



Schöne Aussichten Bright Prospects Baukultur : Tourismus Building Culture : Tourism

Unterstützt durch:
Supported by:





INHALT | CONTENTS

BUNDESMINISTER REINHOLD MITTERLEHNER Denkmalpflege und Tourismus	2
R. STALLA Denkmalpflege/Baukultur – Tourismus Monument Preservation/Building Culture – Tourism	3
A. HERDEL/N.HEISS Die Persönlichkeit einer Stadt The Personality of a City	10
B. FINK Baukultur in der Festspielstadt Bregenz Building Culture in the Festival City of Bregenz	14
A. TROPPER Planungsinstrumente für das Ortsbild Planning Instruments for Townscapes	17
P. OMACHEN Historische Hotels erhalten und betreiben Preserving and Running Historic Hotels	20
I. HORNY/I. LOBENDANZ Zwischen Bewahrung und Verhinderung Between Conservation and Prevention	24
G. DRIENDL Schloss Esterházy Schloss Esterházy	28
P. PAIERL Wirtschaftsfaktor Creative Industries Creative Industries as an Economic Factor Internationales Symposium - Programm International Symposium – programme	31 34
Referentinnen und Referenten / Kurztexzte Referents / Abstracts	35



© Stadt Graz/Fischer

Geschätzte Kongress-TeilnehmerInnen und Vortragende!

Graz bietet mit seinen zahlreichen historischen Baujuwelen ein ganz besonderes Flair – mediterran, charmant, wie es viele TouristInnen liebevoll bezeichnen, weltoffen und modern nicht zuletzt seit 2003, als Kulturhauptstadt Europas. 1991 wurde die Altstadt zum UNESCO Weltkulturerbe erklärt und im vergangenen Jahr kam die Extension um das Schloss Eggenberg im Westen der Stadt dazu. Bauten, für die Graz gekannt und geschätzt wird, daneben aber auch viele, die weniger bekannt sind, historische Kleinode, die dennoch oder gerade deshalb, intensive Aufmerksamkeit und Pflege durch ExpertInnen bedürfen, um als wichtige Zeugen der Geschichte nicht für immer verloren zu gehen. „Denkmalpflege-Baukultur-Tourismus“, unter diesem Motto steht das Internationale ISG-Symposium 2011, das Anfang Juli in Graz über die Bühne geht. Es werden dabei die „Wechselwirkung“ von Denkmalpflege, Baukultur und Tourismus genauso aufgezeigt, wie die Chancen, die sich daraus ergeben. Als ISG-Präsident und Bürgermeister der steirischen Landeshauptstadt freut es mich besonders, dass gerade dieses Symposium in Graz über die Bühne geht und ich wünsche dazu viel Erfolg und gutes Gelingen.

Esteemed congress participants, speakers,

Graz, with its numerous historical architectural gems has a flair of its own – many tourists describe it fondly as Mediterranean and charming, as cosmopolitan and modern and not just since 2003 when it was European Capital of Culture. In 1991 the historical centre was declared by UNESCO to be a World Cultural Heritage site and last year the site was extended to include Schloss Eggenberg to the west of the city. Buildings for which Graz is known and valued require intensive attention and care by experts in order not to become lost forever as important witnesses to history as do many lesser known, historical gems precisely because they are less well known. “Monument Preservation, Building Culture and Tourism” is the motto of the International ISG Symposium 2011 which is to be held in Graz at the beginning of July. The interaction between monument preservation, building culture and tourism will be shown, as will the opportunities resulting from such interaction. As President of the ISG and Mayor of the Capital City of Styria I am particularly pleased that this symposium is to be held in Graz and I wish you good luck and every success.

Enjoy reading the magazine, | Viel Vergnügen beim Lesen
Best wishes | und herzlichen Gruß

Mag. Siegfried Nagl

Bürgermeister der Landeshauptstadt Graz | Mayor of the City of Graz
und ISG-Präsident | and ISG-President



Titelseite | Front Cover
Schloss Esterházy: Ausblick in die Zukunft |
Schloss Esterházy: Looking to the Future
© driendl* architects, Wien

Georg Büchner Anlage am Staatstheater Darmstadt von
Lederer+Ragnarsdóttir+Oei | Georg Büchner Square in front of
the State Theatre, Darmstadt by Lederer+Ragnarsdóttir+Oei
© Nikolaus Heiß

Joseph Maria Olbrich, Hochzeitsturm der Künstlerkolonie
Mathildenhöhe | Joseph Maria Olbrich, "Marriage Tower" of the
Artists' Colony, Mathildenhöhe
© Nikolaus Heiß

IMPRESSUM

ISG-Magazin 2/2011
Einzelpreis: € 8,- (+ Versandkosten)
Jahresabonnement/Inland: € 35,- (inkl. Versandkosten)
Jahresabonnement/Ausland: € 40,- (inkl. Versandkosten)

Herausgeber: INTERNATIONALES STÄDTEFORUM IN GRAZ
A-8010 Graz, Hauptplatz 3
Tel.: 0043/316/82 53 95 oder 82 41 93
Fax: 0043/316/81 14 35
office@staedteforum.at
www.staedteforum.at

Redaktion: Arch. DI Hansjörg Luser,
Dr. Karin Enzinger,
Mag. Gertraud F. Strempl-Ledl

Gestaltung:
kerstein | werbung | design
www.kerstein.at

Gesamtherstellung:
Medienfabrik Graz
office@mfg.at





Denkmalpflege und Baukultur stehen mit dem Tourismus seit jeher in unmittelbarer Verbindung. Österreichs Ruf als Kulturnation gründet sich neben seiner großen Musiktradition auch auf seine einzigartigen historischen Sehenswürdigkeiten. Das kulturelle Erbe prägt unser Image als Kulturland in der ganzen Welt und ist Teil unserer Identität.

Der Kultur- und Städtetourismus ist eine wichtige Säule für den österreichischen Tourismus und damit ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Für 15 Prozent aller Gäste in Österreich ist Kultur das wesentlichste Kriterium bei der Urlaubsentscheidung.

Der Kulturtourismus ist in Österreich auf allen Ebenen - lokal, regional und überregional - von besonderer Bedeutung. Alleine durch die Salzburger und Bregenzer Festspiele entstehen laut einer IHS-Studie 224 Millionen Euro Wertschöpfung und werden 5.000 Arbeitsplätze gesichert. Aber auch die historischen Sehenswürdigkeiten, wie Burgen, Schlösser, Klöster, Gartenanlagen, bringen gerade für den ländlichen Raum wichtige, wirtschaftliche Impulse.

Österreich ist ob seines kulturellen Angebotes auch beliebter Kongressstandort. Unter den Top-Kongressnationen der Welt rangiert Österreich auf Platz 14.

Einer guten Positionierung Österreichs auf den Nah- und Fernmärkten dient auch der Zusammenschluss „Imperial Austria“, in dem die führenden Leitbetriebe des historischen Erbes in Österreich zusammenarbeiten. Dazu gehören das Schloss Schönbrunn, der Tiergarten Schönbrunn, die Hofburg in Wien mit Silberkammer und dem Sisi-Museum, die Hofburg in Innsbruck, Schloss Hof, das Hofmobiliendepot und das Belvedere sowie das Technische Museum. Ein weiterer Vorteil von „Imperial Austria“ ist die Bündelung von Kompetenzen, um sich gemeinsam innovativ zu inszenieren und dennoch Authentisches zu bewahren.

Die Wechselwirkungen zwischen Denkmalpflege und Tourismus sind eine Herausforderung und Chance zugleich. Der Schlüssel zum beiderseitigen Wohlergehen liegt in dem gemeinsamen, verantwortungsvollen Miteinander von Denkmalpflege, Baukultur und Tourismus.

Monument preservation and building culture have always been directly connected to tourism. Austria's reputation as a nation of culture is based not only on its great music tradition but also on its unique historical places of interest. The cultural heritage shapes our image as a nation of culture throughout the world and is part of our identity.

Cultural tourism and city tourism is an important pillar for tourism in Austria and thus a major economic factor. For 15 per cent of all visitors to Austria culture is the most important criterion in deciding where to spend a holiday.

Cultural tourism is of particular importance at all levels in Austria – local, regional and supra-regional. According to a study by IHS, the festivals in Salzburg and Bregenz alone create net value of 224 million Euros and guarantee 5,000 jobs. But historical places of interest such as castles, palaces, monasteries and gardens also bring important economic impulses to rural areas in particular.

Thanks to its cultural attractions Austria is a popular congress location and ranks 14th among the top congress nations.

„Imperial Austria“, an amalgamation of leading companies active in the field of historical heritage in Austria, also helps to position Austria on domestic and international markets. Among the members are Schloss Schönbrunn, Schönbrunn Zoo, the Hofburg in Vienna, its Silver Collection and the Sisi Museum, the Hofburg in Innsbruck, Schoss Hof, the Hofmobiliendepot, the Belvedere as well as the Technische Museum. A further advantage of „Imperial Austria“ is the pooling of skills so that the members can stage-manage themselves in an innovative manner and still preserve authenticity.

The interaction between monument preservation and tourism is a challenge and opportunity at the same time. The key to mutual well-being lies in monument preservation, building culture and tourism working together in a responsible manner.

Dr. Reinhold Mitterlehner
Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend
Federal Ministry for Economy, Family and Youth

Denkmalpflege/Baukultur – Tourismus

Monument Preservation/Building Culture – Tourism

Denkmalpflege und Baukultur stehen mit dem Tourismus in einem spannungsreichen Verhältnis. Die Gründe hierfür liegen in den unterschiedlichen Prämissen: Die Denkmalpflege zielt auf Bewahrung und Erhaltung der historischen Baukultur, der Tourismus – insbesondere der Kultur- und Städtetourismus, der weltweit zu den großen Wirtschaftszweigen avancierte – hingegen auf deren Vermarktung.

The relationship between monument preservation and building culture on the one hand and tourism on the other is exciting. The reasons for this can be found in different premises – monument preservation aims at the preservation and conservation of historical building culture while tourism – in particular cultural tourism and city tourism, which have become one of the world's leading economic sectors – aims at their marketing.

Abb. 1: Salzburg, Altstadt mit Burg Hohensalzburg
 Ill. 1: Salzburg, Historic centre and the Burg Hohensalzburg
 ©www.salzburgnet.com



Dies gilt nicht nur für die berühmten, von der UNESCO ausgezeichneten Weltkulturerbe-Stätten – in Österreich sind dies u. a. die historischen Zentren in Salzburg (Abb. 1), Graz mit Schloss Eggenberg und Wien sowie Schloss und Park von Schönbrunn – sondern auch für alle anderen baulichen Attraktionen und Sehenswürdigkeiten: Einzelmonumente, Plätze, Bauensembles, Orts- und Stadtbilder. So wird es die Österreich Werbung (ÖW) – die nationale Tourismus-Organisation – als Erfolg verbuchen, dass 2010 Wien 10,9 und Salzburg 2,2 Millionen Übernachtungen verzeichnen konnten. Vielerorts – beispielsweise in Dresden, Potsdam und Berlin – wird auch die Rekonstruktion bedeu-

This does not just apply to the famous World Cultural Heritage sites distinguished by UNESCO – in Austria these are, amongst others, the historical centres of Salzburg (Ill. 1), Graz with Schloss Eggenberg and Vienna as well as Schloss Schönbrunn and its gardens – but also to all the other architectural attractions and sights: single architectural entities, squares, groups of buildings, villages and cityscapes. The Austrian Tourist Board – Austria's national tourism organization – will view the fact that Vienna recorded 10.9 million overnight stays in 2010 and Salzburg 2.2 million as a success. In many places – for example in Dresden, Potsdam and Berlin – the reconstruction of impor-

tant city landmarks is linked to the fact that more visitors will see them. The way in which spectacular new buildings can reposition a city as far as tourism is concerned can be seen from the example of Bilbao where the Guggenheim Museum, which was completed in 1997, attracts about one million visitors from all over the world each year (Ill. 2).

The close interaction between monument preservation and tourism is not unproblematic. On the one hand monument preservation benefits from the use of the buildings by tourists. On the other hand, the tourist industry, which subsists substantially on the quality and maintenance of building culture, increases the level of

Abb. 2: Bilbao, Guggenheim Museum, Frank O. Gehry, Eröffnung 1997

Ill. 2: Bilbao, Guggenheim Museum, Frank O. Gehry, opened in 1997

Foto von Georges Jansoone, in:

<http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Bilbao>.

Guggenheim10.jpg (11.05.2011)



Abb. 3: Schloss Neuschwanstein, Georg von Dollmann, 1868–1873

Ill. 3: Schloss Neuschwanstein, Georg von Dollmann, 1868–1873

Petzet Michael: Gebaute Träume, München 1995, S. 94



tender Identifikationsbauten vom Kalkül höherer Besucherzahlen begleitet. Wie sich aber mit spektakulären Neubauten eine Stadt touristisch neu positionieren lässt, belegt das Beispiel Bilbao, wo das 1997 fertiggestellte Guggenheim Museum jährlich etwa eine Million Gäste aus aller Welt empfängt (Abb. 2).

Nicht unproblematisch stellt sich die enge Wechselwirkung zwischen Denkmalpflege und Tourismus dar: Einerseits profitiert die Denkmalpflege von der touristischen Nutzung ihrer Bauten. Andererseits steigert die Tourismusindustrie, die ganz wesentlich von der Güte und Pflege der Baukultur lebt, die Bekanntheit der Bauten und trägt zu deren Erhalt bei. Dies gilt jedoch nur im Fall eines verantwortungsvollen Miteinanders: Für die Denkmalpflege besteht die Gefahr, sich dem Tourismus zu verschließen oder sich dem verklärenden Erwartungsdruck der Massen allzu sehr zu beugen. Ein ungebremster Massentourismus gefährdet hingegen die Denkmäler durch Überlastung, was nicht selten in einen kulturellen Ausverkauf oder gar Zerstörung mündet. So aktuell sich diese Problematik anhand des von einer internationalen Vermarktungsmaschinerie befeuerten Besucheransturms auf die Schlösser

awareness of the buildings and contributes to their preservation. This, however, only applies in cases where everybody works together responsibly. It would be dangerous for monument preservation to close itself to tourism or to bend too far to the pressure of the masses. Unchecked mass tourism on the other hand endangers the monuments due to too many visitors, which often ends in cultural sell-out or even in destruction. As topical this problem is in relation to the rush of visitors caused by the international marketing machinery to the palaces of Schönbrunn or Neuschwanstein (Ill. 3) – with 2.6 and 1.3. million visitors respectively each year they are the number one tourist attraction in Austria and Bavaria – as rich in tradition and variety it present its history.

Pilgrimages as the forerunners of cultural tourism

Pilgrimages to Christianity's major sites of mercy are amongst the oldest forms of tourism. They led to the Holy Land, to Rome and since the beginning of the 10th century have led to Santiago de Compostela, too. In the Middle Ages hundreds of thousands of people from the furthest corners of the Earth undertook pilgrim-

Schönbrunn und Neuschwanstein (Abb. 3) darstellen ließe – sie sind mit 2,6 bzw. 1,3 Millionen Eintritten die Touristenattraktionen Nummer eins in Österreich und Bayern –, so traditionsreich und wechselvoll präsentiert sich ihre Geschichte.

Pilgerreisen als Vorläufer des Kulturtourismus

Pilgerfahrten zu den großen Gnadenorten des Christentums zählen zu den ältesten Formen des Tourismus. Sie führten ins Heilige Land, nach Rom und seit Mitte des 10. Jahrhunderts auch nach Santiago de Compostela und wurden im Mittelalter jährlich von Hunderttausenden aus aller Herren Länder, die dafür den Ablass erlangten, unternommen. Unzählige Reiseberichte belegen, wie sich dabei Glaubenserfahrung und Architekturerlebnis vermischten – wie beispielsweise in Bernhard von Breydenbachs 1486 gedruckter „Peregrinatio in terram sanctam“, die zunächst in lateinisch und deutsch, bald schon in englischer und französischer Übersetzung erschien und auf Holzschnittillustrationen das Aussehen der wichtigsten Bauten festhielt (Abb. 4).

Die Jahre nach 1500, als Humanismus und Reformation das Ende der Pilgerfahrt als maßgebliches Rechtfertigungsmodell des Reisens beförderten und Raffael 1515 von Papst Leo X. (1513–1521) zum Oberaufseher über die antiken Ruinen Roms ernannt wurde, brachten neue Impulse für die touristische Erschließung der Baudenkmäler. Im Laufe des 16. Jahrhunderts kam von England aus die Grand Tour in Mode, die sich bis ins 18. Jahrhundert hinein zunehmender Beliebtheit erfreute: eine Bildungsreise zu den wichtigsten europäischen Kunststädten, bei der die Söhne des Adels, später auch des gehobenen Bürgertums die bedeutendsten Monumente der Antike, des Mittelalters und der Renaissance besuchten (Abb. 5).

Die Grand Tour als Bildungsreise

In Rom, einem der Zielpunkte der Grand Tour, belebte der Heilige Filippo Neri in der 2. Hälfte des 16. Jahrhunderts als wichtiges Signal der Gegenreformation die Wallfahrt zu den sieben Hauptkirchen wieder. Diese wurden unter Papst Sixtus V. (1585–1590) durch Straßenachsen erschlossen, so dass die ideelle Verbindung nun auch praktisch und anschaulich her-

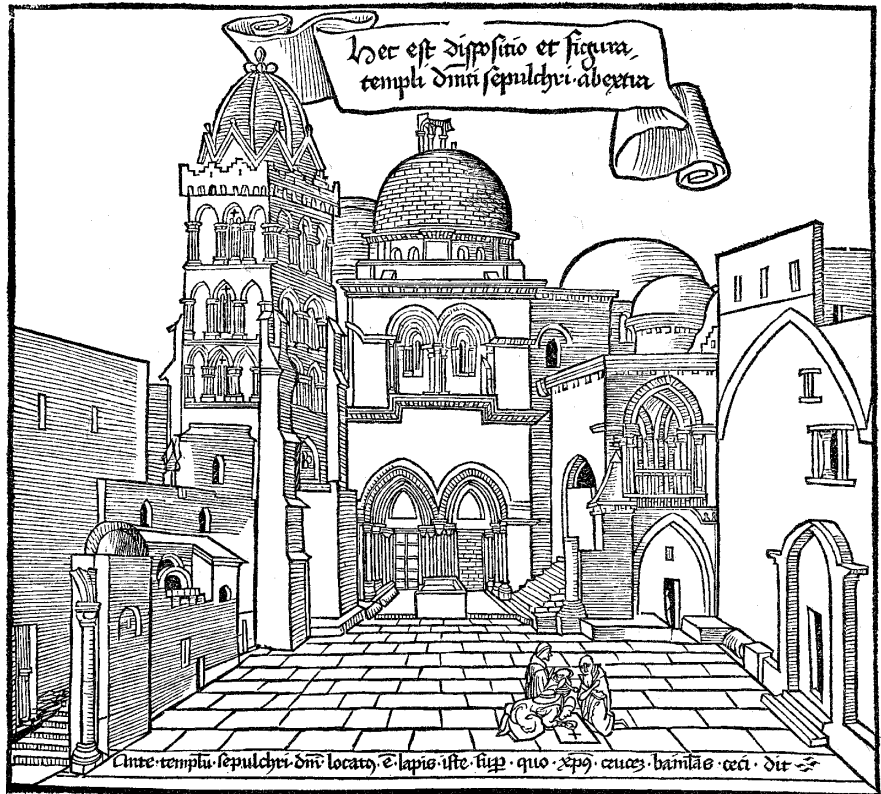


Abb. 4: Jerusalem, Kirche vom Heiligen Grab, aus: Bernhard von Breydenbach, *Peregrinatio in terram sanctam*, 1486, Holzschnitt

Ill. 4: Jerusalem, Church of the Holy Sepulchre from: Bernhard von Breydenbach, *Peregrinatio in terram sanctam*, 1486, woodcut

Bernhard von Breydenbach, *Die Reise ins Heilige Land. Ein Reisebericht aus dem Jahr 1483*, hrsg. von Elisabeth Geck, Wiesbaden 1977, S. 20

ages in order to obtain indulgences. Numerous travelogues are proof of the way in which experiences of faith and architecture were intermingled – as for example in Bernhard von Breydenbach's "Peregrinatio in terram sanctam" which was printed in 1486, first in Latin and German and soon after in English and French and which recorded the appearance of the most important buildings in the form of woodcuts (Ill. 4).

The years after 1500, when humanism and the Reformation brought about the end of pilgrimages as the main justification for travel and when Raffael was appointed superintendant of the ancient ruins in Rome by Pope Leo X (1513-1521) in 1515, provided new impulses for developing architectural monuments for tourism. During the 16th century the Grand Tour, emanating from England, became fashionable and became increasingly popular up until the 18th century. It was an educational journey to the major European cities of art during which the sons of the nobility and later those of the upper middle classes visited the most important monuments of Antiquity, the Middle Ages and the Renaissance (Ill. 5).



Abb. 5: James Russel, *Britische Touristen in Rom, um 1750*, Öl auf Leinwand, Yale Center for British Art, Paul Mellon Collection

Ill. 5: James Russel, *British tourists in Rome, around 1750*, oil on canvas, Yale Center for British Art, Paul Mellon Collection

Ausst. Kat.: *Grand Tour. The Lure of Italy in the Eighteenth Century*, hrsg. von Wilton, Andrew/Bignamini, Ilaria, Tate Gallery, London 1996, S. 88, Kat. 43

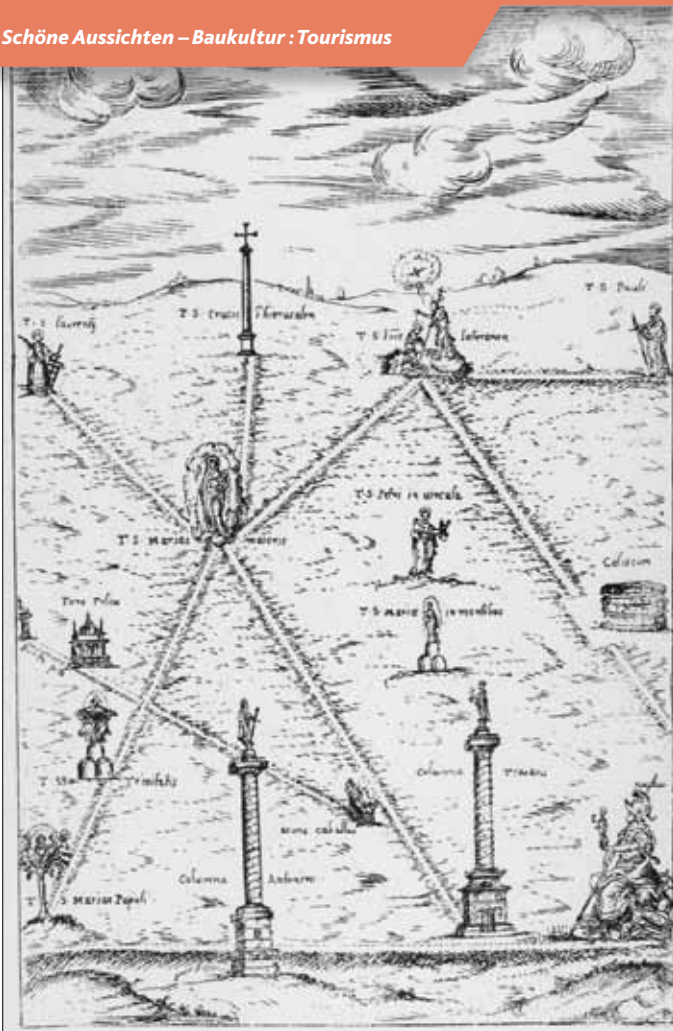


Abb. 6: Rom, Pilgerstraßen zu den sieben Hauptkirchen, Radierung von J.F. Bordino, 1588

Ill. 6: Rome, Pilgrim's Route to the Seven Main Churches, etching by J.F. Bordino, 1588

Frutaz, Amato Pietro (Hrsg.): *Le Pianta di Roma*, Bd. 2, Rom 1962, Tafel 257



Abb. 7: Rom, San Giovanni in Laterano, Langhaus, Francesco Borromini, 1646–1650

Ill. 7: Rome, St John Lateran, nave, Francesco Borromini, 1646–1650

Ausst. Kat.: Borromini. Architekt im barocken Rom, hrsg. von Bösel, Richard/Frommel, Christoph Luitpold, Albertina, Wien 2000, S. 178

The Grand Tour as an educational journey

In Rome, one of the goals of the Grand Tour, in the second half of the 16th century Saint Philip Romolo revived pilgrimages to the seven main churches as an important signal of the Counter-Reformation. During the Papacy of Pope Sixtus V (1585-1590) these churches were made accessible by way of arterial roads so that the ideal connection was made both practically and clearly (Ill. 6). As over 700 000 believers from all over the world were expected to attend the Holy Year in 1650, Pope Innocent X (1644-1655) commissioned Borromini with the trend-setting "renovatio" of the dilapidated Basilica of St. John Lateran. In this renovation the early Christian building was to be contained inside new walls, like a reliquary (Ill. 7).

The so-called "peregrinatio academica" which originated in the Middle Ages and then established itself in the Renaissance gained in importance. The travel diaries of scholars provide information on study

trips and journeys with scientific goals. In this way Daniel Papebroch, who travelled from Antwerp to Germany, Italy and France in July 1660 in the course of his work on the "Acta Sanctorum", teaches about the specialities of the cities as well as about their architecture and the preservation of their churches, palaces and houses in detailed descriptions.

Ancient sites and new wonders of the world

Since the early 19th century when Karl Friedrich Schinkel demanded preservation authorities for art monuments and Eugène Viollet-le-Duc started to restore the French cathedrals from the 1840s on, European architectural monuments increasingly became a focal part of middle-class travel. Typical for this development was the establishment of the first German publishing house for travel literature by Karl Baedeker in 1827 or the organisation

of the first group tours by Thomas Cook, the British tourism pioneer, which had started in the 1840s. These trips were, amongst others, to the Great Exhibition in London in 1851 where Joseph Paxton's Crystal Palace was marvelled at as the eighth wonder of the world (Ill. 8), to see the main sights of Paris in 1861 and even to America, for the first time in 1866.

In the period of Historicism royal building projects were often characterised by the time spent abroad by the potentates and were increasingly built under the auspices of tourism. When the national library in Munich (Ill. 9), whose construction had been started in 1832, was completed, King Ludwig I of Bavaria (1825-1848) exclaimed to his architect full of pride, "Gärtner, what will the foreigners say!" Confidently King Ludwig remarked about his ambitious buildings, that he wanted to make Munich into a city "that would do Germany such credit that no-one would know Germany who had not seen Munich." →

gestellt war (Abb. 6). Zum Heiligen Jahr 1650, zu dem an die 700 000 Gläubige aus aller Welt erwartet wurden, beauftragte Papst Innozenz X. (1644–1655) Francesco Borromini mit der richtungsweisenden „renovatio“ der baufälligen Lateransbasilika, bei der der frühchristliche Baukörper von neuen Mauerzügen wie in einem Reliquienbehälter aufgenommen werden sollte (Abb. 7).

Zunehmende Bedeutung erlangte auch die seit dem Mittelalter fassbare und in der Renaissance sich etablierende „peregrinatio academica“: Studienreisen und Fahrten mit wissenschaftlichem Ziel, über die Reisetagebücher von Gelehrten Auskunft geben. So unterrichtet beispielsweise Daniel Papebroch, der im Juli 1660 im Zuge seiner Arbeiten an den „Acta Sanctorum“ von Antwerpen nach Deutschland, Italien und Frankreich aufbrach, in detaillierten Beschreibungen über die Besonderheiten der Städte sowie Bauart und Erhaltung ihrer Kirchen, Paläste und Häuser.

Antike Stätten und neue Weltwunder

Seit dem frühen 19. Jahrhundert, als Karl Friedrich Schinkel Schutzbehörden für Kunstdenkmäler forderte und Eugène Viollet-le-Duc ab den 1840er Jahren mit der Restaurierung der französischen Kathedralen begann, traten die europäischen Baudenkmale verstärkt in den Fokus bürgerlichen Reisens. Bezeichnend für diese Entwicklung war die 1827 erfolgte Gründung des ersten deutschen Verlags für Reiseliteratur durch Karl Baedeker oder die seit den 1840er Jahren unternommene Organisation erster Gruppenreisen durch den britischen Tourismuspionier Thomas Cook. Diese führten u. a. 1851 zur Weltausstellung nach London, wo Joseph Paxtons Crystal Palace als „achtes Weltwunder“ bestaunt wurde (Abb. 8), 1861 zu den Hauptsehenswürdigkeiten von Paris und 1866 erstmals auch nach Amerika.

In Zeiten des Historismus waren fürstliche Bauvorhaben nicht selten von der Auslandserfahrung der Potentaten geprägt und entstanden zunehmend unter touristischen Vorzeichen. Voller Stolz rief König Ludwig I. von Bayern (1825–1848) zur Fertigstellung der 1832 begonnenen Staatsbibliothek in München (Abb. 9) seinem Architekten zu: „Gärtner, was werden die Fremden sagen!“ Selbstbewusst resümierte König Ludwig auch über das Ziel seiner ambitionierten Bautätigkeit: Er wollte aus München eine Stadt machen, „die Deutschland so zur Ehre gereichen soll, dass keiner Teutschland kennt, wenn er nicht München gesehen hat.“ →

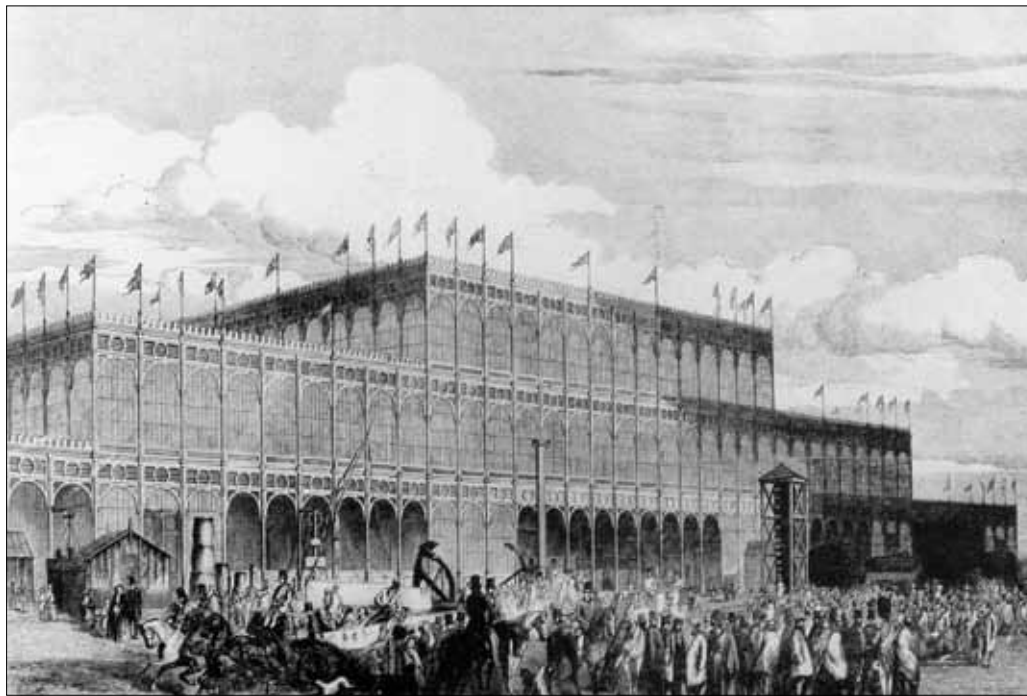


Abb. 8: London, Crystal Palace, Joseph Paxton, 1851, Stahlstich
 Ill. 8: London, Crystal Palace, Joseph Paxton, 1851, steel engraving

Friebe, Wolfgang: Vom Kristallpalast zum Sonnenturm, Leipzig 1983



Abb. 9: München, Haupttreppe der Staatsbibliothek, Friedrich von Gärtner, 1832–1842, Stahlstich von Herwegen
 Ill. 9: Munich, main staircase of the National Library, Friedrich von Gärtner, 1832–1842, steel engraving by Herwegen

Hederer, Oswald: Friedrich von Gärtner. 1792–1847. Leben, Werk, Schüler, Passau 1976, S. 121

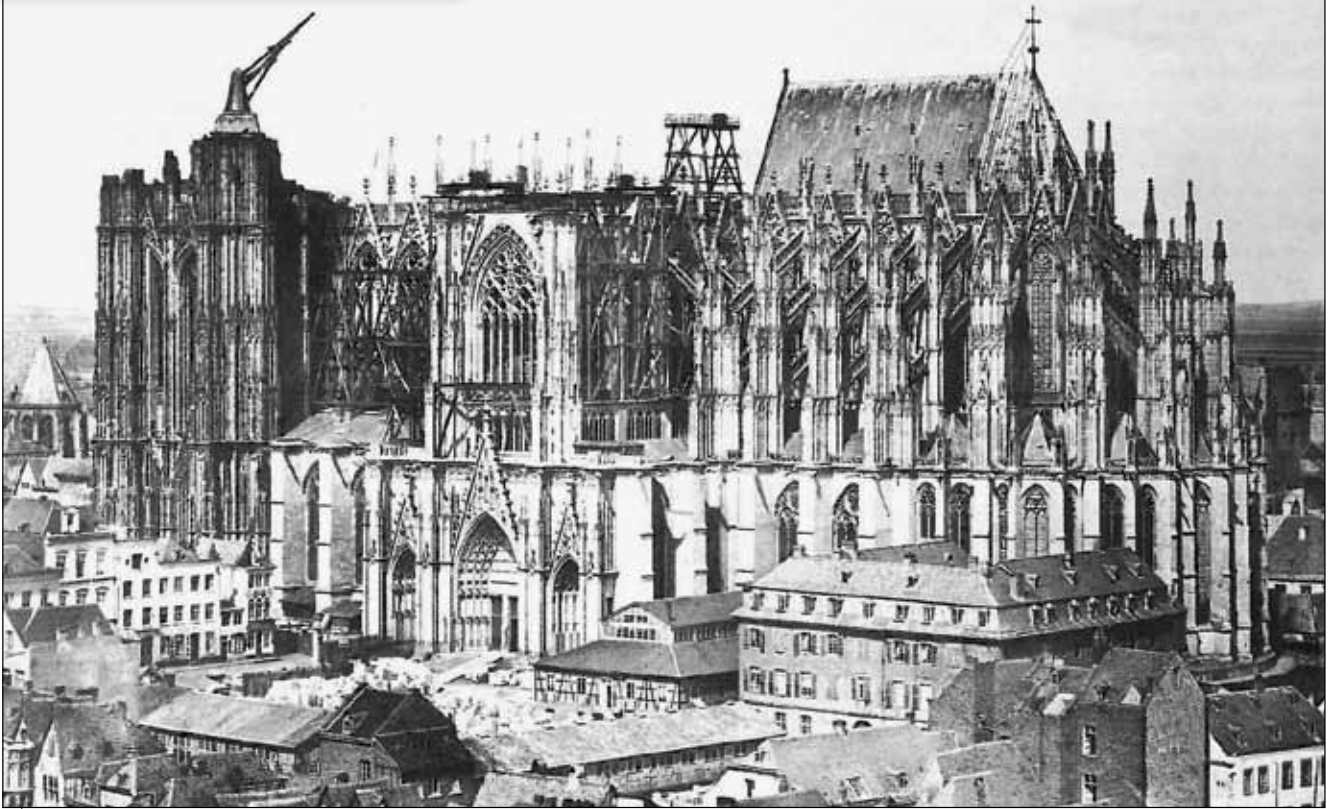


Abb. 10: Köln, Dombaustelle kurz vor Vollendung der Querhausfassaden, Foto von J. F. Michiels, 1855, Köln Dombauarchiv

Ill. 10: Cologne, cathedral building site shortly before completion of the facade of the transept, photo by J.F. Michiels, 1855

Ausst. Kat.: Der Traum vom Glück. Die Kunst des Historismus in Europa, hrsg. von Fillitz, Hermann, Wien/München 1996, S. 119

Deutsch-nationale Beweggründe führten 1842 auch zum Weiterbau des Kölner Doms, einem der größten gotischen Bauwerke, das zur Fertigstellung 1880 als Identifikationsbau des neun Jahre zuvor gegründeten deutschen Kaiserreichs gefeiert wurde (Abb. 10). Mit sechs Millionen Besuchern jährlich zählt der Dom heute zu den touristischen Hauptattraktionen in Deutschland, vergleichbar dem Eiffelturm in Paris oder dem Kolosseum in Rom. Für Wien, wo nach Schloss Schönbrunn (Abb. 11) das Riesenrad, die Albertina, die Hofburg und das Kunsthistorische Museum die höchsten Besucherzahlen aufweisen, entwickelte Camillo Sitte 1891 in seinem Artikel „Stadterweiterung und Fremdenverkehr“ die Vision, die teilweise weit verstreuten Baudenkmäler innerhalb des Stadtraums zu verdichten, um sie für den Tourismus bequemer zu erschließen.

Denkmalschutz durch Tourismus?

Heute, da dem Reisen durch die Vielzahl der Verkehrsmittel kaum Grenzen gesetzt sind und der Fremdenverkehr weiter boomt, stehen Denkmalpflege und Tourismus – nicht nur aus ökologischer Sicht – besonders in der Verantwortung. Die Forderung gilt einem kritischen, partnerschaftlichen Dialog über die unterschied-

lichen Bedürfnisse und Ziele, aber auch über die Chancen und Grenzen. Gemeinsam sind Fragen der Nutzung und Umnutzung, der Erhaltung und Gefährdung, der Kapazitätsberechnungen und Infrastrukturmaßnahmen sorgfältig zu prüfen und drohender Musealisierung oder Zerstörung von Einzelobjekten wie ganzen Stadtvierteln entgegenzuwirken. Eine Absage an die ausbeuterischen Mechanismen einer globalisierten Vermarktungsindustrie ist ebenso notwendig wie der verantwortungsvolle Umgang mit dem Prinzip „Schutz durch Tourismus“. Neu in Betracht zu ziehen ist dabei die seit langem erhobene Forderung, Gelder aus dem Tourismus direkt der Pflege von Bauten zukommen zu lassen. Unabdingbar erscheint auch eine Steigerung des qualitativen Angebots, ein stärkeres Bewusstsein für die kulturelle Bedeutung des Ortes sowie die Angemessenheit des Verhaltens eines jeden Einzelnen. Städte und Gemeinden sind aufgefordert, durch gezielte Anreize für eine neue, qualitätsvolle Baukultur Einzelmonumente urbanistisch besser einzubinden und zugleich mit den Denkmälern der Zukunft dem Tourismus von morgen eine gesicherte Perspektive zu bieten

In 1842 German nationalist motives led to the continued construction of Cologne cathedral, one of the largest Gothic buildings which, on its completion in 1880, was celebrated as a landmark of the German Empire which had been established nine years previously (Ill. 10). With six million visitors each year, Cologne Cathedral is one of Germany's main tourist attractions, comparable to the Eiffel Tower in Paris or the Colosseum in Rome. In the case of Vienna where, following Schloss Schönbrunn (Ill. 11), the highest numbers of visitors are recorded by the Riesenrad, the Albertina, the Hofburg and the Kunsthistorische Museum, Camillo Sitte developed a vision in an article entitled "City Expansion and Tourism" in 1891 of consolidating the somewhat scattered architectural monuments within the urban space in order to be able to open them to tourism more easily.

Monument preservation via tourism?

Nowadays when there are virtually no limits to tourism due to the numerous types of transport and as tourism continues to boom, monument preservation and tourism have a certain responsibility – and not only from an ecological point of view. A critical dialogue based on partnership,



Abb. 11: Wien, Schloss Schönbrunn, Johann Bernhard Fischer von Erlach, 1696 –1711

Ill. 11: Vienna, Schloss Schönbrunn, Johann Bernhard Fischer von Erlach, 1696 –1711

Foto von Sara Förster/Christian Stein, in: Bildarchiv Foto Marburg

about the various needs and targets but also about opportunities and boundaries is required. Questions of use and conversion, of preservation and endangerment, of capacity calculations and infrastructure measures have to be examined carefully and collectively. Any threats to turn monuments into museums or to destroy individual objects or entire city quarters have to be countered. It is just as necessary to reject the exploitative mechanisms of a globalised marketing industry as it is to treat the principle of “preservation through tourism” carefully. A new factor to be taken into consideration is the long-standing demand that revenue from tourism be channelled directly into the preservation of buildings. An increase in quality, greater awareness of the cultural importance of places as well as appropriate behaviour by each individual person also seem to be indispensable. Cities and municipalities are called on to integrate single monuments into urbanistic development in a better way through well directed incentives for new, high-quality building culture and at the same time to offer tomorrow’s tourism good prospects with the monuments of the future.



Univ.-Prof. Mag.art Dr.phil. Robert Stalla, Studium der Kunstgeschichte in München und Florenz, Forschungsstipendien der DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft) und der Bibliotheca Hertziana (=Max-Planck-Institut für Kunstgeschichte) in Rom; Lehrtätigkeit an den Universitäten in München, Erlangen, Düsseldorf und der ETH Zürich, mehrere akademische Preise, seit 2003 Lehrstuhl für Kunstgeschichte an der TU Wien, seit 2008 auch Honorarprofessor für Kunstgeschichte an der Universität Wien, seit November 2010 Vorstand des Instituts für Kunstgeschichte, Bauforschung und Denkmalpflege und stellvertretender Dekan der Fakultät für Architektur und Raumplanung der TU Wien

Robert Stalla studied History of Art in Munich and Florence, research scholarships from the DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft) and the Bibliotheca Hertziana (=Max-Planck-Institut für Kunstgeschichte) in Rome; teaches at the Universities of Munich, Erlangen, Düsseldorf and at the ETH Zurich, several academic awards, since 2003 Chair of History of Art at the Vienna University of Technology, since 2008 honorary professor of History of Art at the University of Vienna. Since November 2010 Head of the Institute of History of Art, Building Archaeology and Restoration and Deputy Dean of the Faculty of Architecture and Planning.

www.kunstgeschichte.e251.tuwien.ac.at

Die Persönlichkeit einer Stadt

The Personality of a City

Das Kulturerbe ist aus dem Stadtimage nicht wegzudenken. Gerade das Spannungsfeld zwischen den kulturellen Eigenheiten und der Hochkultur übt den Reiz einer Stadt aus – und macht sie unverwechselbar.

Cultural heritage has become an indispensable part of the image of a city. The charm of a city is due to and made distinctive by the interplay between cultural peculiarities and advanced civilization.



Der Denkmalschutz wurde in Hessen bereits um 1780 im Rahmen einer Verordnung von Landgraf Friedrich II. von Hessen-Kassel begründet, das erste Denkmalschutzgesetz erließ Großherzog Ludwig I. auf Anregung des Baumeisters Georg Moller im Jahre 1818. Das erste moderne Denkmalschutzgesetz entstand 1902 unter Großherzog Ernst Ludwig in Hessen-Darmstadt: In Darmstadt hat der Erhalt der Denkmale schon eine lange Tradition.

Monument conservation was established in Hessen as early as 1780 in a decree issued by Landgrave Frederick II of Hessen-Kassel, the first law on monument conservation was passed in 1818 by Grand Duke Ludwig I at the suggestion of Georg Moller, a builder. The first modern law on monument conservation came into being in 1902 in Hessen-Darmstadt under Grand Duke Ernst Ludwig. The preservation of monuments has a long tradition in Darmstadt.

Friedensreich Hundertwasser und Arch. Heinz M. Springmann, Wohnkomplex Waldspirale Darmstadt Residential Complex "Waldspirale" Darmstadt by Friedensreich Hundertwasser and Heinz M. Springmann

Das Bewusstsein, dass nichts eine Stadt so prägt wie die Baukultur, wurde in Darmstadt früh erkannt und umgesetzt. Die Gebäude, die in einer Stadt genehmigt und gebaut werden, sagen sehr viel über die Eigenarten einer Stadt und der in ihr vorherrschenden Denkweisen aus. Herrschaftliche Gebäude gliedern ein Stadtbild völlig anders, als wilde, organisch gewachsene Bauweisen wie man sie z.B. in mittelalterlich geprägten Städten und kleinen Dörfern wahrnimmt.

Mit Großherzog Ludwig I. veränderte sich vieles in Darmstadt. Die verwinkelte, armselige Altstadt wurde zugunsten eines neuen modernen, luftigen und großbürgerlichen Stadtbildes - der Mollerstadt - aufgegeben. Sichtbar ist dies heute noch im Stadtteil angrenzend an den Luisenplatz. Das Palais, in dem der Großherzog wohnte, wurde am Luisenplatz errichtet. Es zeugte von einer modernen, aufstrebenden Residenzstadt. Diese Veränderungen in der Baukultur waren der erste große Einschnitt nach der absolutistischen Epoche, mit dem monumentalen Schlossbau des 18. Jahrhunderts unter Landgraf Ernst Ludwig, der deutlich den Akzent auf sein Regierungszentrum setzte, um das sich die Stadt entwickelte.

Baukultur als Ausdruck herzoglicher Reformideen

Großherzog Ernst Ludwig hatte mit seinen Ideen Ende des 19. Jahrhunderts vor, genau dieses Image zu ändern. Der damals noch junge Großherzog fand sich mit dem gewollt behäbigen Image seiner Residenzstadt nicht ab. Er wollte mit der Gründung der Künstlerkolonie aktive Wirtschaftsförderung betreiben und ein neues Flair in der Stadt schaffen, aber all dies, ohne auf alle Traditionen zu verzichten oder alles über Bord zu werfen.

Erinnern wir uns: Großherzog Ernst Ludwig war es, der 1902 ein erstes modernes Denkmalschutzgesetz verfasste. Die jungen Künstler, die er nach Darmstadt rief, sollten die Welt auf Darmstadt aufmerksam machen. Sie sollten mit einer architektonischen Verjüngungskur das Handwerk mit vielen Aufträgen beschäftigen. In der damaligen Zeit war die Möbelfabrikation in Darmstadt ein wichtiger Industriefaktor. Wie entscheidend dieser freigeistige Großherzog das Image Darmstadts bis heute verändert hat, zeigen die Bestrebungen nach dem Titel Weltkulturerbestätte für die Mathildenhöhe.



Luftballons Ballons

The awareness that nothing can shape a city like its building culture was recognised and implemented very early on in Darmstadt. The buildings which are authorised and constructed in a city tell us a lot about its characteristics and its prevailing mentality. Magnificent buildings structure a city quite differently from wild architecture which has grown organically and can, for example, be perceived in cities with mediaeval layouts and in small villages.

A lot changed in Darmstadt during the rule of Grand Duke Ludwig I. The rather poor historic centre with its winding lanes was abandoned in favour of a modern, new, airy upper middle-class cityscape – the Mollerstadt. This is still visible today in the quarter bordering on Luisenplatz. The palace in which the Grand Duke lived was built on Luisenplatz. It is evidence of a modern, upcoming capital. These changes in building culture were the first break with the era of Absolutism, with the monumental 18th century palaces built by Landgrave Ernst Ludwig, who quite clearly accented his centre of government around which the city developed.

Building culture as an expression of ducal reform ideas

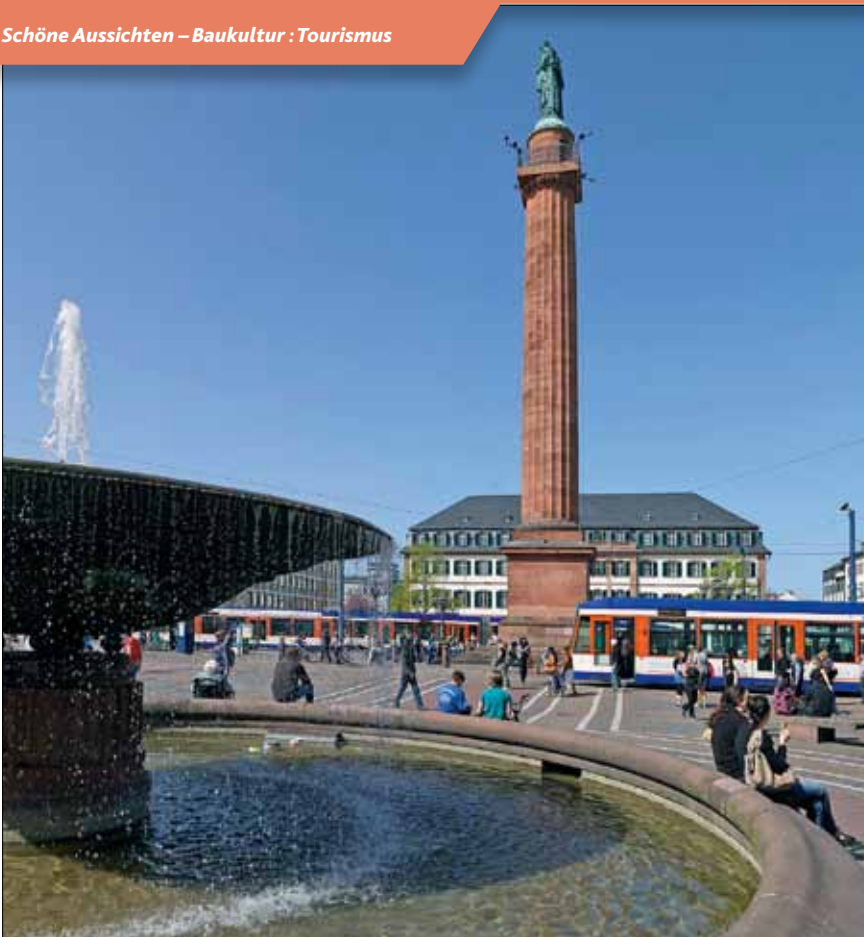
At the end of the 19th century Grand Duke Ernst Ludwig intended to change this very image with his ideas. The Grand

Duke, who was still young at that time, was not content with the intentionally ponderous image of his capital. By establishing the artists' colony he wanted to encourage business development actively and create a new flair in the city without foregoing tradition or jettisoning everything.

Let us remember that it was Grand Duke Ernst Ludwig who drew up the first modern law on monument conservation in 1902. The young artists he brought to Darmstadt were supposed to make the world aware of Darmstadt. Via an architectural rejuvenation cure they were to occupy craftsmen with a wealth of new orders. In those days, furniture making was an important industrial factor in Darmstadt. The crucially important way in which this free-thinking Grand Duke changed the image of Darmstadt forever can be seen by the endeavours being undertaken to have the Mathildenhöhe awarded the title World Heritage Site.

Cultural heritage and building culture link monument conservation and tourism

If you examine your own travel patterns you will see that in addition to culture, shopping and experience, architecture is always in the foreground as far as city breaks are concerned. It can be a decisive factor in the choice of a city destination.



Ludwigsmonument, genannt Langer Ludwig, Denkmal für Ludwig I., Großherzog von Hessen und Rhein
Ludwig Monument, called the „Long Ludwig“, monument for Ludwig I, Grand Duke of Hessen und Rhein

Kulturerbe und Baukultur verbinden Denkmalpflege und Tourismus

Wenn man sein eigenes Reiseverhalten überprüft, wird man feststellen, dass im Städtereisesegment neben Kultur, Shopping und Erleben immer auch die Baukultur im Vordergrund steht. Sie kann mit entscheidend sein für die Wahl des Städtereiseziels. Das heißt aber auch im Umkehrschluss, der Austausch und die besondere Achtsamkeit zwischen Denkmalpflege und Tourismus ist notwendig, um die Einzigartigkeit, um die unverwechselbare Persönlichkeit einer Stadt zu erhalten.

Darmstadt steht für Wissenschaft und Forschung, für Kunst, Kultur und Jugendstil. Aber Darmstadt ist auch eine echte Wohlfühlstadt: Die Stadt hat das gewisse Etwas. Darmstadt ist tolerant. Darmstadt ist eine Stadt, in der es sich gut arbeiten und leben lässt und die sich stetig zukunftsorientiert weiterentwickelt. Wer nach Darmstadt kommt, lernt eine weltoffene Stadt kennen – gerade auch die Baukultur betreffend.

Nach einer Kunden- und Bürgerbefragung wurden hauptsächlich die Themen

Jugendstil, Kultur, Universität und Wissenschaft genannt, die man mit Darmstadt in Verbindung bringt. Das zeigt uns vom Stadtmarketing einmal mehr deutlich auf, dass das Kulturerbe aus dem Stadtimage nicht wegzudenken ist.

Baukultur als Kernfaktor der Tourismuswerbung in Darmstadt

Darmstadt zu bewerben ohne die Mathildenhöhe, ohne das Residenz-Schloss, ohne die Waldspirale von Friedensreich Hundertwasser, ohne historischem Rathaus mit dem angrenzenden Marktplatz, dem denkmalschutzgetreu sanierten Jugendstilbad oder der Parkanlage Orangerie ist undenkbar. Das sind die Dinge im Stadtbild, die jeder Gast und jeder Bürger mit der Stadt unverwechselbar in Verbindung bringt. Das beste Beispiel ist da der Kölner Dom: Köln ohne Dom ist undenkbar. Im Geiste Ernst Ludwigs wirbt Darmstadt bis heute mit seinen Kulturgütern: mit der Künstlerkolonie, mit seinen historischen Bauten, Theater, Museen und Ausstellungshallen. Für das moderne Tourismusmarketing heißt das ebenso wie früher:

werben mit Stadtansichten, mit emotionalen Bildern.

Dass die Interessenslage des Tourismusmarketings eine andere ist, als die der Denkmalpflege und der Kultur, ist klar. Teilweise wird sogar fast eine „andere“ Sprache gesprochen, dennoch ist es genau dieses Spannungsfeld zwischen den kulturellen Eigenheiten und der Hochkultur, mit denen Bürger und Gäste gleichermaßen begeistert werden können. Dieses Spannungsfeld übt den Reiz einer Stadt aus.

Tourismusmarketing und Stadtinszenierung

Seit den neunziger Jahren ist der Jugendstil in Darmstadt wieder vorzeigbar. Es gibt Künstlerkolonie-Häuser, die man im Rahmen einer Führung auch von innen anschauen kann, und ein Jugendstil-Museum, einen Park Mathildenhöhe mit mehreren interessanten Gebäuden und eine große Ausstellungshalle mit wechselnden, zeitgenössischen Ausstellungen. Führungen werden in Darmstadt zu 80 Prozent im kultur- und geschichtlichen Bereich genutzt. Pro Jahr haben wir rund 600 Führungen allein über die Mathildenhöhe. Das Thema Stadtinszenierung spielt auf dem Musenhügel ebenfalls eine große Rolle: die wichtigsten und bedeutendsten Events spielen sich im kulturellen Bereich möglichst vor historischer Kulisse ab. So wie jedes Jahr Ende Mai unsere Jugendstiltage mit dem Illuminationsfest. Feste, die erstmals vor über hundert Jahren auf der Mathildenhöhe gefeiert wurden – unter Großherzog Ernst Ludwig.

But that in turn also means that exchange between and particular care of monument conservation and tourism are necessary in order to maintain the uniqueness and the unmistakable personality of a city.

Darmstadt stands for science and research, for art, culture and Art Nouveau. But Darmstadt is also a “feel-good” city. The city has a certain something. Darmstadt is tolerant. Darmstadt is a city in which it is good to live and work and which is constantly developing in a future-oriented manner. Everyone who visits Darmstadt gets to know a cosmopolitan city – as far as architecture is concerned as well.

According to a survey of customers and residents the main topics associated with Darmstadt are Art Nouveau, culture, university and science. We, who are responsi-

ble for city marketing, are clearly shown yet again that cultural heritage is indispensable for the image of a city.

Building culture as a core factor in tourism advertising in Darmstadt

It is unthinkable to promote Darmstadt without Mathildenhöhe, without the residential castle, without Friedensreich Hundertwasser's Waldspirale, without the historical City Hall and its adjacent market square, the Art Nouveau baths which have been renovated in a manner true to monument conservation or the Orangery park. These are things in the cityscape which each and every guest and resident unmistakably associates with the city. The best example of this is Cologne Cathedral - Cologne without its cathedral is unthinkable. In the spirit of Ernst Ludwig Darmstadt is still using its cultural assets in advertising – the artists' colony, the historical buildings, theatres, museums and exhibition halls. For modern tourist marketing this means advertising with city views, with emotional pictures, as in the past.

The fact that the interests of tourist marketing are different from those of monument conservation and culture is clear. In part even a "different" language is spoken, however, it is this very area of tension between cultural peculiarities and advanced civilization with which residents and guests alike can be filled with enthusiasm. This area of tension creates the excitement of a city.

Tourist marketing and city production

Since the 1990s Art Nouveau in Darmstadt has become presentable again. There are houses in the artists' colony which can be seen from the inside as part of a guided tour and an Art Nouveau Museum, the Mathildenhöhe park with several interesting buildings and a large exhibition hall featuring changing exhibitions of contemporary art. 80 per cent of all guided tours in Darmstadt are in the field of culture and history. Each year there are about 600 guided tours of the Mathildenhöhe alone. The topic of city productions also plays an important role on the Musenhügel, the most important cultural events take place, if possible, against a historical backdrop – like our Art Nouveau Days with the Festival of Light every year at the end of May. Festivals which first took place over one hundred years ago on the Mathildenhöhe – during the reign of Grand Duke Ernst Ludwig.



Georg Büchner Anlage am Staatstheater Darmstadt von Lederer+Ragnarsdóttir+Oei
Georg Büchner Square in front of the State Theatre, Darmstadt
 by Lederer+Ragnarsdóttir+Oei



Anja Herdel M. A., Studium der Germanistik, Anglistik und Baugeschichte an der Technischen Universität Darmstadt. Seit 1993 für das Stadtmarketing tätig. Ab 2003 stellvertretende Geschäftsführerin und seit 2006 Geschäftsführerin der damals neu gegründeten Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH.

Anja Herdel studied German, English and the History of Building at Darmstadt University of Technology. Responsible for city marketing since 1993. From 2003 Deputy Managing Director and since 2006 Managing Director of the newly established Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH.

www.darmstadt-marketing.de



Dipl.-Ing. Nikolaus Heiss, Architekturstudium an der Technischen Hochschule Darmstadt, tätig als Architekt bis 1981. Von 1981 bis 2010 Denkmalpfleger der Stadt Darmstadt. Publikationen, Vorträge und Führungen zur Denkmalpflege. Lehraufträge in Darmstadt (bis 2009) und Kaiserslautern seit 2006. Ab 2010 Koordinator Mathildenhöhe.

Nikolaus Heiss, studied Architecture at the Darmstadt University of Technology, worked as an architect until 1981. 1981 – 2010 Darmstadt's Curator of Monuments. Publications, lectures and guided tours on monument conservation. Taught in Darmstadt (until 2009) and has taught in Kaiserslautern since 2006. From 2010 on, co-ordinator of Mathildenhöhe.

www.mathildenhoehe.info

www.nikolausheiss.de

Baukultur in der Festspielstadt Bregenz

Building Culture in the Festival City of Bregenz

Erste urkundliche Erwähnungen zur Besiedelung der Landeshauptstadt Bregenz „Brigantium“ gehen in die Römerzeit vor 2000 Jahren zurück, als Bregenz auch als Grenzstadt ausgebildet war und vom römischen Siedlungs- und Kasernen- gebiet sehr stark geprägt wurde.

The first written reference to the settle- ment of the provincial capital of Bregenz “Brigantium” goes back over 2000 years to the Roman Age when Bregenz was also a border town and strongly influenced by Roman settle- ments and barracks

Die Erstbesiedelung fand im Bereich des überflutungssicheren Ölraines statt. Die Verbindung in das Vorarlberger Oberland bzw. nach Deutschland wurde dazumal durch eine Höhenstraße gewähr- leistet. Im Mittelalter verlagerte sich das Stadtzentrum mit dem Bau der Stadtmauer, der Befestigungsanlagen und dem Wahrzeichen „Martinsturm“ in Richtung Oberstadt. Dieser Bereich stellt auch die heutige Altstadt dar. In den darauf folgen- den Jahrhunderten entwickelte sich Bregenz parallel zum Ufer, immer näher zum Bodensee, wobei festzuhalten ist, dass das Seeufer stetig weiter in Richtung See, sprich östlich, gewandert ist. Als Grund dafür sind die starken Westwinde und der Sedimenteintrag des Rheins und der Bregenzer Ach zu nennen. Somit be- fanden sich das Bregenzer Stadtzentrum und damit auch die Wohn- und Handelsla- gen für das Bürgertum in Bewegung, d.h. sie rückten von der Anhöhe Oberstadt näher zum See.

Die Oberstadt - der denkmalrelevante Teil in der Landeshauptstadt Bregenz

Der städtische Bauteil des Mittelalters, die Oberstadt, ist quasi der denkmalrelevante Teil in der Landeshauptstadt Bregenz und wird heute eigentlich nur noch zu Wohn- zwecken bzw. vereinzelt für Büronutzun- gen verwendet. In der Oberstadt herrscht Ensembleschutz sowie teilweise Objekt- schutz. Da die Nutzungszahlen von Ge- schäften und die damit verbundenen Wer- beanlagen in diesem Bereich keinen Ein- fluss haben, die Oberstadt durch den



Hafen The harbor © Bruno Klomfar

The first settlement took place in the area around the flood-proof Ölrain. In those days the settlement was connected with the Vorarlberg uplands and Germany via an Alpine road. In the Middle Ages the town centre shifted towards the upper part of the town due to the construction of the town walls, the fortifications and the tower landmark “Martinsturm”. This area is the current historic centre. In the following centuries Bregenz developed parallel to the shore, closer and closer to Lake Constance, whereby it should be noted that the lakeshore moved steadily towards the lake - that is to the east. The reasons for this are the strong westerly

winds and the sedimentation of the Rhein and the Bregenz Ache. Thus the town centre of Bregenz, including the residential and commercial areas for the citizens, was on the move, i.e. from the hill of the upper town closer to the lake.

The upper town – the part of Bregenz which is relevant as far as monuments are concerned

The upper town or mediaeval part of the city is, so to speak, the relevant part of the provincial capital of Bregenz as far as monuments are concerned. Nowadays it is used only for residential purposes and has

some scattered office space. The ensemble of buildings in the upper town is protected as a group of monuments and some objects are also individually protected. As the number of shops and their associated advertising equipment has no influence on the upper town, it has become one of the tasteful residential areas due to people moving there over the last 40 years. The expansion of living space is restricted due to the size of its plots of land. The historic centre is being renovated as the need arises in close cooperation with the Federal Office for the Preservation of Monuments and taking full account both of the building fabric and of compliance with the stipulations relevant for monuments. The part of the city in which the Martinsturm (with the largest onion-shaped dome in Europe and owned by the city) is situated can be designated as a gem of cultural and historic significance in Vorarlberg.

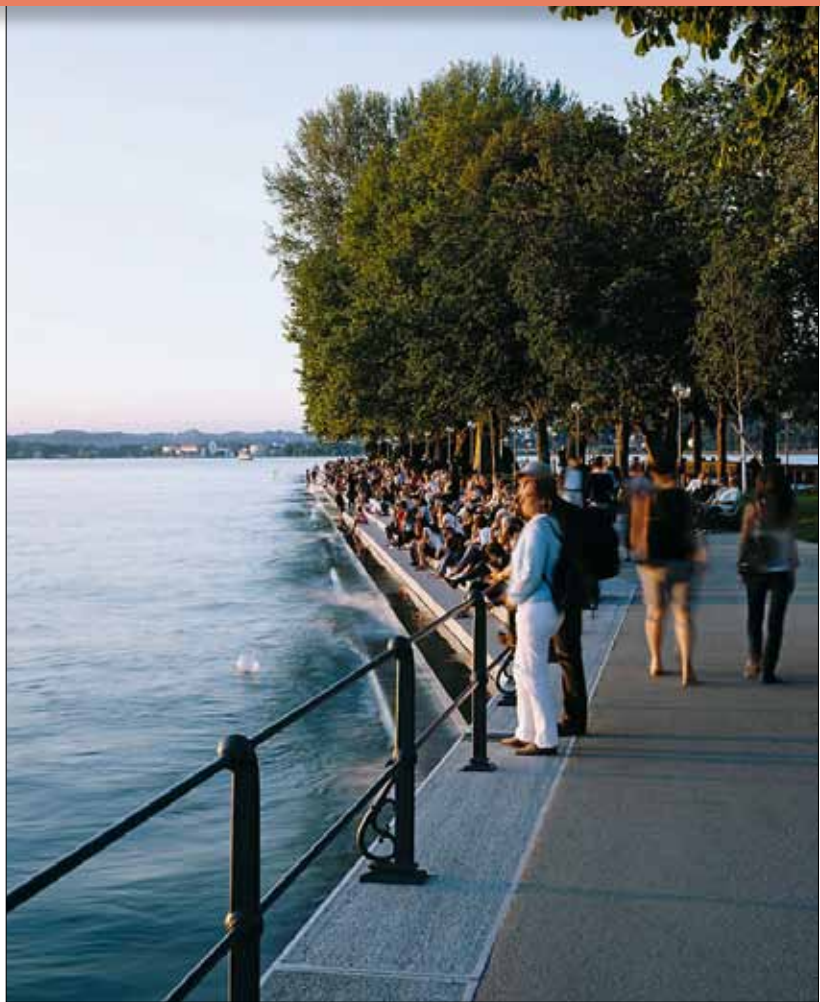
As far as the newer parts of Bregenz are concerned, the provincial capital always tries to insist on high-quality architecture, which was guaranteed from the Middle Ages up until the 20th century due to bourgeois design and in the second half of the 20th century by using modern town planning instruments.

Historic centre working party

By the establishment of a historic centre working party which deals with art-historical building fabric, Bregenz shows that it is also politically sensitive and undertakes tasks beyond the extent required by law. If high-quality renovation is carried out, financial incentives are available for the construction measures. Not only the design but also the choice of material is taken into account.

Architectural competition, design council and citizen participation

All the major building projects are subject to architectural competitions in order to achieve the highest possible level of design quality. In 2006 an internationally staffed design council was established for urban development and to evaluate individual building projects. This council meets about six times a year to deal in detail with these topics and thus supports political decision-making as far as design is concerned. So that the measures taken are based on a high degree of acceptance by the residents and so that the city can develop further in meaningful stages, the



Uferpromenade The promenade © Bruno Klomfar

Zuzug in den letzten 40 Jahren zu den gediegenen Wohngegenden zählt und auf Grund ihrer Grundparzellengröße die Expansion des Wohnraumes eingeschränkt ist, wird die Altstadt in enger Zusammenarbeit mit dem Bundesdenkmalamt und mit sehr viel Rücksicht auf die Substanz bedarfsmäßig saniert sowie die denkmalrelevanten Auflagen eingehalten. Dieser Stadtteil kann mit dem Martinsturm (größtes Zwiebdach Europas), welcher im Besitz der Stadt Bregenz ist, als kulturhistorisches Kleinod in Vorarlberg bezeichnet werden.

In Bezug auf die neueren Teile von Bregenz ist die Landeshauptstadt immer bemüht, eine hochstehende Architekturqualität einzufordern, was vom Mittelalter bis in das 20. Jahrhundert auf Grund der bürgerlichen Bauweise und in der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts durch die Anwendung von Instrumenten der zeitgemäßen Stadtplanung sichergestellt war.

Arbeitskreis Altstadt

Bregenz ist durch die Installierung des Arbeitskreises Altstadt, der sich mit kunsthistorischem Baugut auseinandersetzt, auch politisch sensibilisiert und nimmt Aufgaben über den gesetzlichen Rahmen



Martinsturm mit Zwiebdach in der Altstadt von Bregenz
Martinsturm with the onion-shaped dome in the old town of Bregenz

© Stadtarchiv Bregenz



Altstadt von Bregenz
The old town of Bregenz © Stadtarchiv Bregenz

hinaus wahr. Es werden Baumaßnahmen bei einer qualitativ entsprechenden Sanierung durch finanzielle Anreize unterstützt, wobei hier nicht nur die Formgebung sondern auch die Materialwahl berücksichtigt wird.

Architekturwettbewerb, Gestaltungsbeirat und Bürgerbeteiligung

In jüngerer Zeit wurden sämtliche größere Bauvorhaben einem Architekturwettbewerb unterzogen, um das höchstmögliche Maß an Gestaltungsqualität zu erzielen. Im Jahr 2006 ist für den Bereich der Stadtentwicklung bzw. zur Beurteilung einzelner Bauvorhaben ein international besetzter Gestaltungsbeirat eingerichtet worden, welcher sich ca. sechs Mal im Jahr eingehend mit diesen Themen auseinandersetzt und somit die politische Beschlussfassung in gestalterischer Hinsicht unterstützt.

Damit die gesetzten Maßnahmen auf einer hohen Bürgerakzeptanz basieren und die Stadt in sinnvollen Schritten weiterentwickelt werden kann, setzt die Landeshauptstadt Bregenz die letzten 10 Jahren bei allen öffentlich relevanten Gestaltungsmaßnahmen auf das Instrument der Bürgerbeteiligung. Hiermit kann sichergestellt werden, dass Projekte großteils auf Verständnis stoßen, Entwicklungsschritte transparent und nachvollziehbar sind bzw. sich die Bürger mit der Stadt identifizieren können. Durch die Verwendung dieser zeitgemäßen Planungsinstrumente ist es Bregenz gelungen, die Landmarks Festspielhaus, Uferpromenade und Hafen als repräsentative und breit angenommene Bauwerke in Richtung See zu plazieren.

Festspielhaus The Festival Hall

© Bruno Klomfar



DI Dr. Bernhard Fink, Studium der Architektur an der TU Innsbruck. Seit 1998 Abteilungsleiter Planung und Bau beim Amt der Landeshauptstadt Bregenz.

Bernhard Fink, studied Architecture at the Innsbruck University of Technology. Since 1998 Head of the Planning and Construction Department in Bregenz.

www.bregenz.at

provincial capital of Bregenz has used the instrument of citizen participation in all major building projects for the last 10 years. This ensures that projects mostly meet with understanding and that development steps are transparent and comprehensible and that residents can identify with the city respectively. By using this modern planning instrument Bregenz has succeeded in positioning the Festival Hall, the promenade and the harbour as representative and widely-accepted building works on the lake front.

Wir brauchen lebendige Orte und intakte Landschaft – nicht nur für den Tourismus We need Lively Cities and Villages and Intact Landscapes – not only for tourism

PLANUNGSINSTRUMENTE FÜR DAS ORTSBILD

In den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts, als die durch allzu rasches, unkontrolliertes Wachstum und technikzentrierte Bautätigkeit verursachten Verluste bereits augenscheinlich waren, wurden die Ortsbilder per Gesetz geschützt und gleichzeitig Teile der Landschaft unter Schutz gestellt.

PLANNING INSTRUMENTS FOR TOWNSCAPES

In the 1970s when the losses caused by rapid, uncontrolled growth and construction activity centred on technology were already visible, townscapes and parts of the landscape were protected by law.



Das Bild zeigt den SPAR in Pistorf/Gleinstätten, geplant von Arch. DI Pittino & Ortner aus dem Jahre 2005. Dass Einkaufszentren an den Rändern der Orte nicht zur Belebung derer Kerne anregen ist in der jüngsten Vergangenheit ausreichend unter Beweis gestellt worden. Nun gilt es, sich auf die Ortskerne zu konzentrieren.

The photo shows SPAR in Pistorf/Gleinstätten, designed by the architects Pittino & Ortner in 2005. The fact that shopping centres on the periphery do not encourage the stimulation of centres has been proved on numerous occasions recently. Now it is a question of concentrating on the centres.

© baustelle land im Auftrag der Landesbaudirektion Steiermark

Mit Unterstützung der öffentlichen Hand sind sodann Dorfbrunnen instand gesetzt, Plätze gepflastert, Infrastruktur erneuert, Verkehrssituationen entschärft und ganze Orte verschönert worden. Aber wo heute Denkmäler von zeitgemäßen Scheinwerfern beleuchtet werden, warten die Sitzbänke unter den Parkbäumen vergeblich auf ruhesuchende Klientel. Denn den Dörfern gehen die Menschen verloren. Ja, weiter draußen, beim Kreisverkehr, wo die Autobahn rauscht, das Lagerhaus und der Supermarkt sind, da hat

With the support of public authorities village wells were then repaired, squares paved, infrastructure renewed, traffic situations defused and entire villages beautified. But where monuments are nowadays lit up by modern spotlights, the benches under the trees in the park wait in vain for visitors seeking peace and quiet. For villages are losing people. Yes, further afield, at the roundabout, where the motorway roars past, are the warehouse and supermarket, the shop at the filling station is also open in the

evenings and serves customers until the early hours. But you can only get there by car. Not many people remain in the centres. Those who are no longer able to drive and those who have not yet learnt to drive. And now we are faced by the dilemma of the chicken and the egg – which came first? A lack of customers for the shops and pubs in the centres so that they had to close? Or was it the supermarket outside the centre which enticed the customers with tempting offers and free parking? Have we encouraged living in

auch abends der Laden in der Tankstelle offen und schenkt bis früh am Morgen aus. Aber dort kommt man nur mit dem Fahrzeug hin. Es bleiben nicht viele im Ortskern übrig. Diejenigen, die nicht mehr fahren können oder diejenigen, die es noch nicht können. Und jetzt stehen wir vor der Henne – Ei – Frage: was war zuerst? Hat zuerst die Klientel für Geschäft und Gastwirtschaft im Ortskern gefehlt, sodass diese geschlossen haben? Oder war zuerst der Supermarkt außerhalb des Ortes, der die Klientel dorthin mit Lockangeboten und Gratisparkplätzen abzog? Haben wir das Wohnen in der Einfamilienhausidylle und den Individualverkehr zu stark gefördert oder ist das Leben und Arbeiten in historischer Substanz tatsächlich so unattraktiv? Und wir fragen uns: Wieso hat die Raumordnung versagt? Wieso hat der Ortsbildschutz zu kurz gegriffen? Wieso erscheinen die vielen Schmuckkästchen der steirischen Orte keine Lebensqualität zu bieten? Wieso ist die Landschaft noch immer nicht allgemein als ein wertvolles Gut anerkannt, mit dem sorgfältig umzugehen ist?

Jedenfalls stoßen wir in unserer täglichen Praxis mit dem Bauen im Land Steiermark immer wieder ganz drastisch auf folgende Problemstellung: Auf der einen Seite ist das Land schon alleine durch seine landschaftliche Vielfalt von den Alpen im Norden über die ehemals vulkanische Region der Thermen im Osten bis zum Weinland im Süden prädestiniert für touristische Nutzung. Auch der Zusammenhang zwischen Tourismus und Landschaftsbild bzw. Ortsbild, also mit dem Thema Baukultur liegt auf der Hand. Bilder, die touristische Nutzung ansprechen sollen, zeigen Motive „heiler“ Landschaften und/oder baukulturelle Pretiosen. Auf der anderen Seite wird der Druck auf eben diese landschaftlichen Besonderheiten durch Bauten für die Wirtschaft, die Landwirtschaft, den Verkehr und andere Infrastruktur, aber auch für Tourismus und das Wohnen in einem Maße ausgeübt, dass die negativen Folgen bereits überwiegen. Die Zersiedelung schreitet – trotz rückläufiger Bevölkerungszahlen - unaufhörlich voran. Was wir wirklich brauchen ist ein restriktiver Umgang mit Baulandausweisungen und klare Vorgaben an Qualitätsansprüche im Planen und Bauen. Wesentliche wirtschaftliche und emotionale Lebensgrundlagen werden zerstört. Von der geschätzten Landschaft droht nicht viel übrig zu bleiben. Als dieses Dilemma im



Landwirtschaftliche Nutzung (Hopfen), diverse Infrastruktur (Marterl, Straße, Kabel) und Gebäude für das Wohnen und Arbeiten ergeben mit der Landschaft das einheitliche Bild. Solche Motive finden sich – etwa in Leutschach – noch vereinzelt. Aber der Siedlungsdruck auf das freie Land ist enorm hoch.

Together with the landscape, agricultural use (hops), various infrastructure elements (wayside cross, roads, cables) and buildings for living and working in provide a uniform image. Such motifs can still be found occasionally – for example in Leutschach. But the pressure to build settlements on free land is extremely high.

© baustelle land im Auftrag der Landesbaudirektion Steiermark

idyllic detached houses and private transport too much or is living and working in historical building fabric really so unattractive? And we ask ourselves – why has regional planning failed? Why did the preservation of townscapes not go far enough? Why does it seem that the many gems in Styria do not offer an adequate quality of life? Why is the landscape still not generally recognized as a valuable asset which has to be treated carefully?

Anyway, in our everyday work concerning building in Styria we keep on encountering the drastic problem described below. On the one hand the province is predestined for tourist use due to its variety of landscapes, from the Alps in the north through the former volcanic region of the spas in the east to the wine-producing country in the south. The connection between tourism and landscapes or townscapes respectively, i.e. the topic of building culture, is also evident. Pictures which should appeal to tourist use show motifs of intact landscapes and/or architectural gems. On the other hand pressure is exerted on these very geographical features by buildings for business, for agriculture, for traffic and other infrastructure, but also for tourism and residential purposes to such an extent that the negative results already predominate. Housing sprawl is forging ahead despite a fall in the total population. What we really need is restrictive handling of zoning building land

and clear guidelines regarding quality standards in planning and building. Fundamental economic and emotional foundations of life are being destroyed. It looks as if not much of our valued landscape will be left. When this dilemma was recognized in the zoned landscape conservation area of the nature park Südsteirisches Weinland, we found the ways and means to set up a design council. This has now been active for about three years and has already advised several municipalities on about 250 building projects.

What can quality assurance measures achieve?

The success, measured against the number of buildings on which a positive influence could be exerted by the advice of the design council, is only just starting to be seen. But the fact that building is being talked about as a topic which interests everybody rather than just individuals is beginning to take effect. It is becoming clearer that the colour of a house is not only my private business but also that of the community who would like to experience the view of the landscape and of buildings unclouded by special interests. The topic is being taken up by regional newspapers and publications and there are deliberations on the value of historic building fabric as well as on contemporary building. Articles are being written about



**Bauherrn, Planer und Mitglieder
des Beirats bei der Besprechung eines
Zu- und Umbauprojekts bei einer
Buschenschank**

**Building owners, planners and
members of the design council discussing
the addition to and conversion
of a wine tavern**

© Günter Koberg

the integration of buildings in the landscape, about materials which fit into a region better than others and about successful examples. We can and have to pin our hopes on this process of awareness. For the limits we are frequently faced with nowadays in the context of the advisory services are not rigid but are changing. And each day of giving advice brings more understanding into the municipalities about what is actually at stake. At present priority is all too often given to short-term economic interests over those of nature conservation or preservation of historical sites where more time is needed in order to recognize their importance. Shopping centres are still being built outside the centres, meadows are being built on and traffic is being produced. And this is against our better judgement that focal points of the settlements should be strengthened, that village and town centres need livening up, that emissions should be reduced and energy has to be saved.

The disenchantment which followed the first very modest results of the enacted planning instruments is now being countered by active communication and advice provided by the council. For this does not only work in individual cases, but finally a wider section of the population will become aware of the situation - at least that is what we hope.

ausgewiesenen Landschaftsschutzgebiet des Naturparks Südsteirisches Weinland erkannt wurde, haben wir gemeinsam Mittel und Wege gefunden, um einen Gestaltungsbeirat einzurichten. Dieser ist nunmehr seit etwa drei Jahren tätig, und hat mehrere Gemeinden bereits bei rund 250 baulichen Projekten beraten.

Was vermögen qualitätssichernde Maßnahmen auszurichten?

Der Erfolg, gemessen an realisierten Bauten, die durch die Beratung des Beirats positiv beeinflusst werden konnten, ist erst punktuell sichtbar. Aber, dass über das Bauen als ein Thema gesprochen wird, das nicht nur den Einzelnen, sondern auch die Allgemeinheit zu interessieren hat, das beginnt langsam zu greifen. Es wird etwa klarer, dass die Farbe des Hauses nicht nur meine private Angelegenheit ist, sondern auch die der Gemeinschaft, die den Blick auf Landschaft und Gebautes ungetrübt von Partikularinteressen erleben will. Das Thema wird von regionalen Zeitschriften und Publikationen aufgegriffen und über den Wert der historischen Bausubstanz sowie das zeitgenössische Bauen nachgedacht. Es wird über das Einfügen der Gebäude in die Landschaft, über Materialien die eher zur Region passen als andere und über gelungene Beispiele geschrieben. Auf diesen Prozess des Bewusstwerdens können und müssen wir unsere Hoffnung set-

zen. Denn die Grenzen auf die wir heute im Rahmen der Beratung noch allzu oft stoßen, sind nicht starr, sondern verändern sich. Und jeder Tag an Beratung bringt etwas mehr Verständnis dafür in die Gemeinden, worum es eigentlich geht. Derzeit wird noch allzu oft kurzfristig gedachten wirtschaftlichen Interessen der Vorzug gegeben, gegenüber solchen des Landschaftsschutzes oder des Ortsbildschutzes, wo der Atem etwas länger sein müsste, um deren Bedeutung zu erkennen. Noch immer werden Einkaufszentren außerhalb der Zentren errichtet, wird Grünland versiegelt und Verkehr produziert. Gegen besseres Wissen, dass Siedlungsschwerpunkte gestärkt werden sollten, unsere Ortszentren belebung bräuchten, dass Emissionen verringert werden und dass Energie gespart werden muss.

Der Ernüchterung, die auf die äußerst bescheidenen Resultate der verordneten Planungsinstrumente folgte, setzen wir nun die aktive Kommunikation und Beratung durch den Beirat entgegen. Denn diese Tätigkeit wirkt ja nicht nur im Einzelfall, sondern letztendlich wird – so hoffen wir – das Bewusstsein breiterer Teile der Bevölkerung erreicht.



Dipl.-Ing. Andreas Tropper, Studium des Bauingenieurwesens. Seit 2008 Landesbaudirektor – Land Steiermark. Seit 2004 Leiter der Abteilung 18 Verkehr und Leiter der Fachabteilung 18A Gesamtverkehr und Projektierung – Land Steiermark.

Andreas Tropper, studied Civil Engineering. Since 2008 Head of Regional Building in Styria. Since 2004 Head of Department 18 Transport and Department 18A Traffic and Projects in Styria.

www.verwaltung.steiermark.at

Historische Hotels erhalten und betreiben Preserving and Running Historic Hotels

In der Schweiz wird seit 1996 die begehrte Auszeichnung „Das historische Hotel/das historische Restaurant des Jahres“ vergeben. Dahinter steht eine beispielhafte Zusammenarbeit von Fachleuten aus Denkmalpflege und Tourismus.

In Switzerland the coveted award „The Historic Hotel/Historic Restaurant of the Year“ has been bestowed since 1996. The exemplary cooperation of experts from monument preservation and tourism is behind it.



Hotel Bellevue des Alpes,
Kleine Scheidegg
Hotel Bellvue des Alpes,
Kleine Schiedegg
© ICOMOS Schweiz

Vor der imposanten Kulisse der Eignordwand wurde am 21. September 2010 die Auszeichnung „Das historische Hotel des Jahres 2011“ von ICOMOS Schweiz übergeben. Der bereits zum 15. Mal verliehene Titel ging an das Hotel Bellevue des Alpes auf der Kleinen Scheidegg. Unter den bisherigen Preisträgern befinden sich alle nur erdenklichen Arten von historischen Hotels und Restaurants: Vom kleinen Stadthotel über das alpine Grand Hotel der Belle Epoque bis hin zum

einfachen Landgasthof. Darin spiegelt sich das reiche touristische Erbe der Schweiz, dessen bauliche Zeugnisse vor allem auf das 19. und frühe 20. Jahrhundert zurückgehen.

Strenge Kriterien

Der wichtigste Grundsatz für die Vergabe der Auszeichnung lautet kurz und bündig: „Ausgezeichnet werden Eigentümer von Hotels oder Restaurants, die ihre Gebäude nach denkmalpflegerischen Grundsätzen



„Das historische Hotel des Jahres 2011“: Hotel Bellevue des Alpes, Kleine Scheidegg. Ausgezeichnet „für die beispielhafte Erhaltung eines Hotels aus der Pionierzeit des Alpinismus und des Skisports – ein Juwel am Brennpunkt von Tourismus und Naturschönheit.“
“The Historic Hotel of 2011” – Hotel Bellevue des Alpes, Kleine Schiedegg. Distinguished „for the exemplary preservation of a hotel dating from the pioneering days of alpinism and skiing – a jewel at the focal point of tourism and natural beauty.”

© ICOMOS Schweiz

In front of the imposing backdrop of the north face of the Eiger the “Historic Hotel of 2011” prize was awarded by ICOMOS Switzerland on 21st September 2010. The title, awarded for the 15th time, went to the Hotel Bellevue des Alpes on top of the Kleine Scheidegg. Among the previous winners are all kinds of historic hotels and restaurants – from small city hotels to the Belle Epoque Grand Hotels in the Alps and simple country inns. Switzerland’s rich tourist heritage comprising architecture dating from the 19th and early 20th century, in particular, is reflected therein.

Strict criteria

To put it succinctly, the most important principle for awarding the distinction is that it will go to “owners of hotels and restaurants who preserve and run their buildings according to the principles of monument preservation”. The twelve-person jury evaluates the entire building complex including all the individual buildings, the surroundings and the interior. An important criterion for the evaluation is the way in which the historic substance is integrated in the business philosophy and in marketing.

The submission process is announced each year. From among the applications received – on a long-term average about 20 are received each year – the jury first selects those applications which are to be subject to a thorough examination. A team comprising two members of the jury visits

the hotels and restaurants by arrangement. The results are compiled and lead to the selection of a main prize winner. The jury also makes “Special Commendations” as well as awarding a “Furniture Prize” to further hotels and restaurants which meet the requirements in an exemplary manner. The award ceremony takes place in September for the following year. In this way, the winners are able to make optimal use of the title in their marketing for the following year.

As ICOMOS Switzerland is a non-profit organisation unfortunately no prize money can be awarded. What is now quite successful is the channelling of media interest towards the award-winning historic hotels. In addition to prominently placed reports in the electronic media, in peak years articles in newspapers and magazines which have over three million printed copies carry the message to the general public. →

erhalten und betreiben.“ Die zwölfköpfige Jury beurteilt dabei den gesamten Gebäudekomplex mit allen Einzelbauten, die Umgebung und die Innenausstattung. Ein wichtiges Beurteilungskriterium bildet die Art und Weise, wie der historische Bestand in die Unternehmensphilosophie einfließt und im Marketing eingesetzt wird.

Die Auszeichnung wird jährlich neu ausgeschrieben. Aus den eingehenden Bewerbungen – im langjährigen Durchschnitt sind es rund 20 pro Jahr – wählt die Jury

zunächst jene aus, die einer eingehenden Prüfung unterzogen werden sollen. Je ein Team aus zwei Jurymitgliedern besucht diese Betriebe auf Voranmeldung. Die Ergebnisse werden zusammengetragen und führen jeweils zur Wahl eines Hauptpreisträgers. Daneben vergibt die Jury auch „Besondere Auszeichnungen“ sowie den „Mobiliarpreis“ an weitere Betriebe, die den hohen Anforderungen in vorbildlicher Weise entsprechen. Die Preisübergabe für das Folgejahr findet jeweils im September statt. Dadurch kann der Titel von den Betrieben für ihr Marketing im entsprechenden Jahr optimal eingesetzt werden.

Da ICOMOS Schweiz eine Non-Profit-Organisation ist, können leider keine Preisgelder vergeben werden. Was mittlerweile aber ganz gut gelingt, ist, die mediale Aufmerksamkeit auf die prämierten historischen Betriebe zu lenken. Nebst prominent platzierten Berichten in den elektronischen Medien sind es in Spitzenjahren Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträge in über drei Millionen gedruckten Exemplaren, die die Botschaft in die breite Öffentlichkeit tragen.

Die Jury besteht aus den Mitgliedern der Arbeitsgruppe von ICOMOS Schweiz, aus den VertreterInnen der drei Fachorganisationen hotelleriesuisse, GastroSuisse und Schweiz Tourismus und wird verstärkt durch verschiedene Experten, nämlich einem Hotelier, einem Architekten und einer Historikerin. Bis heute wurden so bereits über 60 Betriebe in der ganzen Schweiz geehrt. →



„Besondere Auszeichnung 2011“: Restaurant Harmonie, Bern. Ausgezeichnet „für den sorgfältigen Umgang mit der historischen Bausubstanz und die präzise Restaurierungsarbeit, dank derer der stimmungsvolle Charakter des traditionsreichen Altstadt-restaurants erhalten geblieben ist.“

“Special Commendation 2011” – Restaurant Harmonie, Berne. Distinguished “for the careful treatment of historic building fabric and the precise restoration work, thanks to which the atmospheric character of the traditional restaurant in the historic centre has been preserved.”

The jury is made up of members of the working group of ICOMOS Switzerland, of representatives of the three specialised bodies hotelleriesuisse, GastroSuisse and the Swiss Tourist Board and is enhanced by various experts, namely a hotelier, an architect and a historian. So far over 60 hotels and restaurants in Switzerland have received prizes.

Ever-widening circles

This long-standing cooperation between experts from the field of monument preservation and from tourism has had a pleasing effect. In the meantime a group called “Swiss Historic Hotels” has formed. Over 40 hotels which meet the high quality requirements of ICOMOS Switzerland are already united in this association. The Swiss Tourist Board has taken over the marketing. And hotelleriesuisse, the trade association which awards the hotel stars in Switzerland, only awards the attribute “historic” in line with the strict criteria of ICOMOS Switzerland.

At the beginning of the success story of every historic hotel or restaurant is the realization that the historic building fabric is not an obstacle to but rather offers the potential for economic success. In brief – the attractive historic building fabric attracts guests and this income finances its maintenance. Ethics and economics are not opponents but are interdependent – it is a win-win situation for tourism and monument preservation.





„Mobilierpreis 2011“: Restaurant Schloss Wülflingen, Winterthur. Ausgezeichnet „für die vorbildliche Restaurierung und das Erlebarmachen der wertvollen Innenausstattungen und des Mobiliars aus dem 17. und 18. Jahrhundert.“
 "Furniture Prize 2011" – Restaurant Schluss Wülflingen, Winterthur. Distinguished "for the exemplary restoration and way in which the valuable interior and the furniture from the 17th and 18th centuries can be experienced."

Immer weitere Kreise

Diese langjährige Zusammenarbeit zwischen den Fachleuten der Kulturgütererhaltung und des Tourismus treibt mittlerweile sehr erfreuliche Blüten. So hat sich inzwischen die Gruppe der „Swiss Historic Hotels“ formiert. Darin sind bereits über 40 Betriebe vereint, die den hohen Qualitätsanforderungen von ICOMOS Schweiz entsprechen. Das Marketing wurde von Schweiz Tourismus übernommen. Und hotellerieuisse – die Branchenorganisation, die in der Schweiz die Hotelsterne vergibt – vergibt ihr Prädikat „historisch“ ebenfalls nur noch nach den strengen Kriterien von ICOMOS Schweiz.

Zu Beginn der Erfolgsgeschichte eines jeden historischen Hotels oder Restaurants steht die Erkenntnis, dass die historische Substanz keinen Hinderungsgrund, sondern ein Potenzial für den wirtschaftlichen Erfolg darstellt. Kurz: Die attraktive historische Substanz lockt Gäste an, und diese Einnahmen finanzieren den Erhalt. Ethik und Wirtschaftlichkeit bilden hier kein Gegensatzpaar, sondern bedingen einander gegenseitig – eine Win-win-Situation für Tourismus und Denkmalpflege.



Dr. Peter Omachen ist Kantonaler Denkmalpfleger von Obwalden und nebenamtlicher Dozent für Architekturgeschichte an der Hochschule Luzern – Technik & Architektur. Nach seinem Architekturstudium an der ETH Zürich arbeitete er zunächst als Architekt und Journalist. Seit 2002 ist er Mitglied der ICOMOS-Jury, die er seit 2004 präsidiert.

Peter Omachen is the Curator of Monuments in the Canton Obwalden and part time lecturer on the History of Architecture at Lucerne University, Faculty of Technology and Architecture. After studying Architecture at ETH Zurich he worked as an architect and journalist. Since 2002 he has been a member of the jury of ICOMOS and its President since 2004.

ICOMOS is the abbreviation for International Council on Monuments and Sites. It is an association of experts active in monument preservation. The experts work in the fields of architecture, garden architecture, monument preservation, archaeology, inventory taking, restoration, development, in scientific disciplines or are craftsmen. ICOMOS falls under UNESCO and is its advisory commission when it is a question of selecting the objects on the list of World Heritage Sites. The aim is to protect, preserve and develop monuments, ensembles and areas worthy of preservation in line with uniform standards. The national committee ICOMOS Switzerland was established in 1966 and has about 200 members.

ICOMOS ist die Abkürzung für „International Council on Monuments and Sites“, also Internationaler Rat für Denkmalpflege. Es ist eine Vereinigung von am Baudenkmal tätigen Fachleuten. Diese arbeiten auf den Gebieten Architektur, Gartenarchitektur, Denkmalpflege, Archäologie, Inventarisierung, Restaurierung, Erschließung, in naturwissenschaftlichen Disziplinen und im Fachhandwerk. ICOMOS untersteht der UNESCO und ist deren beratende Fachkommission, wenn es um die Wahl von Objekten auf die Liste der Welterbe-Stätten geht. Ziel ist der Schutz, die Erhaltung und Erschließung von Denkmälern, Ensembles und schutzwürdigen Bereichen nach einheitlichen Maßstäben. Die Landesgruppe ICOMOS Schweiz wurde 1966 gegründet und zählt rund 200 Mitglieder.

jury.hotels@icomos.ch

www.icomos.ch

Zwischen Bewahrung und Verhinderung Between Conservation and Prevention

Der Denkmalschutz nimmt ohne Zweifel Einfluss auf die touristische Entwicklung einer Stadt – positiv wie negativ. Immobilienspekulation spielt dabei immer häufiger eine Rolle.

Monument preservation without a doubt influences the development of a city for tourist purposes – both positively and negatively. Real estate speculation is increasingly playing a role in this.



Seit 1997 steht die Salzburger Altstadt auf der UNESCO-Liste des Weltkulturerbes zum Schutz von weltweit anerkannten Kultur- und Naturdenkmälern. Zum einen ist diese Auszeichnung Beleg für die viel zitierte Schönheit und einmalige Ensemblewirkung der Stadt, zum anderen bedeutet es die Verpflichtung zu einer konsequenten Altstadterhaltungspolitik. Leider werden oft mit einem damit verbundenen und falsch verstandenen Bewahrerprinzip zeitgemäße Impulse der Denkmalpflege verhindert. Heftige Diskussionen um Platzgestaltungen, moderne

Since 1997 the historical centre of Salzburg has been on UNESCO's World Heritage List for the protection of cultural and natural monuments which are recognized worldwide. On the one hand this distinction is proof of the much quoted beauty and unique impact of the ensemble of the city; on the other hand it is the commitment to a consistent policy regarding the preservation of the historical city. Unfortunately, contemporary impulses concerning monument preservation are often prevented due to a preservation principle which is linked to this preserva-

Stadtsansicht vom Kapuzinerberg,
Altstadt Salzburg
Townscape from the Kapuzinerberg,
historic centre of Salzburg

© Andrea Jindra



tion policy and is misunderstood. Heated debates on designs for squares, modern architecture, lighting options, etc. lead to the question of whether the title "World Heritage" is a blessing or a curse.

Public opinion makes for monument conservation

Often, it is not the monument curators themselves who adopt a conservative attitude but ultimately public opinion which helps those interested in taste and in preserving history to win. The list of innovative projects in Salzburg, which have failed due to civil protests rather than to the Commission of Experts, is long. Many of the buildings defamed as "blots on the landscape" such as the Café Winkler or the electric Art Nouveau lift on the outside of the Mönchsberg have long since disappeared from the cityscape.

The retail industry and the hotel trade under pressure

In addition to other factors such as the growing mobility of people or, from an economic point of view, the moderate airfares, the increased interest resulting from the distinction "World Heritage" favours mass tourism. With 5-7 million daily visitors each year, a city the size of Salzburg is already coming up against its limits. One major problem linked to this intensive tourist use is real estate speculation. International investors lunge at names which can be marketed for tourists and

Architektur, Beleuchtungsoptionen etc. führen so zur Frage, ob der Titel „Weltkulturerbe" Fluch oder Segen ist. Öffentliche Meinung macht Denkmalschutz

Häufig sind es jedoch nicht die Denkmalpfleger selbst, die eine konservative Haltung einnehmen, sondern letztlich die öffentliche Meinung, die dem Geschmäckerlichen und historisierend Bewahrenden zum Sieg verhilft. Die Liste innovativer Projekte, die in Salzburg nicht an der Sachverständigenkommission, sondern an Bürgerprotesten gescheitert ist, ist lang. Viele der als „Schandflecken" diffamierten Bauten, wie zum Beispiel das Café Winkler oder der elektrische Jugendstil-Aufzug außen auf den Mönchsberg sind längst wieder aus der Stadtlandschaft verschwunden.

Einzelhandel und Hotellerie unter Druck

Die gesteigerte Aufmerksamkeit durch die Auszeichnung „Weltkulturerbe" begünstigt neben anderen Faktoren, wie die zunehmende Mobilität der Menschen oder ökonomische Gesichtspunkte wie die moderaten Flugpreise, auch den Massentourismus. Eine Stadt in der Größe von Salzburg stößt mit 5-7 Millionen Tagesgästen jährlich bereits an die Grenzen ihrer Belastbarkeit. Mit dieser stark touristischen Nutzung geht ein Problem einher: Immobilienspekulation. Internationale Investoren stürzen sich auf touristisch vermarktete Namen und heizen mit ihrer Nachfra-

Gastgarten des arthotel Blaue Gans, Herbert-von-Karajan-Platz, Altstadt Salzburg; Erlebnisbedürfnisse der Massen kollidieren mit der Erlebnisqualität des Einzelnen. (Andreas Gfrerer, Inhaber arthotel Blaue Gans)

Garden of arthotel Blaue Gans, Herbert-von-Karajan-Platz, historic centre of Salzburg; The need of the masses to experience things collides with the quality of experience of the individual (Andreas Gfrerer, owner of arthotel Blaue Gans)

© Andrea Jindra

ge die Mietpreise an. Die Folgen sind bekannt und absehbar. Es sind überwiegend global agierende Franchisekonzepte die in lichten Höhen befindliche Mieten zu zahlen bereit sind, die unternehmergeführte Betriebe verdrängen, Geschäftsstraßen austauschbar machen, der Stadt im schlimmsten Fall die Identität rauben. Wenngleich einzelne internationale Ketten auch als Magnetbetriebe fungieren können, so hat die Attraktivität des Einkaufsstandortes durch diesen Einheitsbrei und die für den Massentouristen mit einer Aufenthaltsdauer von zwei Stunden relevanten Sortimente zwischen Kitsch, Krams und Ramsch zu leiden.

Diese Fehlentwicklung setzt sich in der Hotellerie fort, wo durch eine massentouristische Ausrichtung der Stadt, in jüngster Zeit ebenfalls der Druck von professionellen Immobilienanlegern steigt und ein

Hotelbau-Boom vor allem am Stadtrand und in Gewerbegebieten ausgelöst wird. Es kommt zu einem Rückgang der Auslastung, zum Preisverfall und der strukturellen Schwächung eines weiteren Wirtschaftszweiges, der einer Stadt Leben einhaucht.

Einheimische als Umsatzbringer

Viel zu oft wird die touristische Wertschöpfung im Einzelhandel, der oftmals die Seele einer Stadt verkörpert, völlig überschätzt. So sind es auch in Salzburg zu mehr als zwei Dritteln die KonsumentInnen aus der Stadt und dem Einzugsgebiet, die den Altstadt-UnternehmerInnen ihren Umsatz bescheren, während der Umsatz aus dem Tourismus rückläufig ist. Für die örtliche Kaufentscheidung von Einheimischen ist es kaum von Relevanz, ob eine Innenstadt das Prädikat „Weltkulturerbe“ führt oder nicht.

Investitionsstau in historischer Bausubstanz

Noch hat knapp ein Viertel der Einzelhandelsbetriebe in der Salzburger Altstadt seinen Sitz in der eigenen Immobilie. Die Erhaltung und Restaurierung der großteils historischen Bausubstanz ist allerdings unglaublich kostenintensiv und mit vielen Auflagen verbunden, während die Unterstützungsformen der öffentlichen Hand nicht mehr zeitgemäß sind. Das macht größere Renovierungen für die Eigentümer finanziell untragbar, es folgt ein Investitionsstau und der oft zwangsweise Verkauf der Liegenschaft. Das Rad der Immobilienspekulation beginnt sich spätestens dann wieder zu drehen, wenn Fonds und Stiftungen einsteigen.

Zeitgemäße Altstadterhaltung erwünscht

Seit 1967 regelt das Salzburger Altstadterhaltungsgesetz – das erste Gesetzeswerk dieser Art in Österreich – die Erhaltung und Pflege der historischen Altstadt von Salzburg und stellt sie aufgrund ihrer Einzigartigkeit unter Schutz. Leider verhindern oder beschränken die mit der Altstadterhaltung verbundenen Restriktionen und Schutzmechanismen, wie Zusammenschlüsse von Flächen oder Umwidmungsverbote manchmal zeitgemäße Einzelhandelskonzepte in Größe und Präsentationsform. Es sind schlicht und einfach die für ein effizientes Wirtschaften notwendigen aber nicht vorhandenen Quadratmeterflächen oder bauliche Gegebenheiten, die sowohl Standard-Ladenbau unmöglich machen, als auch innovative Geschäftsmodelle zum Scheitern verurteilen.

Die Nutzung von Innenstädten nicht nur als Wirtschafts-, sondern auch als Lebensraum mit heutigen Standards wie 80–100 m² Wohnfläche, Lift und Balkon im Einklang mit der Altstadterhaltung, stellt ebenso eine nicht unbedeutende Herausforderung dar.

Sensibilität statt Massengeschmack

Problemstellungen in Städten müssen von drei Seiten aus betrachtet werden: städtebaulich, ökonomisch und sozial. Viel zu oft werden nur die ersten beiden Aspekte zu Gunsten der maximalen Ausbeutung einer Immobilie berücksichtigt. Faktum ist, dass bei der touristischen Vermarktung einer Stadt mit viel Fingerspitzengefühl vorzugehen ist. Wachstum im Tourismus ist nur dort möglich, wo Gäste die Identität des Ortes spüren, wo Echtes und Authentisches erlebbar wird. Eine zu starke Ausrichtung auf Klischees und Massengeschmack verursacht letzten Endes Spekulation und Zerstörung, historisierend nachgebaute Altstädte haben keine Zukunft. Sanfter Tourismus, der andere Blicke auf eine Stadt eröffnet, schafft Bewusstsein in der Bevölkerung für das kulturelle Erbe und fördert das Verständnis und den Mut zu Neuem. So verstandener Denkmalschutz sollte als Motor und Ermöglicher für zeitgemäßes Bauen, Gestalten und Wirtschaften in einer Altstadt fungieren. Sie ist das touristische Premiumprodukt, deren Attraktivität die Grundlage für einen nachhaltig funktionierenden Tourismus darstellt.

fuel rental prices with their demand. The results are known and foreseeable. It is primarily globally active franchise concepts prepared to pay very high rents which edge out companies managed by businessmen, make shopping streets interchangeable and in the worst case rob the city of its identity. Even if individual international chains can also be magnets, the attractiveness of the shopping location suffers from this monotonous uniformity as well as from the assortment of kitsch and rubbish aimed at the mass tourists who are in the city for about two hours.

This undesirable development continues in the hotel industry, thus increasing the orientation of the city towards mass tourism and most recently the pressure of professional real estate investors as well as triggering a boom in hotel construction in particular on the periphery of the city and on industrial estates. There is a reduction in capacity utilization, a fall in prices

and a structural weakening of yet another economic sector which brings a city to life.

Residents generate more sales

In retail businesses, which often embodies the soul of a city, tourism is all too often completely overestimated. That is the case in Salzburg where over two-thirds of the consumers responsible for the sales of local businesses in the historic centre are from the city and its surroundings while sales generated by tourists are falling. As far as local purchase decisions by residents are concerned, it is not relevant whether the city centre has been awarded the title "World Heritage" or not.

Lack of investment in historical building fabric

Almost one quarter of the retail businesses in the centre of Salzburg still own the buildings in which they are situated. The preservation and renovation of the largely historical building fabric is, however, extremely cost intensive and many conditions are attached thereto while the various forms of public subsidies are no longer up-to-date. This makes major renovations financially prohibitive for owners, resulting in a lack of investment and often in the forced sale of the building. And the wheel of real estate speculation starts to turn again when funds and foundations step in.

Modern preservation of historic centres desired

Since 1967 Salzburg's Historic City Centre Preservation Act – the first of its kind in Austria – has regulated the maintenance and care of Salzburg's historic centre and placed it under protection due to its uniqueness. Unfortunately the restrictions and protective mechanisms such as those on joining plots of land or prohibitions on its rededication which are connected with the preservation of the historic centre, sometimes prevent or restrict the size or form of presentation of modern retail trade concepts. It is quite simply the lack of necessary but unavailable square meterage for economic efficiency or structural conditions making standard shop-fitting impossible which mean that innovative business models are doomed to failure.

The use of city centres not only as economic areas but also as living spaces with modern standards such as 80-100 m² living space, lifts and balconies poses a significant challenge with regard to the preservation of historic centres.



Museum der Moderne Rupertinum
Rupertinum Museum of Modern Art

© Tourismus Salzburg



Elektrischer Aufzug auf den Mönchsberg um 1910, Altstadt Salzburg
Electric Lift to the Top of the Mönchsberg around 1910, historic centre of Salzburg © Stadtdachiv Salzburg

Sensitivity instead of mass taste

Problem situations in cities have to be seen from three sides – as regards urban development, from an economic and from a social point of view. The first two aspects are all too often taken into account in favour of the maximum exploitation of a building. It is a fact that a lot of sure instinct is necessary in marketing a city for tourist purposes. Growth in tourism is only possible where guests can feel the identity of a place, where genuine and authentic experiences can be had. Too much focus on clichés and mass taste can ultimately cause speculation and destruction; centres which have been recreated in a historical manner have no future at all. Gentle tourism which opens up other perspectives of a city creates awareness in the population for cultural heritage and fosters understanding and the courage for innovation. If monument conservation is understood in this way it should act as the motor and enabler for contemporary construction, design and economic management in a historic centre. It is a premium product for tourists and its attractiveness is the basis for sustainably functioning tourism.



Mag.ª Inga Horny, Studium der Germanistik und Kunstgeschichte an der Karl-Franzens-Universität Graz, seit 2000 Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Salzburger Altstadt und Präsidentin des Vereins Stadtmarketing Austria.

Inga Horny, studied German and History of Art at the Karl Franzens University in Graz, since 2000 Managing Director of Altstadt Salzburg Marketing GmbH and President of Stadtmarketing Austria.

www.stadtmarketingaustria.at



Mag.ª Ingrid Lobendanz, Studium der Wirtschaftswissenschaft an der Johannes-Kepler-Universität Linz, seit 2002 Mitarbeiterin für Standortentwicklung der Altstadt Salzburg Marketing GmbH.

Ingrid Lobendanz, studied Economics at the Johannes Kepler University in Linz, since 2002 responsible for site development at Altstadt Salzburg Marketing GmbH.

www.salzburg-altstadt.at

Schloss Esterházy

Schloss Esterházy



Das Schloss Esterházy in Eisenstadt zählt zu den schönsten Barockschlössern Österreichs und gibt einen beeindruckenden Einblick in das ehemals prunkvolle Leben am Hofe der Fürsten Esterházy. Noch heute steht das Barockschloss im Mittelpunkt des kulturellen Geschehens und bietet den malerischen Rahmen für Feste und gesellschaftliche Ereignisse. Den Besuchern wird ein vielfältiges Programm - Konzerte, Veranstaltungen und Ausstellungen - geboten. In den beiden Schlossausstellungen: Glanzlichter des Schlosses Esterházy und Haydn explosiv*2011 werden teilweise noch nie in der Öffentlichkeit gezeigte kunst- und kulturhistorisch interessante Objekte präsentiert. Zuvor erfolgten 2010 Um- und Ausbauten sowie die Restaurierung des Schlosses im Bereich der Büroadaptation und des Ausstellungsbetriebes nach Plänen von driendl architects.

Schloss Esterházy in Eisenstadt is one of the most beautiful Baroque Palaces in Austria and presents a fascinating insight into the former splendour at the court of the Princes Esterházy. The palace is still at the centre of the cultural scene and provides a picturesque backdrop for festivities and social events. An extensive programme – concerts, events and exhibitions- is on offer to visitors. In the two exhibitions at the palace "Highlights of Schloss Esterházy" and "Haydn Explosive" some of the historical objects on display are on show to the public for the very first time. In 2010 building alterations and extensions to the palace were carried out as well as restoration of offices and of the exhibition area according to plans by driendl architects.

Bild oben: Schloss Esterházy, Haydnssaal, nach der Öffnung
Photo above: Schloss Esterházy, Haydnssaal, after the opening

© Milli Kaufmann

Die Aufgabe im Schloss Esterházy, das baukulturell der bedeutendste Bau in Eisenstadt ist und kulturhistorische die Stadt bis heute dominiert, beinhaltete folgende Hauptaspekte: die Rekonstruktion, die Archäologie, die Ausstellung und die Zukunft.

Die Rekonstruktion

Über die Adaptierung von Teilen der Räume, die Öffnung der Fassade und den Glasabschluss in Richtung des weltbekannten Haydnssaals konnte eine durchgängige Rekonstruktion der Raumerweiterung des Ostflügels Richtung Haydnssaal erreicht werden. Die im 20. Jahrhundert nachträglich eingebrachte Abtrennung wurde durch eine speziell hergestellte Glaswand mit Durchgangsmöglichkeit ersetzt. Die leichte Wölbung der Glasflächen und deren Fähigkeit bei Konzerten mitzuschwingen resultiert in einer weiteren Verbesserung der bereits zuvor exzellenten Akustik des berühmten Konzertsaals. Zudem erlaubt diese Glaswand den Blick

The task at Schloss Esterházy, Eisenstadt's most important piece of architecture and which still dominates the town from a historic-cultural point of view encompassed the following aspects: reconstruction, archaeology, exhibitions and the future.

Reconstruction

By adapting parts of the rooms, by opening up the façade and the glass wall towards the world famous Haydnssaal it was possible to achieve a continuous reconstruction of the extension of the East wing towards the Haydnssaal. The partition, which was added in the 20th century was replaced by a specially constructed glass wall which can be used as a passageway. The slight curvature of the glass surfaces and their ability to oscillate during concerts results in a further improvement of the previously excellent acoustics of the famous concert hall. Furthermore the glass wall allows you to see out of the hall over the marble sculpture of Leopoldine

Esterházy by Antonia Canova into the park.

Archaeology

The parts of the building in question were used up until the restoration as offices of the provincial government, their historical structures and rooms were completely hidden. The first step was to bring their history to light.

Various uses over the centuries – which are again visible today - were exposed under layers which were added at later dates. We were trying to discover and expose the time levels within the palace and to make them tangible and comprehensible to future visitors in innovative ways.

Exhibition

In these rooms the unique treasures of the Esterházy Collection are to be made accessible to the public for the first time. In order to enable the valuables to be experienced directly, cabinets, showcases and infrastructural elements were built spe-



Ausgangssituation Haydnssaal
Initial situation Haydnssaal

© driendl* architects, Wien



Ausgangssituation Außenbereich
Initial situation outdoor area

© driendl* architects, Wien



Ausstellung „Glanzlichter des Schlosses Esterházy“ Exhibition "Highlights of Schloss Esterházy" © Manfred Horvat

aus dem Saal über die Marmorskulptur der Leopoldine Esterházy von Antonia Canova bis hinaus in die Parkanlage.

Die Archäologie

Die betreffenden Teile des Gebäudes wurden bis zu diesem Zeitpunkt als Büros für die Landesregierung verwendet, die historischen Strukturen und Räumlichkeiten waren bis zur Unkenntlichkeit verborgen. Im ersten Schritt galt es, die Geschichte ans Tageslicht zu holen.

Unterschiedliche, über die Jahrhunderte bestehende Nutzungen wurden unter nachträglich angebrachten Schichten freigelegt und sind heute wieder sichtbar. Es galt, die Zeitebenen innerhalb des Schlosses zu entdecken, freizulegen und über innovative Wege den künftigen Besuchern erleb- und nachvollziehbar zu machen.

Die Ausstellung

Einzigartige Schätze der Esterházy Sammlung sollten in diesen Räumlichkeiten erstmals der Öffentlichkeit zugänglich ge-

macht werden. Um die Kostbarkeiten entsprechend unmittelbar erfahrbar zu machen, wurden zu diesem Zweck Vitrinen, Schaukästen und infrastrukturelle Elemente eigens entwickelt. Der Ausstellungsinhalt sowie die Ausstellungsaufstellung der Esterházy Sammlung wurden von Mag. Stefan Körner, dem stellvertretenden Direktor der Esterházy Privatstiftung sowie dem Kustos der Sammlungen, Dr. Florian Bayer, vorgenommen.

Durch die verschiedenen temporären Situationen im Zusammenhang mit Licht und Zugänglichkeit wird der Besucher in Räume geführt, die einige Vitrinen enthalten, in Räume in welchen die Schätze freistehend gezeigt werden sowie in Räumlichkeiten, in welchen sich der Besucher selbst in einer Vitrine befindet.

Die Zukunft - Die Sphäre und der Haydnssaal

Die sphärisch gekrümmte, doppelt ausgeführte Schale auf geometrischer Basis mehrerer Ellipsen, mit einer dazwischen

cially. The contents of the exhibition as well as the display set-up of the Esterházy Collection were selected and made by Stefan Körner, Deputy Director of the Esterházy Private Foundation and Florian Bayer, Curator of the Collection.

By way of the different temporary situations in connection with light and accessibility the visitor is led into rooms which contain some cabinets, into rooms in which the treasures are free standing as well as into rooms in which the visitor himself is in a cabinet.

The future – the sphere and Haydnssaal

The spherically curved, double shell on the geometric basis of several ellipses with both an interior and an exterior construction, surrounds both the entrance and the core. A platform at the height of the columned hall creates a generous open space. The eye-shaped opening on this level and the glass case create optimal microclimatic conditions for the corresponding exotic plants and for your stay. The optimal at-



bzw. außen liegenden Konstruktion, umgibt sowohl den Zugang als auch den Kern. Eine Plattform auf Höhe der Säulenhalle lässt eine großzügig nutzbare Freifläche entstehen. Die augenförmige Ausnehmung dieser Ebene und die gläserne Hülle schaffen beste mikroklimatische Voraussetzungen für ein entsprechendes exotisches Gewächs und den Aufenthalt.

Die optimale Atmosphäre wird durch einen gefilterten Austausch der Luft über Brunnen im Park und Kanäle im umgebenden Erdreich erzielt. Im Sommer wird dadurch gekühlt, im Winter auf diese Weise vorgewärmt.

„Der Intendant lädt zum Empfang, mitten im Park und doch auf Augenhöhe mit der nach 200 Jahren nun wiederhergestellten und geöffneten Raumachse, welche die einstige Begrenzung der Außenmauer aufzulösen vermochte. Seine Gäste wähnen sich in einem luftigen Atrium, dessen Mitte durch die überraschende Vitalität des Baumes geadelt wird; aus der Parkanlage gleiten ihre Blicke durch die Säulenhalle und hinein in den Haydnssaal. Sie durchmessen die gesamte Distanz des Schlosses, bis hin zur Bühne im gegenüberliegenden Flügel.“ Schloss Esterházy, 2012

Haydnssaal nach der Öffnung mittels neuem Glasabschluss

The Haydnssaal after opening it up with a new glass wall

© Manfred Horvat

mosphere is achieved by filtering and exchanging the air over wells in the park and channels in the surrounding ground. This cools in summer and preheats in winter.

“The Director invites you to a reception in the middle of the park and yet on eye level with the room axis, which after 200 years has now been restored and opened and can break up the former demarcation of the exterior wall. The guests feel that they are in an airy atrium, whose centre is ennobled by the surprising vitality of the tree; from the park their glances glide through the columned hall and into the Haydnssaal. They measure the entire distance of the Palace, right to the stage in the opposite wing.” Schloss Esterházy, 2012.



Mag. arch. Georg Driendl, Studium an der Akademie der Bildenden Künste in Wien bei Roland Rainer und Timo Penttillä. 1996 Gründung des Architekturbüros driendl* architects. Zahlreiche Publikationen, Projekte, Ausstellungen und Auszeichnungen u. a. 2007 den Europa Nostra Prize (Diploma) für Cultural Heritage Stift Klosterneuburg und den Chicago Athenaeum International Architecture Award (Chicago, USA) für die Galzigsbahn in St. Anton am Arlberg. Lehrtätigkeit in Europa und Asien.

Georg Driendl, studied Architecture at the Academy of Fine Arts, Vienna under Roland Rainer and Timo Penttillä. In 1996 established the architecture firm driendl* architects. Numerous publications, projects, exhibitions and awards including the Europa Nostra Prize (Diploma) for Cultural Heritage, Stift Klosterneuburg and the Chicago Athenaeum International Architecture Award (Chicago, USA) for the Galzigsbahn in St. Anton am Arlberg in 2007. Teaches in Europe and Asia.

www.schloss-esterhazy.at

www.driendl.at

Wirtschaftsfaktor Creative Industries: Wie man ein Viertel zum Leben erweckt

Creative Industries as an Economic Factor: How to Revitalize a Quarter

Jede Stadt hat ein Viertel wie Jakomini. Das kann man so hinnehmen. Oder etwas dagegen unternehmen. Die Stadt hat sich für Zweiteres entschieden. Und hat es so gemeinsam mit den Creative Industries und viel unternehmerischen Geist schon einmal in internationale Medien geschafft.

Every city has quarters like Jakomini. They can be accepted. Or something can be done about them. Graz has decided in favour of the latter. And together with the creative industries and entrepreneurial spirit has already managed to be featured once in the international media.

Jakomini. Das war jahrelang ein sichtbares Zeichen für den innerstädtischen Wandel von Mittelstädten. Besonders spürbar in den Straßenzügen der Jakoministraße und der Klosterwiesgasse. Beide liegen nicht zentral genug, um als attraktive Einkaufsmeile durchzugehen. Und beide sind doch zu frequentiert, um sich als urbane Wohngegend zu etablieren. Die städtische Bestattung findet man dort. Und ein paar legendäre Wirten. Man fährt bestenfalls öffentlich vorbei. Aber gerade dieses „städtische Dazwischen“ macht ein Viertel wie Jakomini wieder interessant. Verkehrstechnisch enorm geschickt gelegen. Von den Mietpreisen (noch) fair und leistbar. Und zusätzlich noch genügend alte Struktur, um eine Planung aus der Rortorte zu verhindern. Was also tun? Investoren locken? Doch wofür genau?

2009 war der Stadt Graz klar, dass man in Jakomini von außen steuernd eingreifen muss. Internationale Beispiele zeigten, dass ein möglicher Weg ein alternativer Entwicklungsprozess sein könnte. So wurde Anfang 2009 in Zusammenarbeit mit dem Citymanagement, Creative Industries Styria (CIS) und der Abteilung für Wirtschafts- und Tourismusentwicklung ein Konzept entwickelt um Jakomini langfristig wieder zurück nach oben zu entwickeln. Mit eingebunden: rund 50 bestehende Geschäftslokale und rund 90 natürliche oder juristische Personen als Eigentümer der in diesem Bereich befindlichen Liegenschaften.

Das Ergebnis: das „Pilotprojekt Jakomini-viertel“. Es verfolgt das Ziel, durch die Kreativwirtschaft eine frische, mutige Neupositionierung dieses kleinräumigen Gebiets zu erreichen.



Laufbahn, Jakoministraße, Graz
Running Track, Jakoministraße, Graz

Laufbahn, Klosterwiesgasse, Graz
Running Track, Klosterwiesgasse, Graz

© Ochrosotto



Jakomini. For many years it was a visible sign of the inner-city transformation of medium-sized cities. This is particularly noticeable in Jakoministraße and Klosterwiesgasse. Both are not central enough to pass as attractive shopping streets. And yet the frequency of both is too high to be able to establish themselves as urban residential areas. The municipal undertakers can be found there, as well as a couple of legendary innkeepers. At best you go past by public transport. But it is this very “urban in-betweenness” that makes a quarter like Jakomini interesting again. As far as transport is concerned, it is situated optimally. In addition, there is sufficient old structure to prevent “test-tube” planning. What should be done? Attract investors? For what exactly?

In 2009 it was clear to the City of Graz that external intervention was necessary in Jakomini. International examples showed that one possible way could be an alternative form of development. Together with Citymanagement, Creative Industries Styria (CIS) and the Department for the Development of the Economy and of Tourism a concept was developed at the beginning of 2009 to make Jakomini, in the long-term, what it used to be again. About 50 existing shops and around 90 natural or legal persons as the owners of real estate in the area are involved.

The result was the “Pilot project Jakomini”. Its aim is to achieve a fresh and bold repositioning of this small-scale area by way of the creative industries.

© Max Wegscheider



© Ochoresotto



The aim – to shake up and revive a quarter

The aim of the development is, by way of the thematic development of the quarter (creative industries), to initiate impulses for the self-revival and the establishment of businesses in the first phase thus leading Jakomini step-by-step towards a dynamic future. A wise person once said that only good and great ideas can move the soul. And the Jakomini project is a question of bringing the soul of the quarter back to life. And good ideas are necessary for this.

And that will only work with joint efforts. The problems that hang like the sword of Damocles over the quarter are the migration of businesses, the loss of quality of life and sinking attractiveness.

So the revival of these streets needs/ needed a fresh but detailed concept. This concept is based on three independent but linked pillars:

I. Co-ordination, directly tangible in situ.

The co-ordination is the interface between proprietors, business owners, public administration and the steering group which has been set up. Its task is to actively press ahead with the development of the project, to organise events and document and examine the effects of the measures. A steering group comprising the most important actors will support them.

II. Production and presentation, both of them in the quarter.

The quarter will be converted into a place of production and presentation of "creative (craft) businesses". It is primarily a question of having an overall concept

Das Ziel: Ein Viertel zu bewegen und zu beleben

Das Entwicklungs-Ziel ist es, durch die themenzentrierte Entwicklung des Viertels (die Kreativwirtschaft) in der ersten Entwicklungs-Phase Impulse für eine Eigen-Belebung und unternehmerische Ansiedlung zu initiieren und Jakomini damit schrittweise in eine dynamische Zukunft zu führen. Ein kluger Kopf hat einmal gesagt, dass nur große, gute Ideen die Seele bewegen. Und auch in Jakomini geht es darum, die Seele dieses Viertels wieder zu bewegen. Und dazu sind gute Ideen gefragt.

Und das geht nur mit geeinter Kraft. Die Problematik dabei, die wie ein Damoklesschwert über dem Viertel hing: Abwanderung der Betriebe, Verlust an Lebensqualität, sinkende Attraktivität.

Die Belebung dieser Straßenzüge benötigt(e) also ein frisches aber detailliertes Konzept. Dieses Konzept steht auf drei von einander abhängigen, vernetzten Säulen:

I. Koordination, direkt greifbar vor Ort.

Die Koordination ist Schnittstelle zwischen EigentümerInnen, UnternehmerInnen, der öffentlichen Verwaltung und der installierten Steuerungsgruppe. Sie hat die Aufgabe, die Entwicklung des Projekts aktiv voran zu treiben, Veranstaltungen zu organisieren und die Wirkungen der Maßnahmen zu dokumentieren und zu überprüfen. Eine Steuerungsgruppe bestehend aus den wichtigsten Akteuren unterstützt sie dabei.

II. Produktion und Präsentation, beides direkt im Viertel.

Das Viertel wird zu einem Ort der Produktion und Präsentation von „kreativen (Handwerks)betrieben“ umfunktioniert. Dabei geht es in erster Linie um eine gut aufeinander abgestimmte Gesamtkonzeption. Einerseits um Betriebe, Shops, Studios, etc., die sich als produzierende Unternehmen ansiedeln. Andererseits um größere Flächen die als Showrooms genutzt werden können. Für das Gelingen des Konzepts ist also ein Mix aus möglichst vielen Geschäftsflächen für die Kreativwirtschaft (Produktion) und von Showrooms (Präsentation) eine wesentliche Voraussetzung. Als Ansiedlungsanreiz dient in diesem Zusammenhang ein speziell entwickeltes Mietfördermodell.

III. Und: Mittendrin eine visuelle Klammer mit Strahlkraft.

Eine „visuelle Klammer“ macht die beiden Straßenzüge zur gut erkennbaren Designzone. An den Straßenenden im Norden und Süden wird der Beginn dieser Zone bereits eindeutig sichtbar. Und diese Klammer ist so erfolgreich, dass es Jako geschafft hat.

Im Rahmen einer Begleitaktion wird ein verstärkter Austausch mit den relevanten Eigentümern in diesem Gebiet gestartet, um die städteplanerischen und raumordnungspolitischen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten zu diskutieren.

which is well-co-ordinated. On the one hand businesses, shops, studios, etc. which settle there as manufacturing companies. On the other hand larger areas which can be used as showrooms. In order for the concept to succeed, a mixture of as much retail space as possible for the creative industries (production) and of showrooms (presentation) is an essential prerequisite. In this connection a specially developed rental subsidy model provides the incentive to establish a business.

III. And: in the middle of this a visual "bracket" with a special appeal.

A "visual bracket" makes both streets into a clearly visible designer zone. At the ends of the streets to the north and south the beginning of this zone can already be seen clearly. And this "bracket" is so successful that Jakomini has already made it into the pages of the well-known New York Times.

As part of an accompanying event an intensified exchange with the relevant proprietors in the area will be started in order to discuss the urban and regional planning conditions and opportunities.

Finally – the quarter sees the first actions

The implementation of the first measures started at the beginning of 2010. Looking back about 12 months later one can list the first successes:

- 25 new businesses
- 4 investment projects planned and in preparation
- 2 interventions in public space: "Ready, Steady, Go" and the Christmas illuminations
- Events: design months 2010 and 2011, "Warm up round"
- 4 major co-ordination groups
- 36 steering groups
- 81 press articles
- 13 rental subsidy models processed

A courageous outlook

These initial successes are effective in the short and medium-term in Jakomini. In order to achieve longer-term sustainable effects in and for Jakomini, investments by the proprietors of the real estate themselves are required as well as additional measures by public administration authorities in line with their responsibility for public space. We are convinced that the very fact that Graz has been named UNESCO City of Design will be a driving force which should not be underestimated.



© Max Wegscheider

Endlich – Eine erste Bewegung kommt ins Viertel

Die Umsetzung der ersten Maßnahmen hat Anfang 2010 begonnen. Rückblickend kann man rund 12 Monate später folgende erste Erfolge anführen:

- 25 neue Ansiedelungen
- 4 Investitionsprojekte geplant und in Vorbereitung
- 2 Interventionen im öffentlichen Raum: „Ready Steady Go“, Weihnachtsbeleuchtung
- Veranstaltungen: Designmonat 2010 und 2011, „Aufwärmrunde“
- 4 große Koordinationsrunden
- 36 Steuerungsgruppen
- 81 Presseartikel
- 13 abgewickelte Mietförderungen.

Ein mutiger Ausblick

Diese ersten Erfolge sind in Jakomini kurz- bzw. mittelfristig wirksam. Um längerfristig nachhaltige Effekte in und für Jakomini zu erzielen, bedarf es aber Investitionen von den Besitzern der Liegenschaften selbst und zusätzlicher Maßnahmen der öffentlichen Verwaltung entsprechend ihrer Verantwortung für den öffentlichen Raum. Wir sind überzeugt, gerade auch die Ernennung von Graz zur UNESCO City of Design wird dafür ein nicht zu unterschätzender Motor sein.



Mag.^a Pia Paierl, Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Karl-Franzens-Universität in Graz. Zuletzt Centerleiterin in einem Grazer Einkaufszentrum. Ab 2010 als Selbständige - Koordination des Pilotprojekts Jakominiviertel übernommen mit der Aufgabe an der Schnittstelle zwischen EigentümerInnen, UnternehmerInnen und der öffentlichen Verwaltung die Entwicklung des Projekts aktiv voran zu treiben, den Informationsfluss zu organisieren und die Wirkungen der Maßnahmen zu dokumentieren und zu überprüfen.

Pia Paierl, studied Business Administration at the Karl-Franzens University in Graz. Most recently Manager of Shopping Nord. In 2010 took over co-ordination of pilot project (on a self-employed basis) Jakominiviertel. Her task is to actively promote the development of the project at the interface between owners, businesses and public administration authorities as well as organising the flow of information and examining and documenting the effects of the measures.

www.cis.at

www.jakominiviertel.at



ISG-Symposium 2011

Denkmalpflege Monument Preservation Baukultur Building Culture Tourismus Tourism

Donnerstag 30. Juni 11

Thursday 30th June 11

15.00–17.00 für ISG-Mitglieder (ISG-Members)
Generalversammlung des ISG im Franziskanerkloster Graz mit anschließender Führung durch das generalsanierte mittelalterliche Kloster
General meeting of the ISG in the Franciscan monastery in Graz followed by a guided tour of the renovated mediaeval monastery

19.00
Empfang durch ISG-Präsident Bürgermeister **Mag. Siegfried Nagl** im Rathaus
Reception hosted by **Siegfried Nagl** ISG President and Mayor of the City of Graz in the Townhall

Freitag 01. Jul 11

Friday 1st July 11

8.00–8.30
Registrierung (Catering, Kleines Frühstück)
Registration (catering, continental breakfast)

8.30–9.00
Eröffnung durch
ISG-Präsident Bürgermeister Mag. Siegfried Nagl
ISG-Vizepräsident DI Niklaus Ledergerber (Schweiz)
Opening by
Siegfried Nagl, ISG President and Mayor of Graz
ISG Vice President Niklaus Ledergerber (Switzerland)

9.00–9.30
Denkmalpflege und Tourismus
Burghauptmann HR Mag. Reinhold Sahl, Wien
Monument Preservation and Tourism
Reinhold Sahl, Austrian Castles & Fortresses Authority, Vienna

9.30–10.00
Denkmalpflege – Besucherpflege: Die neuen Besucherzentren im Park SansSouci in Potsdam
Dr.-Ing. Alfons Schmidt, Direktor Baudenkmalpflege Stiftung Preußische Schlösser und Gärten
Monument Preservation – Visitor Relationship Management: The New Visitor Centres at the Park of SansSouci, Potsdam
Alfons Schmidt, Director of Monument Preservation at the Foundation for Prussian Palaces and Gardens



10.00–10.30
Kaffeepause (Catering)
Coffee Break (Catering)

10.30–11.00
Stadt Schladming:
Großbaustelle Weltmeisterschaft – Baukultur und Chance für die Ortsbildpflege?
Bürgermeister Jürgen Winter, Stadt Schladming

Schladming: Major Building Site for the World Ski Championships – Building Culture and an Opportunity for the Character and Appearance of the Town?
Mayor Jürgen Winter, Schladming

11.00–11.30
Architektur macht Gäste
Arch. DI Bibiane Hromas, Pla'tou, plattform für architektur im tourismus, Wien
Architecture attracts Visitors
Bibiane Hromas, Pla'tou, the platform of architecture in the tourism industry, Vienna

11.30–12.00
Historische Hotels erhalten und betreiben
Dr. Georg Carlen, ehemaliger Denkmalpfleger Kanton Luzern, Schweiz
Preserving and Running Historic Hotels
Georg Carlen, former Curator of Monuments Canton of Lucerne, Switzerland

12.00–12.30
Ruhrgebiet – auf dem Weg zu einer neuen Identität
Dr.-Ing. Irene Wiese – von Ofen, Stadtplanerin, Deutschland
The Ruhr – on the Way to a New Identity
Irene Wiese - von Ofen, Town Planner, Germany

12.30–14.00
Mittagessen (Catering)
Lunch (Catering)

14.00–14.30
Ziele des UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.
Horst Wadehn, Vorsitzender des Vereines UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.

Aims of UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.
Horst Wadehn, Chairman of the German World Heritage Association

14.30–15.00
Ferien im Baudenkmal
Dipl. Geographin Monika Suter, Schweizer Heimatschutz

Vacations in Monuments
Monika Suter, Swiss Heritage Society

15.00–15.30
Projekt LoB: Ein Versuch zur Erhaltung der Identität des ländlichen Raumes
HR DI Karl Amtmann, Baubezirksleitung Hartberg

Project LoB: An Attempt to Preserve the Identity of Rural Areas
Karl Amtmann, Hartberg Branch of the Styrian Office for Urban Planning, Development and Construction

15.30–16.00
Denkmalschutz und Tourismus in der Praxis
HR Dr. Christian Brugger, Landeskonservator der Steiermark

Monument Preservation and Tourism in Practice
Christian Brugger, Curator of Styria

16.00–16.30
Kaffeepause (Catering)
Coffee Break (Catering)

16.30 (open end)
Diskussion zum Thema
■ Moderation: **Arch. DI Hansjörg Luser** Geschäftsführender Vizepräsident des ISG
■ **Susanne Höller**, Marketingleiterin Graz Tourismus
■ **HR Dr. Wolfgang Muchitsch**, Geschäftsführer Universalmuseum Joanneum
■ **DI Jürgen Moravi**, BM für Unterricht, Kunst und Kultur, Sektion Denkmalpflege

Discussion on the Topic
■ Presenter: **Hansjörg Luser** Managing Vice President of ISG
■ **Susanne Höller**, Head of Marketing Graz Tourism
■ **Wolfgang Muchitsch** Managing Director of Universalmuseum Joanneum
■ **DI Jürgen Moravi**, Federal Ministry for Education, Arts and Culture

Samstag 02. Jul 11

Saturday 2nd July 11

ab/from 9.00
Exkursion
■ Uhrturm Schloßberg
■ Universalmuseum Joanneum, Joanneum Haupthaus (LIG)
■ Kunsthaus mit Eisernem Haus
■ Schloss Eggenberg (Land Steiermark)
■ Imbiss

Field Trip
■ Uhrturm Schloßberg
■ Universalmuseum Joanneum, Joanneum Main Building (LIG)
■ Kunsthaus including Eisernes Haus
■ Eggenberg Castle (Province of Styria)
■ Snack

*Änderungen vorbehalten
Subject to alterations*



KARL AMTMANN

Projekt LoB: Ein Versuch zur Erhaltung der Identität des ländlichen Raumes
Project LoB: An Attempt to Preserve the Identity of Rural Areas

In der oststeirischen Landschaft findet man immer weniger Gebäude, bei denen der historische Hausbestand ungestört erhalten ist. Der ländliche Raum verliert dadurch zunehmend seine Identität. Diesem Trend entgegenzuwirken und die traditionelle Hauslandschaft zu bewahren und zu nutzen, war das Ziel einer Initiative des EU-Regionalmanagement Oststeiermark. Im Jahr 2001 wurde das auf 5 Jahre anberaumte Projekt LoB (Leben in oststeirischen Bauernhäusern) gestartet. Bis zum Projektende konnten rund 600 Anfragen bearbeitet, mehr als 400 Gebäude besichtigt, dokumentiert und deren Besitzer vor Ort beraten werden. Bei zahlreichen Fachveranstaltungen und Exkursionen nahmen mehr als 1.300 Personen teil. Durch das Projekt initiiert wurden vom Land Steiermark über 180 Förderanträge (Revitalisierung und Tourismus) bewilligt. Neben der Privatnutzung der revitalisierten Häuser wurde auch die touristische Nutzung propagiert. Inzwischen werden ca. 40 Ferienwohnungen in 30 historischen Objekten unter dem Namen LandLust angeboten.

In Eastern Styria fewer and fewer buildings are to be found in which the historical building fabric has been preserved undisturbed. As a result rural areas are losing their identity. Countering this trend and preserving and using the traditional houses was the aim of an initiative of EU Regional Management Eastern Styria. In 2001 the LoB project (Living in Farmhouses in Eastern Styria), planned to run for 5 years, started. By the end of the project about 600 enquiries had been answered, more than 400 buildings visited, documented and their owners advised on site. More than 1,300 people took part in numerous special events and field trips. Initiated by the project, over 180 grant applications (revitalization and tourism) were approved by the authorities of the Province of Styria. In addition to the private use of the revitalized houses their use for tourism was also propagated. Meanwhile about 40 holiday apartments in 30 historical objects are on offer under the name of "LandLust".



CHRISTIAN BRUGGER

Tourismus und Denkmalschutz – wo liegen die Grenzen in der Partnerschaft?

Tourism and Monument Preservation - Where are the Boundaries in this Partnership?

Denkmale sind Dokumente der kollektiven Vergangenheit, deren Erhaltung im öffentlichen Interesse liegt. Sie wirken für die Gesellschaft, stehen mit ihrem narrativen Charakter im öffentlichen Verständnis spezifisch der Allgemeinheit „zur Verfügung“ und werden von dieser als besonders bemerkenswert verstanden. Nicht zuletzt diesen Umstand nutzt der Tourismus für seine Konzepte, mit einem spezifischen Synergieeffekt. Einerseits lebt Tourismus gerade im Kulturbereich wesentlich davon, Denkmalbestände, unabhängig ob Einzelobjekt oder Ensemble, zu ver-

markten. Andererseits unterstützt er mit explizit höherer öffentlicher Wahrnehmung, diese am Leben zu erhalten. Verbunden damit ist jedoch – ungeachtet inhaltlicher Betrachtungstiefe – oft eine vielschichtige substanzuelle oder ideelle touristische Beanspruchung des Denkmals, die mit denkmalpflegerischen Rahmenbedingungen nur schwer in Einklang zu bringen ist. Der Vortrag beschäftigt sich mit diesem Problemfeld.

Monuments are documents of the collective past whose preservation is in the public interest. They affect society, and with their narrative character are, in the understanding of the public, specifically "at the disposal" of the general public and are understood by them to be particularly remarkable. Tourism uses this fact with a specific synergy effect for its concepts. On the one hand, in the sphere of culture, tourism basically lives on marketing monuments, irrespective of whether they are individual objects or ensembles. On the other hand, by way of visibly higher public awareness it helps keep them alive. Regardless of the merits, the often complex materialistic or idealistic tourist demands on the monument, which are difficult to reconcile with the general conservation conditions, are linked to this. The paper deals with this area of concern.



GEORG CARLEN

Historische Hotels: Erhaltung – Nutzung – Marketing
Historic Hotels: Preservation – Use – Marketing

In den Kriegsjahren 1943/44 verfasste der renommierte Architekt Armin Meili im Auftrag der Schweizerischen Eidgenossenschaft eine Studie zur baulichen Sanierung von Hotels. Im Zeichen der Moderne schlug er die Säuberung der historischen Bauten von Erkern, Türmen, Kuppeln etc. vor. Die Hotelsanierer der Nachkriegszeit folgten ihm willig. Ab den 1970er Jahren erfolgte im Rahmen der erneuten Wertschätzung der Historismus-Architektur ein Umdenken. Wissenschaftliche Aufarbeitung und bauliche Restaurierung gingen Hand in Hand. 1995 versammelte eine Fachtagung in Luzern Hoteliers, TouristikerInnen, ArchitektInnen und Denkmalpfleger zum Thema der Erhaltung und Führung historischer Hotels. Man beschloss, einen Wettbewerb „Das historische Hotel/ Restaurant des Jahres“ zu lancieren, der 2011 seine 16. Auflage erlebt und im Südtirol eine Nachfolge gefunden hat. Einige Preisträger gründeten die Organisation „Swiss Historic Hotels“, welche zur Sicherung der Qualität dient und ein gemeinsames Marketing erlaubt.

In the war years 1943/44 the well-known architect Armin Meili authored a study commissioned by the Swiss Confederation on the structural renovation of hotels. As a sign of modernity he proposed purging the historic buildings of bay windows, towers and domes, etc. The post-war hotel renovators followed him willingly. Rethinking took place from the 1970s on within the framework of a renewed appreciation of the architecture of Historicism. Scientific analysis and structural restoration went hand in hand. In 1995 a symposium in Lucerne gathered together hoteliers, experts on tourism, architects and curators of monuments on the topic of the preservation and management of historic hotels. It was decided to launch a competition on "The Historic Hotel/Restaurant of the Year". In 2011 this was held for the 16th time and has found a successor in South Tyrol. Some prize winners established the organization "Swiss Historic Hotels" which serves to ensure quality and permits joint marketing.



BIBIANE HROMAS

„Architektur macht Gäste“
"Architecture attracts Visitors"

Was kann Architektur im Tourismus leisten? Architektur als Marken- und Marketinginstrument und wie Architektur den betriebswirtschaftlichen Erfolg fördert.

Was leistet Architektur für die Marke?

Touristische Angebote kommen an Architektur nicht vorbei. In vielfältigsten Funktionen ist Bau- und Gestaltungskultur an der Konzeption von Angeboten beteiligt. Diese Chancen wollen genutzt sein. Die Ausformung der „Hardfacts“ ist ein wesentlicher Kommunikationsträger.

Wie wird gute Architektur im Tourismus erfolgreich eingesetzt?

Was muss getan werden, um qualitativ hochwertige Architektur am betriebswirtschaftlichen Erfolg mitarbeiten zu lassen?

Was ist gute Architektur?

Was muss gute Planung und hochwertige Gestaltung für touristische Unternehmen leisten? - Qualitätsfaktoren für hochwertige Architektur im Tourismus.

platou – die Grundlagenstudie „Architektur macht Gäste“ untersucht den Zusammenhang zwischen zeitgenössischer Architektur und Wirtschaftlichkeit. Ergebnisse in Schlagzeilen.

What can architecture achieve in tourism? Architecture as an instrument for brand-names and marketing and how architecture fosters economic success.

What can architecture achieve for brand names?

Products for tourists cannot ignore architecture. Building culture and design culture are involved in the development of such products in the most diverse functions. The opportunities want to be utilized. The shaping of "hard facts" is a fundamental medium of communication.

How is good architecture successfully deployed in tourism?

What has to be done to enable high-quality architecture to collaborate in economic success?

What is good architecture?

What do good planning and high-quality design have to achieve for tourism businesses?

-Quality factors for high-quality architecture in tourism.

platou – in the study "Architecture attracts visitors" the connection between contemporary architecture and profitability is examined. The results in key words.



REINHOLD SAHL

Denkmalschutz und Tourismus
Monument Preservation and Tourism

Die Erhaltung denkmalgeschützter Objekte wird oftmals in erster Linie als kostenintensiv empfunden. Wird ein betriebswirtschaftlicher Maßstab, meist bezogen auf die zuständige Organisationseinheit angesetzt, liegt oft der Schluss nahe, dass sich bestimmte Maßnahmen nicht rechnen. Allenfalls wird die Arbeitsplatzrelevanz wahrgenommen. Im Zusammenhang mit Tourismus ist jedoch der Maßstab der betriebswirtschaftlichen Betrachtung der Organisationen, die historische Liegenschaften baulich

erhalten differenzierter anzulegen. Die Betrachtung hat auch die Funktion der historischen Objekte im Bereich des Tourismus zu umfassen und nähert sich somit einer volkswirtschaftlichen Betrachtung an. Die Kosten der Erhaltung der historischen Objekte sind im Gesamtzusammenhang mit der touristischen Wertschöpfung zu betrachten.

Die Fragen lauten daher: Gäbe es beispielsweise die Hofburg Innsbruck nicht, wie viele Übernachtungen, Konsumationen und Werbeeffekte weniger würde es geben. Eine exakte Berechnung ist nicht möglich, aber eine Abschätzung und Sensibilisierung für eine Diskussion über Erhaltungskosten historischer Objekte ist im Sinne einer Erhaltung der Umwegrentabilität und Wertschöpfung nötig.

The preservation of listed buildings and objects is often primarily felt to be cost intensive. If economic benchmarks, usually relating to the responsible organizational unit, are applied, it is often concluded that certain measures are not profitable. At best the job relevance is perceived. In connection with tourism, however, the benchmark of economic consideration of the organizations responsible for the structural preservation of the historic buildings has to be more differentiated. This consideration should also incorporate the function of the historic object in tourism and thus should approximate a macroeconomic view. The costs of preserving historic objects are to be seen in the overall context of value added in terms of tourism.

The question is therefore:

Were there for example no Hofburg in Innsbruck, how many fewer overnight stays and consumption of refreshments and meals would there be and how much lower would the advertising effect be? A precise calculation is not possible but an estimate and sensitization of the problem is necessary for a discussion of the preservation costs of historic buildings in terms of maintaining their indirect profitability and value creation.



ALFONS SCHMIDT

„Denkmalpflege - Besucherpflege: Die neuen Besucherzentren im Park SansSouci in Potsdam“
“Monument Preservation – Visitor Relationship Management: The New Visitor Centres at the Park of Sanssouci, Potsdam“

Der Park SansSouci in Potsdam stellt mit seinen annähernd 300 Hektar historischen Gartenanlagen und etwa 80 Baudenkmalern das „Herzstück“ des UNESCO-Welterbes „Berlin-Potsdamer Kulturlandschaft“ dar. In diesem Gesamtkunstwerk befinden sich mehrere Museen mit historischer Ausstattung, darunter das weltberühmte Schloss SansSouci, Schloss Charlottenhof und das Neue Palais, zahlreiche Parkarchitekturen und Wasserspiele sowie die historischen Gärten. Bis zu 1 Million Besucher werden jährlich in den Museen im Park SansSouci gezählt, während der Park selbst ein Vielfaches davon an Besuchern aufweist. Der touristische Magnet ist Schloss SansSouci mit seinen Weinbergterrassen. Die Besucherzahlen in Schloss SansSouci müssen aus konservatorischen Gründen auf etwa 320.000 Besucher pro Jahr beschränkt werden. Andere Museen sind hingegen nicht ausgelastet. Die Besuchereinrichtungen im Park SansSouci sind trotz großer Anstrengungen seit 1990 noch immer unzureichend. Die sensiblen Denkmäler lassen wirtschaftlich leistungsfähige Einrichtungen ohne substantielle Eingriffe kaum zu. Die Besucherlenkung ist nicht effizient genug, so dass Schloss SansSouci oft im Touristenansturm erstickt,

während andere Häuser nicht ausgelastet sind. Daher wurde das Konzept des „dezentralen Besucherzentrums“ entwickelt. Dieses basiert auf der Auslagerung der Besuchereinrichtungen aus den empfindlichen Denkmälern unter Schaffung leistungsfähiger externer Einheiten, von denen aus die Besucher gezielt in die Museen gelenkt werden sollen, wo nur noch „kleine Besuchereinrichtungen“ verbleiben. Das Konzept soll auch einen Sommer-Winter-Rhythmus in der Besucherbetreuung erlauben, indem im Winter die großen Einrichtungen geschlossen werden können. Es werden sowohl Neubauten und Wiederaufbauten vorgenommen als auch denkmal-geschützte Nebengebäude hergerichtet. Des Weiteren erfolgt der Bau leistungsfähiger Parkplätze und die Einrichtung einer Besucher- und Verkehrslenkung, unterstützt durch ein neues elektronisches Buchungs- und Ticketingsystem. Ein Teil dieser Maßnahmen befindet sich seit 2011 bereits in Bau, ein Teil noch in Planung. Die Fertigstellung des Gesamtkonzeptes ist bis etwa 2014/15 vorgesehen.

The Park of Sanssouci in Potsdam which covers almost 300 hectares of historical gardens and comprises about 80 monuments forms the “core” of the UNESCO World Heritage Site “Palaces and Parks of Potsdam and Berlin”. In this synthesis of the arts there are several museums with historical fittings including the world famous Sanssouci Palace, the Chateau of Charlottenhof and the New Palace, numerous buildings in the park and water features as well as the historical gardens. Up to 1 million visitors are counted in the museums in the Park of Sanssouci each year, while the park itself is visited by a multiple thereof. The tourist magnet is Sanssouci Palace and its terraced vineyards. For reasons of conservation the number of visitors to Sanssouci Palace has to be restricted to about 320,000 per year. Other museums, on the other hand are under-utilised. In spite of great efforts undertaken since 1990 the facilities for visitors to the Park of Sanssouci are still insufficient. The sensitive monuments hardly permit the installation of economically sophisticated facilities without substantial interference. The channeling of visitors is not sufficiently efficient and as a result Sanssouci is often smothered by hordes of tourists while other buildings are under-utilised. For this reason the concept of “decentral visitor centres” was developed. This is based on outsourcing visitor facilities from the sensitive monuments by creating efficient external units from which the visitor flow can be channeled to the museums where only “small-sized visitor facilities” remain. By closing the larger visitor centres in winter the concept will also permit seasonal visitor management. New buildings are being constructed and rebuilding undertaken as well as listed outbuildings being renovated. Furthermore, effective parking facilities and the installation of channeling systems for visitors and vehicles are under construction supported by a new electronic booking and ticketing system. Construction of some of these measures has been underway since 2011 while some are still at the planning stage. Completion of the overall concept is envisaged by about 2014/15.



MONIKA SUTER

Ferien im Baudenkmal - die Stiftung des Schweizer Heimatschutzes
Vacations in Monuments – the Swiss Heritage Society's Foundation

Anlässlich seines 100-jährigen Jubiläums hat der Schweizer Heimatschutz 2005 die Stiftung Ferien im Baudenkmal gegründet. Ziel war, eine innovative Verbindung von Denkmalpflege und Tourismus zu schaffen. Die Stiftung Ferien im Baudenkmal übernimmt bedrohte Baudenkmäler, renoviert sie und vermietet sie als Ferienwohnungen. Damit kann einerseits das Bauwerk in seinem ursprünglichen Zustand erhalten bleiben und wird belebt. Andererseits werden die Gäste durch den direkten und ungewohnten Kontakt mit Baudenkmalern für die Thematik sensibilisiert.

Nach fünf Jahren kann eine positive Bilanz gezogen werden. Inzwischen werden vom Tessiner Steinhaus bis zum Riegelhaus am Zürichsee 16 Wohnungen in 12 Baudenkmalern vermietet. Die jedes Jahr verdoppelten Übernachtungszahlen bestätigen, dass diese besondere Form von Ferienwohnungen gesucht ist. Und die positiven Rücksendungen der Gäste zeigen, dass gerade die Verbindung von Alt und Neu besonders geschätzt wird.

On the occasion of its 100th anniversary, the Swiss Heritage Society established the Foundation Vacations in Monuments in 2005. The aim was to create an innovative connection between monument preservation and tourism. The Foundation Vacations in Monuments takes over endangered monuments, renovates them and lets them as holiday apartments. In this way the building can, on the one hand, be preserved in its original condition and is revitalized. On the other hand, the guests are sensitized to the topic via their direct and unfamiliar contact with the monuments.

After five years a positive balance can be registered. Meanwhile 16 apartments in 12 monuments from stone houses in Ticino to half-timbered houses on Lake Zurich are let. The number of overnight stays, which double from year to year, is confirmation that people are looking for this particular type of holiday apartment. And the positive responses from the visitors show that the very connection between old and new is especially appreciated.



HORST WADEHN

Der UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.
The UNESCO World Heritage Sites, Germany, Registered Association

In Deutschland gibt es 33 UNESCO-Welterbestätten. Die schiere Fülle an deutschen UNESCO-Welterbestätten birgt ein immenses Potential. Um dieses effektiv zu nutzen, bildeten einige Erbestätten bereits im Jahre 1989 eine Werbegemeinschaft, die 2001 zur Gründung des UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V. führte. Heute sind alle Welterbestätten im Verein präsent. Als ordentliche Mitglieder sind sie vertreten durch die touristischen Organisationen der Städte, Regionen oder Bundesländer und teilweise durch die verantwortlichen Träger der Welterbestätten. Die Mitglieder des Vereins haben sich zur Aufgabe gemacht, das Bewusstsein für das Welterbeprogramm in der Bevölkerung zu schärfen

und einen hochqualifizierten, behutsamen und denkmalverträglichen Tourismus zu den Welterbestätten zu fördern. Um dies umzusetzen, sollen nicht nur gemeinsame Strategien zur touristischen Vermarktung entwickelt werden, sondern vor allem der Dialog zwischen Tourismusverantwortlichen, Denkmalpflegern und verantwortlichen Vertretern der Welterbestätten gefördert werden.

Weltweit ist bisher keine vergleichbare Kooperation von Welterbestätten bekannt. Der Verein hat das Ziel, anderen Ländern als Vorbild zu dienen und sie zu ermutigen, selbst eine derartige Initiative zu gründen. Wenn es in der Zukunft auch in anderen europäischen Ländern Zusammenschlüsse von Welterbestätten gibt, wäre als nächster Schritt ein europäisches Kooperationsnetzwerk denkbar.

In Germany there are 33 UNESCO World Heritage Sites. The great wealth of UNESCO World Heritage Sites in Germany holds huge potential. In order to use this effectively some heritage sites formed a joint advertising association as far back as 1989 which led to the establishment of the registered association UNESCO World Heritage Sites, Germany in 2001. All the World Heritage Sites are now members of the association. As full members they are represented by the tourist organisations of the cities, regions or federal states and some by those responsible for the respective World Heritage Site. The members of the association have taken on the task of sharpening the awareness of the population for the World Heritage programme and of fostering high-quality and careful tourism which is compatible with the monuments in the World Heritage Sites. In order to implement this, not only should joint strategies be developed to market them for tourism purposes but above all dialogue should be fostered between all those responsible for tourism, monument curators and the responsible representatives of the World Heritage Sites.

To date, no comparable co-operation between World Heritage Sites world-wide is known. The association's aim is to be an example to other countries and to encourage them to set up an initiative of this nature themselves. If there are alliances of World Heritage Sites in other European countries in the future, the next conceivable step could be a European cooperation network.



IRENE WIESE – VON OFEN

Ruhrgebiet – auf dem Weg zu einer neuen Identität

[The Ruhr – on the Way to a New Identity](#)

Das Ruhrgebiet, mit mehr als 5 Millionen Einwohnern in einem zusammenhängend besiedelten Raum von rund 100 km Ost-West- und 25 km Nord-Süd Ausdehnung, entstand in einem Jahrhundert rasanten Wachstums der Schwerindustrie, und durchlebt im letzten halben Jahrhundert die De-Industrialisierung von Kohle und Stahl verbunden mit kontinuierlicher Schrumpfung der Bevölkerung.

Die daraus resultierende soziale und wirtschaftliche Schwäche soll durch die Ansiedlung und gezielte Förderung von Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen überwunden und durch breiten Konsens zu Kulturwirtschaft und Tourismus aufgefangen werden. Sichtbares Zeichen dieses Wandels sind die unter Denkmalschutz gestellten Industriebauten hoher gestalterischer Qualität, die zu Konzerthäusern, Theatern, Tanzzentren, Begegnungstätten, Museen, Kindergärten und Ausstellungshallen umgenutzt, z.T. auch umfangreich umgebaut wurden. Das brachte dann auch den Tourismus in diese bisher abstinente

Region. Deutlichster Ausdruck dieses Wandels war die Ernennung zur Kulturhauptstadt 2010. In einer Region, die sich als Verliererregion empfand, hilft der veränderte Umgang mit den Industriedenkmalern bei dem Prozess der Identitätsfindung entscheidend.

The Ruhr, which has over 5 million inhabitants in a cohesive, populated area stretching about 100 km from East to West and 25 km from North to South, came into being in a century in which heavy industry grew rapidly and has, in the last fifty years, experienced the de-industrialization of coal and steel and the continual shrinking of the population associated with this.

The resulting social and economic weakness is to be overcome by the establishment and targeted development of universities and other educational facilities as well as by the broad consensus between the cultural sector and tourism, all of which shall act as a safety net. A visible sign of this transformation can be seen in the listed industrial buildings of high-quality design which have been converted – some of them extensively – for use as concert halls, theatres, dance centres, meeting places, museums, kindergartens and exhibition halls. All this brought tourism to a region previously foreign to tourists. The clearest expression of the change was its nomination as European Capital of Culture in 2010. In a region which feels that it has nothing to win, the change in the treatment of industrial monuments is vital in this identity-finding process.



JÜRGEN WINTER

Großbaustelle Weltmeisterschaft – Baukultur und Chance für die Ortsbildpflege?

[Championships – Building Culture and an Opportunity for the Character and Appearance of the Town?](#)

2013 wird die Stadtgemeinde Schladming zum Zweiten mal nach 1982 Gastgeber für eine Alpine Ski WM sein. Es handelt sich dabei um die größte Sportveranstaltung weltweit im Jahre 2013. Mit diesem Großevent festigt die Region Schladming-Dachstein ihren Status als eine der Top-Wintersportregionen Österreichs. Das Ereignis birgt großes Potential für die Baukultur der Region! Seit 1982 haben sich nicht nur die Ansprüche der Wintersportler sondern jene des Tourismus stark verändert. Architektur mit hohen Qualitätsansprüchen – intakte Stadt- und Ortsbilder tragen auch die Identität der lokalen Bevölkerung – und sind Teil einer solchen Großveranstaltung! Schladming ist sich der Baukultur bewusst.

Sowohl die Stadtgemeinde Schladming wie auch die Planai-Bahnen haben gemeinsam mit Vertretern von ÖSV, Wintersportverein Schladming, Land Steiermark und Republik Österreich ein bauliches Maßnahmenpaket ausgearbeitet, welches bereits seit Sommer 2009 zur Umsetzung kommt. Mittlerweile wurden das modernste Parkhaus Österreichs, völlig säulenfrei und lichtdurchflutet, und das neue Talstationsgebäude der Planai-Seilbahn der „Planet Planai“, das eine neue Ära der Tourismusarchitektur einläutet, geplant vom Grazer Architekturbüro Hochrichter-Ritter ZT GmbH, gebaut. Den Architekturwettbewerb für das neu Mediencenter, welches nach der Weltmeisterschaft die alte Dachstein-Tauern Halle ersetzen wird, konnte das Architekturbüro Riepl Riepl aus Linz für sich entscheiden. Die Athletic Area, die nach der WM als Sportzentrum genutzt werden wird, wird nach Plänen der Firma DI Mitterberger Gerhard ZT-KEG aus Graz umgesetzt.

In 2013, after 1982, the municipality of Schladming will host the Alpine World Ski Championships for the second time. This is the largest sport event internationally in 2013. Via this large event the Schladming-Dachstein region will consolidate its status as one of Austria's top winter sport regions. This happening holds enormous potential for the region's building culture! Since 1982 not only have the demands of winter sports enthusiasts but also those of tourism changed greatly. Architecture of the highest quality – intact townscapes which also define the identity of the local population and are part of a major event like this! Schladming is conscious of building culture. Both the municipality of Schladming and the Planai lifts, together with representatives from the Austria Skiing Association, the Schladming Winter Sports Club, the Province of Styria and the Republic of Austria have developed a package of building measures which has been in the process of being implemented since summer 2009. Meanwhile Austria's most modern multi-storey car park, completely pillar-free and flooded with light and the new building of the Planai cable railway's valley station "Planet Planai", which heralds in a new era of architecture for tourism purposes, planned by the Graz architecture office Hochrichter-Ritter ZT GmbH, have been built. The architectural competition for the new media centre, which will replace the Dachstein-Tauern Hall after the World Championships has been won by the architectural office Riepl Riepl from Linz. The Athletic Area, which is to be used as a sport centre after the World Championships, will be built according to plans by the company DI Mitterberger Gerhard ZT-KEG from Graz.

[Letzte Umschlagseite](#) | [Back Cover](#)

Bregenz von oben
[Aerial View of Bregenz](#)

© Curt Huber



Das ISG begrüßt die Landeshauptstadt
Bregenz als Mitgliedsstadt.
The ISG welcomes the City of Bregenz
as a member.