



Eine Aufnahme in die UNESCO Welterbe-Liste bringt Verantwortung: Die Interessen der Einheimischen und Touristen müssen abgewogen werden. © Guillaume Perret

Seit jeher ist die Auszeichnung als Unesco-Welterbe untrennbar auch mit dem Tourismus verbunden. Wird eine Stätte neu in die Welterbe-Liste der Unesco aufgenommen, gewinnt sie automatisch an Bekanntheit. Dies löst unterschiedliche Reaktionen aus. So ermöglicht sie einerseits neue Einnahmequellen. Wenn die lokalen Akteure aber nicht genügend auf die Besucherströme vorbereitet sind, kann sie andererseits im schlimmsten Fall gar den «aussergewöhnlichen universellen Wert» einer Stätte gefährden. In der Schweiz ist dieses Szenario glücklicherweise noch weit entfernt. Damit dies so bleibt, ist es wichtig, sich stetig für einen qualitativ hochwertigen und nachhaltigen Tourismus einzusetzen. Genau das tut der Verein World Heritage Experience Switzerland (WHES) seit über zehn Jahren. Im nachfolgenden Interview gibt Nadia Fontana Lupi, Präsidentin von WHES Auskunft.

«Nur was man kennt, will man auch schützen.»

Wie man an Welterbestätten der Unesco qualitativ hochwertige Tourismusangebote erreicht



Nadia Fontana Lupi, Präsidentin WHES

Direktorin der Destination Mendrisiotto e Basso Ceresio (seit 2004)

Vorstandsmitglied Ticino Turismo (2008–2014)

Vize-Präsidentin der Stiftung Monte San Giorgio (2008–2012)

Vorstandsmitglied des Vereins World Heritage Experience Switzerland (seit 2009) und Präsidentin (seit 2019)

Mitglied der Stiftung Historische Prozessionen von Mendrisio (seit 2008) und Koordinatorin für deren Kandidatur für die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes (seit 2019)

Vorstandsmitglied Grand Tour of Switzerland (seit 2014)

Kaspar Schürch, Geschäftsleiter WHES, kaspar.schuerch@whes.ch

Ist die Aufnahme in die Welterbeliste für eine touristische Destination ausschliesslich positiv?

NADIA FONTANA LUPI: Viele Touristikerinnen und Touristiker betrachten die Einschreibung in die Welterbeliste zunächst positiv. Sie generiert einen höheren Bekanntheitsgrad und bringt zusätzliche Besucher in die Region. Sie kann aber Fluch und Segen gleichzeitig sein. Denn mit den neuen Besucherströmen entstehen auch neue Herausforderungen. Dies beginnt beim Besucherfluss, der die Infrastruktur stärker belastet und kann sich, bei zu vielen Besuchern, auch auf die lokale Bevölkerung auswirken. Nebst den zusätzlichen Besuchern gibt es allenfalls neue Gesetze oder Reglemente zu beachten. Die Aufnahme in die Welterbeliste nimmt die lokalen Anspruchsgruppen auch in die Pflicht, dem Erbe Sorge zu tragen. Sonst droht als ultimo ratio die Streichung von der Welterbeliste.

Wie ist die Situation diesbezüglich in der Schweiz?

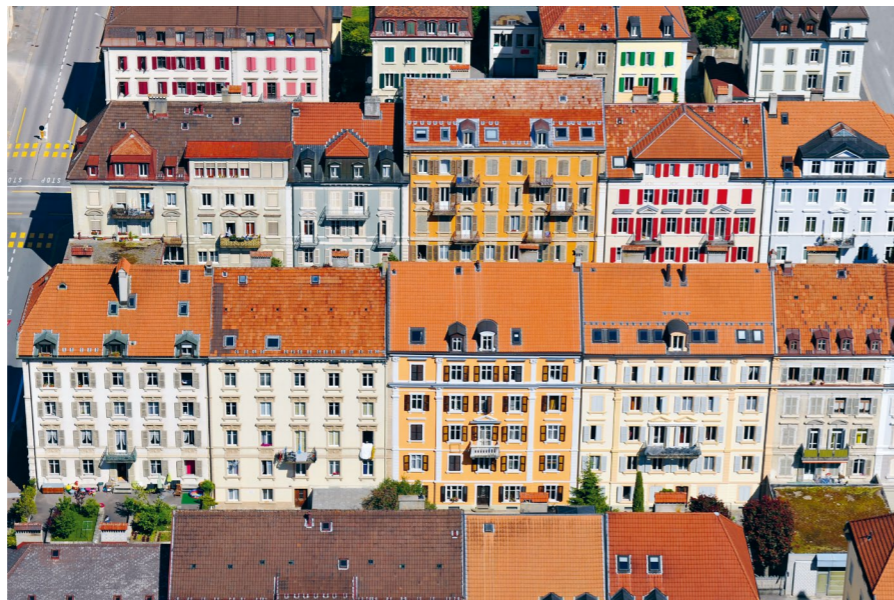
In der Schweiz sind wir glücklicherweise noch nicht vom Massentourismus im Welterbe betroffen, wie dies in anderen Regionen der Welt der Fall ist – beispielsweise in der Altstadt von Dubrovnik oder in Venedig. Aber auch bei uns gibt es durchaus Beispiele, wo gewisse Welterbestätten, zumindest teilweise, mit grossen Besucheraufkommen konfrontiert sind. So arbeitet die Geschäftsstelle von Lavaux Patrimoine mondial (VD) für die Weinbergterrassen des Lavaux mit der Polizei zusammen. Diese sensibilisiert die vielen Wanderer und Spaziergänger für die empfindliche Kulturlandschaft aus Rebstöcken und Weinbergterrassen und kontrolliert, dass die Besucher keine Schäden verursachen.

Bedeutet dies, die Welterbestätten sollten nicht mehr aktiv als Ausflugsorte beworben werden?

Im Gegenteil, aber die richtige Art der Vermittlung wird wichtiger. Wir von WHES setzen uns seit über 10 Jahren für einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Tourismus ein. Während in vielen klassischen Tourismuskampagnen der Fokus einzig auf schöne Bilder gelegt wird, fokussieren wir in unserer Kommunikation seit jeher auch auf die «aussergewöhnlichen universellen Werte» (s. Kasten S.14) jeder Welterbestätte. Diese bilden ein Kernelement für die Nomination eines Objekts oder einer Landschaft. Es ist zentral, dass auch wir mit unserem Handeln, diesen Wert nicht gefährden.

In stetiger Absprache mit unseren Partnern vor Ort fokussieren wir unsere Kommunikationsmassnahmen auf Aktivitäten, welche mit den Werten des Welterbes verträglich sind. Das können Besucherzentren, Museen oder Führungen sein. Dank den passenden Informationen und der Zugänglichkeit zu Angeboten, die den Werten entsprechen, tragen wir zu einer gezielten Besucherlenkung in den einzelnen Welterbestätten bei. Die Besucherströme können so zu einem gewissen Grad kanalisiert, sensible Orte besser geschützt und die Gäste dafür sensibilisiert werden, dem Welterbe Sorge zu tragen.

Die Kombination aus Stadtlandschaft und Uhrenindustrie in La Chaux-de-Fonds gehört seit 2009 zum Weltkulturerbe.
© Ville de La Chaux-de-Fonds, Aline Henchoz



Die Strecke der Rhätischen Bahn zwischen Thusis und Tirano verschmilzt harmonisch mit der Gebirgslandschaft. Sie gehört seit 2008 zum Weltkulturerbe.
© RhB Giorgio Murbach

Seit über 10 Jahren setzt sich **World Heritage Experience Switzerland (WHES)** für die Anliegen seiner Mitglieder im Umfeld des UNESCO-Welterbes in der Schweiz ein.

Der Verein wurde 2009 durch die touristischen Organisationen und Trägerschaften von Welterbestätten gegründet. Der Ursprungsgedanke war, die Kräfte der jeweiligen Tourismus-Organisationen auf nationaler Ebene zu konzentrieren und den Welterbestätten zu einem übergeordneten, nachhaltigen und koordinierten Welterbe-Tourismus zu verhelfen.

Was einst hauptsächlich im touristischen Umfeld begonnen hat, wurde im Verlauf der letzten Jahre auf die Bereiche Vermittlung und Management ausgeweitet. In diesem Sinne streben wir eine ganzheitliche Betrachtung des Welterbes an. Getreu dem Motto «Nur was man kennt, will man auch schützen», versuchen wir die Spannungsfelder im Bereich Schützen und Nutzen abzubauen. Die verschiedenen Akteure im Verein sind durch WHES miteinander vernetzt und profitieren von gemeinsamen Synergien.

Der **«aussergewöhnliche universelle Wert»** (outstanding universal value OUV) gehört zum Kernelement für die Nomination einer Stätte für die Welterbeliste. Dieser Wert bezeichnet eine kulturelle oder natürliche Bedeutung, die so aussergewöhnlich ist, dass sie die nationalen Grenzen überschreitet und sowohl für gegenwärtige als auch für zukünftige Generationen der gesamten Menschheit von Bedeutung ist.

UNESCO Welterbe Liste indicative der Schweiz.
Bericht der Expertengruppe zur Revision der *liste indicative* des UNESCO-Welterbes in der Schweiz

Wie werden Inhalte vermittelt?

In der touristischen Kommunikation wird das Wort Authentizität sehr häufig als Versprechen verwendet, um Gäste anzulocken. Bei vielen Angeboten handelt es sich jedoch eher um eine Art «staged authenticity», welche speziell für touristische Zwecke zugeschnitten ist. Die Welterbestätten hingegen garantieren dank dem internationalen Label, den strengen Auswahlkriterien und der stetigen Überprüfung historischer Echtheit und Authentizität. Genau dies suchen viele Besucher und wollen die Hintergründe dieser einzigartigen Zeitzeugen auch besser verstehen. Wichtig ist, dass die Werte vor Ort gezielt und korrekt vermittelt werden, ohne diese zu gefährden. Dazu dienen beispielsweise Besucherzentren, geführte Rundgänge oder Museen.

Momentan entwickelt sich zudem die Technik sehr schnell weiter. Dank ihr können viele vorher schwer erklärbare Fakten auf einfachere Art und Weise vermittelt werden. Es gibt es heute schon einige grossartige Beispiele von augmented oder virtual reality, welche gewisse Stätten neu aufleben lassen, ohne sie zu gefährden: Etwa ein Stadtrundgang in La Chaux-de-Fonds (NE), welcher die Besucher mit Hilfe von augmented reality auf einem Tablet zurück in die Vergangenheit führt und aufzeigt, welche früheren baulichen Massnahmen heute noch sichtbar sind.

Wie wird das Kulturerbe im Tourismus beworben?

Der Tourismus wandelt sich ständig, die Gäste werden anspruchsvoller. Authentizität wird wichtiger für die Auswahl einer Feriendestination. Daher wird das Kulturerbe von den Touristikerinnen immer stärker als Anreiz für die Reise hervorgehoben. Dadurch steigt gleichzeitig das Verständnis für dessen Bedeutung und Wichtigkeit in Bezug auf seine langfristige Erhaltung. Gerade deshalb wurden in den letzten Jahren im Bereich der Nachhaltigkeit vorgenommen. Mit anderen Worten: Die Touristiker haben erkannt, dass das Kulturerbe nicht zu Schaden kommen darf, um langfristig für Gäste attraktiv zu bleiben.

Das Welterbe befindet sich im konstanten Spannungsfeld zwischen Schützen und Nützen. Was gewichten Sie höher?

Aus unserer Sicht sollte man diese beiden Seiten nicht gegeneinander ausspielen. Für den nachhaltigen und langfristigen Erhalt des Welterbes und der aussergewöhnlichen universellen Werte der einzelnen Stätten, braucht es nämlich beides. Die Werte müssen zwingend für kommende Generationen erhalten bleiben. Genauso wichtig ist es, das Welterbe mit der breiten Bevölkerung zu teilen und in zugänglicher Weise zu vermitteln. Denn nur was man kennt, will man auch schützen. Nebst anspruchsvollen braucht es auch niederschwellige Angebote. Diese müssen jedoch gut geplant und kommuniziert sein, damit der Schutz der Werte nicht gefährdet wird.

Monte San Giorgio: Seit 150 Jahren werden in der Nähe des Luganersees vollständig erhaltene Fossilien gefunden und erforscht. © Jacques Perler



Was sind die grössten Herausforderungen aus Ihrer Sicht?

Häufig fehlt der Dialog zwischen den Menschen, welche sich für den Erhalt einsetzen und denjenigen, welche im Tourismus arbeiten. Dies liegt jedoch nicht an unterschiedlichen Ansichten. Häufig wollen beide Seiten nämlich das Gleiche – den aussergewöhnlichen universellen Wert einer Stätte nachhaltig bewahren. Vielmehr liegt es daran, dass die beiden Bereiche im Alltag nicht automatisch miteinander zu tun haben. Hier sollte unbedingt ein regelmässiger Austausch gesucht werden. Mit Offenheit auf beiden Seiten lassen sich fast immer einvernehmliche und konstruktive Lösungen finden. Dies bringt positive Synergien für alle Beteiligten. Touristiker beispielsweise sind auf relevante und fundierte Fakten von Fachpersonen angewiesen, um die Werte der Stätten wiederzugeben und andererseits sind alle Besucher potenzielle Botschafter, welche sich nach einem erfolgreichen Besuch für den Erhalt des Kulturerbes einsetzen.

Was kann man voneinander lernen?

Wie überall gilt auch hier: Gemeinsam ist besser als einsam. Zudem ist die Erhaltung von Kultur- und Naturdenkmälern nur möglich, wenn die gesamte Bevölkerung sie mitträgt. Daher ist es wichtig, dass die Kultur- und Naturdenkmäler erlebbar sind. Das Verständnis, dies in einer nachhaltigen Form zu ermöglichen, um die aussergewöhnlichen universellen Werte zu erhalten, ist in den letzten Jahren stetig gewachsen. Wir von WHES setzen uns dafür ein, unsere Angebote dementsprechend zu gestalten und die Besucherinnen und Besucher zu sensibilisieren. Für die Zukunft hoffen wir, den Austausch zwischen den verschiedenen Akteuren noch zu intensivieren. ■

Résumé

Depuis toujours, il existe un lien étroit entre le tourisme et la distinction de l'Unesco. Une région qui est inscrite sur la célèbre liste du patrimoine mondial est appelée à relever maints défis nouveaux. En tant qu'organisation faitière, l'association World Heritage Experience Switzerland (WHES) soutient les sites suisses inscrits au patrimoine mondial et promeut un tourisme durable de qualité depuis plus de dix ans. Les acteurs de la branche du tourisme ont reconnu que la protection de ces témoins du passé exceptionnels était essentielle pour s'assurer un succès à long terme. Les clients d'aujourd'hui recherchent de plus en plus l'authenticité et ils veulent être bien informés sur les sites et leur contexte. Une information mieux ciblée, notamment grâce aux nouvelles technologies, permet de guider plus sûrement les visiteurs et de mieux protéger les biens et les régions particulièrement sensibles. En mettant en réseau les différents acteurs, l'association WHES essaie de prévenir les tensions qui pourraient surgir entre la protection des sites et leur mise en valeur. Plus souvent qu'on ne le croit, les parties intéressées poursuivent le même objectif, à savoir préserver à long terme la « valeur universelle exceptionnelle » d'un site.