



Tourismusverband
Schleswig-Holstein

ATTRAKTIVE ORTSBILDER ALS ERFOLGS- FAKTOR DES QUALITÄTSTOURISMUS IN SCHLESWIG-HOLSTEIN

Ein Leitfaden für Kommunen

INHALT

Vorwort	3
1 Anlass und Zielsetzung	4
2 Grundlagen: Bedeutung des Ortsbilds für den Tourismus	5
2.1 Elemente des Ortsbilds	5
2.2 Bedeutung der Ortsbildqualität aus Gästesicht	6
2.3 Baukultur und Tourismus	8
3 Ergebnisse der Studie	10
3.1 Bewertung der Ortsbildqualität in ausgewählten Beispielorten	10
3.2 Befragung der Beispielorte	23
3.3 Beobachtung eines Gästepaares in St. Peter-Ording	25
4 Handlungsempfehlungen für die Sicherstellung und Weiterentwicklung der Ortsbildqualität	28
4.1 Handlungsbedarf erkennen!	28
4.2 Langfristigen Handlungsrahmen entwickeln!	30
4.3 Beratung suchen!	31
4.4 Vorhandene Gestaltungs- und Steuerungsinstrumente nutzen!	32
4.5 Beteiligung organisieren!	34
4.6 Bewusstsein schaffen und Anreize geben!	35
4.7 Für gegenseitiges Verständnis sorgen!	37
5 Weitere Informationen	39
5.1 Informationsstellen in Schleswig-Holstein	39
5.2 Literaturempfehlungen	41
5.3 Fachbeirat	42
Impressum	43

VORWORT

Liebe Touristikerinnen und Touristiker,
 sehr geehrte Damen und Herren,

die Tourismusedwicklung in Schleswig-Holstein hat mit der Umsetzung der Tourismusstrategie 2025 erheblich an Schwungkraft gewonnen. Eine Fülle von Innovationen und vielfältige Investitionen im ganzen Land führen zu erfreulichen Qualitätssteigerungen, die sich bereits in messbaren Wachstumsraten bei Übernachtungen, Umsatz und Wertschöpfung niederschlagen.

Nun geht es darum, die Segel dauerhaft auf Erfolgskurs zu setzen. Sie, die Akteure in Tourismus, Politik und Verwaltung, in Bau- und Planungsämtern vor Ort, haben es in der Hand, durch eine attraktive Ortsbildgestaltung, die nachweislich zu den wichtigsten Pflichtfaktoren für die Gästezufriedenheit gehört, Stammkunden zu halten und neue Gäste zu gewinnen.

Dazu möchten wir Ihnen Anregungen geben: Mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus hat der Tourismusverband Schleswig-Holstein das Projekt „Ortsbildqualität als Erfolgsfaktor des Qualitätstourismus in Schleswig-Holstein“ im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers initiiert; die inhaltliche Bearbeitung erfolgte durch die dwif-Consulting GmbH.

Auf Grundlage der Untersuchungsergebnisse entstand der vorliegende Leitfaden. Dieser stellt die Bedeutung von Ortsbildqualität und Baukultur heraus, zeigt Handlungsfelder und Maßnahmenoptionen auf und sensibilisiert für die unterschiedlichen Sichtweisen der Akteure. Bitte nutzen Sie dieses Angebot. Stellen Sie die Qualität Ihres Ortsbildes auf den Prüfstand und entwickeln Sie einen langfristigen Handlungsrahmen. Das steigert die Attraktivität Ihres Ortes auch für die Bevölkerung und die nichttouristische Wirtschaft und sichert somit langfristig Ihren Standort. Machen Sie sich gemeinsam mit uns auf in die touristische Zukunft!



Dr. Bernd Buchholz
 Minister für Wirtschaft,
 Verkehr, Arbeit, Technologie
 und Tourismus des Landes
 Schleswig-Holstein



Dr. Jörn Klimant
 Vorsitzender des
 Tourismusverbandes
 Schleswig-Holstein e. V.

1 ANLASS UND ZIELSETZUNG

Anlass und Entstehung

Der Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (TVSH) setzt sich bereits seit vielen Jahren für die Verbesserung der Ortsbildqualität in Schleswig-Holstein ein. Allerdings gehören die Ortsbilder heute noch immer zu den aus Gästesicht etwas schlechter bewerteten Faktoren. Angesichts massiver Infrastrukturinvestitionen zahlreicher Wettbewerber im In- und Ausland ist dieser Sachstand unbefriedigend. Attraktive Ortsbilder samt touristischer Basisinfrastruktur allein reichen für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung nicht aus – ohne sie aber fehlt das Fundament für alle weiteren Bemühungen. Aus diesem Grund initiierte der TVSH eine Studie zur Ursachenanalyse, die das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus finanziell unterstützt hat. Die dwif-Consulting GmbH erhielt den Auftrag für die Konzeption und Durchführung dieser Studie.

Zielgruppe des Leitfadens: Kommunen

Ein Ergebnis der Studie ist dieser Leitfaden. Er richtet sich insbesondere an die Akteure in den Orten, wirbt für die Bedeutung von Ortsbildqualität und Baukultur, zeigt Handlungsfelder und Maßnahmenoptionen auf und sensibilisiert für die Sichtweisen der verschiedenen Akteure.

Bausteine der Studie

- Literaturrecherche und -auswertung
- Expertengespräche mit Planern, Investoren, Architekten und Touristikern
- Entwicklung eines Kriterienkatalogs zur Bewertung der Ortsbildqualität
- Bewertung von insgesamt 30 Beispielorten in Schleswig-Holstein hinsichtlich ihrer Gestaltungsqualität anhand eines einheitlichen Kriterienkatalogs
- Schriftliche Befragung der Beispielorte zur

Selbsteinschätzung der Ortsbildqualität und zum jeweils eingesetzten Steuerungsinstrumentariums

- Beobachtung eines Gästepaares beim Spaziergang durch St. Peter-Ording

Begleitung durch ein Expertengremium

Das Projekt wurde von einem Expertengremium fachlich begleitet. Es setzte sich aus Vertretern relevanter Institutionen in Schleswig-Holstein zusammen, das heißt Vertreter der Staatskanzlei, des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus, des Ministeriums für Inneres, ländliche Räume und Integration, des Tourismusverbands Schleswig-Holstein e. V., der Industrie- und Handelskammer, der Fachhochschule Lübeck, der Architekten- und Ingenieurkammer Schleswig-Holstein, der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording sowie der Kreisplanungsaemter Nordfriesland und Plön.

2 GRUNDLAGEN: BEDEUTUNG DES ORTSBILDS FÜR DEN TOURISMUS

2.1 Elemente des Ortsbilds

Das „Ortsbild“, sprich das äußere Erscheinungsbild eines Ortes, wird von vielen verschiedenen Elementen beeinflusst und lässt sich keinesfalls nur auf die Architektur von Einzelobjekten reduzieren. Die öffentliche Hand nimmt hier ebenso Einfluss wie Unternehmen und Privatpersonen. Ohne ein Zusammenwirken dieser Akteure ist eine optimier-

te Ortsbildgestaltung nicht zu bewerkstelligen. Der Gast fällt sein Gesamturteil über einen Ort auf Basis der bewussten wie unbewussten Wahrnehmung der verschiedenen Elemente. Dabei wird erfahrungsgemäß ein höherer Qualitätsanspruch an den Urlaubsort angesetzt als an die Alltagsrealität im eigenen Wohnort. Dieser besonderen Herausforderung müssen sich die Tourismusorte stellen.

Elemente der Ortsgestaltung

Ortsgestaltung Öffentlicher Sektor	Ortsgestaltung Privatpersonen/Unternehmen
<p>Einzelobjekte (Bestands- und Neubauten)</p> <hr/> <p>Gestaltung in Bezug auf Ausgewogenheit von Maßstäblichkeit, Formgebung, Formensprache, Material, Lichtführung, Farbgebung</p> <hr/> <p>Verwendung regionaltypischer Baustile bzw. Materialien</p> <hr/> <p>Zustand (Attraktivität, Erhaltungszustand, Pflege, Fassaden/Fenster/Türen)</p> <hr/>	
<p>Weitere Elemente</p> <hr/> <p>Gestaltung/Zustand von Wegen/Straßen</p> <hr/> <p>Plätze, Aufenthalts- und Kommunikationszonen, Funktions- und Erlebnisräume</p> <hr/> <p>Öffentliche Grünanlagen und Grünstreifen</p> <hr/> <p>Details im öffentlichen Raum</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mobiliar – Beschilderung/Leitsysteme – Informationseinrichtungen <hr/> <p>Gestaltung von Gewerbeflächen am Ortseingang/an den Einfallstraßen</p> <hr/> <p>Übergang vom Siedlungsraum in die Landschaft</p> <hr/> <p>Sauberkeit/Pflege</p> <hr/>	<p>Weitere Elemente</p> <hr/> <p>Gärten</p> <hr/> <p>Optik bzw. Gestaltung von Leerständen/Brachen</p> <hr/> <p>Einzelhandel</p> <ul style="list-style-type: none"> – Gestaltung der Schaufenster – Gestaltung/Größe von Außenverkaufsflächen, Werbeflächen und Aufstellern <hr/> <p>Gastronomie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Qualität der Außengastronomie – Gestaltung/Größe von Werbeflächen/Aufstellern <hr/>

Quelle: dwif 2017

2.2 Bedeutung der Ortsbildqualität aus Gästesicht

Zwei Kennzahlen aus der Marktforschung belegen exemplarisch, dass die Ortsbildqualität aus Gästesicht eine messbare Größe ist und dass sie Einfluss auf die Reiseentscheidung hat.

Ortsbildqualität in Schleswig-Holstein

Die landesweite „Gästabefragung Schleswig-Holstein“ (GBSH) erhebt regelmäßig Gästestrukturen, Motive und auch Qualitätsurteile von privaten

Übernachtungsgästen und Geschäftsreisenden im nördlichsten Bundesland. Die Auswertung der Daten ergab, dass der Aspekt „Ortsbild und Architektur“ zwar mit „gut“ bewertet wird, gegenüber anderen zentralen Aspekten jedoch schlechter abschneidet. Das Ergebnis verändert sich auch über einen längeren Zeitraum hinweg betrachtet nicht: Stets ist es schlechter als der Gesamteindruckswert. Nach Regionen differenziert sind weniger die drei Großstädte davon betroffen als die beiden Küsten und das Binnenland. Der schlechteste Wert (Note 2,4) ist an der Ostseeküste festzustellen.

Bewertung der Ortsbildqualität in Schleswig-Holstein im Vergleich (Jahr: 2015)

	Gesamt	Nordsee	Ostsee (ohne Kiel, Lübeck und Flensburg)	Großstädte (Kiel, Lübeck und Flensburg)	Binnenland
Basis/Fallzahlen	1.174	267	343	189	375
Anreisemöglichkeiten	1,9	1,9	1,9	2,0	1,8
Ortsbilder, Architektur	2,2	2,1	2,4	1,9	2,1
Landschaftsbilder	1,7	1,6	1,8	2,1	1,7
Ihre Unterkunft	1,7	1,5	1,9	1,7	1,5
Preis-Leistungs-Verhältnis im Reiseziel	2,0	1,9	2,2	2,2	1,6
Service- und Kundenorientierung der Anbieter	1,8	1,8	1,9	1,8	1,6
Reiseziel insgesamt (Gesamteindruck)	1,8	1,6	1,9	1,8	1,7

Frage: Wie bewerten Sie die folgenden Aspekte in Ihrem Reiseziel? Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH) 2015, Angaben als Durchschnittswert 1–6

Quelle: NIT (2016): Urlaub in Schleswig-Holstein: Qualität – Bewertung – Zufriedenheit. Auswertung auf Basis der Landesstichprobe der Gästebefragung Schleswig-Holstein 2015

Die Datenauswertung ergab darüber hinaus, dass der Eindruck vom Ortsbild einen nachweislichen Einfluss auf den Gesamteindruck hat. So führt ein unterdurchschnittlicher Wert beim Ortsbild tendenziell zu einer schlechteren Note beim Gesamteindruck. Mittels statistischer Analyseverfahren konnte schließlich nachgewiesen werden, dass schlechte Noten für das Ortsbild die Wiederbesuchsabsicht spürbar reduzieren. Diese Erkenntnisse unterstreichen die hohe Bedeutung

der Ortsbildqualität, zum Beispiel für die Gästebindung.

Bedeutung für die Reisezielwahl

Im Jahr 2015 befragte die Stiftung Baukultur im Rahmen einer Repräsentativumfrage die Bevölkerung in Deutschland zu ihrer „Zufriedenheit im Hinblick auf die derzeitige Wohnumgebung und das soziale Zusammenleben“ und thematisierte dabei Fragen der Baukultur.

Stellenwert von Baukultur bei der Wahl des Urlaubsortes

	Prozent
Frage: Wenn man darüber nachdenkt, wo man seinen nächsten Urlaub verbringen möchte, können ja ganz verschiedene Aspekte eine Rolle spielen. Was ist für Sie persönlich besonders wichtig, wenn Sie ihren Urlaubsort auswählen?	
Eine schöne Landschaft, z. B. Berge, Seen, das Meer	92
Gutes Wetter bzw. ein gutes Klima	82
Attraktive Sehenswürdigkeiten	74
Eine gute regionale Gastronomie	74
Eine historische Altstadt	61
Baudenkmäler wie Burgen oder Schlösser	54
Freizeiteinrichtungen, z. B. Spaßbad oder Vergnügungspark	37
Eine interessante moderne Architektur	26

Quelle: Bundesstiftung Baukultur – Baukulturbericht „Stadt und Land“ 2016/17, S. 156f.

In diesem Zusammenhang wurde auch der „Stellenwert von Baukultur bei der Wahl des Urlaubsortes“ abgefragt. Das Ergebnis zeigt, dass andere Faktoren wie Landschaft, Klima und Sehenswürdigkeiten die größte Bedeutung für die Wahl eines

Urlaubsortes haben. Die gebaute Umwelt spielt ebenfalls eine Rolle, wenngleich hier vielfach auf die Zeugen der Vergangenheit, weniger auf die moderne Architektur verwiesen wird.

2.3 Baukultur und Tourismus

Begrifflichkeiten und Entwicklungen

Die Auseinandersetzung mit der Attraktivität des

Ortsbildes von Tourismusorten führt automatisch zu dem Begriff der „Baukultur“, dem in der öffentlichen Diskussion wachsende Aufmerksamkeit zuteilwird.

Baukultur

„Wenn von ‚Baukultur‘ gesprochen wird, ist damit die Herstellung von gebauter Umwelt und der Umgang mit ihr gemeint. Das schließt das Planen, Bauen, Umbauen und Instandhalten ein. Baukultur beschränkt sich nicht auf Architektur, sondern umfasst gleichermaßen Ingenieurbauleistungen, Stadt- und Regionalplanung sowie Landschaftsarchitektur. Die Qualität von Baukultur ergibt sich aus der Verantwortung der gesamten Gesellschaft für ihre gebaute Umwelt und deren Pflege.¹“

Was ist Baukultur?

Begriffsinhalt	Dimensionen von Baukultur
<p>Ein sich stetig verändernder Begriff</p> <hr/> <p>Beinhaltet mehr als Architektur</p> <hr/> <p>Die Schaffung von Baukultur ist ein gesellschaftlicher Prozess.</p> <hr/> <p>Es geht um Wahrung des kulturellen Erbes - nicht gleichbedeutend mit Historizismus!</p> <hr/> <p>Auch moderne Bauformen gehören zur Baukultur.</p> <hr/> <p>Keine Reduktion auf Ästhetik; bezieht sich auch auf Nutzwert, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit</p> <hr/>	<p>Das Diagramm zeigt 'Baukultur' in einem roten Fünfeck, umgeben von fünf Dimensionen: emotional (oben), sozial (rechts), ökologisch (unten rechts), ökonomisch (unten links) und ästhetisch (links).</p>

Quelle: dwif 2017 auf Basis Bundesstiftung Baukultur – Baukulturbericht „Stadt und Land“ 2016/17

Experten führen die steigende Bedeutung baukultureller Fragen auf zahlreiche Ursachen wie den demografischen Wandel, die Binnenmigration und den Strukturwandel in der Landwirtschaft zurück. Zu den Folgen dieser Entwicklungen zählen unter anderem das Aufbegehren gegen den bundesweiten „Einheitsbrei“ in der Alltagsarchitektur und den drohenden Verlust regionaler Identitäten und Baustile. Die genannten Entwicklungen stellen nicht nur die Bevölkerung und die Politik vor komplexe Herausforderungen, sondern auch Investoren, Planer und Architekten.

Auch der Tourismus und die Ferienarchitektur sind davon betroffen. Denn das Empfinden für Ästhetik verändert sich. Was in den 1970er oder 1980er Jahren architektonisch gefiel, gefällt heute häufig nicht mehr. In Schleswig-Holstein gib es eine Reihe von Tourismusorten, in denen mindestens ein Gebäude wegen seiner aus heutiger Sicht überdimensionierten Größe und nicht mehr zeitgemäßen Gestaltung zu einem Paradebeispiel für veraltete Tourismusarchitektur und somit zu einem optischen Störfaktor geworden ist. Ebenso wird die zunehmende Austauschbarkeit der Ortsbilder von Ferienorten

¹ Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg. 2012): Kommunale Kompetenz Baukultur. Werkzeugkasten der Qualitätssicherung

an den Küsten oder in den Alpen bemängelt. Aufgrund einer in die Jahre gekommenen Ferienarchitektur und Tourismusinfrastruktur entsteht weiterer Handlungsdruck. So sind beispielsweise verschiedene Einrichtungen wie Kurhäuser nicht mehr gefragt und müssen intelligenten Nachnutzungen zugeführt werden. Im schlimmsten Fall drohen Leerstand und schleichender Verfall.

Hinzu kommt, dass die Menschen bei ihrer Reisezielwahl verstärkt ihren Bedürfnissen nach Einmaligkeit, Qualität, Ästhetik und Regionalität folgen, was wiederum zu veränderten Verhaltensweisen und Touristenströmen führt. Gelebte regionale Identität wird von den Gästen zunehmend wertgeschätzt. Ihren Ausdruck kann sie zum Beispiel in Architektur, Innenausstattung und Kulinarik finden. Die Tourismusorte sind gezwungen, sich diesem Trend anzupassen. Nicht zuletzt deshalb herrscht in den Tourismusorten und -regionen inzwischen ein stärkeres Problembewusstsein, gefolgt von einem steigenden Interesse an Steuerungsmechanismen und baukulturellen Aspekten.

Dem Forschungsprojekt „Baukultur und Tourismus“, finanziert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt und Raumforschung (BBSR), kommt hierbei insofern besondere Bedeutung zu, als es die allgemeine Aufmerksamkeit auf das Thema noch einmal deutlich verstärkte. Zahlreiche Regionen initiierten daraufhin Baukulturinitiativen mit Fokus auf den Tourismus.² Mittlerweile beschäftigt man sich vielerorts mit der Frage, wie Baukultur in Tourismusorten sichergestellt werden kann (zum Beispiel in Ahrenshoop in Mecklenburg-Vorpommern, im Südschwarzwald und in Unterfranken), und hat entsprechende Lösungsansätze, aber auch Instrumente entwickelt. Im Ausland finden sich ebenfalls zahlreiche Regionen, die bei diesem Thema Vorreiterfunktionen übernehmen (zum Beispiel in Vorarlberg/Österreich). Kapitel 5 enthält eine Auswahl von entsprechenden Literaturempfehlungen und Praxisbeispielen.

Auch in Schleswig-Holstein ist diese Diskussion längst angekommen; die Akteure wissen um den dringenden Handlungsbedarf. Viele Orte investieren bereits seit Jahren massiv in die Aufwertung ihrer Infrastruktur, unterstützt mit Landes- und EU-Mitteln. Gleichwohl belegen die Ergebnisse, so auch der Gästebefragung Schleswig-Holstein, dass die Maßnahmen längst nicht ausreichen und die Akteure noch stärker sensibilisiert werden müssen.

² Vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (2015): *Regionale Baukultur und Tourismus*

3 ERGEBNISSE DER STUDIE

3.1 Bewertung der Ortsbildqualität in ausgewählten Beispielorten

Übersicht der bewerteten Orte

Anfang 2017 bestimmte der Fachbeirat 30 Tourismusorte in Schleswig-Holstein, die von der

dwif-Consulting GmbH exemplarisch hinsichtlich ihrer Gestaltungsqualität bewertet wurden. Die nicht angekündigten Begehungen, davon mehrere in Begleitung von Architekten und Planern, erfolgten im Laufe der Monate April und Mai 2017.

Übersicht der besuchten Orte



Quelle: dwif 2017

In jedem Ort wurden die touristisch relevanten Bereiche begutachtet und mittels einer Vielzahl von Einzelkriterien standardisiert bewertet:

- Stadt-/Ortskern/Fußgängerzone
- Separate touristische Kernzone/Kurbereich (soweit vorhanden)
- Strand-/Seebereich (einschließlich Promenade)
- Hafen
- Touristinformation
- Orte des Ankommens/Empfangs
- Verkehr

Der Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. stellte die Ergebnisse der Ortsbegehungen allen Orten exklusiv und kostenlos zur Verfügung. Auf die Veröffentlichung der Einzelergebnisse je Ort wird bewusst verzichtet. Jedem Ort bleibt es

vorbehalten, die Ergebnisse für interne Auswertungszwecke zu verwenden oder diese auch zu veröffentlichen bzw. öffentlich zu diskutieren. Übergreifende und verallgemeinerbare Ergebnisse hingegen werden in diesem Leitfaden zur Sprache gebracht.

Ergebnisse der Ortsbegehungen

Auf den folgenden Seiten werden übergreifende Erkenntnisse aus den Ortsbildbewertungen von 30 ausgewählten Tourismusorten in Schleswig-Holstein zusammengefasst. Ein Gesamtfazit aus allen Ortsbegehungen lässt sich allerdings kaum ableiten, da die Orte im Hinblick auf Lage, Entwicklung und Handlungsbedarf sehr unterschiedlich sind. An dieser Stelle werden daher Aspekte thematisiert, die bei etlichen Orten positiv oder negativ aufgefallen sind.

Übersicht der Bewertungsergebnisse der Orte

	++	+	0	-	--	Anmerkungen
Historischer Stadtkern/Fußgängerzone	4	11	13	2	-	
Separate touristische Kernzone/Kurbereich	3	6	6	4	1	10 Orte ohne Bewertung
Strand-/Seeareal	10	9	10	6	-	insg. 35 Angaben (d. h. in einigen Orten mehrere Strände bewertet); 4 Orte ohne Strand
Hafenanlagen	3	8	8	1	-	Teilweise mehrere Häfen je Ort; 12 Orte ohne Bewertung
Touristinformation	7	19	6	1	-	Teilweise mehrere Touristinformationen je Ort; ein Ort ohne bewertbare Einrichtung
Orte des Ankommens	1	6	10	7	-	6 Orte nicht bewertbar
Verkehr	3	12	15	-	-	

++ = „sehr hohe Gestaltungsqualität“; + = „hohe Gestaltungsqualität“; 0 = „Licht und Schatten“ ;
 - = „wenig Gestaltungsqualität“; -- = „sehr wenig Gestaltungsqualität“

Quelle: dwif 2017

Empfangssituation am Ortseingang

Insgesamt gibt es wenige Beispiele für Orte, die spürbaren Wert auf eine attraktive Gestaltung des Erscheinungsbildes am Ortseingang legen. Hier erweisen sich die begangenen Orte mit ihren Supermärkten, Tankstellen und Gewerbegebieten nicht nur als wenig attraktiv, sondern auch als optisch austauschbar.

Ortskerne/Fußgängerzone

Die Bewertung der Aufenthaltsqualität in den Ortskernen fiel sehr unterschiedlich aus. Während sich ein Teil der Orte durch eine besonders hohe Aufenthaltsqualität und zeitgemäße Gestaltung auszeichnete (zum Beispiel Eckernförde, Husum, St. Peter-Ording/Dorf, Timmendorfer Strand), präsen-

tierten sich andere von einer allzu sehr in die Jahre gekommenen Seite mit sichtbaren Belegen wirtschaftlich negativer Entwicklungen. Ergänzende Recherchen ergaben aber, dass sich diese Orte ihrer Situation bewusst sind und eine Neugestaltung der betroffenen Areale anstreben. Eine spürbare Verbesserung der Aufenthaltsqualität ist jedoch nur mit einem großflächigen Gesamtkonzept und unter erheblichem Mittelaufwand zu erreichen. Ausgesprochen positiv fiel auf, dass die Orte um die Erhaltung der historischen Bausubstanz bemüht sind.

Lokaler Einzelhandel

Die Veränderung der Konsumgewohnheiten und die damit verbundenen Auswirkungen auf die lokale Einzelhandelslandschaft machen auch vor den Orten in Schleswig-Holstein nicht halt. Vor allem in kleineren Ortschaften sind die Spuren deutlich sichtbar. Das verbliebene Einzelhandelsangebot ist in mehreren Ortskernen, nicht zuletzt wegen der Angebotsverlagerung an den Ortsrand, hinsichtlich Quantität wie Qualität wenig ansprechend. Die häufige Folge sind Leerstände, die den negativen Gesamteindruck eines Ortszentrums entscheidend prägen können. In zahlreichen Orten sollten

Maßnahmen entwickelt und umgesetzt werden, die den Leerstand weniger auffällig erscheinen lassen. Erfreulicherweise gibt es etliche Beispiele für Orte, unter anderen Eckernförde, List/Sylt, Scharbeutz, St. Peter-Ording/Dorf, Timmendorfer Strand und Wyk auf Föhr, in denen der Einzelhandel im Ortskern auf hohem Qualitätsniveau zu funktionieren scheint. Hier leistet die Kaufkraft der Touristen offenbar einen erheblichen Beitrag zur Sicherung der Einzelhandelslandschaft. Das Angebot weist allerdings auf eine starke Gästeorientierung hin und geht an dem täglichen Bedarf der einheimischen Bevölkerung vielfach vorbei.

Grell und aufdringlich gestaltete Ladenschilder, überdimensionierte Außenverkaufsflächen und ein Überangebot an Werbeaufstellern fielen häufig negativ auf. Hier bietet es sich an, den Gewerbetreibenden, zum Beispiel über Gestaltungssatzungen, mehr Hilfestellungen oder Richtlinien für eine harmonischere Gestaltung an die Hand zu geben. Trotz kurzfristiger Einschränkungen können Gestaltungssatzungen langfristig ein attraktives Umfeld schaffen, von dem auch die Gewerbetreibenden profitieren.

Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen (PACT)

Die „Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen“ (PACT) in Schleswig-Holstein ermöglichen es Grundeigentümern und Gewerbetreibenden, in einem selbst festgelegten Bereich Aufwertungsmaßnahmen in Eigeninitiative umzusetzen. Das können bauliche Maßnahmen ebenso sein wie Marketingmaßnahmen oder Quartiersmanagement. Der besondere Vorteil dieser Finanzierungs- und Organisationsform ist die Möglichkeit, all jene zu beteiligen, die von den Maßnahmen profitieren. Dazu werden die Kosten über die vor Ort beschlossenen Projekte mittels einer kommunalen Satzung auf alle Grundeigentümer umgelegt. Dank der höheren Planungs- und Finanzierungssicherheit können auch größere und längerfristige Investitionen und Projekte durchgeführt werden.

→ Weitere Informationen finden Sie unter:

www.ihk-schleswig-holstein.de/standortpolitik/stadtentwicklung/PACT

Sauberkeit und Pflege

Generell zeichnen sich die Tourismusorte durch hohe Sauberkeit aus. Ebenso verhält es sich bei der Pflege von Grünanlagen und Grünstreifen/Straßenbegleitgrün in den touristisch relevanten Zonen.

Gestaltung der Touristinformationen

Das äußere Erscheinungsbild der Touristinformationen war in zahlreichen Orten gut. Vielerorts ist erkennbar, wie viel Wert auf eine ansprechende Empfangssituation im unmittelbaren Umfeld gelegt

wird: Gepflegte Grüngestaltung, hochwertige Sitzgelegenheiten oder Fahrradabstellmöglichkeiten finden sich vor vielen Einrichtungen. Nur in Ausnahmefällen waren die Gebäude wenig repräsentativ, zum Teil wirkten die Räumlichkeiten äußerlich allzu sehr in die Jahre gekommen.

Verbesserungsmöglichkeiten gibt es bei der äußerlichen Kenntlichmachung der Touristinformation, bei der Leitbeschilderung für Fußgänger oder Autofahrer (ab Ortseingang), dem barrierefreien Zugang und bei der regionaltypischen Gestaltung der Schaufenster und Informationswände. Eine Bewertung der Räumlichkeiten innen war nicht Gegenstand des Projekts.

„Bausünden“ belasten das Erscheinungsbild

In zahlreichen Orten wird das Erscheinungsbild von optisch hervorstechenden Bauten der Vergangenheit belastet. So finden sich diverse Hotel- oder Ferienwohnungsbauten, deren Dimension und Architektur vor dem Hintergrund eines gewandelten ästhetischen Empfindens als störend empfunden werden. Hinzu kommt, dass der Zustand der Fassaden teilweise sehr zu wünschen übrig lässt, was die Gesamtsituation noch verschärft. Zweifellos ist anzuerkennen, dass diese Bauwerke Zeugnisse ihrer Zeit sind und damals weniger kritisch bewertet wurden. Dennoch sollten diese Beispiele die Verantwortlichen in den Kommunen dafür sensibilisieren, den langfristigen gestalterischen Einfluss eines großen Bauwerks auf den Ort nicht zu unterschätzen. Gleichzeitig ist es ratsam, die vorhandenen Instrumente bewusst zu nutzen, um zumindest Verbesserungen bei Missständen zu erzielen. Weitere Informationen zu diesem Thema siehe Abschnitt 4.6.

Privatgrundstücke

Der Zustand der Privathäuser und die Pflege von Privatgrundstücken hat in den Tourismusorten eine nicht zu vernachlässigende Bedeutung für das Gesamterscheinungsbild. In vielen Orten ist der hervorragende Pflegezustand der Privatgrundstücke besonders lobend hervorzuheben (zum Beispiel in Gelting, Hörnum, List, Mölln und Timmendorfer Strand). In anderen Orten wiederum zeigte sich ein weniger ansprechendes Bild, dem über Sensibilisierungsmaßnahmen und Anreizsysteme entgegen-

gewirkt werden sollte. Abschnitt 4.6 dieses Leitfadens zeigt verschiedene Maßnahmenbeispiele, mit denen die lokalen Akteure für dieses Anliegen gewonnen werden können.

Kurparke/Grünanlagen

Licht, aber auch Schatten bot sich bei zentralen Grünanlagen und Kurparken. Während viele Anlagen mit hohem Aufwand attraktiv gestaltet und gepflegt werden (zum Beispiel in Eckernförde, Haffkrug, Mölln), wirken andere vernachlässigt und vom Tourismusgeschehen abgewandt, weshalb ihre touristische Bedeutung und Funktion für den Ort fraglich ist. Viele Orte befinden sich am Scheideweg, wie mit diesen Anlagen umzugehen ist und welche Funktionen und Gestaltung sie zukünftig haben sollen. Vielfach sind die Grünanlagen immer noch als Kurparke ausgewiesen, ein Besuch ist jedoch nicht immer empfehlenswert.

Orte des Ankommens

Obwohl in vielen Orten nur ein geringer Teil der Gäste mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreist, sollte der Empfangsqualität an den „Orten des Ankommens“ größere Aufmerksamkeit gewidmet werden. Es fängt beim äußeren Erscheinungsbild der Bahnhofsgebäude und Bushaltestellen an und reicht bis zur Besucherinformation und Lenkung der Gäste zu den zentralen touristischen Bereichen. Viele Anlagen in den begutachteten Orten sind von Vandalismus, mangelnder Sauberkeit und fehlenden bis verwitterten Orientierungshinweisen geprägt. Häufig werden Funktionsverluste in Form von Leerständen im Bahnhofsgebäude deutlich (zum Beispiel fehlende Reisezentren, Geschäfte oder Gastronomiebetriebe).

Strandpromenaden

In den letzten Jahren wurden in Schleswig-Holstein erhebliche finanzielle Mittel in die Attraktivierung von Strand- oder Seepromenaden investiert. Entsprechend positiv sind die Ergebnisse der Ortsbegehungen. Viele Promenaden wurden erst vor kurzem erneuert und zeichnen sich heute durch eine ebenso differenzierte wie abwechslungsreiche Gestaltung sowie zeit- und bedarfsgemäße Ruhe- bzw. Kommunikationszonen aus. Zudem fiel positiv auf, dass die Strandinfrastruktur, das heißt Toilettenanlagen, Strandgastronomie, Kioske und

Seebrücken als Profilierungschance

2010 befasste sich das Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein mit den verschiedenen Seebrückentypen und analysierte planerische, rechtliche und finanzielle Aspekte. Die Analysen mündeten in einen umfangreichen Empfehlungskatalog, um zukunftsfähige Seebrücken zu planen und zu bewirtschaften. Dieser berücksichtigte insbesondere die Bereiche Planung, Einbindung in das Ortsbild, Gestaltung, konzeptionelle Abstimmung sowie Einbeziehung privater Investoren.

→ Der Bericht kann kostenlos heruntergeladen werden unter:
www.tourismusbarometer.sh („Jahresberichte“ – Jahresbericht 2010)

Lagermöglichkeiten, immer häufiger in das gestalterische Gesamtkonzept der Promenade eingebunden wird. Dadurch erhält das gesamte Areal eine harmonische Ausstrahlung (zum Beispiel in Büsum, Eckernförde, Grömitz, Heiligenhafen, Hohwacht, Neustadt/Pelzerhaken, Niendorf, Scharbeutz, St. Peter-Ording/Bad, Wyk auf Föhr). Die neu errichteten Seebrücken in Heiligenhafen, Niendorf und Timmendorfer Strand leisten überdies einen weiteren positiven Beitrag zum Gesamterscheinungsbild der Promenaden.

Trotz dieser Fortschritte gibt es weiterhin Orte, die noch Handlungsbedarf haben. Mehrfach finden sich Promenadenbeispiele, die sich aufgrund ihrer Anlage, der Verwendung von ästhetisch wenig attraktiven Asphaltoberflächen und in die Jahre gekommenen Mobiliars eintönig und wenig zeitgemäß präsentieren. Ein klarer Wettbewerbsnachteil für die betreffenden Orte!

Als problematisch erwiesen sich auch mehrere Grünstrandanlagen auf Deichen, die am Deichfuß aus Küstenschutzgründen mit Asphaltdecken verstärkt oder gar komplett asphaltiert wurden. Darunter leiden die optische Attraktivität sowie die Aufenthaltsqualität. Hinzu kommt, dass Deichkronenwege teilweise mit wenig ästhetischem Feingefühl gestaltet sind, obwohl sie ein beliebter Aufenthaltsort und Spazierweg sein könnten.

Positiv beeindruckt waren die Prüfer hingegen von der Gestaltung der Zone zwischen Promenade und Strand. Wo früher vergleichsweise rigide Gestaltungsmaßnahmen wie stacheldrahtbewehrte Zäune und Holzpalisaden die Gäste zu den offiziellen

Standzugängen leiteten, finden sich heute deutlich attraktivere und „sanftere“ Gestaltungslösungen durch geschickte Bepflanzung.

Pflege von Stränden

Die meisten Tourismusorte mit Stränden zeichnen sich durch eine grundsätzlich gute Pflege ihrer Strandabschnitte aus. Licht und Schatten haben sich jedoch bei der Gestaltung, zum Beispiel von Müllbehältern und Spielgeräten auf den Stränden, herausgestellt: Während einzelne Orte größere Spielareale auf ihren Stränden angelegt und ihre Müllbehälter beispielsweise mit Holzverkleidungen aufgewertet haben, tauchen Spielgeräte andernorts nur vereinzelt und bisweilen ziemlich veraltet auf.

Hafenareale

Häfen sind nur in wenigen Orten relevant. In Grömitz, Eckernförde und Laboe zum Beispiel konnte die Aufenthaltsqualität durch Investitionen gezielt gesteigert und der (touristische) Erlebniswert des Areals somit erhöht werden. In den vergangenen Jahren hat sich mancherlei zum Positiven hin verändert. Es gibt jedoch andere Hafenanlagen, in denen vergleichbare Maßnahmen umgesetzt werden sollten, da Häfen grundsätzlich eine hohe Anziehungskraft auf Touristen haben und ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal darstellen. Es empfiehlt sich daher, die vorhandenen Potenziale durch eine attraktive Gestaltung und Inwertsetzung dieser Areale bestmöglich zu nutzen.

Mobiliar

Im Hinblick auf Pflegezustand und Funktionalität weist das Mobiliar im öffentlichen Raum zum Teil erhebliche Mängel auf. Als Problemfeld erwies sich

Stärkung des touristischen Mehrwerts von Häfen und Marinas

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein beschäftigte sich 2009 mit den Möglichkeiten der touristischen Inwertsetzung von Häfen und Marinas, um den maritimen Charakter Schleswig-Holstein zu unterstreichen. Die Studie gibt Empfehlungen zur strategischen Vorgehensweise und Konzeptentwicklung und thematisiert die Möglichkeiten, Häfen als Erlebnisort für Gäste zu inszenieren. Die hierbei zu berücksichtigenden Infrastrukturbereiche und Gestaltungsaspekte werden konkret benannt und mit Praxisbeispielen greifbar gemacht.

→ Der Bericht kann kostenlos heruntergeladen werden unter:
www.tourismusbarometer.sh („Jahresberichte“ – Jahresbericht 2010)

zudem der auffällige Stilmix von Sitzgelegenheiten unterschiedlichsten Alters auf engem Raum, was einem harmonischen Gesamterscheinungsbild abträglich ist.

Beschilderung/Leitsysteme

Immer wieder sind Fußgängerleitsysteme überladen, grell und teilweise missverständlich. Dadurch verlieren sie ihre Orientierungsfunktion und wirken sich störend auf das Gesamterscheinungsbild aus.

Ob Orientierungskarten, touristische Hinweistafeln oder kleine Erlebnisstationen, so zum Beispiel Spielstelen, wie sie zum Thema „Weltnaturerbe Wattenmeer“ in vielen Orten anzutreffen sind – mit der einmaligen Aufstellung dieser Anlagen ist es nicht getan. Sie müssen in regelmäßigen Abständen

gereinigt oder erneuert werden. Damit hinken allerdings viele Orte hinterher. Etliche Anlagen wirken, als wären sie längst aufgegeben worden; im Zweifelsfall sollten sie lieber demontiert werden, als sie in diesem unschönen Zustand zu belassen.

Verbindung wichtiger Areale

Die gestalterische Verbindung zwischen tourismusrelevanten Kernzonen ist ein Aufgabenfeld, dem viele Orte mehr Aufmerksamkeit widmen müssten. Häufig ist die Verbindung zwischen dem Ortskern, der Promenade, dem Kurpark oder einer Museumszone kaum erkennbar und entsprechend wenig einladend gestaltet. Mehr Gestaltungskraft sollte also aufgewendet werden, um attraktive Verbindungswege und Sichtachsen zwischen wichtigen Arealen zu installieren.

Optimierung der touristischen Infrastruktur – ein Leitfaden für Kommunen

Ein 2008 herausgebrachter Leitfaden zur Optimierung der touristischen Infrastruktur in Schleswig-Holstein formuliert zahlreiche Empfehlungen, wie Ortsbilder, Beherbergungsinfrastruktur, Strände, Seebrücken, Promenaden, Häfen und Kuranlagen hinsichtlich der aktuellen Bedürfnisse der Gäste optimiert werden können. Eine Vielzahl von Praxisbeispielen ergänzt die strategischen Ausführungen. Besondere Beachtung verdienen die Ausführungen zum strategischen Ansatz des Erlebnisraumdesigns, mit dem Markenwerte und Emotionen in die touristische Infrastruktur transportiert werden können.

→ Der Leitfaden kann als Kurz- oder Langfassung kostenlos heruntergeladen werden unter:
www.tvsh.de/service/download-center/

Atmosphäre

Es kann eine herausfordernde Gratwanderung sein, einen Tourismusort erfolgreich weiterzuentwickeln und gleichzeitig seinen individuellen Charakter zu erhalten. In vielen Orten Schleswig-Holsteins finden sich Straßenzüge oder Wohnviertel, die ein sehr hoher Ferienwohnungs- bzw. Zweitwohnungsanteil charakterisiert. Die Folge: Insbesondere in der Nebensaison sind diese Areale verlassen und entsprechend trostlos (Stichwort: Rollladensiedlung). Daher sollten zahlreiche Orte bei der baulichen Weiterentwicklung unter ihrer Planungshoheit darauf achten, eine gesunde Durchmischung von Wohnbevölkerung und Ferienwohnungen sicherzustellen, um so ganzjährig für eine lebendig angenehme Atmosphäre zu sorgen. Weitere Informationen zu diesem Thema siehe Abschnitt 4.4.

Illustration von Beispielen

Auf den folgenden Seiten werden zahlreiche Bilder der Ortsbegehungen dargestellt. Sie illustrieren, geordnet nach Themenbereichen, die aktuelle Situation in den Orten zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme im April/Mai 2017. Die Ausschnitte wurden von der dwif-Consulting GmbH ausgewählt. Es sind die Originalbilder der Begehungen und keine professionellen Werbefotografien. Es handelt sich demnach um eine Momentaufnahme der Vor-Ort-Situation. Angedachte Umgestaltungsmaßnahmen und Planungen der Kommunen können mit diesen Bildern nicht abgebildet werden. Der Austausch über die einzelörtlichen Ergebnisse hat ergeben, dass die meisten Orte die eigenen Schwachstellen kennen und entweder bereits entsprechende Gegenmaßnahmen planen oder nicht über die finanziellen Mittel zu deren Behebung verfügen.

Die Bilddokumentation will laufende Aktivitäten zur Aufwertung des Ortsbildes nicht in Frage stellen und die Orte auch nicht anprangern. Ziel ist es, den Leser durch Beispielsbilder zu sensibilisieren und eine konstruktive Diskussion auszulösen.

Ortskerne/Fußgängerzonen: von „in die Jahre gekommen“ bis „modern“



► Malente



► Grömitz



► St. Peter-Ording/Dorf



► Husum



► Timmendorfer Strand



► Scharbeutz

Unterschiedliche Gestaltung und Pflege von Kurparken bzw. zentralen Grünanlagen



► Wittdün (Amrum)



► Büsum



► Timmendorfer Strand



► Mölln



► Eckernförde



► Glücksburg

Strandpromenaden – von „eintönig“ bis „erlebnisorientiert“



► St. Peter-Ording/Dorf



► Wittdün (Amrum)



► Wyk auf Föhr



► St. Peter-Ording/Bad



► Scharbeutz



► Neustadt in Holstein



► Heiligenhafen



► Glücksburg

Strandgastronomie – hochwertige Angebote auf dem Vormarsch



► Heiligenhafen



► Wittdün



► Husum



► Büsum



► Neustadt in Holstein



► Wyk auf Föhr

Hafenareale – häufig noch brachliegende (Inszenierungs-)Potenziale



► Wittdün



► Pellworm



► Büsum



► Niendorf



► Wyk auf Föhr



► Husum



► Heiligenhafen

Orte des Ankommens – die erste Visitenkarte des Ortes wird häufig vernachlässigt



► St. Peter-Ording/Bad



► Eckernförde



► Malente



► Husum



► Ratzeburg



► Scharbeutz



► Neustadt in Holstein

3.2 Befragung der Beispielorte

Zielstellung der Befragung

Im Vorfeld der Begehung wurden die 30 Orte schriftlich befragt, um auf diese Weise die Sicht der Kommunen auf verschiedene Aspekte sowie die Eigenwahrnehmung des Erscheinungsbildes zu ermitteln:

- Zufriedenheit mit dem baulichen Erscheinungsbild des eigenen Ortes generell und speziell unter touristischen Gesichtspunkten
- Wahrgenommene Verbesserungsbedarfe
- Aussagen zu Pflege und Steuerung der Ortsgestaltung
- Eingesetzte Planungs- und Gestaltungsinstrumente zur Sicherstellung der Ortsbildqualität und zur Berücksichtigung von Aspekten der Baukultur

26 Orte beteiligten sich an der Befragung. Der Tourismusverband übermittelte die Fragebögen jeweils dem Bürgermeister/der Bürgermeisterin der Kommune sowie den Tourismusverantwortlichen mit der Bitte um eine gemeinschaftliche bzw. abgestimmte Beantwortung. Je nach Ort wurden die Fragebögen von unterschiedlichen Akteuren bearbeitet. Das Spektrum reichte vom Bürgermeister selbst über einen Vertreter der Planungsabteilung der Stadtverwaltung bis hin zum örtlichen Tourismusedirektor.

Befragungsergebnisse

Die Vertreter der Orte brachten in der Befragung mehrheitlich ihre Zufriedenheit mit dem Erscheinungsbild ihres Ortes zum Ausdruck. Ungeachtet dessen wird jedoch fast überall weiterer Handlungsbedarf gesehen. Jeder zweite Ort beklagt zudem Probleme mit „Bausünden“ der 1970er bis 1990er Jahre, die das Ortsbild belasten.

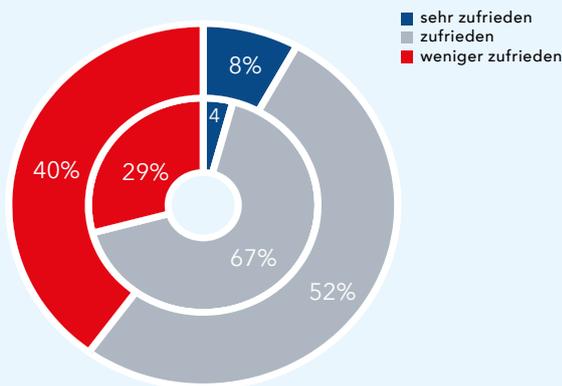
Die Ortsvertreter legen auf eine hochwertige Architektur und eine qualitätsorientierte Gestaltung des eigenen Ortes Wert und versuchen dies über planerische Instrumente und Gestaltungsvorgaben zu erreichen. Gleichwohl wäre ihrer Ansicht nach eine größere Fachkenntnis in baulichen und gestalterischen Fragen bei den Stadt- und Gemeinderäten wünschenswert. Auch Bevölkerung und Gewer-

betreibende müssten stärker für ihren persönlichen Beitrag zum Erscheinungsbild sensibilisiert werden. Um die Baukultur zu sichern und zu fördern, fühlen sich die Kommunalvertreter auf externe Beratung angewiesen. Entsprechende Hilfestellungen und Informationsangebote sind ausdrücklich erwünscht.

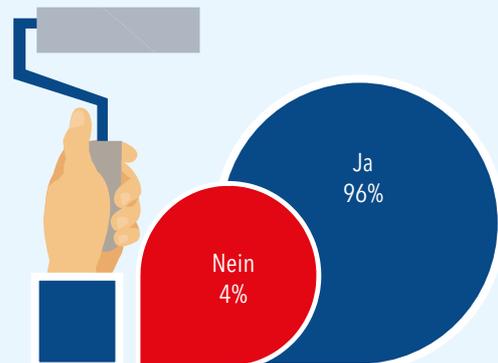
Weitere ausführliche Informationen können der Infografik, die die Ergebnisse der Befragung im Detail dokumentiert, entnommen werden.

Ergebnisse der Befragung der 30 Gemeinden

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Erscheinungsbild Ihres Ortes hinsichtlich der baulichen Struktur (Innenkreis) und speziell unter touristischen Gesichtspunkten (Außenkreis)?



Frage: Sehen Sie Verbesserungsbedarf mit Blick auf das Erscheinungsbild und die touristische Infrastruktur in Ihrem Ort?



Fragen zur Bedeutung von Baukultur:

Haben Sie vor Ort Probleme mit „Bausünden“ der 1970er bis 1990er Jahre?	48%	32%	24%
Fehlen Ihnen Erkenntnisse, um regionale Architektur umsetzen zu können?	17%	42%	41%
Legen Sie Wert auf die Sicherstellung einer hochwertigen Architektur?	68%	32%	
Nehmen Ihre Planer und Ausschüsse bei allen Bauvorhaben bewusst Einfluss durch Gestaltungsvorgaben?	54%	17%	29%
Wünschen Sie sich, dass Stadt-/Gemeindevertreter über mehr Fachkenntnis verfügen?	68%	32%	
Sind Sie für die Wahrnehmung baukultureller Aufgaben auf kostenneutrale externe Beratung angewiesen?	56%	40%	4%
Sind Sie der Meinung, dass Bürger und Gewerbetreibende stärker sensibilisiert werden müssen?	64%	24%	12%

■ stimme voll zu/stimme zu ■ teils, teils ■ stimme nicht/stimme überhaupt nicht zu

Aktivitäten in den Kommunen

Aktivität	Ja	Nein
Initiieren Sie oder andere Akteure in Ihrer Gemeinde einen Prozess für die Identifikation und Umsetzung einer regionalen/lokalen Baukultur (...)?	46%	54%
Gibt es in Ihrer Gemeinde eine Vorstellung, Definition oder ein Leitbild für eine regionale/lokale Baukultur (...)?	33%	67%
Haben Sie ein (Tourismus-)Konzept, das Vorgaben zur Entwicklung und Gestaltung der Infrastruktur im Sinne der Ortsbildpflege/-gestaltung macht?	46%	54%
Haben Sie für Ihre Gemeinde Zielgruppen definiert, auf die auch die touristische Infrastruktur bei ihrer Gestaltung spezifisch ausgerichtet werden soll?	67%	33%
Wünschen Sie sich in Ihrer Region mehr Informationsangebote oder Hilfestellungen zu baukulturellen Themen?	71%	29%

Frage: Werden in Ihrer Gemeinde Planungs- bzw. Gestaltungsinstrumente eingesetzt, um die Ortsbildqualität sicherzustellen oder Aspekte der Baukultur zu berücksichtigen? Wenn ja, welche?



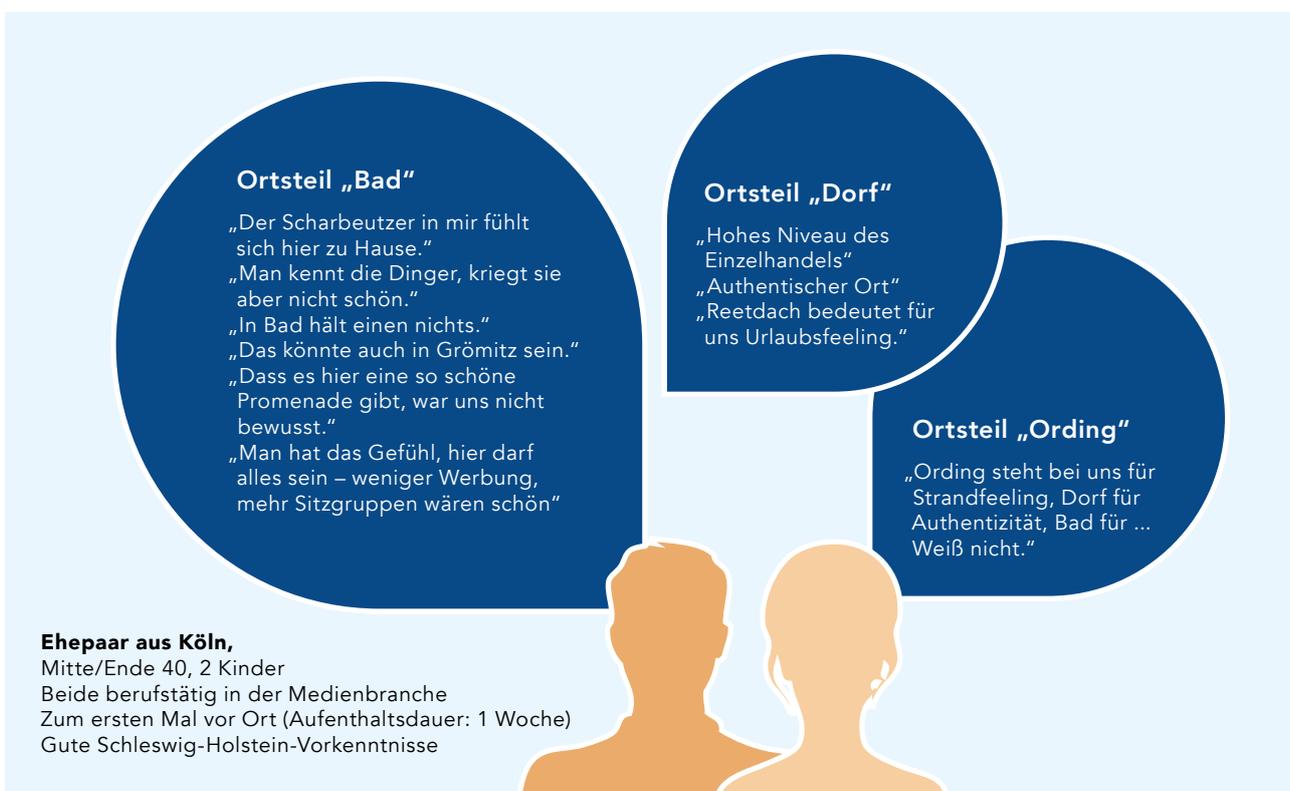
Quelle: dwif 2017

3.3 Beobachtung eines Gästepaares in St. Peter-Ording

Wie nehmen Gäste einen Ort in seiner Gestaltungsqualität vor Ort wahr? Ein Feldversuch im Rahmen der Studie liefert hierzu praktische Erkenntnisse. Die Methode war denkbar einfach: Mit Unterstützung der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording konnte ein Gästepaar für den

Versuch gewonnen werden (Mai 2017). Zusammen mit einem Vertreter der dwif-Consulting GmbH als teilnehmender Beobachter erkundeten sie in einem zweistündigen Spaziergang den Ort (genauer: die Ortsteile „Dorf“ und „Bad“), äußerten ihre Beobachtungen und beantworteten am Ende Fragen. Die Ergebnisse waren trotz der fehlenden Repräsentativität äußerst aufschlussreich.

O-Töne der Begehung mit den Testpersonen



Ortsteil „Bad“
 „Der Scharbeutzer in mir fühlt sich hier zu Hause.“
 „Man kennt die Dinger, kriegt sie aber nicht schön.“
 „In Bad hält einen nichts.“
 „Das könnte auch in Grömitz sein.“
 „Dass es hier eine so schöne Promenade gibt, war uns nicht bewusst.“
 „Man hat das Gefühl, hier darf alles sein – weniger Werbung, mehr Sitzgruppen wären schön“

Ortsteil „Dorf“
 „Hohes Niveau des Einzelhandels“
 „Authentischer Ort“
 „Reetdach bedeutet für uns Urlaubsfeeling.“

Ortsteil „Ording“
 „Ording steht bei uns für Strandfeeling, Dorf für Authentizität, Bad für ... Weiß nicht.“

Ehepaar aus Köln,
 Mitte/Ende 40, 2 Kinder
 Beide berufstätig in der Medienbranche
 Zum ersten Mal vor Ort (Aufenthaltsdauer: 1 Woche)
 Gute Schleswig-Holstein-Vorkenntnisse

Quelle: dwif 2017

Erkenntnisse

- **Viel Erfahrung:** Das Gästepaar verfügt über viel Erfahrung mit Reisezielen in der ganzen Welt. Ob nun wirklich vergleichbar oder nicht: Hinsichtlich Qualität steht St. Peter-Ording bei diesem Paar mit allen anderen bereisten Destinationen im Wettbewerb.
- **Klischees bestätigen sich:** Egal ob Ost- oder Nordseeküste – Reetdachhäuser sind der Inbegriff regionaltypischer Baukultur in Schles-

wig-Holstein. Sie tragen erheblich zum Urlaubsgefühl des Paares bei.

- **Architektur/Baustil als Alleinstellungsmerkmal:** Als Alleinstellungsmerkmal für St. Peter-Ording stellen sich die Pfahlbauten am Strand heraus. Gleichzeitig werden mit dieser Architektur Vorstellungen über die (vermeintlich) vor Ort vorherrschende Gästeklientel, die Surferszene, verbunden.

- **Klare Präferenzen:** Der Spaziergang fördert klare Präferenzen zutage. Hinsichtlich ihrer Aufenthaltsqualität werden die Ortsteile rigoros bewertet:
Ortsteil „Dorf“ = idyllisch, dörflich, authentisch
Ortsteil „Ording“ = Strandfeeling
Ortsteil „Bad“ = austauschbar, in die Jahre gekommen
 - **Atmosphäre ist wichtig für das Gesamturteil:** Das lokale Einzelhandelsangebot und die Gastronomie sind wichtige ortsbildprägende und das Ortsbild belebende Elemente, die entscheidend zur Atmosphäre beitragen. Eine funktionierende und belebte Einzelhandels- und Gastronomielandschaft wird – bewusst oder unbewusst – wahrgenommen und prägt das Gesamturteil.
 - **Alt und Neu:** Neu gestaltete Bereiche und Investitionen in die Infrastruktur werden schnell erkannt und lobend kommentiert.
 - **Stimmiges Gesamterscheinungsbild:** Die Testpersonen zeigen ein auffallendes Bewusstsein für die Geschlossenheit des äußeren Erscheinungsbildes eines Ortes. Abgestimmte Gestaltungs- und Möblierungskonzepte werden positiv wahrgenommen, Mobiliarvielerlei hingegen kritisiert. Investitionen stärken beim Gast das Gefühl, dass in diesem Ort ein ausgeprägtes Bewusstsein für die Bedürfnisse des Gastes besteht.
 - **Details zählen:** Auch Kleinigkeiten leisten ihren Beitrag zum Gesamteindruck. So fiel zum Beispiel auf der neuen Strandpromenade in St. Peter-Ording/Bad der aufwendig gestaltete Spielplatz mit Wasserspielelementen besonders positiv auf. Ebenso wurden das abgestimmte und hochwertige Mobiliar und die interessanten Infotafeln auf der Strandbühne gewürdigt.
 - **Bewertung ist höchst subjektiv:** Die Bewertung der Ortsbildqualität ist ein höchst subjektiver Prozess. So kommt das Gästepaar durchaus zu unterschiedlichen Bewertungen, sei es der Optik des auffälligen StrandGut Hotels oder der Gosch-Gastronomie auf dem Bühnenvorplatz.
 - **Beherbergungsbetriebe schaffen Reiseanlässe:** Das Gästepaar berichtet, dass eine persönliche Empfehlung ihre Aufmerksamkeit zunächst auf das StrandGut Hotel in St. Peter-Ording gelenkt habe. Erst bei der Recherche über das Hotel fiel ihnen der Ort an sich auf. So beschlossen sie, den Ort zu besuchen, obwohl in dem empfohlenen Hotel kein Zimmer mehr für den gewünschten Zeitraum zur Verfügung stand.
- Fazit: Das Vorgehen wird zur Nachahmung empfohlen. Mit relativ bescheidenem Aufwand können so kurzfristig und beliebig oft spontane Reaktionen zum Ortsbild gesammelt und Defizite gegebenenfalls sofort behoben werden.

Gästebeobachtung zur Erkennung von Handlungsbedarfen im Ortsbild – Vorschlag zur Vorgehensweise

Formen und Ablauf	Mögliche Leitfragen				
<p>Kurzfristiger Aushang in der Touristinformation (attraktiv gestaltet und seriös wirkend)</p> <p>Mögliche Varianten:</p> <ul style="list-style-type: none"> – begleiteter Spaziergang (z. B. in Begleitung eines Touristiklers, Ortsplaners, des Bürgermeisters) – unbegleiteter Spaziergang mit Fragebogen/ Leitfaden zum Ausfüllen <p>„Belohnung“ als Anreiz</p>	<p>Wenn Sie durch unseren Ort spazieren, achten Sie doch bitte auf folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Äußeres Erscheinungsbild der Gebäude und Plätze – Wahrgenommene Atmosphäre – Aufenthaltsqualität von Plätzen – Pflege/Sauberkeit und Gestaltung von Straßen, Fußgängerzonen, Gehwegen, Promenaden, Grünstreifen und Parks – Zustand und Gestaltung des Mobiliars und der Beschilderung – Wirkung von Einzelhandelsgeschäften und Gastronomiebetrieben – Zustand von Privathäusern/-gärten <p>Welche Bereiche/Stadtteile gefallen Ihnen gut und welche weniger?</p> <p>Welche Wirkung hat auf Sie ...? (Standpunkte definieren)</p> <p>Was sollten wir sofort ändern?</p> <p>Hatte das Ortsbild einen Einfluss auf Ihre Reiseentscheidung?</p>				
	<p>Ablaufvorschlag</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="890 1301 1075 1538"> <p>1</p> <p>Begrüßung/ Information über das Vorhaben</p> </td> <td data-bbox="1075 1301 1260 1538"> <p>2</p> <p>2-stündiger gemeinsamer Spaziergang durch SPO Bad und Dorf</p> </td> <td data-bbox="1260 1301 1449 1538"> <p>3</p> <p>Neutrale Abfrage von Eindrücken nach Oberthemen</p> </td> <td data-bbox="890 1301 1075 1538"> <p>4</p> <p>Verabschiedung/ (inkl. kleines Geschenk von der Touris- muszentrale)</p> </td> </tr> </table>	<p>1</p> <p>Begrüßung/ Information über das Vorhaben</p>	<p>2</p> <p>2-stündiger gemeinsamer Spaziergang durch SPO Bad und Dorf</p>	<p>3</p> <p>Neutrale Abfrage von Eindrücken nach Oberthemen</p>	<p>4</p> <p>Verabschiedung/ (inkl. kleines Geschenk von der Touris- muszentrale)</p>
<p>1</p> <p>Begrüßung/ Information über das Vorhaben</p>	<p>2</p> <p>2-stündiger gemeinsamer Spaziergang durch SPO Bad und Dorf</p>	<p>3</p> <p>Neutrale Abfrage von Eindrücken nach Oberthemen</p>	<p>4</p> <p>Verabschiedung/ (inkl. kleines Geschenk von der Touris- muszentrale)</p>		

Quelle: dwif 2017

4 HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR DIE SICHERSTELLUNG UND WEITERENTWICKLUNG DER ORTSBILDQUALITÄT

Zur Sicherstellung der Ortsbildqualität empfehlen sich diverse Aktivitäten in mehreren Handlungsfeldern. Die Handlungsfelder reichen von der Erkennung des Handlungsbedarfs über eine lang-

fristige Planung der Gestaltung, den Einsatz von Steuerungsinstrumenten bis hin zur Schaffung von Anreizen und die Förderung des gegenseitigen Verständnisses.

Empfehlungen für die Gemeinden zur Bewahrung/Entwicklung der Ortsbildqualität

1	Handlungsbedarf erkennen!	5	Beteiligung organisieren!
2	Langfristigen Handlungsrahmen entwickeln!	6	Bewusstsein schaffen und Anreize geben!
3	Beratung suchen!	7	Für gegenseitiges Verständnis sorgen!
4	Vorhandene Gestaltungs-/Steuerungsinstrumente nutzen!		

Quelle: dwif 2017

4.1 Handlungsbedarf erkennen!

Hintergrund dieses Handlungsfeldes

Wichtige Voraussetzung für die bewusste Entwicklung der Ortsbildqualität ist zunächst das Erkennen des eigentlichen Handlungsbedarfs. Das ist tatsächlich gar nicht selbstverständlich und muss häufig von außen angestoßen werden. Die in diesem Handlungsfeld empfohlenen Instrumente verfolgen folgende Ziele:

- Neutrale Bewertung der Attraktivität eines Ortes
- Sensibilisierung der lokalen Verantwortlichen für die Zonen, in denen Handlungsbedarf besteht
- Sammlung von Argumentationshilfen, um die kommunalen Entscheidungsgremien zu überzeugen

Mögliche Instrumente/Maßnahmen

- **Expertenblick von außen:** Es kann sinnvoll sein, Stadtplaner, Architekten oder Tourismusexperten als externe Gutachter mit einer Bewertung der Ortsbildqualität zu beauftragen. Der neutrale Blick von außen arbeitet die Problemfelder in der Regel sehr schnell heraus und liefert Handlungsempfehlungen.
- **Organisation von Spaziergängen mit Gästen zum Thema Ortsbildgestaltung:** Verantwortliche der Stadt oder die örtlichen Touristiker organisieren begleitete Spaziergänge mit Gästen durch den eigenen Ort. Anhand von vorgegebenen Leitfragen und Standpunkten schildern die Gäste, unbeeinflusst von den Verantwortlichen,

ihre persönliche Wahrnehmung der Ortsbildqualität. Damit sind natürlich keine quantitativ repräsentativen Ergebnisse zu gewinnen. Dennoch können auf diese Weise Problemzonen identifiziert und erforderliche Sofortmaßnahmen erkannt werden.

- **Integration von Ortsbildaspekten in die Marktforschung/Gästebefragung:** Eine weitere Erkenntnisquelle ist die Einbindung von Fragen zur Ortsbildqualität in schriftlichen Befragungen von Tages- oder Übernachtungsgästen vor Ort. Die Möglichkeiten reichen von der generellen Bewertung der Ortsbildqualität bis hin zu Detailaspekten. Diese Methode liefert quantitative Erkenntnisse, die für die Argumentation gegenüber Bauausschüssen oder Fördermittelgebern sehr hilfreich sein können.

Fragebeispiele:

Wie bewerten Sie das Ortsbild bzw. die Architektur unseres Ortes? Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihr Reiseziel wichtig? (Antwortvorgabe „Ortsbild/Architektur“)

Bitte bewerten Sie die Gestaltungsqualität von .../unseres Ortes hinsichtlich folgender Aspekte:

- Gestaltung des Platzes (Name)
- Aufenthaltsqualität in der Fußgängerzone auf der Strandpromenade/auf der Seebrücke/im Hafen/am Bahnhof (Bezeichnung)
- Sauberkeit des Ortes
- Zustand des Mobiliars (Ruhebänke, Mülleimer, Spielgeräte)
- Attraktivität der Außengastronomie
- Attraktivität der Schaufenstergestaltung Außenverkaufsflächen
- Gestaltung der Touristinformation (innen und außen)
- Gestaltung von Werbeflächen

Gibt es Aspekte bei der Gestaltung unseres Ortes, die Sie stören? Gibt es Aspekte, die Ihnen gefallen?

Welche Stellen im Ort empfinden Sie als „Schandfleck“?

- **Befragung der Bevölkerung:** Nicht nur die Gäste im Ort, sondern auch die eigene Bevölkerung hat ein Gespür für den Grad der Attraktivität des Ortes und entsprechende Vorstellungen. Auch in diesem Fall bietet es sich an, in regelmäßigen oder unregelmäßigen Abständen eine Befragung zu Gestaltungsaspekten durchzuführen. So kann Handlungsbedarf identifiziert und die Bevölkerung einbezogen werden. Wichtig: Es sollten nicht nur Qualitätseinschätzungen eingeholt, sondern auch Bedarfe (zum Beispiel finanzielle Unterstützung, Beratungsbedarf) oder Investitionsbereitschaften erhoben werden. Interessant sind auch Vergleiche zwischen der Sicht der Bevölkerung und der Gäste.
- **Befragung von Einzelhandelsbetrieben, Gastronomen sowie Hotelbetreibern:** Eine weitere Akteursgruppe für Gestaltungsfragen stellen die einheimischen Gewerbetreibenden dar. Auch sie haben eine subjektive Wahrnehmung von ihrem Ort und können hilfreiche Hinweise zu Gestaltung und Konfliktfeldern geben.
- **Experten oder Querdenker schildern ihre Eindrücke:** Eine interessante Handlungsalternative mit Öffentlichkeitswirkung bildet der Ansatz, den der Verein Flensburger Baukultur e.V. mit der „StadtDenkerinitiative“ über mehrere Jahre hinweg in seiner Stadt vorantrieb. So lassen sich spannende Wahrnehmungen und Denkanstöße zutage fördern.

Flensburger StadtDenker

Im Rahmen des Projekts „Flensburger StadtDenker“ lud der Verein Flensburger Baukultur e. V. zwischen 2004 bis 2008 „unabhängig denkende und nicht mit der Region verbundene Persönlichkeiten nach Flensburg (ein), ohne Vorgaben die Stadt, den Landschaftsraum sowie die Menschen zu erkunden und ihre Eindrücke in einer öffentlichen Veranstaltung mitzuteilen.“³ Im genannten Zeitraum schilderten insgesamt folgende fünf Personen ihre Eindrücke in öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen: Arno Brandlhuber (Architekt), Gert Kähler (Bauhistoriker, Architekturkritiker und Publizist), Elsebeth Gerner Nielsen (Soziologin), Udo Wachtveitl (Schauspieler, Regisseur, Kolumnist), Henri Bava (Landschaftsarchitekt).

→ Weitere Informationen über den Flensburger Baukultur e. V. unter:
www.altstadt-flensburg.de/pdf/stadtDenker.pdf

4.2 Langfristigen Handlungsrahmen entwickeln!

Hintergrund dieses Handlungsfeldes

Viele Orte haben keine langfristige gestalterische Grundidee für die Ortsentwicklung. Sie betreiben eine „Briefmarkenplanung“, das heißt, sie sehen häufig nur die jeweiligen neu zu beplanenden Areale oder Grundstücke, sorgen jedoch nicht für die Durchsetzung einer abgestimmten gestalterischen Grundidee im Ort. Häufig hängen Entwicklungsziele für einen Ort mit handelnden Akteuren oder Entscheidern in der Kommunalpolitik zusammen. Eine hohe Fluktuation an dieser Stelle führt oft zu einem Wechsel der Prioritäten und Entwicklungsziele – auch bei der Gestaltung der Ortsentwicklung. Es bedarf Überzeugung und Souveränität, einen Ort gegebenenfalls über mehrere Jahrzehnte hinweg konsequent auf ein klares Ziel hin zu entwickeln und dabei die Vorstellungen seiner Vorgänger entschlossen weiterzuführen. Viel leichter erscheint es, mit Amtsantritt eigene Vorstellungen zu formulieren und neue Pläne zu präsentieren. Eine stimmige Gesamtentwicklung kommt so allerdings nicht zustande.

Strategische Grundlage für langfristiges Handeln ist die Entwicklung eines Masterplans, der die zentralen Leitplanken für die Entwicklung des Ortes formuliert und bei Bauvorhaben als Entscheidungsgrundlage oder Vorgabe angesetzt wird.

Mögliche Instrumente/Maßnahmen

Der Masterplan formuliert den langfristig zu verfolgenden Leitgedanken für die Ortsentwicklung und ist als strategischer Kompass für alle Planungsentscheidungen zu verstehen. Er beantwortet idealerweise folgende Fragen:

- Wofür soll der Ort in Zukunft stehen? Wie soll er in 20 Jahren aussehen? Was ist die (gestalterische) Leitidee?
- Welche Zielgruppen sind anzusprechen? Wie gestaltet sich die Umsetzung der jeweiligen Zielgruppenvorstellung in Architektur und Infrastruktur?
- Wer sind die handelnden (gestaltenden) Akteure vor Ort? Wie werden diese bei der Entwicklung der Leitidee eingebunden? Was sind ihre Erwartungen?
- Wie sieht das lokale Verständnis von Baukultur und regionaler Identität aus?
- Welche Konsequenzen hat das für die bauliche Entwicklung unseres Ortes?
- Was sind die Handlungsfelder und Gestaltungszonen?
- Welche Steuerungsinstrumente und Beteiligungsformate können eingesetzt werden?
- Wie können Fehlentwicklungen korrigiert oder gemildert werden?
- Wie können Synergien von öffentlicher Hand und privaten Investitionen geschaffen werden?

Die Erfahrung zeigt, dass konsequent verfolgte langfristige Zielvorstellungen positiven Einfluss auf

3 Zitat nach www.bundesstiftung-baukultur.de/netzwerkeintrag/flensburger-baukultur-ev

die Ansprache von Investoren haben: Gespräche mit Investoren ergaben, dass die Bereitschaft für Investitionen und für Kompromisse bei der Gestaltung steigt, wenn die Kommune eine klare Vorstellung davon hat, wie sich der Ort entwickeln soll und welche Zielgruppen sie erreichen will. Idealerweise treibt sie diese Ziele selbst konsequent voran und unterstützt den Prozess mit zweckmäßigen Investitionen in die öffentliche Infrastruktur. Dies vermittelt Investoren Sicherheit und fördert die Investitions- oder Ansiedlungsbereitschaft.

4.3 Beratung suchen!

Hintergrund dieses Handlungsfeldes

In diesem Handlungsfeld geht es darum, die kommunalen Entscheidungsträger hinsichtlich Planungs- und Bau Themen besser zu schulen oder zu beraten. Kommunale Bau- oder Wirtschaftsausschüsse stellen die entscheidenden Weichen für die gestalterische Entwicklung des Ortes in den folgenden Jahrzehnten. Den meisten gewählten Volksvertretern fehlt jedoch verständlicherweise das Fachwissen in den Themengebieten Architektur, Planungs- und Baurecht. Sie können nur schwer beurteilen, welche Auswirkungen Großvorhaben (langfristig) auf den Ort haben, ob die geplanten Objekte gestalterisch in das Gesamterscheinungsbild passen und ob sie auch langfristig attraktiv sind. Anspruchsvoll sind zudem die Bewertung der betriebswirtschaftlichen Erfordernisse, zum Beispiel eines Hotelprojekts, der Finanzierung sowie die Gestaltung von Eigentumsverhältnissen.

Im schlimmsten Fall hat die Gemeinde aufgrund zerstückelter Eigentumsverhältnisse später keine Handhabe mehr, „Bausünden“ zumindest auf lange Sicht wieder zu korrigieren oder unerwünschte Nutzungen zu verhindern.

Wichtig ist zudem eine klare Vorstellung von der regionalen Identität und wie diese sich in Architektur und Stadtgestaltung umsetzen lässt. Was sind die typischen Bauformen und Materialien in unserer Region, und wie lässt sich diese in unserem Ort umsetzen, ohne übertrieben historisierend zu wirken? Dabei sind die Kommunen auf Unterstützung angewiesen. Für die Entscheidungsfindung sollten kommunale Entscheidungsträger deshalb alle vorhandenen Möglichkeiten zur Information, Beratung oder gar Schulung in Anspruch nehmen.

Mögliche Instrumente/Maßnahmen

- Nutzung der Beratungsangebote der Kreisbauämter
- Einrichtung von **Gestaltungsbeiräten/Nutzung des Mobilen Gestaltungsbeirats** Schleswig-Holstein zur Bewertung von Planungsentwürfen
- Dokumentation von **guten Beispielen einer attraktiven und hochwertigen Tourismusarchitektur**
- Organisation von **Fachseminaren/Fachexkursionen für Kommunalpolitiker**
- Bildung und Förderung von **interkommunalen Netzwerken zur regionalen Baukultur**

Mobiler Gestaltungsbeirat Schleswig-Holstein

Projekte, die aufgrund ihrer Größenordnung und Bedeutung für das Stadtbild prägend sind, stellen eine enorme Herausforderung für die Planung und Umsetzung dar. Um sich bei derart anspruchsvollen Architekturaufgaben kompetent beraten zu lassen, verfügen einige Kommunen über einen eigenen Gestaltungsbeirat.

Die Architekten- und Ingenieurkammer Schleswig-Holstein bietet für Kommunen und Institutionen, die keinen eigenen Gestaltungsbeirat haben, einen besonderen Service an: den Mobilen Gestaltungsbeirat. Dieser berät bei einer konkreten Bauaufgabe. Aus einem Verzeichnis von unabhängigen Fachleuten aus den Bereichen Architektur, Landschaftsarchitektur und Stadtplanung wird ein Team zusammengestellt, das vor Ort zur Seite steht und hilft, die bestmögliche Lösung zu finden.

→ **Weitere Informationen unter:**

www.aik-sh.de/bauherren/mobiler-gestaltungsbeirat

WTSH Standortberatung und Investitionsmanagement

In Schleswig-Holstein steht Investoren, Betreibern und Kommunen unentgeltlich ein eigenes Beratungsteam für Hotelprojekte zur Verfügung. Dieses in Deutschland bislang einmalige Modell ist bei der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH) angesiedelt. Die WTSH hilft dabei, die Standortqualitäten eines Ortes zu beurteilen und die verfügbaren Entwicklungsflächen zu identifizieren. Ferner unterstützt sie die Kommunen bei der Ertüchtigung von Grundstücken und arbeitet die für Betreiber und Investoren wesentlichen Anforderungen heraus. Darüber hinaus begleitet sie die Beteiligten bei allen planungsrechtlichen und konzeptionellen Fragen.

→ Weitere Informationen unter:

www.wtsh.de – Beratung zu Hotelansiedlungen und Tourismusprojekten in Schleswig-Holstein

4.4 Vorhandene Gestaltungs- und Steuerungsinstrumente nutzen!

Hintergrund dieses Handlungsfeldes

Grundsätzlich hat eine Kommune im Rahmen ihrer kommunalen Planungshoheit viele Möglichkeiten, die Ortsentwicklung mit entsprechenden Planungs- und Steuerungsinstrumenten zu begleiten und zu lenken. Tatsächlich mangelt es nicht an Instrumenten. Die Ursachen für ihre fehlende Anwendung können allerdings vielfältig sein:

- Grundsätzlich fehlendes Problembewusstsein oder fehlender Wille zur Um- und Durchsetzung seitens der politischen Entscheidungsträger
- Fehlende Kapazitäten, unzureichende Kompetenzen bis hin zu mangelndem Umsetzungswillen in der Stadtverwaltung
- Fehlende finanzielle Mittel für die Beauftragung der erforderlichen Gutachten oder Moderationsprozesse (zum Beispiel städtebaulicher Wettbewerb)

Eine wichtige Erfolgsvoraussetzung für den erfolgreichen Einsatz der Instrumente ist eine funktionierende Verwaltung, die Politik und Bürger mitnimmt.

Mögliche Instrumente/Maßnahmen

Eine Kommune hat viele Möglichkeiten, auf die Gestaltung des Ortes und auf Bauvorhaben Einfluss zu nehmen

1. Städtebauliche Steuerungsinstrumente⁴

– Städtebauliche Rahmenpläne

Beim städtebaulichen Rahmenplan handelt es sich um ein informelles Planungsinstrument, das gleichwohl eine grundlegende strategische Bedeutung für einen Ort hat. Er definiert – möglichst unter breiter Beteiligung lokaler Akteure – die Kernbereiche einer Gemeinde, formuliert hierfür Entwicklungsziele, angestrebte Funktionen und Nutzungen und markiert schützenswerte Bereiche. Häufig werden sie von der Kommune für eine gezielte Investorensuche eingesetzt oder dienen als Grundlage für städtebauliche Wettbewerbe.⁵ Städtebauliche Rahmenpläne sind in Schleswig-Holstein keine Selbstverständlichkeit. Der begleitende Fachbeirat zu dieser Studie empfiehlt daher einen deutlich stärkeren Einsatz dieses Instruments.

– Städtebauliche Wettbewerbe

Ausgehend vom Rahmenplan ist die Umsetzung von Ideenwettbewerben ein sinnvoller Weg, um für ein wichtiges oder sensibles Areal die beste gestalterische Lösung zu finden. Auf diese Weise begrenzt eine Kommune sich nicht auf den einen Lösungsvorschlag, zum Beispiel eines Investors, sondern erhält Alternativvorschläge, die zudem unter Einbeziehung der Öffentlichkeit abgewogen werden können. Ausführliche Informationen zum Instrument des Planungswettbewerbs und seinen verschiedenen Umsetzungsformen ent-

⁴ Für Definitionen planerischer Begriffe lohnt sich ein Blick in das Glossar der Akademie für Raumforschung und Landesplanung (www.arl-net.de/lexica/de/en).

⁵ Baugesetzbuch (BauGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. September 2004 (BGBl. I S. 2414), das zuletzt durch Artikel 2 Absatz 3 des Gesetzes vom 20. Juli 2017 (BGBl. I S. 2808) geändert wurde

hält die für die meisten Bundesländer geltende „Richtlinie für Planungswettbewerbe (RPW 2013)“. Die Richtlinie kann auf der Internetseite der Architekten- und Ingenieurkammer Schleswig-Holstein heruntergeladen werden.⁶

– Bauleitplanung

Die Bauleitplanung steuert auf der Grundlage des Baugesetzbuchs (BauGB) die bauliche Nutzung von Grundstücken in Form von Flächennutzungs- und Bebauungsplänen. Mit diesen Planungsinstrumenten werden die entscheidenden Weichen für die Nutzung und Gestaltung von Grundstücken gestellt. Im §1 (5) BauGB wird der Zweck der Bauleitplanung zum Ausdruck gebracht: „Die Bauleitpläne sollen eine nachhaltige städtebauliche Entwicklung, die die sozialen, wirtschaftlichen und umweltschützenden Anforderungen auch in Verantwortung gegenüber künftigen Generationen miteinander in Einklang bringt, und eine dem Wohl der Allgemeinheit dienende sozialgerechte Bodennutzung unter Berücksichtigung der Wohnbedürfnisse der Bevölkerung gewährleisten. Sie sollen dazu beitragen, eine menschenwürdige Umwelt zu sichern, die natürlichen Lebensgrundlagen zu schützen und zu entwickeln sowie den Klimaschutz und die Klimaanpassung, insbesondere auch in der Stadtentwicklung, zu fördern sowie die städtebauliche Gestalt und das Orts- und Landschaftsbild baukulturell zu erhalten und zu entwickeln. Hierzu soll die städtebauliche Entwicklung vorrangig durch Maßnahmen der Innenentwicklung erfolgen.“ Das BauGB unterscheidet einfache und qualifizierte Bebauungspläne. Kommunen sind gut beraten, gerade für sensible Bereiche eines Ortes qualifizierte Bebauungspläne zu formulieren, um zum Schutz der Ortsbildqualität wohlüberlegte Erhaltungs- und Nutzungsbeschränkungen auszusprechen und ausführliche Vorgaben zur Gestaltung eines Vorhabens zu machen.

2. Begleitende Elemente

- Formulierung von Erhaltungssatzungen für den Erhalt der städtebaulichen Eigenart sensibler Areale
- Formulierung von Gestaltungssatzungen/Gestaltungsleitfaden/-fibern, um die Attraktivität von Ortskernen nachhaltig zu gewährleisten
- Erlass von Zweckentfremdungssatzungen zur Verhinderung von Fehlentwicklungen in Wohngebieten (Stichwort: Rollladensiedlungen)

3. Fachkonzepte

- **Einzelhandelskonzept:** Auch Einzelhandelskonzepte können zur Steuerung der Ortsentwicklung eingesetzt werden und so ihren Beitrag zur Ortsgestaltung leisten, indem diese die zentralen Versorgungsbereiche eines Ortes definieren und gegebenenfalls Entwicklungen verhindern, die zu einer den Ortskern schädigenden Verlagerung des Einzelhandelsangebots führen könnten.⁷
- **Tourismuskonzepte:** Grundlegende Bestandteile von Tourismuskonzepten sind die Definition der Entwicklungsziele eines Ortes sowie der Zielgruppen, die aktiv anzusprechen sind. In den Zielstellungen sollte daher das Bewusstsein für den Erhalt einer angemessenen Ortsbildqualität fest verankert werden. Ein weiterer Entwicklungsschritt ist die Ableitung der entsprechenden Infrastrukturbedarfe, die für die Zielgruppen benötigt werden, sowie ihre eindeutige Verortung.

⁶ www.aik-sh.de/kammermitglieder/wettbewerb-vergabe/allgemeine-informationen/

⁷ Für weitere Informationen: IHK Schleswig-Holstein (Hrsg. 2017): *Starke Zentren durch integrierte Stadtentwicklung – Handelspolitisches Leitbild der IHK Schleswig-Holstein. – Flensburg/Kiel/Lübeck*
Die niedersächsischen Industrie- und Handelskammern (Hrsg. 2014): *Ein wirkungsvolles Instrument für lebendige Städte und Gemeinden in Niedersachsen – Ein Leitfaden der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern. – Hannover/Osnabrück*

Veränderung der Baunutzungsverordnung (BauNVO)

Die Diskussion darüber, wie viele Ferienwohnungen in Wohngebieten zu tolerieren sind, ist ein omnipräsentes Thema in Orten und Städten, in denen der Tourismus eine große Rolle spielt. In der Vergangenheit war hier eine rechtliche Grauzone zu beklagen, die zu Konflikten zwischen Ferienwohnungsvermietern und kommunalen Verantwortlichen geführt hat. Die Befürchtung der Kommunalverantwortlichen: Die Atmosphäre und Aufenthaltsqualität ganzer Ortsteile kann – insbesondere in der Nebensaison – darunter leiden, wenn ein Großteil der Wohnungen als Ferienwohnung genutzt wird. Hinzu kommt, dass dadurch eine schwerwiegende Wohnraumverknappung für die eigene Bevölkerung befördert werden kann. Die Änderung des Baugesetzbuchs (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) mit dem „Gesetz zur Umsetzung der Richtlinie 2014/52/EU im Städtebaurecht und zur Stärkung des neuen Zusammenlebens in der Stadt“ (4. Mai 2017) brachte nun Klarheit. So dürfen zum Beispiel in „reinen Wohngebieten“ nur Ferienunterkünfte vermietet werden, bei denen das Dauerwohnen überwiegt. Über Bebauungspläne können die Kommunen besser steuern, wo Ferien- oder Zweitwohnungen zukünftig zulässig sind.

4.5 Beteiligung organisieren!

Hintergrund dieses Handlungsfeldes

Ob St. Peter-Ording, Wyk auf Föhr, Scharbeutz oder Flensburg – in Schleswig-Holstein gibt es viele Beispiele für Orte, in denen Hotel- oder Freizeitprojekte zu kontroversen, nervenaufreibenden Diskussionen führen, die gerne in der Öffentlichkeit ausgetragen werden oder schlimmstenfalls in Protestaktionen und Klagen münden. Häufige Ursache ist eine fehlende oder zu späte Beteiligung der Bevölkerung bei der Planung. Bei Maßnahmen, die auf das Erscheinungsbild eines Ortes erheblichen Einfluss nehmen, empfiehlt sich eine frühzeitige Einbindung von lokaler Bevölkerung und Gewerbetreibenden.

Bürgerbeteiligung mag für so manchen Investoren mit eigenen Vorstellungen negativ behaftet sein, Kommunalverantwortliche sind jedoch gut beraten, die Bedürfnisse und möglichen Widerstände ihrer Bürger ernst zu nehmen. Eine frühzeitige Einbindung bietet die Möglichkeit, Dissens oder Widerstände von Beginn an zu vermeiden. Bei der Neugestaltung von größeren Arealen kann sie sogar dazu führen, ein stärkeres Gemeinschaftsgefühl zu erzeugen und eine breite Unterstützung der Pläne sicherzustellen. Entscheidender Faktor für die erfolgreiche Beteiligung: Sie darf kein „Feigenblatt“ sein. Beteiligung heißt immer, einen Kompromissprozess zu führen. Alle Beteiligten müssen bereit sein, aufeinander zuzugehen.

Mögliche Instrumente/Maßnahmen

- Organisation **regelmäßiger runder Tische** zu Fragen der Ortsgestaltung
- Durchführung von **Bürgerveranstaltungen oder Planungswerkstätten**
- Organisation von **Beteiligungsprozessen in Bebauungsplanverfahren**

Wichtig ist ein der jeweiligen Situation angepasster Einsatz der Beteiligungsinstrumente sowie die fachkundige Führung und professionelle Umsetzung der Beteiligungsprozesse. In den meisten Fällen empfiehlt sich eine externe Unterstützung.

33 Baukultur Rezepte

Das im Rahmen des Forschungsprojekts „Baukultur konkret“ (2014 bis 2017) entstandene Handbuch beschreibt in Form eines praktischen Rezeptbuchs eine Vielfalt möglicher Vermittlungs- und Kooperationsformate zur Förderung von Baukultur.

Die Verfahren werden ausführlich anhand konkreter Anwendungsfälle in Beispielorten beschrieben. Die Veröffentlichung thematisiert in übersichtlicher und vereinheitlichter Form sowohl die Voraussetzungen für die Anwendung der Verfahren als auch die zu beteiligenden Akteure sowie alle erforderlichen Schritte zu Vorbereitung und Durchführung. So werden die jeweiligen Verfahren auf andere Orte übertragbar. Für alle Akteure, die das Bewusstsein für gutes Planen und Bauen auf lokaler Ebene stärken wollen, lohnt sich der Blick in dieses besondere „Kochbuch“.

→ Weitere Informationen unter:

www.bbsr.bund.de (Bereich „Veröffentlichungen/BBSR-Sonderveröffentlichungen“)

4.6 Bewusstsein schaffen und Anreize geben!

Hintergrund dieses Handlungsfeldes

Bei vielen Ortsbegehungen hat sich bestätigt, dass Privateigentümern und Gewerbetreibenden jenseits der Tourismusbranche eine erhebliche gestalterische Bedeutung zukommt – sei es bei der Wahl der Bauformen für das eigene Haus, bei der Pflege des Gartens, bei der Gestaltung von Ge-

schäftsfronten oder der Gestaltung von Außenverkaufsflächen und Aufstellern. Nicht immer ist das Bewusstsein oder auch die Bereitschaft vorhanden, hier Kompromisse im Sinne eines harmonischen Gesamterscheinungsbildes einzugehen. Ursachen dafür können fehlendes Interesse, mangelndes Wissen um regionaltypisches Bauen oder Gestaltungsmöglichkeiten, aber auch fehlende finanzielle Mittel sein. Dabei sprechen viele Argumente dafür, mehr Wert auf baukulturelle Aspekte zu legen ...

Baukultur im Tourismus – Argumente und (vermeintliche) Hemmfaktoren

Argumente für Baukultur im Tourismus	(Vermeintliche) Hemmfaktoren
Stärkung des lokalen Gemeinschaftsgefühls	Unkenntnis
Förderung der regionalen Identität	Abschreckung von Investoren
Qualitätsauszeichnung	Gleichsetzung mit höheren Kosten
Mehr Lebensqualität und Zufriedenheit der Bevölkerung	Empfindung als Einschränkung bei der Bauplanung
Nachhaltige Nutzung von Bauten	Klischee einer kitschigen Freizeit und Hotelarchitektur
Schaffung bzw. Sicherung eines Alleinstellungsmerkmals	
Wichtiger Standortfaktor (fördert Investitionen)	
Verbesserung der Gästezufriedenheit	
Schaffung einer Erlebnisqualität	
Vermeidung ökonomischer Einbußen	
Werterhalt von Immobilien	

Quelle: dwif 2017 auf Basis: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (2015): Regionale Baukultur und Tourismus

Im Bedarfsfall bieten sich verschiedene Maßnahmen an, um die Bevölkerung und die Gewerbetreibenden zu sensibilisieren oder sogar selbst gestalterisch aktiv werden zu lassen.

Mögliche Instrumente/Maßnahmen

- Initiativen zur Pflege regionaler Identität und Vermittlung regionaler Baukultur (zum Beispiel Informationsabende, Informationsbroschüren zu regionaltypischem Bauen)
- Organisation von Aktionen mit Symbolcharakter (zum Beispiel Frühjahrsputzaktionen im Kurpark/ am Strand, Gartengestaltungswettbewerbe, Schaufenstergestaltungswettbewerbe, Fassadenwettbewerbe, Tage der offenen Tür zum Thema „Architektur/Baukultur/regionaltypisches Bauen“)

- Angebot von Beratungen zu regionaltypischem Bauen/Angebot von Beratungsgutscheinen
- Anregung kooperativer Stadtentwicklungsinitiativen
- Bildung von „Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen (PACT)“⁸
- Schulungsangebote von Einzelhändlern zum Thema Ladengestaltung und Warenpräsentation

Zur Unterstützung von entsprechenden Sensibilisierungsaktionen empfiehlt es sich, die Lokalpresse intensiv einzubeziehen, um mit den angestrebten Botschaften in die Breite zu gehen.

Architekturpreis 2016 – Neues Bauen im Schwarzwald

Die Architektenkammer Baden-Württemberg lobte zusammen mit dem Regierungspräsidium Freiburg den „Architekturpreis 2016 – Neues Bauen im Schwarzwald“ im Kammerbezirk Südbaden aus. Die Auszeichnung würdigte gelungene Projekte im ländlichen Raum, die zwischen 2009 und 2016 realisiert wurden, und ehrte damit das Engagement privater und öffentlicher Bauherren sowie Architekten aller Fachrichtungen, die die strukturellen und ökologischen Veränderungen aufgegriffen und eine zukunftsweisende Entwicklung des Schwarzwaldes fokussiert haben. Eingereicht werden konnten Projekte unter anderem aus den Bereichen Städtebau und Stadtentwicklung, öffentliche Einrichtungen und Tourismus. Die Jury bewertete dabei zum Beispiel folgende Aspekte: zeitgemäße Architektur für Landschaft und Siedlungsstruktur, energie- und ressourcenbewusste Konzepte und Ausführungen, die Beachtung regionaltypischer Materialien und Handwerkskunst, den Einsatz innovativer und intelligenter Techniken sowie die Schaffung eines Umfelds für ein soziales und kulturelles Zusammenleben. Insgesamt wurden 20 Projekte ausgezeichnet.

→ Weitere Informationen unter:

www.akbw.de/wir-ueber-uns/kammerbezirke/freiburg/baukultur-schwarzwald-2016-auszeichnungen.html

⁸ Ausführliche Informationen: www.ihk-schleswig-holstein.de/standortpolitik/stadtentwicklung/PACT

Regionale Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region

2015 veröffentlichte das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumforschung eine Studie zum Thema „Regionale Baukultur und Tourismus“. Diese stellt dreizehn erfolgreiche Initiativen in Deutschland (zum Beispiel das Ostseebad Ahrenshoop) und im europäischen Ausland (zum Beispiel Vorarlberg) vor und beschreibt wichtige Erkenntnisse und Empfehlungen, die allen interessierten Gemeinden und Regionen Anregungen für eigene Aktivitäten geben sollen. Aufbauend auf den dabei gewonnenen Erkenntnissen wurde im Juli 2016 das Folgeprojekt ExWoSt-Forschungsfeld „Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region“ ins Leben gerufen. Ziel dieses Projekts ist die Stärkung von Kooperationen im ländlichen Raum und die Erprobung von Werkzeugen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Hierzu wurden acht Modellregionen in Deutschland ausgewählt, die ihre baukulturellen Kompetenzen auf regionaler Ebene weiterentwickeln bzw. stärken möchten. Alle Modellregionen befinden sich in einem regelmäßigen gegenseitigen Erfahrungsaustausch. Aus der zweijährigen Forschungsphase sollen übergreifende und allgemeingültige Erkenntnisse erarbeitet werden.

→ Weitere Informationen unter:
www.bbsr.bund.de

4.7 Für gegenseitiges Verständnis sorgen!

Die geführten Expertengespräche machten deut-

lich, dass viele Orte in Schleswig-Holstein nicht nur ein Problem mit Bausünden der Vergangenheit haben. Vielmehr laufen die Orte schon wieder Gefahr, die Fehler der Vergangenheit zu wiederholen.

Akteure in der Ortsgestaltung und Interessenfokus

Privatwirtschaftlich	Öffentlich
 Investor/ Betreiber (Potenzieller) Gast/Besucher Funktionalität des Gebäudes Rendite	 Lokalpolitik Bedürfnis nach Leistungsbeweis Kommunaler Haushalt Nutzen für die Bevölkerung und die lokale Wirtschaft Attraktivität für den Gast
 Architekt Gestalterischer/künstlerischer Anspruch Funktionalität des Gebäudes Berufliches/wirtschaftliches Interesse Verpflichtung ggü. Auftraggeber	 Planer Erhalt des Besonderen des Ortes Gestaltung/Maßstäblichkeit des Objekts Verträglichkeit für den Gesamort Gesetze/Vorschriften
 Lokale Gewerbe- treibende Kundenorientierung (Bevölkerung/Gast) Eigener wirtschaftlicher Erfolg	 Touristiker Reiseanlässe für den (potenziellen) Gast Aktuelle Trends Wirtschaftlicher Nutzen für die Leistungsträger Wirtschaftlicher Erfolg der eigenen Organisation
 Bevölkerung Persönliche Interessen (Werterhalt der eigenen Immobilie) Gemeinschaftsdenken/Identität Lebensqualität/Freizeitwert Wirtschaftliches Interesse/Arbeitsplätze	

Quelle: dwif 2017

Um die Ursachen nachvollziehen zu können, ist es wichtig, sich die bei Bauvorhaben relevanten Akteure und ihre Interessenlage vor Augen zu führen. Die Anzahl der verschiedenen Akteure ist groß und ihre Interessen entsprechend vielfältig, so dass Interessenkonflikte so gut wie vorprogrammiert sind.

Beispiel 1:

Investoren und Planer – Während erstere naturgemäß wirtschaftliche Interessen verfolgen, sind letztere neutral, haben das Große und Ganze im Blick und wollen die Eigentümlichkeit des Ortes und die Stimmigkeit des Gesamterscheinungsbildes bewahren. Beide Seiten verfolgen verständlicherweise ihre jeweils eigenen Interessen. Hierdurch kann es zu Konflikten über die Gestaltung oder Dimensionierung der Bauwerke kommen, weil zum Beispiel der Investor die Wirtschaftlichkeit des Objekts durch die Änderungsvorschläge des Planers zum Schutz eines ausgeglichenen Gesamterscheinungsbildes gefährdet sieht.

Beispiel 2:

Planer bemängeln, dass Kommunalpolitiker gerne davor zurückschrecken, möglichen Investoren gestalterische Vorgaben zu machen, um ein wichtiges Projekt nicht zu gefährden. Häufig wird es als Qualitätssprung für den ganzen Ort und als bedeutender Wirtschaftsfaktor betrachtet, so dass die möglichen Auswirkungen auf das Ortsbild bei der Entscheidungsfindung in den Hintergrund rücken. Die Ergebnisse – so die Kritik – lassen häufig Maßstäblichkeit und Passfähigkeit zum Gesamterscheinungsbild vermissen und führen zu irreversiblen Schäden am Ortsbild. Planer rufen die Kommunen daher dazu auf, mehr Mut zur frühzeitigen Einflussnahme aufzubringen und notfalls auch Projekte nicht zu verfolgen, wenn die Auswirkungen zu schwerwiegend sind. Die Erfahrung zeigt, dass Großprojekte auf weniger Widerstand stoßen und harmonischer umgesetzt werden können, wenn die Diskussion offen und rechtzeitig geführt wird und alle Akteure kompromissbereit sind. Insofern ist es wichtig, ein Verständnis für die Bedürfnisse des Gegenübers zu entwickeln und auf Augenhöhe zu diskutieren. Ziel muss stets das Zusammenwirken von öffentlichen und privaten Planungen sein.

Die Studie hat aufgezeigt, dass in Schleswig-Holstein bereits zahlreiche Tourismusorte mit einer hohen Gestaltungsqualität existieren. Auf der anderen Seite besteht jedoch in vielen Gemeinden immer noch erheblicher Handlungsbedarf. Die städtebaulichen „Baustellen“ gestalten sich in jedem Ort anders. Die Kommunen – so die positive Erkenntnis – sind sich ihrer Schwachstellen in den meisten Fällen bewusst und wollen entsprechende Maßnahmen ergreifen.

Hierfür müssen die Orte auf eine ganzheitliche Ortsplanung setzen. Diese folgt im Idealfall einer langfristigen Strategie und setzt bei der baulichen Umsetzung auf eine Gestaltungsqualität und Dimensionierung, die zum Charakter des gesamten Ortes passt und auch langfristig seinen ästhetischen Wert behält. Man könnte dies sogar als „Überlebensstrategie“ von Tourismusorten bezeichnen. Denn alle Verantwortlichen sollten sich bewusst machen, dass bauliche Fehlentwicklungen den Charakter eines Ortes sehr langfristig prägen und nur schwer zu beheben geschweige denn rückgängig zu machen sind.

Die hierfür existierenden Mittel und Steuerungsmöglichkeiten, um diese Situation gar nicht erst entstehen zu lassen, zeigt dieser Leitfaden auf. Er macht auch deutlich, dass die Kommunen gut beraten sind, sich bei bedeutenden Vorhaben zusätzlich externen und neutralen Sachverstand einzuholen.

Weitere wichtige Erfolgsfaktoren sind ein offener Umgang der Akteure miteinander und die Information und Einbindung der lokalen Bevölkerung und des Gewerbes. Tourismusorte sind eben nicht nur Orte für Gäste sondern immer auch Lebens- und Arbeitsorte. Die zahlreichen Beispiele der letzten Jahre sollten mehr als deutlich gemacht haben, dass die Bevölkerung für Fehlentwicklungen und Überlastungserscheinungen sehr sensibel ist und bei Bedarf auch mit Widerstand reagiert. Aus diesem Grund ist die Einbindung der Bevölkerung unumgänglich.

5 WEITERE INFORMATIONEN

5.1 Informationsstellen in Schleswig-Holstein

Kreisverwaltungen

Kommunen mit Beratungsbedarf in Planungsfragen können sich an die genannten Ansprechpartner wenden:

Kreis Dithmarschen

Fachdienst Bau, Naturschutz und
Regionalentwicklung
Stettiner Str. 30; 25746 Heide
Astrid Geruhn
Telefon: 0481/97-1428
E-Mail: astrid.geruhn@dithmarschen.de
www.dithmarschen.de

Kreis Herzogtum Lauenburg

Fachbereich Regionalentwicklung, Umwelt
und Bauen
Barlachstraße 2; 23909 Ratzeburg
Michael Birgel (Fachbereichsleiter)
Telefon: 04541/888-430
E-Mail: birgel@kreis-rz.de
www.kreis-rz.de

Kreis Nordfriesland

Fachdienst Bauen und Planen
Marktstraße 6; 25813 Husum
Jan Peche
Telefon: 04841/ 67-636
E-Mail: jan.peche@nordfriesland.de
www.nordfriesland.de

Kreis Ostholstein

Fachbereich Planung, Bau und Umwelt
Lübecker Straße 41; 23701 Eutin
Nils Hollerbach (Fachbereichsleiter)
Telefon: 04521/788-370
E-Mail: n.hollerbach@kreis-oh.de
www.kreis-oh.de

Kreis Pinneberg

Fachbereich Service, Recht und Bauen (FB 4)
Kurt-Wagener-Straße 11; 25337 Elmshorn
Andreas Köhler (Fachbereichsleiter)
Telefon: 04121/4502-4400
E-Mail: a.koehler@kreis-pinneberg.de
www.kreis-pinneberg.de

Kreis Plön

Kreisplanung
Hamburger Straße 17-18; 24306 Plön
Eckart Schäfer
Telefon: 04522/743-307
E-Mail: eckart.schaefer@kreis-ploen.de
www.kreis-ploen.de

Kreis Rendsburg-Eckernförde

Fachbereich Regionalentwicklung, Bauen und Schule/
Fachdienst - Regionalentwicklung
Kaiserstraße 8; 24768 Rendsburg
Volker Breuer
Telefon: 04331/202-480
E-Mail: volker.breuer@kreis-rd.de
www.kreis-rd.de

Kreis Schleswig-Flensburg

Fachdienst Bauaufsicht
Flensburger Straße 7; 24837 Schleswig
Ulrich Schwarz
Telefon: 04621/87204
E-Mail: ulrich.schwarz@schleswig-flensburg.de
www.schleswig-flensburg.de

Kreis Segeberg

Fachdienst Kreisplanung
Jaguarring 16; 23795 Bad Segeberg
Frank Hartmann
Telefon: 04551/951 518
E-Mail: frank.hartmann@kreis-segeberg.de
www.kreis-segeberg.de

Kreis Steinburg

Kreisbauamt – Kreisentwicklung
Karlstraße 13; 25524 Itzehoe
Carla Meuthen
Telefon: 04821/69 536
E-Mail: meuthen@steinburg.de
www.steinburg.de

Kreis Stormarn

Fachbereich Bau, Umwelt und Verkehr/Fachdienst
Planung und Verkehr
Mommsenstraße 14; 23843 Bad Oldesloe
23843 Bad Oldesloe
Günter Fischer
Telefon: 04531/160 12 25
E-Mail: g.fischer@kreis-stormarn.de
www.kreis-stormarn.de

Weitere Kontaktstellen

Architekten- und Ingenieurkammer Schleswig-Holstein

Düsternbrooker Weg 71; 24105 Kiel
Telefon: 0431/570 65-0
E-Mail: info@aik-sh.de
www.aik-sh.de

IHK Flensburg

Service-Center
Telefon: 0461/806-806
E-Mail: service@flensburg.ihk.de
www.ihk-schleswig-holstein.de

IHK zu Kiel

Geschäftsbereich Existenzgründung und
Unternehmensförderung
Telefon: 0431/6006-0
E-Mail: ihk@kiel.ihk.de
www.ihk-schleswig-holstein.de

IHK zu Lübeck

Geschäftsbereich Existenzgründung und
Unternehmensförderung
Telefon: 0451/6006-0
E-Mail: service@ihk-luebeck.de
www.ihk-schleswig-holstein.de

Ministerium für Inneres, ländliche Räume und Integration des Landes Schleswig-Holstein

Referat „Städtebau, Ortsplanung, Städtebaurecht“
IV 26
Düsternbrooker Weg 92, 24105 Kiel
Klaus Goede, IV 52
Telefon: 0431/988-2788
E-Mail: klaus.goede@im.landsh.de
www.schleswig-holstein.de

Ministerium für Inneres, ländliche Räume und Integration des Landes Schleswig-Holstein

Abt. Landesplanung und ländliche Räume
Referat „Regionalentwicklung und Regionalpla-
nung“ IV 62
Düsternbrooker Weg 104, 24105 Kiel
Klaus Einig
Telefon: 0431/988-1845
E-Mail: klaus.einig@im.landsh.de
www.schleswig-holstein.de

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus

Tourismusreferat VII 33
Düsternbrooker Weg 94, 24105 Kiel
Frank Paulmann
Telefon: 0431/988-4638
E-Mail: frank.paulmann@wimi.landsh.de
www.schleswig-holstein.de

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.

Wall 55, 24103 Kiel
Dr. Catrin Homp
Telefon: 0431/560 10 5-0
E-Mail: info@tvsh.de
www.tvsh.de

WTSH – Wirtschaftsförderung und Technologie- transfer Schleswig-Holstein GmbH

Lorentzendamm 24, 24103 Kiel
Frank Behrens
Projektleiter Hotel & Tourismus
Telefon: 0431/66 66 6-8 77
E-Mail: behrens@wtsh.de
www.wtsh.de

5.2 Literaturempfehlungen

Übergreifende Literatur

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg. 2012): Kommunale Kompetenz Baukultur. Werkzeugkasten der Qualitätssicherung. Berlin/Bonn

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hrsg. 2015): Regionale Baukultur und Tourismus. Bonn/Aachen

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hrsg. 2017): 33 Baukultur Rezepte. Bonn

Bundesstiftung Baukultur (Hrsg. 2015): Baukulturbericht 2014/15. Gebaute Lebensräume der Zukunft – Fokus Stadt. Potsdam/Berlin

Bundesstiftung Baukultur (Hrsg. 2016): Baukulturbericht 2016/17. Stadt und Land. Potsdam/Berlin

Haass (2017): Grundwissen Tourismusarchitektur. Konstanz/München

IHK Schleswig-Holstein (Hrsg. 2017): Starke Zentren durch integrierte Stadtentwicklung – Handelspolitisches Leitbild der IHK Schleswig-Holstein. Flensburg/Kiel/Lübeck

Die niedersächsischen Industrie- und Handelskammern (Hrsg. 2014): Ein wirkungsvolles Instrument für lebendige Städte und Gemeinden in Niedersachsen – Ein Leitfaden der niedersächsischen Industrie und Handelskammern. Hannover/Osnabrück

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT; 2016): Urlaub in Schleswig-Holstein: Qualität – Bewertung – Zufriedenheit. Auswertung auf Basis der Landesstichprobe der Gästebefragung Schleswig-Holstein 2015. Kiel

Pechlaner/Schön (Hrsg. 2010): Regionale Baukultur als Erfolgsfaktor im Tourismus. Nachhaltige Vermarktung von Destinationen. Berlin

Romeiß-Stracke (Hrsg. 2008): Tourismusarchitektur. Baukultur als Erfolgsfaktor. Berlin

Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein/ Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (Hrsg. 2009): Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein. Jahresbericht 2009. Kiel

Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein/ Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (Hrsg. 2010): Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein. Jahresbericht 2010. Kiel

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V./Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg. 2009): Optimierung der touristischen Infrastruktur. Ein Leitfaden für Kommunen. Kiel

Beispiele für regionale/lokale Initiativen

Architektenkammer Freiburg (Hrsg. 2014): Baukultur Schwarzwald. Bauen für den Tourismus. regional – innovativ – wegweisend. Freiburg

Architektenkammer Baden-Württemberg (Hrsg. 2016): Baukultur Schwarzwald. Neues Bauen im Schwarzwald. Auszeichnungen 2016. Freiburg

Baiersbronn Touristik (Hrsg. 2014): Baukultur Baiersbronn. Baiersbronn

Initiative Baukultur für das Welterbe Oberes Mittelrheintal (Hrsg. 2013): Leitfaden Baukultur. Anregungen, Tipps und Ideen für das Bauen im Welterbe Oberes Mittelrheintal. Koblenz

Kammergruppe Landkreise Bitburg-Prüm, Bernkastel-Wittlich und Vulkaneifel in der Architektenkammer Rheinland-Pfalz (Hrsg. ohne Jahr): Mehr Baukultur. Regionale Baukultur in den Landkreisen Bernkastel-Wittlich, Eifelkreis Bitburg-Prüm, Vulkaneifel. Mainz/Bonn

5.3 Fachbeirat

Ein Fachbeirat begleitete das Projekt, um die Ergebnisqualität und Bedarfsorientierung sicherzustellen. Allen Beteiligten wird an dieser Stelle herzlich für ihre Unterstützung gedankt.

Rainer Balsmeier, Bürgermeister & Tourismusdirektor St. Peter-Ording

Frank Behrens, Stellvertretender Vorsitzender des Tourismusverbands Schleswig-Holstein e. V.

Ingo Dahlhoff, Industrie und Handelskammer zu Kiel

Kerstin Ehlers, Leiterin des Tourismusreferats im Ministerium Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus

Klaus Einig, Leiter des Referats Regionalentwicklung und Regionalplanung der Staatskanzlei Schleswig-Holstein

Dr. Liane Faltermeier, Industrie und Handelskammer zu Kiel

Klaus Goede, Leiter des Referats Städtebau, Ortsplanung, Städtebaurecht im Ministerium für Inneres, ländliche Räume und Integration des Landes Schleswig-Holstein

Dr. Catrin Homp, Geschäftsführerin des Tourismusverbands Schleswig-Holstein e. V.

Burkhard Jansen, Leiter des Fachbereichs Kreisentwicklung, Bauen, Umwelt und Kultur des Kreises Nordfriesland

Prof. Achim Laleik, Studiengangsleiter Städtebau und Ortsplanung der Fachhochschule Lübeck

Eckart Schäfer, Kreisplanung im Kreis Plön

Uwe Schüler, Präsident der Architekten- und Ingenieurkammer Schleswig-Holstein

TOURISMUS IN SCHLESWIG-HOLSTEIN ...

... IST EIN TOP WIRTSCHAFTSFAKTOR.

7,9 Mrd. Euro touristischer Bruttoumsatz

245 Mio. Euro touristische Steuereinnahmen

5,3 % Beitrag zum Volkseinkommen

151.300 im SH-Tourismus Beschäftigte

(Äquivalent eines durchschnittlichen Volkseinkommens)

Quelle: *dwif-Consulting GmbH (2016)* –

Wirtschaftsfaktor Tourismus für Schleswig-Holstein

... SORGT FÜR EINE TOP LEBENS- UND AUFENTHALTSQUALITÄT.

Tourismus ist mehr als Wirtschaft:

- Leben, wo andere Urlaub machen
- Tourismus schafft Lebensqualität
- Tourismus schafft Freizeit-, Kultur- und Naturangebote
- Tourismus ist positiver Imageträger

Quelle: *Deutsche Post (2017)* – *Glücksatlas Deutschland 2016*

Tourismusverband
Schleswig-Holstein



Impressum

Herausgeber

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.,
Wall 55, 24103 Kiel
Telefon: 0431 / 5 60 10 50
E-Mail: info@tvsh.de
www.tvsh.de

Mit finanzieller Unterstützung des
Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Techno-
logie und Tourismus, Tourismusreferat VII 33
Düsternbrooker Weg 94, 24105 Kiel
www.schleswig-holstein.de

Bearbeitung

dwif-Consulting GmbH,
Sonnenstraße 27, 80331 München,
Telefon: 089/237 02 89-0
E-Mail: info@dwif.de
www.dwif.de

Layout

SANDSTEIN Kommunikation GmbH, Dresden
www.sandstein.de

Titelbild

Adobe Stock/darknightsky

Druck

Printworld GmbH

Stand: Februar 2018