

PRESSEMITTEILUNG

Ergebnisse des Workshops im Rahmen des Symposiums „Länger zu Gast“

(Workshop, 5. 10. 2012, Loft, Salzburg)

Eine grundlegende Neuorientierung der Raumordnung sowie der Vorrang für das Weiterbauen im Bestand werden gefordert.

Rund 30 TeilnehmerInnen aus den Bereichen Hotellerie und Gastronomie, der Tourismusforschung, -beratung und des -marketings, der Seilbahnwirtschaft, des Naturschutzes, der Landesverwaltung (Wirtschaft, Bauen, Raumordnung) sowie aus Architektur und Kultur plädieren für einen Wandel in zentralen Fragen der Raumordnung. Sie haben im Rahmen eines Workshops zum Thema „Architektur und Baukultur im Tourismus“ einen Katalog mit Forderungen, Maßnahmen und Anregungen erstellt.

Raumordnung und Baukultur

Zur Absicherung des Tourismus fordern die ExpertInnen eine grundlegende Wende in der Raumordnung. Einer weiteren Zersiedelung muss Einhalt geboten werden, um die *Ressource Landschaft* weitestgehend zu schonen. Eine fachliche Ebene in Form eines politisch unabhängigen Beirates mit externen Experten soll geschaffen werden. Angeregt werden weiters die Bildung kommunaler Verbände mit einem interkommunalen (Finanz-)Ausgleich mit dem Ziel der Erhaltung von naturräumlichen Ressourcen. Erforderlich sind dafür die Bewertung und ein finanzieller Ausgleich für die Erhaltung eines intakten Natur- oder Landschaftsraumes. In Zukunft soll nicht mehr jede einzelne Gemeinde „ihr“ Gewerbegebiet ausweisen, denn die Gäste kommen sicherlich nicht wegen einförmiger Ortsdurchfahrten und gestaltloser Gewerbegebiete nach Salzburg.

Zweitwohnsitze stellen jetzt für Gemeinden und Tourismusbetriebe eine große Belastung dar. Durch eine deutliche Besteuerung von Zweitwohnsitzen soll nicht nur Kostenwahrheit, sondern ein auch ein pekuniärer Nutzen für die Gemeinden erzielt werden.

Architektur – Neubau versus Weiterbauen im Bestand

Neue Standorte für Hotels sollen generell restriktiv behandelt werden, so sollen z. B. keine Hotels bei Mittelstationen von Liftanlagen geschaffen werden. Neue Anlagen müssen sich in die örtlichen Strukturen integrieren. Bei Projekten ab einer bestimmten Größenordnung ist eine Bürgerinformation durchzuführen. Transparenz bei größeren Vorhaben ist auch ein wichtiger Faktor für eine positive Umsetzung.

Der Hotelbestand in Salzburg ist meist über Jahrzehnte gewachsen. Mittel- oder langfristige Leitbilder und Masterpläne für die bauliche Positionierung von Hotels müssen kurzfristig Modernisierungs- bzw. Baumaßnahmen vorangehen. Nicht nur bei der Modernisierung historisch wertvoller Bausubstanz (z.B. Grandhotels in Bad Gastein) besteht die Chance, die Qualitäten des Bestands identitätsstiftend einzusetzen, sondern auch Nachkriegsbauten bieten solche Potenziale. Die Bauten der 1950er bis 1970er sind im Vergleich zu späteren Baulichkeiten oft angenehm unaufdringlich. Ihre oft familiär verzahnte (Bau)Geschichte kann – nicht nur den Gästen – die Besonderheit dieses Ortes zeigen.

Die „romantischen“ Eskapaden im Hotelbau der 1990er-Jahre stören hingegen oft massiv Ortsbild wie Landschaftsraum. Die Hoteliers müssen die Verantwortung für ihren Auftritt im Ort übernehmen. Erhaltung und Integrierung bestehender Qualitäten ist Ressourcen schonend und nachhaltig. Mehrere Beispiele der Studie „Bauen mit Bestand“ (Autor: Norbert Mayr) haben gezeigt, dass mit Fingerspitzengefühl und Fachkompetenz – z.B. durch ausgeklügelte Farbkonzepte, Reduktion/Homogenisierung/Akzentuierung bestehender Einrichtungsgegenstände – eine sparsame wie gestalterisch außerordentliche Aufwertung möglich ist. Angesichts des Status quo in Salzburg ist die Absturzgefahr bei dieser Gratwanderung groß: Doch die Potenziale der Strategie, mit Bestand intelligent zu arbeiten, sind groß: Ihr Erfolg steht und fällt mit der richtigen Wahl der Gestalter, zu häufig sind hier noch Hobbykünstler und schlechte Dekorateure am Werk.

Weiterbildung, Information und Marketing

In Hotelfachschulen und Tourismus-Fachhochschulen hat sich mittlerweile der Unterrichtsgegenstand Nachhaltigkeit etabliert. Sie wäre einer der möglichen Anknüpfungspunkte für die wichtigen Themen Raumordnung und Baukultur und Geschmacksbildung.

Eine Anlaufstelle für Hoteliers soll geschaffen werden, um rechtzeitig vor baulichen Investitionen die jeweils optimalen Berater zu finden. Architekturwettbewerbe, die dazu beitragen, sollen gefördert werden. Periodische Preise bzw. Auszeichnungen sollen baukulturell ambitionierte Maßnahmen würdigen und auch Marketingzwecken dienen.

Einig sind sich die ExpertInnen insbesondere aus dem Tourismus-Marketing, dass die Architektur die zentrale Botschaft in der Hotellerie darstellt. Hier heißt es das eigene Profil zu schärfen. Die Architektur schafft den Auftritt (Bsp. Bauernhaus – bei Urlaub am Bauernhof). Ziel soll es sein, das „Haus“ erlebbar zu machen und die gebauten Bilder, die Geschichten als Essenz des Marketings zu begreifen.

Alle Anwesenden haben zugestimmt, dass es zu diesem Themenkreis weitere Gespräche geben soll.

Eine Exkursion im Rahmen des Symposiums (5. Oktober 2012) führte auch zu drei Musterbeispielen für Weiterbauen im Bestand sowie zu einem Hotelneubau:

Hotel Miramonte – Bad Gastein

Der Architekt und Hotelier Thomas Ikrath, zeigt wie mit geringem Budget, aber viel Geschick und Sensibilität der Bestand des Hotels weiterentwickelt werden kann.

Hotel Tauernhof und Hotel Alpenhof in Flachau

Tom Lechner – LP architektur hat bei zwei Hotelumbauten in Flachau demonstriert, wie über Jahre und Jahrzehnte gewachsene Hotelagglomerate modernisiert und gleichzeitig zur Aufwertung des Ortsbildes beitragen können.

Hotel Travel Charme in Werfenweng

Der Neubau (Entwurf von architektur:consult, Arch. Hermann Eisenköck) für das Hotel Travel Charme spricht eine moderne urbane Klientel an, für die ein gediegenes Ambiente in einer intakten Umwelt zentrale Faktoren für die Urlaubsentscheidung darstellen. Es ist dies kein „exterritoriales“ Resort, sondern der Neubau fügt sich in die Ortsstruktur ein.

Kuratoren des Symposiums

Dr. Roman Höllbacher, Dr. Norbert Mayr, Arch. Simon Speigner