



gastlichkeit **anders**
ORTS- UND TOURISMUSZENTRUM
ST. ANDRÄ - PLOSE



Karin Pramstraller, BSc.

gastlichkeit anders
Orts- und Tourismuszentrum St. Andrä - Plose

MASTERARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

Diplom-Ingenieurin

Masterstudium Architektur

eingereicht an der

Technischen Universität Graz

Betreuer

Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Architekt Hans Gangoly

Institut für Gebäudelehre

Gleichheitsgrundsatz

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde in dieser Arbeit auf geschlechtsspezifische Formulierungen verzichtet.

Ich möchte jedoch ausdrücklich festhalten, dass die bei Personen maskuline Form für beide Geschlechter zu verstehen ist.

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen/Hilfsmittel nicht benutzt, und die den benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Das in TUGRAZonline hochgeladene Textdokument ist mit der vorliegenden Masterarbeit identisch.

Datum

Unterschrift

Als einer der treibenden Wirtschaftszweige im alpinen Raum bewirkte der Tourismus in den letzten Jahrzehnten einen rasanten Wandel der Kulturlandschaft. Denkt man an die Alpen, dominiert das romantische, schöne Bild von Naturvielfalt und traditionellem Lebensstil. Betrachtet man sie jedoch als Raum, der dem Menschen unterworfen ist, begreift man die komplexen Zusammenhänge. Hinsichtlich der gesellschaftlichen und klimatischen Veränderungen werden neue Anforderungen an das Bauen für den Tourismus gestellt. In der vorliegenden Masterarbeit wird das Spannungsfeld Tourismus anhand der Berührungspunkte Mensch, Architektur und Landschaft thematisiert.

Die intensive Auseinandersetzung mit der Geschichte des Bauens im Tourismus, seinen Auswirkungen auf die alpine Landschaft und die Gegenüberstellung mit gesellschaftlichen Tendenzen wirft für mich folgende Fragen auf: Wie kann die Architektur des Tourismus mehr als nur Gäste anlocken und wie kann dabei lebenswerter Lebensraum geschaffen werden?

abstract

Anhand eines konkreten Projektes versuchte ich Tourismusarchitektur als Bestandteil eines Ortes zu etablieren, um dabei die dörfliche Gemeinschaft zu stärken und Gäste und Einheimische in einer touristischen Einrichtung zusammenzubringen.

Aufgrund meines persönlichen Bezuges zum Skigebiet Plose in Südtirol, dient dieser Ort als Betrachtungsraum für die Ausarbeitung eines alternativen Tourismuskonzeptes und des architektonische Entwurfes. Der Anreiz für das Projekt ist folgender: So wie der Gast vor der Zeit des Massentourismus noch auf das Wohlwollen des Gastgebers angewiesen war und sich anzupassen hatte, soll auch die Architektur des Tourismus an den Ort angepasst sein und zum festen Bestandteil werden. Gastlichkeit wird neu interpretiert nach dem Motto: „Der Gast ist König und der Gastgeber auch.“

teil 1 | theorie

00 11
DIE ROLLE DER ARCHITEKTUR IM ALPINEN TOURISMUS

01 17
TOURISMUS UND ARCHITEKTUR ALS SPIEGEL DER GESELLSCHAFT
Der Begriff Tourismus
Vor dem Tourismus
Naturbegeisterung
Erster Massentourismus
Abkehr vom Historismus - Neue Sachlichkeit
Massentourismus seit 1950
Resümee

02 71
DIE ALPINE KULTUR-LANDSCHAFT
Über das Verhältnis des Menschen zur Natur
Kulturlandschaft – Südtirol
Klima Wandel Alpen
Identität und Schutz

03 99
GESELLSCHAFT UND TOURISMUS HEUTE
Ein paar Zahlen
Demografischer Wandel
Wertewandel und Reiseverhalten

teil 2 | praxis

04 118
ANALYSE DES ORTES

05 138
ZIELSETZUNG UND STANDORT

06 146
KONZEPT

07 151
ENTWURF
Im Kontext
Architektur
Konstruktion und Detail
Material
Licht und Atmosphäre

08 217
ANHANG
Literaturverzeichnis
Abbildungsverzeichnis
Dank

00 11
DIE ROLLE DER ARCHITEKTUR IM ALPINEN TOURISMUS

01 17
TOURISMUS UND ARCHITEKTUR ALS SPIEGEL DER GESELLSCHAFT

02 71
DIE ALPINE KULTUR-LANDSCHAFT

03 99
GESELLSCHAFT UND TOURISMUS HEUTE

teil 1 | theorie

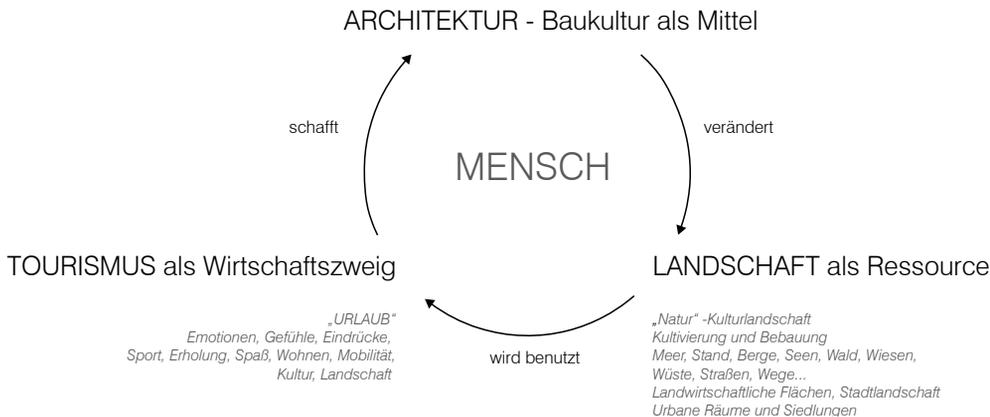
die **rolle** 00 der **architektur** im alpinen **tourismus**

Tourismusarchitektur

Hotel, Restaurant, Zweitwohnung, Thermen, Kurbäder,
Erlebniswelten, Kongresshäuser, Bergbahnen, Freizeitparks,
Shopping-Outlets, Service-Stationen, Beschilderung

Auch für Touristen

Museen, Theater, Konzerthäuser, Spaßbäder, Wellness-
einrichtungen, Sportanlagen, Veranstaltungszentren,
Promenaden, zentrale Plätze, Parks, Shopping-Meilen,
Bauernhöfe, Bahnhöfe, Tankstellen, Flughäfen



Die Architektur des Tourismus ist wie keine andere Bauaufgabe vom Publikum abhängig und dadurch von permanentem Wandel betroffen. Der wirtschaftliche Druck ist vor allem im Hotelbau enorm hoch. Die primären Strategien für einen erfolgreichen Tourismus sind vielfältig: gutes Marketing, Diversifikation, guter Service, passendes Preis-Leistungs-Verhältnis, umfangreiche Angebote und standardisierte Ausstattung mit besonderem Design. Die Anforderungen der Gäste sind noch umfangreicher. Die Architektur und regionale Baukultur spielt im System Tourismus häufig nur eine nebensächliche Rolle. Deshalb entstanden vor allem in Zeiten des boomenden Tourismus zahlreiche einfallslose und qualitativ fragwürdige Neubauten, die dem Universaltyp des romantisch-traditionellem Alpenhaus entsprechen. Auch für das Auge des Touristen war die architektonische Qualität der Unterkunft wenig von Bedeutung. Der Ort selbst trug die Faszination in sich.

„Allerdings scheint mit fast frühlinghaften Veränderungen eine neue Bewegung in Gang zu kommen. Sie ist eng verbunden mit der Einsicht, dass das ernsthafte Anknüpfen an den kulturellen und architektonischen Kontext einer Region eine eigene Stärke haben kann. Verbunden mit Leitwörtern wie „Sorgfalt“ oder „Respekt“, liefert sie Beispiele des Umgangs mit dem Vorhandenen, die vielen Beobachtern und Beteiligten als wohltuend erscheinen. Im Rahmen eines Bauvorhabens die Topografie auch im Kleinen in ihrer Eigenart belassen zu haben, die handwerkliche Sorgfalt ererbter Bauten nicht rücksichtslos neuen Erfordernissen oder Raumprogrammen geopfert, das Eigene und Neue anschiessam eingebracht zu haben – all dies beginnt man als Qualität und kulturelle Leistung zu sehen. Daraus entsteht die Aussicht auf eine Vielfalt von Formen, die jeweils etwas Verbindliches zeigen und sich vom Potpourri radikaler Selbstverwirklichungen (seitens der Bauherren und Architekten), aber auch von blinder Musealisierung deutlich unterscheiden.“¹

In alpinen Regionen brachte der Tourismus deutliche Veränderungen der Kulturlandschaft mit sich. Die langfristigen Folgen treten heute ins Bewusstsein der Menschen. Die Veränderung der Gesellschaft stellt neue Anforderungen und Aufgaben an den Tourismus. Dazu gehört vor allem die Auseinandersetzung mit der architektonischen Qualität und mit den Auswirkungen des Tourismus auf das soziale Gefüge, welche in den letzten Jahrzehnten unberücksichtigt blieben.

Die Frage lautet also: Wie kann sich Tourismusarchitektur sowohl ästhetisch als auch funktional in gewachsene Strukturen integrieren, ohne dabei die Identität eines Ortes zu zerstören.

Architektur mit der Aufgabe zur Gestaltung der Umwelt wird im Bereich Tourismus künftig mehr Bedeutung erfahren. Dabei ist es wichtig, dass Architektur einen kulturell wertvollen Beitrag leistet und gleichzeitig auf die zeitgemäßen Bedürfnisse der Menschen eingeht. Architektur ist gebauter Raum,

der die Landschaft prägt und ihren Wert verändert. Aus diesem Grund soll auch Tourismusarchitektur verantwortungsvoll mit der Landschaft umgehen und Identität und Ressource eines Ortes respektieren. Architektur, verstanden als zeitgenössische kulturelle Leistung, wird zum Instrument der Wertschöpfung von bestehenden Strukturen.

tourismus und architektur als 01 spiegel der gesellschaft

*Der Begriff Tourismus
Vor dem Tourismus
Naturbegeisterung
Erster Massentourismus
Abkehr vom Historismus - Neue Sachlichkeit
Massentourismus seit 1950
Resümee*

”

Es lohnt sich [...], etwas darüber nachzudenken, ob es gar so selbstverständlich ist, daß ein die Existenz eines Landes mitgetragener Wirtschaftszeit nur von den in anderen Zusammenhängen entstandenen Ressourcen lebt, ohne selbst diese zu vermehren. Der Prozeß ist ja geradezu umgekehrt: Der Tourismus verbraucht, ja geradezu zerstört jene Ressourcen, von denen er langfristig lebt, er schneidet (zumindest baugeschichtlich betrachtet) mit Hartnäckigkeit an jenem Ast, auf dem er sitzt.

”

Achleitner 1997, 113.

der begriff tourismus

- *tornare lat.* = runden
- *tornum mittellat.* = Rundung
- *tornos griech.* = Turnus, Wiederholung, Rundung
- *tornus lat.* = Turnus, Wiederholung, Rundung
- *tour französisch* = Rundgang, Umlauf
- *Tourist* = Person, die eine solche Tour macht ¹

Ursprünglich stammt das Wort Tourismus aus dem griechischen Wort *topvo* (= tornus), was die Bezeichnung für ein zirkelähnliches Werkzeug war. Über das lateinische *tornare* (runden) wurde es weiterverbreitet.¹ Im 17. Jahrhundert kam der Begriff *tour* im Französischen für Rundgang, Umgang, Spaziergang auf und gewann später die Bedeutung, die grob der Reise entsprach. Mit dieser Bedeutung wurde das Wort im 18. Jahrhundert ins Englische übernommen. Nach dem Deutschen Wörterbuch der Brüder Grimm, Band 21 vom Jahr 1935, wird der „Tourist“ als, der „>reisende<, der zu seinem vergnügen, ohne festes ziel, zu längerem aufenthalt sich in fremde länder begibt, meist mit dem nebensinn des reichen vornehmen mannes“² beschrieben.

Tourismus und Fremdenverkehr

Das Wort „Tourismus“ ging erst 1957 in den deutschen Sprachgebrauch ein. Im großen Brockhaus wird der Begriff als „das organisierte Reisen“³ übersetzt.

„Tourismus“ konnte aber nicht die Gesamtheit des Reisens erfassen, denn nach der grimmschen Definition wird der Reisende auf den wohlhabenden Mann beschränkt, der eine Reise aus reinem Vergnügen unternimmt. Deshalb wurde ab der Zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts der Begriff „Fremdenverkehr“ eingeführt. Anders als der „Tourismus“ fragt er nicht nach den Motiven der Reise und schließt deshalb auch die Geschäftsreisenden ein. Aber auch der Terminus „Fremdenverkehr“ erscheint unvollständig, da nicht jeder Fremde ein Tourist ist und nicht jeder Tourist ein Fremder. Zudem wird das Wort „fremd“ wegen seiner ethnologischen Herkunft eher negativ aufgefasst.⁴

¹ Vgl. Sölter 2009, 11 f. | ² Dokupeäia-Zeitgeschichte, Tourismus und Tourismusgeschichte | ³ Zit n. Hachtmann 2007, 11. | ⁴ Hachtmann 2010.

„Tourismus“ und „Fremdenverkehr“ sind gängige Begriffe, die versuchen das gesellschaftliche und wirtschaftliche Phänomen des Reisens zu erfassen. Doch so umfangreich wie die beiden Begriffe selbst, ist auch die Erscheinungsform des Reisens und der Reisemotive. Unterscheidungen dazu: im Ortwechsel mit den Komponenten Entfernung und Transportmittel; dem vorübergehenden Aufenthalt mit Art der Unterkunft (Hotel, Pension, bei Bekannten...); der Dauer des Aufenthaltes; die Motive für eine Reise, entweder geschäftlicher (Kongress, Tagungen..) oder privater Natur (Freizeit, Erholung...).⁵

Eine Reihe von Begriffsbestimmungen mit einer nahezu gleichen Anzahl von Autoren hat gezeigt, dass eine allgemein gültige Definition nicht festgelegt werden kann.

Definitionsversuche ⁶

Guyer-Freuler, „Fremdenverkehr und Hotelwesen“
Bern 1905:

„Fremdenverkehr im modernen Sinne ist eine Erscheinung der Neuzeit, beruhend auf dem vermehrten Bedürfnis nach Erholung und Luftveränderung, dem erwachten und gepflegten Sinn für landschaftliche Schönheit, der Freude und dem Genuss der freien Natur, insbesondere aber bedingt durch die vermehrten Mischungen der verschiedenen Völker und Kreise der menschlichen Gesellschaft, infolge der Entwicklung von Handel, Industrie und Gewerbe und der Vervollkommnung der Transportmittel.“

Claude Kaspar,
„Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss“ 1975

„Fremdenverkehr oder Tourismus wird definiert als Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Reise und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlichliche und dauernder Wohn und Arbeitsort ist.“

Walter Freyer, „Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie“ 1996

„Tourismus umfasst alle Erscheinungen, die mit dem Verlassen des gewöhnlichen Aufenthaltsortes und dem Aufenthalt am anderen Ort verbunden sind“ (weiter Tourismusbegriff).“

⁵ Vgl. Miku 2013 17-18. | ⁶ Sölter 2009, 5-6.

vor dem tourismus

Erste Reiseformen

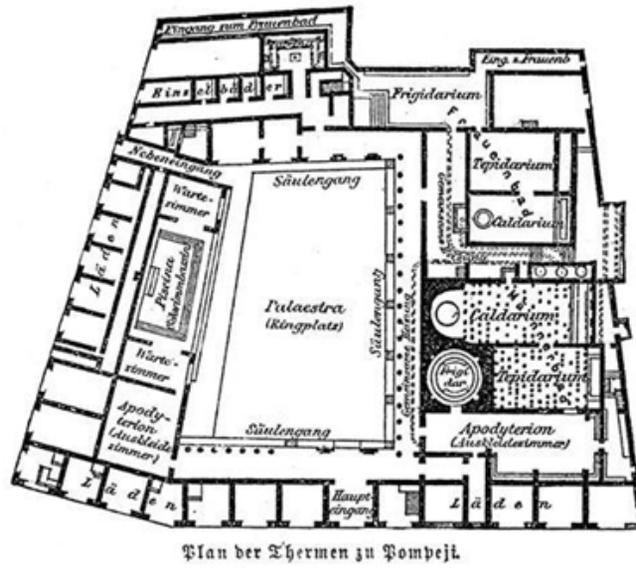
Das Reisen, im Sinne einer Ortsveränderung ohne genauere Betrachtung des Motivs, gab es schon immer. Die ersten Reisenden gelten aber dennoch nicht als Touristen, denn ihre Motivation war eine gänzlich andere. Eine Reise wurde in den meisten Fällen zwingendermaßen und nicht aus reinem Vergnügen unternommen.⁷

Einer der ersten Touristen im heutigen Sinn war der griechische Geograph und Historiker Herodot, 480 – 421 v. Chr. Er bereiste Ägypten, das nördliche Afrika, Italien, das Schwarze Meer und Mesopotamien, lernte dabei fremde Sitten und Gebräuche kennen und schrieb seine Erlebnisse und Reiseindrücke nieder. Er gilt als erster Reiseschriftsteller.

„Sommerfrische“ der Römer

Eine erste Ausprägung des Tourismus im heutigen Sinn entwickelte sich im 1. Jahrhundert n. Chr. in Rom. Dort bildete sich eine Art „Sommerfrische“ aus, Sie war vor allem aufgrund des für damalige Zeiten gut ausgebauten Straßennetzes möglich. Reiche Stadtbewohner Roms suchten kühle, ruhige Lagen auf, um der überbevölkerten, schwülen Großstadt während der Sommermonate zu entkommen. Badehäuser und später große Thermalbädern sowie Kurhäusern wurden zu Orten der Vergnügung und zugleich Mittelpunkt für die altrömische High Society. Vorwiegend wurden Orte im Golf von Neapel südlich von Rom und das relativ leicht zugänglichen Apenninengebirge im Osten oder damalige griechischen Regionen erschlossen.

⁷ Vgl. Freyer 2006, 17-18.



Plan der Thermen zu Pompeji.

Abb.1: Grundriss der Thermen in Pompeii

Der allmähliche Untergang des Römischen Reiches führte zum Verfall des Straßennetzes und somit wurde auch der Ortswechsel erheblich erschwert. Das Reisen im Mittelalter und in der frühen Neuzeit war geprägt von zahlreichen Grenzkontrollen, dem Währungswirrwarr, Naturgewalten, zahlreichen Raubüberfällen, Seuchen, schlechte Beherbungen, der Kutsche als primitives Transportmittel und nicht zu vergessen Kriegen und militärischen Gefechten, die das Reisen nicht nur erschwerten, sondern auch zu einer großen Gefahr machten. Das Reisen war keineswegs ein Vergnügen. Im Laufe der Zeit verbesserte sich die Infrastruktur und der Kutschverkehr nahm zu. Die Postkutschen wurden zu den ersten öffentlichen Verkehrsmitteln. Reisen aus nicht zweckmäßigen Gründen blieb jedoch immer noch eine Seltenheit. Nur eine sehr kleine Zahl von Personen ging bis ins 18. Jahrhundert für mehrere Tage, Wochen oder Monate aus reinem Vergnügen auf Reise. Vorwiegend gingen Beamte und Studenten aus Gründen des Glaubens und der Bildung auf Reisen.⁸

Pilgertourismus

Eine der wichtigsten Vorformen des heutigen Tourismus sind die im frühen Mittelalter aufgekommenen Pilgerreisen. Der christliche „Pilgertourismus“ begann bereits vor der ersten Jahrtausendwende und erfuhr im Zeitalter der Kreuzzüge (11. und 12. Jahrhundert) einen deutlichen Aufschwung. Primär ging es darum „auf den Spuren des Herrn zu wandeln“. Die wichtigsten Routen führten nach Israel, Palästina, nach Rom und nach Santiago de Compostela. Die Pilger fanden zunächst Unterkunft und Verpflegung in Klöstern und ähnlichen Einrichtungen, später auch in Spitälern, Hospizen und Hospitälern. Finanzieren konnten sich eine solche Reise stets nur privilegierte, vermögende Staatsbürger und Adelige. Bis ins 17. und 18. Jahrhundert sollte rein der Glaube das Motiv für eine Reise sein, dennoch verbarg sich häufig ein „touristischer“ Hintergedanke in den Gründen. Bereits im späten Mittelalter wurden Fernreisen aus reiner Reiselust, zum Zweck der Erholung und zur Flucht aus dem Alltag angetreten. Der Pilgertourismus als vorbürgerliches Phänomen nimmt noch heute einen bedeutenden Stellenwert ein.⁸

⁸ Vgl. Hachtmann 2007, 30-47.

Grand Tour

Die Grand Tour (oder auch Kavaliertour genannt) war die Reise junger Adelliger durch Mitteleuropa bis nach Italien und war vor allem in England ab den 15. und 16. Jahrhundert verbreitet. Zweck der Tour war die Erziehung der jungen Adelligen. Sie sollten die Gepflogenheiten und Verhaltensweisen der europäischen Adelshöfe kennenlernen und sie selbst bis zu Perfektion beherrschen. Nach dem Abschluss war der junge Adelige erfahren und weltgewandt. Ähnlich der Walz ist die Grand Tour eine Bildungsreise, also zweckgebunden und unterscheidet sich demnach vom „modernen Tourismus“, kann aber als Vorläufer für den Jungentourismus gesehen werden. Erst seit dem Ende des 17. Jahrhunderts wurde die Reise zunehmend aus Vergnügen angetreten.⁸

Walz

Die Walz, ein Ritual für junge Handwerker, bezweckte die ständische und berufliche Ausbildung. Sie war den Gesellen nach Ende der Lehrzeit vorgeschrieben, damit sie schließlich zum Meister werden konnten. Neben dem vordergründigen Zweck des Wanderpraktikums kamen natürlich auch die Abenteuerlust und das ungebundene Leben hinzu.⁸



Abb.2: Eilpostwagen, 1824

Gastlichkeit der Vorphase

Seit dem frühen Mittelalter wurde die Gastlichkeit als Auftrag Gottes gesehen. So war vor allem die Versorgung der Pilger und andere Reisende eine zentrale Aufgabe der Klöster. Beispielsweise gründeten die Benediktinermönche ihre eigenen Pilgerherbergen, die sich später nicht selten zum ökonomischen Gastronomiebetrieben entwickelten. Besonders wichtig waren die zahlreichen Hospize, die sie auf Pässen entlang der verfallenen Alpenstraßen errichteten.⁹ Vor allem in der Schweiz wurde auf fast jedem Gebirgspass ein Hospiz errichtet. Die frühe Erschließung der Schweiz machte das Land schon in der Vorphase zum europäischen Durchzugsgebiet und somit zur Wiege des alpinen Tourismus.¹⁰

Der Fremde wird zum Gast

Damals galt der Reisende noch als Fremder, nahm die Gastlichkeit eines anderen Landes in Anspruch und hatte sich dem neuen Umfeld anzupassen. Er war auf das Wohlwollen der Gastgeber angewiesen und sollte diesen nicht zur Last werden. Die freie Gastlichkeit blieb in Europa bis etwa ins 11. Jahrhundert bestehen, wurde dann aber allmählich von der profitorientierten Gastwirtschaften abgelöst.¹¹

9 Vgl. Schurz 1993, 1 f. | 10 Vgl. Ebd. 1993, 58 f. | 11 Vgl. Ebd. 1993, 3 f.



Abb.4: Hospiz St. Christoph am Arlberg
Hospiz und Christophoruskapelle (1889)



Abb.3: Adriaen van Ostade: „Der Tanz im Wirtshaus“, 1652

naturbegeisterung

Aufklärung

„Unter dem Begriff Aufklärung versteht man den individuellen sowie gesellschaftlichen geistigen Emanzipationsprozess, der Autoritäten kritisch hinterfragt und damit eine Selbstbestimmung des Individuums bedingt.“¹²

Mit dem Zeitalter der Aufklärung trat die Gesellschaft in eine Umbruchphase, ein Emanzipationsprozess. Es wurde eine interkulturelle Grundhaltung angestrebt, die den bisherigen Herrschaftsformen und dem Doktrin der Kirche kritisch begegnete. Das Prinzip der Vernunft und der Ausbruch aus der angeborenen Standeszugehörigkeit traten in den Vordergrund.¹³ Fundamentale Veränderungen im Bereich der Naturwissenschaften, Technik, Wirtschaft, Politik und des Verhältnisses zur Religion verbreiteten den Wunsch nach Selbstverwirklichung. Diese Veränderung wirkte sich auch auf die Art und Motivation des Reisens aus.

Die frühbürgerliche Bildungsreise

Die Bildungsreise des frühen Bürgertums entwickelte sich parallel zur aristokratischen Grand Tour, aber mit den Prinzipien der Aufklärung. Sie war das Mittel der Horizonterweiterung und sollte ein modernes Nationalbewusstsein ausbilden. Ziele der Reise waren in erster Linie die Kultstätten der Antike. Später im 19. Jahrhundert wurden innovative und fortschrittliche Städte vorwiegend in England zum Ziel. Es verstärkte sich der Fortschrittsgedanke. Die Reise war dabei ein Blick in die Zukunft und gleichzeitig in die Vergangenheit.¹⁴

¹² www.immanuel-kant.net/philosophie-werke/zeitalter-der-aufklarung, 27.07.2015. | ¹³ Vgl. Hachtmann 2007, 48. | ¹⁴ Vgl. Ebda. 2007, 48-52.

Blick auf die Alpen¹⁵

Gegen Ende des 18. Jahrhunderts begann eine Phase die ausschlaggebend für den Massentourismus war: die kulturgeschichtliche Epoche der Romantik. Vor allem markierte sie eine Zeit, in der erstmals rein touristische Reisen in die Alpen unternommen wurden. Eine der wichtigsten gesellschaftlichen Veränderungen, die auch den Tourismus maßgeblich beeinflussten, geht auf den Philosophen Jean-Jacques Rousseau zurück. Er formte im Zuge der Aufklärung das Bild der Natur neu und nutzte es als Kritik an der ständische und sozial zerklüftete Gesellschaft. Zugleich öffnete die Romantik den Weg in die Natur. Sie lehnte sich an die Naturbegeisterung im Sinne der Freiheitssehnsucht, die der radikalen Aufklärung entstammt, an. Das idealisierte Bild der zivilisationsfernen Natur als Sinnbild für Freiheit stand der starren deutschen Kleinstaaterei gegenüber. Es wurde von dem Bedürfnis sich zu bilden, fremde Kulturen kennenzulernen auch dem Bedürfnis des intensiven Naturerlebnisses begleitet. Die Natur, die bisher als furchteinflößende „Wildnis“ gesehen wurde, öffnete sich als beherrschbare, konventionsfreie Gegenwelt. Naturschwärmerei und die „landschaftliche Schönheit“ wurde zum touristischen Medium der Gesellschaft,

um der fortschreitenden Urbanisierung und Industrialisierung sowie der emotionalen Verarmung entgegenzuwirken. Von nun an werden auch die Gebirgsketten Europas mit anderen Augen betrachtet. Die Alpen, als Naturbarriere, werden nicht mehr als bedrohlich und unüberwindbar angesehen, sondern als Herausforderung. Die Alpen wurden Motive in zahlreichen Malereien und literarischen Texte der Romantik und trugen so zur Verbreitung einer positiven Auffassung ihrer Erscheinung bei.¹⁶



Abb.5: Caspar Wolf: Gadmental mit Titlis, 1778
15 Vgl. Hachmann 2007, 59-62 | 16 Vgl. Schurz 1993, 18 f.

Die Anfänge der Ferienarchitektur¹⁷

Zurück zur Natur bedeutete für die Alpen und andere Peripherien ein Wendepunkt. Im Zentrum der Naturbegeisterung stand die Sehnsucht nach einer freien, unverfälschten Gegenwart als Entkommen vom zwanghaften, verkünstelten Leben. Diese nostalgisch-romantischen Bilder fanden sich einerseits in den Schweizer Alpen, die bereits zur Zeit der Pilgerreisen gut erschlossen waren und andererseits in Badeorten, deren therapeutische Bedeutung schon in der Antike bekannt war. Die Peripherie, jenseits der unerträglichen Städte, blieb nicht sehr lange „authentisch“. Sie spürte relativ bald den Einfluss Fremder. Die Kur- und Badeeinrichtungen waren zwar zu Beginn nur primitive Hütten und die Gäste quartierten sich bei den Dörflern ein, aber schon bald fing der aufblühende Kurtourismus an die Umwelt baulich zu prägen. Die Kurorte wurden mit prächtigen Brunnenhäusern, Alleen, Parks, Kolonaden, Gasthöfen, Theatern ausgestattet neben denen auch Räumlichkeiten für Glücksspiel und

Konversationshäusern als sozialer Mittelpunkt existierten. Eine großstädtische Eroberung der Erholungsorte setzte ein. Bauherren waren die Landesfürsten, welche sich am repräsentativen Barock ihrer Residenzen orientierten. Abseits der Kurorte ging es immer noch sehr ländlich zu. Besonders um 1800 erfuhren die binnenländischen Kurorte einen Aufschwung. Reiche Städter begannen ihr Sommerhaus nach dem Vorbild des adeligen Landsitzes oder der toskanischen Villa zu errichten. Sie folgten dem herrschenden Klassizismus und statteten dazu noch die Villen und Gasthöfe mit Elementen des „Schweizerhäuschen“ aus. Die Schweiz war das Sinnbild freier Natur. Die baulichen Auswirkungen im Frühtourismus blieben im Großen und Ganzen noch bescheiden. Bis zur Erfindung der Eisenbahn nahm nur eine kleine adelige und großbürgerliche Elite Einfluss auf die meist bereits bekannten Bade- und Kurorte.

¹⁷ Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 95.



Abb.6: William Tombleson: Altes Kurhaus Wiesbaden, um 1840

erster massentourismus

Die Eisenbahn¹⁸

Die Erfindung der dampfbetriebenen Eisenbahn war nicht nur für die Entwicklung der frühen Industrie entscheidend, sondern auch für die Mobilität der Menschen, also für das Reisen und den Tourismus als Massenphänomen. Als revolutionäres Verkehrsmittel dampfte sie zum ersten Mal im Jahr 1825 durch England und 10 Jahre später durch Deutschland. 1840 gab es in England ein unvergleichbar gut ausgebautes Schienennetz.

Die erste Bahnlinie durch die Alpen war die Semmeringbahn. Sie blieb lange Zeit eine der wenigen Bahnen, die den Alpenraum durchquerten. Die für den Alpentourismus wichtigen Regionen wurden in den 1880er und 1890er zugänglich gemacht. Die erste Verbindung von Frankreich nach Italien über die Alpen entstand 1971, die sogenannte Gotthardbahn mit dem 15km langen Scheiteltunnel.

Die erste Pauschalreise – Thomas Cook

Mit der seit Mitte der 1820er Jahre in England existierenden und expandierenden Eisenbahn kam Cook erstmals auf die Idee Massenreisen zu organisieren, zunächst mit dem religiös motivierten Grund gegen Trunksucht anzukämpfen. In einer zunehmend industrialisierten Welt sucht man nun den Abstand vom Alltag, entweder durch übermäßigen Alkoholkonsum oder eben in Form von Reisen. Der Tourismus der damaligen Zeit beabsichtigte die vermeintliche Sittenlosigkeit aufgrund von Alkoholismus zu bekämpfen. Daraus wurde bald ein kommerzieller Tourismus. Thomas Cook als einer der Pioniere des kommerziellen Tourismus organisierte rasch Massenreisen in weit entfernte Länder, mietete erstmals Massenunterkünfte und veranlasste die Einrichtung von Erholungsparks. Das war die Geburtsstunde der Pauschalreise. Zahlreiche Reiseveranstalter taten es ihm nach.



Abb.7: Ausschnitt aus einem Aquarell von Leander RussBild aus den ersten Jahren der Südbahn

Sozialer Einfluss der Eisenbahn

Der Blick aus der Eisenbahn, die sich in hoher Geschwindigkeit und bei jedem Wetter durch die Landschaft schlängelte, zeigte bereits auf dem Reiseweg eine erlebbare Landschaft. Das rasch wechselnde Panoramabild der Natur wurde als eine Art Landschaftsfilm wahrgenommen und der Platz am Fenster im Eisenbahnabteil wurde zum Kinossessel. Das negative Verhältnis zur Natur wandte sich nun endgültig zu einer emotional aufgeladenen Begeisterung für die romantischen Landschaften. Die Eisenbahn veränderte unter anderem aber auch das Verhältnis von Zeit und Raum. Das Reisen wurde erheblich besser, schneller und weiter. Damit erweitert sich schließlich der Horizont der Bevölkerung und der Wunsch, Fremde Länder zu erkunden und unbekannte Landschaften zu entdecken, wurde verstärkt. Die Eisenbahn auch aus gesellschaftlichen Sicht ein revolutionärer Fortschritt. Die Plätze in der Bahn waren zwar nach Klassen organisiert, entscheidend war aber nicht mehr die

ständische Position, sondern der Geldbeutel. Neben der überwundenen Barriere der schier unzählbaren Natur öffnete die Eisenbahn die Schranken der sozialen Ständergesellschaft. Eine Klassengesellschaft konnte sich entwickeln. Das Bedürfnis der „Reise zum Vergnügen“ gewann an Bedeutung. In den 1830er und 1840er Jahren wurde der Begriff Tourismus erstmals im deutschen Sprachraum eingeführt, zugleich mit der Entstehung des Eisenbahnnetzes. Obwohl sich bis weit in das 20. Jahrhundert vorwiegend wohlhabende Bürger einen Urlaub aus Vergnügungs-, Erholungs- oder Bildungszwecken leisten konnten, war die Eisenbahn der ausschlaggebende Faktor zum Massenaufkommen des Tourismus.

18 Vgl. Hachtmann 2007, 66-76.

Der Weg in die Alpen

Erst vor rund zweihundert Jahren wurden die Alpen als Erholung- und Erlebnisort touristisch entdeckt. Zwar fand die erste Gipfelbesteigung schon im Jahr 1336 statt, als Francesco Petracca den Mont Ventoux mit 1900 Metern Meereshöhe bestieg, aber die Alpen wurden bis in die späte Aufklärung also bis ins ausgehende 18. Jahrhundert weitestgehend gemieden. Dank des naturenthusiastischen Aufklärers Rousseau und der Romantik verbreitete sich die Eroberung der Alpengebiete. In den 80er und 90er Jahren des 19. Jahrhunderts erreichte die Eisenbahn auch das Hochgebirge und es folgte ein Strukturwandel im Alpentourismus.¹⁹

Alpinismus und Alpenvereine

Mit der Gründung von Alpenvereinen setzt die Eroberung der Gipfel ein. Das Zeitalter des Alpinismus wird eingeläutet. „*Lust und Empfänglichkeit für die Reize der Natur und insbesondere der Gebirgswelt verleiht dem Menschen die Weihe sittlicher Veredelung, in der frischen Bergluft und erhaben über die Misere des irdischen Alltagslebens, auf den Bergen empfindet er die wahre innere Freiheit*“²⁰, so stand es im Jahrbuch von 1873 des Deutsch-Österreichischen Alpenvereins geschrieben. Die Natur war Inbegriff von Freiheit, vor allem der inneren Freiheit, als Kritik an die Großstadt. Die Engländer, die bereits Pioniere für viele touristische Errungenschaften waren, gründeten im Jahr 1857 den ersten Alpenverein, andere folgten kurze Zeit später. In der Schweiz, Deutschland und Österreich bauten die Alpenvereine ein dichtes Wege- und Berghüttennetz bis in Hochalpine Lagen aus. Sozial waren eher die besser gestellten Bürger beteiligt und selbst heute gelten sie immer noch als Gegner des kommerziellen Hochgebirgstourismus.²¹

¹⁹ Vgl. Hachtmann 2007, 86. | ²⁰ Zit. n. Ebda. 2007, 87. | ²¹ Vgl. Ebda. 2007, 87-91.



Abb.8: Einweihung des neuen Schlafhauses der Payerhütte, 1910



Abb.9: Bild des Alpenverein-Museum, Innsbruck

Erholungsort und Ausflugsziel Alpen

Neben dem Alpinismus waren ebenso die artenreiche Botanik und die reine Luft bedeutende Anreize für das Aufsuchen der Alpen. Die hohen trockenen Lagen wurden häufig als Höhenkurorte oder Luftkurorte angesehen. Der Bestrahlung durch die Bergsonne schrieb man Anfang des 20. Jahrhunderts eine gewisse Heilkraft zu. Daraus entstand auch der neue Bautyp das Sanatorium. Sauberkeit, Licht, Luft und Sonne als Merkmale des Sanatoriums werden schließlich zum Vorbild der Moderne.²² Erholung suchte man auch in therapeutischen Badeanstalten, die heute noch populär und werbewirksam geblieben sind. Der Bäderurlaub blieb eine Vorliebe bei den Erholungsreisen und beeinflusste die Entwicklung der Beherbergungsstätten bis hin zum Palasthotel.²³

Lungenheilanstalt Palmschoß: Im Jahr 1917 wurde der renommierte Architekt Otto Kolomann Wagner von der österreichischen Monarchie mit der Planung einer Lungenheilanstalt am sonnigen Poseberg beauftragt. Es sollte ein europaweit bekannter Luftkurort werden. Die Pläne des Architekten im Jugendstil wurden aber aufgrund seines plötzlichen Todes frühzeitig unterbrochen. Es wurde nur ein bescheidener Teil realisiert. Nach fast 50 Jahren Leerstand wird der langgezogene Baukomplex nun von der Familie Hinteregger betrieben, als einzigartiges 4-Sterne Hotel in romantischer Naturidylle.

²² Vgl. Schurz 1993, 21-25. | ²³ Vgl. Ebda. 1993, 25.



Abb.10: Lungenheilstalt in Palmschoß - Brixen Plose



Abb.11: Lageplan des geplanten Sanatorium

Sommerfrische und Nicht-Kommerzieller Tourismus

Seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts geht aus Statistiken hervor, welchen ökonomischen Umfang der Tourismus bereits erreicht hatte. Der Übergang von einer Agrargesellschaft zu einer Industriegesellschaft, die wachsenden Städte und die Regulierung der Arbeit durch Maschinen veränderten den Lebensalltag erheblich. Das Bedürfnis der Erholungsreise hat sich bis zum Ende des 19. Jahrhunderts innerhalb der gesamten Bevölkerung breit gemacht, doch die luxuriösen Reisen mit Bahn oder Schiff zu ausländischen Kur-, Erholungs- und Vergnügungsorten war nur für eine Minderheit erschwinglich. Als Alternative zu den teuren Reisen entfaltete sich die Sommerfrische.²⁴ Seit dem ausgehenden 20. Jahrhundert entwickelten sich innerhalb der breiten Bevölkerungsschicht, von den unteren Schichten ausgehend, auch andere nicht-kommerzielle Organisationen. Zu nennen sind hierbei die Sozialistischen Naturfreunde sowie die Wandervögel und die Jugendbewegungen, die schließlich den Jugendherbergsverband gründeten.

Sommerfrische

Der Begriff „Sommerfrische“ ist älter als das nach ihm benannte Phänomen. In einer Bozner Chronik aus dem 17. Jahrhundert beschreibt die Sommerfrische eine kurzzeitige Erholung der Stadtbürger in der näheren Umgebung. In den 1870er Jahren verstand man darunter eine spezifische Form des mittelständischen Urlaubs, in einfacher Art und in der näheren Umgebung für einen längeren Zeitraum verbracht wurde. Sommerfrischler mieteten sich zu günstigen Preisen bei Privatleuten ein, eine frühe Art des „Urlaub am Bauernhof“. Die Sommerfrische wurde zur alljährlichen Gewohnheit der mittelständischen Gesellschaft und schloss erstmals die gesamte Familien mit ein, denn bis dahin war das touristische Reisen den Männern vorbehalten. Es war sogar üblich, dass nur die Frauen mit ihren Kindern in Sommerfrische gingen. Sommerfrischler waren nicht sehr abenteuersuchend, sondern suchten in der Gemütlichkeit und der ländliche Idylle, ein zweites Zuhause.²⁵

²⁴ Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 99. | ²⁵ Vgl. Hachtmann 2007, 93-97.

Naturfreunde

In der zweiten Hälfte des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts entstand eine Reihe von Arbeiter-Wandervereinen, die von Handwerker- und Gesellen gegründet wurden. Aus ihnen bildeten sich schon bald die überregional erfolgreichen Naturfreunde. Sie waren die moderne Interpretation der klassisch-zünftigen Wanderung und waren von Anfang an mit der sozialdemokratischen Arbeiterbewegung verbunden.²⁶

Wandervögel

Die Bewegung der Wandervögel entstand aus den Hintergründen einer antibürgerlichen Zivilisationskritik und der Flucht aus dem urbanen Alltag. Sie idealisierten die Natur und fanden im Wandern eine alternative, gesunde Lebenskultur.²⁷

Jugendbewegung und Jugendherbergen

Von nicht-sozialistischer Kreisen breiteten sich die Jugendreisen auf große Teile der Bevölkerung aus. Um den wanderbegeisterten jungen Menschen günstige Unterkünfte zu bieten wurde 1909 der Jugendherbergsverband gegründet, der neben Jugendlichen, jungen Erwachsenen, Schülern und Studenten auch die Wandervögel beherbergte.²⁸

²⁶ Vgl. Hachtmann 2007, 101-105. | ²⁷ Vgl. Ebd. 2007, 111. | ²⁸ Vgl. Ebd. 2007, 110 f.

Gand Hotel, Heimatstil und Heimatschutz

Mit der Industrialisierung wurde die Gesellschaft wohlhabender. Das mittelständische Bürgertum hatte sich durch die Aufklärung von seiner untergeordneten Stellung zunehmend emanzipiert und die Tourismusbeteiligung wurde breiter. Das politische Gefüge hat sich verändert, aber paradoxerweise hatten sich die sozialen Gesittungstraditionen der Adelshöfe in den bürgerlichen Schichten verinnerlicht. Der Lebens- und Wohnstil des entmachteten Adels wurde nun für die Massen verbreitet. Bauformen orientieren sich an Lebensgewohnheiten und Stilelementen der ökonomisch und kulturell herrschende Klasse.²⁹ Der repräsentative Historismus verbreitete sich in den Städten und wurde durch den Tourismus in die Peripherie getragen. Hotelbauten wurden nach Gesichtspunkten des städtischen Lebens gestaltet. Erstmals war der Fremde als Empfindungsträger entscheidend. Hotels im ländlichen Raum entwickelten rasch eine Formensprache, die städtisch-klassizistische Bauformen mit Ausdrucksformen des idyllisch-ländlichen

Stils vermischte. Schlüsselbegriff in dieser aufkommenden Entwicklung war das romantische Konstrukt „Heimat“.³⁰ Der Begriff „Heimat“ entstand im späten 19. Jahrhundert im Zuge einer Kulturbewegung, als Konstrukt der bürgerlichen Gesellschaft. „Heimat“ wurde als eine überschaubare, ursprüngliche Welt verstanden und entwickelte sich zum romantischen Fluchtbegriff. In der Peripherie wurde das Überbleibsel der wahren Identität als Ausweg aus der gesichtslosen Großstadt gesucht. Nicht zufällig entfaltete sich der emotionalisierte Begriff zunächst in der Literatur und im 20. Jahrhundert im Film.³¹

Der Tourismus strebte das Natürliche, Freie und Echte, das historisch Gewachsene an, darin lag die Faszination der anderen Räume. Als Maßnahme des Großstädtlers, der seine gewohnten Gebäudetypen in die idyllische Landschaft setzte, entfaltete sich der Heimatstil. Bezeichnet wird damit die

29 Vgl. Schurz 1993, 6. | 30 Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 96. | 31 Vgl. Achleitner 1997, 7 f.



Abb.12: Grand Hotel Stubai in Fulpmes im Heimatstil



Abb.13: Grand Hotel Penegal am Mendelpass im Heimatstil

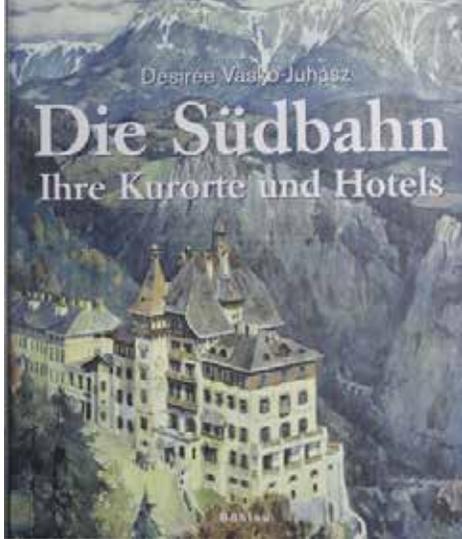


Abb.14: Titelbild der Buches: Semmering Architektur: Die Südbahn: Ihre Kurorte und Hotels, 2006

Einkleidung großstädtischer Bauformen mit ländlichen, bäuerlichen Motiven, sodass es den Anschein erregt, es hätte eine Auseinandersetzung mit einheimischen Lebensformen und Kulturen gegeben. Die regelrecht industrielle Vorfertigung von Stilelementen verbreitete schnell einen kontextlosen Heimatstil. Das „Alpine Haus“ wurde für die touristischen Bauformen nahezu alpenweit prägend, besonders bei den Palasthotels und Grandhotel, die in beliebten Touristenorten aus den Boden schossen. Die städtischen Hotel- oder Villenanlagen brachten große Veränderung für den einst idyllischen Rückzugsort, wie es etwa am Beispiel Semmerings zu beobachten war. Bauen und Baustil wurde erstmals öffentlich diskutiert und es kam ein Überdruß am Historismus und Exotismus auf, aber eine Verbesserung setzte nicht ein. Um 1900 nahm die Tourismusbaukultur ein Ausmaß an, das viele Regionen stark prägte.³²

Mit der Gründungen einer Heimatschutzbewegung 1905 versuchte man der zunehmenden Entortung durch den Heimatstil entgegenzuwirken. Die Kulturbewegung setzte sich zum Ziel, das Verständnis für die regionalen Entwicklungen zu stärken und knüpft dafür an die handwerkliche, vorindustrielle Zeit an. Sie trat den allgemeinen internationalen Tendenzen kritisch gegenüber und brachte eine eigene Heimatarchitektur hervor, die mit den regionalen, sozialen und kulturellen Traditionen, wie Sprache, Dialekt, Volksmusik, volkstümliche Kunst und Architektur einher ging.³³ Heimatschutz und Heimatstil standen sich kontrovers gegenüber. Tourismus als Konsum anderer Orte wurde langsam zum unverzichtbaren Gut der Gesellschaft und bewirkte einerseits die Bebauung und Landannahme durch Fremde, brachte aber andererseits eine Wertschätzung von bestehenden und natürlich gewachsenen Strukturen hervor, die für den Erhalt von alten Bauwerken, Naturräumen, Burgen, usw. notwendig war.

³² Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 98. | ³³ Vgl. Achleitner 1997, 8 f.



Abb.15: Grand Hotel Toblach, heute Kulturforum

abkehr vom historismus - neue sachlichkeit

Zwischenkriegszeit

Die in den 1920er Jahren aufgekommene Inflation und die ökonomische Krise verursachte eine schlagartige Veränderung im Tourismus, die bewirkte dass preiswerte Übernachtungsgewerbe immer wichtiger wurden. Die Erschütterungen des Ersten Weltkrieges verengten dem vormals besser gestellten Bürgertum seinen Spielraum. Die Errichtung von neuen Beherbergungsbetrieben ging deutlich zurück, da sich sie Urlauber vermehrt in Privatzimmer einmieteten. Es boomte das preiswerte Übernachtungsgewerbe.³⁴ Ausschlaggebend für diese Entwicklung war die erstmals eingeführte tarifliche Regelung des Urlaubs, wobei sich der kommerzielle Tourismus zunächst nur auf Angestellte und mittlere Beamte ausgeweitet hatte, da für die normalen Arbeiter ein mehrtägiger Urlaub nicht leistbar war. Aber es war ein hart erkämpfter Fortschritt für die Gesellschaft, der sich auf das Freizeit- und Urlaubsverhalten auswirkte.

³⁴ Vgl. Hachtmann 2007, 115 f. | ³⁵ Vgl. Kaspar 1996, 20.

Motorisierung

Die Zwischenkriegszeit verzeichnet einen weiteren wesentlichen Fortschritt im Bereich Mobilität: die Motorfahrzeuge. Die Automobilindustrie löste eine zusätzliche Nachfrage im Tourismus aus. Sie ermöglichte größere Reiseentfernungen, individuelles Erreichen bestimmter Ziele, sportliche Aktivität und förderte dadurch die Reiselust. Die Postautos erreichten selbst abgelegene Orte im Gebirge, die durch den Bahnverkehr nicht eingebunden waren. Besonders Höhenkurorte profitierten von der Motorisierung.³⁵



Abb.16: Am Castel Toblino (Trentino), April 1933

„Die Erfindung der Wintersaison in den 1930er und 1950er Jahren, die Mutation des Wintersports, vor allem des Skifahrens zum Volkssport, war gleichfalls eine geniale Erfindung der Tourismusindustrie.“³⁹

Wintersport - Skifahren

Nach dem Ersten Weltkrieg, seit Mitte der 1920er Jahre, setzte innerhalb weniger Jahre ein beträchtlicher Anstieg im Alpentourismus ein. Die Alpen wurden zur Ganzjahresdestination und dafür mussten die notwendigen Infrastrukturen geboten werden. Neben dem Aufstocken der preisgünstigen Bettenkapazität wurde das Straßen- und Schienennetz, Wanderwege und Klettersteige ausgebaut, sowie Seilbahnen und Ski- und Kletterschulen errichtet.³⁶ Das Bild der Alpenlandschaft fing an sich touristisch zu verändern.

1908 wurden in Deutschland erste Seilbahnen zur Erschließung der Pisten errichtet. Mitte der 1930er Jahre folgten Österreich und Schweiz diesem Trend und Anfang 1950 wurden sie für den Massentourismus interessant. Bereits 1970 übertrumpfte (statistisch gesehen) die Wintersaison die des Sommers.³⁸

Die Zahl der Mitglieder des Deutschen und Österreichischen Alpenvereins stieg von 4074 im Jahr 1874 auf das 10-fache (47401) im Jahr 1900. Die Anzahl der hochalpinen Unterkünfte und Schutzhütten stiegen von 17 im Jahr 1874 auf 206 nur 26 Jahre später. Viele Schutzhütten wurden in dieser Zeit zu Hotels ausgebaut.³⁷



Abb. 17: Die ersten Skifahrer auf der Plose 1900

³⁶ Vgl. Moroder/Peter 1993, 16. | ³⁷ Schurz, 56. | ³⁸ Vgl. Hachtmann 2007, 90 f. | ³⁹ Ebda. 2007, 175

Abkehr vom Historismus

Die Tatsache, dass der Tourismus zwar im Aufschwung war und allseits das Bedürfnis nach Erholung bestand, aber die Mehrheit der Bevölkerung nicht daran teil nehmen konnte, veranlasste die Politik durch architektonische Maßnahmen und Stadtplanung zu einer Sanierung der überbevölkerten Innenstädte. Licht, Luft, Sonne, Funktionalität und Ökonomie waren der Impetus. Ziel war die radikale Abkehr vom Historismus und das Auflösen der mittelalterlichen Stadtstrukturen. Rationalisierung und Funktionalität wurden zu den neuen Ausdrucksformen der modernen Architektur, der „internationale Stil“, die „Neue Sachlichkeit“ oder „Neues Bauen“ genannt.⁴⁰ Man wollte jede Art von Stil überwunden wissen. Im Zentrum der Architektur stand die nützliche Grundrisslösung, nicht die repräsentative Fassade.⁴¹

Der 1907 gegründete Werkbund und vor allem das Bauhaus ab 1919-1928 sowie die CIAM (Congrès International d'Architecture Moderne) unter der Leitung des schweizer Architekten Le Corbusier waren sozialreformerische, wenn nicht sogar sozialrevolutionäre Vertreter dieser Bewegung der Moderne. Laut dem Manifest der CIAM, der Charta von Athen 1933, sollten die städtischen Funktionen Arbeit, Wohnen und Freizeit durch weiträumige Zonierungen voneinander getrennt werden. Le Corbusier entwarf, im Sinne der Serienanfertigung, eine rationelle Wohnmaschine. Unter diesen Ansätzen entfalteten sich eindrucksvolle Bauwerke mit neuer Eleganz und Schlichtheit, allerdings fragt dieses Konzept nicht nach dem Kontext. Vielmehr sollte etwas komplett Neues geschaffen werden – nach dem Motto der „*tabula-rasa*“.⁴²

40 Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 99 f. | 41 Moroder 1993, 11. | 42 Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 100

Architektur in den Alpen - Neues Bauen

Aus architektonischer Sicht fand das „Neue Bauen“ im Tourismus seinen Ausdruck und implizierte, dass der bisher betriebene Historismus und die Fortführung, der oft falsch ausgelegten Bautradition, mit der neuen „Einfachheit“ abgelöst werden sollte. Die bisher entsprungenen Hotels waren nach urbanen Gesichtspunkten konzipiert, ohne dass soziale, ökonomische und kulturelle Überlegungen angestellt worden waren. Das „schöne Hotel“ des 19. Jahrhunderts entsprach nicht mehr der Zeit. Das aufkommende Proletariat forderte ein radikales Umdenken. Die repräsentativen Gebäude und damit auch der Hotelbau verloren an Bedeutung. Ohnehin galt der Hotelbau, wegen der sehr komplexen Aufgabe und der spezifischen Arbeitsbedingungen, bedingt durch die Betriebs-saison, als diffizil.⁴³

„Der Amortisationsdruck und die direkte Abhängigkeit vom Publikumsgeschmack werten Hotelarchitektur in der Fachwelt zu einem unsauberem Arbeitsfeld ab.“⁴⁴

⁴³ Vgl. Moroder 1993, 15 f. | ⁴⁴ Winter 1988, 12.

1931 schreibt Oskar Kleschatzky in *Die Bau- und Werkkunst in Tirol*:

”

Wenn man von Tirol spricht, denkt man an Berge, Wälder, Seen, sonnige Tage, kühle Nächte, Höhen von 1000 bis 3000 m, durchdringende Sonne und meterhohen Schnee, verbrannte Gesichter und bleiche Haare. Nur nicht ans Bauen! Stadel und Höfe sind Staffage, Hotels notwendige Übel. Froh, der Großstadtluft entronnen, will der Fremde nichts von Kunst wissen, höchstens von alter bodenständiger, soweit sie sich in der Begriff Kuriosität einreihen läßt. Bäder, Lifts, Lichtsignale etc. sind Notwendigkeiten, die er beansprucht. Aber das Äußere sollte über den Charakter des adaptierten Stadels nicht hinausgehen. Auf der anderen Seite der Heimatschutz, dessen größtes Interesse es ist, das schöne Land zu erhalten, in dem es ist. Und im Hintergrund der Fremdenverkehr, die Haupteinverbringsquelle des Landes, und das Geld, von dem das Volksmund sagt, daß es den Charakter verdirbt. Jenes kleine Häufchen von entwerfenden Architekten, die ein bis zwei Prozent aller Tiroler Bauten planen, haben einen schweren Stand...“⁴⁵

”

⁴⁵ Klischatzky, zit. n. Schurz 1993, 17.

Trotz der schweren Bedingungen, wie Kleschatzky beschreibt, hat es in Tirol in den 1920er und 1930er Jahren durchwegs eine qualitativ und quantitativ bedeutende Auseinandersetzung mit der Tourismusarchitektur gegeben, meist zum Hotelbau. Eine wesentliche Rolle spielen dabei die vieldiskutierten, konträren Architekten Clemenz Holzmeister und Lois Welzenbacher.⁴⁶

Achleitner über die beiden Architekten:

„Holzmeister arbeitete vor und mit einem anderen kulturellen Hintergrund: Seine Bauten suchten den Konsens mit der regionalen Tradition, es handelt sich teilweise um die Transformation und Weiterführung bäuerlicher Bauformen. Während Welzenbacher sich eine neue, auch städtische Sicht von Natur, Landschaft und Topografie an den Fundamenten des Regionalismus rüttelte, bestätigte Holzmeister durch seine Art Neubelegung diese alten Formen. Kein Wunder, daß von seinen rund 400 Bauten fast alle erhalten sind, während Welzenbachers alle Konventionen in Frage stellenden Bauten praktisch ausgerottet wurden.“⁴⁷

Als Nachfolger diesen beiden Architekten konnte eine junge Generation, zum Teil Autodidakten, wie Franz Baumann, Hans Feßler und Siegfried Mazagg zu innovativen Leistungen in Hotelbau beitragen. Siegfried Mazagg, Schüler von Holzmeister und Welzenbacher, plante den Berghof Seeber, mit dem er einen spezifischen Hoteltypus konzipierte, der einerseits in das bestehende dörfliche Ensemble eingebunden werden konnte und andererseits systematisch und typologisch abwandelbar blieb. Er überzeugte mit der funktionellen Grundrisslösung und der Einbindung in die Topografie sowie die Berücksichtigung der lokalen Bautradition.⁴⁸

46 Vgl. Moroder 1993, 17 f. | 47 Achleitner 1997, 116. | 48 Vgl. Moroder 1993, 20 f.

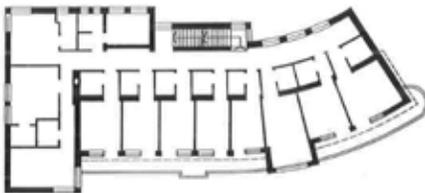
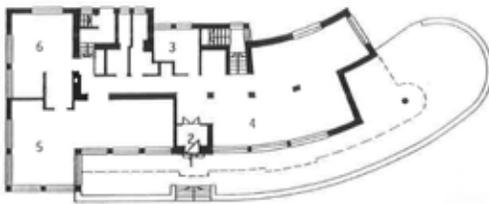


Abb.18: Abb.19: Abb.20: Hotel Berghof, Seefeld, Siegfried Mazagg, 1929/30

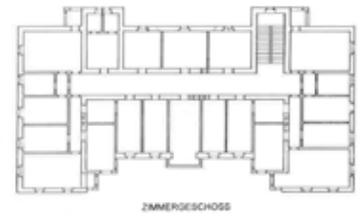
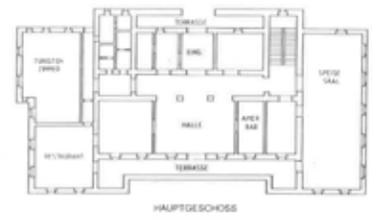


Abb.21: Abb.22: Hotel Drei Zinnen, Moos bei Sexten, Clemens Holzmeister, 1930



Abb.23: Haus Settari, Barbian - Bad Dreikirchen, Lois Welzenbacher, 1922/23

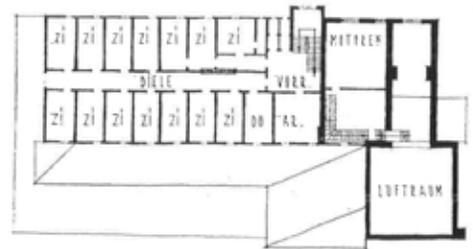
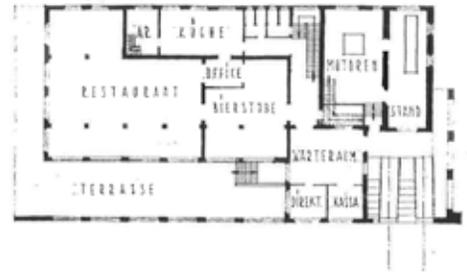
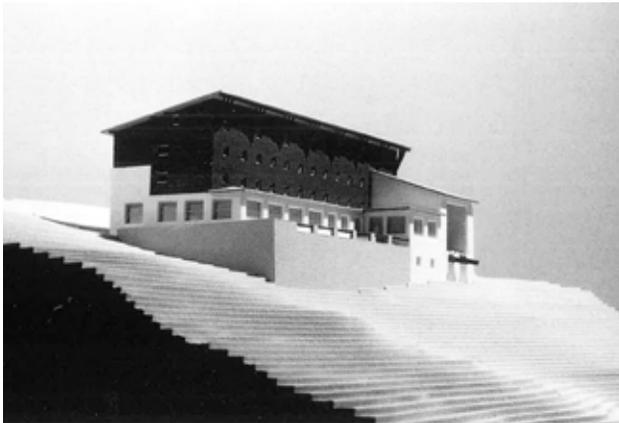


Abb.24: Abb.25: Abb.26: Patscherkofelbahn Bergstation, Igls, Hans Feßler, 1927/28

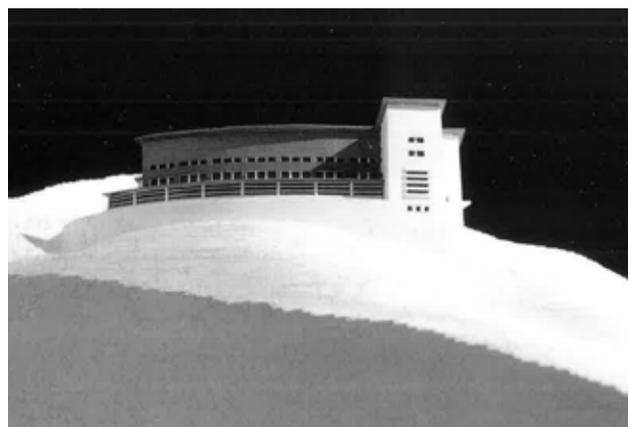
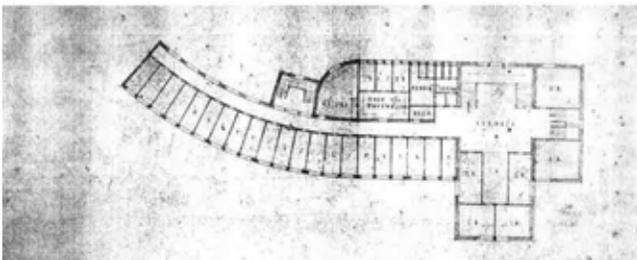
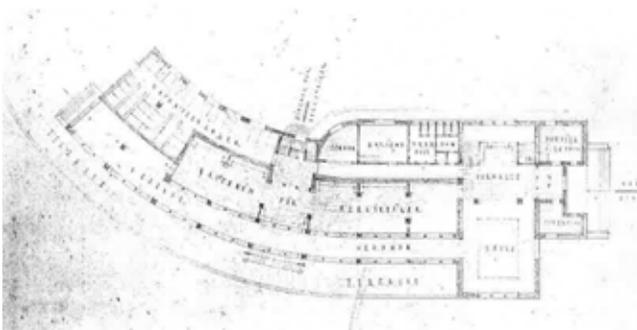
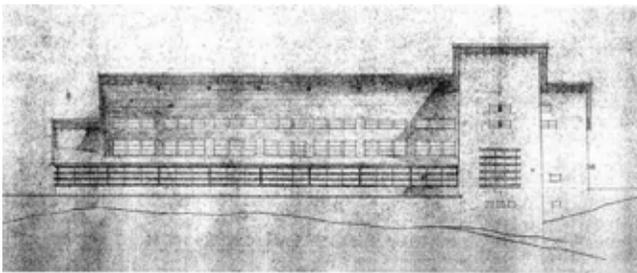


Abb.27: Abb.28: Abb.29: Hotel Seegrube, Innsbruck, Franz Baumann, 1927/28

Abb.30: Werbeplakate der KdF



Tourismus in der Zeit des Nationalsozialismus

Die Folgen der Weltwirtschaftskrise 1929 trafen auch den Tourismus. Die finanziellen Möglichkeiten wurden empfindlich kürzer. Jedoch wurde deutlich, wie groß der Wunsch nach Erholung mittlerweile war. Trotz der Krise, in der selbst für die Mittelschichten ein Erholungsurlaub kaum mehr leistbar war, erfuhr die Zahl der Jugendreisen und entsprechend die Jugendherbergen einen überdurchschnittlichen Anstieg. Hotel und Gastbetriebe verloren ihre Gäste. Man reiste billiger und zudem kürzer. Die Ende Juni 1932 eingeführten verbilligten Bahnkarten mit Tagesfahrten an Wasser erwiesen sich als Erfolg und zeigen deutlich dass viele Angehörige des Mittelstand und Bürgertums selbst am Tiefpunkt der Krise nicht auf den gewohnten Urlaub verzichten wollen.⁴⁹

Kraft durch Freude – KdF⁵⁰

Mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten in Deutschland 1933, deren Weg durch die Krise gebahnt wurde, wurde Tourismus als politische, totalitäre Kraft erfasst. Die NS-Politik zerschlug anfänglich alle Gewerkschaften und gründete die deutsche Arbeiterfront. Eine der wichtigsten Suborganisationen war die KdF (Kraft durch Freude). Die KdF war Instrument zur Entpolitisierung breiter Arbeitnehmerschichten, indem sie durch Freizeit und Tourismus eine allgemeine Zufriedenheit herstellte und somit Widerstand vorbeugen konnte. Die KdF sollte in Zeiten der entseelten Industriearbeit am Fließband, verstärkt seit 1936, mehr Entspannung- und Erholung bieten und sollte zugleich eine andauernde Arbeitsfähigkeit gewährleisten. Eines der wichtigsten Ziele der KdF war die psychische Stärkung des Volkes.

⁴⁹ Vgl. Hachtmann 2007, 118 f. | ⁵⁰ Vgl. Ebd. 2007, 120-124. |

Ferienfabriken

Der Kdf nutzte zwar die bestehende Ferieninfrastruktur, initiierte aber auch den Bau eigener Anlagen. Dabei fand nicht nur Hitlers Größenwahn und die Ideologie der Nationalsozialisten ihren Ausdruck, sondern sie kamen genauso den Werten der neuen Sachlichkeit entgegen. Das NS-Regime realisierte, nach den Grundsätzen der fordistische, rationalen Architektur der Moderne, erstmals Großprojekte (wie sie vorher im städtebaulichen Sinne umgesetzt wurden) für touristische Zwecke. Es entsteht die hochmoderne Ferienfabrik. Das eine von fünf gigantischen „Massenbädern“ wurde 1939 fertiggestellt, entworfen vom ehemaligen Werkbundmitglied Clemens Klotz nach den Ansätzen des Algier-Plans von Le Corbusier. Auch in England und Italien entstanden Ferienzentren. Die faschistische Freizeitorganisation „Dopolavorare“ baute in Kooperation mit Fiat 1933/37 zwei Ferienkolonien. In England ist das 1936 eröffnete holiday camp, als eines der Vorreiter für die Vergnügungsparks, die vermehrt nach dem Krieg kopiert wurden, zu nennen.⁵¹



Abb.31: KdF-Seebad der Zwanzigtausend auf Rügen

49 Vgl. Hachtmann 2007, 118 f. | 50 Vgl. Ebda. 2007, 120-124. | 51 Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 100-102.

massentourismus seit 1950

Die Lage nach 1945 sah durch Kriegszerstörungen erheblich schlecht aus: vernachlässigte Verkehrswege, bombenzerstörte Städte und zwangsweise umfunktionierte Hotels. Bis 1952 verlief der Aufschwung langsamer, aber bereits seit 1953 wuchs die Tourismusbranche schneller als andere Wirtschaftszweige.⁵² Der Tourismus wurde institutionalisiert. Er war fester Bestandteil der Gesellschaft geworden.

Triebkräfte des Tourismus nach 1945

Einkommen und Wohlstand

Seit den 1950er Jahren gab es einen rasanten wirtschaftlichen Aufschwung – das sogenannte Wirtschaftswunder. Diese Entwicklung drückte sich in der gesamtwirtschaftlichen Produktion aus und steigerte somit das Einkommen und die privaten Konsumausgaben. Der neue Wohlstand bewirkte eine Verschiebung in der Konsumstruktur: 1960 wurde wesentlich mehr für Nahrungs- und Genussmittel ausgegeben als zwanzig Jahre später. Der Anteil am touristischen Konsum stieg hingegen maßgeblich. Das Reisen, das lange Zeit ein Privileg der Vermögenden war, wird nun für immer mehr Menschen leistbar, ja sogar zum Grundbedürfnis.⁵³

Recht auf Urlaub

Erst nach dem Zweiten Weltkrieg wurden Verhandlungen zur Urlaubsregelung zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern aufgenommen. In der DDR wurde das Recht auf Urlaub schon recht früh, nämlich 1951, in der Gesetzgebung festgelegt. Seit 1965 hatten die Werktätigen bereits einen mindestens 12-tägigen Anspruch, 1967 auf einen 15-tägigen Urlaub. Die Bundesrepublik Deutschland führte 1963 einen rechtskräftigen Mindesturlaub von zwei Wochen ein.⁵⁴ Auch der Tagesablauf und die Arbeitszeit erfuhren in der Nachkriegszeit eine Veränderung.

52 Vgl. Hachtmann 2007, 152-154. | 53 Vgl. Freyer 1988, 28-30. | 54 Hachtmann 2007, 141.

Institutioneller Tourismus

Wer seinen Urlaub nicht mit gewerkschaftlichen Organisationen verbrachte, übernachtete individuell in privat vermieteten Zimmern oder auf Campingplätzen. Der Camping-Urlaub wurde immer beliebter. Er war zeitlich und räumlich quasi unbegrenzt, konnte selbst bestimmt werden und war seit den 1960er Jahren ein geeigneter Ort zur Auslebung der immer beliebteren „Freikörperkultur“.⁵⁶ Der Campingtourismus führte vor allem ins Ausland, wo man günstige Ware kaufte und billig Benzin tankte. Die Reisefreiheit wurde vermehrt als generelle Freiheit angesehen.⁵⁷

Automobilisierung und Individualtourismus

Der PWK leitete nach dem Krieg den Individualtourismus ein. Ähnlich wie hundert Jahre zuvor, mit dem Schienenverkehr, wurde nun in den Ausbau der Straßen investiert, was eine starke Zunahme der privaten Motorisierung mit sich brachte. Das Straßennetz und der private Verkehr prägen seither den Massentourismus.⁵⁵

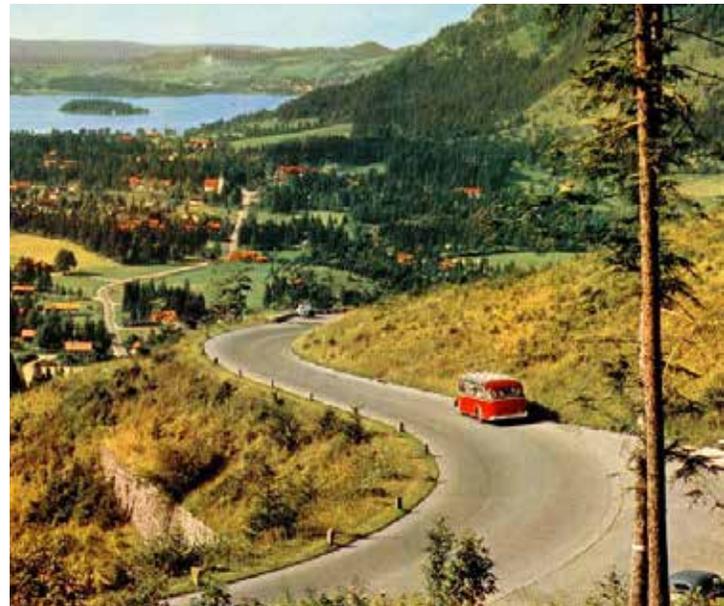


Abb.32: Die Spitzingsstraße

⁵⁵ Vgl. Freyer 1988, 33. | ⁵⁶ Vgl. Hachtmann 2007, 154 f. | ⁵⁷ Vgl. Ebd. 2007, 151.

Tourismusindustrie

Verstanden wird unter dem Begriff Industrie eine Massen- und Fließproduktion zur Senkung der Kosten. Die Massenproduktion in der Tourismuswirtschaft definiert sich dadurch, dass hier der Tourist das „fließende“ Produkt und gleichzeitig der Konsument. Der Begriff umfasst privatwirtschaftliche Unternehmen, die Transport, Unterbringung, Reiseleitung u. Ä. für eine größere Zahl von Touristen zu günstigen Preisen anbieten. Einige Unternehmen sind beispielsweise Neckermann und TUI. Zur Steigerung ihrer Popularität veröffentlichten sie Reiseführer und aufgemotzte Werbebroschüren (Wie es heute immer noch der Fall ist). Deren allgegenwertige Präsenz machten den Anschein, sie würden den „Markt“ dominieren, doch blieb die Zahl der „organisierten“ Reisenden im gesamten ein Bruchteil.⁵⁸

Take off - Flugtourismus

1963 bot der Reiseveranstalter Neckermann erstmals Charterflüge an und eroberten die Küsten Spaniens.⁵⁹ Seither ist der Flugverkehr festes Bestandteil und primäres Transportmittel des Tourismus geworden. Das Reiseverhalten hat sich in den letzten Jahrzehnten erheblich verändert: die Reisedauer verkürzt sich und es können weltweite Ziele zu vergleichsweise günstigen Preisen angesteuert werden. Der internationale Flugverkehr nimmt hinsichtlich der steigenden Einkommen, der sinkenden Flugpreise und des Wandels im Freizeitverhalten stetig zu und vergrößert den Radius der Mobilität. Laut deutschem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur nimmt er im Bereich Tourismus bereits einen Anteil von 60% ein.⁶⁰ Die globale Transportvernetzung und schier unbegrenzte Mobilität nehmen großen Einfluss auf das Reisen und die Tourismuswirtschaft, bringen aber auch bedenkliche Nachteile mit sich: Die enorme Umweltbelastung durch Luftverschmutzung wirkt sich auf das globale Klima aus.

58 Vgl. Hachtmann 2007, 160-163. | 59 Vgl. Ebda. 2007, 159. | 60 vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) 2008.

Gegenentwicklung zum Massentourismus

Der Erholungsurlaub am Strand oder in den Bergen ist längst zu einem Grundbedürfnis unserer Gesellschaft geworden. Immer mehr Menschen beteiligen sich an Tourismus und Mobilität. Dadurch wurde aber ein Massenaufkommen ausgelöst, das die Anonymität der Großstadt auch im Urlaub fortführte. Deshalb kam als Gegenentwicklung die Sehnsucht nach Gemütlichkeit, Natur, Landschaft, Rückzug und zwischenmenschlichen Beziehungen wieder auf. Raus aus der schnellen, anonymen Stadt, aus dem hektischen Alltag und eintauchen in eine romantische, traditionelle, entspannte, scheinbar „heile“ Welt, waren die Schlagworte. Der Camping-Urlaub, die Ferien auf dem Bauernhof, das Wandern und ähnliche Formen des „sanften“ Tourismus ermöglichten wahre Begegnungen zwischen Mensch und Natur.⁶¹



Abb.33: Der erste Reiseprospekt der Neckermann Versand KG

⁶¹ Vgl. Hachtmann 2007, 164 f.

Architektur der boomenden Nachfrage in den Alpen

Seit den 1950er Jahren wird Tourismus schließlich überwiegend kommerziell betrieben. Die boomende Nachfrage oder das wachsende Urlaubsbedürfnis, die von der Tourismusindustrie verstärkt hervorgerufen wurden, bedurfte einer raschen Aufstockung des Angebots, was sich unmittelbar auf die Architektur und somit dem gebauten Raum auswirkte und dies noch immer tut. Zunächst stieg die Parahotellerie rasant an und erst seit den späten 60er Jahren setzt eine massive Bautätigkeit im Hotelbau ein. Die Massenproduktion von Ferienanlagen lies preiswerte, funktionale Betonbauten in die Höhe schießen und ersetzte teilweise die historisch gewachsenen Badeanstalten. Vor allem die Küsten des Mittelmeers und des Schwarzen Meers aber auch die Alpen wurden von gesichtslosen Hotelhochhäusern verbaut. Damit geht aber auch die Kritik an diesen „Bettenburgen“ einher und löst das Gefühl von „Nostalgie“, eine Sehnsucht nach dem Vergangenen, aus. Das Schubladen-Prinzip der Moderne war nicht mit den Phantasien und Wunschbildern des Tourismus zu vereinen.⁶²

Die Rückbesinnung auf die gute alte Zeit, auf alte Werte und Traditionen, fand in den romantischen, idyllischen Alpen schon immer besonderen Anklang. Verbreitet wurden dieser Bilder seit Mitte des 20. Jahrhunderts vorwiegend durch das Medium Film. Die sogenannten Heimatfilme strahlten Bilder von Freundschaft, Familie und der Gemeinschaft in Bergdörfern in Bayern, der Schweiz und Österreich aus. Traditionen, volkstümliche Bräuche und geselliges Leben fanden sich in den Kulissen der vermeintlich unberührten Landschaft der Alpen wieder. Die bäuerliche und handwerkliche Kultur und Baukultur wurde zum stilistischen Wunschbild und Sinnbild für Gemütlichkeit und Gastlichkeit. Auf der Suche nach dem „Zuhause-Gefühl“ konnten vorwiegend kleine Pensionen und Bauernhöfe von der Zimmervermietung als Nebenerwerb profitieren. Aber die boomende Nachfrage forderte rasch einen massiven Ausbau der Bettenkapazität. Die intensive Bautätigkeit verbreitete hierbei einen kuriosen „alpinen Stil“. Hinzukommen kommt, dass die Heimatschutzbewegung, die im Nationalsozialismus zum Instrument der „Blut- und Boden-Ideologie“ wurde⁶³, an Bedeutung verlor und seither eher zu einer Verbreitung des „alpinen Stils“ und Lebensweise bis hin zu einem vieldiskutierten Monotonismus beitrug.

62 Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 105-108. | 63 Vgl. Achleitner 1997, 9 f.

Wie Achleitner schreibt:

„Aus der Vermischung von Heimatschutz, Blut-und Boden-Ideologie, falsch verstandenem Denkmalschutz, Naturschutz, Ortsbildschutz, aus Landschaftsklischees, touristischem Management, Spekulation, Existenzangst, Kurzsichtigkeit und Denkfaulheit hat sich ein ‚alpiner Stil‘ entwickelt, ein handsamer ästhetischer Monotonismus, der sich nicht nur über alle ‚alpinen‘ Länder vom Boden- bis zum Neusiedlersee erstreckt, sondern auch alle Bauaufgaben umfaßt, von der Tankstelle bis zum Bezirkskrankenhaus.“⁶⁴

Der „alpine Stil“ mit charakteristischen Elementen, wie dem Satteldach, wird allseits angenommen, nicht nur weil er tatsächlich gut funktioniert, sondern weil er, wie der Alpenhut, den der Einheimische für den Fremden aufsetzt und umgekehrt, zum beliebten Bild der Heimat gehört, ohne dass man ihn architektonisch oder soziokulturell hinterfragt zu werden. Er ist eher ein gut funktionierendes System, das die Landschaft beherrscht und eine echte Auseinandersetzung mit der Tradition nur vortäuscht.⁶⁵

⁶⁴ Achleitner 1977, 63 | Vgl. Ebda. 1977, 64.



Abb. 34: „alpiner stil“

„War einst das Verbindliche für die Kunst der Geschmack des Volkes [...], so wurde jetzt in dieses markwirtschaftliche Spiel der ‚Gast‘ eingeführt. Er war der Gast aus Holland oder von wo immer er den Schnee suchte, der all diese landschaftsvernichtenden Karikaturen eines bäuerlichen Bauens scheinbar wollte, ja forderte. Das heißt, die bauliche Selbstdarstellung einer Region war eigentlich eine Fremdbestimmung, eine Art von vorausseilendem Gehorsam in Richtung Maastrich.“⁶⁶

Immer banaler und monotoner wurde die Ausprägung des Baustils als er auf sämtliche Bauaufgaben übertragen wurde, von der Bank, dem Hallenbad, dem Bahnhof bis hin zu den Großhotels des Massentourismus. In den 1960er, 1970er und 1980er Jahren vermehrten sich die „Bettenburgen“ mit dem angeblich regionalen, alpinen Stil, der vorgibt authentisch und traditionell zu sein.⁶⁷

Um die 1980er Jahre wurde allmählich eine Phase erreicht an dem das Hotel- und Urlaubsangebot soweit ausgebaut war, dass der Konkurrenzdruck zwischen Beherbergungsbetrieben als auch zwischen Destinationen großen Druck ausübte. Bei gleichbleibender Nachfrage, zunehmender Globalisierung und Wertewandel der Gesellschaft musste die Hotellerie und Tourismuswirtschaft erneut agieren. Diversifikation war ab jetzt entscheidend. Weltweit entstanden neue Tourismuskonzepte, wie etwa Erlebniswelten, Freizeitparks, Funparks (Las Vegas als erstes Beispiel, und Disneyland in Orlando 1971). Die Spaßgesellschaft forderte neue Freizeitwelten.

Im Alpenraum kommt wieder die Schwärmerei für die Romantik und den Historismus auf. Verspielte neue touristische Welten wurden inszeniert. Neuromantische Bauformen vermischten sich mit alpinen Stilelementen.

„Das obligatorische Satteldach, braunlackierte Holzverkleidungen und Fensterverzierungen, klobige Holzbalkone mit gedrechselten Balustern und zierreichen Brüstungsbrettern, entlang des Handlaufs Blumenkisten mit Pelargonien und Verbänen, dazu hier und da ein Turmerker.“⁶⁸

Abb.35: Abb.36: Abb.37:Abb.38: .Hotelbauten des boomenden Tourismus



Außerdem mutierte die Landschaft in den touristisch orientierten Alpengebieten in Österreich, Schweiz, Bayern und Norditalien, allmählich zu einem großen Freizeitpark. Spaß, Sport, Unterhaltung waren die neuen Triebkräfte, die eine Verbauung und ein Verbrauchen der Ressourcen Landschaft und Kultur vorantrieben. Das schier unendliche Nachahmen und Inszenieren von scheinbar funktionierenden Bauformen und Stilen hat in den letzten Jahrzehnten eine gesichtslose „Wildwuchs-Architektur“⁶⁹ verursacht.

Monströse Baumassen und immer gleiche Fassaden reihten sich in Tourismuszentren aneinander und zerstörten so das Bild der einst gesuchten ländlichen Idylle.⁷⁰ Dabei ist gerade die Schönheit und der ästhetische Wert eines Ortes ausschlaggebend für den Erfolg einer Destination. Tourismusarchitektur wird diesbezüglich erst seit kürzerer Zeit kritisch betrachtet.

69 Vgl. Romeiß-Stracke 2008, 15. | 70 Vgl. Schober 2008, 31

resümee

In der Auseinandersetzung mit der Geschichte des Tourismus unter genauerer Betrachtung der gesellschaftlichen und architektonischen Tendenzen wurde verständlich, welche komplexen Zusammenhänge sich zwischen Mensch, Kultur und Landschaft abspielen und wie der Tourismus sie beeinflusst. Als Wirtschaftszweig hat sich Tourismus so sehr wie kein anderer als Teil der Gesellschaft herausgestellt, der sich direkt und indirekt auf die Wahrnehmung und Entwicklung unserer Umwelt auswirkt.

Als Spiegel der Gesellschaft, Wirtschaft und ebenso der Politik drückt sich Tourismus im Freizeitverhalten der Baukultur und der gebauten Umwelt aus. Was einst das Privileg der Adeligen war, formte sich zu einem unverzichtbaren Bedürfnis der gesamten Gesellschaft. Zu Beginn war Tourismus eine „Einzelanfertigung“ und wurde schließlich zum „Massenprodukt“. Die Fortschritte in Mobilität und sozialen Strukturen bedeuteten für den Tourismus einen ständigen Umbruch.

Fasst man die gesellschaftlichen Entwicklungen mit den industriellen Epochen zusammen so erkennt man eine jeweils zeittypische Kultur. Wie aus der Geschichte hervorgeht wur-

de der Tourismus, seit er zusehends zur Reise aus Vergnügen wurde, vom Geschmack, Lebensstil und von den Werten des Konsumenten bestimmt.

Die vordergründigen Motive der Reise waren die Befriedigung von Bedürfnisse wie Erholung, Erlebnis, Naturerfahrung. Der Lebensstil wurde dabei mitgetragen und schuf Ferienorte, die durch eine Art Fremdeinwirkung gestaltet wurden. Die Ortsveränderung bewirkte letztendlich auch die Veränderung des Ortes. Der ästhetische Wert der Kultur-Landschaft und die Schönheit der anderen Orte sind aber unmittelbare Ressourcen des Tourismus. Das fremde Domestizieren und Eingreifen mindert jedoch ihren Wert.

Die Alpen als eines der weltweit wichtigsten Binnengebirge schöpfen ihre Anziehungskraft aus der schönen, eindrucksvollen Bergkulisse, der möglichen Naturerfahrung sowie der gewachsenen Kulturlandschaft. Heute sind die Alpen erschlossen wie kein zweites Hochgebirge der Erde, weshalb sie auch wie kein anderes bedroht sind.⁷¹ Seit ihrer touristischen Entdeckung im 19. Jahrhundert wurden die Alpen zum beliebten Zielort auf der Suche nach der heimeligen ja sogar

„heilen“ Welt. Das gesellschaftliche Konstrukt der „Heimat“ beschrieb stets eine intakte Gegenwelt zur verkommenen Großstadt, mutierte aber zum Massengeschäft.

Für Touristen und Tourismusbetreiber ist aber häufig nur die *„werbewirksame Stimmungsmache nicht nur auf wirtschaftlichem, natur- und kulturbezogenem, sondern sofort auch auf baulichem Gebiet“*⁷² von Bedeutung. Bisher war es dem Konsumenten nur wichtig, dass der Preis und die Leistung stimmen. Manche behaupten, die Tourismusarchitektur wird gar nicht gesehen, aber neuen Tendenzen zeigen, dass mit zunehmender Reiseerfahrung und steigendem Bildungsstand, die Ansprüche an bauliche Gestaltung größer werden.

Wenn Tourismusarchitektur weiterhin rein marktwirtschaftlich betrachtet wird und nur nach dem Geschmack des Konsumenten ausgerichtet wird ohne dass soziale und ästhetische Auswirkungen auf die Umgebung berücksichtigt werden, wird die wichtigste Ressource des Tourismus, nämlich die „authentische“ Schönheit der Kulturlandschaft, bald verbraucht sein.

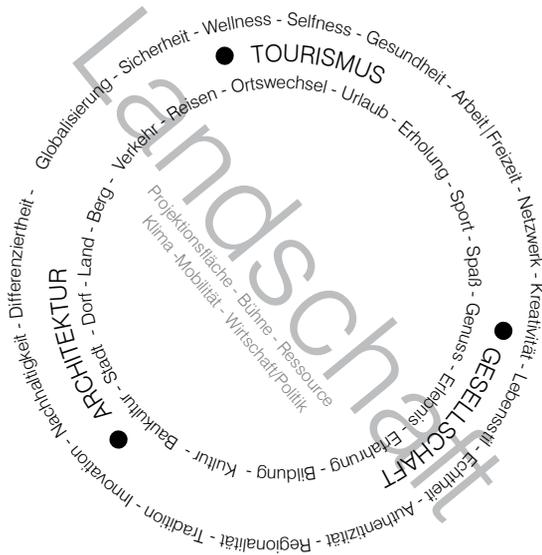
⁷¹ Schurz 1993, 223. | ⁷² Ebda. 1993, 231.





die alpine 02 kultur- landschaft

Über das Verhältnis des Menschen zur Natur
Kulturlandschaft – Südtirol
Klima Wandel Alpen
Identität und Schutz



”

Wir können nicht zurück zur Natur außerhalb unserer Kultur. Deshalb ist es um so wichtiger zu begreifen, dass auch unsere Ideen von Natur und Landschaft kulturelle Ideen sind, entstanden im Kontext unseres vernunftbestimmten Weltverständnisses.

”

Gabriele Pütz 2004, 71.

über das **verhältnis** des **menschen** zur **natur**

Die Vorstellungen von Natur sind heute sehr vielfältig. Ihre Wahrnehmung geht immer von einem Betrachter aus und ist demnach für jeden unterschiedlich. Natur wird entweder als ästhetische oder ökonomische Landschaft verstanden oder als eine romantische oder bedrohende Wildnis. Dem liegen unterschiedliche Urteile über Natur zugrunde: ästhetische, moralisch-praktische oder theoretische.¹

- **Natur als schöne Landschaft**
- **Natur als moralische aufgeladene Wildnis**
- **Natur als wissenschaftlich untersuchtes Ökosystem - Kulturlandschaft.**

Von Wildnis zu Natur

Die Alpen galten bis ins Zeitalter der Aufklärung als bedrohlich, unbezwingbar, furchterregend und wurden lange Zeit mit der gefährlichen Wildnis assoziiert. Das „Wilde“ wurde als unkontrollierbare Welt ohne Regeln gesehen. Wildnis stand der geordneten, von Gott gewollten, bewohnten

Welt gegenüber. Sie wurde als das „Draußen“, wo gefährliche Tiere und schreckliche, mystische Gestalten sind, beschrieben. Dort herrschten keine Moral und keine Sitte. Seit dem 17. Jahrhundert wurde der jedoch Begriff zunehmend positiver bewertet, einerseits als unendliche, erhabene und andererseits als vollkommen geordnete Welt. Die moralische Auffassung geht nun eher von der Wildnis als Natur aus. Das aufklärerische Denken sieht die Natur, in diesem Sinne auch die Wildnis, als ungezwungene Gegenwelt frei von gesellschaftlichen Konventionen. Rousseau als Vertreter dieser Ansichten, behauptet, dass der zivilisatorische Fortschritt einen moralischen Verfall hervorruft. In der Frühromantik wird Wildnis zum Inbegriff von Freiheit. Auf der Suche nach Ursprünglichkeit ist das Eintreten und das poetische Erkunden der Wildnis ein romantischer Prozess der Verinnerlichung und Besinnung auf den Ursprung.² Die Vernunft, die in der gottgewollten Welt versagt hat, wird in der Romantik von der äußeren Natur der Landschaft und von der inneren Natur des Menschen, der befähigt ist Schönheit und Tugend zu empfinden, ersetzt. Die Natur als Landschaft wird dadurch ästhetisch aufgewertet.³

„Vertreter ganz unterschiedlicher Subjekt- und Gesellschaftsideale, denen die Kritik an der aufklärerischen Fortschrittsidee gemein ist, bestimmen Wildnis als Symbol und auch als realen Ort der verlorenen guten Ursprünglichkeit eines Lebens in harmonischer Einheit mit der Natur in den andern Menschen.“⁴

¹ Vgl. Kirchhoff/Trepl 2009, 16-18. | ² Ebda. 2009, 43-52. | ³ Pütz 1995, 62 f. | ⁴ Kirchhoff/Trepl 2009, 49.

Moderne: Trennung von Natur und Kultur

In der Moderne und durch die philosophischen Ansichten von Kant wird die ästhetische Naturvorstellung der Romantik in Frage gestellt. Die wahre Ästhetik und damit die Naturschönheit als echte umfassende Wirklichkeit ist nicht beweisbar. Mit der Darwin'schen Evolutionstheorie wird klar das auch die Entwicklung der Natur gewissen Gesetzen, z.B. in Form eines Existenzkampfes, folgt. Damit ist die ideologische Vorstellung von absoluter und für den Endzweck bestimmter Natur hinfällig. Stattdessen wird die Natur zur materiellen Ressource für das menschliche Schaffen. Der technische Fortschrittsgedanke im 19. Jahrhundert löst einen Wandel im Verhältnis zwischen Natur und Mensch aus.⁵ Natur ist einfach nur da, während das vom Menschen-Geschaffene als Kultur aufgefasst wird. Die Wissenschaft in der Moderne schaffte Dualismen und dadurch eine strenge Trennung von Kultur und Natur. Es werden keinerlei Beziehungen zwischen dem menschlichen Tun und der Existenz der Natur hergestellt.

Landschaft als Kulturlandschaft

Erst seit Mitte des 20. Jahrhunderts wird Natur nicht mehr nur als in sich existierendes System verstanden, sondern man beginnt Zusammenhänge von menschlicher Praxis und der scheinbar „natürlichen“ Landschaft zu begreifen. Die Erde wird als begrenztes System betrachtet. Ressourcen und Rohstoffe sind nicht mehr unendlich verfügbar. Eine Trennung von Natur und Kultur ist nicht mehr möglich. Der erweiterte Blickwinkel auf die Landschaft löst globale Fragen aus. Seit Beginn des 21. Jahrhunderts wird das Problem der Klimaerwärmung zur globalen Angelegenheit. Die Menschheit erkennen mittlerweile die weltweiten ökologischen Veränderungen und begreifen den Globus als ein Ökosystem, in dem komplexe Zusammenhänge von Mensch und Natur existieren. Natur als Landschaft ist nicht mehr nur da, sondern sie ist das Produkt der kulturellen und gesellschaftlichen Leistung, die unseren Lebensraum nachhaltig verändert. Naturlandschaft wird zur Kulturlandschaft.

⁵ Vgl. Pütz 1995, 74-76.

Landschaft nach J.B. Jackson

Nach J.B. Jackson werden drei unterschiedliche kulturell aufgefasste Landschaften benannt:

Landschaft 1:

Beschreibt die Landschaft als kultivierte Agrarlandschaft. Die Landschaft wird aus einer kulturellen, gemeinschaftlichen Praxis, die Bewirtschaftung der Felder, geformt. Im Gegensatz zur Wildnis ist sie als Kultur zu sehen, in der Besiedelung, Infrastruktur, Regeln und Normen zu finden sind.



Abb.1: Landschaft und kulturelle Praxis



Abb.2: Claude Lorrain, Hirtenlandschaft bei untergehender Sonne, 1670
Gemälde nach dem Hirtengedicht von Vergil

Landschaft 2:

Die zweite Auffassung von Landschaft nach J.B. Jackson ist die pittoreske Landschaft. Sie ist die Vorstellung der idealen, schönen Landschaft, die aus dem Bild der Arkadien abgeleitet wurde. Arkadien: Das Bild von Arkadien wurde erstmals in der Literatur, in den Hirtengedichten des römischen Dichters Vergil, beschrieben. Er selbst hat die Landschaft nie gesehen, sie entstand aus einer romantisch, poetischen Fiktion. Die Phantasie der arkadischen Landschaft wur-

de schließlich in der Malerei zu Bild gebracht und ist bis heute das Vorbild für die englischen Landschaftsgärten. Landschaft 2 ist heute noch immer die dominierende Vorstellung von der schönen, natürlichen Landschaft. Das „Natürliche“ oder das aus der Natur gewachsene wird allgemein als schön wahrgenommen, doch inwiefern kann heutzutage ein Landschaftsbild als natürlich aufgefasst werden? Sowohl die englischen Gärten, die in den Städten als natürliches Grün gesehen werden, als auch die „traditionell“ kultivierten Landschaften der Berge sind nicht „natürlich“ gewachsen, sondern wurden kulturell geformt. Der ästhetische Blick wurde dabei gesellschaftlich konstruiert

Landschaft 3:

Sie definiert die Rückkehr zu einer rein kulturellen Landschaft und beschreibt sie als Oberfläche, die dem Tun und Handeln des Menschen unterworfen ist, die er ausbeutet und dadurch verändert. Landschaft drei ist die aktive Landschaft als strukturierbare Fläche. Sie ist die Grundlage für menschliche Möglichkeiten und deshalb immer künstlich. Landschaft ist nicht nur Betrachtungsgegenstand, sondern vielmehr eine räumliche Erscheinungsform die Natur und Kultur zusammenführt.



Abb. 3: Künstliche Landschaft

kulturlandschaft - südtirol

„Landschaft ist kein Zufall.“⁶

Das Erscheinungsbild sowie das System Landschaft ist Ausdruck von sozialen und wirtschaftlichen Prozessen der Gesellschaft und ist deshalb ständig im Wandel.

Die funktionale, praktische Aneignung der Natur und ihre Veränderung durch den technologischen Fortschritt stehen im Spannungsfeld mit der ästhetischen Wahrnehmung und der Wertschätzung von Landschaft.

Die Alpenlandschaften sind einerseits geprägt von wirtschaftlichen Eingriffen, die nötig sind um am globalen und regionalen Markt zu bestehen, andererseits wird ihr Erscheinungsbild sowie das Ökosystem dadurch maßgeblich verändert.



Abb.4: Landschaftsaneignung

⁶ Tasser u.a. 2012, 105.

LandschaftAneignung Lebens- und Produktionsstätte

Betrachtet man die Landschaft als ein Prozess der Aneignung, so veränderte sie sich zunehmend seit der Industrialisierung im 19. Jahrhundert durch technische Innovationen, Maschineneinsatz, Bevölkerungszuwachs und ebenso verstärkt durch den Tourismus. Die wesentlichen landschaftsverändernden Faktoren sind also folgende:⁷

- Land- und Forstwirtschaft
- Bevölkerungs und Siedlungsstrukturen
- Verkehr, Infrastruktur, Energiewirtschaft
- Schutzmaßnahmen
- Tourismus, Erholungs- und Freizeitwirtschaft

Diese Faktoren sind nicht einzeln zu betrachten, sondern sie wirken unmittelbar aufeinander ein.

Die Land- und Forstwirtschaft macht alpenweit den Großteil der Oberfläche aus. Damit nimmt die Kultivierung von Boden, Wald und Wiese am meisten Einfluss. Eine rasante Veränderung der kultivierten Flächen setzt mit der Mechanisierung, Intensivierung und Spezialisierung nach dem zweiten Weltkrieg ein. Der früher vielfältige Anbau von Nutzpflanzen wurde aufgrund des Maschineneinsatzes von spezialisierten Bewirtschaftungsformen abgelöst. Hinzu kam, dass sich der Markt mit der zunehmenden Mobilisierung und dem verbesserten Transport überregional ausgeweitet hat. Landwirtschaftliche Produkte konkurrieren auf internationaler Ebene. Der Zwang zur Spezialisierung formte in den Alpenregionen Kulturlandschaften, die entweder aus dem Obst- und Weinbau entsprangen oder in höheren Lagen aus der Viehwirtschaft bzw. Grünlandwirtschaft.

⁷ Vgl. Tasser u.a. 2012, 67.

Die Raumtypen Südtirols und ihre Flächenverteilung:
Alpine Bereiche und Waldstufen machen zusammen mehr als 80% des Landes aus.



Grafik1: Flächenverteilung der Landschaftseinheiten
(Quelle Lerop-Fachplan, Landschaftsleitbild Südtirol, 2002)



Abb.5: Monokultur Obstbau



Abb.6: Monokultur Weinbau

Der Ackerbau und die Gärten der Selbstversorger verloren in den Bergen wegen der ungünstigen Bewirtschaftungsmöglichkeiten an Bedeutung. Die Landschaft wurde zunehmend monotoner. Die Bewirtschaftung von wenig ertragreichen Steilhängen und teils weit entfernten Almen wurden zunehmend unwirtschaftlicher und problematischer und führte neben der demografischen Entwicklung zu einem Flächenschwund bzw. zu einer Verwandlung. Der ökonomische Druck der Landwirtschaft und ihr zunehmender internationaler Existenzkampf führten zusammen mit der Industrialisierung zu einer Bedeutungsminde- rung. Immer mehr Menschen fanden einen Arbeitsplatz außerhalb der Landwirtschaft. Vor allem in den letzten Jahrzehnten haben sich an den Siedlungsändern Industrie-, Handwerk- und Gewerbe- zonen gebildet. Auch der rasante Bevölkerungszuwachs in den letzten 100 Jahren führte zu einer Ausdehnung der Siedlungsgebiete und verdrängte landwirtschaftliche Flächen.⁸

Die Ausdehnung der Städte zu Wirtschaftszentren und die wachsenden peripheren Dörfer bedingten den Ausbau von Verkehrswegen und Infrastrukturen, die tiefgreifende Eingriffe in die Landschaft bedeuteten. Ausgehend von dem Bau der Eisenbahn bis hin zum Asphaltieren und Ausbauen von Straßen mussten später auch größere Energieversorgungsstrukturen (Hochspannungsleitungen, Telefonleitungen, Bewässerungsanlagen, Wasser- und Windkraftbauten...) errichtet werden, um die neuen Siedlungsstrukturen zu versorgen. Zahlreiche Forstwege waren erforderlich, damit auch die Almflächen weiterhin wirtschaftlich gepflegt werden konnten.

⁸ Vgl. Tasser u.a. 2012, 89.

Mit der Ausdehnung der Siedlungsstrukturen und des Infrastruktursystems wurden aufwendige Schutzbauten notwendig. Die Alpen waren immer schon von unvorhersehbaren Naturereignissen, wie Hochwasser, Murenabgängen, Lawinen, Steinschlag u.Ä., betroffen. Um sich vor Natureinflüssen schützen und die kontrollieren zu können, mussten Bäche und Flüsse reguliert, Wildbäche verbaut werden und aufwändige Felssicherungen, Befestigungsmauern, Lawinenschutzmaßnahmen u.v.m. errichtet werden (Bodenschutz, Wildbach- und Lawinenverbauung).

Der laufende Ausbau von Straßen, Infrastrukturen und Schutzbauten war und ist nicht nur für die lokale Wirtschaft, die Land- und Forstwirtschaft, die Anbindung der dörflichen Siedlungen an die zentralen Arbeitsorte und für das Überleben der abgelegenen Höfe von Bedeutung sondern ebenso für die Entwicklung des Tourismus.

Die Eisenbahn und später die vielen Passstraßen trugen nach und nach dazu bei, dass immer mehr Menschen die Alpenregionen erreichten. Ausgehend von relativ sanften Formen des Tourismus (der Sommerfrische und dem Bäderaufenthalt) entwickelte sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts ein Alpentourismus, der heute einen enormen Einfluss auf die Landschaft hat

Die Alpenvereine, die erstmals von England ausgingen, eroberten die Gipfel und begannen mit dem Ausbau eines Wege- und Hüttennetzwerkes. Der seit 1950 boomende Tourismus verbreitete den alpinen Stil nicht nur als Bauform sondern ebenso als Lebensweise. Touristische Zielregionen explodierten förmlich. Die scheinbar bäuerliche, regionale Tradition entpuppte sich als werbewirksames Mittel. Mit der Verbreitung des Skisports setzt allmählich auch der Wintertourismus ein, was eine zusätzliche und maßgebliche Veränderung der Landschaft mit sich brachte. Neue Infrastrukturen wie Seilbahnen und Lifte wurden errichtet. Wälder wurden gerodet, um Pisten bis ins Tal zu frei zu legen.



Abb.7: Passstraße zum Stifser Joch



Abb.8: Walter Niedermayr: Aspen Series, 2013

Landschaft als Betrachtungs- und Erlebnisraum

Landschaft ist ein sich ständig wandelndes System, eine Oberfläche in der die Kräfte der Natur und die des Menschen zusammenspielen. Das Landschaftsbild als „Benutzeroberfläche“ zeigt die menschlichen Fortschritte. Die aus gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Sicht notwendigen Eingriffe stehen aber oftmals im Konflikt mit dem Bild der Landschaft, das sich der Betrachter wünscht. „*Die oft mit Landschaft assoziierte Vorstellung von Natürlichkeit*“⁹ ist bis heute noch die Grundlage dafür, dass sie als positiv empfunden wird. Wobei Landschaft vor allem „*das stoffliche Produkt menschlicher Arbeit*“¹⁰ ist. Betrachtung und Aneignung von Landschaft divergieren demnach.

Der ästhetische Blick

Kulturlandschaft ist längst nicht mehr rein zweckgebunden (Nahrungsmittelproduktion, Lebensraum, Ressource). Die Kulturlandschaft, die Region, die Heimat ist immer ein Ort der Identitätsbildung. Einerseits für die Menschen, die in ihr leben und andererseits für alle, die sie betrachten. Besonders die Alpen wurden durch die „*von außen herangetragenen Bilder und Werte auch als Identitätsressource*“¹¹ gesehen. Der Tourismus konstruierte eine Vorstellung, die das alpine Leben zum Maßstab der kulturellen Ordnung machte.¹²

9 Pütz 2004, 69. | 10 Ebda., 69. | 11 Tschöfen 2004, 152. | 12 Vgl. Ebda., 152. | 13 Pütz 2004, 70.

„Landschaft als Angeschaute, als ästhetisch vermitteltes Bild bietet per Geschmacksurteil Raum für neue Emotionen und Assoziationen. Das Bild schafft Freiraum für neue Interpretationen, neue Sichtweisen, neue Zusammenhänge von Sich, der Natur und der Welt. [...] Das, was als schöne Landschaft empfunden wird, ist keine Konstante, sondern hat sich im Laufe der Geschichte immer wieder verändert. Die schöne Landschaft ist also keine absolute, vom Menschen unabhängige Kategorie, sondern das Produkt menschlicher Anschauung. Was jeweils als schöne Landschaft gesehen wird, steht im unmittelbaren Bezug zu den jeweiligen gesellschaftlichen Bedingungen und damit auch zu den gesellschaftlich determinierten Aneignungs- (=Ausbeutungs-)bedienungen von Natur.“¹³

Die Sehnsucht nach dem Natürlichen, dem Ländlich-bäuerlichen war für die Entwicklung des Tourismus in den Alpen ausschlaggebend. Die zunächst rein ästhetische und narrative Wiedergabe der Natur in der Malerei und Dichtung wandte sich sehr bald zum Bedürfnis des eigenen Wahrnehmens. Schlussendlich führte das reine Betrachten zum immer intensiver werdenden Erleben dieser scheinbar natürlichen, eindrucksvollen, erhabenen Landschaften. Die romantische Vorstellung des Alpines übte seit dem Zeitalter der Aufklärung auf das Auge des Touristen eine treibende Anziehung aus.

Abb.9: Seiser Alm



Erlebnisraum vs. Lebensraum

Kulturlandschaft und Kulturerbe

Für den Tourismus sind die alpinen Kulturlandschaften in ihrer Gesamtheit eine unmittelbare Ressource. Die Palette an Erlebnissen ist sehr vielfältig, von der Landschaft als Kulisse bis zum Selbsterfahren und Selbsterkunden. Die abwechslungsreiche Alpenlandschaft entstand erstens aufgrund ihrer Topografie und des damit verbundenen Klimas. In den verschiedenen Höhenlagen finden sich variierende Ökosysteme und damit unterschiedliche natürliche Ressourcen, wie Seen, Wasserfälle, Gletscher, Quell- und Heilwasser, artenreiche Tier- und Pflanzenwelten. Diese bieten für den Tourismus das ganze Jahr hindurch ebenso viele Kulissen wie aktive Nutzungsmöglichkeiten.

Die zweite, ebenso wichtige Ressource sind die lokalen materiellen und immateriellen Kulturgüter, die von der Bevölkerung geschaffen und getragen werden. Vor allem die Heimatschutzbewegung ist bestrebt die regionalen Identitätsmerkmale und Traditionen, wie Handwerk, Sprache-Dialekt, Baukultur, Kleidung, Musik, zu erhalten.

Bereits in Südtirol gibt es in den verschiedenen Tälern unterschiedliche Kulturmerkmale. Sie sind heute immer noch eine beliebte Attraktion und werden oft speziell für die Gäste gelebt und inszeniert.

Soziale Folgen des Massentourismus

Betrachtet man hingegen den Tourismus aus Sicht der lokalen Bevölkerung bringt er zwar viele positive wirtschaftliche Erfolge, ermöglicht Arbeitsplätze und stärkt kleine Gemeinden, aber besonders in touristenintensiven Orten leidet das soziale Gefüge. Unverhältnismäßig hohe Touristenzahlen, die manchmal sogar die Zahl der ansässigen Bevölkerung übersteigt, verursachen hohe Investitionskosten, die rein für den Tourismus aufgebracht werden. Problematisch wird dies in der sogenannten „saisonslosen Zeit“. Sie bringt schwerwiegende soziale und wirtschaftliche Probleme für die Erwerbstätigen im Tourismus mit sich, von vorübergehender Arbeitslosigkeit und ungesicherten Arbeitsplätzen bis zu extremen Arbeitssituationen in der Hochsaison.¹⁴

„Man sehe sich heute die prominenten Tourismusorte in der sogenannten ‚saisonslosen Zeit‘ an, dieses teilweise trostlose Verpackungsmaterial einer extremen Dienstleistungsmaschinerie“¹⁵

Einerseits ist die Bewahrung des kulturellen Erbes und die damit verbundene Identität notwendig, aber andererseits müssen in Anbetracht des ständigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandels fortschreitende Entwicklungen möglich sein.

„Wir sollten uns daher Kulturlandschaften weniger als Kulisse vorstellen, als die sie manchmal erscheinen mag, sondern als Benutzeroberfläche, der bestimmte Informationen eingeschrieben sind, die aber trotzdem nach dem Aktiven Einsatz von Wissen verlangen.“¹⁶

Der neue gesellschaftliche Wandel in Richtung Nachhaltigkeit und Authentizität zeigt Trends, die versuchen wirtschaftliche, ökonomische und sogar soziale Interessen aufeinander abzustimmen. Kooperationen zwischen Tourismus mit anderen Wirtschaftszweigen wie Gewerbe, Landwirtschaft, Bauwesen und Handel versuchen Synergien für die zukünftige Entwicklung der Alpenregionen zu schaffen.

14 Vgl. Alpenkonvention 2013, 88. | 15 Achleitner 1997, 126. | 16 Tschofen 2004, 154.

klima wandel alpen

Die globalen klimatischen Veränderungen sind neben den direkten menschlichen Eingriffen die treibenden Kräfte für den permanenten Wandel der Landschaft. Das Bewusstsein für die Folgen und Ursachen des Klimawandels ist längst in den Köpfen der Menschen angekommen. Seit dem erschreckenden vierten Weltklimabericht im Jahr 2007 (IPCC vom 06.04.2007) wird klar wie sehr das menschliche Eingreifen die Umwelt und das globale Ökosystem beeinflusst. Der unverhältnismäßig hohe Ausstoß an Treibhausgasen verursachte in den letzten Jahrzehnten einen rasanten Temperaturanstieg.

Für die Alpen bedeutet der Klimawandel wesentlich stärkere Konsequenzen, als in anderen Gebieten. In Alpenregionen stieg die Temperatur um fast das Doppelte als im globalen Mittel. Zurückzuführen ist dieses Phänomen vermutlich auf die schrumpfenden Schneedecken und anderen Rückkopplungseffekten. Zudem soll die Änderung des Luftströmungsverhaltens neue Niederschlagsverhältnisse hervorrufen.¹⁷ Gletscherschwund, Veränderung des Mikroklimas und den damit verbundenen Vegetationen sind die Folge. Extremsituationen, wie starke Stürme und Niederschläge, längere

Dürreperioden und Hitzewellen im Sommer, Wasserfluten im Winter bzw. in den Übergangszeiten, deutlich weniger Schnee und erhöhte Gefahr von Naturgewalten (Steinschlag, Muren, Lawinen, Überschwemmungen...) sind Szenarien die den Alpenraum zukünftig prägen werden.¹⁸

Klima verändert das Landschaftsbild

Das sich wandelnde Mikroklima wirkt sich über längere Sicht auf das Landschaftsbild aus: Rückzug der Gletscher, Anstieg der Waldgrenze, Veränderung der Flora und Fauna.

¹⁷ Vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit 2008, 12. | ¹⁸ Vgl. Alpenkonventionen 2013, 109.



Abb.10: Gletscherschwund; Übertalferner Becherhaus Ridnaun

Klimawandel und Tourismus

Für den Tourismus in den Alpen bedeutet der Klimawandel eine enorme Herausforderung, aber möglicherweise auch eine neue Chance. Der Urlaub in den Alpen unterscheidet sich vorwiegend zwischen Sommer- und Wintersaison, wobei eher der Sommerbetrieb profitiert.

Wintersaison

Die globale Erwärmung ist eine besondere Herausforderung für den Wintertourismus. Die schneesichere Grenze verschiebt sich mit jedem Plusgrad nach oben und die Tage, an denen ausreichende Schnee vorhanden ist, gehen konstant zurück. Die prognostizierten Veränderungen der Wetterlagen werden ebenfalls eine Verschiebung der Schnee-Häufigkeitsverteilung mit sich bringen, von der die Saison stark abhängt.

Schneesicherheit

Die Schneesicherheit ist für die Wirtschaftlichkeit von Wintersportgebieten eine der wichtigsten Faktoren. Nach Abegg wird sie wie folgt definiert:

„Die Schneesicherheit eines Gebietes ist gewährleistet, wenn in der Zeitspanne vom 16. Dezember bis zum 15. April an mindestens 100 Tagen eine für den Skisport ausreichende Schneedecke von 30cm (Ski alpin) bzw. 15 cm (Ski nordisch) vorhanden ist.“¹⁹

Diese Regel muss aber nicht jedes Jahr erfüllt werden. Drei aufeinander folgende schneearme Winter sind keine Ausnahme und müssen von einem Skigebiet verkraftet werden. Die 100-Tage Regel bezieht sich auf einen Zeitraum von 10 Jahren in denen sieben Jahre die Schneesicherheit erfüllen.²⁰

¹⁹ Abegg 1996, 62. | ²⁰ Vgl. Ebda., 62.



© freddy planinschek

13.12.2015

Abb.11: Wintersaison im Dezember 2015 in den Dolomiten, Foto: Freddy Planinschek 2015

Eingriffe in die Landschaft

Die Schneeabhängigkeit forderte in den letzten paar Jahrzehnten technologische Alternativen und Maßnahmen. Es wurden künstliche Beschneiungsanlagen inklusive Wasserspeicherbecken errichtet und Bodenbeschaffenheiten wurden durch bauliche Maßnahmen so optimiert, dass weniger Schnee erforderlich ist.

- **Planieren: Beseitigung von natürlichen Geländeelementen (Bodenwellen, Buckeln, Felsbrocken...)**
- **Beseitigung der Bodenvegetation: Sträucher usw.**
- **Regulierung des Wasserhaushaltes: Entwässerung von Feuchtgebieten**

Trotz der modernen Anpassungsmöglichkeiten und Technologien ist der Betrieb eines Skisportgebietes abhängig von äußeren klimatischen Bedingungen. Nach dem derzeitigen Stand der Technik kann nämlich erst ab Temperaturen unter 0°C Kunstschnee produziert werden. Vor allem am Anfang und Ende der Saisonen (November und April) ist der Temperaturstand problematisch und bedeutet eine Verkürzung der Saison.²¹

Für viele Skisportbetriebe sind die Folgen der Klimaerwärmung massive, fast untragbare Investitionskosten und ein exorbitanter Wasserverbrauch einerseits und andererseits können Kunstschneepisten die Vorstellung von Skivergnügen oft nicht gewährleisten. Vor allem in tieferen Lagen mit schlechteren klimatischen Verhältnissen entstehen durch die oft matschigen braunen Pisten abschreckende Bilder, die das Skifahren wenig attraktiv machen. Die Abhängigkeit von Kunstschneeproduktion zur Gewährleistung des Skivergnügens kann also keine langfristige Lösung sein, sondern höchstens ein kurzzeitiges, ergänzendes Mittel.

²¹ Vgl. Frey 2006, 107.

Der Pisten- und Liftbetrieb ist zwar für den Wintertourismus äußerst wichtig, bedeutet aber auch Eingriffe in den Energiehaushalt einer Region und beeinträchtigt das ökologische System der Flora und Fauna sowie die Bodenbeschaffenheit (erhöhte Gefahr von Naturgewalten).²²

Der Tourismus im Winter bedient sich einer Landschaft, die er selbst künstlich überformt hat, um sie besser „verkaufen“ zu können. Was übrig bleibt, ist kahles, optimiertes Terrain, gerodete Pistenzüge und technische, kostenintensive Anlagen, die wenig ästhetischen und ökologischen Wert haben. Der Wintersport spielt für die Wirtschaft der Alpenregionen eine entscheidende Rolle, aber zukünftig muss die Frage gestellt werden, wie man Landschaft als Ressource nutzen kann ohne sie zu verbrauchen.

Vier-Jahreszeiten-Tourismus

Im Gegensatz zur Wintersaison wird die Sommersaison in Zukunft profitabler. Der globale Temperaturanstieg macht die Alpen im Sommer wieder zu einer „erfrischenden“ Destination und ermöglicht eine Ausdehnung der Saisonzeit. Der Vier-Jahreszeiten-Tourismus kann als Chance im Alpentourismus gesehen werden. Eine Kombination aus Kultur, Genuss, Kulinarik, Regionalität (Produkte usw.) als Ganzjahresprogramm vermischen sich je nach Jahreszeit mit unterschiedlichen Aktivitäten, Angeboten und Events.

²² Vgl. Abegg 1996, 161 f.

identität und schutz

Alle Eingriffe, sei es bedingt durch Land- und Forstwirtschaft, Besiedelung, Infrastruktur- und Schutzbauten Tourismus oder Klima, verursachten einen rasanten Wandel des Landschaftsbildes.

Mit zunehmenden Verlust der historischen Kulturlandschaften kommt das Bedürfnis des Schützens auf. Die Landschaft, die identitätsbildend für die „Heimat“ ist, verliert ihre traditionell geformten Kulturlandschaftselemente, die unter anderem auch für das touristische Auge von hohem Wert sind.²³

Der romantische Blick des Fremden auf die unberührte Natur führte bereits seit Ende des 19. Jahrhunderts zur Einrichtung von Nationalparks, zuerst in Nordamerika, ab 1950 in Großbritannien und seit 1960 in ganz Europa. Naturschutzgebiete und Nationalparks sind räumlich eingegrenzte Gebiete, in denen sich einerseits der Lebensraum rein natürlich und ökologisch weiterentwickeln soll zum Erhalt der Pflanzen- und Tierwelt. Andererseits werden sie aber vor allem für den Tourismus zugänglich gemacht, was wiederum sehr belastende Infrastrukturen fordert. Die naturbelassenen

Oasen der Stille waren schon immer Anziehungspunkte für Touristen und wurden deshalb mit einer dichten Infrastruktur an Straßen, Wander- und Radwegen, Campingplätzen und anderen Beherbergungsbetrieben ausgestattet.²⁴ Naturschutz und Tourismus stehen sich kontrovers gegenüber. Ohne Naturschutz gäbe es keinen Tourismus und ohne Tourismus wäre Naturschutz finanziell auch nicht möglich. Das Nutzen hängt unvermeidlich mit dem Schützen zusammen. Die Erhaltung der Lebensgrundlage kann also nur gesichert werden, wenn sie im Einklang mit einer nachhaltigen Entwicklung von Nutzungsformen erfolgt.²⁵

Landschaftsschutzgebiete sind:

„vom Menschen mitgestaltete Gebiete, die wegen ihrer landschaftlichen Schönheit und Eigenart, ihrer Naturausstattung, ihrer Bedeutung für die ortstypische Siedlungsstruktur, ihrer besonderen Erholungseignung oder als Umgebungsschutz von Natur- bzw. Kulturdenkmälern mit dem Ziel der Erhaltung dieser Funktion ausgewiesen werden.“²⁶

23 Vgl. Autonome Provinz Bozen-Südtirol, 2010, 16. | 24 Vgl. Hachtmann 2007, 165 f. | 25 Vgl. Autonome Provinz Bozen-Südtirol 2002, 17. | 26 Ebd., 39 f.

Die Gestalt und die Wahrnehmung der Landschaft hingegen werden direkt vom Menschen bestimmt. Sie bildet die Grundlage für die Identifikation mit einem Ort. In alpinen Regionen sind neben der einzigartigen Topografie vor allem landwirtschaftlich geprägte Kulturlandschaften in Kombination mit Siedlungsstrukturen und Kulturlandschaftselementen (Zäune, Hecken, Trockenmauern, kleine Kapellen, Mühlen u.v.m) die ausschlaggebenden Charakteristika, welche es zu schützen oder bestenfalls zur steuern gilt. „Die Nutzung der Landschaft basiert stets auf konkreten räumlichen und stofflichen Gegebenheiten und sozialen Mustern“²⁷ und ist deshalb von ständigem Wandel betroffen. Der Mensch als Bewohner, Gestalter und Wehrnehmer von Landschaft rückt ins Zentrum des Handlungsspielraumes. Der reine Erhalt oder die reine Nachahmung von historischen Gestaltungselementen, die baulich oder natürlich entstanden sind, sollte dabei nicht das Ziel sein, sondern in Anbetracht des ständigen ökonomischen, sozialen, ökologischen Wandel muss eine zeitgemäße aber nachhaltige Gestaltung von Landschaft möglich sein. Baukultur spielt dabei eine wesentliche Rolle.

Gerade der Tourismus und die Freizeitwirtschaft, die von einer intakten, schönen Kulturlandschaft leben, sollten imstande sein, sie zu schützen, sie zu erhalten und ihr etwas zurückzugeben.

Architektur, mit der Aufgabe die Umwelt zu gestalten, muss im Rahmen des Tourismus mehr Verantwortung übernehmen.

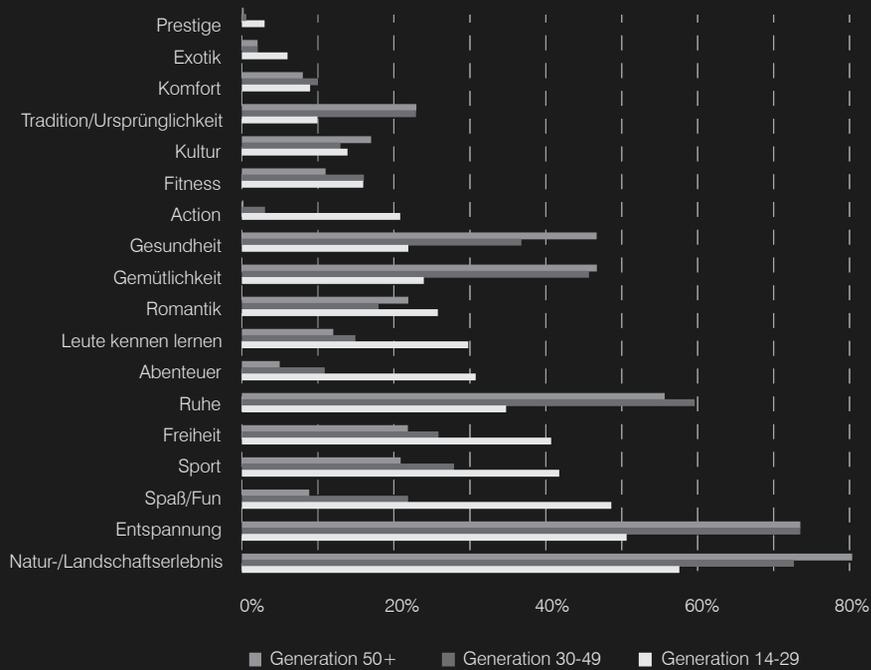
Der Mensch als Teil der Gesellschaft steht im Zentrum der Freizeit- und Tourismusbranche. Die Erfüllung seine Bedürfnisse und Wünsche macht den Erfolg des Tourismus aus. Große Veränderungen bewirkten im Laufe der Geschichte immer auch Folgen im Tourismus.

²⁷ Autonome Provinz Bozen-Südtirol 2002, 39.

gesellschaft 03
und
tourismus
heute

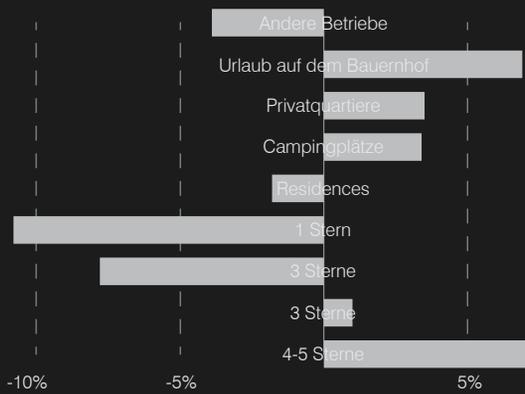
*Ein paar Zahlen
Demografischer Wandel
Wertewandel und Reiseverhalten*

ein paar zahlen

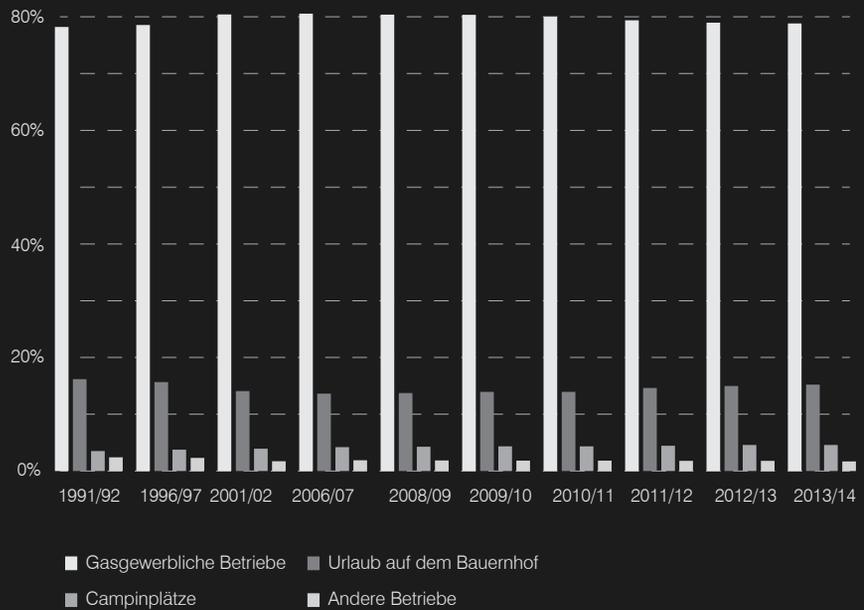


Grafik1: *Motive und Prioritäten zu „Urlaub in den Bergen“*
Quelle: *Tourismus- und Freizeitwirtschaft (FH), 2003, Deutschland.*

Reisemotiv



Grafik2: SÜDTIROLS Ankünfte und Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben nach Betriebskategorie Tourismusjahr 2013/14 verglichen mit 2012/13
Quelle: Autonome Provinz Bozen - Landesinstitut für Statistik ASTAT, 2015



Grafik3: SÜDTIROLS Übernachtungen der Gäste in den Beherbergungsbetrieben nach Betriebsart Tourismusjahre 1991/92-2013/14
Quelle: Autonome Provinz Bozen - Landesinstitut für Statistik ASTAT, 2015

Ankünfte und Übernachtungen in Südtirol nach Betriebsart

demografischer wandel

Inzwischen hat sich das Industriezeitalter zu einem Dienstleistungszeitalter entwickelt und die Gesellschaft wurde zur Wissensgesellschaft. Dieser Wandel wirkt sich auf der einen Seite auf die demografische und soziale Struktur aus. Das Durchschnittsalter und Bildungsniveau steigen an während die Geburtenraten sinkt. Die soziale Struktur unterteilt sich nicht mehr in vertikale Klassen, sondern es bilden sich Lebensstilgruppen. Auf der anderen Seite vollzieht sich ein Wertewandel, der sich in verschiedenen Trendfelder und Sehnsüchten ausdrückt. Der Tourismus muss sich ständig die Frage stellen von welchem gesellschaftlichen Wandel er betroffen ist und wie er darauf reagieren kann, um seine Potentiale auszuschöpfen.

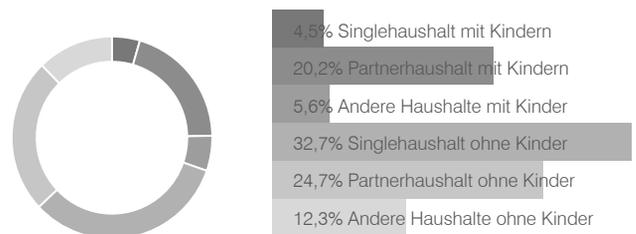
Alterung der Gesellschaft

Statistiken zeigen, dass das Durchschnittsalter in Europa stetig ansteigt. Diese demografische Veränderung ist zurückzuführen auf das Altern der geburtenstarken Jahrgänge Mitte der Sechzigerjahre, sowie die Zunahme der Lebenserwartung und das Ausbleiben von steigenden Geburtenzahlen.¹ Die Alterung der Gesellschaft wird zwar weitestgehend als negative Entwicklung betrachtet, aber im Gegensatz dazu wird das persönlich empfundene Alter geringer eingeschätzt. Die ältere Generation legt mehr Wert auf ihre Gesundheit und Fitness und entwickelt im Alter ein neues Lebensgefühl.² Für den Tourismus werden die älteren Reisenden an Bedeutung gewinnen. Senioren und Rentner mit viel frei verfügbarer Zeit und Unabhängigkeit werden zahlenmäßig im Tourismus steigen. Sie sind grundsätzlich erfahrene und anspruchsvolle Kunden.³

¹ Elmer/Schäfer 2015. | ² Vgl. Horx 2013, 25. | ³ Vgl. Edba. 15. | ⁴ Vgl. Geser 2007, 28 f.

Haushaltsstrukturen ändern sich

Mit der sich verändernden Wirtschafts- und Arbeitssituation verändern sich auch die Familienstrukturen. Vor allem bei den Frauen gewann die berufliche Laufbahn an Bedeutung und der Kinderwunsch blieb aus. Im Gegensatz zu Eheschließungen bildeten sich vermehrt neue Familienformen bei Jung und Alt.⁴



Grafik4: Private Haushalte nach Zusammensetzung
Quelle: Eurostat 2014

Zuwanderung: Die aktuelle Migration und Flüchtlingssituation wird sich zukünftig auf die Demografie und soziale Struktur Europas auswirken. Einerseits werden Flüchtlinge Teil der Gesellschaft und andererseits suchen sie Gastfreundschaft und Asyl in fremden Ländern. Die Thematik Migration und Tourismus könnte uns in Zukunft häufiger beschäftigen und stellt neue Fragen an die Gastlichkeit.

Die Eheschließung ist nicht mehr die wichtigste Form der Familiengründung. Der Wandel der Gesellschaft hin zur Individualisierung ermöglicht neue Formen des Zusammenlebens. Diese Vielfalt an neuen Lebensformen bringen auch neue Situationen im Urlaubs- und Freizeitverhalten mit sich.

- Patchwork-Familien
- unverheirateten Partnerschaften mit und ohne Kind
- Partnerschaften mit Kindern aus früheren Beziehungen
- Alleinerziehende
- 1-Kind Familien
- Wohngemeinschaften unter Erwachsenen
- Gleichgeschlechtliche Partnerschaften

Steigendes Bildungsniveau

Das steigende Bildungsniveau geht auf die Gleichberechtigung der beiden Geschlechter zurück. Mit der Emanzipation wird Bildung für Frauen immer wichtiger. Im Jahr 2002 hatten bereits 79,5% der Frauen im Alter von 20-24 einen Abschluss, der den Pflichtschulabschluss übersteigt. Die Männer lagen bei 73,7%. Das Bildungsniveau wirkt sich auch auf die finanzielle Situation der Gesellschaft aus, somit auf das Konsum- und Freizeitverhalten.

wertewandel und reiseverhalten

Sozialer Wandel - Urlaub und Lebensstil

Im 21. Jahrhundert ist das Reisen zur Normalität, zu einem unverzichtbaren Gut geworden. Die Reiseerfahrung, die Reiseintensität und die Entfernungen werden immer größer. Den reinen Urlaub im Sinne von Erholung von der Arbeit gibt es schon lange nicht mehr. Der Urlaub ist durch eine Vielzahl von Vorstellungen und Motiven gekennzeichnet, die sich aus der Entwicklung der Gesellschaft bilden. In den letzten Jahren werden besonders Möglichkeiten der Selbstverwirklichung und Selbsterfahrung gesucht.

Die Gesellschaft kann heute nicht mehr in Klassen oder Stände nach Einkommen, Bildung, Geschlecht und Alter unterteilt werden. Vielmehr haben sich Lebensstilgruppen herausgebildet, die neben der üblichen Lageeinstufung (Bildung, Einkommen, etc.) auch nach der Mentalität (wie etwa Werte, Ziele, Interessen, und der Performanz), also dem Verhalten, Auftreten und Stilerscheinungen durch Kleidung, Möbel u.Ä. eingeordnet werden.

Die Ausdrucksformen der spezifischen Stilgruppen zeichnen sich in gesellschaftlichen Aktivitäten, der Gestaltung der Wohnung, der Wahl der Kleidung und im Konsumverhalten ab. Besonders im Freizeitverhalten, in der Aktivitäten frei wählbar sind, spielt die Verwirklichung der lebensstilprägenden Merkmale eine wesentliche Rolle.⁵

Sinus-Milieu⁶

Zur Beschreibung von soziokulturellen Gruppen hat die SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH ein Modell erforscht, das Menschen nach ihren Werthaltungen Lebensstilen- und Zielen und dem sozialen Hintergrund einzuordnen versucht.

⁵ Vgl. Kirschbaum/Schuster 2008, 37 f. | ⁶ SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH 2015.

Die Sinus-Milieus für Deutschland im Jahr 2015:

Traditionelle 13%:

Kleinbürgerliche Welt, traditionelle Arbeiterkultur, Bescheidenheit, Sparsamkeit, Bodenständigkeit

Prekäre 9%:

Selbstbild als Benachteiligte der Gesellschaft, Zukunft-sängste und reaktive Grundhaltung, Wunsch nach Konsum, Prestige und Anerkennung, Abgrenzungserfahrungen

Konservativ Etablierte 10%:

Erfolgsethik, Exklusivität, Führungsanspruch, Gesellschaftliche Verantwortung, Standesbewusstsein, Entre-Nous-Abgrenzung

Bürgerliche Mitte 13%:

Leistungs- und Anpassungsbereitschaft, Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung, Wunsch nach beruflicher und sozialer Ordnung

Sozialökologische 7%:

Ausgeprägtes ökologische und soziales Gewissen, normative Vorstellungen von „richtigen“ Leben, Kritik an Wachstum- und Konsumgesellschaft,

Achtsamkeit und Liberal-Interkulturelle 7%:

Liberale Grundhaltung, postmaterielle Wurzeln, Kritische Weltsicht, Selbstbestimmung, Kosmopolitisch, Kunst und Kultur und Selbstentfaltung

Adaptiv-Pragmatische 10%:

die gesellschaftliche Mitte der Zukunft, Leistungs- und Anpassungsbereitschaft, Spaß, Komfort, Unterhaltung, Flexibilität und Weltoffenheit, Bedürfnis nach Zugehörigkeit

Hedonisten 15%:

Leben im hier und jetzt, Unbekümmertheit, Coolness, Trendorientierung, Ausbrechen aus den Zwängen des Alltags in der Freizeit

Performer 8%:

Global-ökonomisches Denken, Networker und Multitasker, Konsum- und Stil-Avantgarde, Kompetitive Grundhaltung

Expeditive 8%:

Trendsetter, Mental und geografisch Mobil, Zielorientiert - aber kein Karrieregedanken, Individualismus,

Zielgruppenorientierter Tourismus

Das Sinus-Modell soll ein Instrument sein, um gezielt auf die Bedürfnisse und Werte der Menschen einzugehen. Vor allem im Bereich Marketing und Kommunikation ist es wichtig die entsprechende Zielgruppe zu treffen, aber auch im Tourismus ist das Begreifen der Lebensstilgruppen wichtig, den bei der Wahl des Urlaubs legt der Mensch Wert auf ein seinem Lebensstil entsprechendes Angebot.⁷

Neben den allgemeinen Werten der Gesellschaft werden aber im Tourismus die Zielgruppen noch weiter nach Motivation und anderen äußeren Einflüssen unterteilt.

Es existieren aber kaum homogenen Gruppen mit genau den gleichen Interessen und Vorlieben. Erst Kombinationen, wie etwa junge Familien oder aktive Senioren, verdeutlichen das Bild der Zielgruppen.

- **Erholungsurlaub**
- **Entdeckungsurlaub**
- **Kultureller Urlaub**
- **Gesellschaftlicher Urlaub**
- **Sporturlaub**
- **Wirtschaftlicher und politischer Motivation...**

- **Nach Herkunft**
- **Nach Dauer des Aufenthaltes**
- **Nach Jahreszeit**
- **Nach Anzahl der Tourismusteilnehmer**
- **Nach Alter**
- **Nach Beherbergungsform**
- **Nach den Auswirkungen der Zahlungsbilanz**
- **Nach der Finanzierungsart**
- **Nach soziologischem Inhalt...**

⁷ Vgl. Kirschbaum/Schuster 2008, 38.

Weil es der Gast so will?

Die heutige Gesellschaft legt sehr viel Wert auf ihren Lebensstil und will diesen auch im Urlaub leben können bzw. zeitweise über den eigenen Standard hinaus Erfahrungen sammeln. Die große Vielfalt an Angeboten forderte im Hotelbau neue Konzepte und Ideen, wie zum Beispiel Design-hotels. Es scheint, nur wer sich diversifiziert, kann gewinnen. Das Hotel aus wirtschaftlicher Sicht wird als Marke oder Produkt betrachtet, das sich kontinuierlich an Markt- und Konsumverhalten anpassen muss, um gegen den Konkurrenzdruck standzuhalten. Doch wenn man Tourismusarchitektur weiterhin rein marktwirtschaftlich betrachtet, werden sich die „Großsünden“ des Bauens weiter fortsetzen. Tourismus-Welten haben von Beginn an die Kulturlandschaft maßgeblich als eine Art Fremdeinwirkung geprägt. Meist haben sie mit dem Ort selbst wenig nur gemein. Aus gesellschaftlicher Sicht wurde aber mittlerweile ein Punkt erreicht, an dem der Überfluss an Angeboten zum Überdruss

führt. Die großen anonymen Hotel- und Tourismusstrukturen verlieren an Bedeutung. Die Gewinner sind momentan Konzepte, wie Airbnb und Urlaub auf dem Bauernhof. Neue Anforderungen im Tourismus werden gestellt: Authentizität, Zwischenmenschlichkeit, Nachhaltigkeit, Ökologie, Sinnhaftigkeit.

Tourismusarchitektur soll hierbei an erster Stelle stehen, denn sie ist es die einen Ort mitgestaltet. Sie schafft Raum für Begegnung und Austausch. Die Stärken und Besonderheiten eines Ortes sollen als Anziehungselemente erkannt werden, diese gilt es in der Architektur umzusetzen, anstatt *„blindlings Trends hinterherzulaufen ohne sie zu hinterfragen.“*⁸

⁸ Haid/Ebner/Oggiano 2010, 10.

Suche nach...

Das erste Motiv für Urlaub in den Bergen ist heute immer noch das Naturerlebnis und Entspannung. Wobei die Sehnsucht der Touristen und Reisenden schon lange nicht mehr nur die Erfüllung der Grundbedürfnisse von Spaß, Ruhe, Natur, Sonne, Freiheit und Kontrast ist. Die Suche nach dem erweiterten Erlebnis, nach Sinnhaftigkeit und Emotionen und die Suche nach sich selbst rücken in den Vordergrund.

Der seit den 90er Jahren stattfindende Wertewandel bedeutet auch für den Tourismus eine Umstrukturierung. Die Suche nach Spaß und Unterhaltung wird ergänzt durch die Suche nach Sinn und Emotionen. Die Dauer des Urlaubs wird im Vergleich kürzer; die Erwartungshaltungen hingegen werden höher. Die aktuelle Richtung zur Individualisierung der Menschen bedeutet, dass sich Konsumenten ihre eigenen Vorstellungen von etwas machen. Im Urlaub geht es nicht mehr darum wohin man reist, sondern vielmehr welche Erfahrungen man machen möchte.⁹

Die Multioptionalität, die in den letzten Jahren versucht hat auf den Trend der Individualisierung zu reagieren, nach dem Motto „ICH WILL ALLES“ (Marketing Slogan von ROBINSON 1990), ist schon längst überall verfügbar. Diese Vielfalt an Angeboten führt aber immer häufiger zu Verwirrung. Die Menschen suchen inzwischen nach Besonderheiten und neuen Lebensgefühlen: Antimaterielles, wie Zeit, Ganzheitlichkeit, Authentizität und Nachhaltigkeit.¹⁰ In einer „hochgradig individualisierten Gesellschaft“¹¹ steigt der Anspruch der Individuen sich selbst zu steuern. Gerade im Urlaub gibt es die Möglichkeit sich selbst zu erleben, sich selbst anders zu erleben und Extremsituationen auszuprobieren. Dazu gehört auch das sorglose und unbekümmerte (Er)Leben. Die Architektur spielt hier eine wesentliche Rolle. Anstatt Standards zu erfüllen liegt die Herausforderung darin emotionale Erfahrungen hervorzurufen und den Orten eine Seele zu geben.

Inszenierung - Authentizität

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts haben wir im Alpenraum eine Architekturentwicklung erlebt, die heute oft als „Alpenkitscharchitektur“, „Edelweiß-Architektur“ oder „die Karikatur des bäuerlichen Bauens“ (wie Friedrich Achleitner schreibt) beschrieben wird. Aber gerade diese Inszenierung ist für viele „noch“ der Inbegriff des romantisch idyllischen Urlaubs. Andere wiederum bevorzugen „ehrliche und authentische“ Architektur. Das Spannungsfeld zwischen Inszenierung und Authentizität wirft in der Tourismusarchitektur viele Fragen auf. Was ist Inszenierung? Was ist Authentizität? Gibt es eine authentische Inszenierung? Wie sehen authentische oder inszenierte Räume aus und was wollen die Gäste? Inszenieren oder in Szene setzen bedeutet etwas vor einem Publikum zu zeigen und stammt aus der Theaterwelt. Es findet eine Trennung von der eigentlichen Person und ihrer Rolle statt. Ein Schauspieler gibt vor, jemand anderes zu sein und setzt eine andere Person in Szene. Überträgt man diese Haltung auf das Weltbild, kann man Inszenieren als Trennung von Form und Inhalt, von Verpackung und Produkt auffassen, wobei die Dinge zeichenhafte, abtrennbare Bestandteile eines Ganzen sind und

„im Raum nur im Verhältnis zu anderen Dingen positioniert,“¹² werden können. Der Raum wird hierbei nach dem Prinzip des „relationalen Raumverständnisses“¹³ verstanden. Die Form, oder das äußere Erscheinungsbild repräsentiert etwas, der Inhalt verbirgt sich dahinter. Betrachtet man den Menschen als „Theaterspieler“, so fällt es oft schwer das Innere zu erkennen. Vor allem in der Politik und Wirtschaft wirft dies Fragen zur Glaubwürdigkeit auf.

Im Bereich des Handels und Produktentwicklung wird die Erscheinung von Produkten (durch die Arbeit der Marktforschung) nach dem Geschmack des Abnehmers gestaltet. Teils führt aber die Neigung zur Überhöhung und Isolation zur Verzerrung des Gesamtbildes. Eventuelle Schwächen werden verdeckt und das Produkt entpuppt sich als „Unehrllichkeit“.

¹² Pfister 2008, 49. | ¹³ Ebda., 49.

Übertragen auf die Architektur hat sich das vielzitierte „Alpenhaus“ in den letzten Jahren als „unehrlich“ herausgestellt und es wird der Ruf nach „Authentizität“ laut.¹⁴ Inszenierung ist nur dann wirksam, wenn sie auch glaubwürdig ist und hält was sie verspricht.

Synonyme für Authentizität laut Duden: „*Echtheit, Glaubwürdigkeit, Sicherheit, Verlässlichkeit, Wahrheit, Zuverlässigkeit*“¹⁵

In der Weltbildauffassung von Authentizität betrachtet man, wie in der Inszenierung, den Mensch als Gegenüber der Welt. Sie findet in der Trennung von zwei Dingen statt: „*Ich-Welt, Inhalt-Form, Kern-Schale, Beobachter-Beobachtetes*“.¹⁶ In der Raumgestaltung bleibt die beliebige Inszenierung im Gegensatz zur authentischen Inszenierung vage erkennlich. Indem man sich auf Trends, Moden oder Standards bezieht, werden oft Unsicherheiten und unklare Positionen „vertuscht“. Hotels und Hoteliers, die sich auf gleiche Marktforschungsdaten beziehen, erstellen Konzepte, die zur „*Gleichförmigkeit unter sich konkurrierenden Angeboten und*

Servicequalitäten“¹⁷ führen. Aus wirtschaftlicher Sicht ist die beliebige Inszenierung für eine begrenzte Zeit zwar vorteilhafter und grundsätzlich beim Publikum kein Problem, denn es geht in erster Linie um die Beliebtheit bei Kunden, betrachtet man das Produkt oder etwa das markt- und trendorientierte Hotel aus dem Standpunkt der nachhaltigen, sozialen Entwicklung führt Beliebtheit langfristig zu finanziellen Belastungen, denn die Modetrends werden immer kürzer. Zudem ist es sowohl für den Produzenten oder Autoren (Hotelier) als auch für den Abnehmer (Gast) schwierig sich mit einem positionslosen Objekt/Raum zu identifizieren.

Um die beliebige Inszenierung zu überwinden erfordert es nicht nur eine intensive Auseinandersetzung mit dem konsumierenden Publikum, sondern es ist vor allem wichtig die Werte des Autoren sowie den Ort und seine Geschichte zur integrieren. Somit fließt Persönlichkeit in die Gestalt und es können Atmosphären entstehen, die sich von anderen unterscheiden. Die Qualität der authentischen Inszenierung liegt hierbei in der Glaubwürdigkeit von neu positionierten Elementen und Werten und im Umgang mit dem Bestehenden.¹⁸

¹⁴ Vgl. Pfister 2008, 49 f. | ¹⁵ www.duden.de/rechtschreibung/Authentizitaet, 02.11.2015 | ¹⁶ Pfister 2008, 52. | ¹⁷ Ebda., 52. | ¹⁸ Vgl. Ebda., 52-56.

gastlichkeit anders

ORTS- UND TOURISMUSZENTRUM
ST. ANDRÄ - PLOSE

”

*Wenn das Bauen für den
Tourismus auf die Dauer lebenswerten
Lebensraum produziert, dann ist auch die
Architektur an dem richtigem Platz.*

”

Achleitner, Friedrich: Region, ein Konstrukt? Regionalismus, eine Erfindung? 1997, 126

04 118
ANALYSE DES ORTES

05 138
ZIELSETZUNG UND STANDORT

06 146
KONZEPT

07 151
ENTWURF

teil 2 | **praxis**

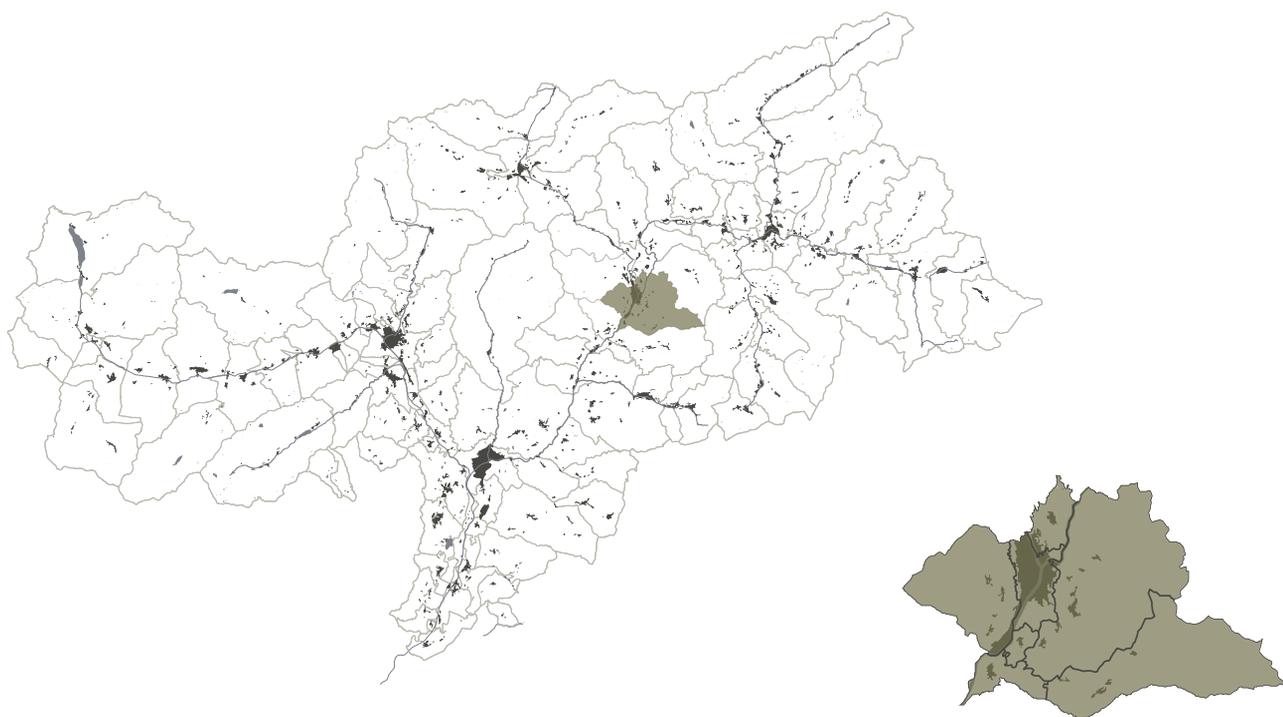
Gemeinde Brixen - Tourismus

Brixen, die älteste Stadt Südtirols, lag schon immer an wichtigen Handelsstraßen. Zur Zeit der Römer führte die Via Claudia Augusta an Brixen vorbei und 1867 erreichte der erste Zug von Norden kommend die Stadt. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts erfuhr die Stadt intensive Bautätigkeit und Wachstum. In dieser Zeit fing auch der Tourismus in Brixen langsam an. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts befand sich Brixen in einer Blütezeit. Die Bevölkerung wuchs innerhalb 30 Jahre rasant an, von 4842 im Jahr 1880 auf 6542 im Jahr 1910. Bautätigkeiten zur Verbesserung der Infrastruktur und zur Verschönerung machten Brixen zu einer Kurstadt. Mit dem ersten Weltkrieg wurde die Stadt zur Lazarettstadt. Die Machtübernahme des Faschismus veränderte zudem die Bevölkerungsstruktur. Ein Wirtschaftswachstum setzte nach 1948 allmählich wieder ein. Der Tourismus erholte sich nach den Kriegsjahren nur langsam. Erst in den 1950er Jahren wurde wieder das Ausmaß wie vor dem Krieg erreicht und es folgte ein kontinuierlicher Anstieg der Besucherzahlen, bis 1987 auch der Nächtigungen. Im Jahr 1980 wurde mit 4.768 Betten das Maximum erreicht. Seither liegt die Zahl bei ca. 4300 Betten.¹

Touristische Zahlen für Brixen liegen im Vergleich zu ganz Südtirol unter dem Durchschnittswert. Die Aufenthaltsdauer lag in den Jahren 1950-1967 durchschnittlich bei 4,1 Tagen, während landesweit die Verweildauer bei 5,8 Tagen lag. Seit dem Höhepunkt des Tourismus in den 1980er Jahren sinkt die Aufenthaltsdauer kontinuierlich, wobei aber die Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen leicht steigt. Bis in die 1960er Jahre dominiert im Raum Brixen der Sommertourismus. Mit dem Ausbau des Plose-Skigebietes im Jahr 1964 wurde aber der Wintertourismus in Schwung gebracht und die Auslastung der Beherbergungsbetriebe war auch im Winter gegeben. Neben dem Bergtourismus in den Sommer- und Wintermonaten wurde Brixen durch den Bau des Forums auch für Kongresse und Tagungen interessant. In Brixen wurden erst zu Beginn des 21. Jahrhunderts größere kulturelle und touristische Einrichtungen gebaut, ein Kultur- und Kongresshaus, ein Hallenbad mit Wellnessbereich sowie ein Universitätsgebäude. Die Stadt Brixen verfolgt das Ziel ein Bezirkszentrum für Kultur und Geistlichkeit zu werden.²

¹ Vgl. Universität Innsbruck 2008 | ² Vgl. Wanker 2007, 1-4.

analyse des ortes 04



Südtirol mit Gemeinde Brixen

Gemeinde Brixen mit Fraktionen

Ploseberg und St. Andrä ³

Bereits vor der Jahrhundertwende um 1900 begann die Beherbergung von Gästen auf den Bauernhöfen. Betuchte Kaufleute aus den Städten genossen die Sommerfrische in den Bergen. Unter den ersten Gastwirtschaften war der Frötscherhof in Mellaun sowie das Gasthaus Gasser in St. Andrä.

In der Zeit der Kriege wurde der Tourismus unterbrochen. Lediglich in der Zwischenkriegszeit setzte kurzzeitig der Fremdenverkehr wieder ein. Erst nach 1950 erholte sich die wirtschaftliche Situation und es kam zur Expansion im Fremdenverkehr. In dieser Zeit entwickelte sich auch der Skibetrieb auf der Plose, was eine neue Ära im Bereich des Wintertourismus am Berg einläutete. In den 60er Jahren begannen die Nächtigunzshahlen zu boomen. In den letzten Jahrzehnten blieb zwar die Bettenkapazität ungefähr gleich, jedoch wurden Betriebe reduziert, das heißt bestehende Betriebe wurden stetig erweitert.

Eine kurze Zeit von 1983-1995 gab es in St. Andrä sogar einen Verein der zur Belebung und Verschönerung des Dorfes beitrug, die Aufgaben wurden dann aber an die Kulturverwaltung der Gemeinde Brixen abgegeben.

Im Rahmen der Marke Brixen/Plose sollen bzw. wurden viele Neuerungen im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft am Ploseberg durchgesetzt. Weitere Schritte wären die Erhöhung der Bettenkapazität rund um den Berg, um den Wirtschaftszweig Tourismus und den Betrieb der Seilbahn zu stärken.

³ Vgl. *Bildungsausschuss St. Andrä 2010, 186-191.*



Abb.1: Der Ploseberg



Brixen

St. Leonhard

Karnol

St. Andr a

Klerant

Sarns

Albeins

**Afers
St. Jakob**

Gasserhof

UaB Nussbaumerhof

Putzerhof

Residence Bad Burgstall

Prosch Josef

Burgstall

Linderhof

Turnerhof

Residence Alpenrose

Hotel Tyrol

Hotel Post

Hotel Gasserhof

Plosestodl

Obererhof

Trametschh tte

Melaun

Schnagererhof

Staudacherhof

Gemangerhof

Pension Sommererhof

Hotel Fischer

Fr tscherhof

Bergrestaurant Kreuztal

Pension Geisler

Hotel Aurora

Hotel Rosalpa

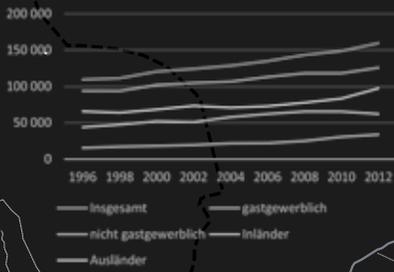
Gasthof Prader

Hotel Alpenhof

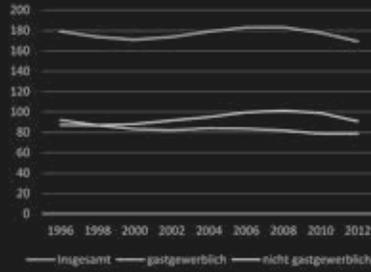
Gasthof Waldheim

Gasthof J gerheim

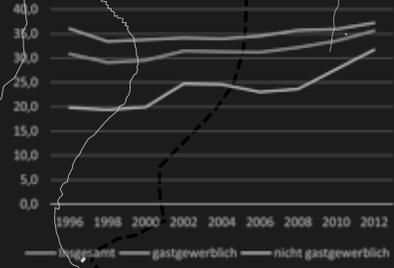
Grafik1: Ankünfte
Gemeinde Brixen



Grafik2: Anzahl der Betriebe
Gemeinde Brixen



Grafik3: Auslastung der Betriebe
Gemeinde Brixen



Grafik4: Aufenthaltsdauer in Tagen
Gemeinde Brixen

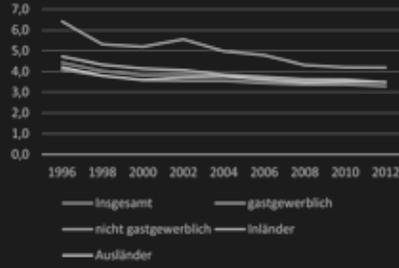


Abb.3:



Abb.4:



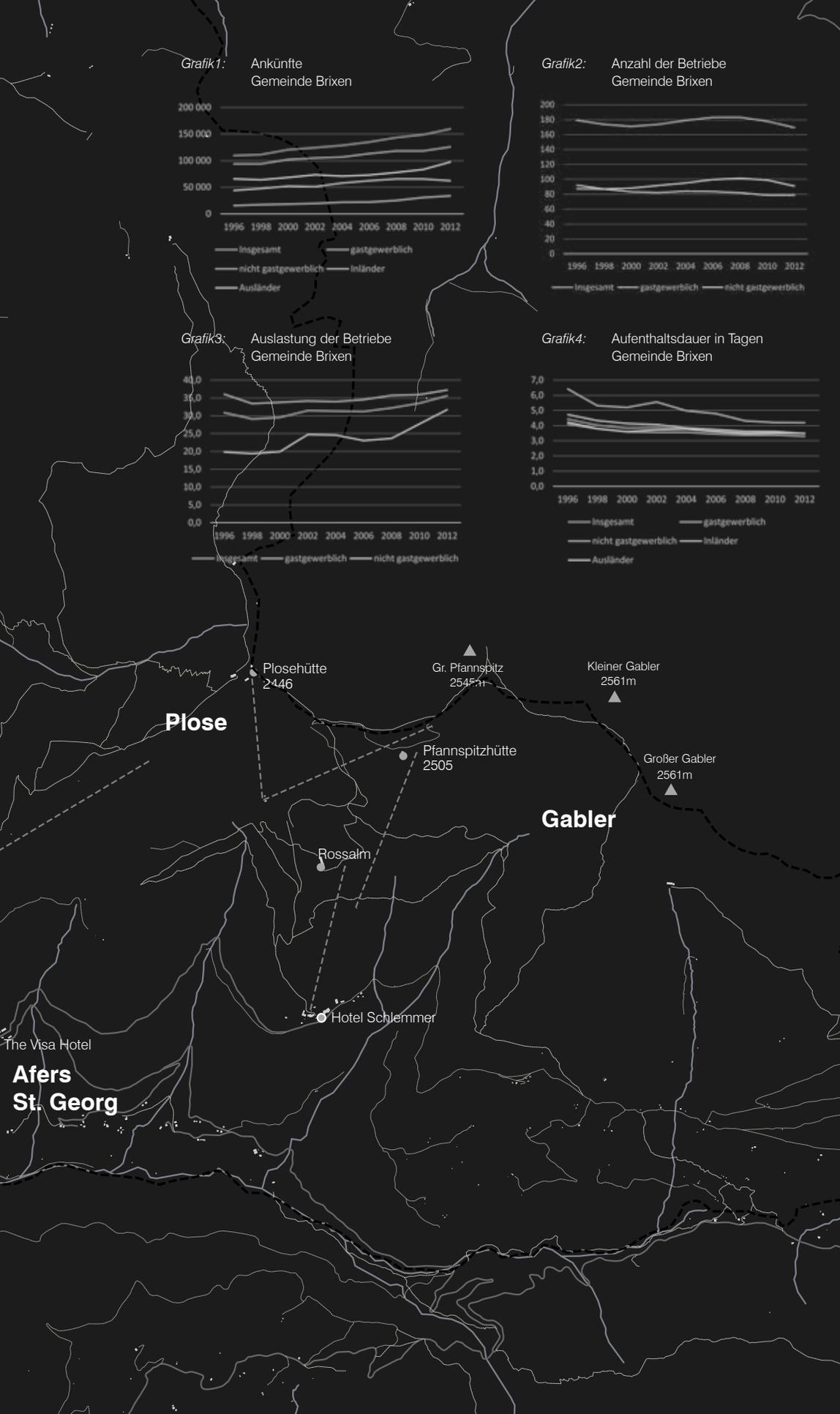
Abb.6:



Abb.7:



Abb.8:



Die Geschichte der Seilbahn ⁴

Nach schwierigen Zeit in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde um die Jahrhundertwende wieder auf den Fremdenverkehr in Brixen gesetzt und es kam erstmals der Gedanke auf eine Seilbahn auf die Plose zu errichten. Sie kam jedoch aufgrund der Bürokratie und der fehlenden finanziellen Mittel nicht zustande. In den 1920er und 1930er Jahren setzte in Brixen das Interesse für den Wintersport ein, Skiclubs wurden gegründet und erste Rennen wurden veranstaltet. Schon bald wurden erste Beherbergungsbetriebe errichtet. Der erste Skilift war ein Schleplift von der alten Skihütte zum Waldrand und wurde 1950 errichtet. 1959 errichtete der Besitzer des damaligen Sporthotels den ersten Sessellift der bis Pfannspitz verlief und in der Gipfelregion einen weiteren Schleplift. In Kreuztal wurde 1956 ein moderner Skilift nach Schönjöchel gebaut. Damit waren die ersten Schritte zur touristischen Erschließung des Ploseberges getan. Neben dem Tourismus erschloss auch das Militär den Berg. Die Fröllspitze war geeignet für einen 360 Grad Rundblick. Die Spitze wurde abgetragen und geebnet für den Bau

eines Telegrafens mit Radiostation. Zu Verbindung wurde eine Seilbahn errichtet, die das Militär zum Telegrafen bringen sollte. Ende hingegen der 1950er Jahre kam in der Gemeinde Brixen wieder der Wunsch auf, eine Seilbahn von der Stadt auf den Berg zu bauen. Nach der Gründung der Aktiengesellschaft Plose-Seilbahn-AG konnte die Planung einer Seilbahn initiiert werden. Das Projekt sah drei Abschnitte vor: eine Pendelseilbahn in zwei Teilstrecken von Brixen bis St. Andrä und von St. Andrä nach Kreuztal, ein weiterer Lift sollte dann bis zur Plosehütte führen. 1964 nach jahrelangen Verhandlungen und finanziellen Schwierigkeiten konnten die beiden Trakte der Pendelseilbahn schließlich eröffnet werden. Von Kreuztal aus führte seit 1963 ein moderner Zweipersonen-Korblift zur Plosehütte. Bis Mitte der 1970er folgten weitere Lifte und Pisten bis der Betrieb in finanzielle Schwierigkeiten geriet. Dennoch wollte die Gemeindeverwaltung den Skibetrieb aufrechterhalten und es wurde ein neuer Verwaltungsrat gegründet.

⁴ Vgl. *Bildungsausschuss St. Andrä 2010, 192-200.*

Mit Hilfe der Landesregierung konnte die Situation für 1983/84 gerettet werden. Daraufhin wurde ein neues Konzept für die Seilbahn erarbeitet. Eine neue Umlaufbahn von St. Andrä nach Kreuztal sollte gebaut werden, allerdings wurde die Talstation aus dem Dorf ausgelagert. Ebenso sollte der windausgesetzte Korblift durch einen Sessellift ersetzt werden und ein weiterer Sessellift von der Rossalm zum Pfannspitz gebaut werden. Die Seilbahnverbindung ins Tal hingegen wurde wegen der aufwändigen Revision und der fehlenden Rentabilität aufgelassen. Nach Zusammensetzung neuer Investoren und weiteren Finanzierungsmöglichkeiten konnten bis 1986 die Vorhaben realisiert werden. 1988 wurde Gianni Marzola neuer Präsident der Plose Ag und vereinte durch Kauf alle Liftanlagen am Berg, damit war das Überleben des Skigebietes gesichert. 1996 übernahm der Sohn von Gianni Marzola den Betrieb des Skigebietes mit 10 Aufstiegsanlagen und über 40 km Skipisten. Allerdings gibt es bis heute für die Ploseseilbahn die Problematik der mangelhaften Auslastung an Wochentagen, was auf fehlende Betten im Raum Brixen zurückzuführen ist.



Abb.9: Ehemalige Radarstation am Telegraph, 1995



Abb.10: Mittelstation in St. Andrä Fertigstellung 1964





Situation heute

Die Gemeinde Brixen strebt nach einem attraktiven Ganzjahrestourismus. Dazu wurde im Jahr 2008 von der „Malik Management-Zentrum St. Gallen“ ein Tourismuskonzept für das Plosegebiet und der Stadt Brixen vorgestellt. Mit dem Konzept wurden Ziele und Umsetzungsstrategien unter anderem für die Bereiche „Touristisches Leistungsprogramm“, „Infrastrukturen“ und „Mobilität“ ausgearbeitet. Bisher wurden Einige der Maßnahmen bereits umgesetzt: wie beispielsweise der Erlebnisweg zu Rossalm, der Kinderspielplatz bei Kreuztal, der Winter-Funpark sowie die Verlängerung der Rodelbahn und Verbesserungen im Bereich Mobilität.⁵

Außerdem geht aus der erarbeiteten Studie hervor, dass die Tourismusintensität in Brixen zunehmen könnte. Verglichen mit anderen Fraktionen und ähnlichen Gebieten ist die Tourismusintensität eher gering und liegt unter dem landesweiten Durchschnitt.

Die „Malik Studie“ beabsichtigte das Erkennen von Potentialen und das Ankurbeln des Tourismus. Im Falle von Brixen wird eine Kombination aus dem kulturellen Angebot Stadt und der natürlichen Ressource des Hausberges angestrebt. Brixen und die Plose sollten unter einer Marke vereint werden. Der Bau einer direkten Seilbahnverbindung von der Stadt zum Berg in Form einer Erlebnisbahn wurde dazu vorgeschlagen. Die Symbiose Brixen&Plose sollte dadurch gestärkt werden. Zudem wurde der Ausbau der Bettenkapazität (von etwa 800 Betten) als notwendige Rahmenbedingung für den Erhalt der Plose-Seilbahn erachtet.⁶

Daraufhin wurde ein Konkretes Projekt für den Bau einer Seilbahn initiiert.

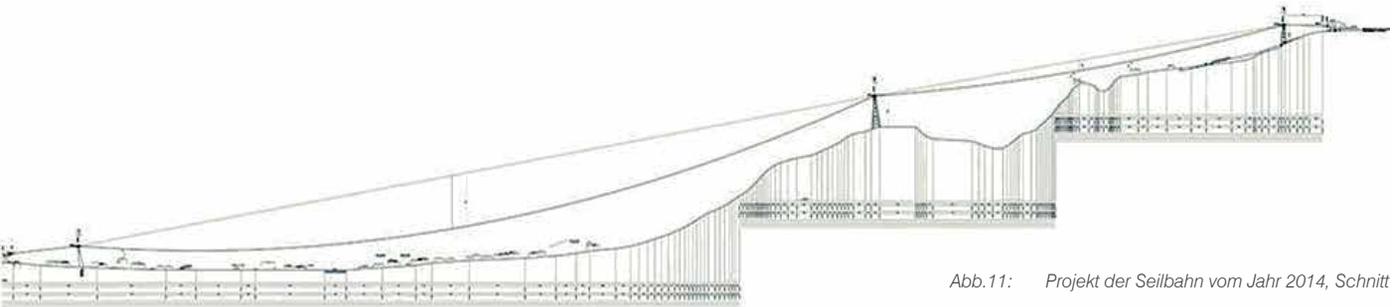


Abb.11: Projekt der Seilbahn vom Jahr 2014, Schnitt



Abb.12: Projekt der Seilbahn vom Jahr 2014, Luftbild

Das Referendum am 21. September 2014 zum Bau der Seilbahn bedeutete jedoch die Ablehnung für das Projekt. Die Mehrheit stimmte dagegen. Für Tourismusbetreiber und vor allem für den Geschäftsführer der Plose Seilbahn AG, Alessandro Marzola, bedeutete dies ein schwerer Rückschlag, denn ohne Seilbahn werden derzeit keine neuen Hotels gebaut, heißt es. Aus Sicht von Marzola kann das Skigebiet nur überleben, wenn die Auslastung erhöht wird. Nach mehreren aufeinander folgenden schlechten Wintersaisonen wird es finanziell immer schwieriger den Betrieb zu gewährleisten. Im Jahr 2018 wird die Revision der Liftanlagen anfallen, was Marzola dazu bewegt, an den Rückbau des Skigebietes zu denken. Schon immer galt am Ploseberg das Problem der fehlenden Hotelstrukturen. Etwa 1000 weitere Betten in unmittelbarer Nähe zum Skigebiet sollen notwendig sein. Was fehlt sind Investoren und attraktive Standortangebote für neue Hotels. Das Dorf St. Andrä würde dazu aufgrund der Nähe zur Talstation gute Entwicklungsmöglichkeiten bieten, doch dies muss von Seiten der Gemeinde ermöglicht werden.⁷

Bis dahin wird sich die Plose Seilbahn AG eher auf den Ausbau der Sommersaison konzentrieren. Bereits in den letzten Jahren wurden steigende Zahlen verzeichnet. Man denkt an eine Kooperation mit dem gesamten Mittelgebirge. Die Plose verfügt über hohes Potential für verschiedene Sportarten im Sommer: von Laufen, Radfahren, Wandern bis zu Paragliding, Mountaincart und vieles mehr.

Grundsätzlich wäre der Standort Plose momentan nicht von der Klimaerwärmung sehr stark beeinträchtigt. Über 2000m Meereshöhe wird auch in Zukunft die Schneesicherheit möglich sein, privilegiert im Vergleich zu vielen Österreichischen Skigebieten, meint Marzola. „*Nun geht es um Maßnahmen zur Rettung des Skibetriebes.*“⁸ Dafür müssen von Seiten der Politik überzeugende und unwiderstehliche Anreize geschaffen werden, welche Investoren überzeugen sich am Plosehügel anzusiedeln.

⁷ Vgl. Vontavon 2006, 50-55 | ⁸ Vontavon 2015, 54.

Ungewisse Zukunft

Das Gerücht schlug vor Wochen in Brixen ein wie eine Bombe: Das Skigebiet Plose stünde, so verkündete der Volksmund, kurz vor dem Aus und werde möglicherweise im Winter gar nicht in Betrieb gehen. Plose-Egner Alessandro Marzola entwarnt – teilweise.

Abb.13: Ausschnitt des Artikels im Brixner 201 - Oktober 2006

„Den Zug verpasst“

In einem Brief an Landeshauptmann Arno Kompatscher kündigt die Plose Ski AG an, dass das Unternehmen sich gezwungen sehe, mit Ende 2018 den Skibetrieb einzustellen. Die Nachricht schlug vor allem am Ploseberg ein wie eine Bombe. Der „Brixner“ erklärt die Hintergründe – und warum die Entscheidung ernst zu nehmen ist.

Abb.14: Ausschnitt des Artikels im Brixner 302 - März 2015

St. Andrä

Dorf zwischen Stadt und Berg

In den 1980er Jahren setzte im Dorf eine rege Bautätigkeit ein. Hauptsächlich wurden neue Wohnbauzonen geschaffen. In der gesamten Fraktion stieg die Einwohnerzahl von 1.400 im Jahr 1980 auf den aktuellen Stand von 2.274 Einwohnern.⁹ Das Dorf war schon immer beliebt aufgrund der sonnigen Lage und der Nähe zur Stadt.

Aber im Gegensatz zur rasanten Bautätigkeit im Wohnbau konnte die wirtschaftliche Entwicklung vor allem im Bereich Tourismus nicht mithalten. Die Ansiedlung neuer Hotels war schon seit 10 Jahren ein Diskussionsthema des Ortsausschusses bis 2007. Aus Sicht der Bewohner am Berg und des Dorf geht es nicht nur darum die Tourismusintensität zu steigern sondern auch um die Sicherung vieler Arbeitsplätze.

⁹ Bildungsausschuss St. Andrä - Afers, 2015



Abb.15: St. Andrä um 1970

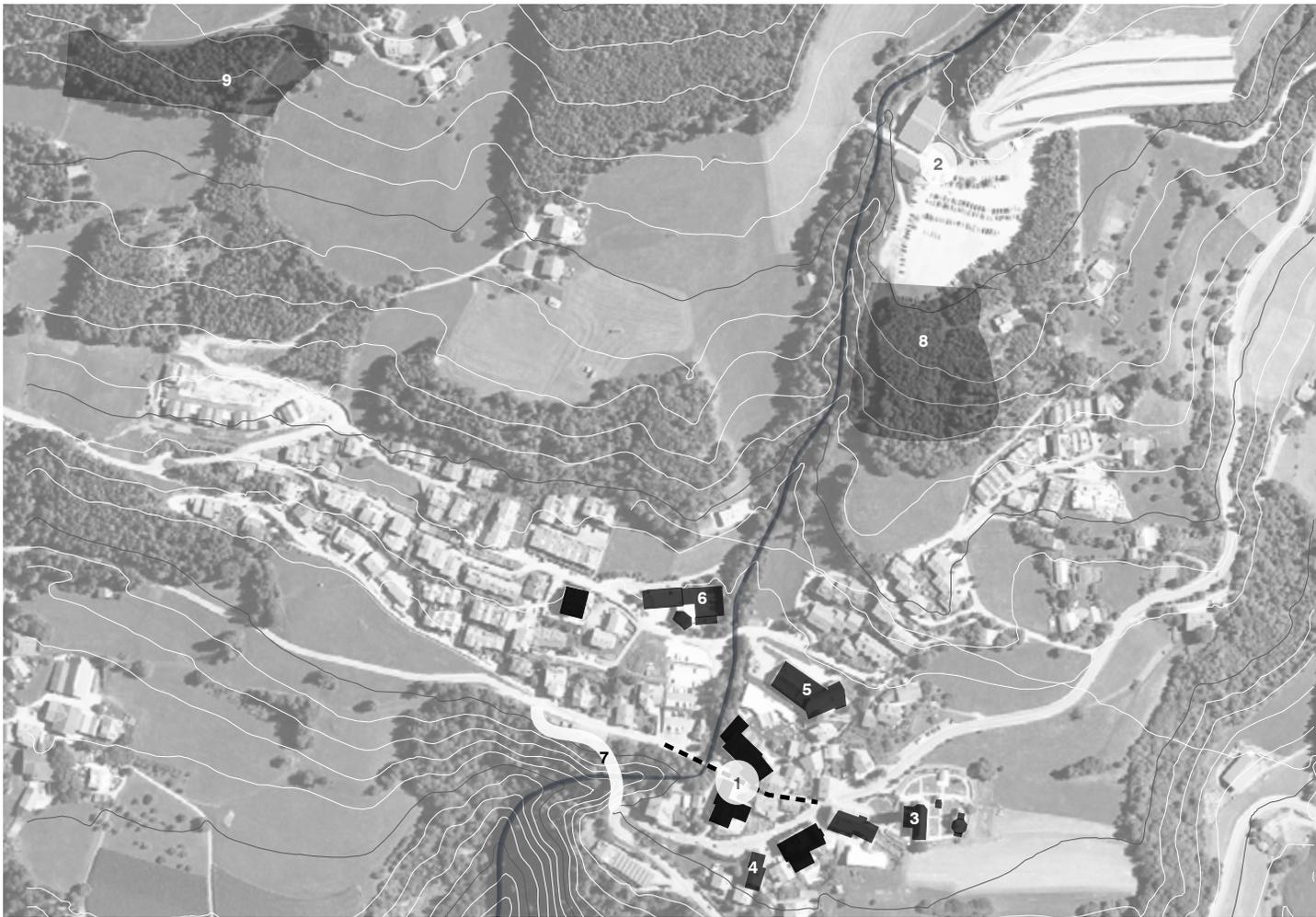


Abb.16: St. Andrä heute

Situation im Dorf und Ausblick

Das Dorf St. Andrä liegt unmittelbar an der Straße zur Seilbahn, zu Afers und zum Würzjoch und erfährt dadurch eine sehr hohe Verkehrsbelastung, insbesondere weil die Straße den Dorfkern regelrecht teilt. Die Kirche, der Widum, eine Bäckerei, die Bibliothek, das Tourismusbüro und andere öffentliche Einrichtungen werden vom Rest des Dorfes quasi abgetrennt. Hinzukommt, dass die Erschließung des Dorfes sowie eine Verbindungsstraße weiter nach St. Leonhard und Lüsen direkt durch den historischen Kern führt. Ein attraktives Zentrum konnte sich hier deshalb nicht entwickeln. Bereits im Jahr 2011 wurde zur Beruhigung des Ortszentrums das Projekt der Umfahrungsstraße vorgestellt und der Baubeginn wird für das Jahr 2016 erwartet.

Öffentliche Gebäude	■
Bestehende Hotels	■
Beruhigung Dorfstraße	■ ■
Dorfzentrum, historischer Kern	1
Talstation Plose Skigebiet	2
Kirche Kirchplatz	3
Bibliothek	4
Neubau Grundschule und Kindergarten	5
FWH und Festplatz	6
GEPLANT: Neue Umfahrungsstraße	7
GEPLANT: Kongresshotel	8
GEPLANT: ****s Hotel mit 160 Betten	9



Mit der Verkehrsberuhigung des Zentrums soll vor allem eine Belebung des Dorfes einhergehen. Dem Wunsch nach einer attraktiven lebendigen Dorfmitte wird dadurch ein Schritt nähergekommen. Derzeit ist das Dorf vorwiegend Wohnort für Familien. Tourismus und andere Wirtschaftszweige halten sich eher in Grenzen. Potentiell könnte aber gerade der Tourismus zur Belebung des Ortes beitragen. Bevorzugt durch die Lage zwischen der Stadt Brixen und dem Berg Plose können neue Angebote für Gäste und Einheimische geschaffen werden. Das Dorf als freundlicher, lebendiger Lebensraum soll sich in die Synergie Stadt & Berg einfügen und bestenfalls zum Ausgangspunkt für neue Aktivitäten und Attraktivität am Berg werden.



Abb.17: von oben

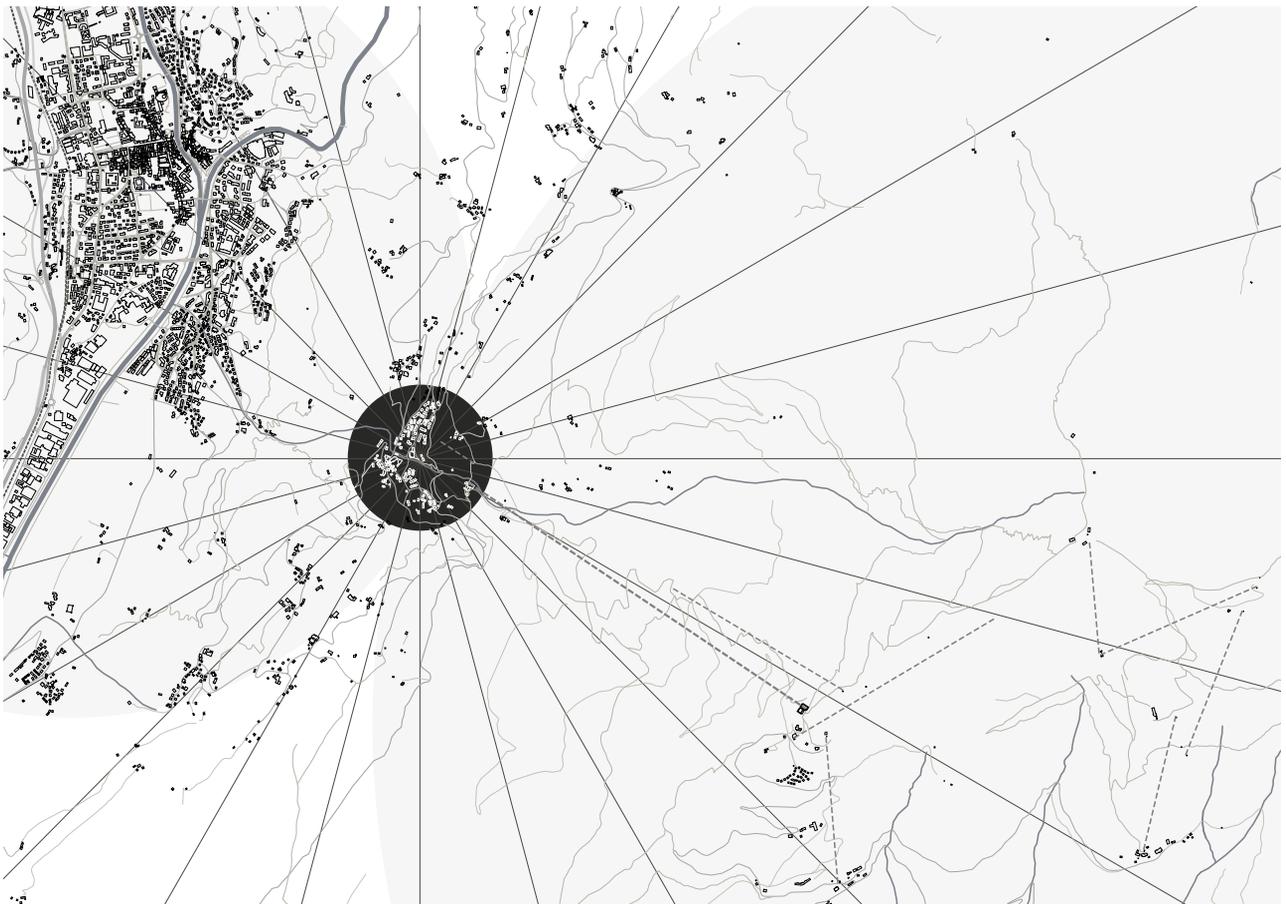
Die Beziehung Stadt und Berg ist ein wesentlicher Bestandteil des Tourismus der Gemeinde Brixen. Die Stadt als Zentrum für Kultur und Bildung zusammen mit dem Berg als Naherholungsgebiet für Sommer und Winter verfügt über großes Potential. Dennoch ist die Tourismusintensität verglichen mit anderen Standorten in Südtirol wenig ausgeprägt. In Zeiten der wirtschaftlichen Krise und des Klimawandels wirkt sich dies auf Tourismuseinrichtungen aus. Um den Vorteil der Stadt als Kultur- Bildungs- und Tagungsstandort auszuschöpfen und die aktuelle Ganzjahresnutzung des Ploseberges weiterhin gewährleisten zu können, sollte die Bettenkapazität um das Plosegebiet erhöht werden, wie bereits in der Malik-Studie hervorgeht.

Das Dorf St. Andrä am Fuße des Berges und zugleich in Stadtnähe bietet eine gute Ausgangssituation für neue Strukturen und es kann die Möglichkeit genutzt werden, das Dorf in das System Stadt-Berg zu integrieren. Eine neue touristische Einrichtung kann sich zwischen Stadt und Berg positionieren. Dabei werden Tourismusangebote an einem Punkt vereint und zugleich das Dorf belebt. Ziel ist es für das Gebiet Plose Talstation und das Dorf St. Andrä ein Konzept zu entwickeln, das den Tourismusort St. Andrä, Plose und umliegende Fraktionen stärkt und einen zentralen

„Identifikationspunkt“ bildet. Anhand eines Bebauungsvorschlags und eines architektonischen Entwurfs soll ein Programm entwickelt werden, das auf die gegebenen Rahmenbedingungen eingeht und den Ort als neuen Knotenpunkt für den Tourismus am Ploseberg ausbildet. Besonders wichtig ist dabei die Integration in bestehende Strukturen (soziale, topografische, baukulturelle). Der architektonische Entwurf soll das Spannungsfeld Gast und Einheimischer aufarbeiten und Anregungen für eine gemeinsame Entwicklung aufzeigen.

Welche soziale und städtebauliche Aufgabe kommt der Architektur im Tourismus zu, die sich in eine bestehende Dorfstruktur integriert und wie kann Architektur den Tourismus fördern und umgekehrt?

zielsetzung und standort 05



STANDORT A

- + Liegt zwischen Dorfzentrum und Talstation
- + Platz mit guter Aussicht
- + Große Fläche mit Erweiterungspotential
- + Von Hauptstraße erreichbar
- Zwischen reinem Wohnen
- Wenig Zentrumseffekt
- Isolierter Standort

STANDORT B

- + Sehr Zentral
- + Schließt an bestehendes Dorfzentrum an
- + Befindet sich in der Nähe von öffentlichen Infrastrukturen
- Fläche nicht erweiterbar

STANDORT C

- + Platz mit guter Aussicht
- + Fläche mit Erweiterungspotential
- + Von Hauptstraße gut erreichbar
- + Schließt an Dorfzentrum an
- Liegt nicht zwischen Dorf und Talstation
- Abgrenzung durch Hauptstraße





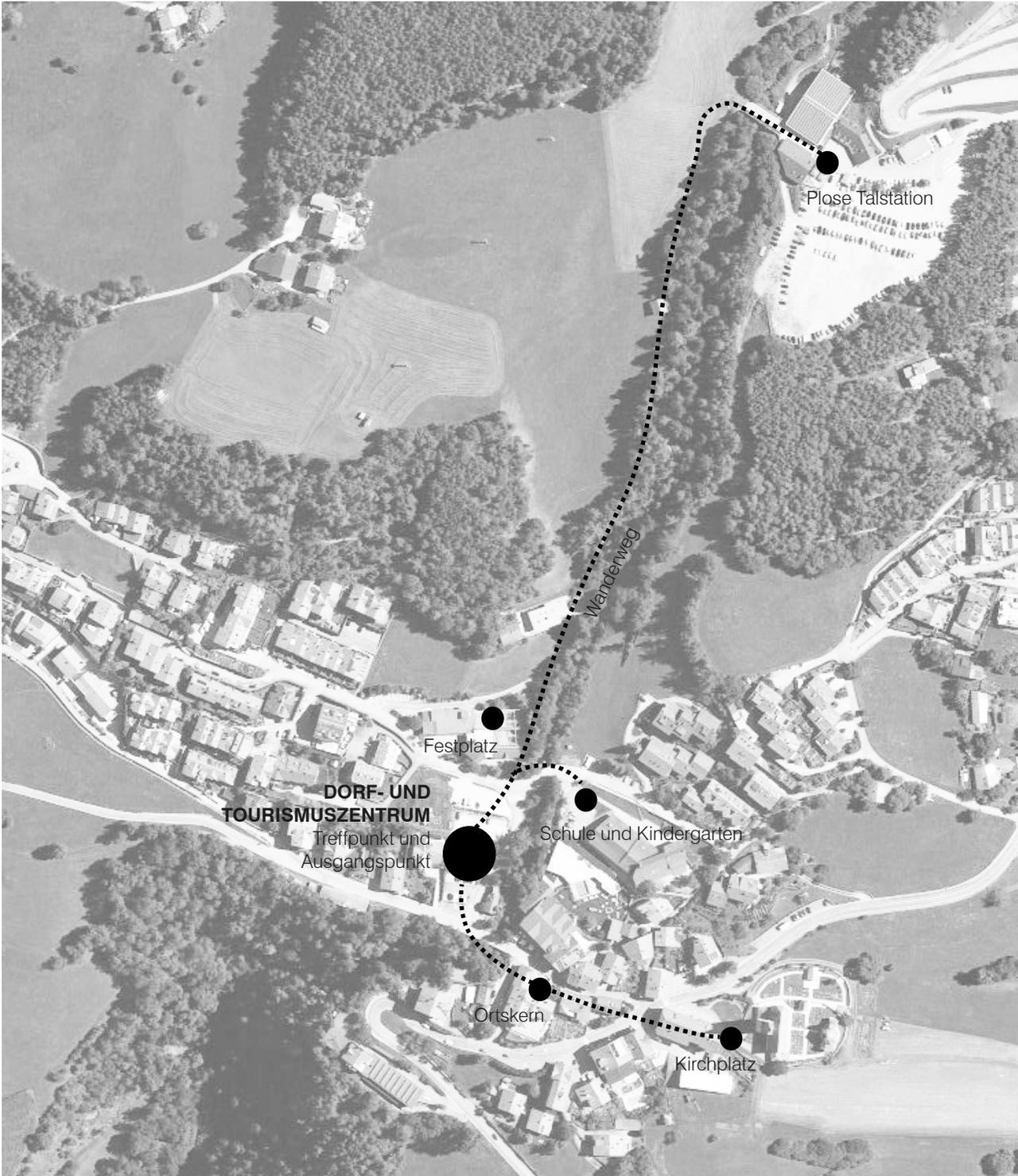


Aus städtebaulicher Sicht bietet sich das Grundstück im Zentrum nördlich des Baches an.

1. Der Standort kann an den historischen Kern des Dorfes anknüpfen und das bestehende Zentrum erweitern. Es entsteht eine Achse zwischen Kirchplatz und Projektstandort. Durch die geplante Umfahrungsstraße wird diese Zone verkehrsberuhigt und es kann ein lebendiges öffentliches Leben entstehen.

2. Weiteres besteht die Möglichkeit von diesem Standort aus einen neuen attraktiven Verbindungsweg zur Plose-Talstation zu gestalten, der das Ski- und Wandergebiet näher an das Dorf rückt. Die Freilegung und Umgestaltung des Bachlaufes könnte Teil des neuen Weges sein.

3. Die bestehenden öffentlichen Einrichtungen, wie die Schule, der Festplatz sowie die Bibliothek befinden sich in räumlicher Nähe und können mit der neuen Einrichtung verknüpft werden.



das **gästehaus** als begegnungsort

Mit dem Ziel einen neuen Identifikationspunkt zu schaffen, der Stadt und Berg sowie Gäste und Einheimische zusammenführt, kommt die Idee des traditionellen, historischen Gasthofes am Dorfplatz auf.

Angelehnt an die sozialen und kommunikativen Aspekte eines Gasthofes wird ein touristisches Programm entwickelt, das versucht Einheimische und Gäste näher zusammenzubringen. Räume der Begegnung und des Erfahrungs- und Informationsaustausches sind Inhalte des Projektes. Die Menschen, sowohl Einheimische als auch Gäste, sind Teil des Ortes. Der Gast wird nicht als Tourist betrachtet, den es zu unterhalten gilt, sondern als kurzzeitiger Teilnehmer des Dorfgeschehens. Die Architektur soll neue Identität schaffen und sich als fester Bestandteil in die gebaute und soziale Struktur des Dorfes einfügen. Ein Begegnungsort, an dem die Spannungsfelder Fremder - Einheimischer, Natur - Kultur, Stadt - Berg zusammenkommen.

konzept 06

Landschaft - Kulturlandschaft
 Ausbeutung und Klimawandel
**KOMPLEXE
 ZUSAMMENHÄNGE
 VON ARCHITEKTUR ALS
 GESTALTUNG DER UMWELT**

Freizeit <> Arbeit
 Luxusgut Zeit
**FREUNDSCHAFT
 NETZWERKE WAHRE
 BEGEGNUNGEN**
 Persönliche Erfahrungen,
 Selbstfindung, Selbsterfahrung
 neue Kontakte und
 Inspirationen.

Was ist Tourismus
 heute?
 „Tourist“ alle sind
 überall Touristen
 „Hotel“ Unterkunft
 oder auch Kulturgut
 „Urlaub“ nichts tun
 oder mehr tun

BEGEGNUNGORT

Kultur und Natur
 Stadt und Berg
 Fremder und Einheimischer
 Arbeit und Freizeit

Potential = Stadt
 und Berg Nähe
 miteinander
 verknüpfen,
 auf kulturelle
 Ereignisse und
 Begegnungen
 setzen

IDENTITÄT
 Authentizität
 Harmonie, Gemütlichkeit
 Keine Austauschbarkeit
**ARCHITEKTUR ALS
 KULTURGUT**
 als kulturell Produktiver Faktor für die
 lokale und „fremde“ Gesellschaft
 nachhaltige Entwicklung
 des Landschaftsbildes und
 Berücksichtigung der
 sozialen Strukturen

von Standards ausbrechen
**BETEILIGUNG,
 ERKENNTNIS,
 ERFAHRUNG,
 BEGEGNUNG,
 VERNETZEN**
 Regionalität
 Statt Funktion Emotion

programm ein haus, ein platz, ein dorf

EIN PLATZ

Der Platz im Herzen einer Siedlungsstruktur versteht sich als ein Ort der Begegnung, als frei verfügbarer offener Raum, in dem sich unterschiedlichste Nutzungen entfalten können: Veranstaltungen, Versammlungen, Märkte, Treffen oder einfach nur Erholung und Entspannung. Seine freie, offene Gestaltung und Nutzung lässt lockere soziale Interaktionen zu. Ein lebendiges, gemeinschaftliches Dorfgeschehen braucht einen Platz, um sich entfalten zu können - einen zentralen Punkt, als Identifikations- und Ausgangsort und Treffpunkt.

„Die Gasthäuser der Neuzeit können, begrifflich unscharf, als öffentlich zugängliche Orte beschrieben werden, in denen Personen kalte oder warme Speisen oder alkoholische Getränke (Wein oder Bier) konsumieren konnten, die in genormten Gefäßen ausgeschenkt wurden.“²

Der Gasthof zeichnet sich dadurch aus, dass er in zwei Funktionen geteilt ist: Verpflegung und Beherbergung. Er war schon immer Ort der Geselligkeit und Begegnung von Gast und Einheimischen, sowie Reich und Arm. Als „halböffentlicher“ Raum war er bis zum Bau von Vereins- und Kulturhäusern das Zentrum des öffentlichen Lebens im Dorf. Viele politische und gesellschaftliche Diskussionen und kulturelle Veranstaltungen trugen sich in den Wirtschaftshäusern zu. Gasthöfe waren eine der ersten Einrichtungen, die eine Übernachtungsmöglichkeit auch für weniger wohlhabende Bürger anboten. Schon damals suchten die Gäste den Kontakt zu den Einheimischen. Sie amüsierten sich und beobachteten das dörfliche Treiben. Der Gasthof mit Beherbergung gehört zu

EIN HAUS - DREI FUNKTIONEN

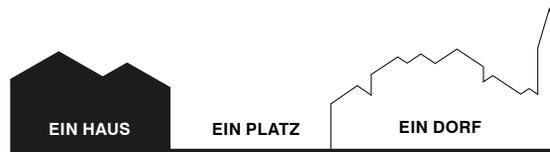
Der Gasthof

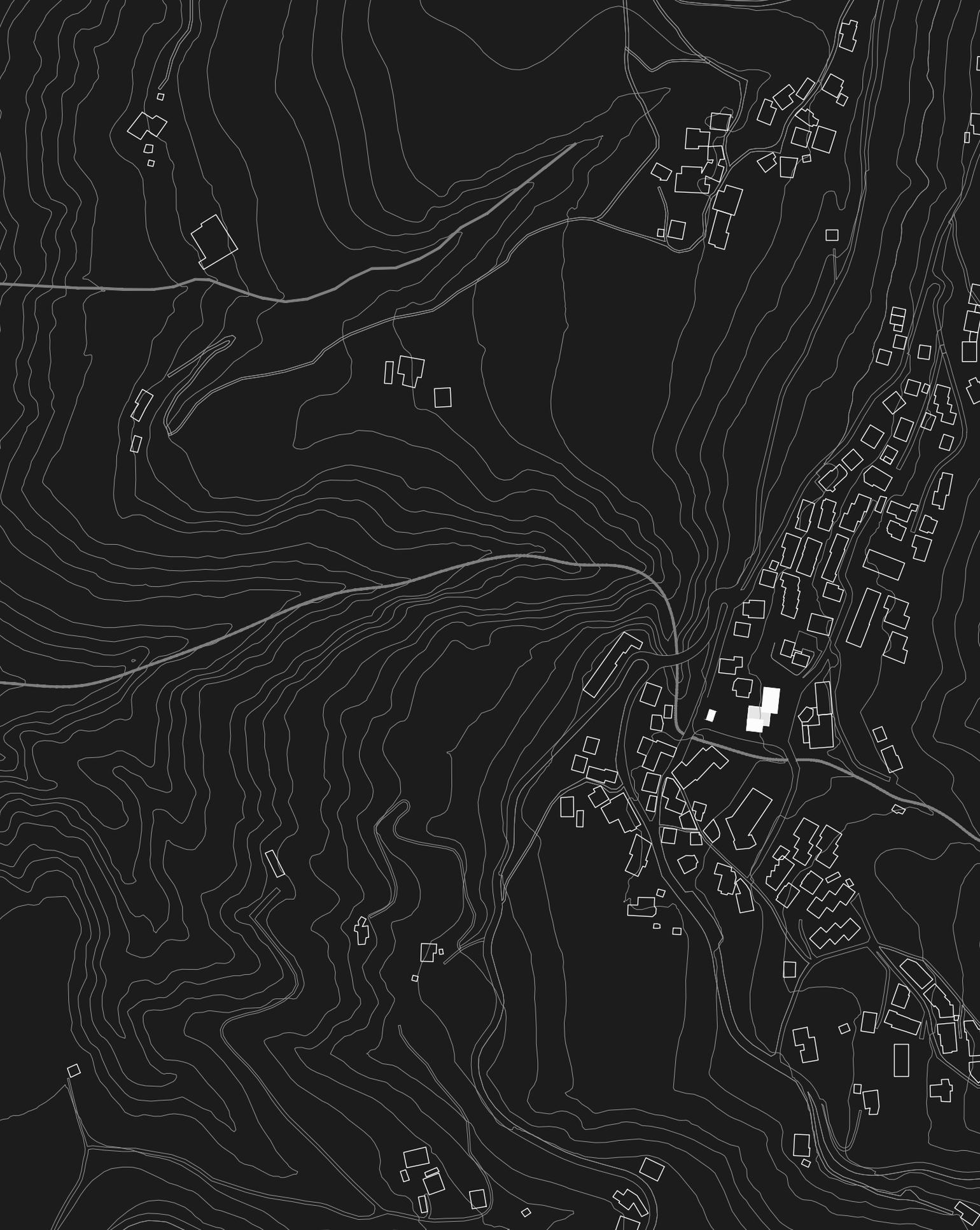
Ein „Gebäude zur Beherbergung und Bewirtung von Personen; im Unterschied zum Hotel [...] versteht sich der G. meist als ein Unternehmen einfacher Art, das bescheidenen Ansprüchen genügt.“¹

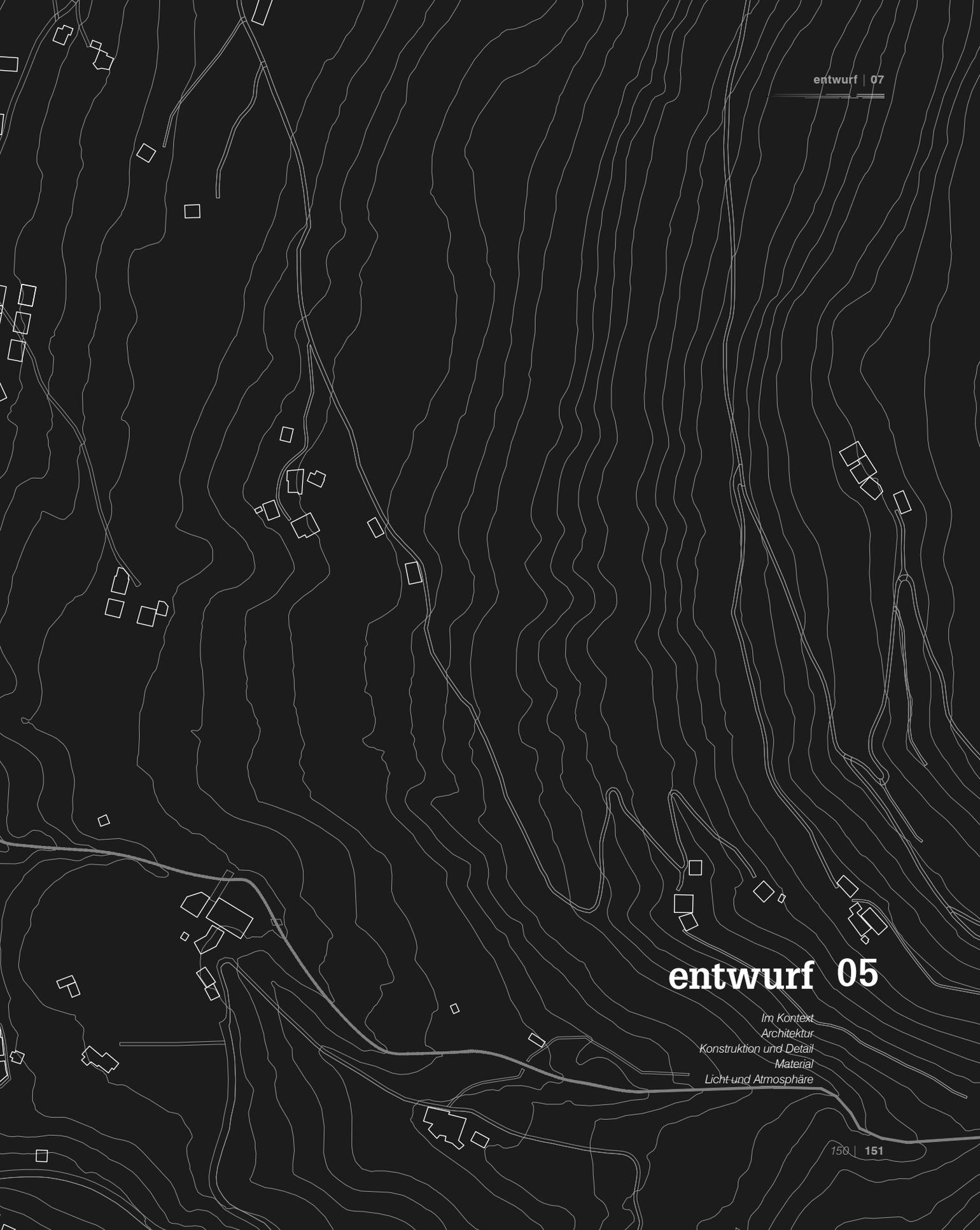
¹ Seidl 2006, 178. | ² Springl/Kos/Freitag 2007, 74.

den Ursprüngen des Tourismus vor der Zeit des Massenaufkommens. Damals galt, dass der Gast auf das Wohlwollen des Wirtes bzw. des Gastgebers angewiesen war. Er hatte sich anzupassen und durfte nicht zur Last werden. Heute ist es umgekehrt.

Mit dem historischen Vorbild des Gasthofs wird ein alternatives Programm entwickelt, dass die Funktion der kulturellen und sozialen Begegnung hervorzuheben versucht. Das touristische Konzept, angelehnt an die traditionelle Gastronomie mit Zimmervermietung, wird transformiert und neu interpretiert. Es wird zum wandelbaren, multifunktionalen Gebäude, das im Gegensatz zu vielen Hotels und Gastbetrieben für alle offen stehen soll. Es wird zu einem Ort der Begegnung und des Austausches. Räumlichkeiten, die Bestandteil der Funktionen Beherbergung und Verpflegung sind, können für kulturelle Veranstaltungen, Ausstellungen, Workshops u.v.m genutzt werden. Einheimische und Gäste kommen in neuer Form zusammen.







entwurf 05

*Im Kontext
Architektur
Konstruktion und Detail
Material
Licht und Atmosphäre*

Das Dorf St. André, charakterisiert durch seine lockere Siedlungsstruktur, die weit nach außen streut, hat im Laufe der Jahre seinen zentralen Orientierungspunkt verloren. Belastet durch Verkehr, zerteilt durch Straße und Fluss konnte sich das Zentrum nicht weiterentwickeln. Leere Geschäftsflächen und mangelnde Auslastung der Gastbetriebe prägen den Dorfkern. Mit dem Gedanken einen Identifikationsort für den Raum Plose zu schaffen, werden im Entwurf verschiedene Funktionen, die momentan sehr zerstreut sind, an einem Ort gebündelt. Der Projektstandort, ein leichter Westhang, stellt aus städtebaulicher Sicht eine Lücke in der Siedlungsstruktur dar. Bis vor einigen Jahren wurde das Grundstück noch als landwirtschaftliches Grün genutzt. Vor einigen Jahren wurde das Gelände terrassenartig verbaut um Parkplätze zu schaffen. Unmittelbar an den historischen Kern angrenzend und zwischen öffentlichen Strukturen gelegen, hätte diese Ort höchstes Potential um neue Aufenthaltsqualitäten zu entfalten. Der Ort charakterisiert sich als Ort ohne Identität, als „Abstellfläche“ in der weit gestreuten Siedlungsstruktur. Ziel der städtebaulichen Konzeption ist es, ein Gefüge aus Gebäuden und Freiflächen zu schaffen, die behutsam mit dem Gelände umgehen und neue, qualitative, identitätsstiftende, Aufenthaltsorte bieten.

im kontext

Als erste Maßnahme wird ein Baukörper positioniert, der das Gelände anhebt und den ersten Niveauunterschied überwindet. Der Weg zum neuen Dorfplatz wird dadurch wortwörtlich geebnet. Die notwendigen Parkplätze können unterirdisch auf zwei Ebenen verlegt werden. Auf Straßenniveau, welches als Verlängerung des historischen Dorfkerns gilt, befindet sich die Einfahrt. An dieser Stelle soll ein kleiner Laden, Bioladen, Hofladen o.Ä., eingerichtet werden. Er begrüßt die ankommenden Besucher, Gäste, Freunde, Nachbarn mit Produkten aus regionaler, landwirtschaftlicher Erzeugung. Auf Platzebene soll lebhaftes, öffentliches Leben entstehen. Das Gebäude an der Westfront sieht die Unterbringung eines Tourismusbüros sowie eines öffentlichen, barrierefreien WCs vor. Eingerahmt durch die Überdachung wird der Platz räumlich gefasst und ermöglicht unterschiedlichste Nutzungsszenarien. Gegenüber steht das neue Gästehaus. Es verschmilzt mit der dörflich bespielten Fläche und wird mit dem Platz zu einer Einheit. Die Funktion Verpflegung, sprich, das Gasthaus, wird auf Platzebene untergebracht und kann in den Außenraum erweitert werden. Außen- und Innenraum gehen ineinander über und stehen wechselwirkend zueinander.

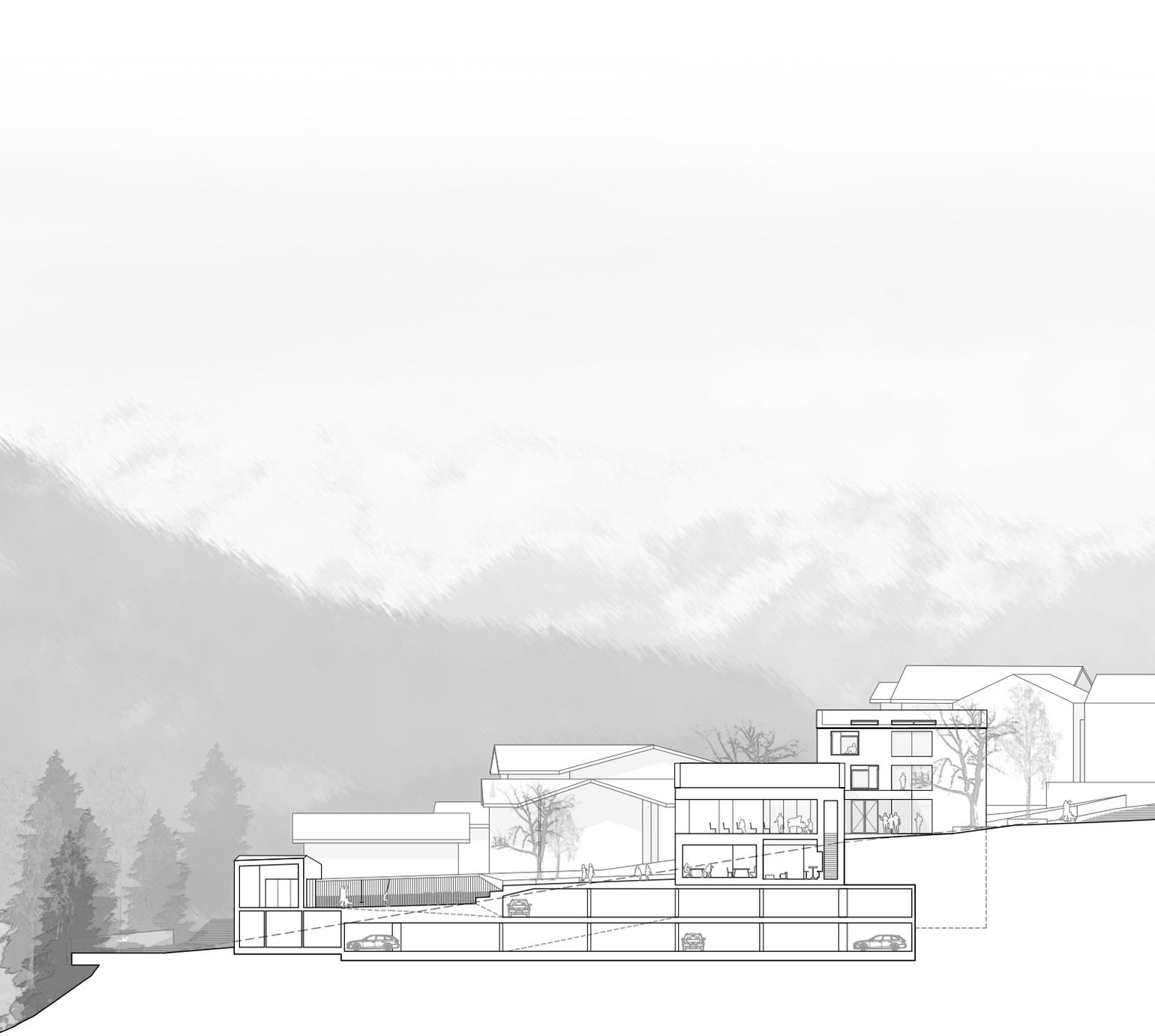
Das gastwirtschaftliche Treiben im inneren steht im Dialog mit dem Geschehen am Platz. Weiter oben befindet sich der Zugang zum Kulturhaus, der Schnittstelle Gast-Einheimischer, Verpflegung-Beherbergung, öffentliches-privates Leben. Die Situierung am oberen Kreuzungspunkt versucht die bestehenden öffentlichen Funktionen, wie den Festplatz mit Musikkapelle und Feuerwehr sowie die Schule mit öffentlichen kulturellen Räumlichkeiten, in das Konzept einzubinden. Das Wohnhaus, verschmolzen mit dem Kulturhaus, rückt bewusst in den Hintergrund und verkörpert Introvertiertheit, Privatheit.

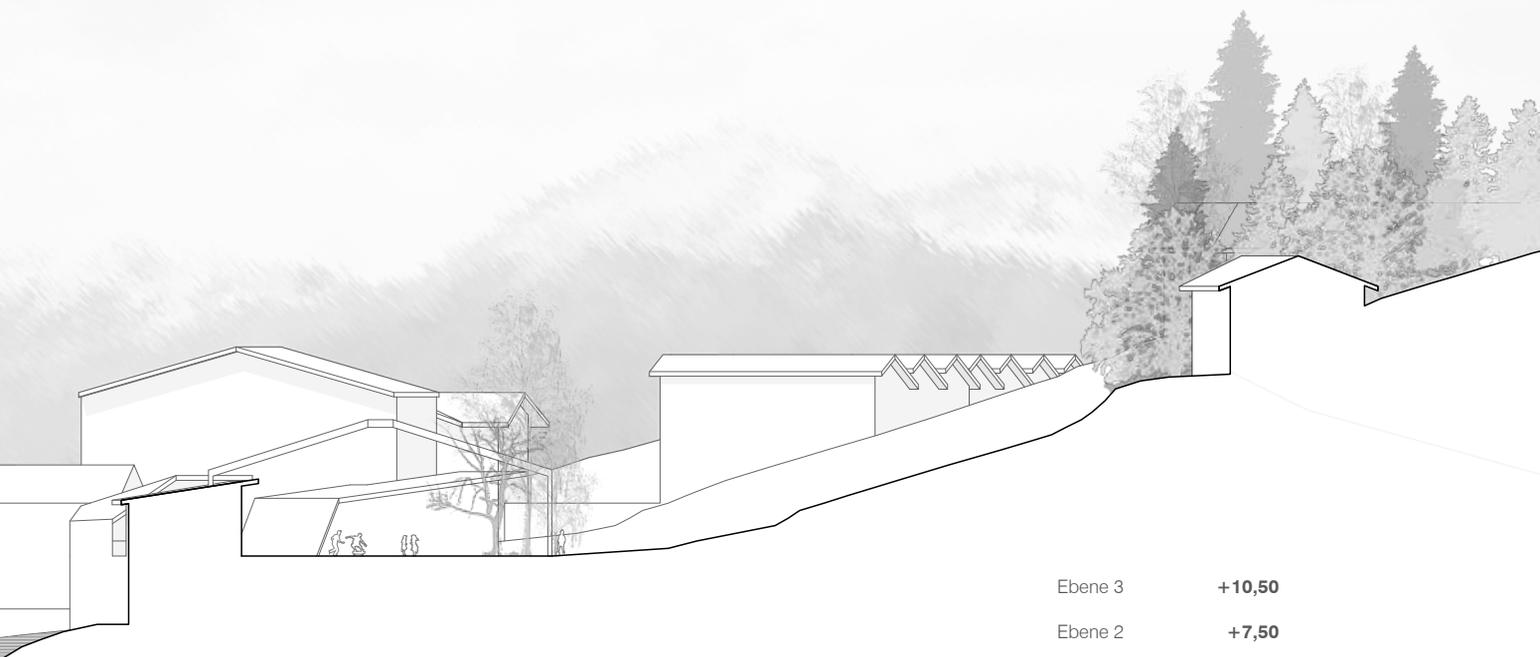


1
1:500



- 1 Gasthaus
- 2 Kulturhaus und Wohnhaus
- 3 Laden
- 4 Tiefgarage
- 5 Tourismusbüro
- 6 Bushaltestelle
- 7 Dorfplatz
- 8 Überdachung Fahrräder und Rampe zu TG
- 9 Parkplätze
- 10 Freiwillige Feuerwehr
- 11 Festplatz
- 12 Wanderweg
- 13 Schulplatz
- 14 Ortsmitte mit Dorfbrunnen





Ebene 3	+10,50
Ebene 2	+7,50
Ebene 1	+4,00
Ebene 0	±0,00 (967)
Ebene -1	-3,35
Ebene -2	-6,35

schnitt
1:500



Auf Straßenniveau befindet sich die Einfahrt zur zweigeschossigen Tiefgarage mit insgesamt 70 Stellplätzen. Zur Straße hin wird eine Geschäftsfläche eingerichtet, welche als Hofladen, Bioladen oder Feinkostladen genutzt werden kann. Die mit dem Bus oder Auto ankommenden Leute können hier ihre Jause für die geplante Wanderung, Radtour o.Ä. kaufen.

Geschäftsfläche	1	126 m ²
Tiefgarage mit 42 Stellplätzen	2	1190m ²
Zufahrt Tiefgarage	3	
Rampe zu Ebene -1	4	

ebene -1

1:500

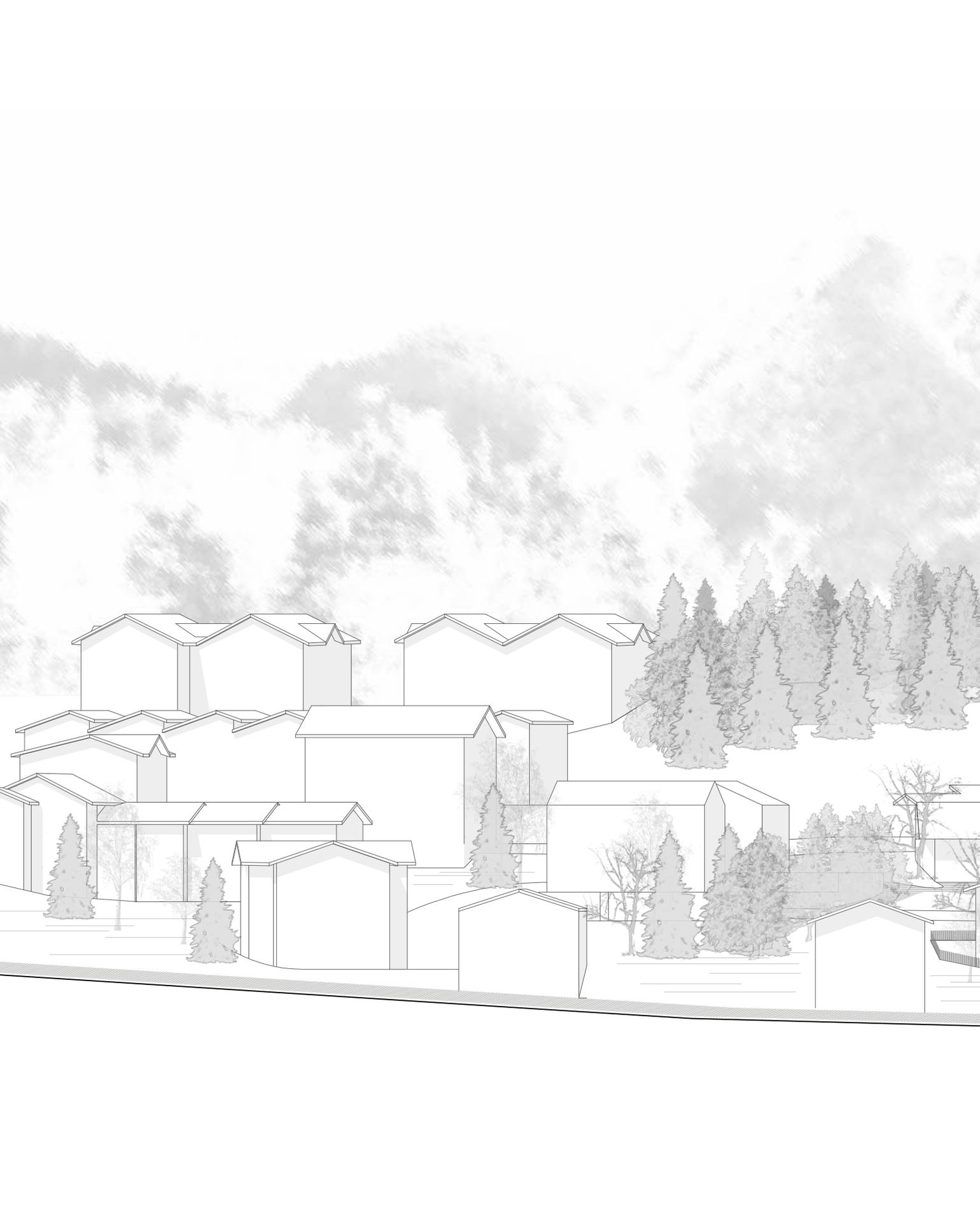


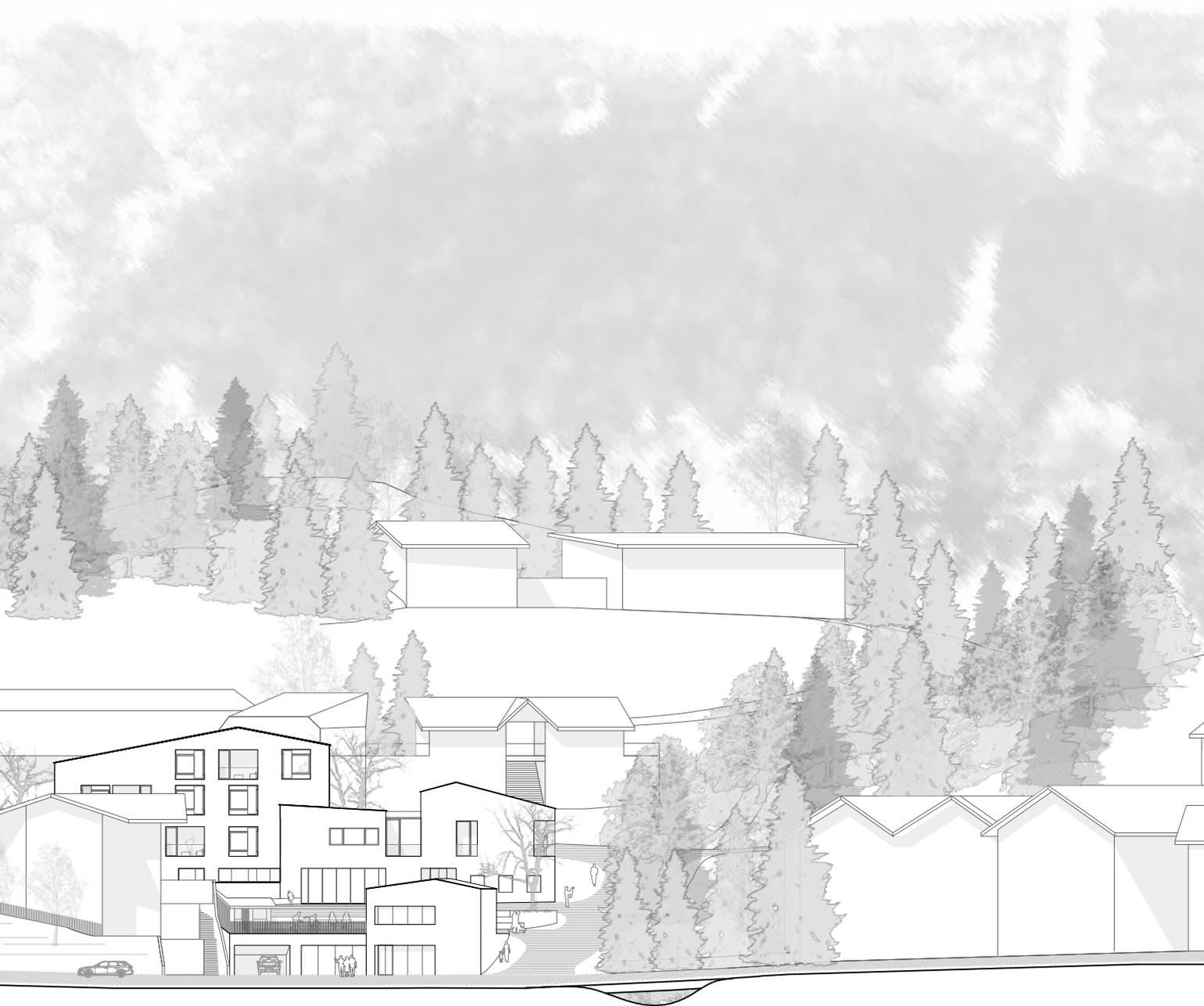
Die Ebene -1 bildet das erste Platzniveau. Auf dieser Höhe soll sich zukünftig das Tourismusbüro befinden, so wie das öffentliche WC. Eine barrierefrei Rampe führt von hier in die Tiefgarage. Mehrere Sitzstufen bilden einen sanften Übergang auf das obere Platzniveau, wo sich schließlich das Gasthaus befindet. Die übereck geführte Überdachung Richtung Norden und Westen rahmt den Platz geschickt ein und bietet verschiedene Nutzungsmöglichkeiten: wettergeschützte Fahrradabstellflächen, eine Wand mit Panorama- und Informationskarten, den Ausblick über das Tal. Es können Schaukeln aufgehängt werden und der überdachte Bereich kann als Mark- und Verkaufsfläche u.v.m. genutzt werden,

Platz	1	
Tourismusbüro	2	35 m ²
Barrierefreies öffentliches WC	3	
Radabstellplatz und Panorama-Wanderkarte	4	
Barrierefreie Rampe zur Tiefgarage	5	
Tiefgarage mit 28 Stellplätzen	6	855 m ²
Treppenhaus, Zugang zum Gasthof	7	
Technik- und Lagerflächen	8	186 m ²

ebene 1

1:500

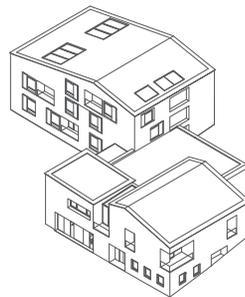
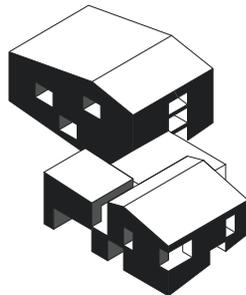
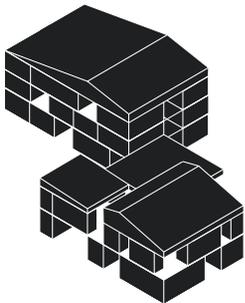




Inspiziert von der Gastlichkeit eines traditionellen Gasthofes (kommunikativ und aufgeschlossen aber doch introvertiert, geschlossen und intim) wird eine architektonische Form entwickelt, die genau diese Gegensatzpaare zur Sprache bringt. Eine Komposition aus offen und geschlossen steht einerseits für Extrovertiertheit bzw. Introvertiertheit. Dieses Konzept zieht sich durch das gesamte Gebäude und kreiert ein sich abwechselndes Gefüge aus privaten und öffentlichen, intimen und kommunikativen Räumen.

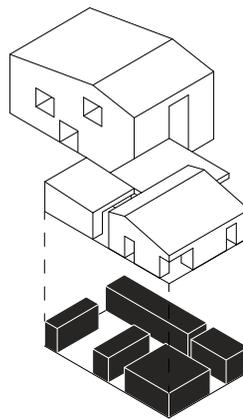


OFFEN
KOMMUNIKATIV
EXTROVERTIERT

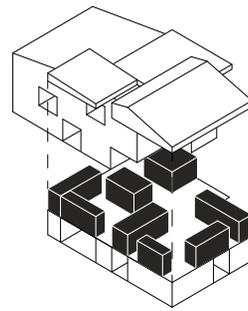


architektur

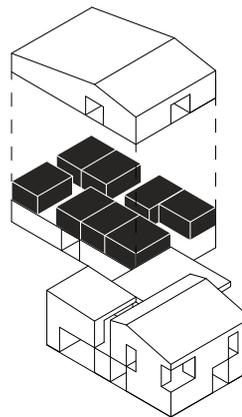
VERPFLEGUNG | GASTHAUS: Die Besonderheit eines Gasthauses liegen in der Persönlichkeit und Aufgeschlossenheit des Wirtes, dem Aufkochen von regionalen, traditionellen Speisen sowie der gemütlichen, heimeligen Atmosphäre. Sie machen den Erfolg eines Betriebes erst aus. Als neues Lokal für die Ortsansässigen und Restaurant der Hausgäste und anderen Hotelgäste rund um den Berg leistet das Gasthaus einen wesentlichen Beitrag für das Zusammenkommen von Menschen. Was im Wirtshaus nicht fehlen darf, sind: der Stammtisch in der Nähe der Schank, bei dem der Kontakt zum Wirt gesucht wird, ein Extrazimmer bzw. das Stübele, das für intimere oder geschlossene Zusammenkünfte reserviert ist sowie ein gemütlicher Café-Bereich und ein große Speisesaal. Ein buntes Gemisch aus Gästen, von Uni-Professoren zu Lehrern, von Büroangestellten bis hin zu Bauarbeitern, soll sich in den Räumlichkeiten des Gasthauses wohl fühlen.

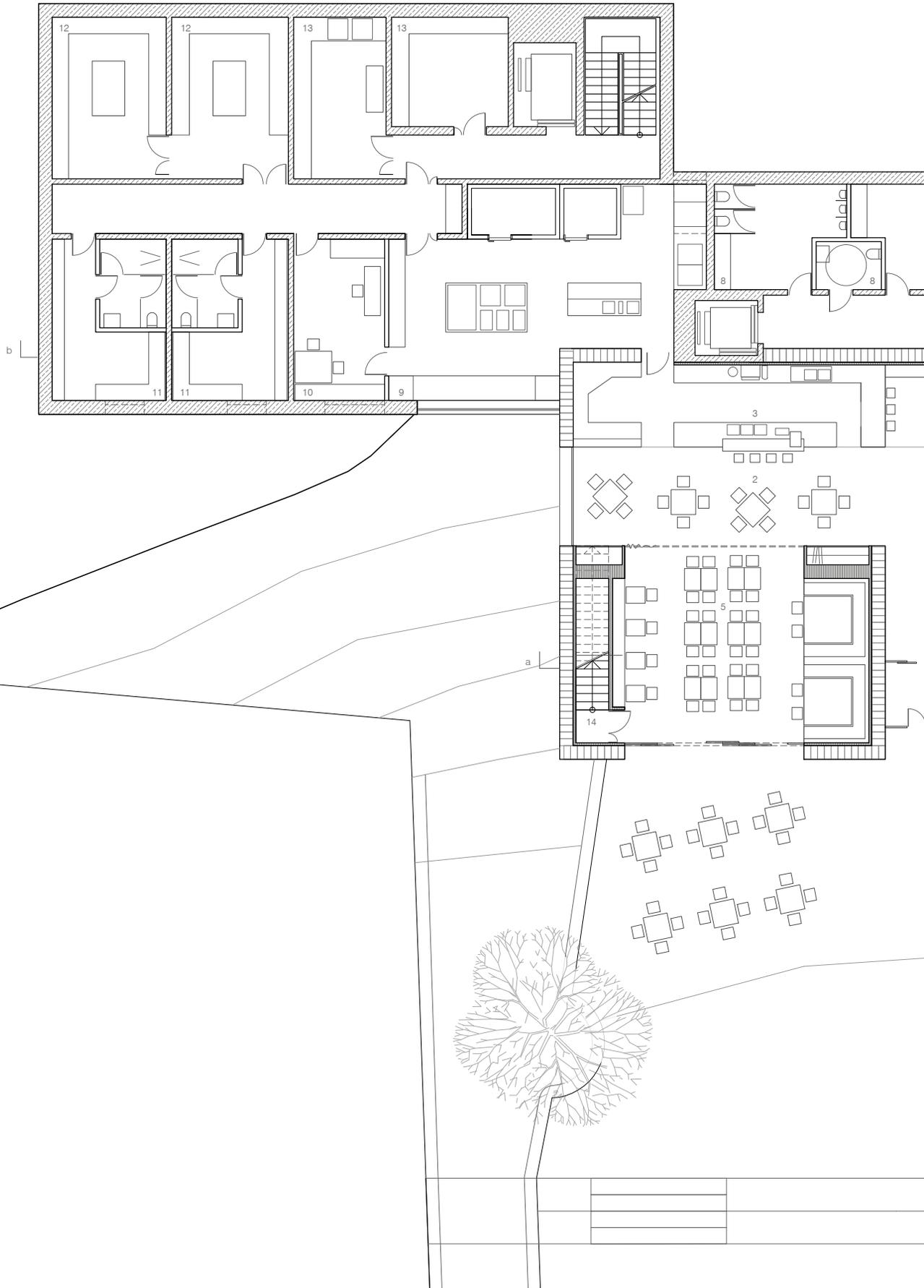


BEGEGNUNG | KULTURHAUS: Zwischen Restaurant und Zimmertrakt schiebt sich das Kulturhaus ein, charakterisiert durch seine funktionalen und flexiblen Begegnungs- und Kommunikationsräume. Als erster Ort des Kontaktes sind sie gleichzeitig Eingangsbereich, Warte- und Aufenthaltsraum, sowie Ausstellungs- und Veranstaltungsbereich. Ihre offene Gestaltung lässt eine multifunktionale Nutzung zu: von Kunstausstellungen, Kochseminaren, Workshops bis hin zu kleinen Theateraufführungen und Konzerten. Vor allem soll auch für die Gäste, die Möglichkeit bestehen sich zu entfalten und die Räume als zeitweiligen Arbeitsplatz zu nutzen. So kann hier etwa ein Künstler seine Bilder malen und gleichzeitig ausstellen oder ein Schriftsteller seine Bücher vorstellen. Begegnungen, gegenseitiger Informations- und Erfahrungsaustausch sollen in diesen Räumlichkeiten möglich sein, nicht nur für die eigenen Hausgäste sondern für alle aus Nah und Fern.



BEHERBERGUNG | WOHNHAUS: Die Begegnung von Menschen untereinander ist wesentlicher Bestandteil des Hauses, deshalb werden auch die Zimmer ohne eigenen Wohnraum, wie es mittlerweile im Hotelbau zum Standard gehört, ausgestattet. Sie sind bewusst auf Wesentliches reduziert. Das Wohnen und Essen findet außerhalb der Zimmer statt, in eigens vorgesehenen Gemeinschaftsräumen. Ein Aufeinandertreffen der Gäste, gemeinsames Wohnen, Arbeiten und Essen in gemütlicher Atmosphäre ist die Idee des Hauses. Alles was außerhalb der Zimmer passiert, wird mit anderen geteilt. Die Gäste sollen sich gegenseitig inspirieren und vernetzen. Die offene Umgebung lädt zum Austauschen ein. Das Wohnen im Hotel soll nicht als Luxus gesehen werden sondern als Besonderheit: Die wahren Luxusgüter sind nämlich immateriell und entstehen durch zwischenmenschliche Kontakte. Die Ausstattung der Zimmer versucht bewusst sich nicht gewissen Sterne-Standards unterzuordnen. Die Qualität wird darin gesucht, das Wohlbefinden des Gastes durch soziale Interaktionen entstehen zu lassen. Neben den Zimmern, die zur Gänze privater Raum sind, wird im obersten Geschoss ein kleiner Rückzugsort eingerichtet, eine Ruhelandschaft, die nur für eine bestimmte Anzahl von Personen gleichzeitig genutzt werden soll. Erholung und Gesundheit im Urlaub sind mittlerweile Grundbedürfnisse und dürfen natürlich nicht fehlen. Die Suche nach Ruhe und Abstand benötigt Intimität und Privatsphäre. Dieses Bedürfnis steht dem Bedürfnis, sich zu vernetzen, gegenüber.



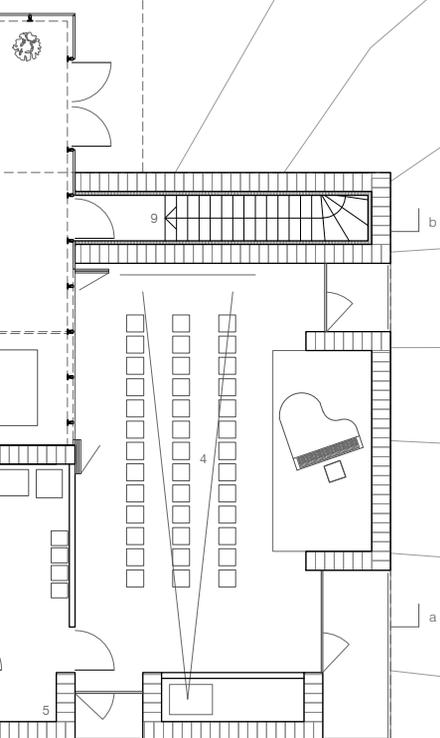




- Eingangsbereich **1**
- Bar/Café **2** 74 m²
- Theke mit Pizzaofen **3** 36 m²
- Stammtisch **4**
- Speisesaal **5** 70 m²
- Loungebereich **6** 30 m²
- Stube/Extrazimmer mit Ofen **7** 50 m²
- WC-Anlagen **8**
- Gastroküche **9** 75 m²
- Büro **10** 20 m²
- Umkleiden **11**
- Lagerflächen **12**
- Wäscherei **13**
- Zugang zum Wohnhaus **14**
- Zugang zum Kulturhaus **15**

ebene 0 | gasthaus

1:200

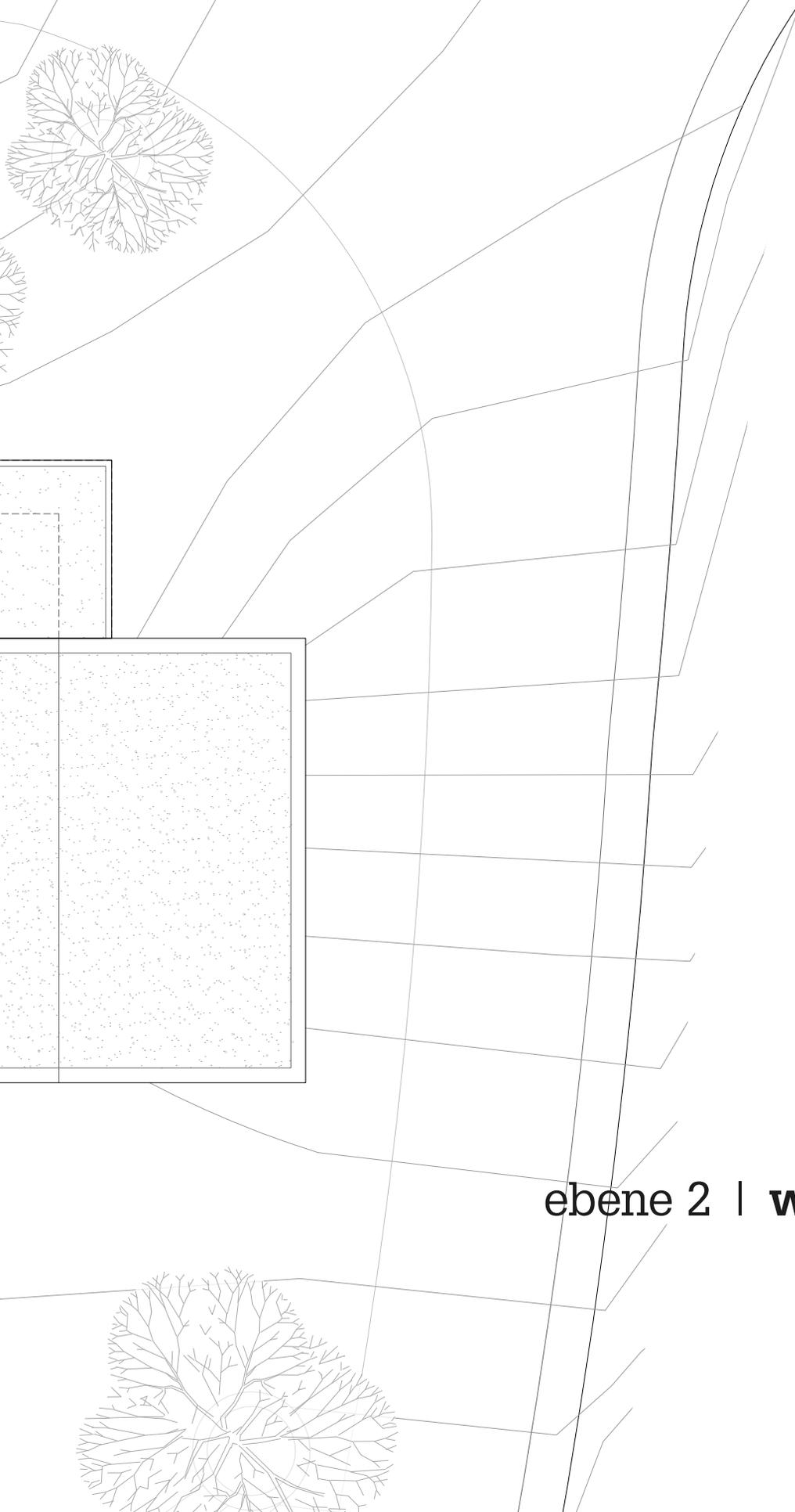


Foyer / Ausstellungsraum	1	95 m ²
Empfang	2	
Wartebereich abtrennbar	3	
Großer Veranstaltungssaal	4	80 m ²
Depot	5	
Aufenthaltsraum	6	78 m ²
Arbeitsplätze	7	
Kleine Küche	8	
Zugang zum Gasthaus	9	
Treppenhaus	10	
Nische / Aufenthaltsbereich	11	17 m ²
Loggia	12	
Barrierefreies Zimmer Typ	A	25 m ²
Zimmer Typ	B	25 m ²
Zimmer Typ	C	25 m ²

ebene 1 | kulturhaus und wohnhaus

1:200



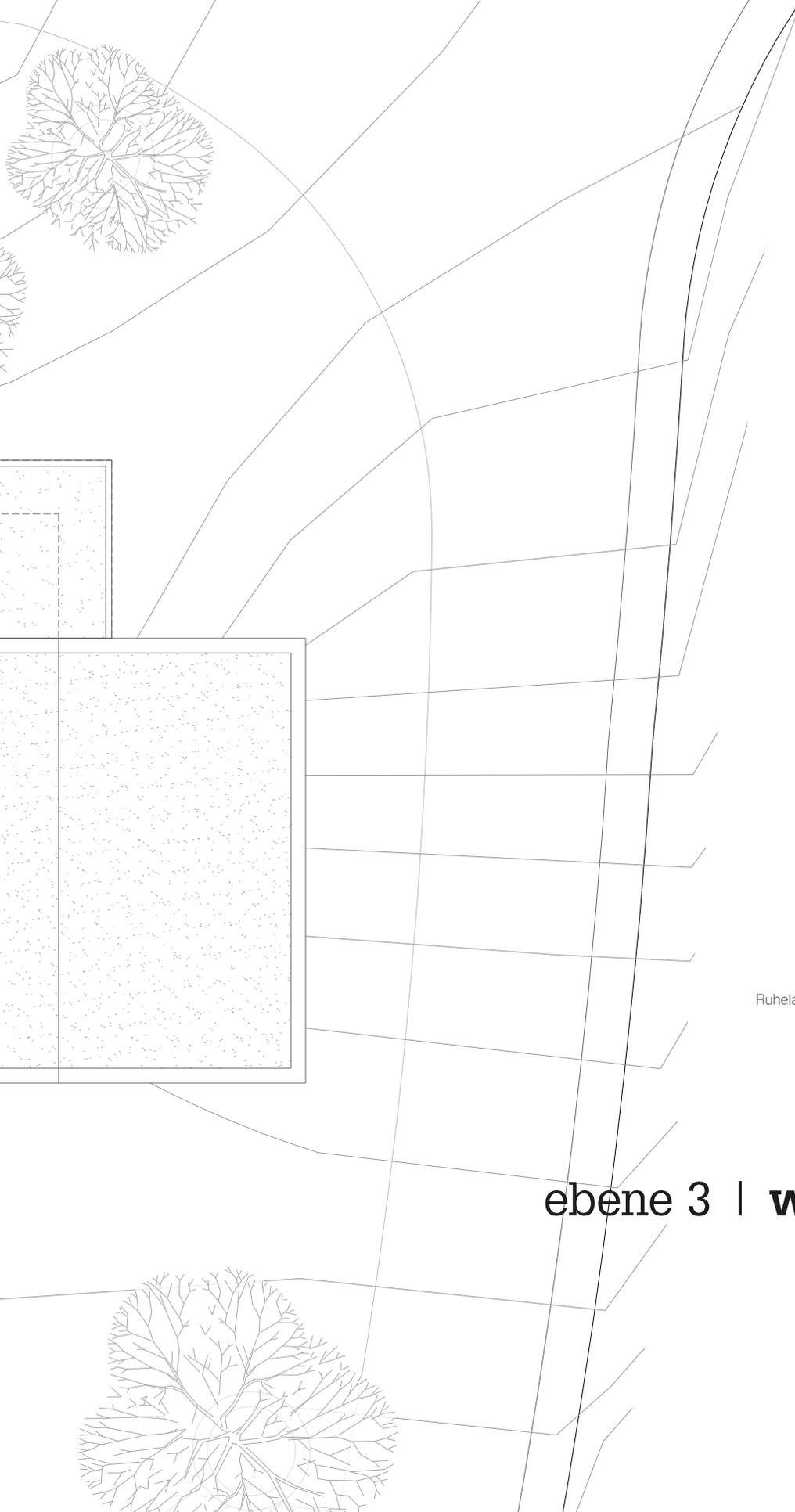


- Treppenhaus **1**
- Nische / Aufenthaltsbereich **2** 17 m²
- Loggia **3**
- Barrierefreies Zimmer Typ **A** 25 m²
- Zimmer Typ **B** 25 m²
- Zimmer Typ **C** 25 m²
- Zimmer Typ **D** 25 m²
- Zimmer Typ **E** 32 m²
- Zimmer Typ **F** 32 m²

ebene 2 | wohnhaus

1:200





Treppenhaus	1	
Ruhelandschaft (max. 6 Personen)	2	65 m ²
Nische / Aufenthaltsbereich	3	17 m ²
Loggia	3	
Zimmer Typ C	C	25 m ²
Zimmer Typ G	G	32 m ²
Barrierefreies Zimmer Typ H	H	45 m ²

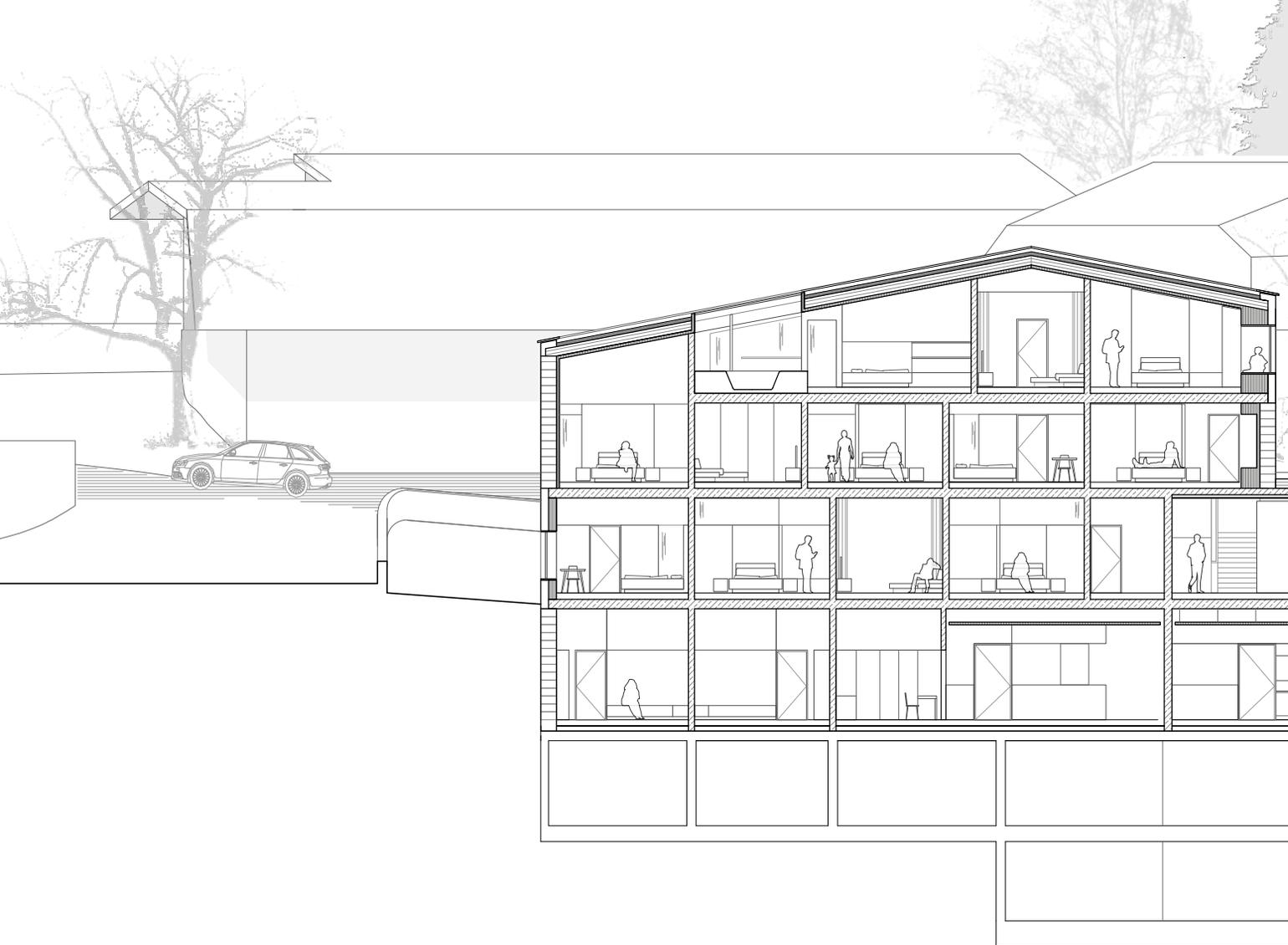
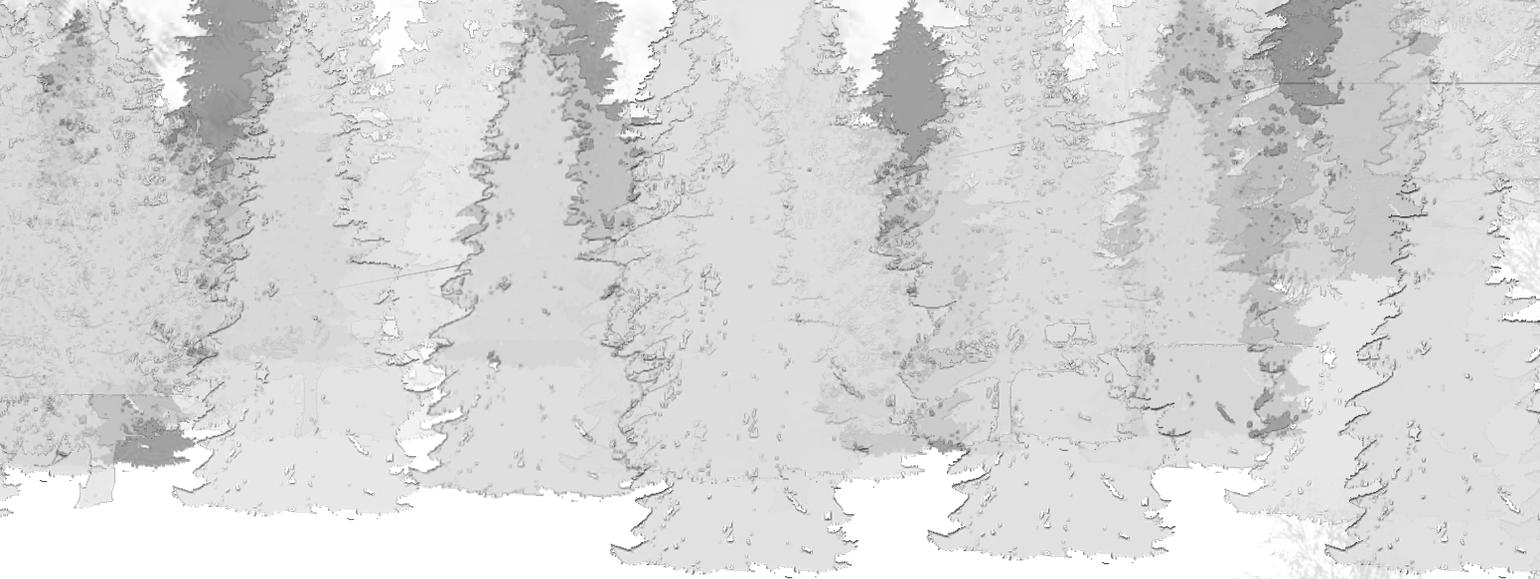
ebene 3 | wohnhaus

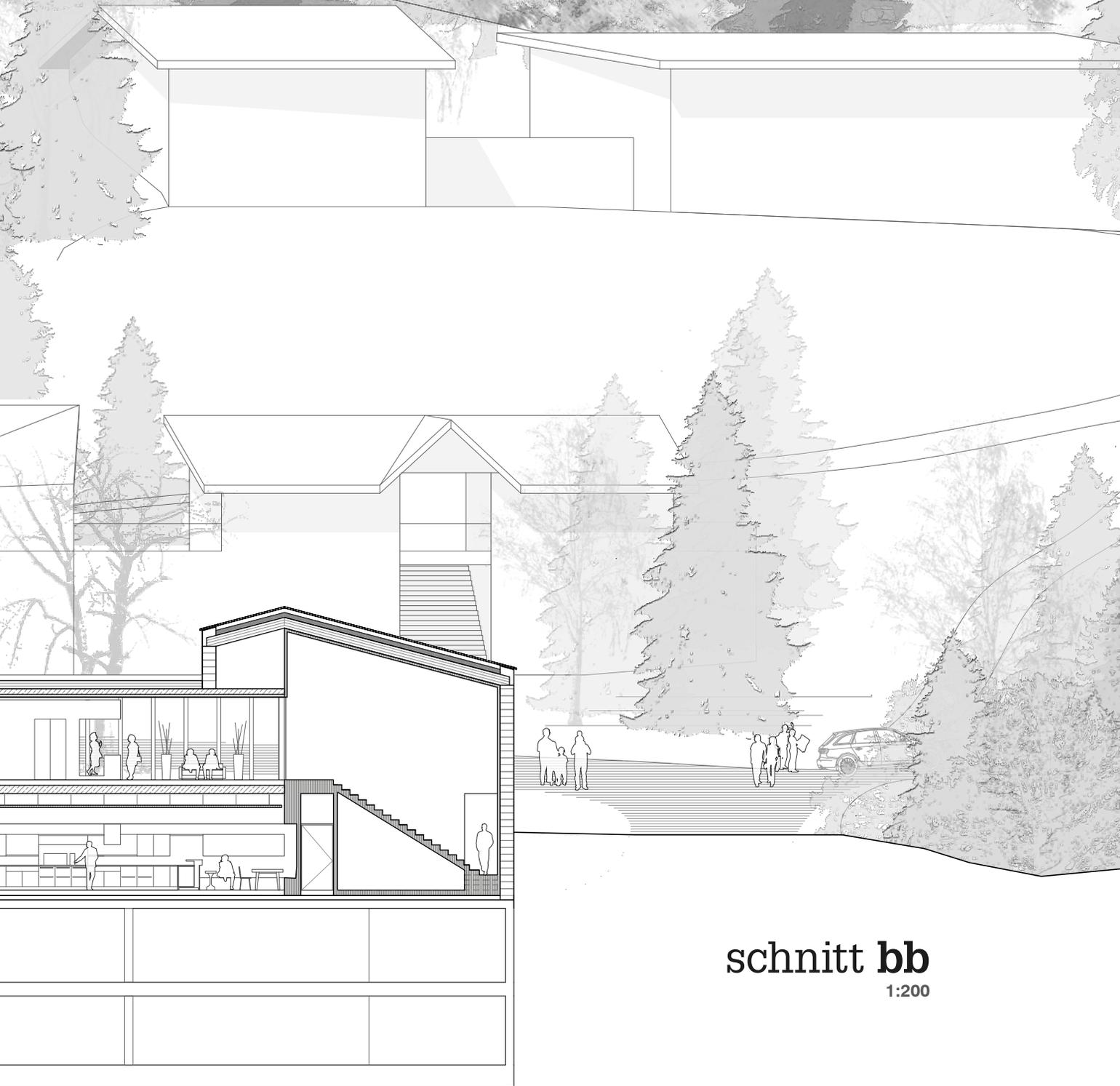
1:200





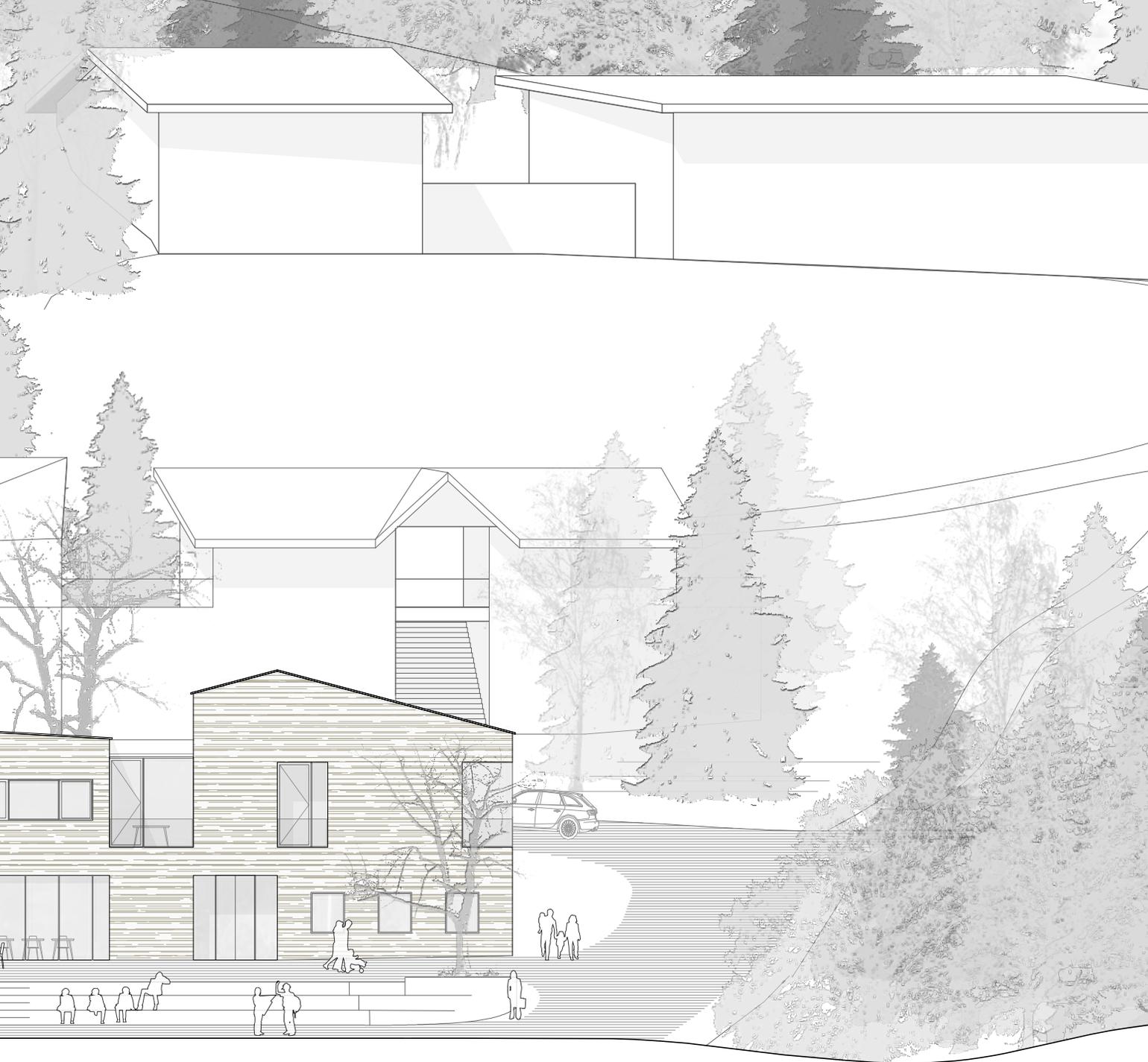
schnitt aa
1:200





schnitt **bb**
1:200





ansicht west
1:200



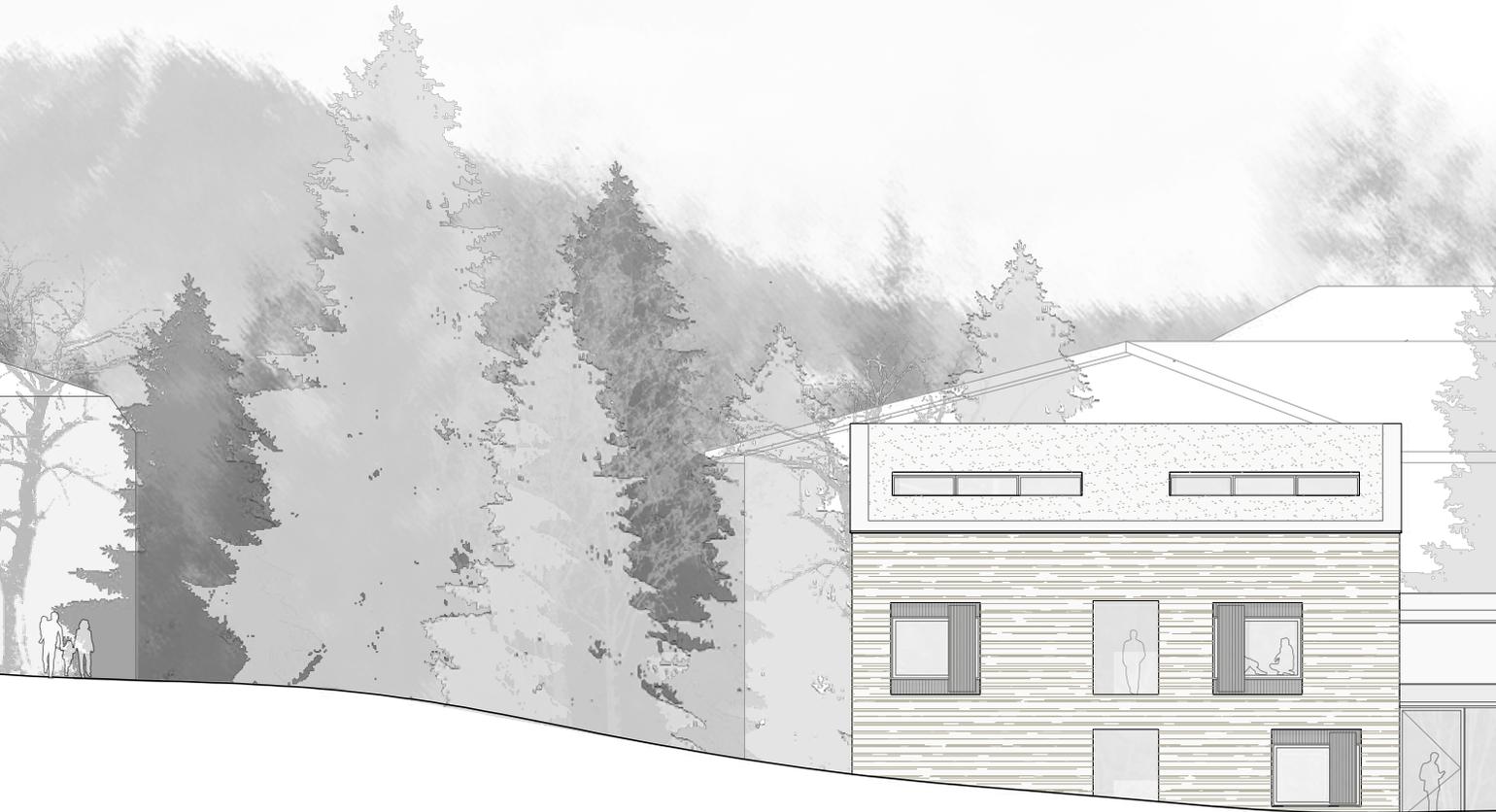


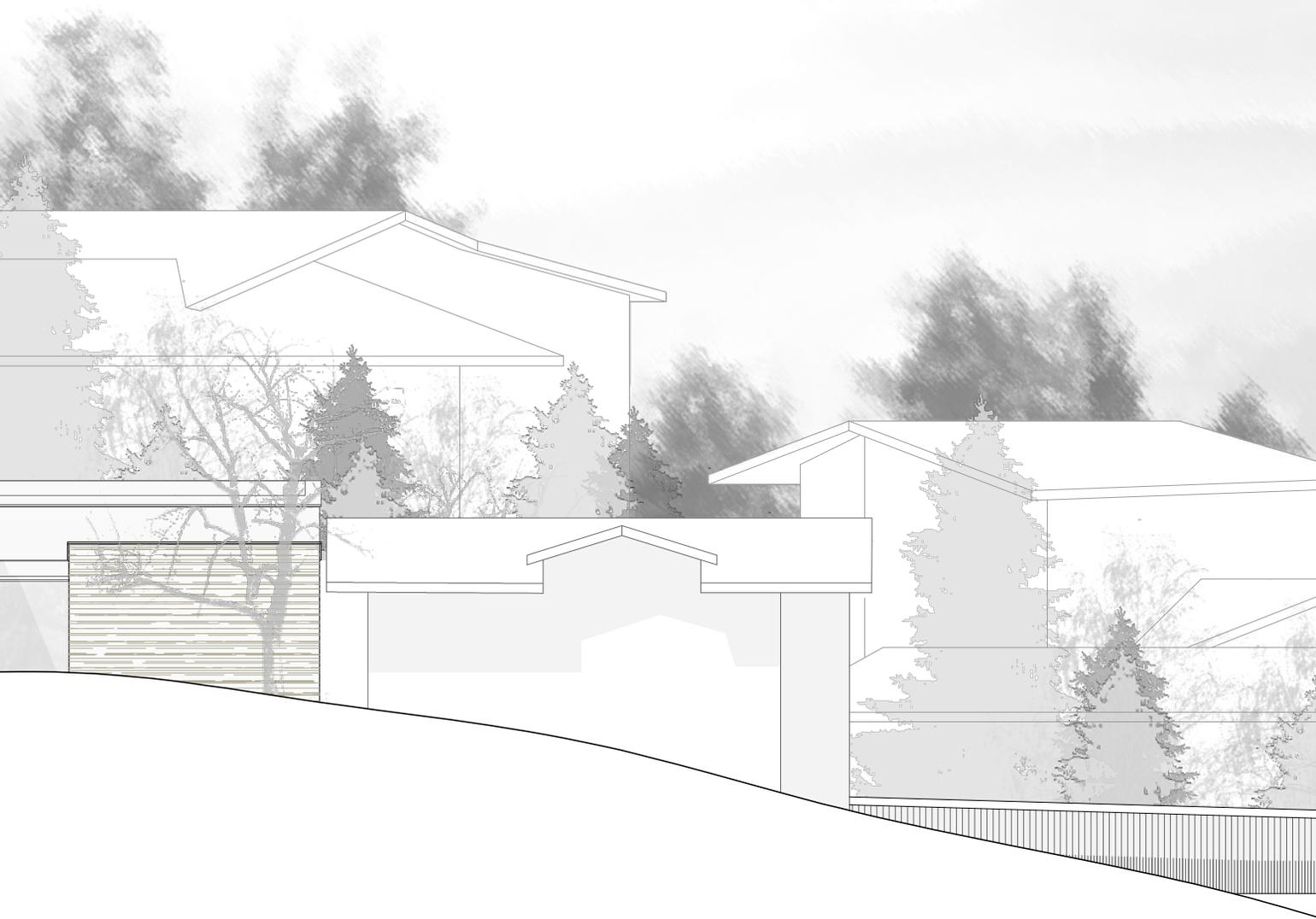
ansicht **süd**
1:200





ansicht ost
1:200





ansicht nord
1:200

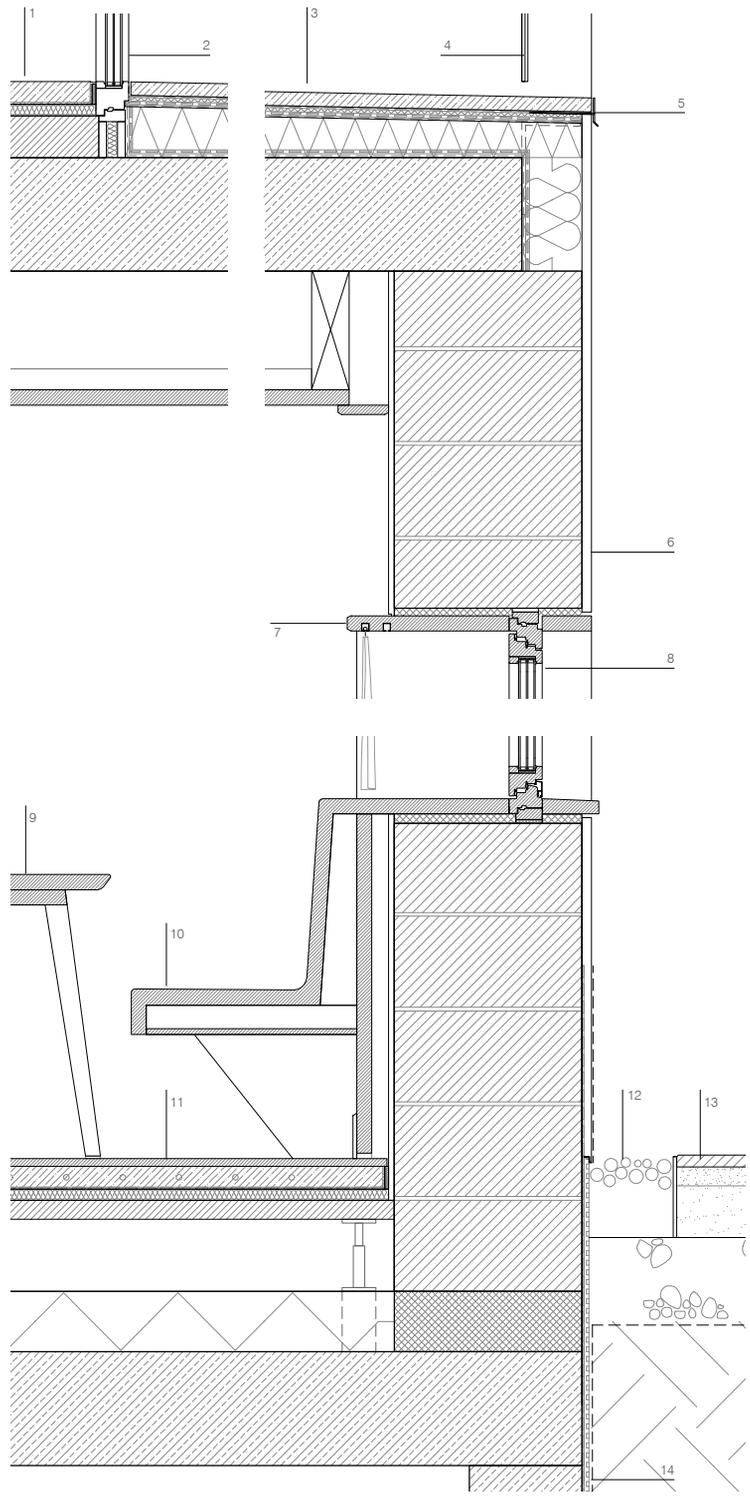
konstruktion und detail

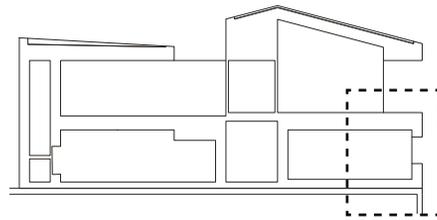
- Außenhülle: einschaliges Ziegelmauerwerk, Rauputz in Besenstrichoptik
- Tragende Decken und Innenwände: Stahlbeton
- Dach: Holzkonstruktion, begrüntes Dach

Es werden bewusst ökologisch nachhaltige und natürliche Baustoffe verwendet. Als konstruktive Baustoffe kommen ortstypische Materialien zum Einsatz. Die Außenhülle wird als einschaliger, rau verputzter Ziegelmassivbau ausgeführt, um auf zusätzliche Dämmung verzichten zu können. Die Problematik des mehrschaligen Wandsystems liegt darin, dass aus Kostengründen häufig fossile Dämmungen zur Anwendung kommen, was aber enorme Produktionsenergie (graue Energie) verursacht und ein Recycling aufgrund des Verbundes mit dem Mauerwerk nur schwer möglich macht. Nach dem aktuellen Stand der Technik sind Gebäude, die ohne zusätzliche Dämmung sogar Passivhaus-Standards erreicht, realisierbar. Die Vorteile des monolithischen Ziegels liegen auch darin, dass er abgesehen von seinen konstruktiven Eigenschaften, besondere bauphysikalische Eigenschaften aufweist. Seine hohe Wärmespeicherfähigkeit und Diffusionsoffenheit kann Temperatur und Luftfeuchtigkeit auszugleichen. So sorgt er für ein kontinuierlich angenehmes Raumklima.

Sämtliche tragende Innenwände werden in Stahlbeton ausgeführt. Die hohe Rohdichte des Betons bietet optimalen Schallschutz und es kann auf zusätzliche Schallschutzdämmung verzichtet werden. Die Oberflächen der Betonwände variieren zwischen Sichtbeton und verspachtelter Oberfläche.

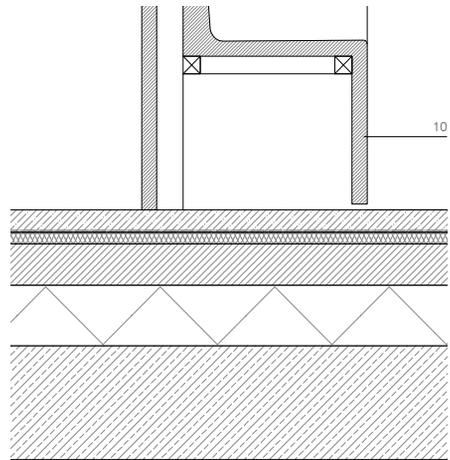
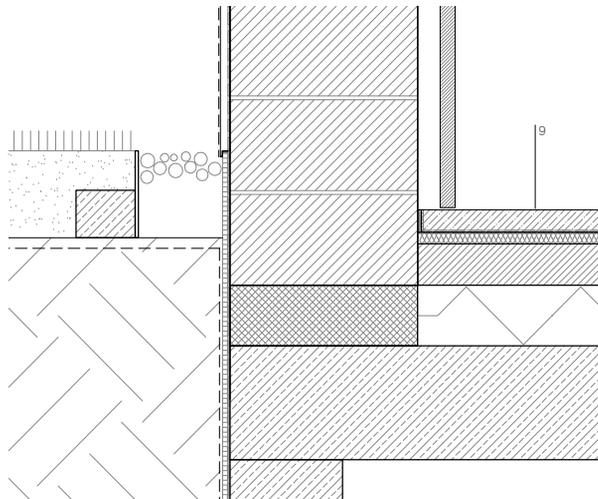
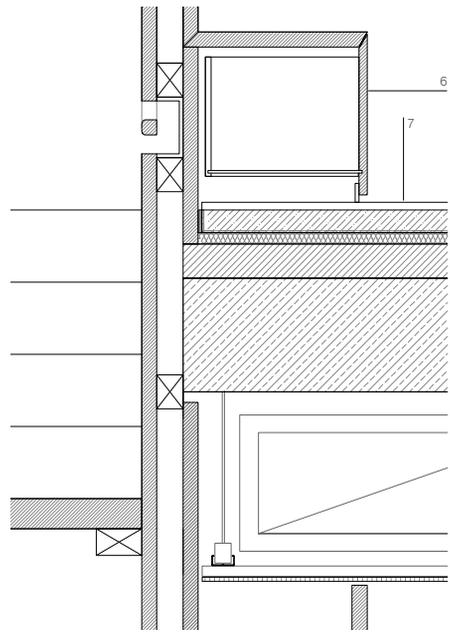
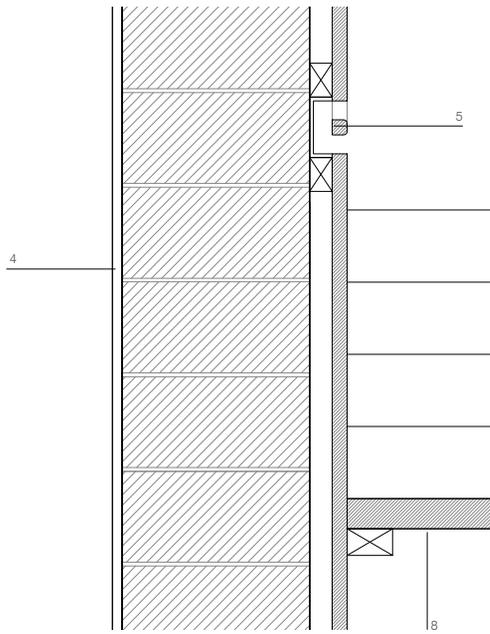
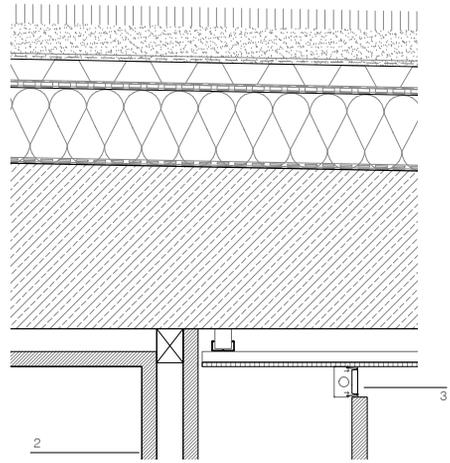
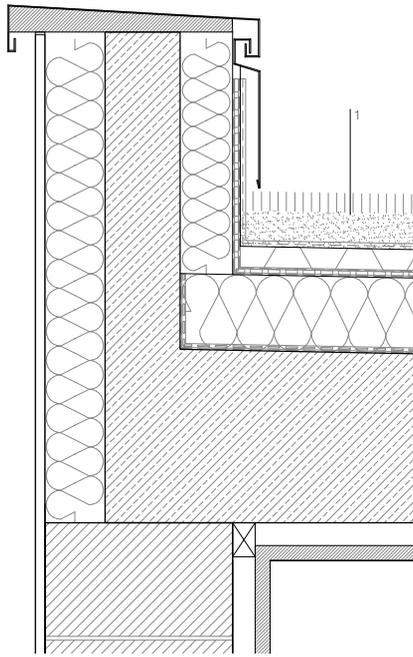
Das Satteldach wird als klassisches Pfettendach vorgesehen, jedoch ohne Dachvorsprung. Aufgrund der geringen Dachneigung wird eine Dachbegrünung vorgeschlagen. Das Gründach gilt als zusätzliche Wärmedämmung und es schützt die Dachhaut. Es kann als Ausgleich zur überbauten Fläche gesehen werden und gibt einen Teil des Naturraumes zurück.

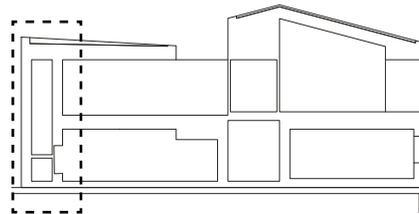




Estrich geschliffen mit Fußbodenheizung 80mm	1	Innenputz 10mm	6
Trennlage		Ziegelmauerwerk Wärmedämmziegel 500mm	
Trittschalldämmung 30mm		Außenputz rau 25mm	
Schüttung 90mm		Vorhangschiene in Holzbrett bündig integriert	7
Stahlbetondecke 300mm		Fenster mit 3-fach Isolierglas	8
Unterkonstruktion in Holz 310mm		Massivholztisch, Oberfläche geölt	9
Holztafelung Lärche massiv, natur 40mm mit Deckleisten		Sitzbank in Holz massiv	10
Rahmenlose Fixverglasung 3-fach Isolierglas	2	Holzdielenboden 20mm	11
Estrich geschliffen 40mm	3	Estrich mit Fußbodenheizung 60mm	
Ausgleichsschicht		Trennlage	
Dränmatte		Trittschalldämmung 30mm	
Feuchtigkeitsabdichtung		Deckplatte 50mm	
Ausgleichsschicht		Doppelboden mit Aufständering	
Gefälledämmung 100-140mm		Wärmedämmung 160mm	
Dampfsperre		Stahlbetondecke Sichtqualität 300mm	
Ausgleichsschicht		Kiesrandstreifen	12
Stahlbetondecke 300mm		Natrusteinplatten 40mm	13
Hohlraum für Installationen, Unterkonstruktion in Holz 310mm		Zementmörtel 50mm	
Holztafelung Dreischichtplatten mit Deckleisten		Betonplatte 100mm	
Glasbrüstung	4	Schüttung 250mm	
Blech mit Tropfkante H50mm	5	Stalbetonwand Sichtqualität 300mm	14
		Feuchtigkeitsabdichtung Bitumenbahn	
		Schutzschicht Noppenbahn	
		Filtervlies	

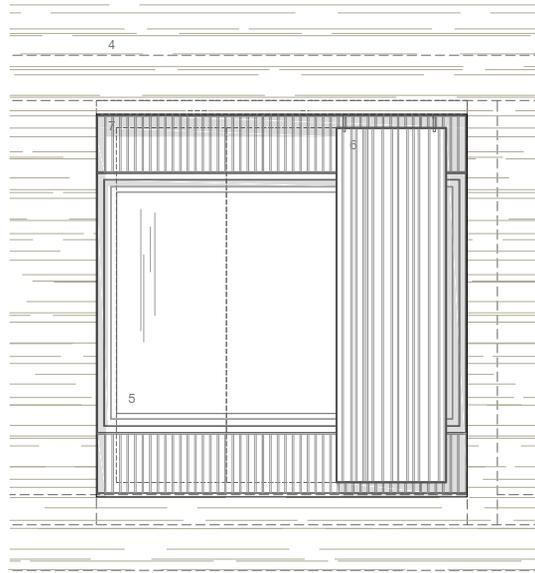
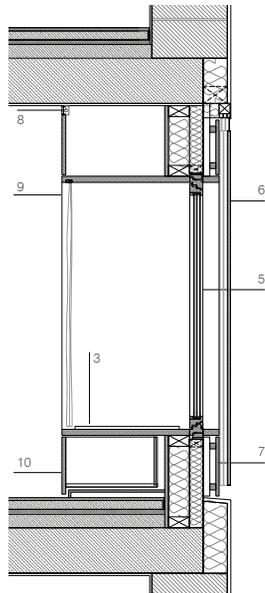
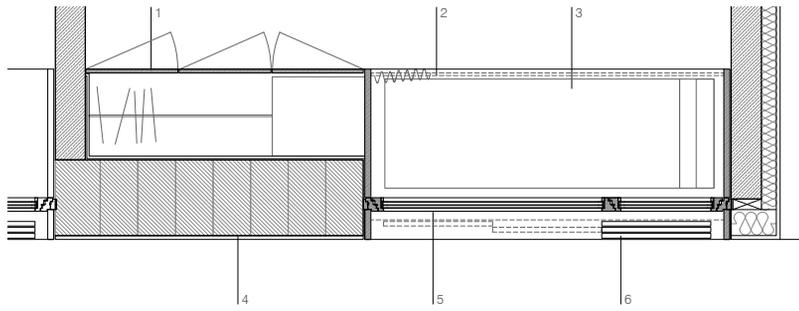
FASSADENSCHNITT 1 | 1:20





Extensivbegrünung	1	Handlauf bündig mit Holzverkleidung	5
Substratschicht 80mm		Flächenbündige Auszüge	6
Dränschicht		Holzdielenboden	7
Drän- und Wasserspeicherschicht 60mm		Estrich mit Fußbodenheizung 60mm	
Schutzmatte		Trennlage	
Feuchtigkeitsabdichtung		Trittschalldämmung 30mm	
Ausgleichsschicht		Schüttung 90mm	
Wärmedämmung 200mm		Stahlbetondecke 300mm	
Dampfsperre		Hohlraum für Installationen 400mm	
Ausgleichsschicht		Akustikdämmung 30mm	
Stahlbetondecke im Gefälle 1,5% 250-400mm		Akustikvlies	
Hohlraum für Installationen 60mm		MDF-Platte 25mm	
Akustikdämmung 30mm		Treppe in Massivholz	8
Akustikvlies		Estrich geschliffen 80mm	9
Holzplatte, perforiert 25mm		Trennlage	
Holzständerbauwand mit Holzbeplankung	2	Trittschalldämmung 30mm	
LED für Hinterleuchtung	3	Schüttung 90mm	
Außenputz rau 25mm	4	XPS Wärmedämmung 160mm	
Ziegelmauerwerk Wärmedämmziegel 500mm		Schutzlage	
Unterkonstruktion in Holz 60mm		Stahlbetondecke 300mm	
Holzverkleidung Dreischichtplatten 40mm		Sitzbank in Holz massiv	10

FASSADENSCHNITT 2 | 1:20



Raumhoher Wandschrank in Holz massiv mit 3 Drehtüren	1
Vorhang	2
Liegeauflage gepolstert	3
Ziegelmauerwerk Wärmedämmziegel 500mm	4
Außenputz rau 25mm	
Fenster 3-fach Isolierglas, 2 Flügel	5
Schiebeläden in Holz, Lärche natur	6
Holzverkleidung, Lärche natur 40mm	7
Lattung	
Konterlattung	
Fassadenbahn	
Wärmedämmung Holzfaser 70mm	
OSB-Beplankung	
Holzständerwand mit Zwischendämmung Holzfaser 140mm	
OSB-Beplankung	
LED-Hinterleuchtung	8
Vorhangschiene in Holzbrett bündig integriert	9
Flächenbündige Auszüge	10

FENSTERELEMENT | 1:50



Abb. 1



Abb. 2



Abb. 3



Abb. 4



Abb.



Abb. 1



Abb. 7

- Fichte natur: Möbel und Wandverkleidung 1
- Lärche natur: Möbel und Wandverkleidung 2
- Naturleinen: Vorhänge 3
- Sichtbeton mit Weißzement, geglättet 4
- Wandspachtelung erdfarben: Bad und Zimmer 5
- Dielenböden: Lärche gebürstet, geölt 6
- Estrichboden geschliffen 7

material



licht und atmosphäre





Was die besondere Atmosphäre der Gasthausstube ausmacht, sind die kleinen Fenster, die nur wenig Licht in den Raum eindringen lassen, die Wandtäfelung aus natürlichem Holz, das mit der Zeit seine Farbe verändert, der Holzofen, der eine angenehme Wärme ausstrahlt und die schlichte Einrichtung aus Holz: eine umlaufende Sitzbank, ein paar Tische für mehrere Personen und Stühle.

Kissen und Vorhänge sorgen für Akzente. Die Beleuchtung konzentriert sich nur auf die Tische und schafft intime Sitzgruppen.

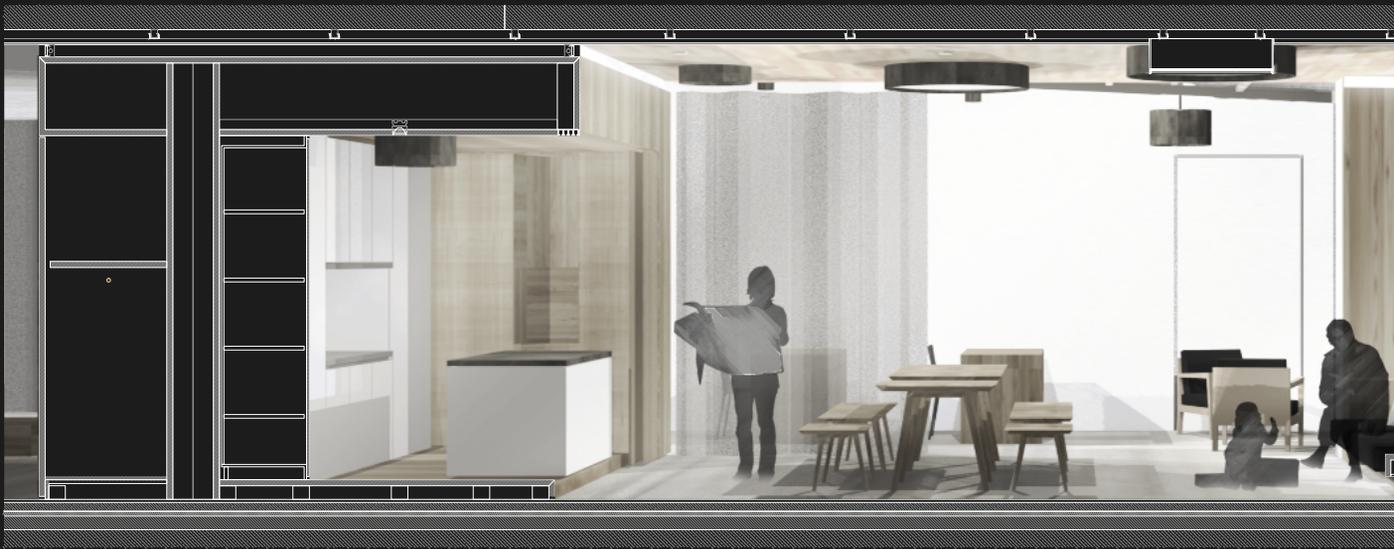
Möbel und Wandverkleidung: Lärche natur

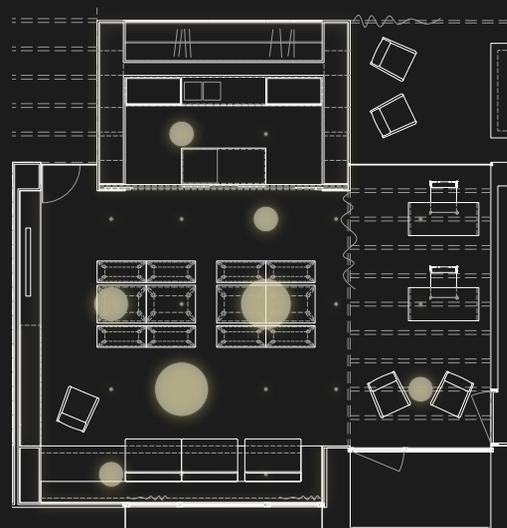
Vorhänge: Naturleinen

Dielenböden: Lärche gebürstet, geölt

Wand: verspachtelt, erdfarben

stube





Der großzügige Aufenthaltsraum bietet eine Vielfalt an Nutzungen. Das Konzept des gemeinschaftlichen Wohnen, Arbeiten und Erfahrungen austauschen im „Hotel“ kann hier verwirklicht werden. Die wohliche Raumgestaltung, viel Licht und der schöne Ausblick machen den Raum besonders.

Möbel und Wandverkleidung: Lärche natur

Vorhänge: Naturleinen

Polsterungen: Baumwoll-Leinengeschisch

Dielenböden: Lärche gebürstet, geölt

Licht: Flächenleuchten, LED-Hinterleuchtung

aufenthaltsraum





Die Küche kann mit Schiebepaneelen geschlossen werden, ebenso kann der helle Arbeitsbereich mit Vorhängen abgetrennt werden. Die schlichte Möblierung ladet zu gemeinsamen Aktivitäten ein und kann flexibel umgestaltet werden. Die große über das Dach geführte Verglasung flutet den Raum mit Tageslicht und stellt einen Dialog mit dem Außenraum her. Holz für Möbel, Wände und Boden kombiniert mit textilen, transparenten und weissen Oberflächen schaffen eine wohnliches Ambiente.

Die Decke wird als Akustikdecke in Holz ausgeführt mit integrierten Beleuchtungskörpern. Licht wird so eingesetzt, dass es den Raum möglichst gleichmäßig beleuchtet.

aufenthaltsraum



Die Zimmer stehen für Introvertiertheit und Intimität. Einfache reduzierte Formen kombiniert mit natürlichen, abgestimmten Materialien und Farben strahlen Gemütlichkeit aus. Die Besonderheit bildet das Fensterelement, das mit dem Wandschrank zur Einheit wird. Die Tiefe der Fensterlaibung wird zur intimen Rückzugsnische. Von hier aus genießt man den Blick nach draußen.

Möbel und Wandverkleidung: Fichte natur

Vorhänge: Naturleinen

Polsterungen: Baumwoll-Leinengeschisch

Wand: Sichtbeton und verspachtelt, erdfarben

Dielenböden: Lärche gebürstet, geölt

Licht: Leselampen, LED in Möbel integriert

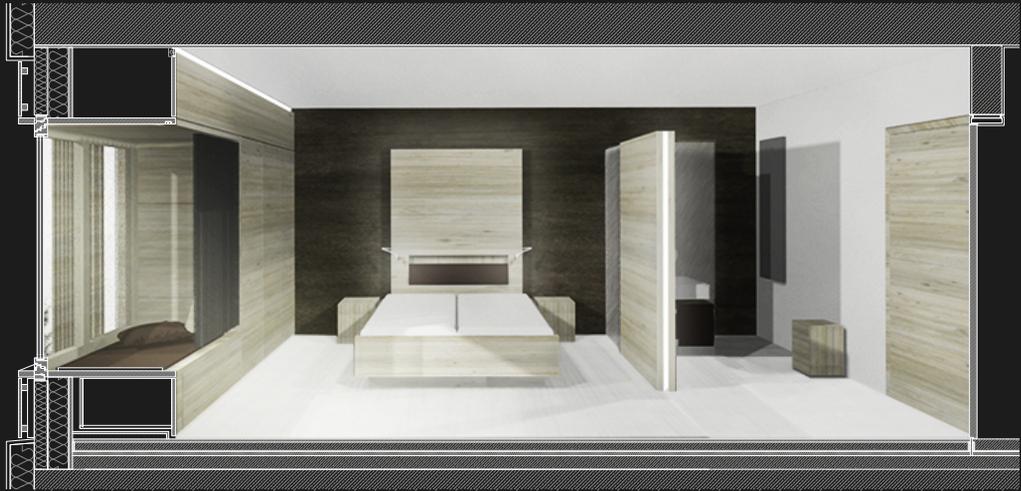
zimmer typ b

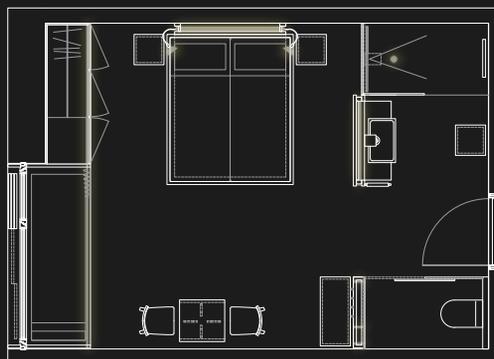




Zwischen den Zimmern befindet sich abwechselnd ein Aufenthaltsraum. Er charakterisiert sich durch seine offene, extrovertierte Gestaltung und stellt eine Verbindung zwischen Innen und Außen her. Licht, Luft und Landschaft dringen nach innen. Als Nische im Raumgefüge ist er einerseits für alle Bewohner des Hauses nutzbar. Dadurch wird der Wohnraum ersetzt, der in den Zimmern bewusst reduziert wird. Andererseits kann diese Nische mit den benachbarten Zimmer zusammengeschaltet werden. Es entsteht eine Zimmergruppe, die z.B. für Familien mit Kindern separat genutzt werden kann.

zimmer typ a+b





Die Ausstattung des Zimmers wird bewusst reduziert auf das Wesentliche. Das Doppelbett mit hoher Holzrückwand und integrierter Polsterlehne, wird rundum hinterleuchtet. An jeder Seite finden sich zwei kubische Nachtkästchen mit einem Auszug und Leselampen in der Bettrückwand integriert.

Das Bad wird am Beispiel Typ B als offener Bereich gestaltet. Die freistehende Holzwand trägt das Waschbecken und ein Ablagemöbel, in ihr integriert der Spiegel mit Beleuchtung. Dusche und WC werden mit bedrucktem Glas abgeschottet.

Vorhänge: Naturleinen

Wand: Sichtbeton und verspachtelt, erdfarben

Polsterungen: Baumwoll-Leinengeschisch

Dielenböden: Lärche gebürstet, geölt

Licht: Leselampen, LED in Möbel integriert

zimmer c









anhang 08

Literaturverzeichnis
Abbildungsverzeichnis
Dank

literaturverzeichnis

Bücher

Abegg, Bruno: Klimaänderung und Tourismus. Klimafolgenforschung am Beispiel des Wintertourismus in den Schweizer Alpen, Zürich 1996

Achleitner, Friedrich: Die Ware Landschaft. Eine kritische Analyse des Landschaftsbegriffs, Salzburg 1977

Achleitner, Friedrich: Region, ein Konstrukt? Regionalismus, eine Erfindung?, Basel 1997

Autonome Provinz Bozen – Südtirol (Hg.): Landschaftsleitbild Südtirol. Fachplan zum Landesentwicklungs- und Raumordnungsplan LEROP 1995, Bozen 2003, Online unter: http://www.provinz.bz.it/naturraum/service/publikationen.asp?somepubl_action=300&somepubl_image_id=101926, 26.08.2015

Autonome Provinz Bozen - Südtirol, Abteilung Natur und Landschaft (Hg.): Kulturlandschaft Südtirol. Der Wandel seit 1950, Bozen 2010,

Bildungsausschuss St. Andrä (Hg.): Dorf & Heimat. St. Andrä, Plabach, St. Leonhard, Rutzenberg, Karnol, Mairdorf, Mellaun, Klerant, Brixen 2010

Dohr, Thomas: Ennsarium Flachauwinkl. Alpine Gastlichkeit und Baukultur, Diplomarbeit, Graz 2013

Frey, Thomas: Klima - Wandel – Alpen. Tourismus und Raumplanung im Wetterstress (= Tagungsband der CIPRA 23), München 2006

Freyer, Walter: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 8. Auflage, München-Wien-Oldenbourg 2006

Geser, Guntram: Tourismus-Trends & IKT-Szenarien. Trendradar und Zukunftsszenarien im e-Tourismus; Informations- und Kommunikationstechnologien in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, Hamburg 2007

Hachtmann, Rüdiger: Tourismus-Geschichte [mit 8 Tabellen], Göttingen 2007

Horx, Matthias: Megatrend-Dokumentation [Intro; Individualisierung; Female Shift; Silver Society; Neues Lernen; New Work; Gesundheit; Neo-Ökologie; Konnektivität; Globalisierung; Urbanisierung; Mobilität], Kelkheim 2013

Kaspar, Claude: Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss, Auflage 5, Bern 1996

Kirchhoff, Thomas/Trepl, Ludwig: Vieldeutige Natur. Landschaft, Wildnis und Ökosystem als kulturgeschichtliche Phänomene, Bielefeld 2009

Miku, Hayashi-Reimers: Architektur als Chance für den Tourismus. Konflikte auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismuskonzept in alpinen Regionen, dargestellt am Beispiel des Tegernseer Tals, Diss., München 2013

Moroder, Joachim: Hotelarchitektur. Bauten und Projekte für den Tourismus im alpinen Raum; 1920 – 1940, Bd. 1+2, Innsbruck 1993

Pütz, Gabriele: Schönheit - Sinn ohne Verstand. Zur Bedeutung des Ästhetischen in der Landschaftsarchitektur; eine Kritik aktueller Diskussionen über Freiraumgestaltung (=Beiträge zur Kulturgeschichte der Natur 3), Berlin 1995

Romeiß-Stracke, Felizitas (Hg.): TourismusArchitektur. Baukultur als Erfolgsfaktor, Berlin 2008

Schurz, Peter H.: Hotel-Architektur in den Alpen. Bauten für den Tourismus unter besonderer Berücksichtigung der Typologie, Graz 1993

Seidl, Ernst (Hg.): Lexikon der Bautypen. Funktionen und Formen der Architektur, Stuttgart 2006

Spring, Ulrike (Hg.): Im Wirtshaus. Eine Geschichte der Wiener Geselligkeit; [Wien Museum Karlsplatz, 19. April - 23. September 2007], Wien 2007

Tasser, Erich; Schermer, Markus; Siegl, Gerhard; Tappeiner, Ulrike: Wir Landschaftsmacher. Von Sein und Werden der Kulturlandschaft in Nord-, Ost- und Südtirol, Bozen 2012

zukunftsinstitut (Hg.): Hotel der Zukunft. Die wichtigsten Trendfelder für die österreichische Hotellerie, Wien 2011, Online unter: <http://www.hotelderzukunft.at/pdf/handbuch-hotel-der-zukunft-2011.pdf>, 04.05.2015

Aufsätze

Haid, Verena/ Ebner, Thomas/Oggiano, Adriano: „Weil sich's der Gast so wünscht!?", in: turrisbabel 84 (2010), 8-11

Kirschbaum, Marc/Schuster, Kai: Tourismusarchitektur, Design und Lebensstil, in: Romeiß-Stracke, Felizitas (Hg.): TourismusArchitektur. Baukultur als Erfolgsfaktor, Berlin 2008, 37-48

Perger, Josef: Der Gast ist König, der Gastgeber auch., in: HGV-Service Genossenschaft (Hg.): Journal zur Ausstellung Alpen Architektur Tourismus, Sondernummer zur HGV-Zeitung Nr. 5/2014, Bozen 2014, 9-11

Pfister, Dieter: Inszenierung oder Authentizität: Welche Raumgestaltung suchen Touristen?, in: Romeiß-Stracke, Felizitas (Hg.): TourismusArchitektur. Baukultur als Erfolgsfaktor, Berlin 2008, 49-57

Pütz, Gabriele: Die Lausitz als Logo? Landschaften zwischen Ausbeutung, Aneignung, Ablenkung und Aufklärung, in: Hirschberg, Urs (Hg): GAM.01. Tourismus und Landschaft / Tourism and Landscape, Wien 2005, 64-91

Schober, Reinhard: Von der Depressionsarchitektur zur neuen Romantik, in: Romeiß-Stracke, Felizitas (Hg.): TourismusArchitektur. Baukultur als Erfolgsfaktor, Berlin 2008, 31-36

Tschofen, Bernhard: Prädikat „alpin“. Tourismus und Architektur im Kontext einer Alltagskultur der Moderne, in: Hirschberg, Urs (Hg): GAM.01. Tourismus und Landschaft / Tourism and Landscape, Wien 2005, 144-159

Vontavon, Willy: „Den Zug verpasst“. Steht das Ende des Skibetriebes auf der Plose bevor?, in: Brixner 302, März 2015, 52-56

Vontavon, Willy: Ungewisse Zukunft. Investitionsstop im Skigebiet Plose, in: Brixner 20, Oktober 2006, 50-55

Winter, Helmut: Kultur im Hotelbau. Ein Bericht, in: archithese 2-88 (1988), H 2, 12-18

Internet

Alpenkonvention: NACHHALTIGER TOURISMUS IN DEN ALPEN (= 4. Alpenzustandsbericht Alpensignale – Sonderserie 4), o.O. 2013, Online, unter: <http://www.alpconv.org/de/AlpineKnowledge/RSA/tourism/Documents/RSA4%20de%20WEB.pdf>, 06.05.2015

Authentizität, in: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Authentizitaet>, 02.11.2015

Bildungsausschuss St. Andrä – Afers (2015): Über St. Andrä bei Brixen, <http://www.standrae.eu/>, 09.02.2016

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)(2008): Klimawandel in den Alpen. Fakten-Folgen-Anpassung, Auflage 3, Sand Oktober 2008, Online unter: http://www.cipra.org/de/publikationen/3209/796_de/at_download/file, 21.08.2015

Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (2008): Luftverkehr und Tourismus unter dem Aspekt der Globalisierung, <http://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/255045/>, 05.02.2016

Dokupedia-Zeitgeschichte (o.J.): Tourismus und Tourismusgeschichte, https://docupedia.de/zg/Tourismus_und_Tourismusgeschichte/Text, in: <https://docupedia.de/zg/Hauptseite>, 03.08.2015

Elmer, Christina/Schäfer, Maximilian: Wie die Pyramide zum Weihnachtsbaum wird, in: Spiegel Online, Online unter: <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/demografischer-wandel-pyramide-wird-zum-weihnachtsbaum-a-1026684.html>, Stand 05.04.2015

Gemeinde Brixen (2010): 2005-2010. Die Gemeinde Brixen zieht Bilanz, il bilancio del Comune di Bressanone, <http://www.brixmedia.it/media/51354821-62e6-45e9-946c-7adff90794b8/brixen-leistungsbericht-2010-low.pdf>, 09.02.2015

Hachtmann, Rüdiger (2010): Tourismus und Tourismusgeschichte, http://docupedia.de/zg/Tourismus_und_Tourismusgeschichte?oldid=106479, in: <https://docupedia.de/zg/Hauptseite>, 03.08.2015

Immanuel Kant (o.J.): Zeitalter der Aufklärung, <http://immanuel-kant.net/philosophie-werke/zeitalter-der-aufklaerung>, in: <http://immanuel-kant.net/>, 27.07.2015

PRO Seilbahn Brixen (2010): Die „Malik-Studie“ beweist: Brixen und die Plose haben hervorragende Voraussetzungen für eine erfolgreiche Ganzjahresdestination, aber es bedarf einiger Maßnahmen – eine davon ist die Seilbahn., <http://www.seilbahn-brixen.it/de/standortentscheidung/malikstudie.html>, in: <http://www.seilbahn-brixen.it/de/home.html>, 09.02.2015

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH (2015): Sinus-Milieus® Deutschland, <http://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-milieus-deutschland/>, in: <http://www.sinus-institut.de/>, 25.01.2016

Sölter, Marc (2000): Grundlagen der Tourismuslehre, dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Grundlagen_der_Tourismuslehre_Gesamt.pdf, in: dr-schnaggels2000.surfino.info/index.html, 03.08.2015

Universität Innsbruck (2008): Geschichtliche Entwicklung der Gemeinde, <http://www.uibk.ac.at/geographie/projects/kls/brixen/wandel/geschichte.html>, in: <http://www.uibk.ac.at/geographie/projects/kls/>, 08.02.2016

Wanker, Christine (2007): Geschichtliche Entwicklung der Gemeinde Brixen, http://www.uibk.ac.at/geographie/projects/kls/doc/brixen_geschichte_bis1950.pdf, in: <http://www.uibk.ac.at/geographie/projects/kls/>, 04.05.2015

abbildungsverzeichnis

Kapitel 01

- S. 21 Abb. 1: Grundriss der Thermen in Pompeii
http://4.bp.blogspot.com/-w0-cD-B3IDo/Ui8-gbtAYnl/AAAAAAAAAYU/D-qNJZja8og/s320/Thermen_Pompeji.gif,
06.02.2016
- S. 23 Abb. 2: Eilpostwagen, 1824
http://www.dr-peter-standenat.at/museum/thematik/images/4PostkTrieststrdd_small.jpg, 06.02.2016
- S. 25 Abb. 3: Hospiz St. Christoph am Arlberg Hospiz und Christophoruskapelle (1889)
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/3e/Austria_1.jpg, 06.02.2016
- S. 25 Abb. 4: „Der Tanz im Wirtshaus“ Adriaen van Ostade: „Der Tanz im Wirtshaus“, 1652
https://de.wikipedia.org/wiki/Adriaen_van_Ostade#/media/File:Adriaen_van_Ostade.jpg, 06.02.2016
- S. 27 Abb. 5: Caspar Wolf: «Gadmental mit Titlis», 1778
<http://images.nzz.ch/eos/v2/image/view/620/-/text/inset/b020cce0/1.18451972/1419788797/wolf-titlis.jpg>,
06.02.2016
- S. 29 Abb. 6: William Tombleson: Altes Kurhaus Wiesbaden, um 1840
https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Tombleson_Wiesbaden_Kurhaus.jpg, 06.02.2016
- S. 29 Abb. 7: Ausschnitt aus einem Aquarell von Leander Russ. Bild aus den ersten Jahren der Südbahn
http://www.dr-peter-standenat.at/museum/thematik/images/6LeanRussd_small.jpg, 06.02.2016
- S. 33 Abb. 8: Einweihung des neuen Schlafhauses der Payerhütte, 1910
<http://derstandard.at/1331780029188/150-Jahre-OeAV-Wanderausstellung-des-Alpenvereins>, 07.02.2016
- S. 33 Abb. 9: Bild des Alpenverein-Museum, Innsbruck
<http://images.derstandard.at/t/12/2012/03/19/1331793710534.jpg>, 16.02.2016

- S. 35 Abb. 10: Lungenheilanstalt in Palmschoß - Brixen Plose
http://www.wanderhotels.com/images/easyblog_images/55/b2ap3_thumbnail_Roaspina.jpg, 17.02.2016
- S. 35 Abb. 11: Lageplan des geplanten Sanatorium
https://s3.amazonaws.com/gs-geo-images/5f12ad68-f26f-43f7-b8dd-7483889b90a0_l.jpg, 18.02.2016
- S. 39 Abb. 12: Grand Hotel Stubai in Fulpmes im Heimatstil
http://www.sagen.at/fotos/data/860/medium/Fulpmes_Stubai_Hotel.jpg 06.02.2016
- S. 39 Abb. 13: Grand Hotel Penegal am Mendelpass im Heimatstil
<https://cert.provinz.bz.it/services/kksSearch/image?file=4070821.jpg&mus=STM&width=600>, 06.02.2016
- S. 40 Abb. 14: Titelbild der Buches: Semmering Architektur: Die Südbahn: Ihre Kurorte und Hotels, 2006
<https://fedora.e-book.fwf.ac.at/fedora/get/o:113/bdef:Document/preview?box=480>, 07.02.2016
- S. 41 Abb. 15: Grand Hotel Toblach, heute Kulturforum
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6e/Grand_Hotel_Dobbiaco.JPG, 08.02.2016
- S. 42 Abb. 16 Am Castel Toblino (Trentino), April 1933
https://klassikerrundewetterau.files.wordpress.com/2015/11/mb_200_am_castel_toblino_1933.jpg?w=584,
 08.02.2016
- S. 43 Abb. 17: Die ersten Skifahrer auf der Plose 1900
 Scan aus Dorf und Heimat, St. Andrä, S 193
- S. 49 Abb. 18.-20: Hotel Berghof, Seefeld, Siegfried Mazagg, 1929/30
 Scan aus: Schurz, Peter H.: Hotel-Architektur in den Alpen, 1993, S. 87, S. 90, S.93
- S. 50 Abb. 21-22: Hotel Drei Zinnen, Moos bei Sexten, Clemens Holzmeister, 1930
 Scan aus: Schurz, Peter H.: Hotel-Architektur in den Alpen, 1993, S. 114, S. 115
- S. 51 Abb. 23: Haus Settari, Barbian - Bad Dreikirchen, Lois Welzenbacher, 1922/23
<http://www.briol.it/images/slider/big/briol-zimmervilla-02.jpg>, 08.02.2016
- S. 52 Abb. 24-26: Patscherkofelbahn Bergstation, Igls, Hans Feßler, 1927/28
 Scan aus: Schurz, Peter H.: Hotel-Architektur in den Alpen, 1993, S. 29,S. 30, S. 37

- S. 53 Abb. 27-29: Hotel Seegrube, Innsbruck , Franz Baumann, 1927/28
Scan aus: Schurz, Peter H.: Hotel-Architektur in den Alpen, 1993, S. 39,S. 41, S. 42
- S. 54 Abb. 30: Werbeplakate der KdF
<http://blog.rothenburg-unterm-hakenkreuz.de/wp-content/uploads/2013/10/Kraft-KdF-Wanderplakat-bunt-1935.jpg>,
08.02.2016
- S. 55 Abb. 31: KdF-Seebad der Zwanzigtausend auf Rügen
<http://cdn2.spiegel.de/images/image-872779-galleryV9-rsxl-872779.jpg>, 08.02.2016
- S. 57 Abb. 32 Die Spitzingsstraße
<http://www.alpinforum.com/forum/viewtopic.php?f=32&t=3422&start=25>, 08.02.2016
- S. 57 Abb. 33: Der erste Reiseprospekt der Neckermann Versand KG
<https://schwartzaufweiss.files.wordpress.com/2013/03/n2.jpg>, 08.02.2016
- S. 61 Abb. 34: „alpiner stil“
<https://cdn.ingham.co.uk/ImageGen.ashx?image=/media/30356/neustift>, 08.02.2016
- S. 63 Abb. 35: Hotel Interalpen Tyrol, innen
https://www.interalpen.com/fileadmin/user_upload/Bilder/Hotel/Interalpen-Hotel-Tyrol-Eingangshalle-Freitrepp.jpg, 08.02.2016
- S. 63 Abb. 36: Hotel Interalpen Tyrol
https://de.wikipedia.org/wiki/Interalpen-Hotel_Tyrol#/media/File:Aussenansicht_Interalpen-Hotel_Tyrol.jpg,
08.02.2016
- S. 63 Abb. 37: Das Majestic
<https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/02/39/bc/49/l-hotel-visto-dagli-impianti.jpg>, 08.02.2016
- S. 63 Abb. 38.. Stephanshof Villanders
<https://sentres-cdn1-456069.c.cdn77.org/photos/95210/large/granpanorama-hotel-stephanshof-villanders.jpg>;
08.02.2016

KAPITEL 02

- S. 80 Abb. 1: Landschaft und kulturelle Praxis
<http://www.arturis.it/wp-content/uploads/2014/01/Fr%C3%BChlingsweg-14.jpg>, 09.02.2016
- S. 80 Abb. 2: Claude Lorrain, Hirtenlandschaft bei untergehender Sonne, 1670
http://www.hausderkunst.de/uploads/pics/Lorrain_Hirten_h_50091114_630.jpg, 09.02.2016
- S. 81 Abb. 3: Künstliche Landschaft
 vom Verfasser
- S. 82 Abb. 4: Landschaftsaneignung: Brennerautobahn
<https://sentres-cdn1-456069.c.cdn77.org/photos/28403/large/brennerautobahn-suedtirol.jpg>, 09.02.2016
- S. 84 Abb. 5: Monokultur Obstbau
http://cdn2.barfuss.it/styles/node_story_image_fullwidth/s3/img_4000_b.jpg?EVKc.rizFaLVhn3wbSSMCEvm_chyySU2&itok=8vJgQS_y, 09.02.2016
- S. 84 Abb. 6: Monokultur Weinbau
<http://www.kloster-neustift.it/media/6e4f16ab-6569-48c3-9a1f-40af8e79691f/marklhof-2.jpg>, 09.02.2016
- S. 87 Abb. 7: Passstraße zum Stilfser Joch
<https://sentres-cdn3-456069.c.cdn77.org/photos/4975/large/stilfser-joch.jpg>, 09.02.2016
- S. 87 Abb. 8 „Walter Niedermayr: Aspen Series, 2013,„
http://www.getaddictedto.com/wp-content/uploads/2013/06/The-Aspen-Series-By-Walter-Niedermayr-01-860x450_c.jpg, 09.02.2016
- S. 89 Abb. 9: Seier Alm
<http://www.suedtirol-travels.com/urlaub-ferien/tirlerhof-seiseralm.jpg>, 09.02.2016
- S. 93 Abb. 10: Gletscherschwund: Übertalferner Becherhaus Ridnaun
http://www.gletscherarchiv.de/_media/fotovergleiche/11-509011-uebeltalferner.jpg, 09.02.2016
- S. 95 Abb. 11: Wintersaison im Dezember 2015 in den Dolomiten, Foto: Freddy Planinschek 2015
http://www.stol.it/_image/1206867/1/image/oha_blog_post_landscape_desktop, 10.02.2016

- S. 80 Grafik 1: Flächenverteilung der Landschaftseinheiten
Quelle: Autonome Provinz Bozen – Südtirol (Hg.): Landschaftsleitbild Südtirol. Fachplan zum Landesentwicklungs- und Raumordnungsplan LEROP, Bozen 2003, 10.02.2016

Kapitel 03

- S. 100 Grafik 1: Motive und Prioritäten zu „Urlaub in den Bergen“
Quelle: Tourismus- und Freizeitwirtschaft (FH), 2003, Deutschland.
- S. 101 Grafik 2: SÜDTIROLS Ankünfte und Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben nach Betriebskategorie Tourismusjahre 2013/14 verglichen mit 2012/13
Autonome Provinz Bozen - Landesinstitut für Statistik ASTAT, 2015
- S. 101 Grafik 3: SÜDTIROLS Übernachtungen der Gäste in den Beherbergungsbetrieben nach Betriebsart Tourismusjahre 1991/92-2013/14
Autonome Provinz Bozen - Landesinstitut für Statistik ASTAT, 2015
- S. 102 Grafik 4: Private Haushalte nach Zusammensetzung
Eurostat 2014

Kapitel 04

- S. 121 Abb. 1: Der Ploseberg
<https://sentres-cdn2-456069.cdn77.org/photos/14807/large/telegraph.jpg>, 10.02.2016
- S. 123 Abb. 2: Bergrestaurant Kreuztal, vom Verfasser
- S. 123 Abb. 3: Talstation, vom Verfasser
- S. 123 Abb. 4: Rossal, vom Verfasser
- S. 123 Abb. 5: Hotel Tyrol
<http://italien366.de/images/Hotel%20Tyrol.jpg>, 10.02.2016
- S. 123 Abb. 6: Hotel Gasserhof
<https://media.holidaycheck.com/data/common/hotelbilder/mittel/13/200103.jpg>, 10.02.2016

- S. 123 Abb. 7: Hotel Aurora
<http://images2.suedtirolerland.it/images/hotels/754x435/7cca2901051f398223759f9428140c23.jpg>, 10.02.2016
- S. 123 Abb. 8: Hotel Rosalpina
<https://sentres-cdn1-456069.c.cdn77.org/photos/130448/large/hotel-rosalpina---the-dolomites-hideaway-brixen.jpg>, 10.02.2016
- S. 125 Abb. 9: ehemalige Radarstation am Telegraph 1995
 Scan aus: Bildungsausschuss St. Andrä (Hg.): Dorf & Heimat, 2010, S. 195
- S. 125 Abb. 10: Mittelstation in St. Andrä Fertigstellung 1964
 Ausschnitt aus: Die Geschichte eine Skigebietes. Bau der Plose-Seilbahn vor 50 Jahren, in: Brixner 266, März 2012, S. 43
- S. 129 Abb. 11: Projekt der Seilbahn vom Jahr 2014, Schnitt
<http://www.seilbahn-brixen.it/media/1026x0/76b3e141-2905-4cda-985d-6c967e36235d/303.jpg>, 10.02.2016
- S. 129 Abb. 12: Projekt der Seilbahn vom Jahr 2014, Luftbild
<http://www.seilbahn-brixen.it/media/1026x0/d8a80038-7e79-45dc-a773-c4ea7bb90dc8/000.jpg>, 10.02.2016
- S. 131 Abb. 13: Ausschnitt des Artikels im Brixner 201 - Oktober 2006
 Ausschnitt aus: Ungewisse Zukunft. Investitionsstop im Skigebiet Plose, in: Brixner 20, Oktober 2006, S. 50
- S. 131 Abb. 14: Ausschnitt des Artikels im Brixner 302 - März 2015
 Ausschnitt aus: „Den Zug verpasst“. Steht das Ende des Skibetriebes auf der Plose bevor?, in: Brixner 302, März 2015, S. 52
- S. 133 Abb. 15: St. Andrä um 1970
 Scan aus: Bildungsausschuss St. Andrä (Hg.): Dorf & Heimat, 2010, S. 229
- S. 133 Abb. 16: St. Andrä heute
 Scan aus: Bildungsausschuss St. Andrä (Hg.): Dorf & Heimat, 2010, S. 230
- S. 137 Abb. 17: St. Andrä von Oben
<http://www.standrae.eu/wp-content/uploads/2011/06/HRTDESADF-640x4802.jpg>, 10.02.2016
- S. 123 Grafik 1-4: Tourismusintensität Gemeinde Brixen
 Autonome Provinz Bozen - Landesinstitut für Statistik ASTAT, 2015
<http://qlikview.services.siad.it/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=Gemein dedatenblatt.qvw&host=QVS%40titan-a&anonymous=true>, 13.12.2015

KAPITEL 07

S. 194 Abb. 1: Fichte

http://www.tilly.at/palmCMSv3/_dateimanager/Bildergalerie/Qualitaetsklassen/DreischichtNadelholz/3S_Fichte_AB.jpg, 14.02.2016

S. 194 Abb. 2: Lärche

http://www.tilly.at/palmCMSv3/_dateimanager/Bildergalerie/Qualitaetsklassen/DreischichtNadelholz/3S_Laerche_AB_B.jpg, 14.02.2016

S. 194 Abb. 3: Naturleinen

<http://www.naturstoff.de/ImageServer/imgsrv.aspx?img=products\leinen\lionel.jpg>, 14.02.2016

S. 194 Abb. 4: Sichtbeton

<http://www.metten-ideen.de/assets/Ideengalerie/Bilder/Alessio-Sichtbeton-grau-glatt.jpg>, 14.02.2016

S. 195 Abb. 5: Wandspachtelung

<http://www.maler-mauderer.de/fileadmin/images/Bilder/Oberfl%20Boden/Boden%20und%20oder%20Wand%20gespachtelt.jpg>, 14.02.2016

S. 195 Abb. 6: Dielenböden: Lärche

http://www.admonter.eu/media/300/300/produkte_elements/laerche.png, 14.02.2016

S. 195 Abb. 7: Zementboden

http://www.zementboeden.de/uploads/pics/stone_fratazzato.JPG, 14.02.2016

Luftbilder:

www.bing.com/maps

Kartengrundlagen der AUTONOME PROVINZ BOZEN - SÜDTIROL, Abteilung 28. Natur, Landschaft und Raumentwicklung

<http://www.provinz.bz.it/natur-raum/themen/landeskartografie-download.asp>

Alle nicht angeführten Abbildungen: Bilder, Grafiken, Pläne u.Ä. wurden vom Verfasser erstellt.

Abschließend möchte ich mich bei all jenen bedanken, die mich während meiner Diplomarbeit tatkräftig unterstützt haben.

Besonders zu erwähnen ist Herr Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Architekt Hans Gangoly, den ich für die Betreuung und fachliche Begleitung der Arbeit danken möchte. Die gemeinsamen Gespräche und die konstruktive Kritik gaben anregende Impulse, die für diese Arbeit eine große Bereicherung waren.

Ein weiterer Dank gilt meinen Freunden für jegliche Art von Unterstützung und Beistand. Ihr offenes Ohr und ihre aufmunternden, inspirierenden Worte haben mich immer wieder neu motiviert.

Ein außergewöhnlicher Dank geht an meine Familie, die in jeder Situation an meiner Seite steht und mich stets mit aller Kraft unterstützt. An dieser Stelle möchte ich mich ganz besonders bei meinen Eltern bedanken, die mich meinem Traum, Architektin zu werden, näher gebracht haben und mir dieses Studium überhaupt erst möglich machten.

danke

