Aufmerksamkeit für Nachrichten aus einer Region, zu der sie einen Bezug haben. Da gerade in den Lokalteilen der Zeitungen über die Prozesse im Oberen Mittelrheintal berichtet wird, können sie das Interesse der Bewohner am Welterbetitel fördern und auch deren Identifikation damit festigen. Die Narrationen werten die Güter auf, sodass sie Bedeutung für die kollektive Identität bekommen. Einen hohen Bekanntheitsgrad besitzen jedoch auch Welterbestätten, die mit Negativ-Schlagzeilen in der Presse erwähnt werden. So wecken auch im Oberen Mittelrheintal besonders die Thematisierung kritischer Positionen und brisanter bürgernaher Themen, wie der Bau einer Brücke und die damit möglicherweise zusammenhängende Aberkennung des Titels, hohes regionales Interesse sowie überregionale Aufmerksamkeit. In der Berichterstattung der Zeitungen wird dabei versucht, sachlich zu berichten

¹⁰¹² Vgl. z. B. diverse Internetseiten wie Spiegel Online Kultur 2007; weitere Quellen in: Friedreich 2009: 174f.

und verschiedene Sichtweisen zu berücksichtigen. Doch oft weist schon die Überschrift auf die im jeweiligen Artikel favorisierte Lesart hin.¹⁰¹³

Ein weiteres Medium, in dem die Auszeichnung präsent ist und popularisiert wird, ist laut acht Personen das Internet. Bewohner nutzen die Interaktivität des Mediums dabei auch, um selbst mediale Inhalte zu produzieren. Auf eigenen Websites, in Foren, Blogs oder Social Communities verbreiten sich für die Region engagierende Bürger ihre Gedanken, persönlichen Ansichten und Bestrebungen.¹⁰¹⁴ Zudem nutzen u. a. Anbieter von Ferienwohnungen das Vermarktungspotenzial des Internets und schmücken ihre Onlineangebote mit Hinweisen auf den Welterbetitel.¹⁰¹⁵

Beispielhaft untersucht wurden fünf Websites von Bürgern, welche auf unterschiedliche Art und Weise die Region, die jeweilige Ortsgeschichte oder lokale Veranstaltungen einem größeren Publikum zugänglich machen wollen.¹⁰¹⁶ In vielen Fällen nutzen Bewohner den Titel im Internet, um eigene wirtschaftliche – insbesondere touristische – Interessen zu verfolgen. Nicht immer wird dies jedoch offen geäußert. So gibt Wilhelm Hermann, der Reisen in das Tal vermarktet, im E-Mail-Interview an, den Titel „aus Solidarität“ zu erwähnen, und nicht, weil er sich etwas davon erhoffe. Weiter führt er aus, dass er es noch niemals erlebt habe, dass sich ein Interessent bzw. Gast darauf bezogen hätte. Auch wenn das Welterbe als ein touristisches Gütesiegel bezeichnet werde, seien im Oberen Mittelrheintal noch immer andere Elemente ebenso ausschlaggebend. Dies zeige das Ergebnis der bezahlten Suchwort-Statistiken bei Google-Adwords: „Suchwortkombination aus Weltkulturerbe und Oberes Mittelrheintal sind weniger gefragt als andere Suchwort-Kombinationen für einen Urlaub im Rheintal.“¹⁰¹⁷ Indem Wilhelm Hermann sich von den von ihm sogenannten „Gesundbetern“, die seiner Ansicht nach unrealistisch viel Potenzial in dem Titel sehen, abgrenzt, wird seine ambivalente Meinung zu den Initiativen deutlich. So erwähnt er auch, dass Gastronomen, die sich nicht als Welterbe-Gastgeber vermarkten, kaum Auswirkungen vom Welterbestatus wahrnehmen.¹⁰¹⁸ Ronald Raabe,

¹⁰¹³ So z. B. Rheinzeitung 01.03.2008; Rhein-Hunsrück-Zeitung 21.02.2008 oder SWR online 22.01.2008.

¹⁰¹⁴ Siehe z. B. Federhen seit 2011; Zweckverband seit 2009; Initiative Region Mittelrhein e. V. seit 2001; Veters seit 2013; Blum seit 2014. Zudem sei die seit 2011 bestehende Gruppe „Mittelrhein Info-Tafel“ und die seit 2015 bestehende Gruppe „Du weißt, du kommst vom Mittelrhein, wenn ...“ exemplarisch für regionsverbundene Gruppen bei Facebook genannt. Auf beiden Seiten werden Veranstaltungshinweise und Neuigkeiten aus dem Tal, Nachrichten, Medienberichte, Diskussionen oder Fragen zum Tal geteilt. In der vorliegenden Arbeit finden diese Seiten Erwähnung, da sie die regionale Identität fördern möchten und zudem in den Posts der Gruppenmitglieder teilweise ein Bezug zum Welterbe hergestellt wird. Siehe Mittelrhein Info-Tafel seit 2011; Du weißt, du kommst vom Mittelrhein, wenn... seit 2015.

¹⁰¹⁵ Vgl. z. B.: Koos seit 2012; Hoffman seit 2010; Hofmann o. J.; Offermans-Rademakers seit 2008; Raabe seit 2009; Hermann seit 2007; TaleTekk UG seit 2015.

¹⁰¹⁶ Mit folgenden Anbietern wurde Kontakt aufgenommen: Petereit o. J.; Raabe seit 2009; Hermann seit 2002; Initiative Region Mittelrhein e. V. seit 2001; Federhen seit 2011.

¹⁰¹⁷ Siehe E-mail vom 28.01.2014.

¹⁰¹⁸ Siehe E-mail vom 28.01.2014.

Veranstaltungsmanager der Eventagentur „Oberes Mittelrheintal“, antwortet ebenso verhalten auf die Frage nach den Auswirkungen des Status. Er lenkt die Thematik auf die Aufgaben, die das Tal unabhängig vom Welterbetitel erledigen müsse wie die Überwindung der Disparität oder den Brückenbau. Dies anzugehen sei wichtiger für zukünftige Außendarstellungen als das Vorweisen des Titels.¹⁰¹⁹ Patrick Federhen, der die Seite „mittelrhein.de“ betreut, weist ferner daraufhin keine signifikante Änderung durch den Titel feststellen zu können. Allerdings nehme er wahr, dass auch erst in den letzten Jahren mit einer intensiven Nutzung des Titels begonnen wurde. So erhoffe er sich von dem Titel „mehr Bekanntheit, positive Assoziationen für potenzielle Gäste und überzeugende Argumente für Reisen in unsere Region.“¹⁰²⁰

Ein weiterer Teil der Befragten (28) nimmt die Auszeichnung in den Broschüren des Zweckverbands bzw. allgemeiner der Werbung wahr, wobei einmal kritisch angemerkt wird, dass die Mittel für Werbung erhöht werden, jedoch für den Erhalt der Kulturlandschaft besser ausgegeben seien.¹⁰²¹

26 Personen sind der Meinung, dass die Auszeichnung im Tourismusangebot erkennbar wird. Besonders Befragte aus Kaub äußern dies, was auf die gestiegenen Gästezahlen der im Jahr 2010 renovierten Jugendherberge zurückgeführt werden kann. Die Befragten verknüpfen demnach den Erfolg der Jugendherberge, die neben Schulklassen und Freizeitgruppen besonders von Rheinsteig-Wanderern aufgesucht wird, mit der Nobilitierung des Tals als Welterbe. Vier Befragte führen explizit aus, dass sich das Hotelier- und Gaststättengewerbe nach der Welterbewertung geändert habe. Sie beziehen sich dabei z. B. auf das neu erschaffene Angebot der Welterbe-Gastgeber.¹⁰²²

25 Personen geben an, das Welterbe aufgrund damit zusammenhängender Sanierungsmaßnahmen u. a. an den Rheinpromenaden, den Stadtmauern oder den Weinbergen wahrzunehmen.¹⁰²³ Auch der Rheinsteig wird unzutreffenderweise als eine Neuerung im Zusammenhang mit dem Welterbetitel genannt.¹⁰²⁴ Da nicht alle erwähnten Maßnahmen im direkten Zusammenhang mit dem Welterbetitel stehen, wird deutlich, dass diese Befragten positiv wahrgenommene Änderungen in ihrem Umfeld auf den Titel attribuieren.

¹⁰¹⁹ Siehe E-Mail vom 28.01.2014.

¹⁰²⁰ Siehe E-Mail vom 16.04.2014.

¹⁰²¹ Vgl. Fragebogennr. 188 (Oberwesel).

¹⁰²² Vgl. Fragebogennr. 172 (Kaub).

¹⁰²³ Vgl. z. B. Fragebogennr. 144 (Kaub); 154 (Kaub); 162 (Kaub); 165 (Kaub); 183 (Oberwesel); 194 (Oberwesel); 218 (Oberwesel); 231 (Oberwesel).

¹⁰²⁴ Vgl. Fragebogennr. 154 (Kaub); 165 (Kaub); 175 (Kaub).

Weitere unter Sonstiges zusammengefasste Nennungen der Präsenz des Welterbestatus

Tabelle 6: Aufsplitterung der unter Sonstiges zusammengefassten Kontexte der Präsenz

Kontexte der Präsenz	Anzahl an Antworten
Loreley-Besucherzentrum	5
Im Bewusstsein verankert	5
Rathaus/ Verbandsgemeinde	5
Ortssitzungen	4
Bildbände	4
Denkmalschutz/ Bauleitpläne	4
Wanderwege	4
Vereine	3
Veranstaltungen	3
Bürgerinitiativen	3
Emblem am Hang	3
Zuschüsse	2
Turnhalle	2
Eröffnungsfeier	1
Naturschutz	1
beruflich	1
Interviews	1
Stadtführungen	1
auf der Fähre	1

Zur alltäglichen Inszenierung können weitere Angebote gezählt werden, die jedoch nur sehr vereinzelt wahrgenommen werden. Wie zuvor dargestellt, wird das Thema „Welterbe Oberes Mittelrheintal“ bei Veranstaltungen (3) wie der Bundes- oder der Landesgartenschau aufgegriffen und der Bevölkerung präsentiert. Diese Thematisierungen sollen dazu beitragen, dass der Titel und ebenso die UNESCO greifbar und nicht als abstraktes oder undurchsichtiges Konstrukt gesehen werden. Zudem bieten Museen oder Ausstellungen (7) und das Loreleybesucherzentrum (3) ebenso wie Stadtführungen (1) einen Zugang und Aufschluss darüber, wie in der Region das Thema vermittelt wird. Die lokalen Vermittlungsstellen sind somit Teil des Wertschöpfungsprozesses und prägen als Ort des Wissentransfers lokale Bilder.¹⁰²⁵ Als weitere im Alltag wahrgenommene Auswirkungen werden Änderungen in der Denkmalpflege und die neuen Ansprüche des Denkmalschutzes (4) genannt, die jedoch, wie in Kapitel 8.3.2.2 ausgeführt, zu relativieren sind. Einmalig wird die Ausschreibung auf der Fähre erwähnt.

Im Gegensatz zu den Touristen, die ich durch das Tal begleitete, ist mir kein Gesprächspartner begegnet, dem die Welterbauszeichnung des Oberen Mittelrheintals gänzlich unbekannt gewesen ist. Jedoch scheinen für viele Bewohner das Konzept und die Bedeutung des Titels nicht vollständig nachvollziehbar. Der Titel bleibt abstrakt, da der Bezug zur eigenen Alltagsrealität nicht deutlich genug ist. Nach Auswertung der Antworten hat der Titel für diese Bewohner

¹⁰²⁵ Vgl. Tauschek 2010: 230.

scheinbar nur geringe Relevanz für das alltägliche Handeln. Die folgende Darstellung soll helfen herauszufinden, ob über bestimmte Aktivitäten eine stärkere Identifizierung stattfindet.

8.3.2.4 Lokale Aneignungen und Aktivitäten

Von der UNESCO wird den Ausführungen im Welterbe-Manual zufolge großer Wert auf die Einbeziehung der lokalen Bevölkerung gelegt. Überprüft wird dies jedoch nicht.¹⁰²⁶ In den Interviews mit Heino Rönneper vom Forum und Thorsten Raab vom Zweckverband wurde von öffentlicher Seite angegeben, dass im Zuge des UNESCO-Antrags vielerorts eine umfassende Bereitschaft zu einer Mitwirkung von privaten sowie öffentlichen Akteuren bekundet wurde, um die Stärken der Region herauszuarbeiten, zu bündeln und für das Ziel der UNESCO-Anerkennung zu nutzen.¹⁰²⁷ Auch wenn das Forum Mittelrheintal (UNESCO-Club e. V.) gegründet worden ist, um die Bevölkerung stärker zu beteiligen (s. Kap. 6.3), findet es in den Interviews mit den Bewohnern keine Erwähnung. Mangels ausreichenden Interesses löste sich der Verein Ende 2012 auf. Die Einbindung der Bevölkerung soll seitdem mit dem bislang eher passiv tätigen Forum „Ehrenamt“ des Zweckverbands gewährleistet werden.¹⁰²⁸

Um einzuschätzen, inwiefern die lokale Bevölkerung laut Selbstauskunft in den Welterbeprozess eingebunden ist, wurde nach der Bereitschaft bei der Gestaltung des Welterbes mitzuhelfen gefragt. Wenn die Frage bejaht wurde, wurde zudem nach der konkreten Beteiligungsform gefragt und bei Verneinung nach den Gründen dafür. 119 Personen bejahen im Rahmen der Befragung bereit zu sein, aktiv bei der Gestaltung des Welterbes mitzuhelfen, 108 geben das Gegenteil an. Sieben Personen sind vielleicht bereit sich zu engagieren und sieben geben keine Antwort.

Verneint wird die Bereitschaft bei der Gestaltung mitzuhelfen überwiegend aus Alters- und gesundheitsbedingten Gründen (42), gefolgt von Zeitmangel (18), fehlendem Interesse (12) und der Angabe, dass sich andere Personen oder Behörden darum kümmern (5). 33 Personen führen die mangelnde Bereitschaft nicht weiter aus.

Tabelle 7: Beiträge zur aktiven Gestaltung des Welterbes (Antworten der 119 Personen, die bereit sind, bei der Gestaltung mitzuhelfen, Mehrfachnennungen möglich)

Beiträge zur aktiven Gestaltung des Welterbes	Anzahl an Antworten
Engagement in Verein oder bei Festen	28
Interesse für Geschichte, hist. Bausubstanz	24
o. A.	18

¹⁰²⁶ Vgl. UNESCO-Kommissionen Deutschlands, Luxemburgs, Österreichs und der Schweiz 2009: 228, 230 u. 257; vgl. auch Swenson 2007: 70ff.

¹⁰²⁷ Interview mit Heine Rönneper [00:34:17-00:36:01]; Interview mit Thorsten Raab [01:14:57-01:15:23].

¹⁰²⁸ Rheinzeitung 04.12.2011; Zweckverband 2013; Forum Ehrenamt: 2013.

Pflege öffentlicher Anlagen, Ortsbild	16
Engagement in Politik	10
beruflich/nebenberuflich (Museum, Winzer, Hotel, FeWo))	10
Führungen durch Welterbe	8
Engagement in Kirche	7
Engagement in Bürgerinitiative	7
Engagement im Naturschutz	5
Werbung für Tal	3
Teilnahme an Diskussionen	2

Meist sind die Personen, die angeben sich um das Kulturerbe zu kümmern, in Vereinen aktiv (28). Sie engagieren sich beispielsweise in der Freiwilligen Feuerwehr, dem Sportverein, dem Hanseorden, dem Schifferverein, dem Förderverein des Wahrschauer- und Lotsenmuseums oder einem Fastnachtsclub.¹⁰²⁹ Auch das Engagement bei Festen (Kerb, Brunnenputzen, Spectaculum) oder die ehrenamtliche Mithilfe im Kulturhaus Oberwesel werden hierzu gezählt.¹⁰³⁰ Die Partizipation in Heimat- und Kulturvereinen wird gesondert betrachtet.

Auch wenn diese auf der lokalen Ebene traditionellen Praxen nicht direkt mit dem Welterbe zusammenhängen, sind sie ein wichtiger Bestandteil der Welterbbewertung, da sie für die Bevölkerung Zugänge zum und vitale kulturelle Elemente für das Welterbe produzieren. Die Befragten geben in den Antworten wieder, was sie persönlich mit dem Welterbe verbinden. Die Zuschreibung, was als Erbe aufgefasst wird, erfolgt demnach performativ und reflexiv. Tauschek schreibt „Kulturerbe stützt sich auf und generiert gleichzeitig Wertigkeiten“.¹⁰³¹ Dies lässt sich auf die gegebenen Antworten übertragen. Lokale Praxen werden dabei als Teil des Erbes angesehen, wodurch die Bewohner ihr Welterbeverständnis auf gegebene Wertigkeiten ausweiten. Zugleich werden die Praxen mit dem globalen Titel geschmückt. Somit wertet die Zuschreibung die Tätigkeiten auf und generiert neue Werte.

Weitere 24 Personen geben ihr Interesse für die Geschichte und die Erhaltung der historischen Bausubstanz als Beitrag zur Gestaltung des Welterbes an. Diese Befragten, die ihr Interesse an der Lokalgeschichte und ihre Aktivitäten zur Bewahrung einer lokalen Erinnerungskultur als Beitrag zur Gestaltung des Welterbes begreifen, definieren das Welterbe über das historische Erbe. Sie schaffen so nicht nur eine subjektive Bezugsmöglichkeit zum kulturellen Erbe, sondern legitimieren auch ihr Engagement für das historische Erbe mit der Bedeutung für den Titel. In der Auszeichnung der Kulturlandschaft als Welterbe sehen sie ihr Engagement bestätigt. Nach Bodner und Sohm stellt ein solches Verständnis die „Basissemantik“ des Kulturerbes

¹⁰²⁹ Vgl. Fragebogenr. 108 (St. Goar); 171 (Kaub); 186 (Oberwesel); 78 (St. Goar); 240 (Oberwesel); 96 (St. Goar); 128 (Kaub).

¹⁰³⁰ Vgl. Fragebogenr. 31 (Trechtingshausen); 45 (Trechtingshausen); 18 (Trechtingshausen); 240 (Oberwesel); 226 (Oberwesel).

¹⁰³¹ Tauschek 2013: 29.

dar.¹⁰³² Dabei bringen sich die befragten Bewohner in historischen Bauvereinen oder in Heimat- und Kulturvereinen ein. Sie benennen in diesem Kontext sowohl den Schutz des materiellen kulturellen Erbes als auch die „ehrliche“ Aufbereitung lokaler Geschichte und den Wunsch, „Traditionen“ und das „örtliche Brauchtum weiterzugeben“, als Motivation.¹⁰³³ Zum Teil haben die Prädikatisierung und damit verbundene Investitionsmaßnahmen auch neue Tätigkeiten auf der alltagspraktischen Ebene evoziert. Als konkrete Beiträge werden die Mithilfe bei der Neugestaltung des Blüchermuseums in Kaub, der Sanierung der Wernerkappelle in Bacharach, der Restaurierung einer Kapelle in Oberwesel, der Stadtmauersanierung in Bacharach und Oberwesel sowie die Instandhaltung und Rücksanierung eines eigenen denkmalgeschützten Hauses genannt.¹⁰³⁴ Vier der Befragten weisen darüber hinaus darauf hin, als Heimatforscher selbst Bücher geschrieben oder eine Homepage veröffentlicht zu haben, um das kulturelle Erbe der Region zu erforschen und zugänglich zu machen.¹⁰³⁵

Den Verantwortlichen aus der kommunalen Kultur- und der Wirtschaftspolitik zufolge sind diese Initiativen und Vereine für die Gestaltung der Orte und Kulturszene ein bedeutender weicher Standortfaktor. Sie können wichtiger Bestandteil innerhalb zukünftiger Strategieüberlegungen sein. Arbeiten die Bauvereine auch im Sinne des „touristischen Blicks“, wie ihn Urry analysiert hat, indem sie die Elemente ästhetisch, fast musealisiert oder folklorisiert aufarbeiten, geht es den Akteuren dabei weniger um die ökonomische Inwertsetzung als vielmehr um den ideellen Wert der Traditionspflege.¹⁰³⁶ Ihr Wunsch ist es, das Kulturerbe aus ideellen und emotionalen Gründen aufrechtzuerhalten. Die Antworten können demnach so interpretiert werden, dass die Bewohner die Diskurse um das Welterbe und den damit zusammenhängenden Prestigeerwerb je nach Bedarf zur Rekontextualisierung und Aufwertung einzelner Aktivitäten bzw. zur Förderung der eigenen, lokal bedeutsamen Ziele deuten und nutzen. So steigern manche Vereine ihr symbolisches Kapital, indem sie bei Veranstaltungen mit der Lokalisation im Welterbe werben.¹⁰³⁷

Der kollektive Umgang mit der Vergangenheit und deren Reformulierung und Interpretation in den Vereinen passt sich in die aktuell wachsende Gedächtniskonjunktur ein, die Nora

¹⁰³² Bodner u. Sohm 2005: 12.

¹⁰³³ Vgl. Fragebogennr. 79 (St. Goar); 38 (Trechtingshausen).

¹⁰³⁴ Vgl. Fragebogennr. 155 (Kaub); 166 (Kaub); 79 (St. Goar); 218 (Oberwesel); 223 (Oberwesel).

¹⁰³⁵ Vgl. Fragebogennr. 96 (St. Goar); 79 (St. Goar); 156 (Kaub); 99 (St. Goar). In einem Interview wurde einem Studenten das Buch „Der wunderbare Rhein. Die Steuerleute und Lotsen auf der Gebirgsstrecke des Mittelrheins mit ihren Stationen in Bingen, Kaub und St. Goar“ übergeben, welches 1999 von Will Kimpel erweitert publiziert wurde. Interessant ist ein Aufkleber auf der letzten Seite dieses Buches mit dem Vermerk „Dieses Buch soll ein kulturgeschichtlicher Beitrag zu den Bestrebungen sein, daß das Mittelrheintal um die Wasserburg Pfalzgrafenstein und die Loreley durch die UNESCO zum unvergänglichen Weltkulturerbe der Menschheit erklärt wird.“ Dies zeigt, wie bereits existente Kulturerbepflege mit der UNESCO-Auszeichnung in Zusammenhang gebracht wird.

¹⁰³⁶ Vgl. Urry 1990.

¹⁰³⁷ Vgl. z. B. Verein für die Geschichte der Stadt Bacharach und der Viertäler e. V. seit 2010.

beschreibt.¹⁰³⁸ Ferner verweist das Interesse, das materielle wie immaterielle Kulturerbe aufrecht und „Vergangenes gegenwärtig zu erhalten“ oder gar zu funktionalisieren, auch auf die Musealisierungsdiskussion.¹⁰³⁹ Die Erhaltung und Aktualisierung des historisch Überlieferten, der Geschichtskultur und Erinnerung kommen dabei nicht nur der Nachfrage nach einem Heritage-Tourismus nach, sondern dienen auch kollektiven Identitätsprozessen.¹⁰⁴⁰ Wie die Außendarstellungen der Vereine zeigen, heben diese das Historische nicht nur für den Tourismus hervor, sondern arbeiten die regionalen Traditionen, Bauten und das historische Kontextwissen auch für einen lokalen Interessentenkreis auf. Lowenthal untersucht solche Prozesse, in denen etwas, sobald es aus der Vergangenheit erhalten geblieben ist, konserviert und für die eigenen Zwecke gedeutet und präsentiert wird. Kulturelles Erbe bezeichnet er dabei als Bemühen, „die Vergangenheit im Interesse der Gegenwart zu manipulieren“.¹⁰⁴¹ Er kommt zu dem Ergebnis, dass die Vergangenheit bei dieser Konstruktion inszeniert werde, um Geschichtsmärchen zu erzählen, die die Gegenwart ansprechen.¹⁰⁴² Ein weiteres Zitat führt dieses Geflecht aus Inszenierung, Veränderung und Verehrung aus: „At its best, heritage fabrication is both creative act and act of faith“.¹⁰⁴³

Die Einbindung von Elementen der lokalen Erinnerungskultur in die gegenwärtige Lebenswelt fördert zum einen, dass historische Ereignisse oder kulturelles Erbe sich in das kollektive Gedächtnis einschreiben. Zum anderen kann der Umgang dazu führen, dass Orte sich über ihr Kulturerbe definieren. So wie in Trechtingshausen hauptsächlich die Burgen, die Clemenskapelle und die Ringmauer, in St. Goar die Rheinfels, die Stiftskirche und der heilige Goar und in Oberwesel überwiegend die Stadtmauer, die Liebfrauenkirche und die Schönburg als lokales Kulturerbe angesehen werden, wird in Kaub neben der Hervorhebung der Pfalzgrafenstein besonders das Thema Blücher in Erinnerung gebracht.¹⁰⁴⁴ Mit einem Denkmal, einem Museum und einem jährlichen Fest wird die Rheinüberquerung nicht allein für den Tourismus, sondern auch für die Bewohner gegenwärtig gehalten. Das jeweilige Kulturerbe kann somit als „Alleinstellungsmerkmal“ die lokale oder regionale Identität beeinflussen. Dabei muss allerdings kritisch hinterfragt werden, inwiefern es sich hierbei um eine konstruierte und oberflächliche Identifikation handelt, ohne dass das Erbe von den Individuen reflektierend und interpretierend angeeignet wird.

¹⁰³⁸ Vgl. Nora 2002.

¹⁰³⁹ Lübke 2004: 13.

¹⁰⁴⁰ Vgl. zur Bedeutung der lokalen Traditionen für die regionale Identität auch: Schneider 2005b: 18.

¹⁰⁴¹ Lowenthal 2000: 71.

¹⁰⁴² Vgl. Lowenthal 2000: 72.

¹⁰⁴³ Lowenthal 1998: XVII.

¹⁰⁴⁴ Vgl. die Antworten auf die Fragen 2,4 und 20 aus der Umfrage (siehe Fragebogen im Anhang).

Bei der Beantwortung der Frage werden auch alltägliche Handlungen von den Befragten als Beitrag zur Welterbegestaltung angesehen. So geben 16 Personen an, bei der Gestaltung des Welterbes mitzuhelfen, indem sie öffentliche Anlagen pflegen und sauber halten. Der Ort ist nicht mehr „nur“ Lebensraum, sondern ausgezeichnet als Welterbe und daher von besonderer Qualität und schutzwürdig. Der Welterbestatus bildet demnach eine neue Variable sozialer Erwünschtheit und Kontrolle. So betont ein Befragter den Auftrag, Verantwortung für die Umwelt zu zeigen.¹⁰⁴⁵ Dies zeigt exemplarisch, wie diese Person ihren Alltag mit dem Welterbe verbindet. Die Welterbebenennung kann Einfluss darauf nehmen, wie Menschen über ihre Region denken und sich für den Ort engagieren. Durch ein Gefühl von Zugehörigkeit können Einzelpersonen sich mitverantwortlich fühlen für die Orts- und Stadtbildpflege. Die Antworten reflektieren, dass die Adellung nicht nur im Interesse bestimmter Akteure, Institutionen oder Interessengruppen zu einem anderen Umgang mit der Kulturlandschaft führen kann, sondern auch auf privater Ebene alltägliches Engagement als Beitrag zur Erhaltung und Gestaltung des Welterbes angesehen wird.

Eine politische Mitgestaltung sprechen zehn Personen an. Ein Herr aus St. Goar sieht dabei sein persönliches Anliegen, in der Stadt verschiedene Projekte für Senioren voranzutreiben, als Beitrag zur Welterbegestaltung an.¹⁰⁴⁶ Wie bereits ausgeführt, nutzen einige Bewohner (10) den Titel nicht nur symbolisch, sondern instrumentalisieren ihn, um ökonomischen Profit daraus zu ziehen, indem sie ihn beruflich oder nebenberuflich, z. B. im Bereich Tourismus oder Weinbau, in Wert setzen. Aus der Gruppe der Welterbe-Gastgeber wurden einzelne Personen gesondert interviewt, die als Bewohner und Akteure eine doppelte Perspektive einnehmen (vgl. Kap. 7.3.2.1).

Folgende weitere Tätigkeiten werden als Beitrag zur Welterbegestaltung genannt: Acht Personen geben an, offizielle oder inoffizielle Führungen durch das Welterbe anzubieten oder mitzugestalten. Sieben weitere erwähnen ihre Tätigkeiten in der Kirche, wie z. B. als Küster, Chorleiter oder Kirchenführer. Deutlich wird dabei, dass der Titel persönliche Aktivitäten und Interessen bestätigen kann. Indem die Personen dem Welterbe über eigene Zugänge eine Bedeutung zuschreiben und durch das Engagement eine spezielle Bindung aufbauen, können sie sich mit dem Welterbe identifizieren. Da diese Aktivitäten bei der Beantwortung der Frage aus den eigentlichen Funktionszusammenhängen gelöst und mit symbolischem Wert beladen werden, kann man auch hier von einer metakulturellen Umdeutung sprechen.¹⁰⁴⁷ Damit verändern sich laut Kirshenblatt-Gimblett die Bedingungen kultureller Produktion und Reproduktion:

¹⁰⁴⁵ Vgl. Fragebogennr. 94 (St. Goar).

¹⁰⁴⁶ Vgl. Fragebogennr. 75 (St. Goar).

¹⁰⁴⁷ Vgl. Kirshenblatt-Gimblett 1995: 370.

„[heritage interventions] change how people understand their culture and themselves. They change the fundamental conditions for cultural production and reproduction“.¹⁰⁴⁸ Die kulturellen Selbstverständlichkeiten werden demnach reflexiv umgedeutet und als Beitrag zum Welterbe dargestellt.¹⁰⁴⁹

Die Bestimmung von Welterbe stellt den Antworten zufolge einen unabgeschlossenen, diskursiven und sozialen Prozess dar. Die Aushandlungsprozesse, was als Bestandteil des Erbes angesehen wird und was nicht, sind dabei abhängig von den gegenwärtigen Interessen. Folglich transformieren lokale Akteure das Welterbeverständnis und bereichern es mit gegenwärtigen Wertehaltungen und Vorstellungen an. So verfolgen die Bewohner eigene Intentionen bei der Vernetzung des Welterbes mit bestehenden Praxen des Alltagslebens. Unterschiedlich weitreichende Veranstaltungen, lokale Aktivitäten oder persönliche Anliegen werden mit der internationalen Auszeichnung verknüpft und als Beitrag zur Gestaltung des Welterbes thematisiert. Dazu gehören sowohl Bereiche des klassischen Denkmal- und Naturschutzes (letzteren geben 5 Befragte an) als auch der alltäglichen Lebensgestaltung. Durch die Verknüpfung der Praxen und Bemühungen mit dem Welterbetitel findet eine ideelle Be- und Aufwertung statt.¹⁰⁵⁰ Je nach Situation wird der Titel bzw. dessen Stilisierung als strategisches Instrument für die eigenen Tätigkeiten, Zwecke und Ideen genutzt. Aus dem zuvor selbstverständlichen Engagement kann eine reflektierte Aktivität werden, um z. B. Fördermittel zu akquirieren oder der Arbeit eine zusätzliche Bedeutungsdimension zu verleihen.¹⁰⁵¹ Aufgrund der Ernennung zu einem Welterbe sowie durch die aktive und reflexive metakulturelle Nutzung des Titels schreiben die Akteure ihrer Tätigkeit neue Bedeutung zu.

Nicht nur wegen politischer, sozialer und ökonomischer Instrumentalisierungen wird der Kulturlandschaft daher Wert zugefügt.¹⁰⁵² Mit der Bedeutungsaufladung der einzelnen Tätigkeiten und auch der Auswahl, was wie dargestellt und weitergegeben wird, erlangt das Welterbe ein Eigenleben und wird – abhängig von gegenwärtigen Interessen – geformt. Bendix führt dies aus, indem sie schreibt: „Kulturerbe ist nicht, es wird. Aus den habituellen Praxen alltagskulturellen Handelns und Erfahrens und den daraus erwachsenden wandelbaren, sinnstiftenden Aktions- und Bedeutungsgeweben, die im kulturanthropologischen Sinn als Kultur bezeichnet werden, lösen Akteure unterschiedlichster Motivation ‚privilegierte Ausschnitte‘ heraus und versehen sie mit Status und Wert.“¹⁰⁵³ Auch in den Initiativen der Bewohner, die nun als Beitrag

¹⁰⁴⁸ Kirshenblatt-Gimblett 2004a: 58; vgl. auch Tauschek 2010: 306.

¹⁰⁴⁹ Vgl. zur metakulturellen Nutzung auch: Tauschek 2013: 83.

¹⁰⁵⁰ Vgl. Hemme, Tauschek u. Bendix 2007: 9; siehe dazu auch: Tauschek 2007: 221.

¹⁰⁵¹ Vgl. Schneider 2005b: 2 in Anlehnung an Kirshenblatt-Gimblett 1995.

¹⁰⁵² Vgl. Hauser-Schäublin u. Klenke 2010: 25.

¹⁰⁵³ Bendix 2007: 340.

zur Gestaltung des Welterbes dargestellt werden, werden Objekte und Praktiken ausgewählt, symbolisch aufgeladen und als für das Welterbe bedeutend präsentiert. Kirchengast schreibt dementsprechend, bei Kulturerbe handele es sich um ein „Set aus soziokultureller, diskursiver Hervorbringungsmechanismen und Aneignungsprozesse, um eine menschliche (Um)Deutung der physischen und/oder sozialen Welt“.¹⁰⁵⁴

Wenn auch die Involvierung in die Welterbegestaltung, abhängig von den Tätigkeiten und Einstellungen der Befragten, recht diffus ist, ist eine Sensibilisierung der Bevölkerung festzustellen. Dabei wird deutlich, dass konkrete Anschauungen helfen, das abstrakte Konzept zu erklären. Aktivitäten in unterschiedlichen Kontexten werden als Anteilnahme für das Welterbe gesehen und in den Interviews akzentuiert. Der Titel spricht demnach nicht nur öffentliche Akteure an. Auch Privatpersonen können sich zur Mitarbeit aufgefordert fühlen und dem Titel (Be-)Deutungen und Nutzungsweisen zuschreiben. Die Welterbeauszeichnung verändert dabei, wie bestimmte Bewohner lokale kulturelle Praktiken wahrnehmen.

Die Einbindung in das globale Welterbennetz bestärkt das einzigartige Lokale und evoziert ein Gefühl von Stolz. Der Titel bietet sozusagen einen „globalen Referenzrahmen für lokale Identitäten“.¹⁰⁵⁵ Indem er für lokale Handlungen rekontextualisiert und das Ortsspezifische zum Gegenstand der Welterbegestaltung wird, findet eine Aushandlung auf unterer Ebene statt und lokale, kulturelle Spezifika sowie die ortsgebundene Umsetzung des holistisch geprägten Kulturkonzepts werden sichtbar. Die Partizipation an lokalen, im Hinblick auf das kulturelle Erbe in Wert gesetzten Aktivitäten und Handlungen fördert die Identifikation mit der sozialräumlichen Gemeinschaft. Daher tragen diese Tätigkeiten nicht nur zur Entstehung und Festigung von Gruppenloyalität bei, sondern haben auch Einfluss auf die raumbezogene Identität und die Bindung der Bevölkerung an die Region.

Die Beteiligung an Diskussionsrunden der öffentlichen Akteure wird nur von zwei Personen angeführt. Dies unterstützt die in Kapitel 6.3 beschriebene Vermutung der begrenzten Wirksamkeit dieser Form von Öffentlichkeitsarbeit für die Breite der Bevölkerung.

Im Folgenden soll auf einzelne lebensweltlich relevante Aspekte, die ebenso als Engagement für das Welterbe angesehen werden und zu einer sozialen Bewegung der Bevölkerung geführt haben, näher eingegangen werden. Auch wenn in der Umfrage nur 7 Personen ihr Engagement in Bürgerinitiativen als Beitrag zur Welterbegestaltung nennen, soll diese Beteiligungsform weiter ausgeführt werden, da der Einfluss weit über die Kreise der direkt Beteiligten hinausgeht.

¹⁰⁵⁴ Kirchengast 2010: 304.

¹⁰⁵⁵ Beck 1998: 59.

8.3.3 Bürgerinitiativen und das Welterbe

Regionale Identität erlangt für die Bevölkerung besondere Bedeutung, wenn sie ihr Lebensumfeld ändern und an lokale Bedürfnisse anpassen möchte. Das Interesse, die Empathie und die Einbindung in regionale öffentliche Entwicklungen und Probleme können ein regionales Bewusstsein der Bewohner fördern. Im Oberen Mittelrheintal treten Bürger im Einsatz für ihre Region und die Regionalentwicklung vor allem unter zwei alltagsrelevanten Aspekten öffentlich in Erscheinung: zum einen wegen des Bahnlärms und zum anderen in der Diskussion um den geplanten Bau einer Brücke bzw. dessen Verhinderung. Der Welterbetitel ist in beiden Fällen Bestandteil der Argumentation – im Spannungsfeld zwischen Erhaltung und Veränderung der Kulturlandschaft.

Da beide Themen die Bevölkerung direkt betreffen und widerstreitende Interessenslagen existieren, gründeten sich Bürgerinitiativen, um im jeweiligen Sinne Aufmerksamkeit zu erzeugen und eine Veränderung zu bewirken. Mit Vertretern folgender Bürgerinitiativen (BI) wurden im Rahmen der Untersuchung Interviews bezüglich ihres Engagements für die Welterbestätte geführt: BI Rheinpassagen, Pro Brücke e. V. und Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V.¹⁰⁵⁶ Eine weitere Bürgerinitiative, die sich gegen den Bahnlärm einsetzt, ist die Gruppe Pro Rheintal e. V., mit deren Vertreter jedoch kein Interviewtermin realisiert werden konnte.¹⁰⁵⁷

Nach lexikalischer Definition bedeutet der in diesem Kapitel zentrale Begriff Engagement, sich verpflichtend für etwas einzusetzen.¹⁰⁵⁸ Protest wird erklärt mit Einspruch oder Widerspruch und protestieren mit „öffentlich bezeugen“.¹⁰⁵⁹ Nach dem Politikwissenschaftler Bernhard Peters hat der Protest dabei zwei Funktionen: Zum einen sollen Empörung und Engagement zum Ausdruck gebracht, zum anderen öffentliche Aufmerksamkeit erzeugt werden.¹⁰⁶⁰ Neben der Erregung öffentlicher Aufmerksamkeit benennt der Soziologe Dieter Rucht die Erlangung von Zustimmung als Funktion von Protest.¹⁰⁶¹ Der Sozialwissenschaftler Kai-Uwe Hellmann bezieht in seine Definition ferner die Selbstlegitimierung des Protests mit ein, wobei Protest den Anspruch bekräftigt, eine unliebsame, von anderen getroffene Entscheidung zu ändern. Er schlussfolgert: „Der Form von Protest liegt also generell die Unterscheidung von Erwartung

¹⁰⁵⁶ Siehe: Bürgerinitiative Rheinpassagen o. J.; Bürgerinitiative Pro Brücke e. V. seit 2011; Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. seit 2012a.

¹⁰⁵⁷ Siehe: Pro Rheintal e. V. seit 2009; neben den Homepages der Initiativen finden sich weitere interessenunterstützende Websites, wie: Deutschmann seit 2010; Schweizer u. Gnädinger seit 2013. Zudem muss angemerkt werden, dass beide Themen auch in den Interviews mit den Bürgermeistern, Gastronomen und der Bevölkerung immer wieder zur Sprache kamen.

¹⁰⁵⁸ Vgl. Seibold 2002: 245.

¹⁰⁵⁹ Seibold 2002: 725.

¹⁰⁶⁰ Vgl. Peters 1994: 67.

¹⁰⁶¹ Vgl. Rucht 1998: 109.

und Enttäuschung zugrunde, verbunden mit dem Anspruch auf Veränderung der Entscheidung“.¹⁰⁶²

Im Oberen Mittelrheintal sollen die Interessenskonflikte um strukturelle Gegebenheiten mit der Gründung der Bürgerinitiativen in der Öffentlichkeit präsent gemacht werden. Bürgerinitiativen sind eine Form der sogenannten *neuen* sozialen Bewegungen, die Rucht beschreibt als ein „auf gewisse Dauer gestelltes und durch kollektive Identität abgestütztes Handlungssystem mobiler Netzwerke von Gruppen und Organisationen, welche sozialen Wandel mittels öffentlicher Proteste herbeiführen, verhindern oder rückgängig machen wollen“.¹⁰⁶³ Der Politologe Joachim Raschke definiert soziale Bewegung ähnlich als einen „mobilisierende[n] kollektive[n] Akteur, der mit einer gewissen Kontinuität auf der Grundlage hoher symbolischer Integration und geringer Rollenspezifikation mittels variabler Organisations- und Aktionsformen das Ziel verfolgt, grundlegenderen sozialen Wandel herbeizuführen, zu verhindern oder rückgängig zu machen.“¹⁰⁶⁴ Der Auslöser ist demnach Unzufriedenheit in Bezug auf soziale Strukturen, welche sich bei wachsender Diskrepanz im Protest äußert.

Im Unterschied zu sozialen Bewegungen sind Bürgerinitiativen von kürzerer Dauer, weisen meist weniger Mitglieder auf und haben ein fest umrissenes, meist lokal verankertes Ziel. Statt eines grundlegenden sozialen Wandels der Gesellschaft möchten sie einen Wandel bezüglich eines bestimmten Anliegens herbeiführen. Im Mittelpunkt des Engagements im Oberen Mittelrheintal steht das Recht auf Mitsprache bzw. die tatsächliche oder vermeintliche Einflussnahme auf die Lebensbedingungen vor Ort. Der Zusammenschluss erfolgte zweckrational und zielgerichtet auf eine Verbesserung der Situation. Die Motivation für die freiwillige bürgerschaftliche Beteiligung entspringt dabei aus der persönlichen Betroffenheit sowie der individuellen Identifikation mit den Zielen der jeweiligen Bürgerinitiative. Dies bedeutet, dass bürgerschaftliches Engagement nicht zwingend auf Altruismus basiert und das Engagement für eine gemeinnützige Sache im Mittelpunkt steht, sondern durchaus auch Eigeninteressen und individuelle Nutzenkalküle den Antrieb geben können. Es ist ein Steuerungsmodell, bei dem sich die „Bürger als Urheber und Adressaten zugleich der Regelung ihrer Verhältnisse verstehen“.¹⁰⁶⁵ In den Zielen der Bürgerinitiativen und den Wertevorstellungen dahinter wird deutlich, dass es sich hier um eine Symbiose öffentlicher und privater Interessen handelt. Die Bürgerinitiativen erfüllen somit verschiedene Funktionen. Als gesellschaftliche Interessenvertretung repräsentieren sie eine sozialintegrative Funktion, eine Dienstleistungsfunktion und eine zwischen verschiedenen Parteien intermediär vermittelnde Funktion. Nicht zuletzt nehmen sie auch eine politische

¹⁰⁶² Hellmann 1995: 76 zit. n.: Nover 2009: 29.

¹⁰⁶³ Rucht 1994: 338f; vgl. auch Schroer 1995: 188.

¹⁰⁶⁴ Raschke 1987: 21. Für einen Überblick über neue soziale Bewegungen in der BRD siehe: Roth u. Rucht 1987.

¹⁰⁶⁵ Wingert 1998: 34.

Funktion ein. Für die sich darin engagierenden Personen bietet die Bürgerinitiative eine Selbsthilfefunktion, eine identitätsstiftende Funktion oder auch eine „Freizeitfunktion“.¹⁰⁶⁶

Folglich tangiert bürgerschaftliches Engagement die Lebensgestaltung und kann die Identitätskonstruktion der Bewohner verändern. Franziskus Weinert, der in der Bürgerinitiative Rheinpassagen aktiv ist, verdeutlicht, wie das Engagement durch die enge Verknüpfung mit dem eigenen Lebensraum neue Möglichkeiten der Identifikation mit der Region bietet:

„Durch verschiedene Initiativen, bei denen ich mitmache, bin ich nicht nur der normale Einwohner, der hier lebt und sagt: Okay, ich muss hier leben, weil ich hier Arbeit habe oder was auch immer. Sondern ich bin eben dadurch, dass ich so viel mache, mit der Region durchaus verbunden.“ [00:00:29–00:00:47]

Regionalbewusstsein kann jedoch auch als Motivation für Aktivität dienen und ein raumbezogenes Handeln zur Folge haben.¹⁰⁶⁷

Die sich in den Initiativen engagierenden Personen verfügen oft durch vorausgegangene – z. B. politische – Tätigkeiten über ein Netzwerk, dass sie für ihre Aktivität in den Bürgerinitiativen nutzen.¹⁰⁶⁸ Sie können demnach als *repräsentative Bewohner* bezeichnet werden. Durch die Artikulation gemeinsamer Interessen sprechen sie ihre Mitbewohner an und stellen eine „neue räumliche Sensibilität“ her.¹⁰⁶⁹ Die Thematisierung der Konflikte gibt dabei den Anstoß zur Auseinandersetzung einzelner Bewohner mit der Region, in der sie leben. Indem die Repräsentativbewohner Impulse initiieren, die von vielen geteilt, aufgegriffen und verarbeitet werden, fördern sie auch die regionale Identitätsbildung.¹⁰⁷⁰

Die nach Raschke zitierte *variable Organisations- und Aktionsform* sowie eine geringe Rollenspezifikation sollen einen breiten Zugang zu den Initiativen bieten. Anders als in Parteien oder Interessenverbänden weisen Bürgerinitiativen keinen formal definierten Mitgliederstatus auf und ihre Anhänger sind eher über soziale Netzwerke miteinander verbunden.¹⁰⁷¹ Im Falle der hier untersuchten Bürgerinitiativen handelt es sich abgesehen von den Rheinpassagen allerdings um strukturierte Vereine, in denen durchaus spezifische Rollen ausgebildet sind.¹⁰⁷² Der Zugang zu den Bürgerinitiativen ist dennoch niederschwellig und sie bieten vielfältige

¹⁰⁶⁶ Vgl. Bühler 1978: 125–139.

¹⁰⁶⁷ Vgl. Werthmüller 1995: 64–65. Zum Zusammenhang von aktiver Einbindung in die Regionalpolitik, Regionalbewusstsein und regionaler Zufriedenheit vgl. auch Passus 24 aus dem Erläuternden Bericht zur Europäischen Landschaftskonvention. Europarat 2000.

¹⁰⁶⁸ Franziskus Weinert hat bereits in seiner Schulzeit eine überregionale Homepage mittelrheinchannel.de veröffentlicht. Reinhold Petereit ist Ortsvorsteher von Boppard-Weiler und engagiert sich in dem Lokalverband der SPD. In dem Interview und den damit verbundenen Narrationen und Argumentationen spiegelte sich, dass er seine Positionen zum Teil mit politischen Machtkämpfen verknüpft.

¹⁰⁶⁹ Dürr u. Wood 2000.

¹⁰⁷⁰ Vgl. Brinkmann 1995: 35.

¹⁰⁷¹ Vgl. ebenso: Rucht 1997: 382f.

¹⁰⁷² Vgl. zur Professionalisierung und Institutionalisierung sozialer Bewegungen z. B.: Rucht u. Roose 2001; Rucht, Blattert u. Rink 1997.

Möglichkeiten zur Beteiligung und Einflussnahme. Aufgrund der gemeinsamen Betroffenheit beteiligen sich nicht nur Mitglieder an den Initiativen. So sind bei Protestaktionen ebenso Sympathisanten dabei, die nicht Mitglied sind. Über öffentlich wahrnehmbare Inszenierungen in Form von Demonstrationen und der medialen Berichterstattung wird ein Bezug zu den nicht in den Bürgerinitiativen aktiven Bewohnern hergestellt, die sich somit ebenfalls mit den Themen auseinandersetzen. Auch für nicht aktiv engagierte Bewohner bieten die Bürgerinitiativen somit Identifikationsmöglichkeiten.

Indem Raschke von *kollektiven Akteuren* spricht, verdeutlicht er den überindividuellen Handlungszusammenhang. Dies trifft auch auf die thematisierten Initiativen zu, da sie zum einen aktiv in regionale – also überindividuelle – Transformationsprozesse eingreifen und sich zum anderen zahlreiche Personen angesprochen fühlen mitzuwirken. Die Verbindung aufgrund der gleichen Wohngegend bzw. gleicher Interessen führt in diesem Fall zu einem gemeinsamen Handeln. Besonders bei der Thematik Bahnlärm wird deutlich, dass hiervon viele Einwohner direkt betroffen sind und eine ablehnende Haltung einnehmen. Spontane, emotionale Reaktionen zu dem Thema in der Umfrage – z. B. auf die Frage nach den negativsten Dingen im Mittelrheintal – zeigen dies: die Lärmemission durch die Bahn ist der meist genannte Kritikpunkt an der Wohnsituation im Tal (99 von 241).¹⁰⁷³ Auch die Brückenthematik wird im Rahmen der Interviews in diversen Kontexten angesprochen.

Die auf den Raum, mit dem sich die Aktivisten identifizieren, bezogene Problematik führt zur sozialen Interaktion. Die inhaltlichen Elemente stellen einen gemeinsamen Erfahrungshintergrund und Bezugsrahmen dar. So wird den Initiativen eine wichtige zivilgesellschaftliche Bedeutung als Repräsentanten der Interessen- und Bedürfnislagen unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen zugeschrieben und sie gelten als Impulsgeber für lebendige, demokratische Auseinandersetzungen.¹⁰⁷⁴ Das Interesse an den Entwicklungen in der Region verdeutlicht ein Zugehörigkeits- und Verbundenheitsgefühl mit der Region. Bürgerschaftliches Engagement wirkt in diesem Sinne als Vergesellschaftungsmodus und Kristallisationspunkt für Identifikationsprozesse über Partei- und Ortsgrenzen hinweg.¹⁰⁷⁵ Im jeweiligen Interessenverband wird das regionale Wir-Gefühl gefestigt und die identitätsstiftende Gemeinschaftserfahrung gibt dem

¹⁰⁷³ Als zweithäufigste Antwort folgt die fehlende Infrastruktur, z. B. bezogen auf Einzelhandel (66 von 241). Auffällig ist, dass in Kaub Aspekte genannt werden, die besonders die rechte Rheinseite allgemein betreffen wie etwa die schlechte Verkehrsanbindung. Andere als negativ empfundene Zustände wie Leerstand, Rückgang der Infrastruktur, fehlende Arbeitsplätze oder der Verkehrslärm i. Allg werden rheinübergreifend in allen befragten Ortschaften genannt.

¹⁰⁷⁴ Vgl. Rucht 1997.

¹⁰⁷⁵ Im Sinne von Max Weber bedeutet Vergesellschaftung „eine soziale Beziehung [...], wenn und soweit die Einstellung des sozialen Handelns auf rational (wert- oder zweckrational) motiviertem Interessenausgleich oder auf ebenso motivierter Interessenverbindung beruht. Vergesellschaftung kann typisch insbesondere (aber nicht: nur) auf rationaler Vereinbarung durch gegenseitige Zusage beruhen“. Weber 1976: 21.

Handeln einen Rahmen.¹⁰⁷⁶ Die kollektive Identität motiviert und regelt – als Resultat geteilter Überzeugungen – die Definitions- und Koordinierungsprozesse von Zielen, Mitteln und Handlungsfeldern der beteiligten Individuen und gewährleistet Verhaltens- und Interaktionssicherheit.¹⁰⁷⁷ Die Bürgerinitiativen schaffen eine Projektidentität, die handlungspraktisch demonstriert wird, wodurch die Gruppe auch von ihrer Umwelt als zusammengehörig wahrgenommen werden kann.¹⁰⁷⁸ Eine solche kollektive Identität ist nach der Theorie des Soziologen Klaus Eder „eine kulturelle Konstruktion, die der symbolischen und rituellen Bestätigung bedarf, um sich zu reproduzieren und damit handlungsmächtig zu bleiben“.¹⁰⁷⁹ Auch im Oberen Mittelrheintal wird die Vergemeinschaftung symbolisch bestätigt. Raschke spricht in seiner Definition von „*symbolischer Integration*“, die das Zusammengehörigkeitsgefühl und die Abgrenzung der Bewegungen betont. Äußerlich drückt sich dies z. B. in einem Logo aus.



Abb. 30: Symbol der Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V.
Quelle: Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. seit 2012a.



Abb. 31: Logo der Bürgerinitiative Pro Rheintal. Die schwarze Linie unter dem Namen soll den Rhein verdeutlichen. In Weiß ist in der oberen rechten Hälfte ein Talhang abgebildet. Beides stellt einen räumlichen Bezug her. Quelle: Bürgerinitiative Pro Rheintal e. V. o. J.

¹⁰⁷⁶ Vgl. Haunss 2002: 13.

¹⁰⁷⁷ Vgl. Weichhart, Weiske u. Werlen 2006: 62.

¹⁰⁷⁸ Vgl. Rucht 1995: 10; ders. 1994: 338.

¹⁰⁷⁹ Eder 1998: 36.

Die Logos werden zur Identifizierung und als Zusammengehörigkeitsmerkmal bei Demonstrationen verwendet. Mithilfe von Gruppensymbolen soll die kollektive Identität nach außen verdeutlicht werden. Indem sie zudem auf Probleme aufmerksam machen sollen, sind sie Informations- und Bedeutungsträger und somit Bestandteil sozialer Kommunikation.

Die Initiative gegen den Brückenbau hat kein Logo, jedoch entwickelte sie ein Banner, das die Initiative im Tal sichtbar macht. Auf ihm sind die Aussagen und Ziele auf eingängige, griffige Formeln reduziert.



Abb. 32: Banner der Bürgerinitiative Rheinpassagen, am Stadtturm in St. Goarshausen in der Nähe des geplanten Brückenstandorts. Foto: Sandra Linz.

Für die weitere Mobilisierung und die Kontinuität des Protestes sind die Rezeption und Resonanz in der Öffentlichkeit sowie die permanente Suche nach Unterstützung wichtig. Mit dem Begriff „mobilisierend“ drückt Raschke aus, dass die Initiative motivierend und in Bewegung ist.¹⁰⁸⁰ Auf verschiedenen Wegen versuchen die thematisierten Bürgerinitiativen mobilisierend zu wirken. Zum einen informieren die jeweiligen Websites und fordern zur aktiven Unterstützung auf. Zur „kulturellen Selbsterzeugung“ gehört dabei auch die Erstellung eines Facebook-Profiles.¹⁰⁸¹ In den Formulierungen auf den Online-Auftritten wird der wahrgenommene Missstand beschrieben und versucht, anhand von Zeitungsartikeln, Statistiken oder Machbarkeitsstudien nachvollziehbare Überzeugungsarbeit zu leisten – d. h. von der „Tatsächlichkeit der Tatsachen“ zu überzeugen.¹⁰⁸² Zum anderen machen öffentlich ausliegende Flyer die Ziele der

¹⁰⁸⁰ Vgl. auch Raschke 1988: 78.

¹⁰⁸¹ Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. seit 2012c; Ja zur Mittelrheinbrücke seit 2011.

¹⁰⁸² Neidhardt 1994: 18.

Initiativen publik. Die Bürgerinitiativen Rheinpassagen und Pro Rheintal sind zudem mit Bannern an öffentlichen Gebäuden präsent. Als weitere Mobilisierungsmaßnahmen werden Interessierte zu Informationsveranstaltungen und Unterstützer zu Demonstrationen eingeladen.¹⁰⁸³

Unterschriftensammlungen gegen den Bahnlärm oder für den Erhalt der Fähren sollen ferner helfen, die politischen Entscheidungsträger zu beeinflussen. Als ein Ergebnis kann genannt werden, dass die Landesregierung den Fährverkehr erweiterte.

Teilweise fordern die Bürgerinitiativen direkte politische Mitsprache oder nehmen aktiv an Planungsprozessen teil.¹⁰⁸⁴ Beide Themen (Brückenbau und Bahnlärm) werden an die Politik herangetragen, der die Protestierenden u. a. vorwerfen, die Felder nicht ausreichend in ihr Handeln einbezogen zu haben.¹⁰⁸⁵ Da die Ziele der Bürgerinitiativen politische Entscheidungen tangieren, sind sie auch als basisdemokratisches, politisches Instrument zu sehen, das neuen öffentlichen Raum zur Diskussion ihrer Anliegen schafft. In beiden Fällen wird die Öffentlichkeitsarbeit, also die Thematisierung und Einbettung des Problems, dabei von regionaler Politprominenz unterstützt.¹⁰⁸⁶ Auf dem Welterbetag 2011 in Koblenz griff der Oberbürgermeister der Stadt Koblenz, Joachim Hoffmann-Göttig, beispielsweise das Thema Bahnlärm in seiner Begrüßungsrede auf und warnte, dass der Titel deswegen sogar aberkannt werden könnte.¹⁰⁸⁷

Auch in der Presse sind die Initiativen präsent, um die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen. Indem die Bürgerinitiativen ihre „Deutungs- und Interpretationsmuster“ öffentlich verbreiten, leisten sie Überzeugungsarbeit.¹⁰⁸⁸ Dabei konstruieren und interpretieren die Akteure ihre Wirklichkeit bewusst, inszenieren gezielt und operationalisieren Deutungen strategisch. Hintergrund des Versuchs, die öffentliche Meinung zu beeinflussen, ist die Hoffnung, Einfluss auf politische Entscheidungsprozesse zu nehmen. Um ein Thema im Bewusstsein der Öffentlichkeit zu verankern, ist es jedoch notwendig, es über längere Zeit in den Medien präsent zu halten.¹⁰⁸⁹ Der Nachrichtenwert spielt dabei eine herausragende Rolle.¹⁰⁹⁰ Ist er hoch genug, ist es möglich, in der medialen Berichterstattung berücksichtigt zu werden.

¹⁰⁸³ Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. seit 2012a.

¹⁰⁸⁴ Ministerium des Innern, für Sport und Infrastruktur Rheinland-Pfalz 16.06.2014; Pro Rheintal e. V. 2013; Pro Rheintal e. V. 2012; Bürgerinitiative ProBrücke e. V. seit 2011.

¹⁰⁸⁵ Vgl. Interview mit Reinhold Petereit (00:03:10 und 00:08:23).

¹⁰⁸⁶ Vgl. z. B. Rheinland-Pfalz. Die Landesregierung: 06.03.2014.

¹⁰⁸⁷ Teilnehmende Beobachtung auf dem Welterbetag 05.06.2011 in Koblenz.

¹⁰⁸⁸ Gerhards 1992: 307.

¹⁰⁸⁹ Zur Beziehung zwischen Bewegungen, öffentlicher Meinung und Massenmedien äußerte sich Raschke. Er konstatiert „[e]ine Bewegung, über die nicht berichtet wird, findet nicht statt“. Raschke 1985: 343.

¹⁰⁹⁰ Jürgen Gerhards hebt in diesem Zusammenhang hervor, dass die Form des Protestes bedeutend für die Aufmerksamkeit sei: „Ungewöhnliche Maßnahmen gewinnen ihre Stärke durch ihren Neuigkeitswert und ihren Überraschungseffekt“. Gerhards 1992: 316.

Die Akteure, die im Oberen Mittelrheintal etwas verändern möchten, berufen sich dabei auch auf den Welterbetitel. Sie nutzen das Welterbe als symbolische Aufladung, wie Franziskus Weinert ausführt: „Also mit dem Titel ist man eben in einem anderen Licht, also man steht mit seiner Landschaft, mit seinem Objekt auf einer anderen Ebene und kann eben viel mehr dementsprechend machen.“ [00:30:45–00:31:04]

Die Initiativen gäbe es auch ohne den Titel. Der Welterbetitel dient den Initiativen jedoch zur Unterstützung ihrer Argumentation und der Erzeugung von Aufmerksamkeit. Sie nutzen den Welterbestatus als Instrument der sozialen Kontrolle, als moralisches Argument, um die Bedeutung des Tals und ihre damit zusammenhängenden Anliegen zu betonen.

Mit den Bürgerinitiativen werden die Funktionen und auch die Werte des Welterbes neu kontextualisiert. Die Ernennung ruft kreative Reaktionen im Umgang mit dem Welterbetitel hervor und in unterschiedlichen Feldern findet eine metakulturelle Nutzung des Titels statt. Diese Nutzung zeigt, dass der Welterbetitel als „öffentliches Gut“ eine zugängliche Ressource für viele Personen darstellt. Die Welterbeauszeichnung ist also nicht allein die Anbringung eines globalen Codes, präsentiert in dem UNESCO-Logo, es ist nicht nur eine Auszeichnung als Erbe für die Menschheit, sondern wird ebenso dazu instrumentalisiert, regionale Interessen zu vertreten und individuelle bzw. kollektive Ziele durchzusetzen. Besonders aufgrund der bereits diskutierten hohen Medienwirksamkeit dient die Auszeichnung dazu, den Nachrichtenwert zu erhöhen. Deutlich wird dies in Presseüberschriften wie „Lärmdemo im Welterbe“ oder „Bahnlärm schadet Welterbe“.¹⁰⁹¹ Die Bürgerinitiativen Rheinpassagen oder Pro Rheintal stellen den Bezug auf ihrer Website und in anderen öffentlichen Publikationen wie z. B. in Form von öffentlich aushängenden Bannern dar.



Abb. 33: Banner mit der Aufschrift „Welterbe ohne Bahnlärm“ der Bürgerinitiative Pro Rheintal in St. Goarshausen. Foto: Sandra Linz.

¹⁰⁹¹ Frankfurter Rundschau 08.05.2014; Mittelbayerische Zeitung 15.04.2014.

Ebenso nutzen die Fährbetreiber den Titel, um sich gegen den Brückenbau einzusetzen:



Abb. 34: Schriftzug „Fähren gehören zum Weltkulturerbe“ auf der Fähre in Boppard. Foto: Sandra Linz.



Abb. 35: Banner mit dem Text „Fähren sind Welterbe. Fähren sind seit mehr als 2000 Jahren Bestandteil der Kulturlandschaft Mittelrhein“ an der Fährfahrt Engelsburg – Kaub. Foto: Sandra Linz.

In den Interviews legitimierten die Fährbetreiber die Thematisierung des Welterbetitels. Tony Deleu von der Rheinfähre Boppard schildert, aus welchem persönlichen Anliegen er der UNESCO Bedeutung zuschreibt:

„Wir wollen damit sagen, dass der Fährbetrieb ein wichtiger Bestandteil des Rheintals hier ist. Das gehört einfach dazu. Und die [UNESCO] sollen uns dann mal helfen, weil es ist einfach eine Möglichkeit, Touristen wiederzukriegen und rüberzusetzen über den Rhein. Wir [die Fährbetreiber] haben die Verbindung zum Welterbe damals hauptsächlich hergestellt, wegen dieser Brücke.“ [00:10:49–00:11:31]

Die Verknüpfung des abstrakten UNESCO-Titels mit den lokalen Anliegen verweist auf einen kreativen Umgang mit Symbolen im Sinne der *Bricolage* nach dem Ethnologen Claude Lévi-Strauss.¹⁰⁹² Für diesen ist Bricolage (Bastelei) die nicht vordefinierte Verknüpfung von

¹⁰⁹² Vgl. Lévi-Strauss 1973: 29–36.

unmittelbar zur Verfügung stehenden Zeichen bzw. Ereignissen zu neuen Strukturen. Der Bastler erfindet dabei nicht etwas völlig Neues, sondern kombiniert das, was er gerade zur Hand hat. Statt völlig neu anzufangen, funktioniert er das Bestehende in einem aktiven Prozess der Neuordnung und Rekontextualisierung zu einem bedeutungsvollen Ganzen um, indem er es auf originelle und improvisierte Art und Weise zusammensetzt. Akteure im Tourismus, Naturschutz oder den Bürgerinitiativen, die etwas verändern möchten, berufen sich auf den Titel und verbinden diesen mit ihren Belangen. Dies verweist zum einen auf die symbolische Zuschreibung des Welterbes und die damit verbundenen Hoffnungen. Zum anderen verdeutlichen diese Maßnahmen, wie die UNESCO-Anerkennung zu einer Mobilisierung der Bewohner geführt hat. Diese Bewegungen und die soziokulturellen Praxen, bei denen einige Bürger mit der Unterstützung des Titels bestimmte Ziele verfolgen, haben zu einer Bewusstseinsänderung geführt. Über die Tätigkeiten stellen die Bewohner einen subjektiv bedeutenden Bezug zum Raum her und identifizieren sich damit.

Da die Bürgerinitiativen in der Regel für die Erreichung eines Ziels gebildet wurden, können sich die Verbindung sowie die damit zusammenhängende kollektive Identität nach dessen Erreichen oder endgültigem Scheitern wieder auflösen.¹⁰⁹³ Raschke greift diese zeitliche Dimension mit dem Ausdruck „*gewisse Kontinuität*“ auf. Wie bereits thematisiert, ist die kollektive Identität nicht unveränderlich und statisch, sondern abhängig vom Ziel und dynamisch.

8.4 Bedeutung des Welterbetitels für das örtliche Engagement

Wie dargestellt, sind im Oberen Mittelrheintal die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft im Umgang mit dem Welterbe und der mit der Auszeichnung verbundenen Wertschöpfung eng miteinander verzahnt. Die Prozesse der Valorization – der ideellen Inwertsetzung – und der Valuation – der ökonomischen Inwertsetzung – sind kaum trennbar miteinander verbunden. Vonseiten der öffentlichen und professionellen Akteure im Oberen Mittelrheintal wird der Welterbestatus als ökonomisches Gut zum Vorteil der Regionalentwicklung dargestellt. Dabei genießt die wirtschaftliche Nutzung des Titels für die öffentlichen Akteure eine höhere Priorität als der Einsatz der Auszeichnung zur Identitätsstiftung. Im Idealfall können sich jedoch beide Bestrebungen gegenseitig befruchten. Die mit der Ernennung verbundene symbolische Aufladung, die sich besonders im Marketing widerspiegelt, soll Deutungsmuster beinhalten, welche die Identifikation der Bevölkerung mit der Region fördern.

Die Absicht, mit der Ernennung des Oberen Mittelrheintals zum Welterbe zur Regionalbildung und Identitätsstärkung beizutragen, scheint allerdings von einem Großteil der Bewohner nicht

¹⁰⁹³ Bürgerinitiativen, die langfristig bestehen oder ein überregionales Ziel verfolgen – beispielsweise aus der Umweltbewegung – sind meist mit anderen Bürgerinitiativen vernetzt und Teil einer sozialen Bewegung.

wahrgenommen zu werden. Der Nutzen der Nobilitierung wird vor allem auf die Tourismusindustrie und das Marketing projiziert und ist somit ökonomisch bestimmt. Dies lässt den Schluss zu, dass die öffentlichen und professionellen Akteure das Bild einseitig prägen. Obwohl die Bevölkerung in dem Welterbe lebt, sind die initiierten Initiativen und Projekte von geringer Bedeutung für ihren Alltag. Eine Ausnahme bilden jene Bewohner, die einen beruflichen Bezug zum Titel haben wie Stadtplaner, Gästeführer oder Museumspersonal bzw. ihn für ökonomische Zwecke aufgreifen wie Winzer oder Gastgeber. Zudem wird der Titel bei Personen, die damit politische (und dabei auch wirtschaftliche) Intentionen verbinden, wie zum Beispiel den Bürgermeister*innen, häufiger in persönliche Lebensentwürfe integriert.

Die meisten Bewohner messen dem Status keine besondere Bedeutung für ihr alltägliches Handeln bei. Sie partizipieren nicht bewusst am Welterbe, nehmen die Auszeichnung und die damit verbundenen Modifikationen der Kulturlandschaft aber auf kognitiver Ebene wahr. Erst mit der Frage nach individualisierten Haltungen und Meinungen zu dem Status und den daraus folgenden Veränderungen treten die persönlichen Bezüge zum Welterbe zutage. Sichtbar wird dabei ein breites Spektrum von Deutungs- und Handlungszusammenhängen sowie eine große Einsatz- und Bedeutungsvielfalt des Titels. Zu den Kontexten, über die sich einige Bewohner mit dem Status identifizieren, zählen zum einen die infrastrukturellen Entwicklungen, die zu einer intensiven Auseinandersetzung mit dem Tal führen. Zum anderen wird der Titel aber auch von Vereinen, die sich für das Tal und die Orts-, Traditions- und Geschichtspflege engagieren, synergetisch genutzt. Das Denken und Reden über das Erbe sind folglich nicht nur von den Medien, sondern auch von persönlichen Intentionen bestimmt, welche auch ohne den Titel existieren, mit ihm jedoch einen neuen Bedeutungsrahmen erhalten und aufgewertet werden. Das Renommee des Welterbes wird in bestehende Interaktionen eingebaut bzw. als Werkzeug genutzt, um zum Beispiel neue Möglichkeiten der Interessenforcierung zu eröffnen.¹⁰⁹⁴ Besonders im Rahmen der Bürgerinitiativen wird der Titel als Argumentationshilfe und Bedeutungsträger rekontextualisiert und instrumentalisiert, um lokal bedeutsame Ziele zu erreichen und die Meinungsbildung zu beeinflussen.

Was der Bevölkerung eine Identifikation mit dem Titel bietet, sind die interessengebunden und selektiven Handlungen, die nicht ursprünglich mit dem Titel in Verbindung stehen. Kulturelle Elemente werden dabei im Zusammenhang mit dem positiv konnotierten Titel präsentiert. Die Bedeutungen, die dem Titel im Rahmen dieser Nutzungen zugeteilt werden, sind nicht ökonomisch, sondern vielmehr ideell. Mit der symbolischen Signifikanz der Auszeichnung sollen die Praxen eine ideelle Wertzuschreibung erfahren. Natürlich können diese Umwertungen teilweise

¹⁰⁹⁴ Vgl. Bendix 2007: 351.

auch erst von der Interviewsituation ausgelöst und auf die Beantwortung der Umfrage zugeschnitten worden sein. Ähnlich den Ausführungen des kanadischen Soziologen Erving Goffman gleicht die Interviewsituation der Vorderbühne, während das alltägliche Leben auf der Hinterbühne ohne entsprechende Inwertsetzung des eigenen Handelns stattfindet.¹⁰⁹⁵ Die Darstellungen sind somit eine Mischung aus gegebenen Praxen und z. T. erfundenem Kontext zum Welterbe.

Diese Nutzungsmöglichkeiten, die den Titel so instrumentalisieren wie gerade benötigt, verdeutlichen ferner, wie das Welterbe und der Wert des Welterbestatus durch verschiedene kulturelle Praxen geformt und konstruiert werden. Prozesshaft und diskursiv erfährt der Titel neue Bedeutungszuschreibungen. Die Ethnologinnen Brigitta Häuser-Schäublin und Karin Klenke schreiben, „Kultur wird flexibilisiert“.¹⁰⁹⁶ Damit drücken sie aus, wie kulturelles Erbe durch einen Verdinglichungsprozess zu einem Gut wird, über das verschiedene Akteure verfügen und je nach Zweck neu formen. Zum Welterbe Oberes Mittelrheintal gehört demnach nicht nur die gegebene Kulturlandschaft, sondern vielfältige dynamische Kontexte und Umwertungsprozesse, die lokal ausgehandelt werden und auf die Alltagskultur einwirken. Indem die Bevölkerung den Titel mit vertrauten Praktiken und gegenwärtigen lokalen Diskussionen verknüpft, entstehen neue kulturelle Deutungsmuster und Nutzungsarten. Verschiedene Interessen stehen dabei hinter den Zuschreibungen und Interpretationen. Abhängig von den jeweiligen Tätigkeiten werden in den Narrationen der Bevölkerung unterschiedliche Perspektiven, Deutungen und Einstellungen gegenüber dem Titel und dessen Rezeption geäußert.

Die Integration des Titels in persönliche Interessensfelder und die damit verbundene Bedeutungszuschreibung können zum einen zu einer Identifikation mit dem Titel führen. Zum anderen stellt die Auszeichnung die Kulturlandschaft in einen neuen Referenzrahmen und aktiviert und stimuliert in bestimmten Kontexten ein Bewusstsein für die Region. In den Ergebnissen der Umfrage wird ersichtlich, dass der Titel die Wertschätzung für das Tal und den regionalen Zusammenhalt im Rahmen einzelner Engagements und einzelner Interaktionsgruppen ändert. Ob das Ziel der öffentlichen Akteure – mit der Welterbebenennung regionale Identität zu stiften – insgesamt erreicht wurde, ist dennoch fraglich, da das Welterbe nicht als übergreifendes Identitätszeichen fungiert. Vielmehr existieren auf der regionalen und lokalen Ebene unterschiedliche Handlungsfelder mit eigenen Anliegen, sich mit dem Titel zu identifizieren oder diesen in Wert zu setzen und nutzbar zu machen.

Die von den öffentlichen Akteuren erwünschte regionale Identifizierung wurde als Top-down-Prozess umgesetzt und bevölkerungsfern erdacht. In den Gesprächen mit Bewohnern wurde

¹⁰⁹⁵ Vgl. Goffman 1998.

¹⁰⁹⁶ Häuser-Schäublin u. Klenke 2010: 27.

deutlich, dass der Name UNESCO bekannt ist, aber wenig über deren Ziele und Leitlinien. Auch die regionale Bedeutung des Titels und die vielen Verhandlungen und Entschlüsse sowie die Akteure, die hinter dem Titel stehen, scheinen im Bewusstsein der Bevölkerung kaum präsent. Die Welterbepbenennung gleicht für die Bevölkerung noch immer einer weitgehend positiv wahrgenommen, aber abstrakten Auszeichnung. Diese Befunde zu den Auswirkungen der Welterbewertung für den regionalen Zusammenhalt sind vergleichbar mit denen Jolders in Bezug zum EU-Verständnis. Auch dort führe der starke und in Deutschland im Jahr 2004 weitgehend unumstrittene politische „Europa-Input“ zu keinem adäquaten kulturellen Output, sodass Jolder konstatiert, „eine europäische Identität wird daher zwar von den Eliten oft beschworen, aber von der Bevölkerung wohl kaum gelebt oder erfahren.“¹⁰⁹⁷ Ähnlich verhält es sich im Oberen Mittelrheintal. Auch wenn der Welterbetitel einen Anstoß zu einer Auseinandersetzung mit der lokalen Identität hervorruft, entsteht die regionale Identität eher über konkrete Aktivitäten und Sozialbeziehungen der lokalen Lebenswelt als über das aufgesetzte Merkmal. Dabei verhelfen die persönlichen Zugänge jedoch zugleich, das abstrakte Konzept erfahrbar zu machen.

¹⁰⁹⁷ Jolder 2004: 9. Hier gilt anzumerken, dass es im Jahr 2016 europaweit zu einer offensiven Auseinandersetzung mit der Europapolitik gekommen ist, wie der zunehmende politische Einfluss rechtspopulistischer Parteien und das Beispiel des Brexit verdeutlichen.

9 Fazit und Ausblick: Zwischen Modellregion und Realität

Entlang der forschungsleitenden Fragen wurde in der vorliegenden Arbeit rekonstruiert, welche regionale Bedeutung dem globalen Konzept Welterbe zukommt und wie die Titelgebung auf die ausgezeichnete Kulturlandschaft und den Alltag der Bewohner darin einwirkt. Dabei galt es, die multidimensionalen Auswirkungen der Welterbbewertung und die vielfältigen Rezeptionsweisen des Titels auf regionaler Ebene aus der Sicht lokal handelnder Akteure und der Bevölkerung nachzuzeichnen. Anhand des multimethodisch erhobenen Materials konnten regionspezifisch politische, wirtschaftliche und soziokulturelle Adaptionen, Deutungen und Nutzungen ermittelt, dargestellt und analysiert werden. Insbesondere betrachtete ich, wie die Welterbbewertung Einfluss auf die Regionalentwicklung, das Image, die ökonomische Wertschöpfung und eine identifikatorische Stärkung der unter dem Welterbetitel verbundenen Region nimmt.

Die Darstellung kulturhistorischer und gegenwärtiger Aspekte des Kultur- bzw. Welterbekonzepts sowie diverser Rezeptionswege diente dazu, eigene Erkenntnisse einzuordnen und zu interpretieren. Die vorliegenden Untersuchungsergebnisse ermöglichten es, den Diskurs der Heritage-Forschung um das Zusammenspiel von Welterbeauszeichnung und Regionalentwicklung in einer komplexen Kulturlandschaft zu erweitern.

Eine Situationsanalyse half bei der Festlegung von Schwerpunkten für die Untersuchung. Auch wenn auf individueller Ebene sehr unterschiedliche Motive den Umgang mit dem Welterbetitel beeinflussen, sind doch übergeordnete kollektive Ziele identifizierbar, die im Wesentlichen von der wirtschaftlichen Stagnation und soziokulturellen Situation im Tal beeinflusst werden. Neben der Kulturlandschaft an sich wurden die regionspezifischen, geografisch und politisch bedingten, sozioökonomischen, infrastrukturellen und demografischen Probleme dargestellt, die bei der späteren Analyse im Fokus standen.

Um die Intentionen hinter der Auszeichnung nachzuvollziehen, wurde zunächst die Antragstellung rekonstruiert, bevor öffentliche und private Anliegen sowie verschiedene Inszenierungen thematisiert wurden. Die Genese der Antragstellung verdeutlichte bereits, inwiefern das Welterbe als politischer Aushandlungsprozess von politischen Interventionen abhängt und welche Strategien und Ziele damit verbunden sind. Evident wurde, welche unterschiedlichen Sichtweisen und Wahrnehmungen es bezüglich des Titels im Rahmen der Antragstellung gab. Während das von Rheinland-Pfalz ausgehende Projekt in den rheinland-pfälzischen Ministerien begrüßt wurde, musste zwischen den zwei betroffenen hessischen Ministerien erst ein Konsens darüber gefunden werden. Auch ein Teil der Bevölkerung reagierte aufgrund der Befürchtung, die Auszeichnung könnte zu stark in die Lebenswelt eingreifen, ablehnend. Sowohl auf der Ebene der politischen Akteure als auch aufseiten der in der Kulturlandschaft lebenden Bevölkerung

existierten divergierende Meinungen. Deutlich wurde, dass die im Vordergrund stehenden Diskussionen zum einen von den Intentionen und dem Einfluss bestimmter öffentlicher Akteure abhingen und zum anderen von den in den Medien verbreiteten Bildern beeinflusst waren. Die Welterbewertung stellt demnach keine vorbehaltlose Selbstverständlichkeit dar, sondern vielmehr einen langwierigen Aushandlungsprozess. Dazu gehört auch die Tatsache, dass die Kulturlandschaft in dem kompetitiven Antragsverfahren bereits eine Veränderung erfuhr, indem sie „Titel-kompatibel“ präsentiert und dafür bewusst in Szene gesetzt wurde.

Dass der Umgang mit und die Gestaltung des Welterbes von den Motiven bestimmter Personen und Personengruppen geprägt wird, wurde anhand der Analyse der auf die Anerkennung folgenden Aushandlungen und Nutzungen offensichtlich. Das Obere Mittelrheintal als Welterbe ist ein gemachter Ort. Das Tal wurde bereits vor der UNESCO-Auszeichnung als Kulturlandschaft gestaltet. Die physischen Gegebenheiten und die immateriellen Komponenten wurden etwa durch die Romantik und die Tourismusindustrie mit Wert aufgeladen. Mit dem symbolischen Akt der Adellung bekam das Tal jedoch einen neuen Bedeutungszusammenhang zugeschrieben. Aufgrund der negativen gesamtgesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungsprozesse der vergangenen Jahrzehnte in der Region wurde dies vor allem von öffentlicher Seite als Chance betrachtet.

Mit der Heritage-ifizierung sollten vorhandene Probleme gelöst werden. Somit symbolisierte die Verleihung des Welterbepredikats an das Obere Mittelrheintal nicht nur den herausragenden Wert der Kulturlandschaft, sondern betonte implizit auch deren gegenwärtigen Probleme. Die Ernennung und der Umgang mit dem Welterbe sind hier aufs Engste mit regionalen Politik- und Handlungsfeldern verknüpft. Seitens der Initiatoren verbergen sich hinter der Nobilitierung Strategien zur Förderung regionaler Ziele, da mit der Anerkennung neue Konzepte und Entwicklungspläne verbunden sind. Der Titel wird als sozialer und politischer Auftrag verstanden, der die Entwicklung des Tals forciert bzw. für eine solche instrumentalisiert. Bereits vor der Aufnahme als UNESCO-Welterbe bemühte sich die Landesregierung Rheinland-Pfalz, z. B. mit der Partizipation am Förderprogramm Leader+, um die Entwicklung der Region. Mit den Prozessen der Beantragung und Anerkennung als Welterbe intensivierten sich die Bemühungen allerdings erheblich. Der verliehene Titel bewirkte reziprok eine Stärkung der Motivation, neue politische, ökonomische und regionalbewusstseinsstärkende Strukturen zu schaffen.

Kulturerbeschutz wird in der aktuellen Heritage-Debatte als wertende Auswahl, als Auf- und Umwertung, als sinnstiftend, sinnprojizierend und sinnproduzierend thematisiert.¹⁰⁹⁸ Auch im Oberen Mittelrheintal wird die Welterbeauszeichnung als eine Ressource betrachtet und neben

¹⁰⁹⁸ Vgl. Bendix 2007: 344f; Zimmermann 2009a: 578; Bodner u. Sohm 2005: 16.

lokalen ideellen mit materiellen Zielen und Interessen verknüpft. Meine Zugänge zum Feld – die sich zwischen autorisierten offiziellen Dokumenten und öffentlichen Quellen sowie Interviews mit persönlichen Interpretationen bewegten – zeigten die unterschiedlichen Erwartungen daran. Ebenso wurden differente Informationen, Perspektiven und Situationsbeschreibungen des Umgangs mit dem Welterbe ersichtlich. Die Deutungsmöglichkeiten, Eigenlogiken und Motive hinter dem Gebrauch des Titels sind so divers wie die damit zusammenhängenden Versuche der Einflussnahme auf die Region. Mir ging es daher darum, die Kontexte der Welterbenutzung zu begreifen und die Handlungsspielräume und metakulturellen Nutzungsweisen verschiedener Akteure nachzuzeichnen.

Im offiziellen Sinne der Welterbekonvention sind verbesserte Schutz- und Erhaltungsmaßnahmen als Hauptauswirkung der Ernennung einer Stätte als Welterbe anzusehen. So führen der Managementplan und die geforderte regelmäßige Berichterstattung zu einer Fokussierung auf die dafür erforderlichen Maßnahmen. Diese sind im Oberen Mittelrheintal jedoch nicht Selbstzweck, sondern werden für weitere entwicklungspolitische Ziele genutzt. Der Managementplan ist dabei nicht nur ein *policy statement*, eine Absichtserklärung und Zukunftsvision, sondern fraglos politisch instrumentalisiert und seine Umsetzung durch den Zweckverband handlungsorientiert institutionalisiert.

Auf politischer Ebene wird das mit dem Titel verbundene Prestige genutzt. Das Tal erhält einen offiziellen Zuspruch, der als Legitimation dient, Entwicklungen zu forcieren. Die Auszeichnung beeinflusst die Ausbildung und die Annahme neuer Ideen in den Kommunen, weshalb den politisch Verantwortlichen daran gelegen ist, das Welterbe entsprechend zu fördern. Infolge des Welterbestatus wird der öffentliche Blick auf das Tal gelenkt und ein positives Investitionsklima geschaffen. Auch wenn mit der Auszeichnung als UNESCO-Welterbe keine direkten finanziellen Mittel verbunden sind, steigert sie das öffentliche Interesse und dient mittelbar der Erschließung finanzieller Fördermittel, welche im Oberen Mittelrheintal benötigt werden, um den negativen Folgen des Strukturwandels entgegenzuwirken. Zusammengeschlossen im intraregional agierenden Zweckverband verfolgen die kommunalen Entscheidungsträger ein Konzept zur Steigerung des Ansehens und der räumlichen Entwicklung der Region. Der Hauptnutzen der Projekte und die Effekte des Titels werden vor allem in der Stabilisierung einer positiven Entwicklung der disparaten Kulturlandschaft als zusammenhängende Region gesehen. Aufgrund der gemeinsamen Darstellung und Beeinflussung durch den Zweckverband scheint das historisch gewachsene und u. a. geografisch und politisch begründete Neben- und Gegeneinander der Akteure des öffentlichen Lebens reduziert und ein Blick für das Ganze geschärft worden zu sein. Mit den maßgebenden Handlungen und Initiativen des Verbands wird das Tal symbolisch aufgeladen und als zusammenhängende Welterberegion inszeniert. Das

kollektive „Wir“ wird politisch allerdings nur insofern gefördert, solange es nicht im Gegensatz zu eigenen realpolitischen oder ökonomischen Interessen steht, wie der angedrohte Austritt der Verbandsgemeinde Loreley aus dem Zweckverband aufgrund unterschiedlicher Ansichten zum Bau von Windkraftanlagen zeigt.

Ferner hat die semiotische Aufladung der Kulturlandschaft nicht nur symbolische Folgen, sondern auch wirtschaftliche. Oft hängt beides direkt zusammen. Durch den ideellen Wert, den der UNESCO-Titel vermittelt, kann auf regionaler Ebene ökonomischer Gewinn generiert werden. Damit erhöht sich wiederum der symbolische Wert des Titels. Neben den Gesetzen zum Schutz der Kulturgüter ist die Marketing-Bedeutung des Welterbetitels überragend. Mit einem auf den Welterbetitel fokussierten Regionsmarketing wurden im Oberen Mittelrheintal neue „Qualitäten“ entwickelt, die wirtschaftliche Prozesse auslösen und die Attraktivität des Raumes betonen sollen. Zum einen werden dabei emotional wirkende Elemente eingesetzt, um die Bewohner an die Region zu binden und Erwartungen der Besucher anzusprechen. Zum anderen dienen kognitive Darstellungen des Tals als Welterbe dazu, das Ansehen der Region zu erhöhen. Dies soll schließlich zu affektiven Handlungen führen, indem Bewohner sich mit dem Raum identifizieren und Besucher angezogen werden.

Am deutlichsten wird die ökonomische Nutzbarmachung des Titels im Bereich Tourismus. In einer Zeit, in der zum einen der Kulturtourismus an Bedeutung gewinnt und zum anderen Rankings für die Orientierung von Besuchern beliebt sind, spielt die Welterbeliste, die Einzigartigkeit symbolisiert, eine nicht unbedeutende Rolle für die Auswahl des Reiseziels. Die touristische Nutzung ist im Oberen Mittelrheintal jedoch kein neues Phänomen, sondern historisch gewachsen und ein wichtiger Faktor für die Regionalentwicklung. Die touristische Vermarktung stellt eine – sowohl nach außen als auch nach innen gerichtete – ideelle, soziale und wirtschaftliche Be- und Aufwertung und *die* gewerbliche Alternative für das einst touristisch florierende Tal dar. Eine wesentliche Änderung ist, dass die Bemühungen und Maßnahmen um den Welterbetitel zu einer flexiblen Vernetzung der touristischen Akteure und Produkte geführt haben. So sind es zum einen die mit dem Zweckverband kooperierenden Unternehmen, die sich ökonomisches Potenzial mittels der Partizipation und offiziellen Vermarktung erhoffen. Darüber hinaus greifen zum anderen individuelle Akteure wie das Mittelrhein-Rafting oder Campingplätze den Welterbetitel auf. Das Welterbe spielt dabei eine Rolle in der Symbolik und Rhetorik der Angebotsgestaltung und soll zu einer Wertzuschreibung führen. Die einzelnen Orte und Attraktionen werden mit dem Titel in Szene gesetzt und kommerzialisiert. Über das Verorten im Welterbe und das Aufgreifen des Welterbetitels zur Vermarktung wird zudem der Eigenwert des Tals als Ganzes gefördert. Der Titel ist dabei Bestandteil der Aktions- und Interaktionsstrukturen und Instrument der Umgestaltung.

Nicht nur für den Wirtschafts- und Tourismusbereich sind Imageverbesserung und Inszenierungen wichtig, um die Region und positive Assoziationen damit zu stärken. Das Regionalmarketing soll auch die Bewohner ansprechen und ist somit nach außen und nach innen gerichtet. Die Kulturlandschaft – sprich das Welterbe – soll nicht als Ausstellung dienen, sondern als Lebensraum genutzt werden. Die Neudefinition als Welterbe, neue Initiativen wie der Welterbetag, Welterbe-Gastgeber oder Welterbe-Gästeführungen sowie die strukturellen Eingriffe in Form von Umbaumaßnahmen reagieren auf den gegenwärtigen Veränderungsdruck und beinhalten ebenso Projekte, die die Lebens- und Freizeitqualität des Tals für die Bewohner aufwerten sollen. Das Regionalmarketing ist somit auch eine Form von Identitätsmanagement. Regionale Identität ist ein zunehmend wichtig werdender Standortfaktor. Der Titel soll motivieren, eine gemeinsame Identifikationsgrundlage für die Region aufzubauen. Sowohl die physische Existenz des symbolhaften Markenzeichens (Logo, Fahne, Stele etc.) und dessen wirtschaftliche Verwertung als auch die inszenierten Ereignisse mit Bezug zum Titel sollen dazu beitragen. Zwischen den intendierten Zielen der öffentlichen Akteure und den erreichten Ergebnissen muss allerdings unterschieden werden. Nur bedingt ist der Titel für die Bewohner zum territorialen Bezugspunkt geworden, der Einfluss auf die personale und kollektive Identität nimmt. Da das Tal in der Inszenierung und Vermarktung als Welterberegion nicht nur mit dem Titel, sondern zugleich mit Regionalität aufgeladen wird, unterstützt vielmehr die Verwendung von positiven Attributen und Charakteristika des Raums die Identifikation der Bewohner. Die Betonung der regionsspezifischen Gemeinsamkeiten und des eigenen Profils prägen ein Bewusstsein für die Region und ein Selbstbewusstsein in der Region. So sind es eher die Merkmale, welche das Welterbe ausmachen, die identitätsstiftend auf die Bevölkerung wirken – wie die Landschaft und ihre materiellen und immateriellen Bestandteile.

Dennoch darf der psychosoziale Nutzen der Welterbewertung nicht unterschätzt werden. Die Rezeptionsweise des Titels lässt sich für einen Teil der Bevölkerung in eine affektive und eine pragmatische Dimension einteilen. Zum einen bedingt der Titel ein Gefühl von Stolz auf die Region und die eigene Lebenswelt. Die in der Befragung geäußerten Antworten zeigen, dass der als repräsentativ wahrgenommene Titel das eigene Empfinden für die Region und das eigene Tun bestätigt, intensiviert und erweitert. Zum anderen instrumentalisieren Bewohner ganz bewusst die symbolische Auszeichnung für verschiedene Anliegen. Deutlich wurde, dass die Bewohner sich nur sehr vereinzelt aktiv für das Welterbe engagieren und auch die Initiativen des Zweckverbands nicht, wie offiziell beabsichtigt, im Sinne eines Bottom-up-Ansatzes den Großteil der Bevölkerung erreichen. Viele Bewohner betrachten jedoch andere lokal bestehende Aktivitäten als Beitrag zur Welterbegestaltung und stellen damit einen persönlichen Bezug zum Titel her. So entwickeln private Akteure z. B. in Vereinen oder Bürgerinitiativen die

Region mit und greifen den Welterbetitel als Unterstützung für verschiedene Positionen auf – natürlich in erster Linie, um ihre persönlichen Ziele zu erreichen und ihre Projekte in ein neues Licht zu stellen. Der Titel wird somit in individuelle Handlungszusammenhänge integriert, um diesen höheres Gewicht zu verleihen. Andere Bewohner sehen aufgrund eigener Nutzungsinteressen, für die der Titel als Hindernis wahrgenommen wird, die Anerkennung als Welterbe eher kritisch. Wie in der Analyse verdeutlicht, dient der Titel dabei teilweise ungerechtfertigt als öffentlich wirksamer Schuldiger, um eigene Interessen zu forcieren. Zu größeren Spannungen und der Darstellung des UNESCO-Titels als Hemmnis der Regionalentwicklung führen sowohl aufseiten der Politik als auch aufseiten der Bevölkerung vor allem Diskussionen über Baumaßnahmen, welche aufgrund des UNESCO-Titels stagnieren, da sie in die visuelle Integrität der Kulturlandschaft eingreifen würden.

Im Alltag findet die Auszeichnung demzufolge unterschiedlich lokalisierte Verwendung. Die Befragten haben diffuse – positive oder negative – Vorstellungen von dem Titel und instrumentalisieren ihn so, dass er und die daraus resultierende Wertzuschreibung für die Verfolgung eigener Ziele genutzt werden können. In beiden Fällen muss die Verwendung des Titels nicht dem Sinn der Konvention entsprechen respektive mit dem, was der Titel eigentlich schützen soll, in Verbindung stehen.

Die Analyse der Nutzungs- und Wertschöpfungsprozesse stellt heraus, dass die Auszeichnung als Welterbe eine machtvolle Signifikationshandlung darstellt, welche zu neuen Rekontextualisierungen der Stätte und der Handlungen lokaler Akteure führt. Akteure auf unterschiedlichen Ebenen – vom professionellen Marketing bis hin zu ehrenamtlichen und privaten Initiativen – wirken demnach mit unterschiedlichen Formen (Denkmälern, Events, Websites, Verschönerungsarbeiten, Bürgerinitiativen etc.) auf die Formierung, Betonung und Sichtbarmachung der Region als Welterbe ein. Der Welterbetitel wird von allen als Ressource und Instrument verstanden, um das eigene Handeln aufzuwerten. Er wird damit in einen neuen Kontext gestellt bzw. erweitert um einen neuen Kontext, der von individuellen Interpretationen, Sinn- und Bedeutungszuschreibungen sowie von gegenwärtigen Intentionen und gesellschaftlichen Bedingungen abhängt. Die Prozesse um die Nutzung des Titels und die Eingriffe in die Kulturlandschaft gestalten sich daher dynamisch und nicht linear, da sie auf unterschiedliche gesellschaftliche, räumliche und zeitliche Kontexte reagieren. Die Bedeutungszuschreibung des Titels ist direkt davon abhängig. Durch die jeweiligen Nutzungsformen sowie die dahinterstehenden Intentionen werden ein Sinn und ein Wert des Titels generiert. Die Auszeichnung erscheint in vielen Zusammenhängen nicht als Wert und Ziel an sich, sondern wird erst im Dienst eines Entwicklungsvorhabens und einer bestimmten Interpretation mit Bedeutung versehen. An diesen verschiedenen Aspekten wird deutlich, dass das Welterbe im gewählten Fallbeispiel zu

einem operativen Begriff der strukturpolitischen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Regionalentwicklung geworden ist, mit dem verschiedene Themen, Aktivitäten und Aufgaben gefördert werden.

Der Welterbetitel wirkt dabei als neue Ummantelung des Tals – steht als Marke für die Region, die dieser ein exklusives Profil verleiht. So nutzen die Verantwortlichen die Markeneffekte für eine Neupositionierung der Region und definieren sich über die symbolische Auszeichnung. In vielen Kommodifizierungen ist der Titel sichtbar und verbreitet. Der formale Zwang, den das Corporate Design des Zweckverbands inkorporiert, verfolgt dabei das Ziel, ein einheitliches Leitbild zu kreieren, welches die gemeinsame Entwicklung verdeutlicht. Der Welterbetitel dient demnach als Gestaltungsparameter für ein gemeinsames Marketing und der einzelnen Bestandteile, um das Erscheinungsbild des Tals und die Kommunikation im Tal zu verbessern. Solche Initiativen und Vermarktungsformen, mit denen eine komplexe Kulturlandschaft unter dem Welterbetitel zu einer Markenwelt umgestaltet wird, sind für andere europäische Weinbauregionen, die auf der Welterbeliste verzeichnet sind, nicht belegbar.¹⁰⁹⁹ Dies lässt auf die immense Bedeutungszuschreibung des Titels hier schließen. Auch andere Welterbestätten instrumentalisieren den Titel freilich, um aus der Inwertsetzung ökonomisches und insbesondere touristisches Potenzial zu schöpfen. Im Oberen Mittelrheintal bedeutet die Auszeichnung jedoch weit mehr, da sie auf eine Vielzahl struktureller Probleme in einer disparaten Region trifft. Die Welterbeauszeichnung wird hier im Vergleich mit anderen Kulturlandschaften in erhöhtem Maße in Wert gesetzt und als strategisches Instrument genutzt, um das regionale Image zu ändern, kulturelle sowie soziale Aktivitäten ideell aufzuwerten und die ökonomische Rentabilität der Kulturlandschaft zu fördern. Der Status transformiert dabei nicht nur die Gestaltung der Kulturlandschaft; lokale Akteure transformieren auch das Welterbeverständnis nach eigenen Zwecken und das Welterbe wird abhängig von gegenwärtigen Interessen geformt. Bemerkenswert ist, dass der Titel, wenn auch nicht immer den offiziell formulierten Intentionen entsprechend, dazu geführt hat, die Kulturlandschaft als Welterberegion zu eihen. Indem verschiedenste öffentliche und private Akteure für individuelle Anliegen mit dem Titel operieren und einen Bezug zum Welterbe herstellen, werden sie miteinander verbunden. Auch wenn die Akteure jeweils eigene Strategien, funktions- und rollenbedingte Ziele sowie privatwirtschaftliche Interessen mit der Nutzung des Welterbetitels verfolgen, tragen die Impulse, die von den

¹⁰⁹⁹ Untersucht wurden die im Jahr 2016 als Welterbe eingeschriebenen mit dem Oberen Mittelrheintal vergleichbaren Kulturlandschaften, deren Managementpläne und realisierten Initiativen. Auch die anderen Stätten haben touristische sowie marketingorientierte Ziele, im Vordergrund stehen aber der Natur-, Landschafts- und Kulturgüterschutz. Eine Image-Aufwertung wird nicht thematisiert. Angemerkt sei, dass das Welterbe Ferto-Neusiedler See sich selbst als „Themenpark“ präsentiert und die „Welterbe-Gemeinden“ um den See mit einheitlichen Schautafeln sowie in einer verbindenden App präsentiert. Vgl. Anhang.

Handlungen um den Titel ausgehen, im Einzelnen zu ökonomischen, soziokulturellen aber auch infrastrukturellen Veränderungen bei und fördern eine gewünschte gemeinsame Regionalentwicklung.

Zu beobachten bleibt, wie sich der Umgang mit dem Titel, dessen Bedeutungszuschreibungen und dessen Einfluss auf die regionale Identität zukünftig entwickeln werden. Eine Markenwelt um das Welterbe hat sich weitestgehend im gesamten Tal etabliert, die Akteure wechseln jedoch. Da meine empirisch erhobenen Daten zum großen Teil aus den Jahren 2009 bis 2013 stammen, wäre eine Aktualisierung bereits zum Zeitpunkt der Fertigstellung der vorliegenden Arbeit im Jahr 2016 in Betracht zu ziehen. Auch Aktualitäten ändern sich, sodass der Titel in neuen Kontexten instrumentalisiert wird, während andere Diskussionen an Relevanz verlieren. Zu verfolgen, wie sich der Dialog zwischen den Politikern, den Planern, den Wirtschaftstreibenden und der Bevölkerung weiterhin gestaltet, und die Langzeiteffekte zu untersuchen, stellen daher interessant erscheinende Aufgaben dar. Sinnvoll wäre es zudem, anhand einer breiteren Datenbasis zu erheben, ob die derzeitige allgemeine Konjunktur von Welterbeernennungen sowie die Vielzahl an Maßnahmen des Zweckverbands zur Abstumpfung oder Bestätigung bei der Bevölkerung führen. In dieser Studie stehen insbesondere akteurszentrierte und subjektive Ansichten im Vordergrund. Eine Erweiterung dieses Ansatzes könnte helfen zu analysieren, ob der Titel tatsächlich im Bewusstsein verankert ist. Da Identitätsprozesse lange dauern, waren zum Zeitpunkt meiner Forschung vielleicht auch noch keine stärkeren Effekte messbar. Dies bedeutet nicht, dass diese ausgeschlossen bleiben. Eine weite Verbreitung des Titels, die dazu beitragen kann, dass der Titel in das kollektive Bewusstsein übergeht, kann nicht geleugnet werden; alle Bewohner kennen den Titel. Er erfährt jedoch völlig unterschiedliche Bedeutungszuschreibungen und Instrumentalisierungen. Gerade der Teil der Bevölkerung, der sich um öffentliche Aufmerksamkeit bemüht, setzt den Titel als strategische Ressource für seine Zwecke ein. Eine mögliche, daraus resultierende Gefahr ist einerseits, dass jeder etwas anderes unter dem Titel versteht, ihn anders nutzt und der Titel solange an Kontur verliert, bis er letztlich keine Bedeutung mehr hat. Andererseits ist der Titel überwiegend positiv besetzt und omnipräsent, so dass er langfristig die regionale Identität prägen kann. So bleiben Fragen bestehen, die im Rahmen der gewählten Methoden nicht untersucht werden konnten. Dazu zählt auch, den Blick stärker auf die nicht im Zweckverband kooperierenden Akteure und ihre Einstellungen zu der Verortung in einem Welterbe zu richten. Da der Zweckverband Wert auf eine einheitliche Gestaltung des Tals legt und ausgesuchte Initiativen fördert, besteht die Gefahr, dass der Titel von offizieller Seite in eine elitäre Richtung gedrängt und stilisiert wird. Freilich muss mit dem Instrument Welterbe verantwortungsvoll umgegangen werden und bei dessen Verwaltung sind hohe Standards u. a. in Form eines Managementplans oder der Periodic Reports einzuhalten,

die die UNESCO definiert. Nicht zwangsläufig damit verbunden sind aber touristisch hohe Qualitätsmaßstäbe für einen höherpreisigen Kulturtourismus. Diese Nutzungsweise entspricht nicht dem eigentlichen Sinn der Auszeichnung als Erbe der gesamten Menschheit. Gerade für die Entwicklung des Tals ist es wichtig, dass ebenso die nicht im engeren Sinne zum Kulturtourismus zählende Klientel bei der Angebotsaufstellung berücksichtigt wird. Auch nicht im Zweckverband kooperierende Gastgeber können den Status nutzen, um z. B. Gäste damit anzusprechen. Gerade diese divergente Nutzung des Titels bzw. dessen Nutzung divergenter Akteure überwindet die Disparität im Tal. Je aktiver und querschnittsorientierter Lokalakteure den Welterbestatus in Wert setzen, desto vielfältiger sind die Wirkungen des Welterbelabels für die Regionalentwicklung. Divergente und konvergente Kräfte greifen in der Rezeption des Titels Welterbe im Oberen Mittelrheintal also ineinander. Der konvergente, einende Faktor daran ist, dass alle lokalen Nutzungsweisen nicht nur der Förderung eines individuellen Angebots dienen, sondern auch der Entwicklung der Region und der Verbesserung ihres Images.

Wenn die Prozesse um den Titel auch zu einem Umdenken geführt haben, sind zum Abschluss meiner Arbeit die Problemfelder nicht behoben. Eine neue Gesamtentwicklungsstrategie, die die Kooperation und Regionalentwicklungsprozesse anstoßen soll, ist der vom rheinland-pfälzischen Ministerium des Innern und für Sport initiierte Plan, 2031 eine Bundesgartenschau in dem Welterbegebiet auszurichten. Im Gegensatz zur Auszeichnung als Welterbe ist das Format weniger abstrakt. Indem die Investitionen zudem ziel- und zeitorientiert sind, kann eine Bundesgartenschau animieren, die Region zu modernisieren, um- bzw. mitzugestalten. Ob das Großprojekt es schafft über die Zeit der Ausstellung hinaus nachhaltige positive Impulse für die Entwicklung der gesamten Region zu setzen, ist eine weitere offene Frage für das Welterbe.¹¹⁰⁰

Mit Bezug zum Titel dieser Arbeit lässt sich festhalten, dass wenn auch nicht alle „gedachten“ Ziele realisiert wurden, die Prädikatisierung die Kulturlandschaft zu einer symbolischen Welterberegion „gemacht“ hat. Die Inszenierung des Titels schuf neue Impulse, die nicht nur für die Tourismusbranche von Bedeutung sind, sondern auch für eine gemeinsame Regionalentwicklung. Dem vom Zweckverband und den dargestellten professionellen Akteuren zugeschriebenen und vermittelten Wert der Auszeichnung messen die Bewohner des Tals allerdings geringere Bedeutung bei. Zudem ist die Bevölkerung nicht in dem von den öffentlichen Akteuren und der UNESCO beabsichtigten Maß eingebunden oder angesprochen. Nicht die initiierten Veranstaltungen und Inszenierungen fördern das Interesse an dem Titel oder prägen das Regionalbewusstsein, sondern die selbstverantwortliche Partizipation an der Gestaltung des Tals.

¹¹⁰⁰ Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz 2016.

Die Ergebnisse der Umfrage verdeutlichen, dass die Bereitschaft, sich in der Region zu beteiligen jedoch mit der Hervorhebung des Welterbestatus legitimiert wird. Die Inwertsetzung des Titels im Rahmen individuellen Engagements und einzelner Interaktionsgruppen fördert demnach in der Bevölkerung die Wertschätzung für das Tal und regionale Verbundenheit, fungiert jedoch nicht per se als kollektiver Identitätsmarker für eine regionale Identität. Die einzelnen Bewohner rezipieren den Titel eher kontextabhängig. Vielmehr als das regionale Selbstwertgefühl zu stärken, besetzen die Bewohner unterschiedliche Handlungsfelder und verfolgen eigene Anliegen mit der Auszeichnung. Sie schreiben ihr darüber subjektiven ideellen oder auch ökonomischen Wert zu. In dieser Hinsicht gleichen sich der Umgang mit dem Welterbetitel und die mit der Handhabung verbundenen Intentionen der öffentlichen Akteure und der Bevölkerung. Auch wenn zwischen den jeweiligen Interessen unterschieden werden kann, wird der Titel von beiden Gruppen in Wert gesetzt und nutzbar gemacht, um eigene Vorteile daraus zu ziehen bzw. eigene Ziele zu verfolgen. In einem Satz zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass der Welterbestatus im Oberen Mittelrheintal die Menschen über unterschiedliche Wege verbindet und im Kontext bestimmter Aktivitäten ein kollektiv gesellschaftlicher Identifikator, aber noch kein zentrales Element der regionalen Identitätsbildung geworden ist.

10 Literatur- und Quellenverzeichnis

10.1 Literaturverzeichnis

- ABRAMS, JAMES F.: Lost Frames of Reference. Sightings of history and memory in Pennsylvania's documentary landscape. In: Hufford, Mary (Hg.): *Conserving Culture. A new discourse on heritage*. Urbana 1994. S. 24–38.
- ACHLEITNER, FRIEDRICH: Das Erbe und die Erben. Weltkulturerbe – Unbehagen an einem Begriff oder: einige Fragen. In: Csáky, Moritz; Sommer, Monika (Hg.): *Kulturerbe als soziokulturelle Praxis*. Innsbruck 2005 (= *Gedächtnis – Erinnerung – Identität*, 6). S. 13–17.
- ADORNO, THEODOR; HORKHEIMER, MAX: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt a. M. 172008.
- AITCHISON, CLARA; MACLEOD, NICOLA E; SHAW, STEPHEN J.: *Leisure and Tourism. Landscapes, Social and Cultural Geographies*. London u. New York 2000.
- ALBERT, MARIE-THERES: Globalisierung und kulturelle Entwicklung – Das kulturelle Erbe der Menschheit und seine zeitgemäße Interpretation. In: *Ästhetik & Kommunikation*, 119 (2002). S. 29–36.
- ALBERT, MARIE-THERES; RINGBECK, BIRGITTA: 40 Jahre Welterbekonvention. Zur Popularisierung eines Schutzkonzeptes für Kultur- und Naturgüter. Berlin u. a. 2015 (= *Heritage Studies*, 2).
- ALFONSO, CAROLIN; GANDELSMAN-TRIER, MIJAL: Ethnologie und Raum: Gedanken zu einer neuen Verortung des ethnologischen Raumverständnisses. In: *Ethnoscripts*, 9/1 (2007). S. 2–9.
- ANDERSON, BENEDICT: *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London 1983.
- ANHOLT, SIMON: Marke Rechtschaffenheit. Deutschlands „Brand Image“ und seine Trümpfe für eine erfolgreiche Vermarktung. In: *Zeitschrift für Kulturaustausch*, 55/ 3+4 (2005). S. 64–67.
- ANTONOFF, ROMAN: *CI Report 85: Identität und Image exzellenter Unternehmen, Verbände, Städte*. Frankfurt a. M. 1985.
- ANTTONEN, PERTTI J.: *Tradition through Modernity. Postmodernism and the Nation-State in Folklore Scholarship*. Helsinki 2005 (= *Studia Fennica Folkloristica*, 15).
- ANTZ, CHRISTIAN: *Kulturtourismus. Empfehlungen für einen langfristigen Erfolg*. In: Scheytt, Oliver; Loock, Friedrich: *Kulturmanagement und Kulturpolitik*. Berlin 2008. S. 1–18.
- ASHWORTH, GREGORY J.: From history to heritage. From heritage to identity. In search of concepts and models. In: Ashworth, Gregory J.; Larkham, Peter J.: *Building a new heritage. Tourism, culture and identity in the new Europe*. London u. New York 1994 (= *Routledge Library Editions: Tourism*, 3). S. 13–30.
- ASHWORTH, GREGORY J., TUNBRIDGE, JOHN E.; GRAHAM, BRIAN J.: *Pluralising pasts: Heritage, identity and place in multicultural societies*. London 2007.
- ASHWORTH, GREGORY JOHN; VAN DER AA, BART J.M.: *Strategy and policy for the world heritage convention: Goals, practices and future solutions*. In: Leask, Anna; Fyall, Alan (Hg.): *Managing world Heritage Sites*. Oxford 2006. S. 147–158.
- ASSMANN, ALEIDA: *Das Welterbe als neue Form des Kulturellen Gedächtnisses*. O. J. Online unter: http://www.unesco.at/news/eg_welterbe_kulturelles_gedaechtnis.pdf (28.11.2015).

- ASSMANN, ALEIDA: Speicher oder Erinnern? Das kulturelle Gedächtnis zwischen Archiv und Kanon. In: Csáky, Moritz; Stachel, Peter (Hg.): Speicher des Gedächtnisses. Bibliotheken, Museen, Archive. Teil 2: Die Erfindung des Ursprungs. Die Systematisierung der Zeit. Wien 2001. S. 15–28.
- ASSMANN, JAN: Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in den frühen Hochkulturen. München ⁴2002.
- ASSMANN, JAN: Kollektives Gedächtnis und kulturelle Identität. In: Assmann, Jan; Hölscher, Tonio (Hg.): Kultur und Gedächtnis. Frankfurt a. M. 1988. S. 9–19.
- AUBIN, HERMANN; FRINGS, THEODOR; MÜLLER, JOSEF: Kulturströmungen und Kulturprovinzen in den Rheinlanden. Geschichte, Sprache, Volkskunde. Bonn 1926.
- BACHLEITNER, REINHARD; REHBOGEN, ALEXANDER: Wie lässt sich Weltkulturerbetourismus erklären? Annäherung an ein Erklärungsmodell. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit. Innsbruck 2008 (= Tourismus, transkulturell und transdisziplinär, 9). S. 153–168.
- BACHMANN-MEDICK, DORIS: Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften, Reinbek b. Hamburg 2006.
- BAHRENBERG, GERHARD; KUHM, KLAUS: Weltgesellschaft und Region. Eine systemtheoretische Perspektive. In: Geographische Zeitschrift, 86/4 (1998). S. 193–209.
- BARKER, ROGER. G.: Ecological Psychology. Stanford 1968.
- BARTHES, ROLAND: Elemente der Semiologie. Frankfurt a. M. ²1981.
- BARZEN, DAGMAR: Rede von Frau Präsidentin der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord Dagmar Barzen zur UNESCO-Jahrestagung am 05.11.2009 in Darmstadt. Online unter: www.unesco-welterbe.de/assetfile_4f8be4a34d9fc41f11000021_0f0.pdf (21.02.2016).
- BAUMGARTH, CARSTEN: Markenpolitik. Markenwirkung, Markenführung, Markenforschung. Wiesbaden 2001.
- BAUSINGER, HERMANN: Kulturen – Räume – Grenzen. In: Frieß-Reimann, Hildegard; Schellack, Fritz (Hg.): Kulturen – Räume – Grenzen. Interdisziplinäres Kolloquium zum 60. Geburtstag von Herbert Schwedt. Mainz 1996 (=Studien zur Volkskultur in Rheinland-Pfalz, 19). S. 7–24.
- BAUSINGER, HERMANN: Region – Kultur – EG. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde, XLVIII/97 (1994). S. 113–140.
- BAUSINGER, HERMANN: Europa der Regionen. In: Leviathan, 21/4 (1993). S. 471–492.
- BAUSINGER, HERMANN: Tradition und Modernisierung. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 87/1 (1991a). S. 5–14.
- BAUSINGER, HERMANN: Grenzenlos ... ein Blick auf den modernen Tourismus. In: Ders.; Beyrer, Klaus; Korff, Gottfried (Hg.): Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991b. S. 343–353.
- BAUSINGER, HERMANN: Neue Felder, neue Aufgaben, neue Methoden. In: Chiva, Isac; Jeggle, Utz (Hg.): Deutsche Volkskunde – Französische Ethnologie. Zwei Standortbestimmungen. Frankfurt a. M. u. New York 1987. S. 326–344.
- BAUSINGER, HERMANN: Kulturelle Identität als Leit- und Problembegriff in der Kulturpolitik der UNESCO. In: Thum, Bernd (Hg.): Gegenwart als kulturelles Erbe. Ein Beitrag der Germanistik zur Kulturwissenschaft deutschsprachiger Länder. München 1985 (=Publikationen der Gesellschaft für interkulturelle Germanistik, 2). S. 379–390.

- BAUSINGER, HERMANN: Zur Spezifik volkskundlicher Arbeit. In: Zeitschrift für Volkskunde, 76 (1980). S. 1–21.
- BAUSINGER, HERMANN: Algebra der Kontinuität, Zur Algebra der Kontinuität. In: Ders.; Brückner, Wolfgang (Hg.): Kontinuität? Berlin 1969. S. 9–30.
- BAUSINGER, HERMANN: Zur Kritik der Folklorismuskritik. In: Ders. (Hg.): Populus Revisus. Tübingen 1966. S. 61–75.
- BAUSINGER, HERMANN: Volkskultur in der technischen Welt. Stuttgart 1961.
- BECK, NORDWIN: Die Entwicklung der Tallandschaft am Mittelrhein. In: Koblenzer Geographisches Kolloquium, 23 (2001). S. 69–89.
- BECK, STEFAN; WELZ, GISELA: Kreative Traditionalisierung. Anmerkungen zu neueren Repräsentationsstrategien im Tourismus. In: Heimat Thüringen, 4 (1997). S. 31–41.
- BECK, ULRICH: Wie wird Demokratie im Zeitalter der Globalisierung möglich? – Eine Einleitung. In: Ders. (Hg.): Politik und Globalisierung. Frankfurt a. M. 1998. S. 7–66.
- BECK, ULRICH; GIDDENS, ANTHONY; LASH, SCOTT: Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt a. M. 1996.
- BECKER, CHRISTOPH: Kulturtourismus. Eine Einführung. In: Becker, Christoph; Steinecke, Albrecht (Hg.): Kulturtourismus in Europa. Wachstum ohne Grenzen? Trier 1993. S. 7–9.
- BEHR, PETER: Monitoring für UNESCO-Welterbe-Kulturlandschaften: Erstellung eines Indikatorenkatalogs für ein Monitoring-Verfahren am Beispiel des Welterbegebietes "Oberes Mittelrheintal". Frankfurt a. M. 2008 (=Frankfurter geographische Hefte, 68).
- BEIER, ROSMARIE (Hg.): Geschichtskultur in der zweiten Moderne. Frankfurt a. M. 2000.
- BENDIX, REGINA; BIZER, KILIAN: Cultural Property als interdisziplinäre Forschungsaufgabe: Eine Einleitung. In: Bendix Regina; Bizer, Kilian; Groth, Stefan (Hg.): Die Konstituierung von Cultural Property. Forschungsperspektiven. Göttingen 2010 (=Göttinger Studien zu Cultural Property, 1). S. 1–20.
- BENDIX, REGINA; EGGERT, ADITYA; PESELMANN, ARNIKA (Hg.): Heritage Regimes and the State. Göttingen 2013 (=Göttingen Studies in Cultural Property, 6).
- BENDIX, REGINA: Dynamiken der In-Wertsetzung von Kultur(erbe). Akteure und Kontexte im Lauf eines Jahrhunderts. In: Schnepel, Burkhard; Girke, Felix; Knoll, Eva-Maria (Hg.): Kultur all inclusive. Identität, Tradition und Kulturerbe im Zeitalter des Massentourismus. Bielefeld 2013. S. 45–73.
- BENDIX, REGINA: Heritage Between Economy and Politics: An Assessment from the Perspective of Cultural Anthropology. In: Laurajane Smith, Natsuko Akagawa (Hg.). Intangible Heritage. London u. New York 2009. 253–269.
- BENDIX, REGINA: Kulturelles Erbe zwischen Wirtschaft und Politik: Ein Ausblick. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“: Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (=Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 337–356.
- BENDIX, REGINA: Heredity, Hybridity and Heritage from One Fin de Siècle to the Next. In: Pertti J. Anttonen u. a. (Hg.): Folklore, Heritage Politics and Ethnic Diversity. A Festschrift for Barbro Klein. Botkyrka 2000 (= Multicultural Center, 1). S. 37–54.
- BENDIX, REGINA: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. In: Pöttler, Burkhard; Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (Hg.): Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg. Wien 1994 (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 12). S. 57–83.

- BENDIX, REGINA; HEMME, DOROTHEE; TAUSCHEK, MARKUS: Vorwort. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“: Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (=Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 7–17.
- BERGS, CAREN; PESELMANN, ARNIKA: Aushandlung und Inwertsetzung der Kulturlandschaften Erzgebirge und Mapungubwe. In: Groth, Stefan; Bendix, Regina; Spiller, Achim (Hg.): Kultur als Eigentum. Instrumente, Querschnitte und Fallstudien. Göttingen 2015 (=Göttinger Studien zu Cultural Property, 9). S. 341–370.
- BERNECKER, ROLAND: Das UNESCO-Weltkulturerbe: Eine Erfolgsgeschichte? Paderborn 2005 (=Paderborner Universitätsreden, 99). S. 5–13.
- BEST, HEINRICH (HG.): Vereine in Deutschland. Bonn 1993.
- BICKERT, MATTHIAS: Welterbestädte Südosteuropas im Spannungsfeld von Cultural Governance und lokaler Zivilgesellschaft. Untersucht am Beispiel Gjirokastra (Albanien). Bamberg 2015 (=Bamberger Geographische Schriften, 27).
- BIEGER, THOMAS: Management von Destinationen. München u. a. 2008.
- BIERMANN, AXEL: Auswirkungen der Förderung von Kulturtourismus am Beispiel RUHR.2010 Kulturhauptstadt Europas. In: Quack, Heinz-Dieter; Klemm, Kristiane (Hg.): Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts. München 2013. S. 265–277.
- BINDER, BEATE: Beheimatung statt Heimat: Translokale Perspektiven auf Räume der Zugehörigkeit. In: Seifert, Manfred (Hg.): Zwischen Emotion und Kalkül. ‚Heimat‘ als Argument im Prozess der Moderne. Dresden 2010. S. 189-204.
- BINDER, BEATE: Heimat als Begriff der Gegenwartsanalyse? Gefühle der Zugehörigkeit und soziale Imaginationen in der Auseinandersetzung um Einwanderung. In: Zeitschrift für Volkskunde 104/1 (2008). S. 1-17.
- BISCHOFF, CHRISTINE; OEHME-JÜNGLING, KAROLINE; LEIMGRUBER, WALTER (Hg.): Methoden der Kulturanthropologie. Bern 2014.
- BLAKE, JANET: Developing a New Standard-setting Instrument for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage Elements for consideration. Paris 2002. Online unter: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001237/123744e.pdf> (28.11.2015)
- BLAKE, JANET: On Defining the Cultural Heritage. In: The International and Comparative Law Quarterly, 49/1 (2000). S. 61–85.
- BLOTEVOGEL, HANS HEINRICH: Zur Konjunktur der Regionsdiskurse. In: Informationen zur Raumentwicklung 9/10 (2000a). S. 491–506.
- BLOTEVOGEL, HANS HEINRICH: Zur Konjunktur der Regionsdiskurse. Kurzfassung. In: Informationen zur Raumentwicklung 9/10 (2000b). S. IX.
- BLOTEVOGEL, HANS HEINRICH; HEINRITZ, GÜNTER; POPP, HERBERT: „Regionalbewußtsein“. Zum Stand der Diskussion um einen Stein des Anstoßes. In: Geographische Zeitschrift, 77/2 (1989). S. 65–88.
- BLUM, SANDRA: Die Loreley als Garant. Zur Konstruktion der Rheinsagen als Bestandteil des UNESCO-Welterbes „Oberes Mittelrheintal“. In: Schneider, Ingo; Flor, Valeska (Hg.): Erzählungen als Kulturelles Erbe – Das Kulturelle Erbe als Erzählung. Münster 2014 (=Innsbrucker Schriften zur Europäischen Ethnologie und Kulturanalyse, 2). S. 127-144.
- BOCK, BENEDIKT: Baedeker & Cook. Tourismus am Mittelrhein. 1756 bis ca. 1914 Frankfurt a. M. 2010 (=Mainzer Studien zur neueren Geschichte, 26).

- BODNER, REINHARD; SOHM, KATHRIN: Vorüberlegungen. In: *bricolage*. Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie, 3 (2005). S. 9–34.
- BÖNISCH-BREDNICH, BRIGITTE: Zur Poetik des Fachs. Wie man sich in die Nähe schreibt. In: Klara Löffler (Hg.): *Dazwischen*. Zur Spezifik volkskundlicher Empirien. Hochschultagung der DGV in Wien. Wien 2001 (=Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien, 20). S. 65–74.
- BOORSTIN, DANIEL J.: *Das Image*. Der amerikanische Traum. Reinbek bei Hamburg 1987.
- BOURDEAU, LAURENT; GRAVARI-BARBAS, MARIA; ROBINSON, MIKE (Hg.): *World Heritage and Tourism: Global and Local Relations*. London 2016 (=Heritage, Culture and Identity).
- BOURDIEU, PIERRE: *Die Regeln der Kunst*. Genese und Struktur des literarischen Feldes, Frankfurt a. M. 1999.
- BOURDIEU, PIERRE: Sozialer Raum und „Klassen“: *Leçon sur Leçon*. Zwei Vorlesungen. Frankfurt a. M. 1991.
- BRÄUCHLER, BIRGIT: Immaterielles Kulturerbe als Friedensstifter. In: *Sociologus* 61/1 (2011). S. 91–115.
- BRAUN, ANNEGRET: Lust aufs Land? Die mediale Inszenierung des Landlebens. In: *Bayerisches Jahrbuch für Volkskunde* (2012). S. 13–27.
- BRAUN, NIKOLA: *Globales Erbe und regionales Ungleichgewicht*. Die Repräsentativitätsprobleme der UNESCO-Welterbeliste. Hamburg 2007.
- BREDNICH, ROLF WILHELM: Quellen und Methoden. In: Ders. (Hg.): *Grundriß der Volkskunde*. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie. Berlin 2001. S. 77–100.
- BRIGGS, CHARLES: Rethinking the Public. Folklorists and the contestation of public cultures. In: *Journal of Folklore Research*, 36/2–3 (1999). S. 283–286.
- BRINGÉUS, NILS-ARVID: Folklorismus. Einige prinzipielle Gesichtspunkte vor schwedischem Hintergrund. In: Hörandner, Edith; Lunzer, Hans (Hg.): *Folklorismus*. Neusiedel am See 1982. S. 55–72.
- BRINCKS-MURMANN, CLAUDIA: Das Aufnahmeverfahren. In: UNESCO-Kommissionen Deutschlands, Luxemburgs, Österreichs und der Schweiz (Hg.): *Welterbe-Manual*. Handbuch zur Umsetzung der Welterbekonvention in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz. Bonn 2009. S. 74–79.
- BRINKMANN, REIMAR; SEIBEL, FRANK: Wer oder was macht Region? Überlegungen zur Möglichkeit regionaler Identität. In: Schilling, Heinz; Ploch, Beatrice (Hg.): *Region*. Heimaten der individualisierten Gesellschaft. Frankfurt a. M. 1995 (=Notizen, 50). S. 21–38.
- BRODERSEN, KAI: *Die Sieben Weltwunder*. Legendäre Kunst- und Bauwerke der Antike. München 1999.
- BRÖNNER, WOLFGANG; MEIßNER, JAN; OLSCHESKI, DAGMAR: *Preußische Facetten: Rheinromantik und Antike: Zeugnisse des Wirkens Friedrich Wilhelms IV. an Mittelrhein und Mosel*. Ausstellungskatalog. Regensburg 2001.
- BROWN, MICHAEL F.: Heritage Trouble: Recent Work on the Protection of Intangible Cultural Property. In: *International Journal of Cultural Property*, 12 (2005). S. 40–61.
- BRÜCKNER, WOLFGANG: *Falkensteiner Protokolle*. Frankfurt a. M. 1971.
- BRUHN, MANFRED; HOMBURG, CHRISTIAN (Hg.): *Gabler Lexikon Marketing*. Wiesbaden 2004.
- BRUMANN, CHRISTOPH: Unser aller Kulturgut. Eine ethnologische Annäherung an das UNESCO-Welterbe. In: *Sociologus* 61/1 (2011). S. 19–43.

- BRUMANN, CHRISTOPH: Outside the Glass Case: The Social Life of Urban Heritage in Kyoto. In: *American Ethnologist* 36/2 (2009). S. 276–299.
- BUCKLEY, RALF: The Effects of World Heritage Listing on Tourism to Australian National Parks. In: *Journal of sustainable tourism*, 12/1 (2004). S. 70–84.
- BUHALIS, DIMITRIOS: Marketing the competitive destination of the future. In: *Tourism Management*, 21/1 (2000). S. 97–116.
- BÜHLER, WALTER: Lokale Freizeitvereine. Entwicklung, Aufgaben, Tendenzen. In: Bühler, Walter; Kanitz, Horst; Siewert, Hans-Jörg (Hg.): *Werkberichte*, 3. St. Augustin 1978. S. 114–142.
- BURGGRAAFF, PETER; RHEINISCHER VEREIN FÜR DENKMALPFLEGE UND LANDSCHAFTSSCHUTZ (Hg.): Zukunft des oberen Mittelrheintals. Modellprojekt für die UNESCO-Kulturlandschaften? Dokumentation der Tagung vom 3./4. November 2006 in Bacharach. Koblenz 2008 (=Koblenzer Geographisches Kolloquium, 30).
- BURGGRAAFF, PETER; KLEEFELD, KLAUS-DIETER: Welterbe Kulturlandschaft Mittelrheintal - UNESCO-Weltkulturerbebegriff und seine Übertragbarkeit. In: Rheinischer Verein für Denkmalpflege und Landschaftsschutz (Hg.): *Das Rheintal – Schutz und Entwicklung. Die Rheintal-Konferenz des Rheinischen Vereins für Denkmalpflege und Landschaftsschutz am 6./7. November 1997 in Mainz. Eine Dokumentation.* Köln 1999. S. 59–88.
- BURMANN, CHRISTOPH; MEFFERT, HERIBERT; KOERS, MARTIN: Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. Wiesbaden 2005.
- CARTER, RODNEY WILLIAM; HORNEMAN, LOUISE: Is there a market for Heritage tourism? In: *Bulletin of the Australian Institute for Marine Archaeology*, 25 (2001). S. 61–70.
- CASSIRER, ERNST: *Wesen und Wirkung des Symbolbegriffs.* Darmstadt 1983.
- ČAUSEVIĆ, SENJA; TOMLJENović, RENATA: World Heritage Site, tourism and city's rejuvenation: The case of Poreč, Croatia. *Tourism*, 51/4 (2003). S. 417–426.
- CEPL-KAUFMANN, GERTRUDE; JOHANNING, ANTJE: *Mythos Rhein. Zur Kulturgeschichte eines Stromes.* Darmstadt 2003.
- CHOAY, FRANÇOISE: *Das architektonische Erbe. Eine Allegorie. Geschichte und Theorie der Baudenkmale.* Braunschweig u. Wiesbaden 1997.
- CLAESSEN, HENRI J. M.: Kommentar zu Nas, Peter J.M.: Masterpieces of Oral and Intangible Culture. Reflections on the UNESCO World Heritage List. In: *Current Anthropology*, 43/1 (2002). S. 144.
- CLIFFORD, JAMES: *The predicament of culture. Twentieth-century ethnography, literature, and art.* Cambridge 1988.
- CLIFFORD, JAMES; MARCUS GEORGE E. (Hg.): *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography.* Berkeley 1986.
- COHEN, ERIK: Authenticity and commoditization in Tourism. In: *Annals of Tourism Research*, 15/3 (1988). S. 371–386.
- COOMBLE, ROSEMARY J.: Der zunehmende Geltungsbereich kultureller Besitztümer und ihrer Politik. In: Bendix Regina; Bizer, Kilian; Groth, Stefan (Hg.): *Die Konstituierung von Cultural Property. Forschungsperspektiven.* Göttingen 2010 (=Göttinger Studien zu Cultural Property, 1). S. 235–256.
- COOMBE, ROSEMARY J.: The Expanding Purview of Cultural Properties and Their Politics. In: *Annual Review of Law and Social Sciences* 5 (2009). S. 393–412.

- COSTA; KELLI ANN: Globalizing Heritage. Marketing the Prehistoric Built Environment in Ireland. In: Kockel, Ullrich; Nic Craith, Máiréad (Hg.): Cultural Heritages as Reflexive Traditions. Chippenham u. Eastbourne 2007. S. 171–182.
- CSÁKY, MORITZ; SOMMER, MONIKA: Vorwort. In: Dies. (Hg.): Kulturerbe als soziokulturelle Praxis. Innsbruck 2005 (=Gedächtnis – Erinnerung – Identität, 6). S. 7–10.
- CUSTODIS, PAUL-GEORG: Verkehr. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz – Eine europäische Kulturlandschaft. Band I. ²Mainz 2002a. S. 320–337.
- CUSTODIS, PAUL-GEORG: Gewerbe, Industrie und Bergbau. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz – Eine europäische Kulturlandschaft. Band I. Mainz ²2002b. S. 338–349.
- DAXELMÜLLER, CHRISTOPH: „Heimat“. Volkskundliche Anmerkungen zu einem umstrittenen Begriff. In: Bayrische Blätter für Volkskunde, 18/4 (1991). S. 223–241.
- DEUTSCHE, ÖSTERREICHISCHE UND SCHWEITZER UNESCO-KOMMISSION: Mittelfristige Strategie. Frieden und menschliche Entwicklung im Zeitalter der Globalisierung – der Beitrag von Bildung, Wissenschaft, Kultur und Kommunikation 2002–2007. Document 31 C/4 approved. Bonn 2003.
- DEUTSCHER BUNDESTAG (Hg.): Bericht der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements. Berlin 2002.
- DE CESARI, CHIARA: Thinking Through Heritage Regimes. In: Bendix, Regina; Eggert, Aditya; Pesemann, Arnika (Hg.): Heritage Regimes and the State. Göttingen 2013. S. 399–413.
- DE JONG, ROBERT: Die Kulturlandschaft von morgen ist nicht die von gestern. Über die Zukunft einer UNESCO Kulturlandschaft. Vortrag auf der 7. Mittelrhein Konferenz. 8. November 2002.
- DZT (DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS): Jahresbericht 2004. Frankfurt a. M. 2005.
- DI GIOVINE, MICHAEL A.: UNESCO's Heritage-scape: A Global Endeavor to Produce 'Peace in the Minds of Men' through Tourism and Preservation. In: Singh: Rana P.B. (Hg.): Heritage-scapes and Cultural Landscapes. New Delhi 2010 (=Planet Earth and Cultural Understanding Series 6).
- DI GIOVINE, MICHAEL A.: The Heritage-scape. UNESCO, World Heritage, and Tourism. Lanham 2009a.
- DI GIOVINE, MICHAEL A.: Revitalization and Counter-Revitalization: Tourism, Heritage and the Lantern Festival as Catalysts for Regeneration in Hôi An, Viet Nam. In: Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events. 1/3 (2009b). S. 208–230.
- DILLER, CHRISTIAN: Zwischen Netzwerk und Institution. Eine Bilanz regionaler Kooperationen in Deutschland. Opladen 2002.
- DISCHNER, GISELA: Ursprünge der Rheinromantik in England. Zur Geschichte der romantischen Ästhetik. Frankfurt 1972.
- DIX, ANDREAS: Das Mittelrheintal – Wahrnehmung und Veränderung einer symbolischen Landschaft des 19. Jahrhunderts. In: Petermanns Geografische Mitteilungen, 146 (2002). S. S. 44–53.
- DOERING-MANTEUFFEL, SABINE: Regionalstudien. Eine Herausforderung an die Volkskunde. In: Friß-Reimann, Hildegard; Niem, Christina (Hg.): Skizzen aus der Mainzer Volkskunde. Festschrift für Herbert Schwedt zum 65. Geburtstag. Mainz 1999. S. 91–102.
- DOUGLAS, MARY: Wie Institutionen denken. Frankfurt a. M. 1991.

- DROST, ANNE: Developing Sustainable Tourism for World Heritage Sites Anne. *Annals of Tourism Research*, 23/2 (1996): S. 479–484.
- DU CROS, HILARY: A New Model to Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3/2 (2001). S. 165–170.
- DÜMCKE, CORNELIA: Kultur und Tourismus in den neuen Ländern. Eine Untersuchung am Beispiel der kulturellen Leuchttürme und Gedächtnisorte. Berlin 2002.
- DÜMCKE, CORNELIA: Wie in Kultur(-bauten) investieren? Kulturinvestitionsprogramme in den neuen Bundesländern: Bestandsaufnahme, Probleme und Perspektiven der Modernisierung der kulturellen Infrastruktur. Berlin 2001.
- DÜRR, HEINER; WOOD, GERALD: Einleitung zum Band Politische Geographie. In: *Berichte zur deutschen Landeskunde*, 1 (2000). S. 5–10.
- EBERLE-GRAMBERG, GERDA; GRAMBERG, JÜRGEN: Stadtentwicklung ist Identitätsentwicklung. In: Hilber, Maria L.; Ergez, Ayda (Hg.): *Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing*. Freiburg i. Br. 2004. S. 27–35.
- ECKERT, JULIA; BEHRENDTS, ANDREA; DAFINGER, ANDREAS: Towards an Anthropology of Governance. In: *Max Planck Institute for Social Anthropology. Report 2002-2003*. Halle/ Saale 2003. S. 19–30.
- ECO, UMBERTO: *Zeichen. Einführung in einen Begriff und seine Geschichte*. Frankfurt a. M. 1977.
- EDER, KLAUS: Protest und symbolische Gewalt. In: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*, 11/4 (1998). S. 29–40.
- EILDERS, CHRISTIANE: Von Links bis Rechts. Deutung und Meinung in Pressekommentaren. In: Eilders, Christiane; Neidhardt, Friedhelm; Pfetsch, Barbara (Hg.): *Die Stimmen der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik*. Wiesbaden 2004. S. 129–166.
- EISCH, KATHARINA: Erkundungen und Zugänge I: Feldforschung. Wie man zu Material kommt. In: Klara Löffler (Hg.): *Dazwischen. Zur Spezifik der Empirien in der Volkskunde*. Hochschultagung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Wien 1998. Wien 2001 (= Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien 20). S. 27–46.
- EISCH, KATHARINA; HAUSER, ANDREA: Erkundungen und Zugänge. Wie man zu Material kommt. Thesen und Diskussionspunkte. In: Löffler, Klara (Hg.): *Dazwischen. Zur Spezifik der Empirien in der Volkskunde*. Hochschultagung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Wien 1998. Wien 2001 (= Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien 20). S. 61–63.
- EITEL, MEIKE; SPIEKERMANN, MARIE: Building Reputation – Communicating Identity. Die Rolle der Identität im Place Branding-Prozess. O. O. 2007. Online unter: www.identity-lab.de/Publikationen/building_reputation_placebrand_identity_07.pdf (30.04.2016).
- EMERSON, ROBERT M.; FRETZ, RACHEL I.; SHAW, LINDA L.: Processing Fieldnotes: Coding and Memoing.” In: Dies. (Hg.): *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago 1995. S. 142–168.
- ENGELSKIRCHEN, LUTZ: Denkmal im politischen Raum. Das Kaiser-Wilhelm-Denkmal am Deutschen Eck in seinem Jahrhundert, Band 1. Münster 2016 (=Geschichte, 131).
- ENSER, STEPHAN: Europa als Mnemotop. Kulturtourismus als Programm der europäischen Identitätsbildung. In: Hasso Spode, Irene Ziehe (Hg.): *Gebuchte Gefühle*. München 2005 (= Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung, 7). S. 103–120.

- ERIKSEN, THOMAS HYLLAND: Between universalism and relativism: A critique of the UNESCO concept of culture. In: Cowan, Jane K.; Dembour, Marie-Bénédicte; Wilson, Richard A. (Hg.): Culture and Rights: Anthropological Perspectives. Cambridge 2001. S. 127–148.
- ESCH, FRANZ-RUDOLF; HERRMANN, ANDREAS; SATTLER, HENRIK: Marketing. Eine managementorientierte Einführung. München 2006.
- ESCH, FRANZ-RUDOLF; WICKE, ANDREAS; REMPEL, JAN ERIC: Herausforderungen und Aufgaben des Markenmanagements. In: Esch, Franz-Rudolf (Hg.): Moderne Markenführung. Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen. Wiesbaden ⁴2005. S. 4–55.
- ESCHIG, GABRIELE: Die Mission der UNESCO zwischen Schützen und Nützen. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit. Innsbruck, Wien, Bozen 2008 (=Tourismus: transkulturell & transdisziplinär, 9). S. 173–182.
- EUSKIRCHEN, CLAUDIA: Das Mittelalter. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz – Eine europäische Kulturlandschaft. Band I. Mainz ²2002a. S. 88–112.
- EUSKIRCHEN, CLAUDIA: Von der Reformation bis zum Ende der Feudalzeit (1520–1794). In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Eine europäische Kulturlandschaft. Band 1. Mainz ²2002b. S. 112–133.
- EUSKIRCHEN, CLAUDIA: Das 19. Jahrhundert. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Eine europäische Kulturlandschaft. Band 1. Mainz ²2002c. S. 134–153.
- EUSKIRCHEN, CLAUDIA: Das 20. Jahrhundert. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Eine europäische Kulturlandschaft. Band 1. Mainz ²2002d. S. 154–172.
- FABIAN, JOHANNES: Time and the Other. How anthropology makes its object. New York 1983.
- FABRIZIO, CLAUDE: Der unverzichtbare Unterschied. In: UNESCO Kurier 9 (1997). S. 4–7.
- FAHLENBACH, KATHRIN: Protest-Inszenierungen. Wiesbaden 2002.
- FERNER, FRITZ-KARL; PÖTSCH, WALTER: MarkenLust und MarkenFrust im Tourismus. Techniken, Strategien, Design und Praxis beim Aufbau und Management von Tourismusmarken. Wien 1998.
- FISCHER, HELMUT: Rheinromantik. In: Brednich, Rolf Wilhelm (Hg.): Enzyklopädie des Märchens. Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung. Berlin 2003/04. Sp. 640–648.
- FLENDER, ARMIN; PFAU, DIETER; SCHMIDT, SEBASTIAN: Regionale Identität zwischen Konstruktion und Wirklichkeit. Eine historisch-empirische Untersuchung am Beispiel des Siegerlandes. Baden-Baden 2001.
- FLICK, UWE; KARDORFF, ERNST VON; STEINKE, INES: Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick. In: Dies. (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg 2000. S. 13–29.
- FLICK, UWE; KARDORFF, ERNST VON; STEINKE, INES (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg 2000.
- FLUSSER, VILÉM: Medienkultur. Frankfurt a. M. 1997.
- FÖHL, PATRICK S.; PRÖBSTLE, YVONNE: Kooperationen als Wesenselement des Kulturtourismus. In: Hausmann, Andrea; Murzik, Laura (Hg.): Neue Impulse im Kulturtourismus. Wiesbaden 2011. S. 111–138.

- FÖHL, PATRICK S.: Regionale Kooperationen im Kulturbereich. Begriffe und Systematisierungen. In: Föhl, Patrick S., Neisener, Iken (Hg.): Regionale Kooperationen im Kulturbereich. Theoretische Grundlagen und Praxisbeispiele. Bielefeld 2009. S. 15–45.
- FÖHL, PATRICK S.: Kooperationen im öffentlichen Kulturbereich. Mit Zusammenarbeit Synergien ausschöpfen. In: Scheytt, Oliver; Looock, Friedrich (Hg.): Handbuch Kulturmanagement und Kulturpolitik. Berlin 2008.
- FRANCOIS, ETIENNE; SCHULZE, HAGEN: Einleitung. In: Dies. (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte I. München 2001. S. 11–24.
- FRANK, SYBILLE: Der Mauer um die Wette gedenken. Die Formation einer Heritage-Industrie am Berliner Checkpoint Charlie. Frankfurt a. M. 2009.
- FRANK, SYBILLE: Grenzwerte – Zur Formation der 'Heritage Industry' am Berliner Checkpoint Charlie. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“. Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007. S. 297–322.
- FREITAG, CHARLOTTE: Gut vernetzt! M-Commerce und Social Media als neue Steuerfaktoren des touristischen Vertriebs? In: Quack, Heinz-Dieter; Klemm, Kristiane (Hg.): Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts. München 2013. S. 128–142.
- FREY, BRUNO S.; STEINER, LASSE: World Heritage List. In: Rizzo, Ilde; Mignosa, Anna (Hg.): Handbook of the Economics of Cultural Heritage. Cheltenham 2013. S. 171–187.
- FREY, BRUNO S.; STEINER, LASSE: World Heritage List: Does it make sense? In: International Journal of Cultural Policy 17/5 (2011). S. 555–573.
- FREY, BRUNO S.; STEINER, LASSE: World Heritage List: Does it make sense? Zürich 2010 (=Working Paper No. 484).
- FREY, BRUNO S., PAMINI, PAOLO; STEINER, LASSE: Explaining the World Heritage List: An empirical study. In: International Review of Economics, 60/1 (2013). S. 1–19.
- FREY, BRUNO S.; POMMEREHNE, WERNER W.: Muses and Markets. Explorations in the Economics of the Arts. Oxford 1989.
- FRIEDREICH, SÖNKE: Wie man ein Kulturerbe ausschlägt. Städtische Selbstbilder und urbane Pfadabhängigkeiten im Streit um das UNESCO-Weltkulturerbe Dresdner Elbtal. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 171–180.
- FRIEDREICH, SÖNKE: Das heilige Land. Frömmigkeit und der Diskurs um regionale Identität im Erzgebirge. In: Beate Binder u. a. (Hg.): Orte. Arbeit. Körper. Ethnographie Europäischer Modernen. Berlin 2005. S. 225–232.
- FRIEDRICHS, JÜRGEN: Region. In: Fuchs-Heinritz, Werner u. a. (Hg.): Lexikon der Soziologie. Opladen 1994. S. 549.
- GASSEN, RICHARD W.; HOLECZEK, BERNHARD (Hg.): Mythos Rhein. Ein Fluß in Kitsch und Kommerz. Ludwigshafen 1992.
- GEIßLER, RAINER: Die Sozialstruktur Deutschlands. 7. Opladen 2014.
- GEERTZ, CLIFFORD: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt a. M. 2003.
- GERHARDS, JÜRGEN: Dimensionen und Strategien öffentlicher Diskurse. In: Journal für Sozialforschung, 32/3–4 (1992). S. 307–318.

- GERNDT, HELGE: Studienskript Volkskunde. Eine Handreichung für Studierende. Münster u. a. ³1997 (= Münchner Beiträge zur Volkskunde, 20).
- GERNDT, HELGE: Tagungsrückblick. Zur Problematik und zu den Problemen regionaler Kulturanalyse. In: Gerndt Helge; Schroubeck, Georg (Hg.): Regionale Kulturanalyse. Protokollmanuskript einer wissenschaftlichen Arbeitstagung der DGV vom 8.–11. Okt. 1978 in München. München 1979. S. 61–64.
- GIDDENS, ANTHONY: Konsequenzen der Moderne. Frankfurt a. M. ⁴2001.
- GIDDENS, ANTHONY: Jenseits von Links und Rechts. Die Zukunft radikaler Demokratie. Frankfurt a. M. 1997.
- GIDDENS, ANTHONY: Leben in einer posttraditionalen Gesellschaft. In: Beck, Ulrich, Giddens, Anthony; Lash, Scott: Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt a. M. 1996. S. 113–194.
- GIDDENS, ANTHONY: Konsequenzen der Moderne. Frankfurt 1995.
- GIDDENS, ANTHONY: Tradition in einer post-traditionellen Gesellschaft. In: Soziale Welt, 44/4 (1993). S. 445–483.
- GILL-ROBINSON, HEATHER: Culture, Heritage and Commodification. In: Kockel, Ullrich; Nic-Craith, Máiréad (Hg.): Cultural Heritages as reflexive Traditions. Chippenham u. Eastbourne 2007. S. 183–193.
- GIRTLE, ROLAND: Methoden der Feldforschung. Wien u. a. ⁴2001.
- GIRTLE, ROLAND: Methoden der qualitativen Sozialforschung. Anleitung zur Feldarbeit. Wien u. a. ³1992.
- GÖB, RÜDIGER; SEIFARTH, FRIEDRICH: Vorwort. In: Deutscher Gemeindetag; Deutscher Landkreistag (Hg.): Die Region als neue Raumordnungseinheit. Siegburg 1964. S. 5–6.
- GOFFMAN, ERVING: Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt a. M. 1996.
- GOFFMAN, ERVING: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München ⁷1998.
- GORMSEN, ERDMANN (herausgegeben von Flettner, Stephan; Gormsen, Nico): Das Mittelrheintal. Eine Kulturlandschaft im Wandel. Ingelheim 2003.
- GRABOW, BUSSO; HOLLBACH-GRÖMIG, BEATE: Stadtmarketing. Eine kritische Zwischenbilanz. Berlin 1998.
- GRAHAM, BRIAN: Heritage as Knowledge. Capital or Culture. In: Urban Studies, 39/5–6 (2002). S. 1003–1017.
- GRAHAM, BRIAN; ASHWORTH, GREGORY JOHN; TUNBRIDGE, JOHN E.: The Uses and Abuses of Heritage. In: Corsane, Gerard (Hg.): Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reader. London 2005. S. 26–37.
- GRAHAM, BRIAN; ASHWORTH, GREGORY JOHN AND TUNBRIDGE JOHN E.: A geography of heritage. Power, culture and economy. London 2000.
- GRATTON, CHIS; RICHARDS, GREG: The Economic Context of Cultural Tourism. In: Richards, Greg (Hg.): Cultural tourism in Europe. Wallingford 1996. S. 71–86.
- GREENWOOD, DAVYDD J.: Culture by the Pound. An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization. In Smith, Valene L. (Hg.): Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism. Philadelphia ²1989. S. 171–185.

- GREVERUS, INA-MARIA: Über die Poesie und die Prosa der Räume. Gedanken zu einer Anthropologie des Raums. Münster 2009.
- GREVERUS, INA-MARIA: Menschen und Räume. Vom interpretativen Umgang mit einem kulturökologischen Raumorientierungsmodell. In: Greverus, Ina Maria u. a. (Hg.): Kulturtexte. Frankfurt a. M. 1994 (=Notizen, 46). S. 87–111.
- GREVERUS, INA-MARIA: Tradition der Traurigkeit und anarchische List. Zu einer sizilianischen Identitätsarbeit. In: Giordano, Christian; Greverus, Ina-Maria (Hg.): Sizilien – die Menschen, das Land und der Staat. Frankfurt a. M. 1986 (=Notizen, 24). S. 455–513.
- GREVERUS, INA-MARIA: Ethnizität und Identitätsmanagement. In: Schweizer Zeitschrift für Soziologie, 7/2 (1981). S. 223–232.
- GREVERUS, INA MARIA: Kulturökologische Aufgaben im Analyse- und Planungsbereich Gemeinde. In: Wiegmann, Günter (Hg.): Gemeinde im Wandel. Volkskundliche Gemeindestudien in Europa. Münster 1979. S. 87–99.
- GREVERUS, INA-MARIA. Der territoriale Mensch. Ein literaturanthropologischer Versuch zum Heimatphänomen. Frankfurt a. M. 1972.
- GROSCHWITZ, HELMUT: Welterbe als Marke. Kulturelles Erbe und die Produktion kultureller Labels am Beispiel der Welterbestätte Regensburger Altstadt mit Stadtamhof. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 215–224.
- GROYS, BORIS: Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie. München 1992.
- GUJADHUR, TARA; ROGERS, PAUL: Pro-Poor Tourism and the Value of Heritage in Luang Prabang, Lao PDR. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit. Innsbruck 2008 (= Tourismus: transkulturell & transdisziplinär, 9). S. 365–377.
- GÜNTER, ARMIN: Reisen als Rollenspiel. In: Tourismus Journal, 1/3–4 (1997). S. 449–466.
- GRYWNOW, MELANIE: Der Nominierungsprozess des UNESCO-Welterbes und die NRO ICOMOS: Aufgaben und Funktionen von ICOMOS. Saarbrücken 2008.
- GYR, UELI: Geschichte des Tourismus: Strukturen auf dem Weg zur Moderne. In: Institut für Europäische Geschichte (IEG): Europäische Geschichte Online (EGO). Mainz 2010a. Online unter: <http://www.ieg-ego.eu/gyru-2010-de> (23.02.2016).
- GYR, UELI: Reisekultur und Urlaubsanalyse. Standorte und Forschungstrends in neueren Untersuchungen. In: Lauterbach, Burkhard (Hg.): Auf den Spuren der Touristen. Perspektiven auf ein bedeutsames Handlungsfeld. Würzburg 2010b (=Kulturtransfer. Alltagskulturelle Beiträge, 6). S. 13–31.
- GYR, UELI: Altbewährt und neu vermischt. Symbolproduktion und Erlebniskonsum für Touristen von heute. In: Brednich, Rolf Wilhelm; Schmitt, Heinz (Hg.): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. 30. Deutscher Volkskundekongress in Karlsruhe vom 25. bis 29. September 1995. Münster u. a. 1997. S. 259–266.
- GYR, UELI: Touristenkultur und Reisealltag. Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde, 84 (1988). S. 224–239.
- HAFSTEIN, VALDIMAR: Inviting a Noisy Dance Band into a Hospital: Listing the Intangible. In: Chiara Bortolotto (Hg.): Il patrimonio immateriale secondo l'UNESCO: analisi e prospettive. Rom 2008 S. 95–113.

- HAFSTEIN, VALDIMAR: Claiming Culture. Intangible Heritage Inc., Folklore ©, Traditional Knowledge™. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“. Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (= Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 75–100.
- HAFSTEIN, VALDIMAR: The Making of Intangible Cultural Heritage. Tradition and Authenticity, Community and Humanity. Berkeley 2004.
- HALBWACHS, MAURICE: Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen. Frankfurt a. M. 1985.
- HALL, STUART: Whose Heritage? Un-settling ‘the Heritage’, Re-imagining the Post-Nation. In: Littler, Jo; Naidoo, Roshi (Hg.): The Politics of Heritage: The Legacies of ‘Race’. London 2005. S. 23–35.
- HALL, STUART: Representation. Cultural Representations and Signifying Practices. London 1997.
- HANKINSON, GRAHAM: The management of destination brands. Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory. In: Journal of Brand Management 14 (2007). S. 240–254.
- HARRISON, DAVID; HITCHCOCK, MICHAEL (Hg.): The Politics of World Heritage: Negotiating Tourism and Conservation. Clevedon 2005 (=Current themes in tourism).
- HARRISON, RODNEY: Heritage. Critical Approaches. New York 2013.
- HÄRTEL ROLAND: Die Kooperation mit der UNESCO In: Baudenkmäler in Rheinland-Pfalz 2003. Jahresbericht des Landesamts für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz. Mainz 2004. S. 140–145.
- HARTMANN, RAINER: Markenentwicklung und Imageprofilierung im Städtetourismus. In: Freytag, Tim; Kagermeier Andreas (Hg.): Städtetourismus zwischen Kultur und Kommerz. München/Wien 2008 (=Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 1). S. 111–128.
- HARVEY, DAVID C.: The History of Heritage. In: Graham, Brian; Howard, Peter (Hg.): The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity. Ashgate 2008. S. 19–36.
- HARVEY, DAVID C.: Heritage Pasts and Heritage Presents, Temporality, Meaning and the Scope of Heritage Studies, in: International Journal of Heritage Studies 7 (2001). S. 319–338.
- HAUNSS, SEBASTIAN: Perspektiven gesellschaftlicher Veränderung im 21. Jahrhundert. Kollektive Identität und identitäre Politik. In: Bartman, Sylke; Gille-Linne, Karin; Haunss, Sebastian (Hg.): Kollektives Handeln. Politische Mobilisierung zwischen Struktur und Identität. Düsseldorf 2002. S. 13–31.
- HAUSER-SCHÄUBLIN, BRIGITTA; KLENKE, KARIN: Flexibilisierte Kultur zwischen „Tradition, Modernität und Markt“. Akteursbezogene Verwendungs- und Bedeutungsvielfalt von „kulturellem Erbe“. In: Bendix, Regina; Bizer, Kilian; Groth, Stefan (Hg.): Die Konstituierung von Cultural Property. Forschungsperspektiven. Göttingen 2010 (=Göttinger Studien zu Cultural Property, 1). S. 25–42.
- HAUSER-SCHÄUBLIN, BRIGITTA: Kommentar zu „Neoklassische Feldforschung: Die mikroskopische Untersuchung sozialer Ereignisse als ethnographische Methode“ von Christian Meyer und Nikolaus Schareika. In: Zeitschrift für Ethnologie, 134 (2009). S. 110–113.
- HEINEN, NORBERT: 100 Jahre Rheinischer Verein. Zum Selbstverständnis heute. In: Wiemer, Karl Peter (Hg.): Dem Erbe verpflichtet. 100 Jahre Kulturlandschaftspflege im Rheinland. Festschrift zum 100-jährigen Bestehen des Rheinischen Vereins für Denkmalpflege und Landschaftsschutz. Köln 2006. S. 17–34.

- HELBRECHT, ILSE: Stadtmarketing. Vom Orakel zum Consulting – Identitätspolitik in der Stadt. In: Hilber, Maria Luise; Ergez, Ayda (Hg.): Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004. S. 165–174.
- HELLMAN, KAI-UWE; SENGE, KONSTANZE: Das Prinzip ALDI und die Wal-Martization der Welt. In: Hellman, Kai-Uwe; Pichler, Rüdiger (Hg.): Ausweitung der Markenzone. Interdisziplinäre Zugänge zur Erforschung des Markenwesens. Wiesbaden 2005. S. 23–57.
- HELLMANN, KAI-UWE: Soziologie der Marke. Frankfurt a. M. 2003.
- HELLMANN, KAI-UWE: Soziale Bewegungen und kollektive Identität. Zur Latenz, Krise und Reflexion sozialer Milieus. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, 8/1 (1995). S. 68–81.
- HEMME, DOROTHEE: Cities, Sounds and Heritage. Zu Resonanzen und Dissonanzen eines Dreiklangs. In: Moser, Johannes; Becher, Eva (Hg.): München-Sound: Urbane Volkskultur und populäre Musik. München 2011 (= Münchner ethnographische Schriften, 11.). S. 39–46.
- HEMME, DOROTHEE: Zwischen Norm und Praxis. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009a (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 233–241.
- HEMME, DOROTHEE: Märchenstraßen- Lebenswelten. Zur kulturellen Konstruktion einer touristischen Themenstraße. Berlin 2009b (=Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 2).
- HEMME, DOROTHEE: „Weltmarke Grimm“ Anmerkungen zum Umgang mit der Ernennung der Grimmschen Kinder- und Hausmärchen zum „Memory of the World“. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“. Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (=Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 225–251.
- HEMME, DOROTHEE; TAUSCHEK, MARKUS (Hg.): Leben im Weltkulturerbe: Ethnographische Skizzen zum alltagskulturellen Umgang mit dem Prädikat „UNESCO-Welterbe“. Göttingen 2008 (=Göttinger kulturwissenschaftliche Studien, 2).
- HEPP, ANDREAS: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. Wiesbaden 2010.
- HERRENKNECHT, ALBERT: In die Menschen muß man investieren. In: Lutz, Ronald (Hg.): Die Region der Kultur. Münster 1998 (=Kulturwissenschaftliche Horizonte, 3). S. 63–74.
- HEWISON, ROBERT: The Heritage Industry. Britain in a Climate of Decline. London 1987.
- HITZLER, RONALD: Welten erkunden. Soziologie als (eine Art) Ethnologie der eigenen Gesellschaft. In: Soziale Welt 50/4 (1999). S. 473–482.
- HOBBSAWM, ERIC; RANGER, TERENCE: The Invention of Tradition. Cambridge 1983.
- HOFFMANN-AXTHELM, DIETER: Die Welt beerben. Möglichkeiten und Unmöglichkeiten eines Weltkulturerbes. In: Ästhetik & Kommunikation 119 (2002). S. 15–22.
- HOFMANN-GÖTTIG, JOACHIM: Kulturlandschaft Mittelrheintal von Bingen/Rüdesheim bis Koblenz (Oberes Mittelrheintal). Antrag zur Aufnahme in die Welterbeliste der UNESCO. Mainz 2000. Online unter: http://www.welterbe-mittelrheintal.de/fileadmin/images/themen/dastal/unesco/download/unesco_antrag_deutsch.pdf (18.11.2011).
- HONER, ANNE: Lebensweltliche Ethnografie. Wiesbaden 1993.
- HOTZ, CHRISTINA: Deutsche Städte und UNESCO-Welterbe: Probleme und Erfahrungen mit der Umsetzung eines globalisierten Denkmalschutzkonzeptes. Hamburg 2004 (=Orbis. Wissenschaftliche Schriften zur Landeskunde, 14).

- HRBEK, RUDOLF; WEYAND, SABINE: betrifft: Das Europa der Regionen. Fakten, Probleme, Perspektiven. München 1994.
- HUBEL, ACHIM: Denkmalpflege. Geschichte-Themen-Aufgaben. Eine Einführung. Stuttgart 2006 (=Reclams Universal Bibliothek 18358).
- HÜCHERIG, ROTRAUD: Kulturtourismus im Ruhrgebiet. In: Heinze, Thomas (Hg.): Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien. München 1999 S. 262–291.
- HÜLSE, CHRISTIAN: Kontinuitäten und kulturelles Erbe. Eine Voraussetzung für Regionale Identität. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 253–260.
- HULTKRANTZ, ÅKE: General ethnological concepts. Copenhagen 1960.
- ICOMOS: The World Heritage List. Filling the Gaps—an Action Plan for the Future. Paris February 2004.
- INDEN, THOMAS: Alles Event?! Erfolg durch Erlebnismarketing. Landsberg a. L. 1993.
- INITIATIVE BAUKULTUR FÜR DAS WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Leitfaden Baukultur. Koblenz 2013.
- IPSEN, DETLEV: Regionale Identität: Überlegungen zum politischen Charakter einer psychosozialen Raumkategorie. In: Lindner, Rolf (Hg.): Die Wiederkehr des Regionalen. Über neue Formen kultureller Identität. Frankfurt a. M. 1994. S. 232–254.
- IRISH TOURIST BOARD U. A.: Inventory of Cultural Tourism Resources in the Member States and Assessment of Methods used to promote them. Dublin u. Brüssel 1988.
- ISAK, HUBERT: Regionalismus, Föderalismus und Subsidiarität. Strukturelemente der Europäischen Union? In: Steiner, Michael; Isak, Hubert; Marko, Joseph (Hg.): Alle Macht nach unten? Regionen und Gemeinden gestalten die neuen Demokratien Europas. Graz 1992. S. 3–16.
- JACKENKROLL, MARTINA: I-Tüpfelchen UNESCO-Welterbe? Lokale Deutungsmuster der „Heritageifizierung“ des Dresdner Elbtals. In: Volkskunde in Sachsen, 20 (2008). S. 171–187.
- JAMIESON, WALTER: Managing Urban Heritage Resources within a Cultural Tourism Context. In: Jamieson, Walter (Hg.): Community Tourism Destination Management: Principles and Practices. Binghamton 2006. S. 153–168.
- JEGGLE, UTZ: Verständigungsschwierigkeiten im Feld. In: Ders. (Hg.): Feldforschung. Qualitative Methoden in der Kulturanalyse. Tübingen 1984 (=Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen, 62). 1984. S. 93–112.
- JEGGLE, UTZ (Hg.): Feldforschung. Qualitative Methoden in der Kulturanalyse. Tübingen 1984 (=Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen; 62).
- JEUDY, HENRY-PIERRE: Die Musealisierung der Welt oder die Erinnerung des Gegenwärtigen. In: Ästhetik und Kommunikation 18 (1987). S. 23–30.
- JOB, HUBERT: Der Wandel der historischen Kulturlandschaft und sein Stellenwert in der Raumordnung. Eine historisch-, aktual- und prognostisch-geographische Betrachtung traditioneller Weinbau-Steillagen und ihres bestimmenden Strukturmerkmals Rebterrasse, diskutiert am Beispiel rheinland-pfälzischer Weinbaulandschaften. Flensburg 1999 (=Forschungen zur deutschen Landeskunde, 248).
- JOHLER, REINHARD: Kulturelles Erbe. Eine europäische Zustandsbeschreibung. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und

- Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 35–47.
- JOHLER, REINHARD: Glokalisierung. Ein Konzept für die kulturwissenschaftliche Zukunft? In: *Volkskunde in Rheinland-Pfalz*, 23 (2008). S.124-138.
- JOHLER, REINHARD: Daheim in Europa. Projektnotizen zur Europäisierung des Regionalen. In: Johler, Reinhard: *Daheim in Europa. Formen von Europäisierung in der Region. Begleitband zur Ausstellung im Haspelturm des Schlosses Hohentübingen vom 6. Mai bis 4. Juli 2004. Tübingen 2004. S. 8–17.*
- JOHLER, REINHARD: Europe, Identity Politics and the Production of Cultural Heritage. In: *Lietuvos etnologija. Lithuanian Ethnology: Studies in Social Anthropology and Ethnology*, 2/11 (2002c). S. 9–22.
- JOHLER, REINHARD: Local Europe. The Production of Cultural Heritage and the Europeanisation of Places. In: *Ethnologia Europaea* 32/2 (2002b). S. 7–18.
- JOHLER, REINHARD: The EU as Manufacturer of Tradition and Cultural Heritage. In: Kockel, Ullrich (Hg.): *Culture and Economy. Contemporary Perspectives*. Aldershot 2002a. S. 221–230.
- JOHN-GRIMM, MARINA: Tourismus-Destinationen zwischen Profilierung und Austauschbarkeit. Ein geographischer Diskurs zu den aktuellen Herausforderungen auf dem Tourismusmarkt am Beispiel der Destination Hamburg. Hamburg 2006 (=Hamburger Beiträge zur geographischen Forschung, 5).
- KAGERMANN, ANDREAS: Auf dem Weg zum Erlebnis 2.0. Das Weiterwirken der Erlebniswelten zu Beginn des 21. Jahrhunderts. In: Quack, Heinz-Dieter; Klemm, Kristiane (Hg.): *Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts*. München 2013. S. 1–10.
- KAHRMANN, CHRISTIANE: *Hoffen auf den reichen Strand. Tourismus in der Südsee. Die einheitliche Sichtweise*. Berlin 1995.
- KASCHUBA, WOLFGANG: Cultural heritage in Europe: Ethnologists' Use of the Authentic. In: *Anthropological Yearbook of European Cultures* 17/2 (2008). S. 34–46.
- KASCHUBA, WOLFGANG: *Einführung in die Europäische Ethnologie*. München 1999.
- KELLER, KEVIN LANE: *Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey 1998.
- KELLER, KEVIN LANE: Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. In: *Journal of Marketing* 57/1 (1993). S. 1–22.
- KELLERHOF, SVEN FELIX: UNESCO-Weltkulturerbe und Öffentlichkeit. Anmerkungen aus der journalistischen Praxis. In: *Koblenzer Geographisches Kolloquium*, 30 (2008). S. 129–138.
- KERKHOFF-HADER, BÄRBEL: Die Verantwortung der Medien für die Ausprägung eines regionalen Bewusstseins. In: *Bayrische Blätter für Volkskunde*, 24/1 (1997). S. 18–32.
- KEß, BETTINA: Das Konstrukt „Mainfranken“. Regionale Identität als Mittel der Machtstabilisation und Standortsicherung. In: Göttisch, Silke; Köhle-Hezinger, Christel (Hg.): *Komplexe Welt. Kulturelle Ordnungssysteme als Orientierung*. Münster 2001. S. 249–255.
- KEUPP, HEINER: Patchwork-Identität – Riskante Chancen bei prekären Ressourcen. O. A. Online unter: http://www.ipp-muenchen.de/texte/keupp_dortmund.pdf (17.02.2017).
- KEUPP, HEINER: Diskursarena Identität: Lernprozesse in der Identitätsforschung. In: Keupp, Heiner; Höfer, Renate (Hg.): *Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung*. Frankfurt a. M. 1997. S. 11–39.

- KEUPP, HEINER: Auf der Suche nach der verlorenen Identität. In: Keupp, Heiner; Bilden, Helga (Hg.): Verunsicherungen. Das Subjekt im gesellschaftlichen Wandel. Göttingen 1989. S. 47–69.
- KIMPEL, WILL: Der wunderbare Rhein. Die Steuerleute und Lotsen auf der Gebirgsstrecke des Mittelrheins mit ihren Stationen in Bingen, Kaub und St. Goar. Argenthal ²1999.
- KINDL, ANDREA: Die Lüneburger Heide. Fremdenverkehr und Literatur. Berlin und Hamburg 1993.
- KIRCHENGAST, CHRISTOPH: Einverleibtes Vermächtnis. Episoden und Hintergründe nahrhafter Erbstücke. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Kulturelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen. Innsbruck 2010 (=Tourismus transkulturell & Transdisziplinär, 10). S. 301–325.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, BARBARA: World Heritage and Cultural Economics. In: Karp, Ivan u. a. (Hg.): Museum Frictions: Public Cultures/Global Transformations. North Yorkshire 2006. S. 161–202. Online unter: <http://www.nyu.edu/classes/bkg/web/heritage.pdf> (07.04.2016).
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, BARBARA: World Heritage and Cultural Economics. In: Karp, Ivan u. a. (Hg.): Museum Frictions: Public Cultures. Global Transformations. Durham 2006. S. 161–202.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, BARBARA: From Ethnology to Heritage: The Role of the Museum. SIEF Keynote. Marseilles 2004b. Online unter: <http://www.nyu.edu/classes/bkg/web/SIEF.pdf> (07.04.2016).
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, BARBARA: Intangible Heritage as Metacultural Production. In: Museum International, 56 (2004a). S. 52–65.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, BARBARA: Destination Culture. Tourism, Museums, and Heritage. Berkeley 1998.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, BARBARA: Theorizing Heritage. In: Ethnomusicology 39, No. 3 (1995). S. 367–380.
- KIRSTGES, TORSTEN: Sanfter Tourismus. München ³2003.
- KLAMER, ARJO; ZUIDHOF, PETER-WIM: The Values of Cultural Heritage: Merging Economic and Cultural Appraisals. In: de la Torre, Marta; Mason, Randall (Hg.): Economics and Heritage Conservation: A Meeting Organized by the Getty Conservation Institute, December 1998. Los Angeles 1999. S. 23–61.
- KLUSEN, ERNST: Volkslied. Fund und Erfindung, Köln 1969.
- KNÖBL, CHRISTIAN: Welterbe-Tourismus. Das immaterielle Kulturerbe (IKE) als touristisches Potenzial. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Kulturelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen. Innsbruck 2010 (=Tourismus transkulturell & Transdisziplinär, 10). S. 81–91.
- KÖCK, CHRISTOPH: Natives und Immigrants. Die kulturelle Fixierung des Web 2.0. In: Simon, Michael u. a. (Hg.): Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags. Münster u. a. 2009b (Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie/ Volkskunde, 3). S. 369–377.
- KÖCK, CHRISTOPH: Das kulturelle Erbe und die Erfindung des Regionalen. In: Lutz, Ronald (Hg.): Die Region der Kultur. Münster 1998 (=Kulturwissenschaftliche Horizonte, 3). S. 195–210.

- KOCKEL, ULLRICH: Reflexive Traditions and Heritage Production. In: Kockel, Ullrich; Nic-Craith, Máiréad (Hg.): Cultural Heritages as reflexive Traditions. Chippenham u. Eastbourne 2007. S. 19–33.
- KOCKEL, ULLRICH: Preface. In: Ders. (Hg.): Landscape, Heritage and Identity. Case Studies in Irish Ethnography. Liverpool 1995 (=Liverpool Studies in European Regional Cultures 2). S. V.
- KOHL, KARL-HEINZ: Ethnologie. Die Wissenschaft vom kulturell Fremden. Eine Einführung. München 1993.
- KOLLEWE, CAROLIN: Wie “böse Steine” zu “wertvollen Stücken “ werden – Produktion kulturellen Erbes und Konstruktion lokaler Identität während des Aufbaus eines Gemeindemuseums in Südmexiko. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“. Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (= Studien zur Kulturanthropologie/ Europäische Ethnologie 1). S. 253–276.
- KONECNIK, MAJA: Evaluating Slovenia's image as a tourism destination: A self-analysis process towards building a destination brand. In: Journal of Brand Management, 11/4 (2004). S. 307–316.
- KÖSTLIN, KONRAD: Tradition, Erbe und gesellschaftliches Wissen. Thema mit Variationen. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 49–60.
- KÖSTLIN, KONRAD: Neue Regionalität. Muster und Diskurse. In: Jahrbuch des Österreichischen Volksliedwerkes (2007). S. 14–27.
- KÖSTLIN, KONRAD: Kultur als Kapital – Kultur als Wirtschaftsgut. In: Volkskunde in Niedersachsen, 20 (2003). S. 6–13.
- KÖSTLIN, KONRAD: Im Feld. Zwischen Nähe und Distanz. In: Löffler, Klara (Hg.): Dazwischen. Zur Spezifik der Empirien in der Volkskunde. Wien 2001 (=Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie, 20). S. 7–11.
- KÖSTLIN, KONRAD: Heimat als Identitätsfabrik. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde, 99/3 (1996). S. 321–338.
- KÖSTLIN, KONRAD: Wir sind alle Touristen. Gegenwelten als Alltag. In: Cantauw, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag. Münster u. a. 1995. S. 1–12.
- KÖSTLIN, KONRAD: Folklore, Folklorismus und Modernisierung. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 87 (1991). S. 46–66.
- KÖSTLIN, KONRAD: Die Regionalisierung von Kultur. In: Köstlin, Konrad; Bausinger, Hermann (Hg.): Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur. Neumünster 1980. S. 25–38.
- KÖSTLIN, KONRAD; BAUSINGER, HERMANN (HG.): Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur. 22. Deutscher Volkskundekongress in Kiel vom 16. bis 21. Juni 1979. Neumünster 1980 (= Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte Schleswig-Holsteins, 7).
- KOTLER, PHILIP; GERTNER, DAVID: Country as Brand, Product, and beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. In: Journal of Brand Management, 9/4–5 (2002). S. 249–261.
- KOTLER, PHILIP; HAISER, DONALD; REIN, IRVING: Standort-Marketing. Wie Städte, Regionen und Länder gezielt Investitionen, Industrien und Tourismus anziehen, Düsseldorf 1994.

- KRAMER, DIETER: Europäische Ethnologie und Kulturwissenschaften. Marburg 2013 (Grazer Beiträge zur Europäischen Ethnologie, 15).
- KRAMER, DIETER: Immaterielles Kulturerbe, kulturelle Vielfalt und UNESCO. Eine Herausforderung für die europäische Ethnologie. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 61–74.
- KRAMER, DIETER: Aus der Region – für die Region. Konzepte für einen Tourismus mit menschlichem Maß. Wien 1997.
- KRAMER, GERD: Welterbe Oberes Mittelrheintal. Bodennutzung in einer alten Kulturlandschaft. In: Statistische Monatshefte Rheinland-Pfalz 02 (2005). S. 59–73.
- KREILKAMP, EDGAR: Von der Erlebnis- zur Sinngesellschaft. Konsequenzen für die touristische Angebotsgestaltung. In: Quack, Heinz-Dieter; Klemm, Kristiane (Hg.): Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts. München 2013. S. 34–47.
- KREISEL, WERNER: Trends in der Entwicklung von Freizeit und Tourismus. In: Steinecke, Albrecht; Hopfinger, Hans; Becker, Christoph: Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München ³2007. S. 74–85.
- KROEBER-RIEL, WERNER; WEINBERG, PETER; GRÖPPEL-KLEIN, ANDREA: Konsumentenverhalten. München ⁹2009.
- KUUTMA, KRISTIN: Cultural Heritage: An Introduction to Entanglements of Knowledge, Politics and Property. In: Journal of Ethnology and Folkloristics 3/2 (2009). S. 5–12.
- LANDESAMT FÜR DENKMALPFLEGE RHEINLAND-PFALZ (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Eine europäische Kulturlandschaft. Mainz ²2002.
- LANDESAMT FÜR UMWELT: Schienenverkehrslärm. Online unter: <http://www.lfu.rlp.de/Aufgaben/Gewerbeaufsicht/Laerm/Schienenverkehrslaerm/> (21.2.2016).
- LANDESAMT FÜR VERMESSUNG UND GEOBASISINFORMATION RHEINLAND-PFALZ UND HESSISCHES LANDESVERMESSUNGSAMT (Hg.): Topographische Freizeitkarte. UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal. Offizielle Karte des Welterbes = World heritage upper middle Rhine valley. Koblenz 2004.
- LANGE, KLAUS: Regionen. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hg.): Handwörterbuch der Raumforschung und Raumordnung. Band 3. Hannover ²1970. Sp. 2705–2719.
- LANGREITER, NIKOLA; LÖFFLER, KLARA: Zeitgenössische Plausibilitäten: das Manual, der Tourismus und das kulturelle Erbe. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Kulturelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen. Innsbruck 2010 (=Tourismus transkulturell & Transdisziplinär, 10). S. 179–192.
- LANGTHALER, ERNST: Gedächtnisgeschichte: Positionen, Probleme, Perspektiven. In: Beiträge zur Historischen Sozialkunde, 29 (1999), 30–46.
- LASH, SCOTT; URRY, JOHN: Economies of Signs and Space. London 1994.
- LAUTERBACH, BURKHART (Hg.): Auf den Spuren der Touristen. Perspektiven auf ein bedeutsames Handlungsfeld. Würzburg 2010 (=Kulturtransfer, 6).
- LAUTERBACH, BURKHART: Tourismus. Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft. Würzburg 2006 (=Kulturtransfer, 3).
- LEBER, GEORG: Der Rhein – eine Lebensader Europas. In: Ernst, Eugen (Hg.): Der Rhein. Eine europäische Stromlandschaft im Luftbild. Bühl (Baden) 1972.

- LEIMGRUBER, WALTER: Alpine Kultur. Welche Kultur für welchen Raum? In: Binder, Beate u. a. (Hg.): Ort, Arbeit, Körper. Ethnografie Europäischer Modernen. 34. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde. Berlin 2003. Münster u. a. 2005. S. 147–155.
- LÉVI-STRAUSS, CLAUDE: Das wilde Denken. Frankfurt a. M. 1973.
- LIENEKE, SARAH MILENA: Vereinsleben – Vereinssterben? Wandel im ländlichen Raum als Chance und Problem aktueller Vereinsarbeit. In: Alltag im Rheinland, Sonderheft (2016). S. 90-105.
- LINDER-BEROUD, WALTRAUD: „Immer hör‘ vom Rhein ich singen...“. Der Rhein – ein Strom deutschen Gefühls. In: Brednich, Rolf Wilhelm; Schmitt, Heinz (Hg.): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. 30. Deutscher Volkskundekongress in Karlsruhe vom 25. bis 29. September 1995. Münster u. a. 1997. 267–284.
- LINDNER, ROLF: Textur, imaginaire, Habitus. Schlüsselbegriffe der kulturanalytischen Stadtforschung. In: Berking, Helmuth; Löw, Martina (Hg.): Die Eigenlogik der Städte. Neue Wege für die Stadtforschung. Frankfurt a. M. 2008. S. 83–94.
- LINDNER, ROLF: The Imaginary of the City. In: Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr und Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften (Hg.): The Contemporary Study of Culture. Wien 1999. S. 289–294.
- LINDNER, ROLF: Einleitung. In: Ders. (Hg.): Die Wiederkehr des Regionalen. Über neue Formen kultureller Identität. Frankfurt a. M. u. New York 1994a. S. 7–12.
- LINDNER, ROLF (Hg.): Die Wiederkehr des Regionalen. Über neue Formen kultureller Identität. Frankfurt a. M. u. New York 1994b.
- LINDNER, ROLF: Die Entdeckung der Stadtkultur. Soziologie aus der Erfahrung der Reportage. Frankfurt a. M. 1990.
- LINDNER, ROLF: Die Angst des Forschers vor dem Feld. Überlegungen zur teilnehmenden Beobachtung als Interaktionsprozeß. In: Zeitschrift für Volkskunde, 77/1 (1981): S. 51–66.
- LINDSTAEDT, TAMARA: Regionsmarketing und die Bedeutung regionsbezogener Identität. Darmstadt 2006. Online unter: <http://elib.tu-darmstadt.de/diss/000744> (12.04.2011).
- LIPP, WILFRIED: Kultur des Bewahrens. Schrägansichten zur Denkmalpflege. Wien u. a. 2008.
- LIPP, WILFRIED: Welt-Kultur-Erbe. Im Konflikt der Interessen. In: Csáky, Moritz; Sommer, Monika (Hg.): Kulturerbe als soziokulturelle Praxis. Innsbruck 2005 (=Gedächtnis – Erinnerung – Identität, 6). S. 19–30.
- LIPP, WILFRIED: Denkmalpflege und Geschichte. In: Borsdorf, Ulrich; Güttler, Heinrich Theodor (Hg.): Orte der Erinnerung, Denkmal, Gedenkstätte, Museum. Frankfurt a. M. 1999. S. 131–167.
- LIPP, CAROLA: Struktur, Interaktion, räumliche Muster. Netzwerkanalyse als analytische Methode und Darstellungsmittel sozialer Komplexität. In: Göttlich, Silke; Köhle-Hezinger, Christel (Hg.): Komplexe Welt. Kulturelle Ordnungssysteme als Orientierung. Verhandlungen des 33. DGV-Kongress Jena 2001. Münster u. a. 2003. S. 49–63.
- LIPPMANN, WALTER: Die öffentliche Meinung. München 1964.
- LOULANSKI, TOLINA: Revising the Concept for Cultural Heritage: The Argument for a Functional Approach. In: International Journal of Cultural Property, 13 (2006). S. 207–233.
- LÖW, MARTINA: Raumsoziologie. Frankfurt a. M. 2001.

- LOWENTHAL, DAVID: „History“ und „Heritage“. Widerstreitende und konvergente Formen der Vergangenheitsbewältigung. In: Beier, Rosemarie (Hg.): *Geschichtskultur in der Zweiten Moderne*. Frankfurt a. M. u. New York 2000. S. 71–94.
- LOWENTHAL, DAVID: *The Heritage Crusade and the Spoils of History*. Cambridge 1998.
- LOWENTHAL, DAVID: Fabricating heritage. In: *History & Memory* 10/1 (1995). S. 5–24.
- LOWENTHAL, DAVID: *The Past is a Foreign Country*. Cambridge 1985.
- LÜBBE, HERMANN: Fortschritt von gestern. Über Musealisierung als Modernisierung. In: Borsdorf, Ulrich; Grütter, Heinrich Theodor; Rösen, Jörn (Hg.), *Die Aneignung der Vergangenheit. Musealisierung und Geschichte*. Bielefeld 2004. S. 13–38.
- LÜBBE, HERMANN: Zeit-Verhältnisse. Über die veränderte Gegenwart von Zukunft und Vergangenheit. In: Zacharias, Wolfgang (Hg.): *Zeitphänomen Musealisierung. Das Verschwinden der Gegenwart und die Konstruktion der Erinnerung*. Essen 1990. S. 40–45.
- LUGER, KURT: Tradition, Ritual, Inszenierung. Kulturelles Erbe im Spannungsfeld von bewahrender Pflege und touristischer Vereinnahmung. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): *Kulturelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen*. Innsbruck 2010 (=Tourismus transkulturell & Transdisziplinär, 10). S. 15–45.
- LUGER, KURT: Welterbe-Tourismus. Ökonomie, Ökologie und Kultur in weltgesellschaftlicher Verantwortung. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): *Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit*. Innsbruck 2008 (=Tourismus: transkulturell & interdisziplinär, 9). S. 14–42.
- LUGER, KURT; WÖHLER, KARLHEINZ (HG.): *Kulturelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen*. Innsbruck 2010 (=Tourismus transkulturell & Transdisziplinär, 10).
- LUGER, KURT; WÖHLER, KARLHEINZ: Einleitung. In: Dies. (Hg.): *Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit*. Innsbruck 2008a (=Tourismus: transkulturell & interdisziplinär, 9). S. 9–12.
- LUGER, KURT; WÖHLER, KARLHEINZ: Einleitung II. In: Dies. (Hg.): *Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit*. Innsbruck 2008b (=Tourismus transkulturell & transdisziplinär, 9). S. 15–16.
- LUGER, KURT; WÖHLER, KARLHEINZ (HG.): *Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit*. Innsbruck 2008c (=Tourismus: transkulturell & interdisziplinär, 9).
- LUHMANN, NIKLAS: *Beobachtungen der Moderne*. Opladen 1992.
- LUHMANN, NIKLAS: *Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*. Stuttgart³ 1989.
- LUND-DURLACHER, DAGMAR: *Instrumentarien zur Förderung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung. Zertifizierungssysteme und Gütesiegel – Entwicklungstrends und Zukunftsperspektiven*. Wien 2007.
- LUTZ, RONALD: Kultur und Region. In: Ders. (Hg.): *Die Region der Kultur*. Münster 1998a (=Kulturwissenschaftliche Horizonte, 3). S. 221–234.
- LUTZ, RONALD (HG.): *Die Region der Kultur*. Münster 1998b (=Kulturwissenschaftliche Horizonte, 3).
- MAASE, KASPAR: Nahwelten zwischen „Heimat“ und „Kulisse“. Anmerkungen zur volkswissenschaftlich-kulturwissenschaftlichen Regionalitätsforschung. In: *Zeitschrift für Volkskunde*, 94/1 (1998). S. 53–70.

- MALINOWSKI, BRONISLAW: Ein Tagebuch im strikten Sinn des Wortes. Neuginea 1914 – 1918. Frankfurt a. M. 1986.
- MANDEL, BIRGIT: Kulturelle Lernorte im Massen(-)Tourismus? Potentiale und Strategien kultureller Bildung von Musentempel bis Disneyland. In: Hausmann, Andrea; Murzik, Laura (Hg.): Neue Impulse im Kulturtourismus. Wiesbaden 2011. S. 175–197.
- MARCUS, GEORGE E.: Ethnography in/of the world system. The Emergence of Multi-Sited Ethnography, in: Annual Review of Anthropology, 24 (1995). S. 95–117.
- MARCUS, GEORGE: Past, present and emergent identities. Requirements for Ethnographies of the Late Twentieth-Century Modernity Worldwide. In: Lash, Scott; Friedman, Jonathan (Hg.): Modernity and Identity. Cambridge 1992. S. 309–330.
- MATHISEN, STEIN R.: Festivalising heritage in the borderlands: Constituting ethnic histories and heritages under the rule of the Finn Forest Republic. In: Journal of Ethnology and Folkloristics, 3/2 (2009). S. 13–31.
- MATSUURA, KOICHIRO: Botschaft des UNESCO-Generaldirektors zum Jahr des Kulturerbes 2002. In: unesco heute online 4 (2002). Online unter: www.unesco-heute.de/402/ij2002_bot-schaft.htm (28.11.2015).
- MATTER, MAX: Schwierigkeiten mit der „Region“. Gedanken zu Begriffsinhalt und -umfang, zu Alltags- und Wissenschaftssprache. In: Lutz, Ronald (Hg.): Die Region der Kultur. Münster 1998 (=Kulturwissenschaftliche Horizonte, 3). S. 31–48.
- MAYER, HANS: Das „kulturelle Erbe“. Vom Sinn und Unsinn eines Klischees. In: Ruppert, Wolfgang (Hg.): Erinnerungsarbeit. Geschichte und demokratische Identität in Deutschland. Opladen 1982. S. 39–54.
- MCKERCHER, BOB; DU CROS, HILARY: Cultural Tourism. The partnership between tourism and cultural heritage management. London 2002.
- MCKERCHER, BOB; DU CROS, HILARY: Cultural Tourism. Abingdon u. New York 2015.
- MCLUHAN, MARSHALL: Die magischen Kanäle. Understanding Media. Düsseldorf 1968.
- MEFFERT, HERIBERT: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. 92000.
- MEFFERT, HERIBERT: Lexikon der aktuellen Marketingbegriffe. München 1994.
- MEIER, HANS-RUDOLF; WILL, THOMAS: Dehio 2000 – Paradigmenwechsel in der modernen Denkmalpflege? In: Scheurmann, Ingrid (Hg.): ZeitSchichten. Erkennen und Erhalten – Denkmalpflege in Deutschland. München 2005. S. 320–329.
- MEINUNG, ADOLF: Anforderungen des Rheintourismus an das MRT. In: Burggraaff, Peter (Hg.): Zukunft des oberen Mittelrheintals. Modellprojekt für die UNESCO-Kulturlandschaften? Dokumentation der Tagung vom 3./4. November 2006 in Bacharach. Köln 2008. S. 109–120.
- MERRYMAN, JOHN HENRY: Cultural Property Internationalism. In: International Journal of Cultural Property, 12 (2005). S. 11–39.
- MERRYMAN, JOHN HENRY: Two Ways of Thinking About Cultural Property. In: American Journal of International Law, 80 (1986). S. 831–853.
- MERZ, THOMAS: Erhaltung und Nutzung der Weinbergterrassen. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz – Eine europäische Kulturlandschaft. Band I. Mainz 2002. S. 714–731.

- METZE-MANGOLD, VERENA: Digitalisierung von Kultur in Europa. Zur Bedeutung der Kultur in der digitalen Ära Europas. In: Sieck, Jürgen (Hg.): Kultur und Informatik. Interaktive Systeme. Boizenburg 2010. S. 13–25.
- MEYER-RATH, ANNE: Zeit-nah, Welt-fern? Paradoxien in der Prädikatisierung von immateriellem Kulturerbe. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix Regina (Hg.): Prädikat HERITAGE. Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (Studien zur Kultur-anthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 147–176.
- MICHAEL, EWEN J.: Development and Cluster Theory. In: Ders. (Hg.): Micro-Clusters and Networks. The Growth of Tourism. Oxford 2007. S. 21–31.
- MILES, STEVEN; PADDISON, RONAN: Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Re-generation. In: Urban Studies, 42/5 (2005). S. 833–839.
- MINISTERIUM FÜR UMWELT, LANDWIRTSCHAFT, ERNÄHRUNG, WEINBAU UND FORSTEN: Lärm-belastung. Online unter: <https://mulewf.rlp.de/ar/themen/umweltschutz-umwelt-und-gesundheit/laerm/laermbelastung/> (21.02.2016).
- MITSCHERLICH, ALEXANDER: Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden. Frankfurt a. M. 1965.
- MORGAN, NIGEL; PRITCHARD, ANNETTE; PIGGOTT, RACHEL: New Zealand, 100% Pure. The creation of a powerful niche destination brand. In: Journal of Brand Management, 9/4-5 (2002). S. 335–354.
- MORRIS, CHARLES W.: Grundlagen der Zeichentheorie. Berlin 1979.
- MOSER, HANS: Vom Folklorismus in unserer Zeit. In: Zeitschrift für Volkskunde, 58 (1962). S. 177–209.
- MOSER, HANS: Der Folklorismus als Forschungsproblem der Volkskunde. In: Hessische Blätter für Volkskunde, 55 (1964). S. 9–57.
- MÜLLER, CHRISTA (HG.): Urban Gardening. Über die Rückkehr der Gärten in die Stadt. München ²2011.
- MÜLLER-MINY, HEINRICH: Die naturräumlichen Einheiten auf Blatt 138 Koblenz in: Bundes-anstalt für Landeskunde und Raumforschung (Hg.): Naturräumliche Gliederung Deutschlands. Bonn-Bad Godesberg 1971.
- MUNDT, JÖRN: Einführung in den Tourismus. München, Wien ²2001.
- NAHRSTEDT, WOLFGANG: Die Kulturreise. Gedanken zur Charakterisierung einer Reiseform. In: Dreyer, Axel (Hg.): Kulturtourismus. München ²2000.
- NAS, PETER J.M.: Masterpieces of Oral and Intangible Culture. Reflections on the UNESCO World Heritage List. In: Current Anthropology, 43/1 (2002). S. 139–148.
- NÄSER, TORSTEN: Authentizität 2.0. Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach ‚Echtheit‘ im Videoportal YouTube. In: kommunikation@gesellschaft, 9/2 (2008).
- NEIDHARDT, FRIEDHELM: Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen. In: Ders. (Hg.): Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 34. Opladen 1994. S. 7–41.
- NIC CRAITH, MÁIRÉAD: Cultural Heritages. Process, Power, Commodification. In: Nic Craith, Máiréad; Kockel, Ullrich (Hg.): Cultural Heritages as Reflexive Traditions. Chippenham u. Eastbourne 2007. S. 1–19.

- NIEM, CHRISTINA: Loreley und Mäuseturm. Sagen am Mittelrhein. In: Landesmuseum Koblenz (Hg.): *Der Geist der Romantik in der Architektur. Gebaute Träume am Mittelrhein*. Regensburg 2002. S. 40–49.
- NIEM, CHRISTINA; SCHNEIDER, THOMAS (Hg.): *Zukunft kleiner Gemeinden in Rheinland-Pfalz. Ergebnisse eines interdisziplinären Forschungsprojektes*. Mainz 1995 (= *Studien zur Volkskultur in Rheinland-Pfalz*, 18).
- NOGUÉS PEDREGAL, ANTONIO MIGUEL: ‘Das valor’ y ‘poner valor’. Dos estrategias para al desarrollo significativo del patrimonio en contextos turísticos. In: Muñoz Cosme, Gaspar; Vidal Lorenzo, Cristina (Hg.): *Actas del II Congreso Internacional de Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo*. Valencia 2006. S. 291–311.
- NORA, PIERRE: Gedächtniskonjunktur. In: *Transit. Europäische Revue*, 13/22 (2002). S. 18–31.
- NOVER, SABINE URSULA: *Protest und Engagement. Wohin steuert unsere Protestkultur?* Wiesbaden 2009.
- NOWACK, THILO: *Rhein, Romantik, Reisen. Der Ausflugs- und Erholungsverkehr im Mittelrheintal im Kontext gesellschaftlichen Wandels (1890–1970)*. Bonn 2006.
- OBERREITER, DIANA: Die Aufbereitung des immateriellen Kulturerbes für den Tourismus. Praxisbeispiele aus dem Salzburger Land. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): *Kulturelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen*. Innsbruck 2010 (= *Tourismus transkulturell & Transdisziplinär*, 10). S. 355–369.
- OECKL, ALBERT: *Handbuch der Public Relations. Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt*. München 1964.
- OFFENHÄUSER, DIETER: Über Welterbe und Sonstiges. Die UNESCO und die Deutsche UNESCO-Kommission im Spiegel der deutschen Presse. In: *UNESCO heute online 2* (2004). Online unter: www.unesco-heute.de/0204/pre.htm (27.07.2011).
- OVERDICK, THOMAS: Landschaft und Museum. Theoretische Überlegungen zur Musealisierung von Landschaft. In: *Museologie Online 1* (1999). S. 1–40.
- PECKHAM, ROBERT: Introduction: The Politics of Heritage and Public Culture. In: Ders. (Hg.): *Rethinking Heritage. Cultures and Politics in Europe*. New York 2003. S. 1–16.
- PECKHAM, ROBERT (Hg.): *Rethinking Heritage. Cultures und Politics in Europe*. New York 2003.
- PESELMANN, ARNIKA: Das Erzgebirge als montane Kulturlandschaft. Konstituierungs- und Inwertsetzungsprozesse eines potentiellen Weltkulturerbes. In: Jöhler, Reinhard u. a. (Hg.): *Kultur_Kultur. Denken. Forschen. Darstellen*. 38. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde vom 21.–24.09.2011. Münster u. a. 2013. S. 114–120.
- PESELMANN, ARNIKA: Creating and dealing with cultural Heritage in the Erzgebirge region. A field report. In: *Journal of Ethnology and Folkloristics*, 3/2 (2009). S. 65–74.
- PESELMANN, ARNIKA; SOCHA, PHILIP: Cultural Property und das Heritage-Regime der UNESCO: Parallelen und Interaktionen bei ideellen und wirtschaftlichen Inwertsetzungsprozessen von kulturellen Elementen. In: Bendix, Regina; Bizer, Kilian; Groth, Stefan (Hg.): *Die Konstituierung von Cultural Property. Forschungsperspektiven*. Göttingen 2010 (= *Göttinger Studien zu Cultural Property*, 1). S. 65–87.
- PETERMANN, THOMAS; WENNRICH, CHRISTINE: *Folgen des Tourismus. Band 2: Tourismuspolitik im Zeitalter der Globalisierung*. Berlin 1999 (= *Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag*, 7).

- PETERS, BERNHARD: Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 34. Opladen 1994. S. 42–76.
- PFOTENHAUER, ANGELA; LIXENFELD, ELMAR: Oberes Mittelrheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Welterbe. Bonn 2006 (=monumente edition der Deutschen Stiftung Denkmalschutz).
- PICHLER, ADELHEID: Havanna. Zur Ambivalenz des Erbes. In: Pichler, Adelheid; Marinelli-König, Gertraud (Hg.): Kultur – Erbe – Stadt. Stadtentwicklung und UNESCO-Mandat in post- und spätsozialistischen Städten. Ein Vergleich aus kulturwissenschaftlicher Perspektive. Innsbruck 2008 (Gedächtnis – Erinnerung – Identität 8). S. 213–235.
- PICHLER, ADELHEID; MARINELLI-KÖNIG, GERTRAUD (Hg.): Vorwort. In: Pichler, Adelheid; Marinelli-König, Gertraud (Hg.): Kultur – Erbe – Stadt. Stadtentwicklung und UNESCO-Mandat in post- und spätsozialistischen Städten. Ein Vergleich aus kulturwissenschaftlicher Perspektive. Innsbruck 2008 (Gedächtnis – Erinnerung – Identität 8.). S. 7–10.
- PLANUNGSGEMEINSCHAFT MITTELRHEIN-WESTERWALD U. A. (HG.): Raumanalyse Mittelrhein. Erläuterungsbericht. Koblenz Stand 03/2001. Online unter: http://www.mittelrhein-westerwald.de/upload/Raumanalyse_51.pdf (07.04.2016).
- PLOCH, BEATRICE: Kulturarbeit – Instrument regionaler Politik oder „Segen für die Provinz“? In: Lutz, Ronald (Hg.): Die Region der Kultur. Münster 1998 (=Kulturwissenschaftliche Horizonte, 3). S. 83-106.
- PLONER, JOSEF: Kultur? Ja natürlich! Zur Formierung und Repräsentation von kulturellem Erbe in der Nationalparkregion Hohe Tauern. Wien 2006 (=Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie, 25).
- POHL, DORIT: Forst- und Landwirtschaft, Wein- und Obstbau. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz – Eine europäische Kulturlandschaft. Band I. Mainz ²2002. S. 289–316.
- POMIAN, KRYSZTOF: Museum und kulturelles Erbe. In: Korff, Gottfried; Roth, Martin (Hg.): Das historische Museum. Labor, Schaubühne, Identitätsfabrik. Frankfurt a. M. 1990. S. 41–64.
- PONNE, RIK; SCHIPANI, STEVEN; HORAYANGURA UNAKUL, MONTIRA: Tourism at World Heritage Sites in Asia Pacific. Contributing to Poverty Reduction and Sustainable Development. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit. Innsbruck 2008 (=Tourismus: transkulturell& interdisziplinär, 9). S. 345–364.
- POPP, DIETER: Regionale Dachmarke als Nachhaltigkeitskonzept. Erfahrungen mit der Regionalmarke Eifel für eine Dachmarke Rhön. In: Beiträge Region und Nachhaltigkeit. Zur Forschung und Entwicklung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön, 4 (2007). S. 115–134.
- PORIA, YANIV; BUTLER, RICHARD; AIREY, DAVID: The core of heritage tourism. In: Annals of Tourism Research, 30/1 (2003). S. 238–254.
- PRIGGE, WALTER (Hg.): Bauhaus Brasilia Auschwitz Hiroshima. Weltkulturerbe des 20. Jahrhunderts: Modernität und Barbarei. Berlin 2003.
- PRIYADHARSHINI, ESTHER: Coming Unstuck. Thinking Otherwise about ‘Studying Up’. In: Anthropology & Education Quarterly, 34/4 (2003). S. 420–437.
- PROTT, LYNDEL V.: International standards for cultural heritage. In: UNESCO World Culture Report (1998). S. 227–228.

- PROTT, LYNDEL V.: Problems of Private International Law for the Protection of the Cultural Heritage. In: *Recueil des Cours*, V (1989). S. 224–317.
- QUACK, HEINZ-DIETER; KLEMM, KRISTIANE (HG.): *Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts*. München 2013.
- RADCLIFFE, SARAH: Culture and Development in a Globalizing World: Geographies, Actors, and Paradigms. In: Dies. (Hg.): *Culture and Development in a Globalizing World: Geographies, Actors, and Paradigms*. London u. New York 2006. S. 1–29.
- RASCHKE, JOACHIM: *Soziale Bewegungen. Ein historisch-systematischer Grundriss*. Frankfurt a.M. 1988.
- RASCHKE, JOACHIM: Zum Begriff der sozialen Bewegung. In: Roland Roth und Dieter Rucht (Hg.): *Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt a. M. u. New York 1987. S. 19–29.
- RASCHKE, JOACHIM: *Soziale Bewegungen. Ein historisch-systematischer Grundriß*. Frankfurt a. M. u. New York 1985.
- RATTER, BEATE M.W. (Hg.): *Heimat und Naturschutz im Mittelrheintal*. Mainz 2005 (=Mainzer geographische Studien, 2).
- RAUM, SEBASTIAN: *Der Markenwert als strategisches Managementinstrument. Herleitung und Überprüfung eines empirischen Messinstruments für Destinationen*. München 2011.
- REDFIELD, ROBERT: Societies and cultures as natural systems. In: *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 85 (1956). S. 19–32.
- RESMINI, BERTRAM: Preußen, Oldenburg und Nassau. In: Heyen, Franz-Josef (Hg.): *Geschichte des Landes Rheinland-Pfalz*. Freiburg u. Würzburg 1981. S. 118–130.
- RHEINISCHER VEREIN FÜR DENKMALPFLEGE UND LANDSCHAFTSSCHUTZ (Hg.): *Das Rheintal. Schutz und Entwicklung. Eine Dokumentation. Die Rheintal-Konferenz des Rheinischen Vereins für Denkmalpflege und Landschaftsschutz am 6./7. November 1997 in Mainz*. Köln 1999.
- RICHARDS, GREG (Hg.): *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford 1996.
- RIEHL, WILHELM HEINRICH: *Culturstudien aus drei Jahrhunderten*. Stuttgart 1859.
- RINGBECK, BIRGITTA: Anforderungen und Verpflichtungen der Welterbekonvention aus Sicht der Denkmalpflege in Deutschland. In: UNESCO-Kommissionen Deutschlands, Luxemburgs, Österreichs und der Schweiz (Hg.): *Welterbe-Manual. Handbuch zur Umsetzung der Welterbekonvention in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz*. Bonn 2009a. S. 66–67
- RINGBECK, BIRGITTA: Deutsche Welterbestätten im Wartestand. In: UNESCO-Kommissionen Deutschlands, Luxemburgs, Österreichs und der Schweiz (Hg.): *Welterbe-Manual. Handbuch zur Umsetzung der Welterbekonvention in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz*. Bonn 2009b. S. 142–144.
- RINGBECK, BIRGITTA: *Managementpläne für Welterbestätten. Ein Leitfaden für die Praxis*. Bonn 2008.
- RISSEL, MARIA: *Weltkulturerbe Mittelrheingebiet: seine römischen und mittelalterlichen Wurzeln*. Plaidt 2009.
- ROBERTSON, ROLAND: *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London u. a. 1992.
- ROBERTSON, ROLAND: Glokalisierung, Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: Beck, Ulrich (Hg.). *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt a. M. 1998. S. 192–220.

- RÖLLEKE, HEINZ: Rheinromantik und „Des Knaben Wunderhorn“. Anregungen und Wirkungen der Arnim/Brentano'schen Liedersammlung von 1805/1808. In: Simon, Michael; Seiden-
spinner, Wolfgang; Niem, Christina (Hg.): Episteme der Romantik. Volkskundliche Erkun-
dungen. Münster u. a. 2014 (=Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie/ Volkskunde, 8).
S. 21–35.
- RÖNNEPER, HEINO: Das Mittelrheintal – UNESCO Welterbe. Die Kulturlandschaft von morgen
ist nicht die von gestern (=Stadt+Grün, 11). Hannover 2005. S. 34–38.
- RÖSSLER, MECHTHILD: Kulturlandschaften im Rahmen der UNESCO-Welterbekonvention. In:
UNESCO-Kommissionen D, L, A, CH (Hg.): Welterbe-Manual Handbuch zur Umsetzung
der Welterbekonvention in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz. Bonn
2009. S. 113–119.
- ROTH, KLAUS: „Bilder in den Köpfen“. Stereotypen, Mythen, Identitäten aus ethnologischer
Sicht. In: Heuberger, Valeria; Suppan, Arnold; Vyslonzil, Elisabeth (Hg.): Das Bild vom
Anderen. Identitäten, Mentalitäten, Mythen und Stereotypen in multiethnischen europä-
ischen Regionen. Frankfurt a. M. 1999. S. 21–43.
- ROTH, ROLAND; RUCHT, DIETER (Hg.): Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik
Deutschland. Frankfurt a. M. u. New York 1987.
- RUCHT, DIETER: Komplexe Phänomene – komplexe Erklärungen. Die politischen Gelegen-
heitsstrukturen der neuen sozialen Bewegungen in der Bundesrepublik. In: Hellmann, Kai-
Uwe; Koopmanns, Ruud (Hg.): Paradigmen der Bewegungsforschung. Opladen 1998. S.
109–127.
- RUCHT, DIETER: Soziale Bewegungen als demokratische Produktivkraft. In: Klein, Ansgar;
Schmalz-Bruns, Rainer (Hg.): Politische Beteiligung und Bürgergesellschaft in Deutsch-
land. Möglichkeiten und Grenzen. Baden-Baden 1997. S. 382–403.
- RUCHT, DIETER: Kollektive Identität. Konzeptionelle Überlegungen zu einem Desiderat der Be-
wegungsforschung. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, 8/1 (1995).
- RUCHT, DIETER: Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen. In: Neid-
hardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen. Sonder-
heft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 34. Opladen 1994. S. 337–
358.
- RUCHT, DIETER; BLATTERT, BARBARA; RINK, DIETER (Hg.): Soziale Bewegungen auf dem Weg
zur Institutionalisierung: zum Strukturwandel "alternativer" Gruppen in beiden Teilen
Deutschlands. Frankfurt a. M. u. New York 1997.
- RUCHT, DIETER; ROOSE, JOCHEN: Zur Institutionalisierung von Bewegungen: Umweltverbände
und Umweltprotest in der Bundesrepublik. In: Zimmer, Annette; Weßels, Bernhard (Hg.):
Verbände und Demokratie in Deutschland. Opladen 2001. S. 261–290.
- SÄFKEN, ANNE: Der Event in Regionen und Städtekooperationen. Ein neuer Ansatz des Regio-
nalmarketings? Augsburg 1999 (= Schriften zur Raumordnung und Landesplanung, 3).
- SARETZKI, ANJA: Das Gedächtnis eines Ortes. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Kul-
turelles Erbe und Tourismus. Rituale, Traditionen, Inszenierungen. Innsbruck 2010 (=Tou-
rismus transkulturell & Transdisziplinär, 10). S. 237–249.
- SARETZKI, ANJA: Postmoderne Mutationen: Aktualisierung des Kulturerbes als Entortung. In:
Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Welterbe und Tourismus: Schützen und Nützen aus
einer Perspektive der Nachhaltigkeit. Innsbruck 2008 (=Tourismus: transkulturell & trans-
disziplinär, 9). Innsbruck 2008. S. 59–69.

- SCHAAKE, HANNS DIETER: Der Fremdenverkehr in den linksrheinischen Kleinstädten zwischen Bingen und Koblenz. Bonn 1971 (= Arbeiten zur rheinischen Landeskunde, 31).
- SCHÄFER, HERMANN: Herausforderungen für das Museum der Zukunft. In: Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Museen und ihre Besucher. Bonn u. Berlin 1997. S. 270–284.
- SCHÄFER, HERMANN: Zum Einsatz moderner Medien im Museum und Besuchermanagement. Das Beispiel des Hauses der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. In: Deutsches Seminar für Fremdenverkehr (Hg.): Kulturtourismus. Besucherlenkung versus Numerus Klausus. Studie und Dokumentation zum Fachkursus 258/95. Berlin 1996. S. 179–183.
- SCHARFE, MARTIN: Kulturelle Materialität. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 15–33.
- SCHEFERS, HERMANN: Was es heißt Weltkulturerbe zu sein. Sieben Thesen zu einer viel diskutierten Frage. In: Deutsche UNESCO-Kommission u. a. (Hg.): Welterbe-Manual. Handbuch zur Umsetzung der Welterbekonvention in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz. Bonn 2009. S. 70–73.
- SCHENK, MICHAEL: Das Konzept des sozialen Netzwerkes. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Gruppensoziologie. Perspektiven und Materialien. Opladen 1983. S. 88–104.
- SCHERTLER, WALTER: Regionale Verflechtungen und Fragen des Kooperationsmanagements im Tourismus. In: Tourismus Journal, 3 (2000). S. 319–327.
- SCHIEK, DANIELA: Das schriftliche Interview in der qualitativen Sozialforschung. In: Zeitschrift für Soziologie, 43/5 (2014). S. 379–395.
- SCHILLING, HEINZ: Region zwischen Konstruktion, Interpretation und Manipulation oder: Cuius definitio, eius regio als mediales Konzept. In: Lutz, Ronald (Hg.): Die Region der Kultur. Münster 1998 (=Kulturwissenschaftliche Horizonte, 3). S. 49–62.
- SCHILLING, HEINZ: Region und Identität. In: Greverus, Ina Maria u. a. (Hg.): Kulturtexte. Frankfurt a. M. 1994 (=Notizen, 46). S. 61–85.
- SCHILLING, HEINZ: Kulturanthropologie ist, was Kulturanthropologen tun. Forschung zwischen Planungsbeteiligung und Planungskritik. In: Anthropolitan, 1 (1993). S. 5–26.
- SCHIRMBECK, KATHARINA: Markenbildung für Regionen. Dachmarkenkonzepte im deutschen Regionalmarketing. Stuttgart 2006.
- SCHMIDT, ANDREAS: Die Ruine. In: Brednich, Rolf Wilhelm; Schmitt, Heinz (Hg.): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. 30. Deutscher Volkskundekongress in Karlsruhe vom 25. bis 29. September 1995. Münster u. a. 1997. S. 496–504.
- SCHMIDT, SIEGFRIED J.: Technik – Medien – Politik. Die Erwartbarkeit des Unerwartbaren. In: Maresch, Rudolf; Werber, Niels (Hg.): Kommunikation – Medien – Macht. Frankfurt a. M. 1999. S. 108–132.
- SCHMIDT-LAUBER, BRIGITTA: Orte von Dauer. Der Feldforschungsbegriff der Europäischen Ethnologie in der Kritik. In: Binder, Beate; Hengartner, Thomas; Windmüller Sonja (Hg.): Kultur - Forschung. Zum Profil einer volkskundlichen Kulturwissenschaft. dgv-Hochschultagung 26.–28. September 2008 in Hamburg. Berlin 2009. S. 237–259.
- SCHMIDT-LAUBER, BRIGITTA: Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: Göttisch, Silke; Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2001. S. 165–186.

- SCHMITT, THOMAS M.: Cultural Governance. Zur Kulturgeographie des UNESCO-Welterberegimes. Stuttgart 2011 (= Erdkundliches Wissen, 149).
- SCHMITT, THOMAS M.: Wie eine neue Konvention entsteht. Die Produktion des UNESCO-Konzepts zum Schutz des immateriellen Erbes entlang einer Global-Lokal-Achse. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 377–393.
- SCHMITT, THOMAS: Die UNESCO und der Platz Jemaa el Fna in Marrakech: Zur Genese und Regulierung eines Konzepts zum globalen Schutz immateriellen Erbes der Menschheit. In: Geographische Zeitschrift, 93/4 (2005). S. 237–253.
- SCHMITT, THOMAS M.; SCHWEITZER, ANDREAS: Welterbe oder Stadtentwicklung in Gefahr? Zu deutschen Debatten und zur global-lokalen Governanz von UNESCO-Welterbestätten am Beispiel des Kölner Doms. In: Berichte zur deutschen Landeskunde, 81/4 (2007). S. 329–352.
- SCHNEIDER, INGO: Kritik des Kulturellen Erbes. Ein Versuch. In: Schneider, Ingo, Flor, Valeska (Hg.): Erzählungen als Kulturelles Erbe – Das Kulturelle Erbe als Erzählung. Münster u. a. 2014 (=Innsbrucker Schriften zur Europäischen Ethnologie und Kulturanalyse, 2). S. 33–46.
- SCHNEIDER, INGO: Zur Semantik des kulturellen Erbes. Mehr Fragen als Antworten. In: bricolage. Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie, 3 (2005a). S. 37–51.
- SCHNEIDER, INGO: Wiederkehr der Traditionen? Zu einigen Aspekten der gegenwärtigen Konjunktur des kulturellen Erbes. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde, LIX/108 (2005b). S. 1–20.
- SCHNEIDER, INGO; FLOR, VALESKA (Hg.): Erzählungen als Kulturelles Erbe – Das Kulturelle Erbe als Erzählung. Münster u. a. 2014 (=Innsbrucker Schriften zur Europäischen Ethnologie und Kulturanalyse, 2).
- SCHNEPEL, BURKHARD: Kulturerbe im Zeitalter des Massentourismus. Eine programmatische Einführung. In: Schnepel, Burkhard; Girke, Felix; Knoll, Eva-Maria (Hg.): Kultur all inclusive. Identität, Tradition und Kulturerbe im Zeitalter des Massentourismus. Bielefeld 2013. S. 21–30.
- SCHÖNBERGER, KLAUS: Technik als Querschnittsdimension. Kulturwissenschaftliche Technikforschung am Beispiel von Weblog-Nutzung in Frankreich und Deutschland. In: Zeitschrift für Volkskunde, 103 (2007). S. 197–221.
- SCHÖNBERGER, KLAUS: Online – Offline. Persistenz – Auflösung – Rekombination – alte und neue Grenzen und Differenzen in der Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnik. Ein Überblick zum Forschungsstand in der kulturwissenschaftlichen Internet-Forschung. In: Hengartner, Thomas; Moser, Johannes (Hg.). Grenzen & Differenzen. Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehung. Leipzig 2006 (= Schriften zur sächsischen Geschichte und Volkskunde, 17). S. 627–637.
- SCHONDELMAYER, SANNA: Gedanken zur Kultur der Forschenden im Feld. In: Windmüller Sonja, Binder, Beate; Hengartner, Thomas (Hg.): Kultur - Forschung. Zum Profil einer volkskundlichen Kulturwissenschaft. Berlin 2009. S. 132–151.
- SCHRECKENBERG, DIRK; GIERING, KERSTIN; AUGUSTIN, SABINE: Expositions-Wirkungsbeziehung zur Belästigung durch Schienenverkehrslärm im Rheintal in: Fortschritte der Akustik, DAGA-Konferenz 2012. Darmstadt 2012. Online unter: http://www.verkehrslaermwiring.de/12_DS_Rheintal_daga.pdf (06.05.2016).

- SCHRÖDER, ACHIM: Postmoderne Unübersichtlichkeit der Freizeit- und Lebensstile. Versuch einer Einordnung in die umgebenden Rahmenbedingungen sowie Implikationen für den zukünftigen Tourismus. In: Reube, Paul; Schnell, Peter (Hg.): Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume. Neue Angebote im Tourismus). Berlin 2006 (= Schriften zu Tourismus und Freizeit, 5). S. 107–117.
- SCHRÖDER, ACHIM; WIDMANN, THORSTEN; BRITTNER-WIDMANN, ANJA: Tourismus und demographischer Wandel in Deutschland. Entwicklung, Prognosen und Folgen. Trier 2005 (=Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, 63).
- SCHROER, MARKUS: Neue soziale Bewegungen. In: Kneer, Georg; Kraemer, Klaus; Nassehi, Armin (Hg.): Spezielle Soziologien. Münster 1995 (=Soziologie. Zugänge zur Gesellschaft, 2). S. 188–202.
- SCHUBERT, ALEXANDER: Brand Religion. Vom schlichten Markenzeichen zum sinnstiftenden Orientierungssystem. In: Baltes, Martin: Absolute Marken, Labels, Brands. Freiburg 2004. S. 158–164.
- SCHUHBAUER, JÖRG: Wirtschaftsbezogene Regionale Identität. Mannheim 1996 (= Mannheimer Geographische Arbeiten, 42).
- SCHÜLER-BEIGANG, CHRISTIAN: Das UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal. In: Blätter zum Land, 4 (2007).
- SCHÜLER-BEIGANG, CHRISTIAN: Einleitendes und Abgrenzendes zur Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Eine europäische Kulturlandschaft. Band 1. Mainz ²2002a. S. 9–21.
- SCHÜLER-BEIGANG, CHRISTIAN: Zusammenfassung. Spuren der politischen Geschichte in der Kulturlandschaft. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Eine europäische Kulturlandschaft. Band 1. Mainz ²2002b. S. 173–181.
- SCHÜLER-BEIGANG, CHRISTIAN: Erhaltung der historischen Stadt- und Ortsbilder. In: Landesamt für Denkmalpflege Rheinland-Pfalz (Hg.): Das Rheintal von Bingen und Rudesheim bis Koblenz. Eine europäische Kulturlandschaft, Band 2. Mainz ²2002c. S. 689–695.
- SCHULZE, GERHARD: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a. M. u. New York 1992.
- SCHUMACHER, FLORIAN: Bourdieus Kunstsoziologie. Konstanz 2010.
- SCHÜTZ, ALFRED; LUCKMANN, THOMAS: Strukturen der Lebenswelt. Band 1. Frankfurt a. M. ⁴1991.
- SCHWARZ, CATHERINE: Chambers dictionary. Edinburgh ²1994.
- SCHWEDT, ELKE U. HERBERT: Gesang- und Musikvereine 1800-2000. Zur Geschichte und Verbreitung laienmusikalischer Vereinigungen. Köln 2002 (= Geschichtlicher Atlas der Rheinlande, Beiheft XI/8-XI/10).
- SCHWEDT, HERBERT: Probleme ländlicher Kultur. Gesammelte Aufsätze. Mainz 1994 (= Studien zur Volkskultur in Rheinland-Pfalz, 17). S. 95–105.
- SCHWEDT, HERBERT: Dörfer ohne Zukunft? Probleme kleiner Gemeinden in Rheinland-Pfalz. Interdisziplinäres Forschungsprojekt. Geographisches Institut und Abt. Volkskunde des Deutschen Instituts, Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Arbeitsbericht und Zwischenbilanz. Mainz 1993/94.

- SCHWEDT, HERBERT: Vereine im ländlichen Raum. In: Hessische Vereinigung für Volkskunde (Hg.): Vereinsforschung. Gießen 1984 (=Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung. Neue Folge der hessischen Blätter für Volkskunde, 16). S. 56–65.
- SCHWEITZER, ERWIN: Governance? Über den Nutzen des Governance-Ansatzes für die Ethnologie und den Nutzen der Ethnologie für die Governance-Forschung. in: Ethnoscripts 14/1 (2012). S. 3–13.
- SEEBOLD, ELMAR: Kluge. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin ²⁴2002.
- SEIBERT, HUBERTUS: Der Aufstieg des Nationalsozialismus im Rhein-Lahn-Kreis. Landschaft, Geschichte und Kultur unserer Heimat. Oberwesel 1987.
- SEIDENSPINNER, WOLFGANG: Denkmalkulturen. Gesellschaft, Herrschaft, Emotion und Vergänglichkeit im erinnerungskulturellen Kontext. In: Volkskunde in Rheinland-Pfalz, 24 (2009). S. 67–118.
- SEIDENSPINNER, WOLFGANG: Authentizität. Kulturanthropologisch-erinnerungskundliche Annäherungen an ein zentrales Wissenschaftskonzept im Blick auf das Weltkulturerbe. In: Volkskunde in Rheinland-Pfalz, 20 (2006). S. 5–39.
- SENG, EVA-MARIA: Kulturlandschaften. Die Rückgewinnung des immateriellen Kulturerbes in der Landschaft. In: Klevesath, Lino; Zapf, Holger (Hg.): Demokratie – Kultur – Moderne: Perspektiven der politischen Theorie. München 2011. S. 201–220.
- SIEGMUND, ALEXANDER; DIPPON, PETER: Lernort UNESCO-Welterbe? – eine Studie zur Bildungsfunktion von Welterbestätten. Heidelberg 2011. Online unter: <https://www.ph-heidelberg.de/fileadmin/ms-institute/institut-ntg/pdf-dateien-projekte/siegmund-unesco-welterbe.pdf> (25.11.2012).
- SIIVONEN, KATRIINA: Local Culture as a resource in regional development in the southwest-finland archipelago. In: Journal of Ethnology and Folkloristics, 3/2 (2009). S. 47–63.
- SIIVONEN, KATRIINA: The Right to Stand Outside of Cultural Heritage. A Condition for Sustainable Cultural Development. In: Ethnologia Fennica, 34 (2007). S. 6–19.
- SILBERBERG, TED: Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites. In: Tourism Management, 16/5 (1995). S. 361–365.
- SILVA, LUÍS: Heritage Building in the ‘historic villages of Portugal’: Social processes, practices and agents. In: Journal of Ethnology and Folkloristics, 3/2 (2009). S. 75–92.
- SIMMEL, GEORG: Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl. Frankfurt a. M. 1986.
- SIMON, MICHAEL: Kulturforschung im Raum. In: Informationen der Gesellschaft für Volkskunde in Rheinland-Pfalz, 16/2 (2001). S. 63–78.
- SINZ, MANFRED: Region. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hg.): Handwörterbuch der Raumordnung. Hannover 1995. S. 805–808.
- SMITH, LAURAJANE: Discussion. In: Bendix, Regina; Eggert, Aditya; Peselmann, Arnika (Hg.): Heritage Regimes and the State. Göttingen 2013. S. 389–395.
- SMITH, LAURAJANE: Uses of Heritage. Abingdon 2006.
- SPD, FDP UND BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN: Koalitionsvertrag Rheinland-Pfalz 2016-2021. Mainz 2016: https://www.rlp.de/fileadmin/rlp-stk/pdf-Dateien/Koalitionsvertrag_RLP.pdf (03.02.2017).
- SPECK, GEORG: Politik für Lärmschutz und Lärmvermeidung. In: rheinkolleg e.V. (Hg.): Welterbe zwischen Strom und Schiene. Speyer 2007. S. 13–18.

- STAIFF, RUSSELL; BUSHELL, ROBYN; WATSON, STEVE (Hg.): *Heritage and Tourism. Place, Encounter, Engagement*. Abingdon 2013.
- STEIN, WOLFGANG: *Französische Zeit*. In: Heyen, Franz-Josef (Hg.): *Geschichte des Landes Rheinland-Pfalz*. Freiburg u. Würzburg 1981. S. 95–102.
- STEINECKE, ALBRECHT: *Kulturtourismus. Marktstrukturen – Wettbewerbssituation – Erfolgsfaktoren*. In: Lauterbach, Burkhard (Hg.): *Auf den Spuren der Touristen. Perspektiven auf ein bedeutsames Handlungsfeld*. Würzburg 2010 (=Kulturtransfer, 6). S. 87–107.
- STEINECKE, ALBRECHT: *Kulturtourismus. Marktstrukturen – Fallstudien – Perspektiven*. München 2007.
- STEINECKE, ALBRECHT: *Tourismus. Eine geographische Einführung*. Braunschweig 2006 (= Das Geographische Seminar).
- STEINECKE, ALBRECHT: *Perspektiven des Kulturtourismus. Wettbewerbsdruck – Profilierung – Inszenierung*. In: Heinze, Thomas (Hg.): *Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien*. München 1999. S. 17–51.
- STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN: *Tourismusanalyse 2010*. Hamburg 2010.
- STÖBER, BIRGIT: *Von "brandneuen" Städten und Regionen. Place Branding und die Rolle der visuellen Medien*. In: *Social Geography*, 2 (2007). S. 47–61.
- STRASSER, PETER: *Wo das Immaterielle das Materielle berührt. Immaterielle Aspekte der UNESCO-Welterbeliste*. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): *Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck*. Wien 2009 (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 427–435.
- STRASSER, PETER: *Welt-erbe? Thesen über das „Flagschiffprogramm“ der UNESCO*. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): *Prädikat „Heritage“: Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen*. Berlin 2007 (=Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 101–128.
- STRASSER, PETER: *Das kulturelle Erbe auf dem internationalen Parkett. Die UNESCO und der Schutz des kulturellen Erbes*. In: *bricolage. Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie*, 3 (2005). S. 52–77.
- STRIFFLER, HELMUT: *Das Tal der Loreley – 10 Jahre nach der Rheintalkonferenz*. In: *rheinkolleg e.V. (Hg.): Welterbe zwischen Strom und Schiene*. Speyer 2007. S. 6–12.
- SUTTER, SANDRA: *Entwicklungen und Perspektiven für den Regionalflughafen Hahn. Untersuchungen der Marktsegmente Privat- und Geschäftsreiseverkehr*. Kaiserslautern 2003 (=Materialien zur Regionalentwicklung und Raumordnung, 7).
- SVENSSON, BIRGITTA: *The Nature of Cultural Heritage Sites*. In: *Ethnologia Europaea*, 28 (1998). S. 5–16.
- SWENSON, ASTRID: *„Heritage“, „Patrimoine und „Kulturerbe“: Eine vergleichende historische Semantik*. In: Hemme, Dorothee, Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): *Prädikat „Heritage“: Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen*. Berlin 2007 (=Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 53–74.
- SZABO, SACHA: *Einleitung: Brand Studies*. In: Ders. (Hg.): *Brand Studies. Marken im Diskurs der Cultural Studies*. Marburg 2009 (= Studien zur Unterhaltungswissenschaft, 2). S. 7–8.
- SZONDI, GYORGY: *Public Diplomacy and Nation Branding. Conceptual Similarities and Differences*. Den Haag 2008.

- TAUSCHEK, MARKUS: Zur Geschichte des Kulturgüterschutzes: Denkmal- und Heimatschutz. In: Ders.: Kulturerbe. Eine Einführung. Berlin 2013. S. 32–53.
- TAUSCHEK, MARKUS: Kulturerbe. Eine Einführung. Berlin 2013.
- TAUSCHEK, MARKUS: Wertschöpfung aus Tradition. Der Karneval von Binche und die Konstituierung kulturellen Erbes. Berlin 2010 (= Studien zur Kulturanthropologie, Europäischen Ethnologie, 3).
- TAUSCHEK, MARKUS: Writing Heritage. Überlegungen zum Format Bewerbungsdossier. In: Berger, Karl C.; Schindler, Margot; Schneider, Ingo (Hg.): Erb.gut? Kulturelles Erbe in Wissenschaft und Gesellschaft. Referate der 25. Österreichischen Volkskundetagung vom 14.–17.11.2007 in Innsbruck. Wien 2009a (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 23). S. 437–448.
- TAUSCHEK, MARKUS: Die Inszenierung der Inszenierung. Der Karneval von Binche im Wettbewerb um einen UNESCO-Titel. In: Simon, Michael u. a. (Hg.): Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags. Münster u. a. 2009b (Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie/Volkskunde, 3). S. 438–446.
- TAUSCHEK, MARKUS: „Plus oultre“ – Welterbe und kein Ende? Zum Beispiel Binche. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“. Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (= Studien zur Kulturanthropologie/Europäischen Ethnologie, 1). S. 197–224.
- TAUSCHEK, MARKUS: Zur Relevanz des Begriffs Heimat in einer mobilen Gesellschaft. In: Kieker Blätter, 37 (2005). S. 63–85.
- TEMEL, ROBERT: Schutz des Kulturerbes in Österreich. Eine Machbarkeitsstudie über seine Definition, Erfassung und Erhaltung. In: Csáky, Moritz; Sommer, Monika: Kulturerbe als soziokulturelle Praxis. Innsbruck 2005 (=Gedächtnis – Erinnerung – Identität, 6). S. 173–180.
- TERMEER, MARCUS: Münster als Marke. Die »lebenswerteste Stadt der Welt«, die Ökonomie der Symbole und ihre Vorgeschichte. Münster 2010.
- THON, ALEXANDER; CZERWINSKI, MANFRED: Weltkulturerbe Mittelrheintal. Kaiserslautern 2003.
- THUM, BERND: Einleitung. In: Ders (Hg.): Gegenwart als kulturelles Erbe. Ein Beitrag der Germanistik zur Kulturwissenschaft deutschsprachiger Länder. München 1985a (=Publikationen der Gesellschaft für interkulturelle Germanistik, 2). S. XV–LXVII.
- THUM, BERND (Hg.): Gegenwart als kulturelles Erbe. Ein Beitrag der Germanistik zur Kulturwissenschaft deutschsprachiger Länder. München 1985b (=Publikationen der Gesellschaft für interkulturelle Germanistik, 2).
- TIETZE, WOLF: Westermann Lexikon der Geographie. Braunschweig 1970.
- TIMOTHY, DALLEN J.: Cultural heritage and tourism: An introduction. Bristol 2011 (= Aspects of Tourism Texts).
- TIMOTHY, DALLEN J.; BOYD, STEPHEN W.: Heritage Tourism. Harlow 2003 (= Themes in tourism).
- TIMOTHY, DALLEN J.; NYAUPANE, GYAN P. (Hg.): Cultural Heritage and tourism in the Developing world. A regional Perspective. Abingdon u. New York 2009 (= Contemporary geographies of leisure, tourism and mobilities).
- TREILING, THOMAS: Mensch, Natur-Interaktionen im Oberen Mittelrheintal. Komplexitätstheoretische Ansätze am Beispiel des Weinbaus. Mainz 2009.
- TROMMSDORFF, VOLKER: Konsumentenverhalten. Stuttgart 2009.

- TSCHOFEN, BERNHARD: Antreten, ablehnen, verwalten? Was der Heritage-Boom den Kulturwissenschaften aufrägt. In: Hemme, Dorothee; Tauschek, Markus; Bendix, Regina (Hg.): Prädikat „Heritage“. Wertschöpfung aus kulturellen Ressourcen. Berlin 2007 (= Studien zur Kulturanthropologie/ Europäischen Ethnologie, 1). S. 19–32.
- TÜMMERS, HORST JOHANNES: Der Rhein. Ein europäischer Fluß und seine Geschichte. ²München 1999.
- TUNBRIDGE, JOHN E.: Whose heritage? Global problem, European nightmare. In: Ashworth, Gregory J.; Larkham, Peter J. (Hg.): Building a new heritage. Tourism, culture and identity in the New Europe. London 1994. S. 123–134.
- TUNBRIDGE, JOHN E.; ASHWORTH, GREGORY J.: Dissonant Heritage. The management of the past as a resource in conflict. Chichester 1996.
- TYLOR, EDWARD B.: Primitive Cultures. New York 1871.
- UHLENBRUCK, KURT: Arbeit in der Werlauer Erzgrube Gute Hoffnung, Prinzenstein. In: Volkskunde in Rheinland-Pfalz, 21 (2007). S. 110–124.
- UHLENBRUCK, KURT: Die Schlepsschiffahrt auf der Gebirgsstrecke des Mittelrheins. Eine volkskundliche Untersuchung. Mainz 2004 (=Studien zur Volkskultur, 29).
- UMWELTBUNDESAMT (HG.): Schienennetz 2025/2030. Ausbaukonzeption für einen leistungsfähigen Schienengüterverkehr in Deutschland. In: Heft 42 (2010). Online unter: <http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/461/publikationen/k4005.pdf> (13.05.2016).
- UNESCO (Hg.): Our Creative Diversity. Report of the World Commission on Culture and Development (Pérez de Cuéllar-Report). Paris 1995/1996.
- UNESCO: Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Paris 1972a. Online unter: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> (09.04.2016).
- UNESCO: Recommendation concerning the Protection, at National Level, of the Cultural and Natural Heritage. Paris 1972b. Online unter: http://portal.unesco.org/en/ev.php_URL_ID=13087&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (28.11.2015).
- UNESCO-KOMMISSIONEN DEUTSCHLANDS, LUXEMBURGS, ÖSTERREICHS UND DER SCHWEIZ (Hg.): Welterbe Manual. Handbuch zur Umsetzung der Welterbekonvention in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz. Bonn 2009.
- UNESCO-WELTERBESTÄTTEN DEUTSCHLAND E.V.: UNESCO-Welterbe in Deutschland. Quedlinburg 2010.
- UNESCO-WELTERBEZENTRUM: Interview mit Prof. Dr. Maria Böhmer in: Welterbe, 76 (2015). S. 10–13.
- URRY, JOHN: Consuming places. London 1995.
- URRY, JOHN: The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London 1990.
- VANHOVE, NORBERT: Globalisation of Tourism Demand. The underlying factors and impact on marketing strategy. In: Keller, Peter (Hg.): Globalisation and Tourism. St. Gallen 1996. S. 47–113.
- VERHEYEN, DIRK: Straßennamenpolitik und städtische Identität in Berlin. In: Viehoff, Reinhold (Hg.): Kultur, Identität, Europa. Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion. Frankfurt a. M. 1999. S. 333–369.
- VIVÉLO, FRANK ROBERT: Handbuch der Kulturanthropologie. Stuttgart 1981.

- WAGNER, BERND: Kulturelle Globalisierung: Von Goethes "Weltliteratur" zu den weltweiten Teletubbies. In: Politik und Zeitgeschichte, 12 (2002). S. 10–18.
- WALTER, ROLAND: Geologie in Mitteleuropa. Stuttgart 2007.
- WARNEKEN, BERND; WITTEL, ANDREAS: Die neue Angst vor dem Feld. Ethnographisches research up am Beispiel der Unternehmensforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde, 93/1 (1997). S. 1–16.
- WEBER, HAJO; WEGGE, MARTINA; JÖRG, BARBARA: Branchenmonitoring Rheinland-Pfalz. Report Tourismus. Mainz 2003.
- WEBER, MAX: Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. Tübingen ⁵1976.
- WEICHHART, PETER; WEISKE, CHRISTINE; WERLEN, BENNO: Place Identity und Images – Das Beispiel Eisenhüttenstadt. Wien 2006 (= Abhandlungen zur Geographie und Regionalforschung, 9).
- WEICHHART, PETER: Regionalentwicklung. Identitätsmanagement für Orte. In: Hilber, Maria L.; Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004. S. 129–138.
- WEICHHART, PETER: Designerregionen. Antworten auf die Herausforderungen des globalen Standortwettbewerbs? In: Informationen zur Raumentwicklung, 9–10 (2000). S. 549–566.
- WEICHHART, PETER: Die Region. Chimäre, Artefakt oder Strukturprinzip sozialer Systeme? In: Brunn, Gerhard (Hg.): Region und Regionsbildung in Europa. Baden-Baden 1996. S. 25–43.
- WEICHHART, PETER: Raumbezogene Identität – Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation. Stuttgart 1990 (=Erdkundliches Wissen, 102).
- WEIGEL, SIGRID; JUSSEN, BERNHARD u. a. (Hg.): Erbe, Erbschaft, Vererbung. Überlieferungskonzepte zwischen Natur und Kultur im historischen Wandel. Berlin 2005 (=preprint, 1).
- WEIGELT, FRANK ANDRÉ: Cultural Property und Cultural Heritage: Eine vergleichend ethnologische Analyse internationaler UNESCO-Konzeptionen. Saarbrücken 2008.
- WEINGÄRTNER, DANIELA: Welterbe Mittelrheintal. Das Konzept Kulturlandschaft als Herausforderung für die Region. Mainz o. J.
- WEIß, JULIA: „Ich habe eine aktuelle Zeitung, und die ist auch noch umsonst.“. Motive für die Nutzung von sueddeutsche.de. In: Meyen, Michael; Pfaff-Rüdiger, Senta (Hg.): Internet im Alltag. Qualitative Studien zum praktischen Sinn von Onlineangeboten. Münster 2009 (=Mediennutzung, 14). S. 231–253.
- WEISSENBORN, BENNO: Kulturtourismus. Trier 1997 (=Trierer Tourismus Bibliographien, 10).
- WELTERBEBOTE, 1 (2009/2010).
- WELZ, GISELA: Moving Targets. Feldforschung unter Mobilitätsdruck: In: Zeitschrift für Volkskunde, 94/2 (1998). S. 177–194.
- WELZ, GISELA: Inszenierungen kultureller Vielfalt. Frankfurt am Main und New York City. Berlin 1996 (=Zeithorizonte, 5).
- WERLEN, BENNO: Globalisierung, Region und Regionalisierung. Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen 2. Stuttgart ²2007 (=Erdkundliches Wissen, 119).
- VON WERSEBE, HELENA: Das Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland als touristisches Ziel. Aufbau und Möglichkeiten eines Besucherreservierungssystems. In: Deutsches

- Seminar für Fremdenverkehr (Hg.): Kulturtourismus. Besucherlenkung versus Numerus Klausus. Studie und Dokumentation zum Fachkursus 258/95. Berlin 1996. S. 185–208.
- WERTHMÖLLER, EWALD: Räumliche Identität als Aufgabenfeld des Städte- und Regionenmarketing. Ein Beitrag zur Fundierung des Placemarketing. Frankfurt a. M. 1995 (= Schriften zu Marketing und Management, 24).
- WIEGELMANN, GÜNTER; SIMON, MICHAEL: Die Untersuchung regionaler Unterschiede. In: Göttisch, Silke; Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2001. S. 99–121.
- WIEGELMANN, GÜNTER: Ertrag und Aufgaben volkskundlicher Kulturraumforschung. In: Cox, Heinrich Leonard; Wiegelmann, Günter (Hg.): Volkskundliche Kulturraumforschung heute. Münster 1984 (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, 42). S. 1–12.
- WINGERT, LUTZ: Unpathetisches Ideal. Über den Begriff eines bürgerschaftlichen Wir. In: Brunkhorst, Hauke (Hg.): Demokratischer Experimentalismus: Politik in der komplexen Gesellschaft. Frankfurt a. M. 1998. S. 33–43.
- WITTELSBERGER, ELKE: In Freud und Leid zum Lied bereit. Das Oberwesterwälder Chorwesen im Wandel der Zeit. St. Augustin 2001.
- WOLBER, THOMAS: Die touristische Inwertsetzung des kulturellen Erbes in größeren Städten. Historic Highlights of Germany. In: Heinze, Thomas (Hg.): Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien. München 1999. S. 105–142.
- WÖHLER, KARLHEINZ: Touristifizierung von Räumen. Kulturwissenschaftliche und soziologische Studien zur Konstruktion von Räumen. Wiesbaden 2011.
- WÖHLER, KARLHEINZ: Heritagefication: Zur Vergegenwärtigung des Kulturerbes. In: Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz (Hg.): Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit. Innsbruck u. a. 2008 (=Tourismus transkulturell & transdisziplinär, 9). S. 43–58.
- WÖHLER, KARLHEINZ (Hg.): Erlebniswelten. Herstellung und Nutzung touristischer Welten. Münster 2005 (= Tourismus – Beiträge zu Wissenschaft und Praxis, 5).
- WOLFF, STEPHAN: 2.6 Textanalyse. In: Ayaß, Ruth; Bergmann, Jörg (Hg.): Qualitative Methoden in der Medienforschung. Reinbek 2006. S. 245–273.
- YALE, PAT: From Tourist Attractions to Heritage. Huntingdon 1992.
- YÚDICE, GEORGE: The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era. Durham 2003.
- ZENTRALINSTITUT FÜR SPRACHWISSENSCHAFT (unter Leitung von Pfeifer, Wolfgang) (Hg.): Etymologisches Wörterbuch des Deutschen. München ²1993.
- ZEPP HARALD: Geomorphologie. Paderborn ⁴2008.
- ZEUS GMBH (im Auftrag für: Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz (MUFV)/ Hessisches Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUELV)): Belästigung durch Bahnlärm im Mittelrheintal und im Rheingau/Rheinhessen. Endbericht. Hagen 2011. Online unter: http://typo3cms01.rlp.de/fileadmin/mufv/img/inhalte/laerm/Belaestigung_durch_Bahn-laerm-_Endberich_Schreckenber.pdf (29.02.2016).
- ZEYRINGER, KLAUS: Ambivalenz des kulturellen Erbes: die großen und kleinen Erzählungen. In: Csáky, Moritz; Zeyringer, Klaus (Hg.): Ambivalenz des kulturellen Erbes. Vielfachcodierung des historischen Gedächtnisses. Innsbruck 2000 (=Paradigma Zentraleuropa, 1). S. 9–25.

- ZEPPEL, HEATHER; HALL, COLIN MICHAEL: Arts and heritage tourism. In: Weiler, Betty; Hall, Colin Michael (Hg.): Special interest tourism. London 1992. S. 47–68.
- ZIMMERMANN, HARM-PEER: „sich eine Vergangenheit geben, aus der man stammen möchte“. Zur Kritik der Heritage-Kritik. In: Schneider, Ingo; Flor, Valeska (Hg.): Erzählungen als kulturelles Erbe – Kulturelles Erbe als Erzählung. Münster u. a. 2014 (=Innsbrucker Schriften zur europäischen Ethnologie und Kulturanalyse, 2). S. 47–62.
- ZIMMERMANN, HARM-PEER: Second Hand World? Zur Kritik der Heritage-Kritik im Hinblick auf das Kasseler Weltdokumentenerbe. In: Ders. (Hg.): Zwischen Identität und Image. Die Popularität der Brüder Grimm und ihrer Märchen in Hessen. Marburg 2009a (= Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, 44/45). S. 572–591.
- ZIMMERMANN, HARM-PEER: Memory, Markt und Medien. Analyse des UNESCO-Programms „Memory of the World“ im Hinblick auf Fragen der Kommerzialisierung und Popularisierung eines Kulturerbes. In: Ders. (Hg.): Zwischen Identität und Image. Die Popularität der Brüder Grimm und ihrer Märchen in Hessen. Marburg 2009b (= Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, 44/45). S. 542–571.
- ZIMMERMANN, HARM-PEER: Zwischen Identität und Image. Die Popularität der Brüder Grimm und ihrer Märchen in Hessen. Einleitung. In: Ders. (Hg.): Zwischen Identität und Image. Die Popularität der Brüder Grimm und ihrer Märchen in Hessen (= Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, 44/45). Marburg 2009c. S. 13–26.
- ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTEL Rheintal: Handbuch Corporate Design. „Umsetzung des Kommunikationskonzeptes.“ St. Goarshausen 2007a.

10.2 Politische Dokumente

DRUCKSACHE 12/2471 RLP: Kleine Anfrage der Abgeordneten Frau Bill (Die Grünen) und Antwort des Ministeriums für Bildung und Kultur: Stand der Unterschutzstellung des Mittelrheintals als Kultur- und Naturdenkmal der UNESCO. 15.01.1993.

DRUCKSACHE 13/321 RLP: Antr FDP. 30.07.1996.

DRUCKSACHE 13/856 RLP: Antr (EntschlAntr) BÜNDNIS 90/GRÜNE. Mainz 1996.

DRUCKSACHE 13/1052 RLP: Entschließungsantrag der Fraktionen SPD und FDP: Anerkennung des oberen Mittelrheintals als Weltkulturerbe der UNESCO. 23.01.1997.

DRUCKSACHE 13/3815 RLP: Kleine Anfrage des Abgeordneten Franz Josef Bischel (CDU) und Antwort des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau: Steinbruch bei Trechtingshausen. 21.12.1998.

DRUCKSACHE 13/4491 RLP: Kleine Anfrage der Abgeordneten Elke Kiltz (Die Grünen) und Antwort des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau: Auswirkungen einer Rheinbrücke im Bereich der Loreley auf die Chancen zur Ausweisung des Mittelrheins als Weltkulturerbe der UNESCO. 02.07.1999.

DRUCKSACHE 13/4521 RLP: Kleine Anfrage des Abgeordneten Erwin Rüddel (CDU) und Antwort des Ministeriums für Kultur, Jugend, Familie und Frauen: UNESCO-Weltkulturerbe. 20.07.1999.

DRUCKSACHE 13/4640 RLP: Kleine Anfrage des Abgeordneten Hans-Josef Bracht (CDU) und Antwort des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau: Mögliche Trägerschaft für eine neue Rheinbrücke am Mittelrhein. 02.09.1999.

DRUCKSACHE 13/5922 RLP: Kleine Anfrage des Abgeordneten Hans-Josef Bracht (CDU) und Antwort des Ministeriums für Kultur, Jugend, Familie und Frauen: Angebliches 50-Millionen-Programm für Mittelrhein. 21.06.2000.

DRUCKSACHE 13/6921 RLP: Kleine Anfrage des Abgeordneten Franz Josef Bischel (CDU) und Antwort des Ministeriums für Kultur, Jugend, Familie und Frauen: Steinbruch bei Trechtingshausen. 07.03.2001.

DRUCKSACHE 14/1082 RLP: Roger Lewentz: An das Ministeriums für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur. 14.05.2002.

DRUCKSACHE 14/3949 HE: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung: Berichts Antrag der Abgeordneten Ortmann, Fischer (Waldeck), Dietz, Kartmann, Klee, Scholz und Jung (Rheingau) betreffend Rheintal als Weltkulturerbe. Wiesbaden 03.11.1998.

DRUCKSACHE 14/3559 HE: Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst: Berichts Antrag der Abgeordneten Hoffmann, Fellner, Klär, Polster und Fraktion betreffend Anerkennung des Mittelrheintales als Weltkulturerbe durch die UNESCO. Wiesbaden 1998a.

DRUCKSACHE 14/3559 HE: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung: Berichts Antrag der Abgeordneten Hoffmann, Fellner, Klär, Polster und Fraktion betreffend Anerkennung des Mittelrheintales als Weltkulturerbe durch die UNESCO. Wiesbaden 1998b.

- DRUCKSACHE 14/3559 HE: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung: Ihr [sic!] Bitte um Mitzeichnung vom 06.04.1998 des Berichtsantrags betreffend Weltkulturerbe Mittelrheintal. Wiesbaden 15.04.1998c.
- DRUCKSACHE 15/336 HE: Posch, Dieter (HMWVL): Berichts Antrag der Fraktion der SPD betreffend Anerkennung des Mittelrheintals als Weltkulturerbe der UNESCO. Wiesbaden 1999.
- DRUCKSACHE 15/115 RLP: Kleine Anfrage des Abgeordneten Dr. Adolf Weiland (CDU) und Antwort des Ministeriums für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur. Leerstände im Weltkulturerbe Oberes Mittelrheintal. Mainz 18.07.2006.
- DRUCKSACHE 16/204 HE: Minister für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz: Schriftlicher Bericht zum Berichts Antrag der Abgeordneten Hoffmann, Becker (Nidda), Bender, Grumbach, Pfaff, Schmitt (SPD) und Fraktion betreffend UNESCO Weltkulturerbe Kulturlandschaft Mittelrheintal. 27.05.2003.
- FINKENBEINER, OTTO (Ministerialdirektor): Endgültige Ergebnisniederschrift der 22. Amtschefkonferenz am 03./04. November 1998 in Freiburg. Online unter: <http://www.umweltministerkonferenz.de/documents/22ack.pdf> (23.03.2016).
- LOKALE AKTIONSGRUPPE WELTERBE OBERES MITTELRHEIN: Lokales Integriertes Ländliches Entwicklungskonzept. LEADER Förderperiode 2007–2013. Oberwesel o. J.
- LUX, NINA; LORIG, AXEL: Vermerk: Umsetzung des Strategiepapiers für die Entwicklung der ländlichen Räume in RLP. Handlungsansatz Nr. 11 a: UNESCO-Welterbegebiet Oberes Mittelrheintal. Mainz 2009.
- MINISTERIUM DES INNERN UND FÜR SPORT RLP (HG.): Vorstudie Bundesgartenschau Mittelrheintal 2031. Mainz 2016 Online unter: https://mdi.rlp.de/fileadmin/isim/Startseite/Dokumente/BUGA_2031_Vorstudie_A4_Webversion.pdf (03.02.2017).
- MINISTER FÜR LANDWIRTSCHAFT, WEINBAU UND UMWELTSCHUTZ RLP: Landesverordnung über das "Landschaftsschutzgebiet Rheingebiet von Bingen bis Koblenz" (Landschaftsschutzverordnung Mittelrhein) vom 26. April 1978.
- MINISTERIUM FÜR KULTUR, JUGEND, FAMILIE UND FRAUEN (HG.): Welterbe Mittelrhein. Das Konzept Kulturlandschaft als Herausforderung für die Region. Mainz o. J.
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, KLIMASCHUTZ, ENERGIE UND LANDESPLANUNG RLP: Masterplan Welterbe Oberes Mittelrheintal. Herausforderungen und Visionen für die zukünftige Entwicklung. Mainz 2013.
- PLPR 13/18 RLP: Götte, Rose: RegErkl. In: Landtag RLP. Mainz 18.12.1996. S. 1277–1287.
- PROTOKOLL EINER TEL. ANFRAGE VON DR. RÜDIGER, RLP, AN DAS HMWVL: Weltkulturerbe Mittelrheintal [sic!], Wiesbaden 26.05.1998.
- OLSCHOWY, ROLAND (MINISTERIUM DES INNEN UND FÜR SPORT RLP): Brief an Michael Hartmann. 15.06.1999.
- STÄNDIGE KONFERENZ DER KULTUSMINISTER: Ergebnisse der Kultusministerkonferenz vom 22./23.10.1998, hier: Verabschiedung der vorläufigen Liste der deutschen Objekte für die Anmeldung als Weltkulturerbe der UNESCO - Platz 6: Mittelrheintal.

10.3 Internetquellen

- ALLGEMEINE ZEITUNG. Mainz o. J.: <http://www.allgemeine-zeitung.de/index.htm> (13.11.2015).

- ASSOCIATION OF CRITICAL HERITAGE STUDIES. O. A. seit 2012: <http://www.criticalheritagestudies.org/> (04.02.2016).
- BLUM, WOLFGANG: Wandern mit Wolfgang im Welterbe. Geisenheim seit 2014: <http://www.blum-wolfgang.de/wordpress/> (13.05.2016).
- BTU Cottbus: Masterstudiengang World Heritage Studies. Cottbus o. J.: <http://www.tu-cottbus.de/btu/de/whs/> (05.12.2015).
- BUGA KOBLENZ 2011 GMBH: Staatssekretär Roger Lewentz, Beauftragter der Landesregierung für die Bundesgartenschau 2011 in Koblenz, zur BUGA. Koblenz 2011: <http://www.buga-2011.de/meinungen-zur-BUGA-Koblenz.html> (07.06.2014).
- BUND LANDESGESCHÄFTSSTELLE RHEINLAND-PFALZ: Bahnlärm im Mittelrhein. Mainz o. J.: http://www.bund-rlp.de/themen_projekte/verkehr/bahnlaerm_mittelrheintal/ (13.05.2016).
- BUNDESAMT FÜR VERKEHR (BAV): Neue Eisenbahn-Alpentransversale. Bern 2009: <http://www.bav.admin.ch/alptransit/01386/index.html?lang=de&download=M3wBPgDB/8ull6Du36WenojQ1NTTjaXZnqWfVpzLhmfhnpmmc7Zi6rZnqCk-kIN3gHuAbKbXrZ6lhuDZz8mMps2gpKfo&.pdf> (29.02.2016).
- BUNDESMINISTERIUMS DER JUSTIZ UND FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ UND JURIS GMBH: Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (Markengesetz - MarkenG). § 3 Als Marke schutzfähige Zeichen. O. A.: http://www.gesetze-im-internet.de/markeng/_3.html (09.04.2016).
- BUNDESMINISTERIUM DER JUSTIZ UND FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ: Bürgerliches Gesetzbuch. Fünftes Buch 5. Erbrecht. O. O. Stand 11.3.2016: <https://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/bgb/gesamt.pdf> (13.05.2016).
- BUNDESMINISTERIUM DER JUSTIZ UND FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ UND JURIS GMBH: Baugesetzbuch (BauGB). O. O. Stand 20.10.2015: <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/bbaug/gesamt.pdf> (09.04.2016).
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT (BMUB): Investitionsprogramm Nationale UNESCO-Welterbestätten. Bonn 2013: <http://www.welterbeprogramm.de> (13.05.2016).
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR UND DIGITALE INFRASTRUKTUR: Richtlinie zur Förderung des Neu- und Ausbaus sowie der Reaktivierung von privaten Gleisanschlüssen. Berlin 2012: http://www.bmvi.de/DE/VerkehrUndMobilitaet/Verkehrspolitik/GueterverkehrUndLogistik/Gleisanschluss/gleisanschluss_node.html (13.05.2016).
- BÜRGERINITIATIVE IM MITTELRHEINTAL GEGEN UMWELTSCHÄDEN DURCH DIE BAHN E.V.: Stoppt den Bahnlärm. Kamp-Bornhofen seit 2012a: <http://www.bahnlaerm-mittelrhein.de> (13.05.2016).
- BÜRGERINITIATIVE IM MITTELRHEINTAL GEGEN UMWELTSCHÄDEN DURCH DIE BAHN E.V.: Presse seit 2012. Kamp-Bornhofen seit 2012b: <http://www.bahnlaerm-mittelrhein.de/index.php/presse1> (13.05.2016).
- BÜRGERINITIATIVE IM MITTELRHEINTAL GEGEN UMWELTSCHÄDEN DURCH DIE BAHN E.V.: Facebook. Gemeinnützige Organisation. Kamp-Bornhofen seit 2012c: <https://www.facebook.com/Rheintal21?ref=stream> (13.05.2016).
- BÜRGERINITIATIVE PROBRÜCKE E.V.: Für eine starke Region. Sankt Goarshausen seit 2011: <http://www.probruecke.de/> (13.05.2016).
- BÜRGERINITIATIVE PRO RHEINTAL E. V. Boppard o. J.: https://www.pro-rheintal.de/aktuelles_news_rheintal.html (13.05.2016).

- BÜRGERINITIATIVE RHEINPASSAGEN: St. Goarshausen o. J.: http://www.mittelrhein-bruecke.de/die_buergerinitiative/ (13.05.2016).
- DEUTSCHES PATENT- UND MARKENAMT: Suchanfrage: Welterbe. München Stand 2016: <https://register.dpma.de/DPMAREgister/marke/einsteiger> (03.06.2016).
- DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS E. V.: Presse-Information. Marketingmaßnahmen zum Themenjahr 2014. Frankfurt a. M. 10. Dezember 2013: www.unesco-welterbe.de/asset-file_52b025204e9fc48510000004_0f0.pdf (03.06.2016).
- DFG-RESEARCH UNIT ON CULTURAL PROPERTY: Interdisziplinäre Forschergruppe zu Cultural Property. DFG Forschergruppe 772. Göttingen 2016: <http://cultural-property.uni-goettingen.de/de/> (05.12.2015).
- DFG-RESEARCH UNIT ON CULTURAL PROPERTY : Publikationen. Göttinger Studien zu Cultural Property. Göttingen 2018: <http://cultural-property.uni-goettingen.de/de/publications/> (09.08.2018).
- DIE LANDESREGIERUNG RLP: Kultur, Freizeit, Sport und Tourismus. Mainz o. J.: http://daten.rlp.de/group/kultur_freizeit_sport_tourismus (29.02.2016).
- DIENSTLEISTUNGSZENTREN LÄNDLICHER RAUM RHEINLAND-PFALZ: Mittelrheinkirschen – Ein Projekt der ländlichen Bodenordnung Rheinland-Pfalz. Bad Kreuznach o. J.: http://www.dlr.rlp.de/Internet/global/inetcentr.nsf/dlr_web_full.xsp?src=2X570NB122&p1=6G7WB8852J&p3=SL0LBX90ZY&p4=R0583314L0 (03.06.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Kultur und Natur. Bonn 2018: <https://www.unesco.de/kultur-und-natur> (09.08.2018).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Welterbestätten in Deutschland. Bonn Stand 25.05.2016a: <http://www.unesco.de/welterbe-deutschland.html> (25.05.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Bundesweites Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes. Bonn Stand 25.05.2016b: <http://www.unesco.de/kultur/immaterielles-kulturerbe/bundesweites-verzeichnis.html> (25.05.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Welterbeliste. Bonn Stand 17.07.2016c: <http://www.unesco.de/kultur/welterbe/welterbestaetten/welterbeliste.html> (25.07.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Jahresbericht 2015. Bonn 2015: http://www.unesco.de/fileadmin/medien/Dokumente/Bibliothek/DUK_Jahresbericht_2015.pdf (13.05.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Nachhaltiger Tourismus an deutschen Welterbestätten. Jahrestagung der UNESCO-Welterbestätten in Würzburg. Bonn Oktober 2012: <http://www.unesco.de/kultur/2012/uho-1012-tagung-welterbeverein.html> (13.05.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Mitmachen beim UNESCO-Welterbetag 2011a. „Faszination Welterbe“. Bonn 2011: http://www.unesco.de/uho_0311_welterbetag.html (13.05.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Leitfaden zur Nutzung des Namens und Akronyms der UNESCO und des Welterbelogos durch die Welterbestätten in Deutschland. Bonn 14. 11. 2011b: <http://www.unesco.de/5231.html> (13.05.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Jahrestagung der deutschen UNESCO-Welterbestätten. Bonn 2008: <http://www.unesco.de/kultur/bis-2009/uho-10-2008-welterbetagung.html> (13.05.2016).

- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Immaterielles Kulturerbe in der Arbeit der UNESCO: neue Aufgaben, neue Herausforderungen. Ergebnisse einer Fachkonsultation zum UNESCO-Übereinkommen zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes. Bonn 2007a: <http://www.unesco.de/kultur/immaterielles-kulturerbe/in-deutschland/memorandum-2006.html> (28.11.2015).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Ausstellung „Vereinskultur im UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal“. Bonn 2007b: <http://www.unesco.de/1403.html> (13.05.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Lübecker Erklärung. Bonn 2007c: <http://www.unesco.de/infothek/dokumente/konferenzbeschluesse/luebecker-erklaerung.html> (09.04.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): UNESCO-Welterbe in Deutschland. Resolution der 66. Hauptversammlung der Deutschen UNESCO-Kommission. Bonn 2006. <https://www.unesco.de/infothek/dokumente/resolutionen-duk/reshv66.html> (09.04.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): UNESCO-Welterbetag. Bonn seit 2005: <http://www.unesco.de/welterbetag.html> (09.04.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Übereinkommen zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes. Bonn 2003: <http://unesco.de/ike-konvention.html> (28.11.2015).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal. Bonn 2002b: <http://www.unesco.de/kultur/welterbe/welterbe-deutschland/oberes-mittelrheintal.html> (29.02.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Allgemeine Erklärung zur kulturellen Vielfalt. Bonn 2002a: <http://www.unesco.de/infothek/dokumente/unesco-erklaerungen/erklaerung-vielfalt.html> (28.11.2015).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): The Power of Culture – Aktionsplan über Kulturpolitik für Entwicklung. Bonn 1998: <http://www.unesco.de/infothek/dokumente/konferenzbeschluesse/power-of-culture.html> (01.12.2015).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Erklärung von Mexiko-City über Kulturpolitik. Weltkonferenz über Kulturpolitik 1982. Bonn o. J.(1982): <http://www.unesco.de/2577.html> (28.11.2015).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Übereinkommen zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt. In: Bundesgesetzblatt, Jahrgang 1977, Teil II, Nr. 10. Bonn o. J. (1977): <http://www.unesco.de/infothek/dokumente/uebereinkommen/welterbe-konvention.html> (09.04.2016).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Über die UNESCO. Bonn o. J.a: <http://www.unesco.de/ueber-die-unesco/ueber-die-unesco.html> (28.11.2015).
- DUK (Deutsche UNESCO-Kommission e.V.): Fragen und Antworten zum Welterbe. Bonn o. J.b: <https://www.unesco.de/kultur/welterbe/welterbe-fragen-und-antworten.html> (28.11.2015).
- DU WEIßT, DU KOMMST VOM MITTELRHEIN, WENN...: Facebook. Öffentliche Gruppe. Boppard u.a. seit 2015: <https://www.facebook.com/groups/1408400362821267/> (09.08.2018).
- DEUTSCHMANN, UWE: Vision stilles Rheintal. Der Traum von Ruhe am Mittelrhein soll Wirklichkeit werden. Rheineck seit 2010: <http://visionstillesrheintal.wordpress.com/about/> (13.05.2016).

- DIE BEAUFTRAGTE DER BUNDESREGIERUNG FÜR KULTUR UND MEDIEN; DEUTSCHES ZENTRUM KULTURGUTVERLUSTE: Kulturgutschutz Deutschland. Bonn Stand 2015: http://www.kulturgutschutz-deutschland.de/DE/0_Home/0_home_node.html (28.11.2015).
- ECHTZEITMEDIA GMBH: Virtuelle Zeitreise durch das Obere Mittelrheintal. Güntersleben/ Würzburg 05.11.2010: <http://www.echtzeitmedia.de/nachrichten.php?id=18> (07.04.2013).
- EUBAM (interministerielle Bund-Länder-Arbeitsgruppe zu europäischen Angelegenheiten für Bibliotheken, Archive, Museen und Denkmalpflege): kulturerbe-digital.de. o. A.: <http://www.kulturerbe-digital.de/> (05.12.2015).
- EUROPA-UNIVERSITÄT VIADRINA: Masterstudiengang Schutz Europäischer Kulturgüter/ European Cultural Heritage. Frankfurt a. d. Oder o. J. <http://www.kuwi.eu-frankfurt-o.de/de/studium/master/sek/index.html#> (05.12.2015).
- EUROPARAT: Rahmenkonvention des Europarates über den Wert des Kulturerbes für die Gesellschaft. Strasbourg 2005: <http://www.coe.int/de/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/199> (28.11.2015).
- EUROPARAT: Details zum Vertrag-Nr.176. Europäisches Landschaftsübereinkommen. Strasbourg 2000: <http://www.coe.int/de/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/176> (06.04.2016).
- EUROPEAN COMMISSION: European Heritage Label. O. O. Stand 27.05.2016: <https://ec.eu-rope.eu/programmes/creative-europe/actions/european-heritage-label.en> (27.05.2016).
- FEDERHEN, PATRICK: Facebook Mittelrhein. Orts-/Reisewebsite. Damscheid seit 2013: <https://de-de.facebook.com/Mittelrhein.de> (13.05.2016).
- FEDERHEN, PATRICK: Mittelrhein.de. Damscheid seit 2011: <http://mittelrhein.de/blog/> (13.05.2016).
- FLICKR/STEFAN NIEMEYER: WELTERBEBOTE: O. O. seit 2010: <https://www.flickr.com/photos/welterbebote/> (13.05.2016).
- FORUM EHRENAMT: Protokoll des 1. Treffens. St. Goarshausen 04.07.2013: http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/fileadmin/dokumente/PDF/130704_Protokoll_1.Forum.pdf (13.05.2016).
- GENERALDIREKTION KULTURELLES ERBE RLP: Denkmalschutzgesetz. Mainz Stand 26.11.2008: <http://download.gdke-rlp.de/texte/denkmalschutzgesetz-20101004.pdf> (13.05.2016).
- HERMANN, RITA UND WILHELM: Mittelrhein-Blog. Oberwesel seit 2007: <http://www.mittelrhein-blog.de/> (13.05.2016).
- HERMANN, WILHELM UND RITA: Mittelrhein Paketreisen. Oberwesel a. Rh. seit 2002: <http://www.mittelrhein-paketreisen.de/> (13.05.2016).
- HESSISCHER LANDTAG: Landtagsinformationen. Wiesbaden o. J.: <http://starweb.hessen.de/starweb/LIS/registerwebseite.htm> (09.04.2016).
- HESSISCHES STATISTISCHES LANDESAMT: Hessische Gemeindestatistik 2015. Stand 2016: <http://www.statistik-hessen.de/publikationen/download/496/> (24.02.2016).
- HEUSS-ADENAUER SCHULZENTRUM OBERWESEL: Die UNESCO-AG. Oberwesel seit 2007: <http://sz-oberwesel.de/pages/realschule/unesco/arbeitsgemeinschaft.php> (13.05.2016).
- HOFFMANN, HELMUT: Ferienwohnung Hoffmann in Prath. Prath o. J.: <http://www.hoffmannprath.de> (13.05.2016).

- HOFFMANN, SIGRUN: Ferienwohnung Hoffmann. Prath seit 2010: <http://www.ferienwohnung-rheinhoehenweg.de/> (13.05.2016).
- HOFMANN-GÖTTIG, JOACHIM: Kulturlandschaft Mittelrheintal von Bingen/Rüdesheim bis Koblenz (Oberes Mittelrheintal). Antrag zur Aufnahme in die Welterbeliste der UNESCO. Mainz 2000: http://www.welterbe-mittelrheintal.de/fileadmin/images/themen/dastal/unesco/download/unesco_antrag_deutsch.pdf (04.04.16).
- HOTEL RESTAURANT WEINHAUS WEILER: Gastgeber. Boppard o. J.a: http://www.weinhaus-weiler.de/hotel_gastgeber.php (04.03.2016).
- HOTEL RESTAURANT WEINHAUS WEILER: Welterbemenu. Boppard o. J.b: http://www.weinhaus-weiler.de/kuli_welterbemenue.php (04.03.2016).
- ICOMOS DEUTSCHES NATIONALKOMITEE E.V.: ICOMOS begrüßt Scheitern des Brückenprojekts im Oberen Mittelrheintal. Berlin 01.08.2010: <http://www.icomos.de/archiv-bulletins.php> (13.05.2016).
- ICOMOS DEUTSCHES NATIONALKOMITEE E.V.: Brückenprojekt gefährdet das Welterbe Oberes Mittelrheintal. Berlin 23.07.2010: <http://www.icomos.de/archiv-bulletins.php> (13.05.2016).
- ICOMOS: Rhine Valley (Germany). No 1066. O. O. 2002: http://whc.unesco.org/archive/advisory_body_evaluation/1066.pdf (09.04.2016).
- IHK KOBLENZ: IHK-HwK-Unternehmerumfrage: Wirtschaft pocht auf Mittelrheinbrücke. Koblenz 2015: http://www.ihk-koblenz.de/servicemarken/medien_und_oeffentlichkeitsarbeit/pressemitteilungen/Umfrage-Mittelrheintal/2762296 (13.05.2016).
- INITIATIVE BAUKULTUR: Initiative Baukultur für das Welterbe Oberes Mittelrheintal. Koblenz 2012: <http://sgdnord.typo3cms02.rlp.de/fileadmin/sgdnord/WOM/Projektuebersicht.pdf> (13.05.2016).
- INITIATIVE BAUKULTUR: Arbeitsgruppe 3 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Koblenz 2005: <http://www.baukultur-mittelrheintal.de/Download/050421-FK1/Bericht-AG3-Kommunikation.pdf> (13.05.2016).
- INITIATIVE REGION MITTEL RheIN E.V.: Koblenz seit 2001: <http://www.region-mittelrhein.de> (13.05.2016).
- INSTITUTE FOR URBAN AND TRANSPORT PLANNING OF RWTH AACHEN; MINISTRY OF ECONOMY, TRAFFIC, AGRICULTURE AND VITICULTURE, YOUTH AND CULTURE, RHINELAND-PALATINATE: Comments of ICOMOS Germany on the “Independent Evaluation of the Visual Impact of the Planned Rhine Bridge between Wellmich and Fellen on the Integrity of World Heritage Property ‘Upper Middle Rhine Valley’”. Aachen 2010: http://www.icomos.de/pdf/100420ICOMOS_statement_VisualImpact.pdf (13.05.2016).
- INTERESSENGEMEINSCHAFT DER MITTEL RheIN MOMENTE: Willkommen im Welterbe. St. Goar seit 2012: <http://mittelrheinmomente.de/willkommen-am-mittelrhein/> (04.03.2016).
- INTERGOVERNMENTAL COMMITTEE FOR THE PROTECTION OF THE WORLD CULTURAL AND NATURAL HERITAGE: Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention. WHC- WHC 11/01. Paris 2011: <http://whc.unesco.org/archive/opguide11-en.pdf> (07.04.2016).
- INTERGOVERNMENTAL COMMITTEE FOR THE PROTECTION OF THE WORLD CULTURAL AND NATURAL HERITAGE: Provisional Revision: Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention WHC 02/2. Paris 2002: <http://whc.unesco.org/archive/opguide02.pdf> (07.04.2016).

INTERGOVERNMENTAL COMMITTEE FOR THE PROTECTION OF THE WORLD CULTURAL AND NATURAL HERITAGE: Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention. WHC-97/2. Paris 1997: <http://whc.unesco.org/archive/opguide97.pdf> (07.04.2016).

ISSUU.COM: Welterbebote. O. O. 2014: <https://issuu.com/search?q=welterbe+bote> (04.03.2016).

JA ZUR MITTELRHEINBRÜCKE: Facebook Gemeinschaft. O. O. seit 2011: <https://de-de.facebook.com/JAzurMittelrheinbruecke> (13.05.2016).

JOURNAL OF HERITAGE TOURISM: London seit 2006: <http://www.tandf.co.uk/journals/rjht> (04.02.2016).

KÖGELREISEN E.K.: Reisen zum Unesco-Welterbe. Berlin Stand 2016: <http://www.koegelreisen.de/+-Studienreisen-zu-UNESCO-+.html> (04.03.2016).

KOOS, BERTHOLD: Gästezimmer–Haus Koos. Patersberg seit 2012: <http://www.koos-online.de/> (13.05.2016).

KUGEL’S BACKWELT GMBH: Stollen. Lahnstein seit 2008: <http://www.kugels-backwelt.de/sortiment/stollen/> (03.02.2017).

LAND HESSEN. Wiesbaden o. J.: <http://www.hessen.de/> (13.05.2016).

LANDTAG RHEINLAND-PFALZ: Volltextsuche „Oberes Mittelrheintal“. Mainz 2016: <http://www.landtag.rlp.de/Startseite/broker> (13.05.2016).

LERNIDEE ERLEBNISREISEN GMBH: UNESCO-Welterbe-Reisen. Berlin Stand 2016: <https://www.lernidee.de/de/erlebnisreisen/unesco-welterbe-reisen.html> (04.03.2016).

LORELEY-INFO: Bürgerbeteiligung am Masterplan Welterbe Oberes Mittelrheintal. St. Goar 2011: <http://www.loreleyinfo.de/rhein/mittelrheinbruecke/2012-01-24-buergerbeteiligung-masterplan-welterbe-oberes-mittelrheintal-workshops.php> (13.05.2016).

MARKENVERBAND E.V. Berlin o. J. www.markenverband.de (09.02.2016).

MINISTERIUM DES INNERN, FÜR SPORT UND INFRASTRUKTUR RHEINLAND-PFALZ: Bahnärm-Konferenz: Schneller leiser im Mittelrheintal. Mainz 16.06.2014: <https://isim.rlp.de/de/service/pressemitteilungen/detail/news/detail/News/bahnlaerm-konferenz-schneller-leiser-im-mittelrheintal/> (13.05.2016).

MINISTERIUM FÜR UMWELT, LANDWIRTSCHAFT, ERNÄHRUNG, WEINBAU UND FORSTEN RHEINLAND-PFALZ: Mainz o. J.: http://mulewf.rlp.de/fileadmin/mufv/img/inhalte/laerm/ZfL_Bahnindex.pdf (13.05.2016).

MITTELRHEIN INFO-TAFEL: Facebook. Öffentliche Gruppe. Bacharach seit 2011: <https://www.facebook.com/groups/231836180192435/> (09.08.2018).

MITTELRHEIN-RAFTING: Wir vom Mittelrhein-Rafting... Kaub o. J.: <http://www.mittelrhein-rafting.de/> (04.03.2016).

NETZWERK „WELTERBEGASTGEBER“: Gastfreundschaft am Mittelrhein. Angebote, Netzwerk und Regionalmarke. Bacharach 2007: <http://www.welterbegastgeber.de/index.htm> (04.03.2016).

NORDDEUTSCHER RUNDfunk: Unbekanntes Welterbe: Oberharzer Wasserregal. Hamburg 01.06.2012: http://www.ndr.de/ratgeber/reise/harz_suedniedersachsen/Unbekanntes-Welterbe-Oberharzer-Wasserregal,oberharzerwasserregal100.html (04.03.2016).

OECD: The Impact of Culture on Tourism. German translation. Paris 2009: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42179494.pdf> (30.04.2016).

- OFFERMANS-RADEMAKERS, SAMMY UND THEO: Mühle Braun–Ferienhaus und Ferienwohnung im Unesco Welterbe Oberes Mittelrheintal. Sankt Goarshausen seit 2008: <http://www.muehlebraun.eu/> (13.05.2016).
- OTTES, KARL; BECKER, HANS-JOACHIM: Die Initiative Baukultur Mittelrheintal als Baustein der zukünftigen Entwicklung des Welterbegebietes. Lorch a. Rh. 2005: <http://www.baukultur-mittelrheintal.de/Download/050216-AuftaktVA/Teil-1-Einfuehrung.pdf> (13.04.2016).
- PETEREIT, REINHOLD: Willkommen im Rheinland. Tal der Loreley. Welterbe. Boppard o. J.: <http://www.mittelrhein-kulturerbe.de/> (13.05.2016).
- PRO RHEINTAL E.V.: Auswertung der Fragebögen zur Bundestagswahl 2013. Boppard 2013: https://www.pro-rheintal.de/aktuelles_bundestagswahl-2013.html (13.05.2016).
- PRO RHEINTAL E.V.: Anhörung zum Gesetzentwurf. Betreffend die Abschaffung des Schienenbonus. Boppard 8. 11 2012: http://www.schienenlaerm.de/fileadmin/bvs/dateien/pdf/moe_bonu1211_gross.pdf (13.05.2016).
- PRO RHEINTAL E. V.: Boppard seit 2009: https://www.pro-rheintal.de/aktuelles_news_rheintal.html (13.05.2016).
- RAABE, RONALD: Veranstaltungsmanagement Oberes Mittelrheintal. Mittelrhein-Touren. Bacharach a. Rh. seit 2009: <http://mittelrheintour.wordpress.com/> bzw. <http://www.vmm-weltkulturerbe.de/> (13.05.2016).
- REISESERVICE DEUTSCHLAND GMBH: Mit RSD zum Welterbe der UNESCO. München 2013: <https://www.rsd-reisen.de/news/2013-06-05/mit-rsd-zum-welterbe-der-unesco/> (04.03.2016).
- R(H)EINGEBLÄTTERT: Zeitung des Welterbes Oberes Mittelrheintal. Lippstadt 2015: www.rheingeblättert.de (02.03.2016).
- RHEINISCHER VEREIN FÜR DENKMALPFLEGE UND LANDSCHAFTSSCHUTZ: Rheintalcharta. Köln o. J.: http://www.rheinischer-verein.de/media/themen/projekte/weltkulturerbe_mittelrhein/Rheintal_Charta.pdf (02.03.2016).
- RHEINLAND-PFALZ: Die Landesregierung. Mainz o. J.: <http://www.rlp.de/> (09.04.2016).
- RHEINLAND-PFALZ: Die Landesregierung: Kultur, Freizeit, Sport und Tourismus. Mainz 2016: http://daten.rlp.de/group/kultur_freizeit_sport_tourismus (09.04.2016).
- RHEINLAND-PFALZ/ Landesamt für Umwelt: Schienenverkehrslärm. Mainz Stand 13.05.2016: <http://www.lfu.rlp.de/Aufgaben/Gewerbeaufsicht/Laerm/Schienerverkehrslaerm/> (13.05.2016).
- REINLAND-PFALZ/ Ministerium für Umwelt, Energie, Ernährung und Forsten: Lärmbelastungen. Mainz o. J.: <https://mueef.rlp.de/ar/themen/umweltschutz-umwelt-und-gesundheit/laerm/laermbelastung/> (13.05.2016).
- RHEINLAND-PFALZ/ Statistisches Landesamt: Mein Dorf, meine Stadt. Mainz o. J.: <http://www.infothek.statistik.rlp.de/neu/MeineHeimat/meineGemeinde.aspx> (13.05.2016).
- RHEINLAND-PFALZ/ Statistisches Landesamt :Tourismus-Bilanz 2015: Neues Rekordergebnis. Erstmals mehr als 25 Millionen Übernachtungen. Mainz 22.02.2016: <http://www.statistik.rlp.de/einzelansicht/archive/2016/february/article/tourismus-bilanz-2015-neues-rekordergebnis/> (09.04.2016).
- RHEINLAND-PFALZ/ Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord. Koblenz Stand 13.05.2012: <http://sgdnord.rlp.de/aktuelles/presse/welterbe-oberes-mittelrheintal/> (13.05.2012).

- RHEINLAND-PFALZ TOURISMUS GMBH: Rheinsteig weiterhin auf Erfolgskurs. Koblenz 5. Oktober 2012: <http://rlp.tourismusnetzwerk.info/2012/10/05/rheinsteig-weiterhin-auf-erfolgskurs/> (09.04.2016).
- RHEINLAND-PFALZ/ Die Landesregierung: Nachts weniger Bahnlärm möglich. Mainz 06.03.2014: <https://www.rlp.de/de/aktuelles/einzelansicht/news/detail/News/nachts-weniger-bahnlaerm-moeglich/> (13.05.2016).
- RHEINLAND-PFALZ UND HESSEN (HG.): Resolution gegen Bahnlärm im Mittelrheintal der Länder Hessen und Rheinland-Pfalz in Zusammenarbeit mit Bürgerinitiativen. Wiesbaden u. Mainz im Dezember. 2012 https://wirtschaft.hessen.de/sites/default/files/HMWVL/resolution_h-rlp_bahnlaerm.pdf (13.05.2016).
- RHEINTAL-SHOP.DE: Welterbe Oberes Mittelrheintal. Koblenz o. J.: <http://www.rheintalshop.de/Welterbe-Oberes-Mittelrheintal/> (13.05.2016).
- RHEIN-ZEITUNG. Koblenz o. J.: <http://www.rhein-zeitung.de/startseite.html> (13.11.2015).
- RÖNNEPER, HEINO: Forum Mittelrheintal e.V. Bacharach 2012: <http://www.mittelrheinforum.de/home.html> (26.06.2012).
- SCHIEFERWERK BACHARACH GMBH. Bacharach o. J. www.schiefermehl.de (14.11.2011).
- SCHWEIZERISCHE EIDGENOSSENSCHAFT/ BUNDESAMT FÜR VERKEHR BAV: NEAT - Neue Eisenbahn-Alpentransversale. Bern 2015: <https://www.bav.admin.ch/bav/de/home/themen/alphabetische-themenliste/neat.html> (13.05.2016).
- SCHWEIZER, MARTIN; GNÄDINGER, MARTIN: Presse zum Ausbau der Rheintalbahn. Kein Bock auf Bahnlärm. O. O. seit 2013: <https://rheintalbahn.wordpress.com/tag/mittelrheintal/> (13.05.2016).
- SEKRETARIAT FÜR DAS WELTERBE IN RLP: Welterbe Oberes Mittelrheintal Presse. Mainz Stand 2013: <http://www.welterbe-mittelrheintal.de/index.php?id=222&L=0> (13.05.2016).
- SEKRETARIAT FÜR DAS WELTERBE IN RLP: Welterbe Oberes Mittelrheintal. Mainz seit 2005: <http://www.welterbe-mittelrheintal.de/intro.html> (09.04.2016).
- SIEF (SOCIÉTÉ INTERNATIONALE D'ETHNOLOGIE ET DE FOLKLORE); MUSÉE NATIONAL DES CIVILISATIONS DE L'EUROPE ET DE LA MÉDITERRANÉE (HG.): Entre autres. Rencontres et conflits en Europe et en Méditerranée. 8e conférence de la Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore/ 3e conférence de l'Association d'Anthropologie Méditerranéenne. Marseille 2004: <http://www.siefhome.org/downloads/publications/elibrary/document-cd.pdf> (28.05.2016).
- SPANG, ROLF: Kolloquium. Der Mittelrhein – Weinbaugebiet mit Vergangenheit. Auch mit Zukunft? Flußlandschaften als Welterbe: Loire – Mittelrhein. Koblenz 01.07.2004: http://www.rlb.de/Profil/welterbe/Welterbe-Kolloquium_Spang.pdf (25.02.2016).
- SPREADSHIRT: Pro Seilbahn! Contra Titel! Leipzig 2013: <http://www.spreadshirt.de/konblenz-pro-seilbahn-contra-titel-t-shirts-C4408A24756837> (04.03.2016).
- STADT LORCH A. RH.; STADT RÜDESHEIM A. RH. (HG.): Baufibel. Boppard 2005: <http://www.baukultur-mittelrheintal.de/Baufibel/Baufibel.htm> (13.05.2016).
- STADTVERWALTUNG BOPPARD; TOURIST INFORMATION: Willkommen im UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal. Boppard O. J.: <http://www.boppard-tourismus.de/19-0-UNESCO-Welterbe.html> (09.04.2016).
- ST. GOAR TOURIST INFORMATION: Kiosk am Fährparkplatz wird welterbeverträglich gestaltet. St. Goar 30.04.2009: <http://www.st-goar.de/981-0-kiosk-am-faehrparkplatz-wird-welterbevertraeglich-gestaltet.html> (09.04.2016).

- STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ: Mein Dorf, meine Stadt. Stand 2016a: <http://www.infothek.statistik.rlp.de/neu/MeineHeimat/meineGemeinde.aspx> (24.02.2016).
- STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ: Tourismusbilanz 2015. Mainz 2016b: <http://www.statistik.rlp.de/einzelansicht/archive/2016/february/article/tourismus-bilanz-2015-neues-rekordergebnis/> (25.02.2016).
- TALETEKK UG: Rheintour Blog. Interessantes und Spannendes zum Mittelrheintal und zur Rheintour App. Darmstadt seit 2015: <http://rheintour.info/das-mittelrheintal/> (13.05.2016).
- UNESCO ICH (SECTION OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE): Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of Best Safeguarding Practices. Paris May 2016: <http://www.unesco.org/culture/ich/en/lists/> (27.05.2016).
- UNESCO: World Protecting Our Heritage and Fostering Creativity. Paris 2018: <https://en.unesco.org/themes/protecting-our-heritage-and-fostering-creativity> (09.08.2018).
- UNESCO: World Heritage and Sustainable Tourism Programme. Action Plan 2013-2015. Paris 2012: <http://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-669-6.pdf> (13.11.2015).
- UNESCO: Global Strategy. Paris Stand 2009: <http://whc.unesco.org/en/globalstrategy> (27.05.2016).
- UNESCO: Cultural Tourism. To create a discerning type of tourism that takes account of other people's cultures. Paris 2008: http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=36700&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (28.11.2015).
- UNESCO: Yamato Declaration on Integrated Approaches for Safeguarding Tangible and Intangible Cultural Heritage. International Conference on the Safeguarding of Tangible and Intangible Heritage. Organized by the Japanese Agency for Cultural Affairs and UNESCO. 20-23 October 2004. Nara 2004: http://portal.unesco.org/culture/en/files/23863/10988742599Yamato_Declaration.pdf/Yamato_Declaration.pdf (01.12.2015).
- UNESCO: File 1066. Upper Middle Rhine Valley. Paris 2002: <http://whc.unesco.org/uploads/nominations/1066.pdf> (28.11.2015).
- UNESCO: Records of the General Conference. Resolutions 31/1. Paris 15.10-03.11.2001: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001246/124687e.pdf#page=67> (28.11.2015).
- UNESCO: World Heritage o. J.a: <http://whc.unesco.org/en/about/> (09.04.2016).
- UNESCO: Upper Middle Rhine Valley o. J.b: <http://whc.unesco.org/en/list/1066> (09.04.2016).
- UNESCO: Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme. o. J.c: <http://whc.unesco.org/en/tourism/> (09.04.2016).
- UNESCO WELTERBESTÄTTEN DEUTSCHLAND E.V: Der Verein. Quedlinburg 2012: <http://www.unesco-welterbe.de/de/der-verein/ueber-uns#.V1puIXlf3cs> (09.04.2016).
- UNIVERSITÄT PADERBORN: MASTERSTUDIENGANG KULTURERBE: Paderborn o. J. <http://kw.uni-paderborn.de/institute-einrichtungen/historisches-institut/materielles-und-immaterielles-kulturerbe-unesco/masterstudiengang-kulturerbe/> (05.12.2015).
- UNWTO (WORLD TOURISM ORGANIZATION): Why tourism. Madrid 2016: <http://unwto.org/en/content/why-tourism> (25.02.2016).
- VEREIN FÜR DIE GESCHICHTE DER STADT BACHARACH UND DER VIERTÄLER E. V.: Geschichte bewahren... Bacharach seit 2010: <http://www.geschichtsverein-bacharach.de/> (13.05.2016).
- VETTERS, KATRIN: Häuser Menschen Abenteuer. Schlangenbad u. St. Goarshausen seit 2013: <http://katrinveters.de/tag/welterbe-oberes-mittelrheintal/> (13.05.2016).

- WELTERBE-REISEN GMBH: Welterbe-Reisen. Mundo cultura et natura. Berlin Stand 2017: <http://www.welterbe-reisen.com/> (31.01.2017).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): Documents of past statutory meetings, Resolutions, Decisions, Committee Reports, General Assembly Summary Records, Photos, Mission Reports, etc. Paris 2016a: <http://whc.unesco.org/en/documents/> (11.04.2016).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): Cultural landscapes. Paris 2016b: <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/#1> (02.03.16).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): The Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention. Paris 2015: <http://whc.unesco.org/en/guidelines/> (27.05.2016).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention WHC. Paris 02/2005: <http://whc.unesco.org/archive/op-guide05-en.pdf> (11.04.2016).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): Cairns Decision. Cairns 2003: <http://whc.unesco.org/en/cairns/> (11.04.2016).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): Decision. CONF 202/9. Budapest Declaration On World Heritage, Art. 4d. Budapest 2002: <http://whc.unesco.org/en/decisions/1217/> (28.11.2015).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): REPORT. Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage. Twenty-fourth session. Cairns 27.11.–2.12.2000: <http://whc.unesco.org/archive/2000/whc-00-conf204-21e.pdf> (28.06.2012).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): WHC-99/CONF.206/7. Twelfth general assembly of states parties to the convention concerning the protection of the World Cultural and Natural Heritage. Paris 8.11.1999: <http://whc.unesco.org/archive/1999/whc-99-conf206-7e.pdf> (28.11.2015).
- WHC (UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE): World Heritage. Paris seit 1992: <http://whc.unesco.org/en/about/> (27.05.2016).
- WORLD HERITAGE COMMITTEE: Decisions adopted by the 26th session of the World Heritage Committee. Budapest 2002: <http://whc.unesco.org/archive/2002/whc-02-conf202-25e.pdf> (09.04.2016).
- WANDERMAP.NET/ WELTERBEBOTE: ROUTE COLLECTION OF WELTERBEBOTE_MITTEL RheIN: o. A.: http://www.wandermap.net/en/user/welterbebote_mittelrhein/favorites (09.04.2016).
- WEINANDY, RENÉ (UMWELTBUNDESAMT): Möglichkeiten zur Minderung des Schienenverkehrslärms. o. O. 2014: Vgl. http://www.wissenschaftsdebatte.de/wp-content/uploads/2014/02/140214_2_Weinandy_Wissenschaftsdebatte.pdf (13.05.2016).
- WEYER, ANGELA: Welterbe als "Lokomotive für den Denkmalschutz". Resümee einer ICOMOS-Tagung zum Weltkulturerbe in Deutschland. Bonn 2006: <http://www.unesco.de/890.html> (11.04.2016).
- YOUTUBE/ SCHWARZ, ROLF-ERICH: Welterbebote. Seit 2012: <https://www.youtube.com/user/welterbebote> (13.05.2016).
- ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTEL RHEINTAL: Mittelrhein-Kirschen. Vielfalt erleben!. St. Goarshausen o. J.: <http://mittelrheinkirschen.welterbe-mittelrhein.de/6105/> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Aufwertung und Gestaltung der Rheinufer - Das Projekt R(h)ein-Blicke. St. Goarshausen 2015: <http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/index.php?id=rhein-blicke> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Forum Ehrenamt. St. Goarshausen 2013: <http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/index.php?id=138> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Welterbe-Rose „Zauber der Loreley“. St. Goarshausen 2012: <http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/index.php?id=zauberderlorey> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Welterbeportal. Seit 2011: <http://welterbe-mittelrhein.de/> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Neue Produkte lenken Aufmerksamkeit aufs Welterbe Mittelrhein. 01.06.2010: http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/index.php?id=21&tx_ttnews%5Btt_news%5D=106&cHash=bb8e6bfd4480281d5d5a01931966b53f (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Facebook Welterbe Bote Mittelrhein. Orts-/Reisewebsite. St. Goarshausen seit 2009: <https://www.facebook.com/Welterbebote.Mittelrhein> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Bahnhofspaket Mittelrhein. St. Goarshausen 2007b: <http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/uploads/media/Steckbrief-Bahnhofspaket.pdf> (13.05.2016)

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Logo für Welterbe-Tal ist 67 Kilometer lang. St. Goarshausen 14.07.2006: http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/index.php?id=21&tx_ttnews%5Btt_news%5D=22&cHash=929d25ff076f42d3f062416174cd1c54 (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Verbandsordnung. Bekanntmachung. Trier 2005a. <http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/index.php?id=15> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Handlungsprogramm Welterbe Oberes Mittelrhein. 2006 bis 2011. St. Goarshausen 2005b: <http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de/fileadmin/dokumente/PDF/handlungsprogramm.pdf> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: UNESCO Welterbe Oberes Mittelrhein. St. Goarshausen seit 2005: <http://www.welterbe-oberes-mittelrheintal.de> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL/ TWITTER: Welterbe Mittelrhein @welterbebote. Seit 2009: <https://twitter.com/welterbebote/> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL/ WELTERBE-ATLAS. St. Goarshausen seit 2010: <http://www.welterbe-atlas.de/startseite/> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL/ WELTERBEBOTE: Welterbebote. Pdf. O. A.: <http://news.welterbebote.de/> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL/ WELTERBEBOTE: Welterbebote: St. Goarshausen seit 2010: <http://www.welterbe-geschichten.de> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL/ WELTERBE GÄSTEFÜHRER: Welterbe Gästeführer im Oberen Mittelrhein. St. Goarshausen seit 2008: <http://gaestefuehrer.welterbe-mittelrhein.de/> (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL/ WELTERBE-GASTGEBER: Die Welterbe-Gastgeber heißen Sie herzlich Willkommen im Welterbe Oberes Mittelrheintal! St. Goarshausen o. J: www.welterbe-gastgeber.de (13.05.2016).

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL/ WELTERBE-GASTGEBER: Welterbe - Gastgeber: Die Zertifizierungskriterien.: St. Goarshausen 2007: <http://www.zv-welterbe.de/uploads/media/Welterbegastgeber-Zertifizierungskriterien.pdf> (13.05.2016).

10.4 Berichterstattung

ALLGEMEINE ZEITUNG MAINZ: Leserbrief zu Bahnlärm. Unerträglich. 28.02.2012.

ALLGEMEINE ZEITUNG MAINZ: Auf Mittelrheintal rollt noch mehr Lärm zu. 16.10.2010.

ALLGEMEINE ZEITUNG: Geplante Mittelrhein-Brücke kommt wahrscheinlich erst viel später. 06.05.2009.

ALLGEMEINE ZEITUNG MAINZ: Diskussionen über Welterbe. 12.05.2005.

ALLGEMEINE ZEITUNG: „Die Region muss sich auf ihre Stärken besinnen“. 08.02.2001.

ALLGEMEINE ZEITUNG: Bald Siegel der Einmaligkeit? 05.02.2001.

BILD: Und das Mittelrheintal wird schon 2002 Weltkulturerbe. 10.03.2001.

BLICK AKTUELL: Große Freude in Koblenz: Seilbahn bleibt. 19.06.2013.

DER TAGESSPIEGEL: Die Felsen schroffer, die Gegend wilder. 02.06.2001.

DEUTSCHLANDFUNK: Unesco-Welterbe. Frust über Windrad-Verbot im Tal der Loreley. 05.11.2013.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: Rhein-Seilbahn darf bis 2026 bleiben. 19.06.2013.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: Seilbahn könnte Welterbestatus gefährden. 17.06.2013.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: Weniger Lärm im Rheintal. 26.02.2010.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: Feste Querung bei Loreley. 14.05.2009.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: Mittelrheintal kommt nicht unter eine Käseglocke. Hessische Seite feiert Anerkennung als Unesco-Weltkulturerbe. 22.09.2003.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: Das Mittelrheintal feiert die Anerkennung als Weltkulturerbe der Unesco. 21.09.2003.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: Unesco-Anerkennung angestrebt. Kulturlandschaft Mittelrhein soll als Weltkulturerbe gelten. 24.11.1999.

FRANKFURTER RUNDSCHAU: Lärmdemo im Welterbe. 08.05.2014.

GENERAL ANZEIGER BONN: Seilbahn bei Koblenz darf bis 2016 fahren. 19.06.2013.

HESSISCH-NASSAUISCHE-ALLGEMEINE: Bürger auf Barrikaden gegen Bahnlärm im Weltkulturerbe. 07.05.2011.

MITTELBAYERISCHE ZEITUNG: Bahnlärm schadet Welterbe. Icomos sorgt sich um die Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal. 15.04.2014.

MITTELRHEIN-KURIER: Rheinquerung – Vorwürfe zurückgewiesen. 27.08.2008.

NACHRICHTENAGENTUR DDP: Umwelt/Rheintal/Weltkulturerbe. Verein wirbt bei Unternehmen für Weltkulturerbe Rheintal. 08.03.2001.

NEUE BINGER ZEITUNG: Werben ums „Weltkulturerbe Mittelrheintal“. 31.01.2001.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Das Mittelrheintal entwickelt sich positiv. 16.06.2012.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Leserbrief. FDP bleibt im Gespräch. 14.11.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: FDP sieht Bund bei Brücke in der Pflicht. 13.11. 2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Grüne: Garantie für Fährverkehr. 19.08.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Leserbrief. Keine Argumente. 14.08.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Linke macht sich für Fährbetrieb stark. 12.08.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Brücke soll in zehn Jahren stehen. 07.08.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Unterschriften pro Brücke bald in Mainz. 05.07. 2008b.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Ja zur Brücke? UNESCO entscheidet. 05.07.2008a.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Bei Rheinquerung ist Unesco am Zug. 15.05.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Loreley kein Hindernis für Brücke. 21.02.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Leserbrief: Lasst die Versprechungen. 16.02.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Brücke: Land hofft auf Unesco. 12.02.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK - ZEITUNG: Bürgerinitiative fordert: „Rheinbrücke muss her“. 07.02.2008.

RHEIN - HUNSRÜCK-ZEITUNG: Weltkulturerbe-Antrag ist auf Weg. 14.12.2000.

RHEIN - LAHN - ZEITUNG: Warten auf die Unesco. Rheinquerung: Entscheidung wird 2008 erwartet. 10.09.2007.

RHEIN - LAHN - ZEITUNG: Initiative fordert 24-Stunden-Fähre. 04.04.2009.

RHEIN - LAHN - ZEITUNG: Unesco-Berater: Nein zur Brücke. 23.01.2009.

RHEINZEITUNG: VG Loreley tritt aus Zweckverband Welterbe aus. 30.10.2013.

RHEINZEITUNG: Loreley: Austritt aus Zweckverband ist unwirksam. 23.04.2014.

RHEINZEITUNG: Abbau gefordert: Bremst die Unesco die Sommerrodelbahn aus? 17.06.2013.

RHEINZEITUNG: 3500 Bürger demonstrieren für die Seilbahn. 14.06.2013.

RHEINZEITUNG: Seilbahn oder Welterbe: Was ist wichtiger? 01.06.2013.

RHEINZEITUNG: Forum Mittelrheintal löst sich auf. 04.12.2011.

RHEINZEITUNG: Mittelrhein Musik Festival: Welterbekulisse lockt klangvolle Namen an. 17.05.2011.

RHEINZEITUNG: Bahnlärm - Hotelier vom Mittelrhein drohte mit Bombe. 17.03.2011.

RHEINZEITUNG: Land plant Brücke in Kleinformat. 05.06.2008.

RHEINZEITUNG: Rechte Rheinseite stirbt aus. 01.03.2008.

RHEINZEITUNG: Unesco-Prüfer kommen bald. 09.01.2008.

RHEINZEITUNG: Mittelrhein: Welterbe geht vor. 15.11.2007.

RHEINZEITUNG: UNESCO-Weltkulturerbe nutzt auch der Wirtschaft. 12.03.2001.

RHEINZEITUNG: Welterbe: Touristik auf die Sprünge helfen. 10.03.2001b.

RHEINZEITUNG: Rheintal darf hoffen 10.03.2001a.

RHEINZEITUNG: Steht am Rhein eine Wende bevor? 07.03.2001.

RHEINZEITUNG: Raus aus dem Tiefschlaf. 24.02.2001b.

RHEINZEITUNG: Für Welterbe an einem Strang ziehen. 24.02.2001a.

RHEINZEITUNG: An einem Strang. 23.02.2001

RHEINZEITUNG: Tal fit machen für UNESCO-Bewerbung. 22.02.2001.

RHEINZEITUNG: Weltkulturerbe: Etappenseig für Rheintal erreicht. 02.02.2001.

RHEINZEITUNG: Welterbe soll auch Lahnstein nützen. 27.01.2001.

RHEINZEITUNG: Welterbe-Anerkennung braucht die Bürger. 26.01.2001b.

RHEINZEITUNG: Fürs Welterbe trommeln. 26.01.2001a.

SPIEGEL ONLINE: Causa Waldschlößchenbrücke. Chronologie der Debatte. 13.03.2007.

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: In Schönheit sterben. Warum der Bürgermeister von Loreley am Rhein für Windkraftanlagen kämpft – die Regierung aber dagegen ist. 22. August 2015.

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Warnung aus Kambodscha. Die Unesco empfiehlt den Abbau der Sommerrodelbahn auf dem Loreleyplateau. 20.06.2013.

SÜDDEUTSCHE.DE: Unesco vs. Rodler. 20.06.2013.

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Attentat auf das Rheintal. Umstrittene Brücke im Unesco-Welterbe soll nun doch gebaut werden. 14.05.2009.

WELT ONLINE: Eine Brücke, ein Streit – und ein zweites Dresden? 26.05.2009.

WIESBADENER KURIER: Hessen macht keine Millionen locker. 02.03.2002.

WIESBADENER KURIER: Lorcher wittern große Chancen durch Welterbe. 04.03.2001.

WIESBADENER KURIER: Die Germania hält Gäste nicht drei Tage. 09.03.2001.

WIESBADENER KURIER: Unesco soll sich selbst Bild machen. 26.01.2001.

WIESBADENER TAGBLATT: Freude über Rüdeshheimer Kehrtwende. 09.03.2001.

WIESBADENER TAGBLATT: Tal wird nicht zum Freilichtmuseum. 05.03.2001.

WIESBADENER TAGBLATT: Auch Abrißwürdiges soll erhalten bleiben. 25.6.1998.

SÜDWESTRUNDFUNK ONLINE: Welterbe: Motor oder Bremse fürs Mittelrheintal? 10.06.2013.

SÜDWESTRUNDFUNK ONLINE: Brückenbau gefährdet Welterbe-Titel. 22.01.2008.

ZEIT ONLINE: Mittelrheinbrücke. Kein Schandfleck, aber lebensnotwendig. 17.03.2011.

ZEIT: „...dass ich so traurig bin“. 27.02. 2008.

10.5 Werbematerialien

ADVENA HOTELS: Advena-Hotel Jesuitengarten Rheingau. O. J.

BESUCHERZENTRUM LORELEY: Das Erlebnis-Zentrum. O. J.

BESUCHERZENTRUM LORELEY: Kurzführer. O. J.

BESUCHERZENTRUM LORELEY: Mythos Loreley. Besucherzentrum und Landschaftspark. O. J.

BUNDESGARTENSCHAU KOBLENZ 2011 GMBH: BUGA Koblenz 2011.

BÜRGERINITIATIVE „RHEINPASSAGEN“: 24h-Fähre jetzt im UNESCO Welterbe. O. J.

DER REGIERUNGSBEAUFTRAGE FÜR DAS WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL U. MINISTERIUM FÜR BILDUNG, WISSENSCHAFT, JUGEND UND KULTUR RHEINLAND-PFALZ :
WELTERBE in Rheinland-Pfalz. 2007.

DER REGIERUNGSBEAUFTRAGE FÜR DAS WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL U. MINISTERIUM FÜR BILDUNG, WISSENSCHAFT, JUGEND UND KULTUR RHEINLAND-PFALZ: Oberes Mittelrheintal UNESCO-Welterbe. 2005.

FÄHRE LORELEY GMBH & CO. KG: Fähre Loreley. O. J.

FORUM MITTELRHEINTAL E.V.: Middle-Rhine Valley. UNESCO world heritage. O. J.

FORUM MITTELRHEINTAL E.V.: Der Rhein im Herzen Europas. O. J.

FORUM MITTELRHEINTAL E.V.: Romantische Mittelrheinreise. O. J.

FORUM MITTELRHEINTAL E.V.: Es ist unser Erbe! UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal. O. J.

FORUM MITTELRHEINTAL E.V.: Es liegt in Ihren Händen. O. J.

FORUM MITTELRHEINTAL E.V.: Ausstellung Vereinskultur. O. J.

FORUM MITTELRHEINTAL E.V. U. RHEIN-TOURISTIK „IM TAL DER LORELEY“: Rheinburgenweg. O. J.

GENERALDIREKTION KULTURELLES ERBE RHEINLAND-PFALZ: Erholung Kultur Genuss. Festung Ehrenbreitstein. 2014.

GENERALDIREKTION KULTURELLES ERBE RHEINLAND-PFALZ: Rheinleuchten und Festungsleuchten. 2014.

GENERALDIREKTION KULTURELLES ERBE RHEINLAND-PFALZ: Kulturlandschaften im Welterbe. Symposium am 13. Juni 2014.

GENERALDIREKTION KULTURELLES ERBE RHEINLAND-PFALZ: UNESCO Welterbe. Eine Deutschlandreise. Ausstellung und Rahmenprogramm. 2014.

HESSISCHES MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND KUNST: 8. UNESCO-Welterbetag. Programm 3. Juni 2012.

HESSISCHES MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND KUNST: Schätze der Menschheit in Hessen. 2010.

INTERESSENGEMEINSCHAFT MITTELRHEIN MOMENTE: Mittelrhein Momente 2011.

KOBLENZ-TOURISTIK: Koblenz Stadtplan und Sehenswürdigkeiten 2011.

KÖLN- DÜSSELDORFER DEUTSCHE RHEINSCHIFFFAHRT AG: Fahrplan KD 2010.

MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, WEITERBILDUNG, FORSCHUNG UND KULTUR: Burgen, Schlösser, Altertümer Rheinland Pfalz. O. J.

MITTELRHEIN-WEIN E.V. U. LANDESAMT FÜR GEOLOGIE UND BERGBAU RHEINLAND-PFALZ: Stein & Wein am Mittelrhein. 2010.

RHEIN-HOTEL BACHARACH: Rhein-Hotel. Stübers Restaurant. Bacharach am Rhein. O. J.

RHEINKOLLEG E.V.: Welterbe zwischen Strom und Schiene. 2007.

RHEINLAND-PFALZ TOURISMUS GMBH U. PROJEKTBURO RHEINSTEIG: Wandern auf hohem Niveau – on higher Grounds. Rheinsteig. 2006.

RHEINLAND-PFALZ TOURISMUS GMBH: Pocketatlas Rheinland-Pfalz. 2010.

RHEINLAND-PFALZ TOURISMUS GMBH: Pocketatlas Rheinland-Pfalz. 2006.

RHEIN-NAHE TOURISTIK: Bacharach. Geschichte und Sehenswürdigkeiten. O. J.

RHEIN-NAHE TOURISTIK: Bacharach Gästemagazin. O. J.

RHEIN-NAHE TOURISTIK: Themenführungen 2010.

RHEIN-NAHE TOURISTIK: Themenführungen 2009.

RHEIN-NAHE TOURISTIK: Welterbeführungen 2008.

RHEINSTEIG BÜRO: Wandern auf hohem Niveau – on higher Grounds. Rheinsteig. 2008.

RHEIN-TOURISTIK „IM TAL DER LORELEY“: UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal. Tal der Loreley. O. J.

ROMANTISCHER RHEIN TOURISMUS GMBH: Pauschalangebote Romantischer Rhein 2010/11.

ROMANTISCHER RHEIN TOURISMUS GMBH: Wandern auf hohem Niveau – on higher Grounds. Rheinsteig. 2010.

ROMANTISCHER RHEIN TOURISMUS GMBH U. WELTERBE GÄSTEFÜHRER MITTELRHEIN: Gästeführungen. Dem Erbe auf der Spur - unterwegs am Mittelrhein. 2011.

ROMANTISCHER RHEIN TOURISMUS GMBH U. WELTERBE GÄSTEFÜHRER MITTELRHEIN: Gästeführungen. Dem Erbe auf der Spur - unterwegs am Mittelrhein. 2010.

ROMANTISCHER RHEIN TOURISMUS GMBH U. WELTERBE GÄSTEFÜHRER MITTELRHEIN: Gästeführungen. Dem Erbe auf der Spur - unterwegs am Mittelrhein. 2009.

STADTMUSEUM OBERWESEL: 2000 Jahre Geschichte im Welterbetal. O. J.

STADTMUSEUM OBERWESEL: Zeitreise durch die Geschichte des UNESCO-Welterbes Oberes Mittelrheintal ... von der Steinzeit bis heute. O. J.

STOLLHOF, LUKAS: Kirchenmusik in Oberwesel 2011.

STOLLHOF, LUKAS: Kirchenmusik in Oberwesel 2010.

TOURIST-INFORMATION DER STADT BINGEN U. UMWELTABTEILUNG DER STADT BINGEN: Erlebnispfad Binger Wald. 2005.

TOURIST-INFORMATION BINGEN AM RHEIN: Bingen/Rhein Gästemagazin 2009.

TOURIST-INFORMATION BINGEN AM RHEIN: Bingen/Rhein Gästemagazin 2007.

TOURIST-INFORMATION BINGEN AM RHEIN: Bingen am Rhein. 2004.

TOURIST-INFORMATION BINGEN AM RHEIN: Das Tor zum UNESCO Welterbe. O. J.

TOURIST INFORMATION BOPPARD: Kinder-Welterbetag 2010.

TOURIST INFORMATION BOPPARD: 561>576 UNESCO Welterbe Oberes Mittelrheintal.
 Boppard/ Bad Salzig. Ein Gang durch die Geschichte der Stadt. O. J.

TOURIST-INFORMATION OBERWESEL: Oberwesel Informationen von A-Z. O. J.

TOURIST-INFORMATION ST. GOAR: St. Goar Stadtinformation A-Z. O. J.

TRANS REGIO MITTELRHEINBAHN: Burgen und Schlösser am Mittelrhein. 2010.

TRANS REGIO MITTELRHEINBAHN: Museen am Mittelrhein. 2010.

UNESCO-WELTERBESTÄTTEN DEUTSCHLAND E.V.: UNESCO World Heritage in Germany.
 Where history comes to life. O. J.

VERBANDSGEMEINDE BRAUBACH: Verbandsgemeinde Braubach. O. J.

WEINHAUS WEILER: Hotel Restaurant Weinhaus Weiler. O. J.

ZUNFT DER WEINSCHRÖTER VON OBERDIEBACH E.V.: Die Weinschröter aus Oberdiebach. O. J.

ZWECKVERBAND SCHIENENPERSONENNAHVERKEHR RHEINLAND-PFALZ SÜD: Rheinhes-
 sen/Nahe Wandern und Radfahren mit Bus und Bahn. 2009.

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL U. ROMANTISCHER RHEIN: Route der
 Welterbe-Gärten 2011.

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Welterbe-Gastgeber 2011.

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Welterbetag Oberes Mittelrheintal. 5.
 Juni 2011.

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Welterbe-Gastgeber 2010.

ZWECKVERBAND WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL: Welterbetag Oberes Mittelrheintal. 6.
 Juni 2010.

10.6 Übersicht Interviewpartner

Name	Funktion	Tätigkeitsort	Interviewgeführt am	Interview-Setting	Dauer
Organisationen					
Heino Rönneper	Geschäftsführer Forum Mittelreintal e.V.	Bacharach	17.12.2009 11.02.2010	Büro	1h 13 min 47 min
Christian Schüler-Beigang	Leiter des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz	Mainz	07.01.2010 14.01.2010	Seminar Büro	1h 30 min 58 min
Torsten Raab	Welterbemanager und Geschäftsführer des Zweckverbands Welterbe OMRT	St. Goarshausen	21.01.2010	Büro	1h 24min
Martin Orth	Referatsleiter für Raumordnung, Regionalplanung, Siedlungsstrukturentwicklung und Bodenbevorratung (HMWVL)	Wiesbaden	03.05.2012 09.05.2012	Büro	1h 15min Informelles Gespräch
Gerd Weiß	Präsident des Landesamtes für Denkmalpflege Hessen	Wiesbaden	02.05.2012	Büro	1h 6min
Jennifer Verhoeven	Stabsstelle Welterbe Hessen Landesamt für Denkmalpflege Hessen	Wiesbaden	02.05.2012	Büro	1h 6min
Bürgermeister					
Werner Groß	Bürgermeister Braubach	Braubach	11.3.2010	Büro	1h 12min
Dieter Clasen	Bürgermeister Vg Loreley	St. Goarshausen	18.2.2010	Büro	57 min
Thomas Feser	Bürgermeister Bingen	Bingen	17.02.2010	Büro	1h 12min
Dieter Kochskämper	Bürgermeister Bacharach	Bacharach	19.02.2010	Büro	1h 40min
Tourismusorganisationen					
Claudia Schwarz	Geschäftsführerin der Romantischer Rhein Tourismus GmbH	St. Goarshausen	28.01.2010	Loreley-Besucherzentrum	
Christian Kuhn	Geschäftsführer der Rhein-Nahe Touristik	Bacharach	19.02.2010	Büro	27 min
Dieter Glaab	Leiter des Amtes für Touristik, Sport und Städtepartnerschaften Bingen	Bingen	23.02.2010	Büro	1h 20min

Welterbegastgeber					
Trudel Weiler	Welterbegastgeberin Weinhaus Weiler	Oberwesel	30.05.2011	Restau- rant	1h
Ute Hemkes- Precoma	Welterbegastgeberin Hotel Garni zur Post	Bacharach	30.05.2011	Früh- stücks- raum	40 min
Andreas Stüber	Welterbegastgeber Rhein-Hotel, Stübers Restaurant	Bacharach	30.5.2011	Terrasse	1h 7min
Gerd Ripp	Welterbegastgeber Romantik Hotel Schloss Rheinfels	St. Goar	15.06.2011	Burg- schänke	1h 24min
Bürgerinitiativen					
Franziskus Weinert	Ansprechpartner der Bürgerinitiative gegen Brücke	Oberwesel	31.05.2011	Private Küche	1h 18min
Reinhold Petereit	Ansprechpartner der Bürgerinitiative für Brücke	St. Goar	15.06.2011	Bahn- hof, ge- planter Brü- cken- standort, Cafe in St. Goar	45 min + Zeit an der Brücke, im Auto etc.
Willi Pusch	Ansprechpartner der Bürgerinitiative gegen Bahn	Kamp- Bornhofen	11. 03.2010	Hotel "Deut- sches Haus" in Kamp- Bornh- ofen	
Fährbetreiber					
Michael Schnaas	Fährbetreiber Michael Schnaas Niederheimbach- Lorch	Nieder- heimbach	30.05.2011	Fähre	29min
Klaus Hammerl	Fährbetreiber der Fähre Loreley GmbH & Co. KG St. Goar – St. Goarshausen	St. Goar	31.05.2011	Fähr- haus, infor- melles Ge- spräch zu Hause	51min
Tony Deleu	Fährbetreiber der Josef Hewel Rheinfähre Boppard Boppard-Filsen	Boppard	31.05.2011	Fähr- haus	24min
Museum					
Dorit Pohl	Museumsleiterin Oberwesel	Oberwesel	05.08.2010	Museum	19min

Zitierte Informelle Gespräche

Name	Funktion	Tätigkeitsort	Gespräch geführt am	Gesprächs-Setting
Unbekannt	Kioskverkäufer	Boppard	05.08.2010	Im Kiosk
Holger Weißmann	UNESCO-Schulkoordinator der Realschule Oberwesel	Oberwesel	06.06.2010	Am Stand der UNESCO Ag am Günderodehaus, Oberwesel im Rahmen des Welterbetags

E-Mail-Interviews

Kontaktperson	Website	seit	Tag der E-Mail Antwort
Ronald Raabe	http://mittelrheintour.wordpress.com/ bzw. http://www.vmm-weltkulturerbe.de/	seit 2009	28.01.2014
Wilhelm Hermann	http://www.mittelrhein-paketreisen.de/ http://www.mittelrhein-blog.de/	seit 2002 seit 2007	28.01.2014
Patrick Federhen	http://mittelrhein.de/blog/	seit 2011	05.08.2014
Reinhold Petereit	http://www.mittelrhein-kulturerbe.de/	o. J.	28.01.2014

11 Anhang

11.1 Vergleich der Nutzung des Welterbetitels bei den 2016 eingetragenen Stätten in Deutschland (Stand 13.08.2016)

Legende: Kategorie K = Kulturerbe, N = Naturerbe

Ernen-nungs-jahr	Name	Ka-te-go-rie	Eigenes Welterbe Logo	Website der Stätte und of-fizielle Informationen	Sonstige Verwen-dungsformen und Angebote
1978	Aachener Dom	K	Nein	Kurze Informationen auf: https://www.aachener-dom.de/	
1981	Speyerer Dom	K	Nein	Kurze Informationen auf: http://www.dom-zu-speyer.de/wissenswert/unesco-welterbe/	
1981	Würzburger Residenz mit dem Hofgarten und dem Residenzplatz	K	Nein	Kurze Informationen auf: http://www.residenz-wuerzburg.de/deutsch/unesco.htm	
1983	Wallfahrtskirche auf der Wies (Wieskirche) in Steingaden	K	Nein	Kurze Informationen auf: http://wieskirche.de/weltkulturerbe.de.html	
1984	Schlösser Augustusburg und Falkenlust in Brühl	K	Ja, nicht registriert	Kurze Informationen auf: http://www.schloss-bruehl.de/welterbe_bruehl	
1985	Dom St. Mariä Himmelfahrt und Michaeliskirche in Hildesheim	K	Nein	Informationen auf Website der Stadt: http://www.hildesheim.de/magazin/magazin.php?menuid=2177 und der Seite Welterbe in Niedersachsen: http://www.welterbe-niedersachsen.de	Besucherzentrum Welterbe Hildesheim; Erwähnung im Angebot an Stadtführungen; Kategorie „Welterbe-Souvenirs“ auf der Stadthomepage, die Souvenirs selbst tragen jedoch keinen Verweis auf den Titel; Integration der Auszeichnung ins

					Stadtbild durch Bodenplatten
1986	Römische Bau- denkmäler, Dom St. Peter und Lieb- frauenkirche in Trier	K	Anläßlich 30- jährigem Jubiläum, nicht re- gistriert	Kurze Informationen auf Website der Stadt: http://www.trier.de/kultur- freizeit/geschichte/weltkul- turerbe/ und der Website Welterbe in Rheinland-Pfalz: http://www.welterbe-rlp.de/	Erwähnung im An- gebot an Stadtfüh- rungen
1987	Hansestadt Lübeck	K	anlässlich 30-jähri- gem Jubi- läum, nicht re- gistriert	Informationen auf der Website der Stadt: http://stadtentwicklung.lu- beck.de/stadtplanung/unes- co/ (auch im Bereich Tou- rismus)	
1990, erw. 1992 und 1999	Schlösser und Gär- ten von Potsdam und Berlin	K	Nein	Informationen auf Website der Stadt: https://www.pots- dam.de/kategorie/unesco- welterbe und der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Ber- lin-Brandenburg: https://www.spsg.de/schlo- esser-gaerten/unesco-welt- erbe/	Konzipierte Tour zum Selbstablaufen als Pdf mit dem Namen „UNESCO-Atlas Erlebnis Welterbe“
1991	Abtei und Alten- münster des Klos- ters Lorsch	K	Ja, aber nicht re- gistriert	Nennung auf: http://www.kloster- lorsch.de/	
1992, erwei- tert 2010	Bergwerk Rammelsberg, Altstadt von Goslar und Oberharzer Wasser- wirtschaft	K	Ja, aber nicht re- gistriert	Kurze Informationen auf der Website der Stadt: https://www.goslar.de/tou- rismus/weltkulturerbe, https://www.go- slar.de/stadt-buerger/woh- nen-bauen/denkmal-schutz- weltkulturerbe sowie der Stätte: https://www.rammels- berg.de/ueber-uns/ueber- den-rammelsberg/der-	Erwähnung im An- gebot an Führun- gen (z. B. UNESCO- Welterbe Touren oder „Welterbe hoch3“)

				rammelsberg-als-unesco-weltkulturerbe/ und der Website Welterbe in Niedersachsen: http://www.welterbe-niedersachsen.de	
1993	Altstadt von Bamberg	K	Nur für die Stiftung Welterbe Bamberg, nicht registriert	Informationen auf der Website der Stadt: https://www.stadt.bamberg.de/index.phtml?NavID=1829.6&La=1 sowie: https://www.stadt.bamberg.de/index.phtml?mNavID=1829.1135&sNavID=1829.1135&La=1	„Welterbe-Euro“ (ein Euro des Ticketpreises für Stadtführungen geht an die Stiftung Welterbe Bamberg); Verein Freunde des Weltkulturerbes Bamberg e. V.: Welterbezentrum für die Verwaltung; privater Anbieter „Erlebnis Weltkulturerbe“ (Bamberg und ganz Franken)
1993	Kloster Maulbronn	K	Nein	Offizielle Informationen auf der Seite des Landesamts für Denkmalpflege in Baden-Württemberg: http://www.denkmalpflege-bw.de/uploads/tx_tproducts/datasheet/Broschuere_Unesco-Welterbe_Maulbronn.pdf Kurze Informationen auf: http://www.kloster-maulbronn.de/wissenswert-amuesant/dossiers/weltkulturerbe-maulbronn/	
1994	Stiftskirche, Schloss und Altstadt von Quedlinburg	K	Ja, aber nicht registriert	Informationen auf der Website der Stadt: http://www.quedlinburg.de/de/unesco-welterbe.html	Welterbe im Titel von Pauschalreisen und Stadtführungen; spezielle Veranstaltungen im Jahr 2014 anlässlich 20-jährigem Jubiläums

1994	Völklinger Hütte	K	Ja, aber nicht registriert	Informationen auf: https://www.voelklinger-huette.org/weltkulturerbe-voelklinger-huette/	UNESCO-Besucherzentrum
1995	Grube Messel	N	Ja, aber nicht registriert	Nennung auf: https://www.grube-messel.de/	
1996	Kölner Dom	K	Nein	Titel findet lediglich Erwähnung auf diversen Websites	
1996	Das Bauhaus und seine Stätten in Weimar und Dessau	K	Nein	Titel findet lediglich Erwähnung auf diversen Websites	Tourismusverband: WelterbeRegion Anhalt-Des-sau-Wittenberg e.V. mit „welterbe-card“
1996	Luthergedenkstätten in Eisleben und Wittenberg	K	Nein	Kurze Informationen auf der Website der Stadt: https://lutherstadt-wittenberg.de/kultur/unesco-weltkulturerbe/	Tourismusverband: WelterbeRegion Anhalt-Des-sau-Wittenberg e.V. mit „welterbe-card“
1998	Klassisches Weimar	K	Nein	Kurze Informationen auf der Website der Stadt: https://www.weimar.de/tourismus/sehenswuertigkeiten/unesco-welterbe/ Ausführliche Informationen unter: https://www.klassikstiftung.de/ueber-uns/unesco-welterbe/management-plan-unesco-welterbe/	
1999	Museumsinsel in Berlin	K	Nein	Kurze Informationen auf: http://www.stadtentwicklung.berlin.de/denkmal/denkmale_in_berlin/de/weltkulturerbe/	
1999	Wartburg in Eisenach	K	Ja, aber nicht registriert	Titel findet lediglich Erwähnung auf diversen Websites	

2000	Gartenreich Des-sau-Wörlitz	K	Nein	Informationen auf: http://www.gartenreich.com/de/gartenreich/unesco/unesco.html	Tourismus-verband: WelterbeRegion Anhalt-Des-sau-Wittenberg e.V. mit „welterbecard“
2000	Klosterinsel Reichenau im Bodensee	K	Logo der Stiftung registriert	Informationen auf der Website der Stiftung: http://www.welterbe-reichenau.de/index.php?id=19 Erwähnung auf: http://www.reichenau-tourismus.de/Kultur3/UNESCO-Welterbe-Klosterinsel-Reichenau	
2001	Industriekomplex Zeche Zollverein in Essen	K	Nein	Kurze Informationen auf: https://www.zollverein.de/aktuelles	Fahnen „UNESCO-Welterbe Zollverein“
2002	Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal zwischen Bingen/Rüdesheim und Koblenz	K	siehe vorliegende Arbeit (Kap. 7.2.2.1)	siehe vorliegende Arbeit (Kap. 7.3.2.2)	siehe vorliegende Arbeit (Kap. 7.3)
2002	Altstädte von Stralsund und Wismar	K	Nein	Eigene, ausführliche Site: http://www.wismar-stralsund.de/	Welterbe Ausstellung Stralsund; Welt-Erbe-Haus Wismar; Welterbe-Magazin
2004	Rathaus und Roland auf dem Marktplatz von Bremen	K	Nein	Ausführliche Informationen auf: http://www.rathaus.bremen.de/welterbe__architektur-2085	
2004	Muskauer Park in Bad Muskau	K	Nein	Kurze Informationen auf der Website der Stiftung: http://www.muskauer-park.de/	
2005, Teile schon 1987,	Grenzanlagen des Römischen Reichs: Obergermanisch-Raetischer Limes	K	Ja, aber nicht registriert	Kurze Informationen auf: http://www.deutsche-limes-kommission.de/index.php?id=328	

erweitert 2008					
2006	Altstadt von Regensburg mit Stadthof	K	Nein	Eigene, ausführliche Site über Stadtdomain: http://www.regensburg.de/welterbe	Besuchszentrum Welterbe; Stofftaschen „Regensburg Weltkulturerbe World heritage“
2008	Siedlungen der Berliner Moderne	K	Ja, aber on- und offline nicht präsent	Ausführliche Informationen auf: http://www.stadtentwicklung.berlin.de/denkmal/denkmale_in_berlin/de/weltkulturerbe/siedlungen/ausstellung.shtml	Ausstellungstafeln an Siedlungen
2009, erweitert 2011 und 2014	Deutsches Wattenmeer	N	Ja, registriert	Eigene, ausführliche Site: http://www.waddensea-worldheritage.org/de	UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer Besucherzentrum; „Welterbe-Toolkit“ (Nutzungsbestimmungen für Corporate Design); Banner; Aufkleber, Notizbuch; Tasse; Ansteck-Pin
2011, restliches schon 2007	Alte Buchenwälder Deutschlands	N	Ja, aber nicht registriert	Eigene Website: http://www.weltnaturerbe-buchenwaelder.de/	Kostenlose Welterbe-App
2011	Fagus-Werk in Alfeld	K	Ja, aber nicht registriert	Kurze Informationen auf: http://www.fagus-werk.com/de/ und der Website Welterbe in Niedersachsen: http://www.welterbe-niedersachsen.de	UNESCO-Besuchszentrum
2011	Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen	K	Nein	Eigene, ausführliche Site: http://unesco-pfahlbauten.org/aktuelles/ und auf der Website des Landesamts für Denkmalpflege in Baden-	Informationszentrum Pfahlbauten (um serielle Nominierung zu bündeln), UNESCO-Workshop

				<p>Württemberg: https://www.denkmalpflege-bw.de/denkmaale/weltkulturerbe/pfahlbauten/pfahlbauten-rundum-die-alpen/</p>	
2012	Markgräfliches Opernhaus in Bayreuth	K	Nein	<p>Informationen auf der Website der Bayerischen Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen: http://www.bayreuth-wilhelmine.de/deutsch/opernh/unesco.htm</p>	
2013	Bergpark Wilhelmshöhe in Kassel	K	Ja, registriert	<p>Informationen auf der Website der Museumslandschaft Hessen Kassel: http://museum-kassel.de/de/welterbe</p>	<p>Besucherzentrum; Verein „Bürger für das Welterbe e.V.“; „Welterbe-Kollektion“ bei Souvenirs (Tasche, Notizbuch, Kugelschreiber, Schirm, Kappe, Tassen)</p>
2014	Karolingisches Westwerk und Civitas Corvey in Höxter	K	Ja, aber weder online noch offline präsent	<p>Nennung auf: http://www.schloss-corvey.de/de/weltkulturerbe/</p>	
2015	Speicherstadt und Kontorhausviertel mit dem Chilehaus in Hamburg	K	Nein	<p>Informationen auf der Website der Stadt: http://www.hamburg.de/welterbe/</p>	
2016	Das architektonische Werk Le Corbusiers – Zwei Häuser der Weißenhofsiedlung in Stuttgart	K	Nein	<p>Nennung auf: http://www.stuttgart.de/weissenhof/item/gen/606157</p>	

11.2 Übersicht der Weinbau-Kulturlandschaften als UNESCO Weltkulturerbe

Unter dem jeweiligen ersten Link können die Antragsunterlagen, das vorgesehene Management, die Evaluationen von ICOMOS, die Anerkennungsunterlagen und weitere für die UNESCO relevante Dokumente wie die periodic reports eingesehen werden.

Bei den zweiten Link handelt es sich – soweit vorhanden – um Websites der Stätten selbst.

1) Val de Loire, Frankreich

Anerkennungsjahr 2000

<http://whc.unesco.org/en/list/933>

<http://loirevalley-worldheritage.org/>

2) Champagne, Frankreich

Anerkennungsjahr 2015

<http://whc.unesco.org/en/list/1465>

<http://champagne-patrimoine-mondial.org/>

3) Burgund, Frankreich

Anerkennungsjahr 2015

<http://whc.unesco.org/en/list/1425>

<http://www.climats-bourgogne.com/>

4) Wachau, Österreich

Anerkennungsjahr 2000

<http://whc.unesco.org/en/list/970>

<http://www.arbeitskreis-wachau.at/html/welterbe.html>

<http://www.arbeitskreiswelterbewachau.at/weltkulturerbe-wachau/welterbe/>

5) Neusiedler See, Österreich mit Ferto, Ungarn:

Anerkennungsjahr 2001

<http://whc.unesco.org/en/list/772>

<http://www.welterbe.org/>

6) Tokaj, Ungarn

Anerkennungsjahr 2002

<http://whc.unesco.org/en/list/1063>

<http://www.vilagorokseg.hu/tokaj-wine-region-historic-cultural-landscape>

7) Montalcino/ Val d'Orcia, Italien

Anerkennungsjahr 2004

<http://whc.unesco.org/en/list/1026>

8) Cinque Terre, Italien

Anerkennungsjahr 1997

<http://whc.unesco.org/en/list/826>

http://www.parconazionale5terre.it/?id_lingue=2

9) Piedmont: Langhe-Roero and Monferrato Langhe-Roero, Italien

Anerkennungsjahr 2014

<http://whc.unesco.org/en/list/1390>

http://www.regione.piemonte.it/piemontexperience/dwd/unesco/Unesco_Folder8_facciate.pdf

10) Lavaux, Schweiz

Anerkennungsjahr 2007

<http://whc.unesco.org/en/list/1243>

<http://www.lavaux-unesco.ch/>

11) Alto Douro, Portugal

Anerkennungsjahr 2001

<http://whc.unesco.org/en/list/1046>

https://aventadores.files.wordpress.com/2011/12/report-advisory-mission-alto-douro-i-comos_20110805.pdf

12) Pico Island, Portugal

Anerkennungsjahr 2004

<http://whc.unesco.org/en/list/1117>

12 Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Gemarkungen im Oberen Mittelrheintal nach Teilgebieten. Quelle: Kramer 2005: 61.
- Abb. 2: Indexwerte: Lärmbelästigung und Lage der Gemeinden. Quelle: Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten Rheinland-Pfalz o. J.
- Abb. 3: Managementplan des Oberen Mittelrheintals. Quelle: Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald u. a. 2001: 2.
- Abb. 4: Das vom Zweckverband erstellte Logo für das Welterbe Oberes Mittelrheintal. Quelle: Zweckverband 2007a: 4.
- Abb. 5: Das vom Zweckverband erstellte Logo mit den beiden UNESCO-Signets. Quelle: Zweckverband 2007a: 5.
- Abb. 6: Welterbe-Fahne präsentiert von Bürgermeistern aus der Region. Quelle: Zweckverband 2006.
- Abb. 7: Welterbe-Stele in Kamp-Bornhofen. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 8: Welterbe-Stromkilometer in Trechtingshausen. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 9: Welterbe-Ortsschild in Kaub. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 10: Emblem im Bopparder Hamm nördlich von Boppard. Quelle: Zweckverband/Welterbe-Atlas seit 2010.
- Abb. 11: Entwurf eines Briefpapiers im Corporate Design. Quelle: Zweckverband 2007: 9.
- Abb. 12: Führer zu den Kirchenbauten des UNESCO-Welterbes Mittelrheintal. Quelle: Michael Imhof Verlag.
- Abb. 13: Plakette eines Welterbe-Gastgebers. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 14: Welterbe-Bote in Print-Version. Quelle: Zweckverband/ Welterbebote o.A.
- Abb. 15: Screenshot der Online Darstellung des Welterbe-Botens. Quelle: Zweckverband/ Welterbebote seit 2010.
- Abb. 16: Screenshot der Homepage des Oberen Mittelrheintals seitens des Sekretariats für das Welterbe in Rheinland-Pfalz. Quelle: Sekretariat für das Welterbe in RLP seit 2005.
- Abb. 17: Screenshot des Welterbportals des Zweckverbands. Quelle: Zweckverband seit 2011.
- Abb. 18: Gästeführer bekleidet mit T-Shirts im Corporate Design. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 19: Räumliche Multifunktionalität von UNESCO-Welterbestätten. Quelle: Siegmund u. Dippon 2011.
- Abb. 20: Logo der Veranstaltung „Mittelrhein Momente“. Quelle: Interessengemeinschaft der Mittelrhein Momente 2012.
- Abb. 21: Präsentation der UNESCO-Projektschule Oberwesel auf dem Welterbetag 2010. Foto: Sandra Linz.

- Abb. 22: Aufführung der Gruppe Danza Vosolvia auf dem Welterbetag 2011. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 23: Postkarte aus dem Oberen Mittelrheintal. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 24: Schokoladenrelief des Welterbes Oberes Mittelrheintal der Konditorei Baumann in Koblenz. Foto: Konditorei Café Baumann.
- Abb. 25: Etikett der Lahnsteiner Brauerei mit Vermerk auf Verortung im Welterbe Oberes Mittelrheintal. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 26: Etikett der Bäckerei Kugel, die damit wirbt „eine Produktpalette entwickelt [zu haben], die eng verknüpft ist mit dem UNESCO Weltkulturerbe ‚Oberes Mittelrheintal‘.“¹¹⁰¹ Quelle: Deutsches Patent- und Markenamt 2016.
- Abb. 27: Kategorien des Managementplans des Welterbes Oberes Mittelrheintal. Quelle: Mittelrhein-Westerwald u. a. 2001: 2.
- Abb. 28: Demonstrantin, die sich auf einer Demonstration für den Erhalt der Seilbahn in Koblenz am 14. Juni 2013 für die Kombination der Seilbahn und des Welterbes einsetzt. Quelle: Blick aktuell 2013.
- Abb. 29: T-Shirt, das für den Erhalt der Seilbahn – auch ohne Welterbetitel – mobilisiert. Quelle: Spreadshirt 2013.
- Abb. 30: Symbol der Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e. V. Quelle: Bürgerinitiative im Mittelrheintal gegen Umweltschäden durch die Bahn e.V. seit 2012a.
- Abb. 31: Logo der Bürgerinitiative Pro Rheintal. Die schwarze Linie unter dem Namen soll dabei den Rhein verdeutlichen. In Weiß ist in der oberen rechten Hälfte ein Talhang abgebildet. Beides stellt einen räumlichen Bezug her. Quelle: Bürgerinitiative Pro Rheintal e. V. o. J.
- Abb. 32: Banner der Bürgerinitiative Rheinpassagen, am Stadtturm in St. Goarshausen in der Nähe des geplanten Brückenstandorts. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 33: Banner mit der Aufschrift „Welterbe ohne Bahnlärm“ der Bürgerinitiative Pro Rheintal in St. Goarshausen. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 34: Schriftzug „Fähren gehören zum Weltkulturerbe“ auf der Fähre in Boppard. Foto: Sandra Linz.
- Abb. 35: Banner mit dem Text „Fähren sind Welterbe. Fähren sind seit mehr als 2000 Jahren Bestandteil der Kulturlandschaft Mittelrhein“ an der Fährzufahrt Engelsburg – Kaub. Foto: Sandra Linz.

¹¹⁰¹ Kugel's Backwelt GmbH seit 2008.

Danksagung

Den Menschen, die dazu beigetragen haben, dass ich diese Arbeit schreiben konnte, gilt mein ausgesprochener Dank.

Zuerst möchte ich meinem Doktorvater danken, der die Fertigstellung betreute. Für die Unterstützung und seine Expertise dieses Projekt erfolgreich zu einem Ende zu bringen, möchte ich mich bedanken.

Zudem gilt mein Dank meiner Familie, die mir Zeit geschenkt hat. Ihr Rückhalt und Vertrauen hat mir geholfen, das Ziel nicht aus den Augen zu verlieren.

Engagiert unterstützt haben mich auch meine KollegInnen und MitdotorandInnen der Abteilung Kulturanthropologie/Volkskunde am Institut für Film-, Theater und empirische Kulturwissenschaften. Ohne den persönlichen Austausch über unsere Projekte und die gegenseitige Ermutigung hätte viel gefehlt.

Genauso gilt der Dank meinen FreundInnen, die immer an mich geglaubt haben.

Nicht zuletzt danke ich meinen InterviewpartnerInnen, denn sie bilden die Basis meiner Forschung.

Meinen drei Kindern widme ich diese Arbeit.

Lebenslauf

Sandra Linz, geb. Blum

- Seit 11/2017 Projektleitung bei der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V.
- 03/2009 – 11/2017 Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Kulturanthropologie/Volkskunde an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
- 03/2013 – 03/2015 Geschäftsführende Leitung der Gesellschaft für Volkskunde
- 03/2009 – 10/2017 Promotion an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz im Fach Kulturanthropologie/Volkskunde
- 10/2002 – 08/2008 Magisterstudium an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Hauptfach: Kulturanthropologie/Volkskunde
Nebenfächer: Geographie und Betriebswirtschaftslehre
Stipendiatin des Förderungsstipendiums der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
- 08/2004 – 07/2008 Interdisziplinärer Zusatzstudiengang „EUROMIR – Europäische Migration – Soziale Dimension und interkulturelle Aspekte“ an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
- 09/2004 – 03/2005 Auslandsstudium an der Universität Utrecht, Niederlande
- 2002 Abitur an der Ursulinenschule Fritzlar
- 1983 geboren in Fritzlar