

Viadrina-Schriftenreihe für Masterarbeiten
im Studiengang
Schutz Europäischer Kulturgüter
Strategies for European Cultural Heritage



EUROPA-
UNIVERSITÄT
VIADRINA
FRANKFURT
(O D E R)

Daniel Teppe

Kulturerbe im ländlichen Raum als touristisches
Produkt – ein Erfolgsmodell?
Eine Untersuchung am Beispiel der historischen
Dörfer Portugals

Abschlussjahr: 2022

Jahrgang: SEK19

Erstgutachter: Prof. Dr.-Ing. Paul Zalewski

Zweitgutachter: Prof. Dr. Gabriela B. Christmann

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	2
Tabellenverzeichnis	2
Eigenständigkeitserklärung	3
Vorbemerkungen	3
1. Einleitung	4
1.1 Relevanz und Motivation	4
1.2 Zielsetzung und Aufbau	5
1.3 Forschungsstand	6
1.4 Methodisches Vorgehen	9
2. Tourismus, Kulturerbe und ländlicher Raum – Definitionen, Trends und Entwicklungen	10
2.1 Kulturtourismus und Heritage Tourism	11
2.2 (Kultur-) Tourismus im ländlichen Raum	17
2.3 Touristische Netzwerke im ländlichen Raum	20
2.4 Grundlagen des Destinationsmanagements und -marketings	21
3. Das Fallbeispiel: Die Aldeias Históricas de Portugal	23
3.1 Regionaler Kontext: Die Region Centro	26
3.1.1 Demographische Entwicklung	27
3.1.2 Tourismus in der Region Centro	29
3.2. Historische Entwicklung der Orte und wichtiges materielles Kulturerbe	31
3.3 Gründung und Entwicklung des Netzwerks der Historischen Dörfer	36
3.3.1 Die erste Phase: Hintergründe und Konstituierung des Netzwerks	36
3.3.2 Die zweite Phase: Die „Aldeias Históricas de Portugal – Associação de Desenvolvimento Turístico (AHP – ADT)	40
3.4 Touristische Analyse	44
3.4.1 Touristische Ressourcen und Produkte	44
3.4.2 Bilder und Narrative, Positionierung im regionalen und nationalen Tourismusmarketing	46
3.4.3 Entwicklung der Übernachtungszahlen	51
3.5 Demographische Analyse	53
3.6 Erfolge, Herausforderungen und Perspektiven	56
4. Die Aldeias Históricas de Portugal – ein Modell für Deutschland?	57
4.1 Prognosen zur demographischen Entwicklung Deutschlands	58
4.2 Kulturtourismus und Tourismus im ländlichen Raum in Deutschland	59
5. Zusammenfassung und Ausblick	65

6. Quellen- und Literaturangaben	68
7. Glossar	76
8. Anhänge.....	77
Anhang 1: Interviewanfrage per E-Mail vom 22. 03. 2022 an João Botão dos Santos, Mitarbeiter für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der AHP und Rückantwort.....	77
Anhang 2: Leitfaden des geplanten Experteninterviews mit Dalila Dias, ausführende Koordinatorin der Aldeias Históricas de Portugal, Associação de Desenvolvimento Turístico (AHP-ADT)	78
Anhang 3: Übernachtungszahlen der AHP, Region Centro und Portugal 2011-2019	80
Anhang 4: Demographische Entwicklung der AHP auf Kreisebene 1991-2021.....	81
Anhang 5: Demographische Entwicklung der AHP auf Gemeindeebene 2011-2021 .	81

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Typologie der Kulturtouristen nach Du Cros / McKercher 2003	13
Abbildung 2: Lage der AHP in der Region Centro, Bento Correia, 2009.....	24
Abbildung 3: Lage der Region Centro, Turismo de Portugal, o. J.....	27
Abbildung 4: Burg von Sortelha, AHP o. J.....	34
Abbildung 5: Luftbild von Almeida mit Befestigungsanlagen, National Geographic Portugal o. J.....	34
Abbildung 6: Pelourinho von Idanha-a-Velha, AHP, o.J.....	35
Abbildung 7: Die Herrenhäuser Solar Corte Real (oben) und Casa Brandão de Melo vor und nach der Sanierung, Navega Ferreira, 2011	40
Abbildung 8: Instagram-Beiträge der AHP nach Kategorien, Instagram, eigene Darstellung.....	50
Abbildung 9: Übernachtungszahlen der AHP auf Kreisebene, INE, 2021c, eigene Darstellung.....	53
Abbildung 10: Bevölkerung der AHP nach Kreisen, INE 2021d, Martins Braga et al., 2013, eigene Darstellung	55
Abbildung 11: Bevölkerung der AHP nach Gemeinden, INE, 2021d, eigene Darstellung	55
Abbildung 12: Prognose der Bevölkerungsentwicklung 2017-2040 nach Kreisen, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Bauforschung, 2021	59
Abbildung 13: Altenquotient nach Kreisen 2020, Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung, 2020	59

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mitgliedsorte der AHP	24
Tabelle 2: Auflistung der monumentos nacionais in den AHP	32

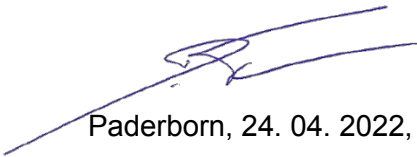
Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Masterarbeit zum Thema

„Kulturerbe im ländlichen Raum als touristisches Produkt - ein Erfolgsmodell?

Eine Untersuchung am Beispiel der *Historischen Dörfer Portugals*“

selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe. Die Stellen, die anderen Werken dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen wurden, habe ich in jedem einzelnen Fall durch die Angabe der Quelle, auch der benutzten Sekundärliteratur, als Entlehnung kenntlich gemacht.



Paderborn, 24. 04. 2022, Daniel Teppe

Vorbemerkungen: In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Der Gebrauch des generischen Maskulinums schließt Personen weiblichen Geschlechts und anderer Geschlechtsidentitäten ausdrücklich ein.

Zitate aus portugiesischsprachigen Quellen wurden durch den Autor selbstständig nach bestem Wissen ins Deutsche übersetzt.

1. Einleitung

1.1 Relevanz und Motivation

Die wechselseitige Beziehung zwischen Tourismus und dem (materiellen) Kulturerbe ist intensiv, wenngleich nicht frei von Spannungen und Widersprüchen, und in der Öffentlichkeit durchaus präsent. Meist fokussiert die mediale Rezeption dabei auf wenige Teilaspekte dieses komplexen Themenbereichs. Recht bekannt ist z. B. die Diskussion über Phänomene, die unter dem Stichwort „Overtourism“ zusammengefasst werden. Bezogen auf den Bereich des im weiteren Sinne kulturell motivierten Tourismus finden wir diese Phänomene vor allem in den historischen Kernarealen von stark nachgefragten Großstädten, wo die touristische Be- und Überlastung der bestehenden Infrastrukturen ein logistisches, ökologisches und soziales Problem darstellt. Abseits von Großstädten kommt Overtourism im Umfeld einzelner, besonders prominenter Denkmale bzw. Denkmalensembles vor, von denen viele zum UNESCO-Weltkulturerbe zählen, eine Auszeichnung, die längst als touristisches Alleinstellungsmerkmal betrachtet und vielerorts bewusst aus diesem Grund angestrebt wird. Den hier vernehmbaren Klagen über einen ausufernden Massentourismus stehen andere Regionen gegenüber, für die ein höheres Tourismusaufkommen kein Problem, sondern einen weithin unerfüllten Wunsch darstellt. Viele, vor allem ländliche Regionen Europas sehen sich einer auf absehbare Zeit prognostizierten Bevölkerungsabnahme gegenüber, die neben sozialen und ökonomischen Herausforderungen auch Schwierigkeiten für den Erhalt des baulichen Kulturerbes mit sich bringt, etwa wenn historische Gebäude keine Nutzung mehr finden, leer stehen und sukzessive verfallen. Im Tourismus wird vielerorts eine Möglichkeit gesehen, den Leerstand zu reduzieren und für den Erhalt historischer Bausubstanz und weitere Projekte benötigte Mittel zu generieren. Zudem erhofft man sich durch den Tourismus eine Steigerung der lokalen Wertschöpfung und die Schaffung von Arbeitsplätzen, indirekt allgemein eine Steigerung der Lebensqualität für die Bewohner, was Abwanderungstendenzen entgegenwirken soll. Angesichts der Tatsache, dass es sich bei den Strukturproblemen ländlicher Räume um ein verbreitetes und vielgestaltiges Phänomen handelt, stellt sich hier indes die Frage, ob der Tourismus den in ihn gesetzten, hohen Erwartungen gerecht werden kann.

In dieser Arbeit sollen einige der Beziehungen zwischen dem Tourismus und dem Kulturerbe in peripheren Orten sowie die Potenziale des Tourismus für die Schaffung von Perspektiven für deren Bewohner anhand des Netzwerks der zwölf Aldeias Históricas de Portugal, der „Historischen Dörfer Portugals“ (AHP), untersucht werden. Dabei wird einerseits die Rolle des materiellen Kulturerbes der Orte für deren touristische Positionierung und Vermarktung in den Blick genommen, andererseits werden umgekehrt mögliche Auswirkungen des

Tourismus insbesondere auf demographische Aspekte sowie den Erhalt des Kulturerbes betrachtet. Beide Parameter ergeben sich aus den weiter unten ausgeführten Zielen, mit denen die Gründung des Netzwerks der AHP verbunden war. Für die Wahl des Fallbeispiels gibt es eine Reihe von Gründen. Wie in anderen südeuropäischen Ländern ist in Portugal das Phänomen der Abwanderung aus ländlichen Regionen bei einer grundsätzlich vergleichbaren demographischen Entwicklung weiter fortgeschritten und stärker ausgeprägt als in Deutschland. Daher kann die aktuelle Situation dort mit Einschränkungen als Indikator dafür herangezogen werden, was Teilen Deutschlands in den kommenden Jahrzehnten bevorstehen könnte. Weiterhin genießt der Tourismus in Portugal als Wirtschaftsfaktor einen hohen Stellenwert, was auch einen relativ hohen Grad an akademischer Aufmerksamkeit und eine relevante Zahl entsprechender wissenschaftlicher Publikation an den Hochschulen des Landes mit sich bringt. Es liegt nahe, diese gute Quellenlage auch für den deutschen Kontext zu erschließen. Ein letzter, wichtiger Motivationsfaktor schließlich liegt in der Biografie des Autors dieser Arbeit. In insgesamt drei in Portugal verbrachten Jahren und zahlreichen weiteren, kürzeren Aufenthalten im Land habe ich sowohl berufliche Weichen gestellt als auch eine anhaltende Faszination für das reiche kulturelle Erbe des Landes entwickelt und dauerhafte persönliche Beziehungen geknüpft. In der Abschlussarbeit eines ersten Masterstudiengangs habe ich 2017 ein Thema aus dem deutschen Kontext für portugiesische Rezipienten aufbereitet. Indem ich nun den umgekehrten Weg gehe, hoffe ich, zum Austausch und Wissenstransfer zwischen den beiden Ländern beitragen zu können.

1.2 Zielsetzung und Aufbau

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, anhand des Netzwerks der AHP die Entwicklung historischer Orte in einer peripheren Region zu einem touristischen Produkt, den Beitrag des Tourismus zum Erhalt von deren Kulturerbe und ausgewählten Aspekten von deren demografischer Entwicklung zu analysieren und dabei Erfolge, Herausforderungen und Entwicklungsperspektiven sowie prägende touristische Narrative zu identifizieren. Darauf aufbauend soll untersucht werden, ob und inwieweit aus dem Fallbeispiel Schlüsse für die Entwicklung des (Kultur-)Tourismus in ländlichen Räumen Deutschlands gezogen werden können.

Der Aufbau der Arbeit lässt sich in drei große Abschnitte gliedern. In einem ersten Teil geht es um theoretische Grundlagen und Kontextwissen. Hier werden zunächst einige Konzepte und Tendenzen in der globalen touristischen Entwicklung vorgestellt, die für die AHP von Relevanz sind. Dabei wird insbesondere auf die Phänomene des Kulturtourismus und des Heritage Tourism sowie auf den Tourismus im ländlichen Raum verwiesen. Ziel der Darstellung ist nicht,

diese Phänomene in ihrer ganzen Tiefe und allen Facetten zu durchdringen, vielmehr sollen sie überblicksartig den Kontext veranschaulichen, in dem das Projekt der AHP ins Leben gerufen wurde und sich seither bewegt. Um die Gründung und Entwicklung der AHP als touristisches Ziel im weiteren Verlauf der Arbeit besser evaluieren zu können, werden weiterhin Grundzüge des Destinationsmanagements und -marketings vorgestellt.

Der zweite und umfangreichste Abschnitt ist der Analyse des Fallbeispiels gewidmet. Aufbauend auf einer Einführung in den regionalen Kontext unter besonderer Berücksichtigung der demographischen und touristischen Entwicklung wird verdeutlicht, aus welchen Beweggründungen und mit welchen Zielvorstellungen es zur Gründung des Projekts kam, welche Handlungsfelder es umfasst und wie es sich seit seiner Gründung entwickelt hat. Ein eigenes Unterkapitel geht darüber hinaus in groben Zügen auf wichtige historische Charakteristika der ans Netzwerk angeschlossenen Orte und deren bauliches Kulturerbe ein. Anschließend wird das Netzwerk der AHP eingehender nach touristischen Gesichtspunkten untersucht. Die vorhandenen Ressourcen und Angebote werden dabei ebenso in den Blick genommen wie die Positionierung des Netzwerks im regionalen und nationalen Tourismusmarketing sowie die hierfür verwendeten Bilder und Narrative. Ausgehend von einer Betrachtung wichtiger touristischer Kennzahlen werden Erfolge, Herausforderungen und weitere Perspektiven des Projekts diskutiert. Im letzten Abschnitt geht es um die Übertragbarkeit der gewonnenen Erkenntnisse auf den Kulturtourismus im ländlichen Raum Deutschlands. Hierfür wird anhand demographischer Prognosen die Relevanz vergleichbarer Projekte für den deutschen Kontext dargestellt. Anhand eines Überblicks über aktuelle Entwicklungen des Tourismus in Deutschland wird untersucht, ob es vergleichbare Projekte in Deutschland bereits gibt und welche Rolle sie im touristischen System des Landes spielen können. Abschließend wird die Frage thematisiert, welche Erkenntnisse und Schlussfolgerungen aus dem Projekt der AHP für Deutschland nutzbar gemacht werden können.

1.3 Forschungsstand

Das in der vorliegenden Arbeit betrachtete Fallbeispiel berührt eine Reihe sehr verschiedener Aspekte. Unterschiedliche Disziplinen bieten jeweils eigene Perspektiven auf die Thematik, was die Darstellung eines kompletten, alle Facetten berücksichtigenden Forschungsstandes zu dem Themenkomplex „Tourismus und Kulturerbe / Tourismus im ländlichen Raum“ an dieser Stelle nahezu unmöglich macht. Wohl nicht zuletzt deshalb mangelt es an umfassenden, primärwissenschaftlichen Darstellungen des Komplexes, vorhandene wissenschaftliche Arbeiten konzentrieren sich in der Regel auf Einzelaspekte und betrachten diese aus jeweils einer bestimmten fachlichen Perspektive heraus, auch, weil

Tourismus als Gegenstand einer eigenständigen wissenschaftlichen Disziplin bislang nicht recht etabliert ist. Wohl sind zu den hier relevanten Themen in den letzten Jahren etliche Monografien und Sammelbände erschienen, die, oft selbst von Vertretern der touristischen Praxis verfasst, einen eher praxisorientierten Ansatz verfolgen und überblicksartig verschiedene Aspekte einer Betrachtung unterziehen. Sehr aktuell bietet der von Brandl et. al. herausgegebene Sammelband „Tourismus und ländlicher Raum. Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung“ einen Überblick über verschiedene Entwicklungsperspektiven des Tourismus im ländlichen Raum speziell in den deutschsprachigen Ländern. In den Beiträgen der Autoren werden anhand von Beispielen unterschiedliche Aspekte untersucht, die in der Tourismusbranche mit Blick auf den ländlichen Raum derzeit Gegenstand der Diskussion sind. Darunter fallen relativ bekannte Phänomene wie Overtourism und Bewerbungsprozesse von Kulturerbestätten um den UNESCO-Welterbestatus, aber auch etwa eine empirische Untersuchung der Bedeutung der Tourismusforschung in Deutschland, die im Übrigen zu dem Ergebnis kommt, diese stehe im Schatten anderer Disziplinen, erfahre nur geringe politische und gesellschaftliche Aufmerksamkeit (Groß, 2021, S. 177f.) und sei, was ihre Ausstattung an Mitarbeitern und Forschungsbudgets betreffe, unterfinanziert (Groß, 2021, S. 184). Einen ähnlichen Ansatz verfolgt der Sammelband „Tourismus in ländlichen Räumen“ von Harmut Rein und Alexander Schuler von 2012. Unter den Beiträgen des Sammelbands ist für diese Untersuchung vor allem vor allem der von Manfred Zeiner und Bernhard Harrer bedeutend, der sich der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus im ländlichen Raum widmet. Jürgen Peters und Runa Zeppenfeld untersuchen in ihren Beiträgen explizit kulturelle bzw. kulturhistorische Phänomene, namentlich die Bedeutung von Ortsbild, Landschafts- und Siedlungsstruktur für den Tourismus in ländlichen Gebieten. Eine hervorragende Quelle für die Bedeutung, die die (deutsche) Politik dem Tourismus als Instrument für die Entwicklung ländlicher Räume zuweist, ist die Schriftenreihe „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“, herausgegeben 2013 in Form eines Leitfadens, zehn ergänzenden, thematischen Kurzreports und einer Sonderstudie durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). Für eine einführende Betrachtung des Kulturtourismus bietet das 2015 in zweiter Auflage erschienene „Cultural Tourism“ von Hilary du Cros und Bob McKercher einen umfassenden Überblick über aktuelle Tendenzen und Forschungsergebnisse sowie praktische Handreichung für Akteure der Tourismusbranche. Ähnlich angelegt ist das 2003 von Timothy Dallen und Stephen W. Boyd veröffentlichten „Heritage Tourism“. Dieses Werk, das sich unter anderem recht intensiv mit einer Definition des Kulturerbebegriffs befasst und die fruchtbare, aber auch spannungsreiche Beziehung von Kulturerbe und Tourismus nacheinander unter einer Reihe von Aspekten beschreibt, fand 2011 eine Weiterentwicklung und Aktualisierung durch Timothy's „Cultural Heritage and Tourism – An introduction“. Gleichsam überblicksartig verfasst ist Albrecht Steineckes 2007 veröffentlichtes „Kulturtourismus – Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven“, in dem er in

einem Kapitel auch auf ländliche Räume als kulturtouristische Attraktionen eingeht und zu dem Schluss kommt, ländliche Räume seien „Stiefkinder der touristischen Entwicklung“ (Steinecke, 2007, S. 223), ein Urteil, das auch 15 Jahre später trotz gewachsener Aufmerksamkeit für ländliche Räume die Zustimmung vieler Branchenvertreter finden dürfte. Eine detaillierte Betrachtung des deutschen Kulturtourismus von der Nachfrageseite finden wir in Yvonne Pröbstles „Kulturtouristen – eine Typologie“ (2014). Hier werden verschiedene kulturtouristische Zielgruppen nach qualitativen Merkmalen wie Einstellungen, Kulturverständnis und Reisemotivation definiert. Der Ansatz steht in Übereinstimmung zu aktuellen Tendenzen in der Tourismuspraxis, Zielgruppen nicht mehr wie bisher nach soziodemographischen Merkmalen, sondern nach Einstellungen und Wertvorstellungen voneinander zu unterscheiden. Gern wird hierbei auf die gesellschaftliche Milieu-Einteilung der Sinus-Studie zurückgegriffen. Die Tourismusorganisationen mehrerer Bundesländer, darunter Hessen und Nordrhein-Westfalen, arbeiten derzeit nach diesem Modell. Federführend beteiligt war Pröbstle auch an einer großangelegten Untersuchung über die Relevanz des Kulturtourismus aus der Sicht von Tourismus- und Kulturakteuren und die Schwierigkeiten und Potenziale der Zusammenarbeit, die unter dem Titel „Kulturtourismusstudie 2018 – Empirische Einblicke in die Praxis von Kultur- und Tourismusakteuren“ in der Branche große Verbreitung gefunden hat. Zum Fallbeispiel der AHP gibt es eine Reihe wissenschaftlicher Arbeiten zumeist portugiesischer Autoren, die sich teils mit dem Netzwerk insgesamt, teils mit einzelnen Mitgliedsgemeinden auseinandersetzen und dabei teils eine thematische Gesamtschau vornehmen, teils sich auf Einzelaspekte konzentrieren. Maria Isabel Boura ist Autorin mehrerer Veröffentlichungen über die AHP, in denen sie die Gründung, Entstehung und Entwicklung des Netzwerks im Zusammenhang mit rezenten touristischen Nachfragetendenzen und einer Wiederentdeckung des ländlichen Raums als Touristenziel darstellt. In „Património e mobilização das comunidades locais“ geht sie zudem auf die Frage ein, wie die AHP und weitere, sich in deren Umfeld entwickelnde Initiativen zur Mobilisierung und Aktivierung der vielfach marginalisierten und überalterten lokalen Gemeinschaften beigetragen haben. Auf die Beziehung zwischen den Orten und ihrer überkommenen Bausubstanz zu Bewohnern und Besuchern gehen Costa Gregório, Brito Henriques und Sarmiento in „Ruínas, tecnologia e atores na construção da Rede das Aldeias Históricas de Portugal“ (2014) ein. Maria Alexandre Lousada untersucht 2008 in „Antigas vilas, aldeias velhas, novas aldeias: A paradoxal identidade das Aldeias Históricas de Portugal“ die aus ihrer Sicht besondere, widersprüchliche Identität der AHP. Hiermit meint die Autorin den Umstand, dass es sich bei den Historischen „Dörfern“ bis auf eine Ausnahme um (Klein-) städte handelt, was in der Bausubstanz deutlich zutage trete und den Bewohnern lange Zeit Anlass zu stolzer Abgrenzung gegenüber der dörflichen Umgebung war. Alexandre Lousada kommt zum Ergebnis, dass das Netzwerk der AHP das Ergebnis einer Neuinterpretation der Identität der beteiligten Kommunen sei und lobt dies als eine geschickte Positionierung, die einerseits aktuelle touristische

Nachfragetendenzen bediene, andererseits den Orten bessere Chancen bei der Einwerbung nationaler und europäischer Fördermittel verschaffe. Die AHP Piódão ist Gegenstand einer Masterthesis von Juliana Bento Correia aus dem Jahr 2009. In der Arbeit mit dem Titel „Turismo, Património e Desenvolvimento em Ambientes de Montanha – O exemplo de Piódão“ hat die Autorin eine Befragung von Besuchern des Ortes durchgeführt, die wichtige Erkenntnisse über die Wahrnehmung der AHP aus Sicht der Touristen selbst erbrachte und in weiteren Publikationen zum Thema häufig zitiert wird.

Noch ausstehend ist eine umfassende Gesamtbetrachtung des Projekts der AHP, die die verschiedenen bei der Betrachtung relevanten Aspekte evaluiert und mit den Erkenntnissen aus vergleichbaren Projekten vergleicht und in Beziehung setzt.

1.4 Methodisches Vorgehen

Um einen Überblick über die zum Verständnis der Untersuchung relevanten Themenbereiche des Kulturtourismus allgemein, des (Kultur-) Tourismus in ländlichen Räumen sowie des Destinationsmanagements zu erhalten, erfolgt zunächst eine Auswertung einschlägiger Literatur. Der Fokus liegt hierbei auf Werken, die sich durch eine Praxisorientierung im Hinblick auf die aktuell bedeutenden Tendenzen in der globalen Tourismusbranche auszeichnen. Diese Präferenzen gegenüber stärker theoretisch arbeitenden Quellen ist hier sinnvoll, da es in der vorliegenden Arbeit um die Untersuchung eines Fallbeispiels in der touristischen Praxis und daraus abzuleitende, anwendbare Schlussfolgerungen geht.

Die Betrachtung des konkreten Fallbeispiels der AHP erfolgt anhand verschiedener Methoden, um jeweils unterschiedliche Aspekte des beschriebenen Projekts zu beleuchten. Neben einer Auswertung der vorhandenen Forschungsliteratur werden Pläne und Strategiepapiere des Netzwerks der AHP selbst, aber auch der regionalen und Tourismusagentur analysiert, um Entstehungsprozess, Ziele und Handlungsfelder des Projekts aufzuzeigen. Eine Analyse von Websites und Social-Media-Kanälen der AHP selbst sowie der regionalen und nationalen Tourismusagenturen liefert Erkenntnisse zu der Frage, wie sich das Netzwerk im touristischen Kontext präsentiert und welche Rolle und Relevanz ihm im übergeordneten Angebotsgefüge zukommt. Eine Bewertung des Erfolgs des Projekts der AHP erfolgt anhand einer Analyse wichtiger touristischer und demographischer Kennzahlen, als deren Quelle vor allem die online zugänglichen Aufstellungen des portugiesischen statistischen Landesamtes INE herangezogen werden. Um dieser rein quantitativen Betrachtung eine qualitative Komponente zur Seite zu stellen und wichtige Aspekte des Fallbeispiels zu vertiefen, sollte zusätzlich ein Experteninterview mit einem Vertreter des Netzwerks der AHP unternommen. Die Hinzuziehung einer qualitativen Komponente sollte vor dem Hintergrund der Annahme erfolgen, dass sich die Bewertung des Erfolgs der AHP nicht allein in quantitativ erfassbaren

Parametern erschöpfen kann, sondern auch immaterielle Faktoren – beispielsweise wahrgenommene Lebensqualität, Selbstwahrnehmung und Selbstbewusstsein der Akteure – hierbei eine wichtige Rolle spielen. Auch schwer zu quantifizierende Aspekte der Bewahrung des materiellen Kulturerbes sollten im Interview berücksichtigt werden. Aufgrund der behandelten Thematik bietet sich das leitfadengestützte Experteninterview als Forschungsmethode an. Im Unterschied zu anderen Formen des offenen Interviews bildet beim Experteninterview nicht die interviewte Gesamtperson, sondern ihre Funktion in einem bestimmten organisatorischen und institutionellen Kontext das Ziel des Erkenntnisinteresses (vgl. Meuser, Nagel, 1991, S. 442). Der Expertenstatus der befragten Person ergibt sich aus ihrer Funktion innerhalb des untersuchten Handlungsfeldes, Gegenstände des Interviews sind die aus der Tätigkeit heraus entstehenden Erfahrungen und Wissensbestände (vgl. Meuser, Nagel, 1991, S. 443). Meuser und Nagel empfehlen ein offen geführtes Interview, der vorab erarbeitete Leitfaden dient dabei als Grundlage und Orientierung, gibt aber keine zwingende Abfolge der Fragen vor (vgl. Meuser, Nagel, 1991, S. 449). Leider konnte das geplante Interview nicht realisiert werden. Nach einer ersten erfolglosen Anfrage über das Kontaktformular für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf der Website der AHP zu Beginn des Monats März 2022 fanden am 21. und 22. März 2022 zwei Telefonate mit Mitarbeitern der AHP-ADT statt, sowie ebenfalls am 22. März eine weitere Anfrage per E-Mail. Diese wurde am selben Tag mit der Zusage beantwortet, die Anfrage der leitenden Koordinatorin der AHP-ADT vorzulegen (Anhang 1). Die angekündigte erneute Kontaktaufnahme vonseiten des Netzwerks ist nicht erfolgt. Der bereits vor der Kontaktaufnahme vorbereitete Interviewleitfaden ist dieser Arbeit als Anhang 2 beigelegt.

Die abschließende Diskussion der Übertragbarkeit der gewonnenen Erkenntnisse auf den deutschen Kontext stützt sich wiederum auf eine Analyse touristischer und demographischer Daten sowie tourismuspolitischer Strategiepapiere.

2. Tourismus, Kulturerbe und ländlicher Raum – Definitionen, Trends und Entwicklungen

Die als Fallbeispiel der vorliegenden Arbeit gewählten AHP zeichnen sich aus touristischer Sicht durch zwei wesentliche Charakteristika aus, aus denen das Projekt ein eigenes Profil zu kreieren sucht und die bereits im Namen anklingen: Das historisch-kulturelle Erbe der Mitgliedskommunen als touristische Hauptressource sowie der ländliche, „dörfliche“ Charakter der angeschlossenen Orte. Daher ist es sinnvoll, vor der Betrachtung des Fallbeispiels diese beiden, hier aufscheinenden prägenden Elemente, den Kulturtourismus sowie den Tourismus im ländlichen Raum, überblicksartig zu beschreiben.

2.1 Kulturtourismus und Heritage Tourism

Tourismus aus kulturellen Motiven ist ein altes Phänomen. Schon bei der in früheren Jahrhunderten für junge Adlige üblichen „Grand Tour“ spielte die Besichtigung historischer Bau- und Kunstwerke eine bedeutende Rolle. Dennoch hat es sich erst seit den 1970er Jahren in der Fachliteratur sowie in der touristischen Marketingpraxis eingebürgert, Kulturtourismus als eigenständige Produktkategorie zu betrachten (vgl. Du Cros / McKercher, 2015, S. 6). Für den Kulturtourismus als spezifischen Teilbereich des Tourismus gibt es viele voneinander abweichende Definitionen mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Perspektiven. Die Welttourismusorganisation UNWTO definiert den Kulturtourismus seit 2017 als

„A type of tourism activity in which the visitor’s essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions“. (UNWTO o.J. d)

Kürzer und stärker angebotsorientiert fassen Du Cros und McKercher Kulturtourismus zusammen als

„A form of tourism that relies on a destination’s cultural heritage assets and transforms them into products that can be consumed by tourists.“
(Du Cros / McKercher, 2015, S. 6)

Nach beiden Definitionen besteht Kulturtourismus also im Aufsuchen bzw. „Konsumieren“ kultureller Ausdrucksformen als touristisches Produkt. Wie in der Definition der UNWTO sichtbar wird, handelt es sich um ein weit gefasstes Feld, fallen doch unter den hier gebrauchten Kulturbegriff nicht nur Kunst, Architektur, historisches und kulturelles Erbe im „klassischen“ Sinne, sondern auch Kulinarik, Literatur, Musik, die Produkte der Kreativbranche sowie verschiedene Facetten der Gegenwartskultur. Ein unscharfer und tendenziell immer weiter gefasster Kulturbegriff bleibt nicht ohne Auswirkungen auf den Begriff des Kulturtourismus, der folgerichtig ebenfalls eine immer größere Varietät an Ressourcen und Angeboten umfasst (vgl. Steinecke, 2007, S. 2 - 4). Angesichts der Bandbreite der Artefakte, die als Attraktionen auf dem kulturtouristischen Markt in Frage kommen, verwundert es nicht, dass auch das kulturtouristische Publikum selbst hinsichtlich seiner Interessen und seines Besuchsverhaltens in unterschiedliche Segmente untergliedert werden kann, wofür es in der Fachliteratur diverse Vorschläge gibt. In Abgrenzung zur UNWTO, nach der das starke Interesse des Reisenden an kulturellen Ausdrucksformen („essenzielle Motivation“) definitionsgebend für Kulturtourismus ist, fassen z. B. Du Cros und McKercher den Markt

weiter. Sie gliedern die Gesamtmenge der Kulturtouristen in fünf Marktsegmente, die anhand der Wichtigkeit von kulturellen Angeboten für die eigene Reiseentscheidung (hoch oder niedrig) und der gewünschten Tiefe des Kulturerlebnisses voneinander abgegrenzt werden können (Abbildung 1). „Purposeful cultural tourists“ treffen demnach ihre Reiseentscheidung vornehmlich nach dem kulturellen Angebot ihres Zielorts und wünschen eine tiefe kulturelle Erfahrung. Auch für „sightseeing cultural tourists“ stelle das kulturelle Angebot im Zielort einen bedeutenden Parameter für die Reiseentscheidung dar, anstelle einer intensiven kulturellen Erfahrung stehe jedoch das eher oberflächliche „Abhaken“ als bedeutend betrachteter kultureller Attraktionen im Vordergrund. Genau entgegengesetzt verhalten sich „serendipitous cultural tourists“, die die Wahl ihres Reiseziels nicht in erster Linie nach kulturellen Parametern treffen, jedoch vor Ort „zufällig“ intensive kulturelle Erfahrungen machen. Bei „casual cultural tourists“ fließe Kultur lediglich als eines (und eher nachgeordnetes) von mehreren Motiven in die Wahl des Reiseziels ein und sie haben am Reiseziel eher oberflächliche kulturelle Erfahrungen. Ebenfalls oberflächlich sei die Erfahrung bei der letzten Gruppe, den „incidental cultural tourists“, bei denen Kultur für die Reiseentscheidung überhaupt keine Rolle spiele (vgl. Du Cros / McKercher, 2015, S. 123). Eine sehr ähnliche Typologie anhand der gleichen Parameter entwarf Yvonne Pröbstle 2014 speziell für den deutschen Markt, hier stehen sich die Gruppen der „passionierten Spezialisten“ und der „unterhaltungsorientierten Ausflügler“ als gegensätzliche Pole gegenüber, zwischen denen sich weitere kulturtouristische Zielgruppen einordnen (vgl. Pröbstle 2014, nach Burzinski / Buschmann / Pröbstle, 2018, S. 11). Innerhalb dieser Bandbreite scheinen die meisten Reisenden sich in mittleren Positionen einzuordnen. Bei einer Befragung in Deutschland im Jahr 2005 gaben lediglich 14% der Befragten an, dass Kultur und Bildung im Urlaub für sie besonders wichtig seien, was einen im Vergleich zu anderen vorgeschlagenen Reisemotiven eher geringen Wert darstellt. Auf der anderen Seite gaben indes auch nur wenige Personen an, dass kulturelles Interesse bei der Reiseplanung überhaupt keine Rolle spiele. Demnach stammt also ein Großteil der kulturtouristischen Nachfrage von Personen, für die kulturtouristische Attraktionen kein übergeordnetes, aber immerhin eines von mehreren relevanten Motiven darstellt (vgl. Steinecke, 2007, S. 11f.).

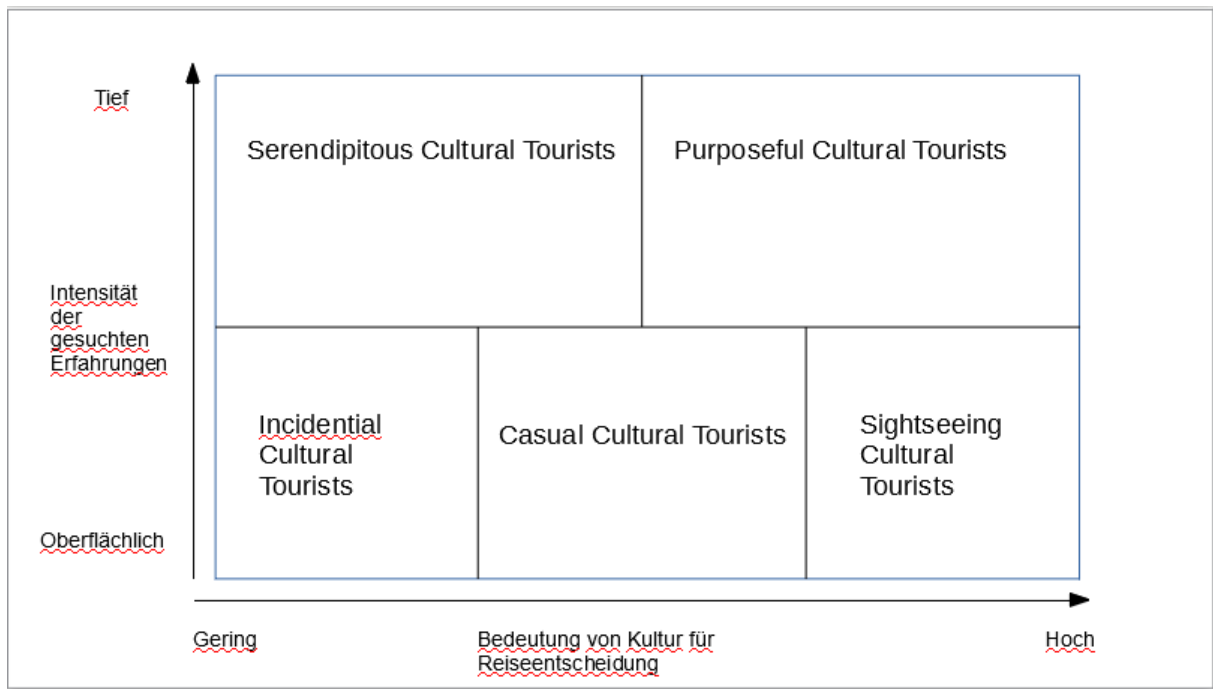


Abbildung 1: Typologie der Kulturtouristen nach Du Cros / McKercher 2003

Auf der Angebotsseite wird das Verhältnis zwischen Tourismus und Kultur vielfach als ambivalent, mitunter konfliktreich und als seitens der Akteure von gegenseitigem Unverständnis und enttäuschten Erwartungen geprägt beschrieben. Während Touristikern bisweilen zu wenig Sensibilität für den intrinsischen Wert kultureller Güter und Praktiken vorgeworfen werde, gelinge es Kulturakteuren oft nicht, ihre Angebote als „Ware“ im touristischen Sinne zu betrachten und bei deren Konzeption die Erwartungen der Gäste entsprechend zu berücksichtigen (vgl. Du Cros / McKercher, 2015, S. 26, S. 156f.). Die bloße Existenz eines auch noch so bedeutenden kulturellen Artefakts garantiere noch keinen touristischen Erfolg und funktioniere allenfalls in wenigen Ausnahmefällen mit singulärer Bedeutung und Bekanntheit (vgl. Du Cros / McKercher, S. 160). Andererseits wird angenommen, dass Kulturtourismus, richtig angewandt, ein bedeutsames Werkzeug zur ökonomischen Entwicklung sein könne, das Arbeitsplätze schaffe und zum Erhalt sowohl baulichen Kulturerbes wie auch des sozialen Gefüges eines Ortes beitragen könne (vgl. Du Cros / McKercher, 2015, S. 31).

Aufgrund der unscharfen und stark unterschiedlichen Definitionen des Phänomens Kulturtourismus ist es kaum möglich, diesen exakt zu quantifizieren. Die verschiedenen in der Literatur zu findenden Zahlen weisen voneinander große Abweichungen auf, je nachdem, welche Definitionen ihnen zugrunde gelegt und welche Personengruppen zur Gesamtmenge der Kulturtouristen hinzugezählt werden. Als ungefähre Orientierung mögen die Angaben der Europäischen Kommission dienen, die davon ausgeht, dass ca. 40% des europäischen touristischen Gesamtaufkommens als Kulturtourismus zu betrachten seien (vgl. Europäische

Kommission, o. J.). Auch wenn man, je nach Definition, die Möglichkeit großer Abweichungen hiervon sowohl nach oben als auch nach unten zugesteht, so kann Kulturtourismus in jedem Falle als Massenphänomen gelten, was ihn sowohl ökonomisch interessant als auch für die Denkmalpflege relevant macht.

Als eng verwandt mit Kulturtourismus kann der Begriff des „Heritage Tourism“ angesehen werden, der vor allem in englischsprachigen Quellen zu finden ist. Obwohl die Begriffsdefinition von „Heritage“ im Oxford English Dictionary vor allem auf eine Verwendung des Wortes im kulturellen Sinne hinweist („Valued objects and qualities such as historic buildings and cultural traditions that have been passed down from previous generations“, (Lexico.com, o. J.)), kann „Heritage“ im touristischen Kontext generell sowohl Kultur- als auch Naturerbe umschreiben. Auch das UNESCO-Welterbe („UNESCO world heritage“) umfasst sowohl Kultur- als auch Naturerbestätten, was einen passgenauen Gebrauch im Deutschen erschwert. Es gibt nach Kenntnis des Verfassers keine gebräuchliche, deutsche Übersetzung für den Begriff des Heritage Tourism, eine Übersetzung unter Rückgriff auf den generellen Terminus „Erbe“ ist im touristischen Kontext unüblich. Da in dieser Arbeit in erster Linie kulturelles Erbe thematisiert wird, wird bei Verwendung englischsprachiger Quellen der Heritage-Begriff reduzierend mit „Kulturerbe“ übersetzt, wenn nicht explizit von Naturerbe die Rede ist. Für das touristische Phänomen des Heritage Tourism wird die englische Bezeichnung benutzt.

Da beim Heritage Tourism die Rezeption von materiellem oder immateriellem Kulturerbe im Zentrum der touristischen Aktivität steht, und der Kulturerbebegriff ebenso wie der Kulturbegriff selbst nicht eindeutig definiert ist, ist eine trennscharfe Abgrenzung vom Phänomen des Kulturtourismus kaum zu realisieren, vielmehr herrscht nach Timothy die Auffassung vor, dass es sich um zwei einander überlappende Erscheinungen handele (vgl. Timothy, 2011, S. 4), wobei Timothy selbst hiervon abweichend die Ansicht vertritt, es gebe keine substanziellen Unterschiede und die beiden Begriffe seien austauschbar (vgl. Timothy, 2011, S. 5). Der Begriff des Kulturerbes und damit des Heritage Tourism beziehe sich in der Regel auf materielle oder immaterielle Güter aus einer mehr oder weniger lange zurück liegenden Vergangenheit, die durch die Gegenwartsgesellschaft aus der Gesamtheit der überlieferten Geschichte selektiv ausgewählt, rezipiert und im touristischen Kontext konsumiert werden (vgl. Tunbridge / Asworth, 1996: S. 6, zitiert nach Timothy / Boyd, 2003, S. 4). Demgegenüber können kulturtouristische Produkte allgemein auch der Gegenwartskultur entstammen. Weiterhin ist, wie erwähnt, die Abgrenzung zwischen Kultur- und Naturerbe sprachlich wie konzeptionell nicht eindeutig, sodass sich Heritage Tourism mehr als Kulturtourismus auch auf Güter beziehen kann, die zunächst eher mit „Natur“ statt mit „Kultur“ assoziiert werden dürften. Timothy und Boyd beispielsweise zählen gar Schutzgebiete wie Nationalparks zu den Heritage-Tourismus-Attraktionen (vgl. Timothy / Boyd, 2003, S. 46). Gerade in der Betrachtung

ländlicher Räume erscheint es auch sinnvoll, keine strikte Trennung von Natur- und Kulturerbe vorzunehmen, da historische Lebens- und Wirtschaftsformen, regionale Baukultur, die naturräumlichen Gegebenheiten und das Landschaftsbild eines Ortes einander beeinflussen und bedingen. Dieser Umstand sollte bei der Betrachtung von Kultur- und Heritage- Tourismus im ländlichen Raum berücksichtigt werden. Analog zum Konzept des Kulturtourismus macht die Vielfalt der möglichen Definitionen eine Quantifizierung des Phänomens zu einem schwierigen Unterfangen, was ein Grund dafür sein könnte, dass für die meisten Länder keine Zahlen oder Schätzungen der Dimensionen des Heritage Tourism vorliegen (vgl. Timothy, 2011, S. 21). Dessen ungeachtet wird Heritage Tourismus wie auch der Kulturtourismus allgemein als Wirtschaftsfaktor anerkannt, der insbesondere zusätzliche Einnahmen für den Erhalt des Kulturerbes generiere (vgl. Timothy, 2011, S. 163f.). Heritage Touristen gelten dabei als beliebt, weil überdurchschnittlich zahlungskräftige und -willige Touristen (vgl. Timothy, 2011, S. 164f.), wobei die Aussagekraft dieser Annahme eben dadurch eingeschränkt werden dürfte, dass eine Definition dieser Gruppe von Reisenden schwierig ist. Wie auch im Falle des Kulturtourismus allgemein lässt sich die Nachfrage nach Heritage Tourism vereinfachend als Kontinuum darstellen, das von eher zufälligen Begegnungen mit Kulturerbe innerhalb einer Reise bis hin zu überwiegend oder gar ausschließlich vom Erlebnis des Kulturerbes motivierten Reisen reicht (vgl. Timothy, 2011, S. 4). Innerhalb dieses Kontinuums gehen die meisten Autoren, gestützt auf verschiedene Befragungen, von einer Mehrheit derjenigen aus, für die Kulturerbestätten auch, aber nicht vorwiegend reiseauslösend sind, deren Vorwissen begrenzt ist und die Kulturerbestätten eher aus Sightseeing- als aus tiefem historischem Interesse besuchen. Legt man diese Annahme zugrunde, so ergibt sich für Kulturerbestätten ein intensiver Wettbewerb um touristische Aufmerksamkeit und daraus folgende Besucherzahlen. Dabei sind große und besonders bekannte Artefakte im Vorteil, während kleinere, Unauffälligere oder abseits der wichtigen Touristenströme Gelegene das Nachsehen haben: „For many people heritage tourism is synonymous with visits to legendary sites of international acclaim, with smaller attractions and more mundane elements of the archeological past often not recognized“ (Timothy, 2011, S. 55). Vor diesem Umstand wird auch das Bestreben vieler Kulturerbestätten verständlich, sich durch eine Eintragung als UNESCO-Welterbe eine erhöhte Sichtbarkeit und einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Die mit dem begehrten Welterbesiegel verbundenen Hoffnungen scheinen auch nicht dadurch gedämpft zu werden, dass dessen tatsächlicher Einfluss auf Besucherzahlen, Umsatz etc. umstritten ist und sich zwischen den einzelnen Welterbestätten stark zu unterscheiden scheint. Timothy sieht in entsprechenden Erwartungen eine Fehleinschätzung (vgl. Timothy, 2011, S. 187)). Du Cros und McKercher geben an, dass innerhalb des Kreises der Welterbestätten wiederum diejenigen profitieren, die bereits bekannt, groß und gut zugänglich seien, wohingegen kleinere und unbekanntere Kulturerbestätten auch dann nicht signifikant an

touristischer Bedeutung gewinnen, wenn sie ein Welterbesiegel vorweisen können (vgl. Du Cros / McKercher, 2015, S. 63f.).

Wie für kulturelle Artefakte allgemein, so gilt auch für Kulturerbe im Kontext des Heritage Tourism, dass die bloße Existenz z. B. eines historisch bedeutsamen Gebäudes zwar eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für touristischen Erfolg darstellt (vgl. Du Cros / McKercher, 2015, S. 110f.). Neben praktischen Erfordernissen (Erreichbarkeit / Zugänglichkeit, Vorhandensein von Übernachtungsmöglichkeiten und gastronomischen Angeboten usw.) spielen unter anderem eine Rolle, wie gut das jeweilige Kulturgut in ein übergeordnetes Reiseerlebnis eingebunden sei (vgl. Du Cros / Mc Kercher 2015, S. 223), das die Erwartungen des Gastes erfülle. Auch seien Kulturerbestätten als Touristenattraktionen vor allem dann erfolgreich, wenn sie zum Image des Reiseziels allgemein passen (vgl. Du Cros / McKercher, 2015, S. 160). Zwar gebe es sicherlich einige wenige Kulturerbestätten, die berühmt und einzigartig genug sind, um gleichsam losgelöst von ihrer Umgebung für sich allein zu stehen oder in Extremfällen gar das Image einer ganzen Region oder eines ganzen Landes zu prägen (vgl. Timothy, 2011, S. 277). Für die allermeisten Stätten und sicher auch für die AHP dürfte aber gelten: Zieht die Region, in der sie sich befinden, vor allem Touristen an, die sich wenig bis gar nicht für historisches Kulturerbe interessieren, dürfte ihr unbestreitbarer historisch-kultureller Wert diesen Umstand nicht aufwiegen. Generell ist die Frage der Positionierung für Kulturerbestätten relevant, wenn sie als Touristenattraktion erfolgreich sein sollen. Eine Möglichkeit hierzu bietet die Verknüpfung und Spezialisierung mehrerer Kulturgüter unter dem gemeinsamen Dach eines thematischen Schwerpunkts. Klassische Beispiele hierfür sind Themenstraßen und -routen (vgl. Steinecke, 2007, S. 27f.), etwa die bekannten Kulturrouten des Europarats. Vor allem in jüngerer Zeit setzen Destinationen wie Kulturerbestätten zunehmend darauf, durch ein differenzierteres Marketing die gewünschten, sensibleren und stärker spezifisch interessierten Zielgruppen anzusprechen (vgl. Timothy, 2011, S. 276). Eine wichtige Rolle hierbei spielt der Begriff der Authentizität. Dieser ist (nicht nur) im Kontext des Heritage Tourism längst zu einem beliebten Marketingversprechen geworden (vgl. Timothy, 2011, S. 286 f.), auch, da die Authentizität der touristischen Erlebnisse von Reisenden in zunehmendem Maße eingefordert wird (vgl. Timothy, 2011, S. 104). Was Authentizität in diesem Kontext konkret bedeutet, ist dabei ebenso umstritten wie die Frage, ob und inwieweit Touristen überhaupt in der Lage sind, authentische von artifiziellen Angeboten zu unterscheiden. Denkbar ist, dass viele Touristen die aufbereitete Natur kulturhistorischer Sehenswürdigkeiten durchaus erkennen, sich aber im Grunde bereitwillig „täuschen“ lassen („Many tourists wish (...) to experience what they are happy to believe to be authenticity at an attraction, but not necessarily reality“ (Du Cros / McKercher, 2015, S. 117) und uneingestanden „künstliche“, aber unterhaltsamere und bequemere Angebote den „authentischeren“ vorziehen (vgl. Timothy, 2011, S. 240), zumal der Wunsch nach Authentizität schon mit rein praktischen Erfordernissen des modernen Tourismus (z. B.

Heizung, sanitäre Anlagen, barrierefreie Zugänge etc. in historischen Gebäuden) kollidieren könne (vgl. Timothy, 2011, S. 253). Andererseits ließe sich fragen, ob der angenommene Gegensatz aus Authentizität und Konsumierbarkeit nicht seinerseits auf einer Unterschätzung des touristischen Publikums beruht, dem ein gewisses Maß an Konfrontation auch mit weniger „angenehmen“ Aspekten eines Kulturguts bei gelungener didaktischer Vermittlung möglicherweise durchaus zuzumuten wäre.

2.2 (Kultur-) Tourismus im ländlichen Raum

Auch die Betrachtung des Tourismus im ländlichen Raum (TLR) beinhaltet die Schwierigkeit der Definition, werden doch sowohl in der Fachliteratur als auch in der touristischen Praxis unter dieser Bezeichnung recht unterschiedliche Konzepte verstanden und zum Teil miteinander vermischt. So kann als TLR prinzipiell jede touristische Aktivität verstanden werden, die sich vor der Gebietskulisse als ländlich definierter Räume abspielt, unabhängig von der Reisemotivation und der vor Ort unternommenen Aktivitäten. Hierbei ist es wichtig zu berücksichtigen, dass es unterschiedliche Ansätze zur Definition des „ländlichen Raumes“ gibt, die den Vergleich verschiedener Regionen erschweren können, erst recht, wenn es sich um einen internationalen Vergleich handelt. So gibt die Bundeszentrale für Politische Bildung allein für Deutschland eine enorme Bandbreite an Definitionen ländlicher Räume an, die zwischen 35% und 95% der Landesfläche und zwischen 15% und 60% der Bevölkerung umfassen (vgl. Küpper, 2020).

Abzugrenzen vom rein räumlichen aufgefassten TLR wäre der Landtourismus, der anhand der Art der gesuchten Erlebnisse definiert werden kann und bei dem das Erleben ländlicher Lebens- und Wirtschaftsformen im Vordergrund steht (vgl. Rein / Schuler, 2012, S. 4). In der Praxis ist eine scharfe Trennung der beiden Konzepte schwierig. Für die meisten Besucher ländlicher Destinationen dürfte gelten, dass das Erlebnis von Natur und Ruhe und damit gemeinhin eher als ländlich assoziierter Qualitäten durchaus ein zentrales Reisemotiv darstellt (vgl. Rein / Schuler, 2012, S. 9). Weiterhin ist einzuwenden, dass touristische Aktivität nur selten vollständig unabhängig von ihrer Umgebung stattfindet. So sind denn auch Besucher ländlicher Räume, die sich nicht explizit für das Erlebnis ländlicher Lebens- und Wirtschaftsformen interessieren, dennoch mit diesen konfrontiert, handelt es sich doch zumindest in den Ländern West- und Mitteleuropas bei den meisten Landschaften um menschlich geprägte und geformte Räume, deren Bild die menschliche Nutzung der Vergangenheit und Gegenwart spiegelt. Auf die Schwierigkeit einer Trennung verweist auch die Definition der UNWTO, die Landtourismus/ländlichen Tourismus („rural tourism“) wie folgt definiert:

"a type of tourism activity in which the visitor's experience is related to a wide range of products generally linked to nature-based activities, agriculture, rural lifestyle / culture, angling and sightseeing.

Rural Tourism activities take place in non-urban (rural) areas with the following characteristics: i) low population density, ii) landscape and land-use dominated by agriculture and forestry and iii) traditional social structure and lifestyle."

(UNWTO o.J. c)

In dieser Definition findet sich zum einen die räumliche Komponente, die die touristische Aktivität in Regionen verortet, die sich durch bestimmte Charakteristika auszeichnen und im Gegensatz zu urbanen Destinationen stehen. Zum anderen besteht eine inhaltliche Komponente, die eine Ausrichtung auf bestimmte, mit einem „ländlichen“ Umfeld assoziierte Themen und Produkte voraussetzt. Inwieweit sich ländliche Räume tatsächlich noch durch „traditionelle Sozialstrukturen und Lebensstile“ auszeichnen, kann sicher hinterfragt werden, dies ist aber an dieser Stelle nicht zu vertiefen. Nach Steinecke (2007) stellen ländliche Tourismusdestinationen seit längerem „Stiefkinder der touristischen Entwicklung“ (Steinecke, 2007, S. 223) dar, was für den Tourismus allgemein, erst recht aber für den Kulturtourismus gelte. Als Gründe werden neben bisweilen fehlenden Alleinstellungsmerkmalen die strukturellen Veränderungen der vergangenen Jahrzehnte genannt, die insbesondere durch den Rückgang der Landwirtschaft als wichtigem Wirtschafts- und Beschäftigungssektor geprägt gewesen seien. Dadurch habe sich nicht nur der architektonische Charakter ländlicher Siedlungen geändert, vielmehr haben ländliche Räume allgemein einen Verlust an Sinn und kultureller Identität erlitten (vgl. Steinecke, 2007, S. 225). In den letzten Jahren sei allerdings seitens vieler Gäste eine Rückbesinnung auf Regionalität und Tradition – als Gegenbewegung zu Globalisierung und Standardisierung – zu beobachten, die dem (Kultur-) Tourismus im ländlichen Raum neue Chancen eröffne (vgl. ebenda) und gerade die endogenen natürlichen und kulturellen Ressourcen ländlicher Orte zur Basis touristischer Angebote mache (vgl. Carvalho et al., 2012, S. 15). Gerade für Stadtbewohner stellen ländliche Räume Sehnsuchtsorte dar, die mit Assoziationen von Ruhe, Ursprünglichkeit und Idylle aufgeladen seien. Dies machen sich ländliche Destinationen zunutze, in dem sie sich bei der Vermarktung ihres Kultur- und Naturerbes gezielt an ein urbanes Publikum richten. Dabei spielen historische Gebäude neben weiteren Attraktionen eine bedeutende Rolle (vgl. Timothy, 2011, S. 95). Generell sind TLR einerseits und Kultur- bzw. Heritage-Tourismus vielfach miteinander verknüpft, auch wenn die von Zeppenfeld vertretene Auffassung vom TLR als Untersegment des Kulturtourismus (vgl. Zeppenfeld, 2012, S. 65) eine Minderheitenposition darstellen dürfte. Entgegen einer (auch und gerade unter Touristikern) verbreiteten gedanklichen Gleichsetzung von Kultur- und Städtetourismus liegen indes nach Timothy die meisten bedeutenden historischen Monumente im ländlichen Raum (vgl. Timothy, 2011, S. 94). Auch die Landschaft

ländlicher Regionen selbst trägt eine bedeutende kulturelle Komponente in sich, handelt es sich doch um Kulturlandschaften, also um

„Räume, die durch menschliche Gruppen und durch Gesellschaften im Laufe der Zeit dauerhaft verändert und geprägt worden sind. Ihre regionale Ausprägung und auch ihre (kultur-) touristische Attraktivität erhalten die Landschaften durch ihre Siedlungen (Städte, Dörfer) sowie durch ihre dominierenden wirtschaftlichen Aktivitäten (Landwirtschaft, Industrie, Handel)“ (Steinecke, 2007, S. 191).

Ländliche Siedlungen und ihre Gemarkungen sowie die Architektur ihrer Gebäude spiegeln die charakteristischen Merkmale einer Region und die Veränderungen ihrer historischen Sozial- und Wirtschaftsgeschichte (vgl. Peters, 2012, S. 46f., S. 49). Peters verweist auf Befragungen von Touristen in Brandenburg und Sachsen-Anhalt, die dem Vorhandensein einer attraktiven Landschaft und eines angenehmen Ortsbilds mit historischem Ambiente und Gebäuden mit Denkmalwert eine hohe Bedeutung für die Wahrnehmung ländlicher Touristenziele beimessen (vgl. Peters, 2012, S. 79). Ist vom Tourismus im ländlichen Raum die Rede, zumal in Publikationen politischer oder administrativer Institutionen, geht es oftmals auch um eine ihm zugeordnete Rolle für die wirtschaftliche Stärkung von ökonomisch, demografisch und sozial schlechter gestellten Regionen. Im letzten noch nicht von der Corona-Pandemie beeinflussten Jahr 2019 wurden nach Angaben der UNWTO weltweit über 1,5 Milliarden touristische Ankünfte verzeichnet, was einem Anstieg um 4 % gegenüber dem Vorjahr entsprach. Davon entfielen etwas mehr als die Hälfte der Ankünfte auf Europa, wenn auch der Anteil Europas sich zugunsten anderer Weltregionen allmählich verringert (vgl. UNWTO 2020). Besonders in Schwellenländern stellt der Tourismus einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar, doch auch in vielen Industrieländern ist er mit Anteilen am Bruttoinlandsprodukt zwischen 2 und 10% volkswirtschaftlich relevant (vgl. Baumgartner, 2021, S. 13f.) Zugleich wird dem Tourismus eine hohe Beschäftigungswirkung zugesprochen (vgl. ebenda), auch wenn einschränkend erwähnt werden muss, dass es sich bei vielen Arbeitsplätzen in der Branche um geringer qualifizierte und relativ schlecht entlohnte Stellen handelt. Angesichts dieser Zahlen erscheint es verständlich, dass periphere Region an der Wachstums- und Beschäftigungswirkung der Branche partizipieren möchten und in den Tourismus als „eines der wenigen Mittel, um diesem scheinbar unumkehrbaren Prozess (der Verstädterung und schleichenden Entleerung des ländlichen Raums, Anm. d. Verf.) ein Stückweit (sic!) Einhalt zu gebieten“ (Zeiner, Harrer, 2012, S. 25) große Hoffnungen setzen. Auf die damit verbundenen Potenziale des Tourismus für den Erhalt historischer Baudenkmale in ländlichen Regionen, etwa durch neue Nutzungsoptionen und die Erwirtschaftung der zum Erhalt benötigten finanziellen Mittel, ist bereits verwiesen worden. Allerdings gibt es Gründe, entsprechende Erwartungen an den Tourismus mit einer gewissen Vorsicht zu betrachten.

Trotz einer immer wieder postulierten Rückbesinnung breiter Zielgruppen auf Werte und Angebote, die mit ländlichen Räumen assoziiert werden, gelten zumindest in Deutschland weiterhin vor allem Städtereisen als touristischer Wachstumsmotor (vgl. Eisenstein, Schmücker, 2021, S. 35). So ist bei allen vorhandenen Potenzialen wohl einzuräumen, dass Tourismus für ländliche Räume zwar eine Chance auf Entschärfung bestehender ökonomischer Probleme bietet, jedoch keinen unbedingten „Rettungsanker“ darstellt (vgl. Zeiner, Harrer, 2012, S. 25).

2.3 Touristische Netzwerke im ländlichen Raum

Zu den bedeutendsten Schwierigkeiten des Tourismus im ländlichen Raum gehören die oft kleinteilige Unternehmensstruktur und der Mangel an finanziellen und personellen Ressourcen öffentlicher wie privater Akteure. Für Einzelakteure oder kleinere Kommunen liegt daher die Lösung nahe, sich zu Netzwerken zusammenzuschließen, um gemeinsame Entwicklungs- und Marketingstrategien zu erarbeiten und vorhandene Ressourcen zu bündeln und so effektiver zu nutzen (vgl. Rodrigues, Kastenholz, Rodrigues, 2007, S. 4). Im Zuge einer „Wiedergeburt“ (Carvalho et al., 2012, S. 15) des öffentlichen Interesses für die ländliche Welt und ihr historisches Erbe seit der letzten Dekade des 20. Jahrhunderts gewann das Konzept, Netzwerke bzw. Routen von Einzelementen als touristische Destinationen zu vermarkten, (neue) Popularität (vgl. Carvalho et al., 2012, S. 18). Solche Netzwerke in ländlichen Räumen sind folgerichtig in zahlreichen Ländern entstanden. Allein in Portugal, wo dem hier untersuchten Fallbeispiel eine Pionier- und Vorbildfunktion zukommt, besteht inzwischen eine ganze Reihe touristischer Netzwerke und Routen von Dörfern und Kleinstädten, die jeweils über eine regionale und/oder thematische Klammer versuchen, sich gemeinsam eine erhöhte Sichtbarkeit in den touristisch weniger stark frequentierten Landesteilen zu verschaffen. So besteht seit 2001 das Netzwerk der Aldeias do Xisto („Schieferdörfer“), dessen Einzugsbereich direkt westlich an das der AHP angrenzt. Beispiele aus anderen europäischen Ländern umfassen die italienischen „Borghi piu belli d’Italia“, einen Zusammenschluss von 313 Ortschaften in allen Landesteilen (vgl. Borghi piu belli d’Italia o. J.) sowie das rumänische „The whole village project“, das sich der nachhaltigen Entwicklung aller Aspekte ländlichen Lebens in ehemals siebenbürgisch-sächsischen Dörfern widmet (vgl. The Mihai Eminescu Trust o. J.). Eng verwandt sind kulturtouristische Routen, etwa die bereits 1987 ins Leben gerufenen Kulturrouten des Europarats, von denen aktuell über 30 mit verschiedenen thematischen Schwerpunkten existieren (vgl. Europarat, o. J.). Die konkrete inhaltliche Ausgestaltung all dieser Projekte variiert, gemeinsam ist ihnen das Ziel, das kulturelle Erbe ländlicher Gemeinschaften als touristisches Produkt zu etablieren und über den Tourismus die soziale und ökonomische Entwicklung in den Regionen anzuregen. Die Konstituierung und internationale Vernetzung solcher Netzwerke wird in Europa oft durch die Förderprogramme

der Europäischen Union unterstützt. So wurde auch das Fallbeispiel dieser Arbeit, die AHP, maßgeblich unter Inanspruchnahme von EU-Fördermitteln vorangetrieben. Neben ihrer wirtschaftlichen Bedeutung wird kulturtouristischen Netzwerkiniciativen auch das Potenzial zugeschrieben, die (Selbst-) Wahrnehmung ländlicher Wahrnehmung zum Positiven zu verändern. So schreiben Carvalho et al. bezugnehmend auf die AHP sowie die Aldeias do Xisto, dass diese

„Initiativen (darstellen), die ein neues Bild und eine positivere Einstellung zu den Dörfern und der ländlichen Welt ermöglichen, indem sie dazu antreten, das Selbstbewusstsein der Bevölkerung und die Affirmation der in mehrerer Hinsicht darniederliegenden Territorien anzuregen.“

(Carvalho et al., 2012, S. 18)

2.4 Grundlagen des Destinationsmanagements und -marketings

Der Erfolg einer Tourismusdestination ist selten das Ergebnis von Zufällen. Vielmehr wird die Wettbewerbsfähigkeit einer Destination durch ein komplexes Zusammenwirken verschiedener Faktoren bestimmt (vgl. Ritchie / Crouch, 2003, S. 60f.). Ritchie und Crouch definieren sieben Kernressourcen und -attraktoren, auf deren Grundlage Besucher die Wahl ihres Reiseziels treffen:

- Landschaft und Klima
- Kultur und Geschichte
- Marktverbindungen (gemeint sind Faktoren, die die jeweilige Destination mit potenziellen Quellmärkten verbinden. Günstige Marktverbindungen können etwa eine direkte Flug- oder Zugverbindung sein, aber auch familiäre Verbindungen etwa zu Auswanderergemeinden, deren Angehörige die Destination zu Familientreffen aufsuchen)
- Die Mischung der angebotenen Aktivitäten
- Besondere Ereignisse oder Veranstaltungen
- Das Unterhaltungsangebot
- Die übergeordnete, direkt oder indirekt tourismusrelevante Infrastruktur (Übernachtungsangebote, Gastronomie, aber auch Zugangswege und Transportmittel)

Wie auf den ersten Blick deutlich wird, können nicht alle der genannten Faktoren von den verantwortlichen Akteuren der Destination selbst beeinflusst werden. Mit Natur und Landschaft sowie Kultur und Geschichte sind z. B. zwei besonders wichtige Faktoren weitgehend vorgegeben. Touristische Angebote sollten entsprechend so gestaltet sein, dass sie diese

vorhandenen Gegebenheiten optimal ausnutzen und zu diesen passen (vgl. Ritchie / Crouch, 2003, S. 68). Die Etablierung einer Region oder eines Ortes als Tourismusdestination ist ein komplexer Prozess, bei der eine Reihe unterschiedlicher Komponenten zu beachten sind. Ritchie und Crouch führen die formale Definition der Destination und der wichtigsten Stakeholder, die Formulierung einer Vision und leitenden Werten sowie einer positiven Zukunftsvision für die Entwicklung der Destination und deren Umsetzung in der Praxis, das „Destination Branding“ und die Positionierung der Destination am touristischen Markt, die Identifikation von Konkurrenten und potentiellen Partnern und die regelmäßige Evaluation und Überprüfung der eingeleiteten Prozesse als unverzichtbare Bestandteile der Destinationsplanung an (vgl. Ritchie / Crouch, 2003, S. 153-166). Näher eingegangen werden soll an dieser Stelle auf den Aspekt der Positionierung, da dieser bei der Analyse des Fallbeispiels eine Rolle spielen wird. Die Positionierung einer Tourismusdestination bedeutet nach den Autoren, sich eine eigene Marke zu schaffen, die die Destination von Mitbewerbern auf dem Markt abhebt (Destination Branding). Dieser Prozess beinhaltet in der Regel eine Visualisierung über einen Namen, ein Symbol, ein Logo oder ähnliche Erkennungszeichen. Destination Branding bedeutet demnach

„a name, symbol, logo, work mark or other graphic that both identifies and differentiates the destination; furthermore, it conveys the promise of memorable travel experience that is uniquely associated with the destination; it also serves to consolidate and reinforce the recollection of pleasurable memories of the destination experience“

(Ritchie / Ritchie, 1998, p. 103, zitiert nach Ritchie / Crouch, 2003, S. 103).

Die Positionierung der Destination über eine eigene Marke hat nach der gegebenen Definition also einerseits die Funktion, sie auch optisch identifizierbar und von anderen Definitionen unterscheidbar zu machen. Darüber hinaus aber soll eine Botschaft an potenzielle Besucher formuliert werden, die diesen bei einem Besuch eine Reihe positiver und möglichst einzigartiger Erlebnisse verspricht. Die gefassten Pläne und Strategien in der Praxis umzusetzen und mit Leben zu füllen, ist Aufgabe einer Destination Management Organisation, kurz DMO. Diese steht organisatorisch an der Spitze der touristischen Akteure einer Destination, jedoch ist dies nicht in einem strikt hierarchischen Sinne zu verstehen – die DMO hat in der Regel keine direkten Durchgriffsmöglichkeiten auf die Akteure in ihrem Einzugsbereich. Ihre Führungsfunktion ist vielmehr eine weitgehend informelle, was in der komplexen, netzwerkhaften Struktur einer Destination begründet liegt:

„The destination (...) is really a loose collection of enterprises, organizations and groups which work together in a semi-organized, partly cooperative fashion, but which are ultimately driven largely by their own self-interest“ (Ritchie / Crouch, 2003, S. 97).

Aufgabe der DMO ist es, die Aktivitäten der verschiedenen Akteure zum Wohl der Destination zu bündeln, ihre teils divergierenden Standpunkte und Interessen auszugleichen und dabei die übrigen internen und externen Faktoren, die die Destination beeinflussen und charakterisieren, zu berücksichtigen:

„Destination Management consists of the coordinated management of all the elements that make up a tourism destination. Destination management takes a strategic approach to link up these sometimes very separate elements for the better management of the destination (...) Destination Management calls for a coalition of many organizations and interests working towards a common goal, ultimately being the assurance of the competitiveness and sustainability of the tourism destination. The Destination Management Organization's (DMO) role should be to lead and coordinate activities under a coherent strategy in pursuit of this common goal.“ (UNWTO o.J. a).

Die rechtliche und organisatorische Form der DMO kann sehr unterschiedlich ausfallen und ist abhängig von den lokalen Gegebenheiten, der Position der Destination im touristischen System (national, regional oder lokal), finanziellen Erwägungen und weiteren Aspekten (vgl. Ritchie / Crouch, 2003, S. 184). Während in manchen Fällen öffentliche Stellen wie Abteilungen einer lokalen oder regionalen Verwaltungsinstitution die Aufgabe der DMO übernehmen, kommen ebenso Vereine, gemischt öffentlich-private GmbHs oder auch rein private Unternehmen, die mit der Wahrnehmung der DMO-Aufgaben beauftragt werden, in Frage. Im Falle einer als Verein oder GmbH organisierten DMO kommt der Auswahl der Mitglieder bzw. Gesellschafter besondere Bedeutung zu (vgl. Ritchie / Crouch, 2003, S. 188). Oft gehören hierzu Vertreter kommunaler Gebietskörperschaften (Kreise, Gemeinden), verschiedener Verbände, lokaler (Tourismus-) unternehmen und Kultureinrichtungen, aber auch z.B. regionaler Verkehrsunternehmen.

3. Das Fallbeispiel: Die Aldeias Históricas de Portugal

Die AHP sind ein touristisches Netzwerk aus 12 Ortschaften im Osten der Region Centro im Landesinneren Portugals (siehe Abbildung 2). Ins Leben gerufen Anfang der 1990er Jahre, wird die Marke seit 2007 durch den gemeinnützigen Verein „Aldeias Historicas de Portugal – Associação de Desenvolvimento Turístico“ (AHP-ADT) mit Sitz in Belmonte geführt und vertreten. Die 12 Ortschaften verteilen sich auf 10 Landkreise (port. Concelhos oder

Municípios¹⁾ und weisen hinsichtlich ihrer Größe und Bevölkerungszahl erhebliche Unterschiede auf, wie in Tabelle 1 dargelegt ist.



Abbildung 2: Lage der AHP in der Region Centro, Bento Correia, 2009

Tabelle 1: Mitgliedsorte der AHP

Name der Aldeia Histórica	Kreis (Concelho)	Gemeinde (Freguesia)	Einwohnerzahl der Gemeinde 2021 ²
Almeida	Almeida	Almeida	1.146
Belmonte	Belmonte	Belmonte e Colmeal da Torre ³	3.539

¹ *Concelho* bezeichnet im engeren Sinne den jeweiligen Landkreis als territoriale Einheit und *Município* dessen Gemeinwesen im institutionellen Sinne, im allgemeinen Sprachgebrauch werden beide Begriffe aber zumeist synonym gebraucht. Die *Concelhos* setzen sich zusammen aus *Freguesias* (Gemeinden), die die unterste Ebene der kommunalen Selbstverwaltung darstellen. Eine *Freguesia* kann selbst wiederum mehrere Dörfer bzw. Wohnplätze (*lugares*) ohne eigene politische oder administrative Institutionen umfassen. Einige der größeren AHP bilden eine Gemeinde für sich allein, andere gehören gemeinsam mit weiteren Orten der jeweiligen Gemeinde an.

² Die Gemeinden sind die unterste Ebene der territorialen bzw. administrativen Einteilung Portugals, für die das statistische Landesamt INE Daten veröffentlicht. Daher kann für solche AHP, die gemeinsam mit weiteren Dörfern Mitglied einer Gemeinde sind, keine genaue, separate Einwohnerzahl angegeben werden.

³ Im Rahmen einer Gebietsreform im Jahr 2013 wurden viele der kleineren Gemeinden zu größeren Einheiten zusammengeschlossen, die als offiziellen Namen oft eine Aufzählung der zuvor selbstständigen Gemeinden führen.

Castelo Mendo	Almeida	Castelo Mendo, Ade, Monteperobolso e Mesquitela	205
Castelo Novo	Fundão	Castelo Novo	351
Castelo Rodrigo	Figueira de Castelo Rodrigo	Castelo Rodrigo	467
Idanha-a-Velha	Idanha-a-Nova	Monsanto e Idanha- a-Velha	766
Linhares da Beira	Celorico da Beira	Linhares da Beira	212
Marialva	Mêda	Marialva	177
Monsanto	Idanha-a-Nova	Monsanto e Idanha- a-Velha	766
Piódão	Arganil	Piódão	120
Sortelha	Sabugal	Sortelha	320
Trancoso	Trancoso	Trancoso (São Pedro e Santa Maria) e Souto Maior	3.192

Quelle: INE, 2021d

In den folgenden Unterkapiteln wird es darum gehen, die AHP unter verschiedenen Aspekten zu betrachten. Eine Zusammenfassung der demographischen Entwicklung der Region Centro und einige wichtige touristische Kennziffern beschreiben den regionalen Kontext des Netzwerks der AHP und erklären die Ausgangssituation, in der die Gründung der AHP erfolgte und vor deren Hintergrund sich deren weitergehende Entwicklung seither abspielt. Ein Unterkapitel zur historischen Entwicklung der 12 Orte und deren materielles Kulturerbe schafft einen Überblick über die vorhandenen touristischen Ressourcen und gibt eine Vorstellung von der denkmalpflegerischen Dimension des Projekts, auch wenn eine genaue Darstellung einzelner denkmalpflegerischer Maßnahmen nicht Inhalt dieser Arbeit ist. In weiteren Unterkapiteln werden die mit der Gründung des Projekts beabsichtigten Zielsetzungen dargelegt, die als Hauptindikatoren für die spätere Evaluation des Projekterfolgs dienen. Die Evaluation stützt sich weiterhin auf eine eingehende Analyse der AHP aus touristischer Perspektive. Diese nimmt in den Blick, welche Ressourcen und Angebote vorhanden sind, über welche Bilder und Narrative sich das Netzwerk am Markt positioniert und wie sich wichtige

touristische Kennzahlen im Verlauf des Projekts entwickelt haben. Eine weitere Komponente der Erfolgsevaluation bildet eine Betrachtung demographischer Faktoren, insbesondere der Einwohnerzahl der zum Netzwerk der AHP gehörenden Kreise und Gemeinden.

3.1 Regionaler Kontext: Die Region Centro

Die AHP befinden sich in der Region Centro, die eine Fläche von ca. 28.200 km² im mittleren Norden Portugals umfasst und sich von der Küste des Atlantischen Ozeans ostwärts bis zur spanischen Grenze erstreckt (siehe Abbildung 3). Centro ist eine von sieben statistischen Regionen (regiões estatísticas) des Landes. Diese sind, mit Ausnahme Madeiras und der Azoren, deckungsgleich mit den von der Europäischen Union für Vergleichszwecke verwendeten NUTs II – Regionen in Portugal. Sie beschreiben keine politischen oder administrativen Einheiten, sondern dienen, wie im Namen ablesbar, hauptsächlich statistischen Zwecken. So werden wirtschaftliche und demographische Kennzahlen nach statistischen Regionen erhoben und veröffentlicht. Landschaftlich ist die Region Centro aus ausgesprochen diversen Räumen zusammengesetzt. Während ihre küstennahen Teile überwiegend eben sind, weist sie nach Osten hin ein zunehmend gebirgiges Relief auf und beinhaltet dort die hochgebirgsartige Serra da Estrela mit Kontinentalportugals höchster Erhebung, dem 1.993 m hohen Torre. Die AHP liegen in diesem östlichen Teil der Region Centro, der historisch zu den Provinzen Beira Alta und Beira Baixa (Obere und Niedere Beira) gehörte. Obwohl als administrative Einheiten 1976 abgeschafft, sind die historischen Provinzen im allgemeinen Sprachgebrauch bis heute sehr präsent, wobei für Beira Alta und Beira Baixa auch die zusammenfassende Bezeichnung Beira Interior (Innere Beira, in Abgrenzung zu den küstennahen Gebieten) zu finden ist. Auf der unteren Ebene der heutigen statistischen Gliederung, den NUTs III – Regionen, liegen die AHP in den Sub-Regionen Beiras e Serra da Estrela und Beira Baixa, einzig Piódão liegt im äußersten Osten der Sub-Region Região de Coimbra.

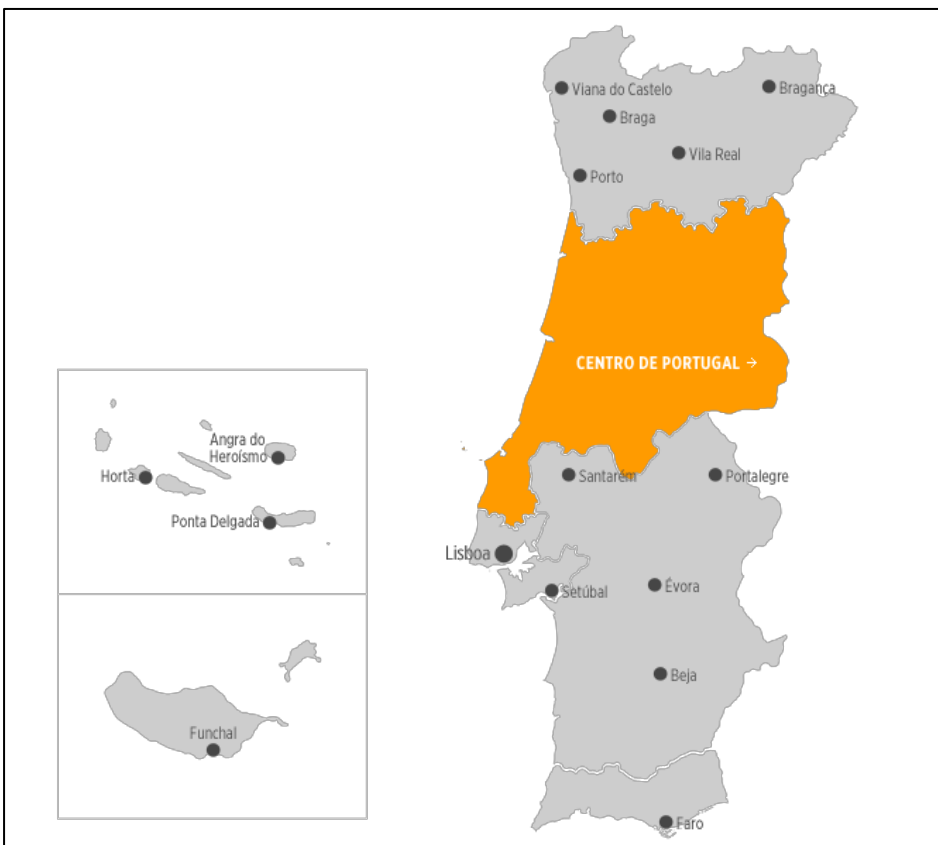


Abbildung 3: Lage der Region Centro, Turismo de Portugal, o. J.

3.1.1 Demographische Entwicklung

Wie später genauer auszuführen ist, wurde das Netzwerk der AHP vor dem Hintergrund einer ausgesprochen ungünstigen demographischen Entwicklung der Mitgliedsorte und der umgebenden Region gegründet und soll durch eine Belebung des Tourismus zu deren Abmilderung beitragen. Nach Angaben des nationalen statistischen Instituts INE wies die Region Centro im Jahr 2020 eine Bevölkerungsdichte von 79,1 Personen pro km² auf und ist damit aktuell die Region des Landes mit der zweitgeringsten Bevölkerungsdichte (vgl. INE, 2021a). Hinter diesem im landesweiten Vergleich unterdurchschnittlichen Wert (Landesdurchschnitt: 111,7 Personen pro km²) verbergen sich innerhalb der Region erhebliche Unterschiede, die sich aus einem für ganz Portugal charakteristischen Gefälle zwischen den Küstengebieten und den Räumen im Landesinneren ergeben. Diese werden deutlich, wenn man die Region Centro nach Sub-Regionen / NUTs III – Regionen differenziert. Bevölkerungreichen Sub-Regionen an der Küste (Oeste: 163,2, Aveiro: 216,9 Personen pro km²) stehen durchschnittlich dicht besiedelte Gebiete (Região de Coimbra: 100,5, Região de Leiria 117,1 Personen pro km²) und dünner besiedelte Räume gegenüber. Mit deutlichem Abstand am unteren Ende der Tabelle finden sich die beiden Sub-Regionen Beiras e Serra da Estrela und Beira Baixa, in denen sich 11 von 12 der AHP befinden, mit 33,5 bzw. 17,3 Einwohnern pro km² (Zum Vergleich: Der am dünnsten besiedelte deutsche Landkreis Prignitz kam 2019 auf einen Wert von 35,6 Personen pro km² (vgl. Statista.com, o. J.)). Die niedrige

Bevölkerungsdichte der Beira Interior ist u. a. das Resultat einer seit ca. 70 Jahren anhaltenden Entwicklung der Landflucht, charakterisiert durch den Wegzug vor allem junger Menschen im erwerbsfähigen Alter, die Martins Braga et. al 2013 in einer Untersuchung der demographischen Entwicklung von 50 dünn besiedelten Kommunen der Region Centro, darunter einige Mitglieder der AHP, wie folgt beschreiben: „Die Territorien von geringer Bevölkerungsdichte und insbesondere die Ortschaften im Inneren der Region Centro de Portugal erlebten auf drastische Weise den Wegzug großer Bevölkerungskontingente und die Aufgabe der produktiven Aktivitäten.“ (Martins Braga et al., 2013, S. 2). In der zitierten Untersuchung wird sichtbar, dass die große Mehrheit der untersuchten Kommunen allein zwischen 1991 und 2011 einen erheblichen Bevölkerungsrückgang um bis zu 30% verzeichnete, wobei sich der Rückgang in den meisten Fällen in der zweiten Hälfte des Untersuchungszeitraums sogar noch verstärkte (vgl. Martins Braga et al., 2013, S. 6f.) Die in den meisten untersuchten Kommunen bereits 2011 festgestellte ausgeprägte Überalterung der Bevölkerung (vgl. Martins Braga et al., 2013, S. 5f.) deutet darauf hin, dass die demographische Tendenz sich bei unveränderten Rahmenbedingungen fortsetzen und wahrscheinlich weiterhin verschärfen wird. Zahlen des nationalen Statistikinstituts INE bestätigen diese Annahme: Nach aktuellen Prognosen (ausgegangen wird hier von einem mittleren Szenario unter Berücksichtigung angenommener Migrationsbewegungen) wird die Bevölkerung der Region Centro von 2.216.569 Personen im Jahr 2018 bis 2080 auf 1.515.938 Personen zurückgehen. Der Altersindex⁴ der Bevölkerung in der Region Centro wird sich demnach im selben Zeitraum von 199,2 (zweihöchster Wert unter den Regionen, Landesdurchschnitt: 159,4) auf 381 fast verdoppeln (INE 2020a, S. 14). Schon jetzt liegt der Altersindex in den für diese Arbeit relevanten Subregionen bei sehr hohen Werten (Região de Coimbra: 220,1, Beira Baixa: 290,0, Beiras e Serra da Estrela: 295,7) (INE.pt, 2021b), besonders weit fortgeschritten ist die Überalterung in einigen der Kreise, zu denen die AHP gehören. „Spitzenreiter“ ist der Kreis Almeida (umfasst die AHP Almeida und Castelo Mendo) mit einem Index von 597,1 (ebenda) – auf eine Person unter 15 Jahren kommen hier schon heute sechs über 64-jährige Einwohner.

Folge dieser Entwicklung ist eine massive Störung der Wirtschafts- und Sozialstruktur. Die Landwirtschaft, so Martins Braga et al., sei vielerorts weitgehend aufgegeben worden, Industrie existiere nur wenig. Dies und der Mangel an Investitionen im primären und sekundären Sektor bewirke ein Fehlen von Arbeitsplätzen und wirtschaftlichen Perspektiven, was die Entvölkerungstendenzen wiederum verstärke (vgl. Martins Braga et al., 2013, S. 2). Unternehmen vor allem im primären und sekundären Sektor zeichnen sich zumeist durch eine geringe Größe und ein niedriges Niveau an Wertschöpfung aus, gleichzeitig habe der

⁴ Hier definiert als das Verhältnis der Personen im Alter von 65 Jahren oder höher zu den unter 15-jährigen. In der Region Centro stehen also im angegebenen Jahr 100 Angehörigen der jüngsten Altersgruppe knapp 200 Personen ab 65 Jahren gegenüber.

öffentliche Sektor gegenüber dem Privaten ein zu großes Gewicht (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 106). Der Arbeitsmarkt biete vor allem Stellen für gering qualifizierte, saisonale und schlecht entlohnte Tätigkeiten, Abwanderung sei nach wie vor ein wichtiges Ventil, um den Druck auf den regionalen Arbeitsmarkt zu reduzieren (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 116), verstärke aber andererseits die bereits gravierenden demographischen Probleme. Es liegt auf der Hand, dass die ökonomischen und sozialen Probleme der Region, insbesondere die teils rapide Bevölkerungsabnahme, für den Erhalt historischer Bausubstanz einen erschwerenden Faktor darstellen. Mögen für den Erhalt öffentlicher Gebäude und bedeutender Einzeldenkmale in manchen Fällen ausreichend Mittel vorhanden sein, so drohen nicht mehr benötigten Wohn- und Wirtschaftsgebäuden Leerstand und Verfall. Dies beeinträchtigt nicht nur das Ortsbild und damit gleichermaßen die Lebensqualität der Bewohner und die Attraktivität der Orte für Besucher. Auch aus denkmalpflegerischer Sicht ist der Verfall historisch gewachsener Gebäudeensembles als schwerwiegender Verlust zu werten. Um den beschriebenen Tendenzen zumindest punktuell entgegenwirken zu können, müssen für Gebäude, die für ihre ursprüngliche Bestimmung nicht mehr benötigt werden, neue Nutzungen gefunden werden.

3.1.2 Tourismus in der Region Centro

Angesichts der anhaltenden Entvölkerung von Teilen der Region, der schwierigen wirtschaftlichen Situation und des teils schwach ausgeprägten primären und sekundären Sektors liegt es nahe, im tertiären Sektor und insbesondere im Tourismus Chancen für eine wirtschaftliche Belebung, die Schaffung von Arbeitsplätzen und somit eine Bleibeperspektive gerade für jüngere Menschen zu suchen. Voraussetzungen für eine prosperierende Tourismusentwicklung der Region sind dabei durchaus gegeben. Die zentrale Lage im Land und die mäßige Entfernung der Region zu den Metropolregionen Lissabon und Porto mit ihren internationalen Flughäfen machen sie relativ gut erreichbar. Auch die natürlichen und kulturellen Gegebenheiten lassen die Gegend attraktiv erscheinen, wie der aktuelle Entwicklungsplan der regionalen Tourismusagentur zeigt. 8 von landesweit 17 UNESCO-Welterbestätten, 189 mit der höchsten nationalen Denkmalkategorie „Nationales Monument“ (monumento nacional) ausgezeichnete Baudenkmale und 17 Naturparks und sonstige Großschutzgebiete deuten auf ein ansehnliches Potenzial der Region vor allem für kultur- und naturgestützte Tourismusformen hin (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019, S. 5).

Ein Blick auf wichtige touristische Indikatoren zeigt indes, dass die Region Centro nicht zu den stark nachgefragten Reisegebieten Portugals gehört. Trotz ihrer weiten geographischen

Ausdehnung verzeichnete die Region im Jahr 2019⁵ ca. 7,1 Mio. Übernachtungen (INE, 2021 e) und lag damit auf Platz vier der fünf kontinentalportugiesischen Regionen, vor der gleichsam peripheren und von ähnlichen Strukturproblemen betroffenen Region Alentejo. Der Anteil der Region Centro am gesamten Übernachtungsaufkommen des Landes betrug damit ca. 11,3 %. Auch bei der durchschnittlichen Verweildauer liegt die Region Centro mit einem mittleren Aufenthalt von 1,7 Tagen deutlich hinter dem Landesschnitt von 2,6 Tagen und an letzter Stelle aller Regionen (INE, 2020 b, S. 33). Daneben weist die Region Centro auch die niedrigste Auslastung der verfügbaren Betten mit lediglich 32,8% sowie mit 24,4 € den niedrigsten REVPAR („Revenue per available room“, also der pro verfügbares Zimmer generierte durchschnittliche Umsatz) im Vergleich aller Regionen auf (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019, S. 6). Die vorhandenen Bettenkapazitäten werden also nicht ausreichend genutzt und generieren vergleichsweise geringe Umsätze, was die Wertschöpfungspotenziale des Tourismus aktuell einschränkt. Die Gründe hierfür können vielfältig sein, jedoch dürften einige Schwächen eine Rolle spielen, die die regionale Tourismusagentur in ihrem strategischen Entwicklungsplan selbst aufzählt, darunter die Heterogenität der Teilregionen mit ihrem unterschiedlich ausgeprägten Angebotsprofil, der Mangel an geeigneten Arbeitskräften sowie das Fehlen einer aussagekräftigen und ausreichend bekannten touristischen Marke, die der Region als Reisedestination Profil verleiht (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019: S. 8).

Die auffallend hohen Übernachtungsanteile auf Campingplätzen (16,7% gegenüber 8,9% im Landesdurchschnitt) sowie in Landtourismus-Unterkünften (4,6%, Landesdurchschnitt: 2,5%) (INE.pt 2021 e) deuten indes prinzipiell auf Chancen hin, sich erfolgreich in touristischen Nischenmärkten positionieren zu können, wovon auch Übernachtungsformen in historischen Gebäuden profitieren könnten. Die regionale Tourismusagentur rechnet dementsprechend den Reichtum an kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten und die „Authentizität“ der vergleichsweise wenig frequentierten Region zu deren Stärken und sieht eine Chance in einem (im Plan nicht näher definierten) veränderten Konsumverhalten, das zu den touristischen Angeboten der Region passe (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019: S. 8).

⁵ Trotz des Vorhandenseins aktuellerer Zahlen aus dem Jahr 2020 werden hier die Zahlen aus dem letzten nicht von der Corona-Pandemie betroffenen Jahr 2019 zugrunde gelegt. Damit sollen mögliche Verzerrungen der Statistik etwa durch pandemiebedingt verändertes Reiseverhalten, regionale Übernachtungsverbote u. ä. vermieden werden.

3.2. Historische Entwicklung der Orte und wichtiges materielles Kulturerbe

Es würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, an dieser Stelle detailliert und individuell auf die Geschichte jeder einzelnen Aldeia Histórica einzugehen, auch wenn eine genauere historische Betrachtung sicher in vielerlei Hinsicht interessant und lohnenswert wäre. Vereinfachend lässt sich sagen, dass die 12 Mitgliedsorte historisch ähnliche Entwicklungen durchlaufen haben, die sich auch im überkommenen materiellen Kulturerbe widerspiegeln. Maria Alexandre Lousada spricht von einer „gemeinsamen Biografie“ der Aldeias Históricas und bezieht sich dabei auf einige charakteristische Gemeinsamkeiten: Alle Aldeias Históricas, mit der einzigen Ausnahme Piódãos, hatten bzw. haben Stadtrechte und waren zumindest zeitweise Sitz eines eigenen Kreises, einige sind dies noch heute. Es handelt sich um (ehemals) befestigte Orte mittelalterlichen, z.T. auch noch römischen, Ursprungs, die bis ins 19. Jahrhundert eine strategische Relevanz für die Verteidigung der Grenzregion besaßen und daher im Laufe der Zeit mehrfach zerstört und wieder aufgebaut wurden (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 12). Alexandre Lousada identifiziert drei bis vier Phasen wirtschaftlicher Prosperität, die im architektonischen Erbe sichtbar werden:

1. Die römische Epoche (nicht auf alle Orte anwendbar)
2. Die Zeit der „Reconquista“, der Eroberung des zuvor maurisch beherrschten Gebiets durch den sich konsolidierenden portugiesischen Staat im 12. und 13. Jahrhundert
3. Die Zeit des beginnenden Kolonialismus im 16. Jahrhundert
4. Das 18. Jahrhundert. (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 12)

Spätestens im 19. Jahrhundert setzte ein strategischer und ökonomischer Bedeutungsverlust der Region und der in den AHP vertretenen Orte ein, der sich unter anderem darin zeigte, dass die meisten im Rahmen einer Verwaltungsreform 1835 ihren Status als Kreissitz verloren (vgl. ebenda). Das bedeutende, auch touristisch relevante bauliche Kulturerbe der Aldeias Históricas geht dementsprechend im Wesentlichen auf die Zeit vor 1800 zurück. Schon damals sanken einige der AHP wohl faktisch auf einen eher dorfähnlichen Status herab, was mit einer Abwanderung der lokalen Eliten in größere Städte einherging, ein Prozess, der als „Verländlichung“ / „Ruralisierung“ bezeichnet werden kann. Auch setzte schon im späten 19. Jahrhundert in einigen der AHP eine allmähliche Bevölkerungsabnahme ein (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 16). Andere erlebten den Höhepunkt ihrer Bevölkerungsentwicklung zwischen 1940 und 1960, seitdem hat in den meisten der Orte eine drastische Bevölkerungsabnahme, teils um mehr als zwei Drittel, stattgefunden (vgl. ebenda). Gleichwohl blieben mit den schon beschriebenen Stadtmauern, Marktsäulen und Rathäusern bedeutende Symbole des einst städtischen Status erhalten (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 7, 10).

In den die AHP umfassenden Gemeinden befinden sich nach Angaben der Nationalen Denkmalschutzbehörde Direção-Geral do Património Cultural (DGPC) 15 mit der höchsten

Denkmalkategorie „monumento nacional“⁶ ausgezeichnete Denkmale. Wie Tabelle 2 zeigt, dominieren darunter Beispiele der Militärarchitektur, was zum einen auf die strategische Bedeutung der Region in der Vergangenheit hinweist, zum anderen die Position Alexandre Lousadas stützt, dass es sich bei den AHP eben nicht im eigentlichen Sinne um Dörfer, sondern um befestigte und zumindest historisch städtische Ansiedlungen handelt.

Tabelle 2: Auflistung der monumentos nacionais in den AHP

Gemeinde ⁷	Als Monumento Nacional gelistete Güter	Erläuterungen
Almeida	Festungsmauern von Almeida	Zeittypische, regelmäßig-sternförmige Festung des 17. und 18. Jahrhunderts, bis zu den Napoleonischen Kriegen militärisch genutzt.
Castelo Mendo	Burg	
Belmonte e Colmeal da Torre	Burg von Belmonte	
	Torre de Centum-Cellas	Turmartiges Bauwerk, Überrest eines größeren Gebäudekomplexes aus römischer Zeit, dessen frühere Funktion nicht sicher bekannt ist.
Castelo Novo	Keine	
Castelo Rodrigo	Kirche und Kloster Santa Maria de Aguiar	
	Burg und Stadtmauern	
	Pelourinho ⁸	

⁶ Die Einteilung unbeweglicher Denkmale (Einzeldenkmale, Ensembles und „Denkmalorten“, z.B. Bodendenkmale) erfolgt in Portugal nach dem Gesetz 309/2009 vom 23.10.2021 nach ihrem historischen, kulturellen, ästhetischen, sozialen, technischen und wissenschaftlichen Wert in drei Kategorien. Den höchsten Schutzstatus genießen die „Monumentos Nacionais“ (Nationale Monumente), gefolgt von „Imóveis de Interesse Público“ (unbewegliche Güter von öffentlichem Interesse) sowie der niedrigsten Schutzkategorie, den „Imóveis de Interesse Municipal“ (unbewegliche Güter von kommunalem Interesse).

⁷ Die Denkmalliste auf der Website der DGPC weist Denkmale lediglich auf Ebene der Kreise (concelhos) aus. Die Zuordnung zu den Gemeinden erfolgte nach eigener Recherche in öffentlich zugänglichen Quellen. Auch wenn die Recherche mit der größtmöglichen Sorgfalt vorgenommen wurde, sind fehlerhafte Zuordnungen nicht völlig auszuschließen.

⁸ Das Wort Pelourinho bezeichnet eine mehr oder weniger stark verzierte, steinerne Säule aus dem Mittelalter oder der frühen Neuzeit (auch historisierende Exemplare späterer Zeit kommen vor), wie sie in vielen portugiesischen Städten an zentralen Orten anzutreffen sind und die städtische Selbstverwaltung und Gerichtsbarkeit symbolisierten, aber auch als Pranger zum Strafvollzug Verwendung fanden.

Idanha-a-Velha	Architektonisches und archäologisches Ensemble von Idanha-a-Velha	Ensemble diverser Gebäude, Ruinen und Gebäudespuren verschiedener Epochen seit der Römerzeit, darunter eine später mehrfach überformte frühchristliche Basilika, die im Kern auf das 4. Jahrhundert zurück geht.
Linhares da Beira	Burg	
Marialva	Burg und Stadtmauern	
Monsanto	Burg und Stadtmauern	
Piódao	Keine	
Sortelha	Burg	
Trancoso	Pelourinho	
	Burg und Stadtmauern	
	Schlachtfeld von Trancoso	Bodendenkmal, Schauplatz einer Schlacht zwischen portugiesischen und kastilischen Truppen im Jahr 1385

Quelle: Direção-Geral do Património Cultural, o. J.

Wie in der Tabelle erkennbar ist, verfügen 10 von 12 Mitgliedern der AHP über mindestens ein Gut der höchsten Denkmalkategorie, das sich durch eine herausgehobene nationale Bedeutung auszeichnet. Ergänzt man diese Aufstellung gedanklich um weitere Güter der niedrigeren Denkmalkategorien (die DGPC führt für die betreffenden Gemeinden weitere 19 Imóveis de Interesse Público, zwei Imóveis de Interesse Municipal, sowie zwei Denkmalensembles auf), wird einerseits das damit verbundene touristische Potenzial erkennbar. Andererseits wird klar, dass der Erhalt dieser Monumente und des sie jeweils umgebenden, teils nicht geschützten architektonischen Kontexts eine nicht zu unterschätzende denkmalpflegerische Herausforderung darstellt. Die Abbildungen 4 bis 6 zeigen exemplarisch einige der als Monumento Nacional ausgezeichneten Denkmale.



Abbildung 4: Burg von Sortelha, AHP o. J.



Abbildung 5: Luftbild von Almeida mit Befestigungsanlagen, National Geographic Portugal o. J.



Abbildung 6: Pelourinho von Idanha-a-Velha, AHP, o.J.

Einen kurzen Exkurs aufgrund seiner Besonderheit verdient an dieser Stelle das immaterielle jüdische Kulturerbe des Ortes Belmonte, das zugleich einen Hinweis auf die Abgeschiedenheit und Unzugänglichkeit der Region in früheren Jahrhunderten gibt. In dem Ort gelang es einer kryptojüdischen Gemeinschaft, unbemerkt von der Inquisition über ca. 300 Jahre hinweg im Untergrund zu existieren. Mit dem Einsetzen antijüdischer Verfolgungen in Portugal zu Beginn des 16. Jahrhunderts waren die jüdischen Gläubigen Belmontes offiziell zum Christentum konvertiert, hatten aber im Geheimen an jüdischen Traditionen festgehalten (vgl. Turismo Centro de Portugal, o. J. a). Erst 1917, etwa ein Jahrhundert nach der Abschaffung der portugiesischen Inquisition und dem Ende der Verfolgungen, wurde die Gemeinschaft durch einen in der Region tätigen polnisch-jüdischen Ingenieur „entdeckt“. Nach der Aufnahme von Kontakten nach Israel in den 1970er Jahren wurde schließlich 1989 auch formell wieder eine jüdische Gemeinde ins Leben gerufen, die 2007 bei abnehmender Tendenz ca. 100 Personen umfasste (vgl. Laurent, 2007). Ein von Belmonte aus verwaltetes Netzwerk von 13 Orten mit bedeutender jüdischer Geschichte (Rede das Judiarias, „Judiaría“ bezeichnet im Portugiesischen ein früher überwiegend von Juden bewohntes Stadtviertel) bemüht sich inzwischen, jüdisches Kulturerbe in Portugal auch touristisch in Szene zu setzen.

3.3 Gründung und Entwicklung des Netzwerks der Historischen Dörfer

Die Gründung des Netzwerks der AHP ist im in 2.2 und 2.3 beschriebenen Kontext zu sehen. Wie in anderen Ländern, so nahmen auch in Portugal das touristische Interesse am ländlichen Raum und die Nachfrage nach entsprechenden Angeboten zu (vgl. Silva, 2007, S. 143), wobei der ländliche Raum vor allem seitens eines relativ jungen, urbanen Publikums zugleich als Konsumgut und kollektives, bewahrenswertes Erbe aufgefasst wurde. Damit einher ging ein wachsendes Interesse an kulturellen Ausdrucksformen ländlicher Räume, wie der traditionellen Architektur, die zunehmend als „Symbol der Tradition“ (Silva, 2007, S. 148) wahrgenommen wurde. Kultur- und Naturerbe ländlicher Regionen galten im touristischen Kontext als Mittel zur regionalen Differenzierung in einer zunehmend globalisierten Welt, ihre Inwertsetzung wurde als Weg erachtet, die fragilen lokalen Wirtschaftskreisläufe zu diversifizieren und zu stabilisieren und Einkommen für die verbleibende Bevölkerung zu generieren (vgl. Boura, 2004, S. 117). Konsequenterweise entstanden aufseiten der Politik Bemühungen, historische Gebäude zu restaurieren und an eine neue Nutzung als touristische Unterkunft anzupassen. Bereits 1978 wurde daher die Kategorie „Turismo de Habitação“ ins Leben gerufen, die die Nutzung historischer Schlösser und Herrenhäuser für einen gehobenen Übernachtungstourismus fördert (vgl. Silva, 2007, S. 143). Später wurden durch die nationale Tourismusagentur weitere Kategorien mit unterschiedlichen Schwerpunkten ins Leben gerufen, die auf verschiedene Aspekte ländlicher Lebensweisen fokussieren und zu deren Bedingungen zumeist die Einhaltung regionaltypischer Architekturelemente gehört, sofern die Einheiten nicht in schon bestehenden historischen Gebäuden untergebracht sind.

3.3.1 Die erste Phase: Hintergründe und Konstituierung des Netzwerks

Erste Überlegungen, Netzwerke historischer bzw. „typischer“ Dörfer als touristische Ressourcen zu nutzen, finden sich im Nationalen Tourismusplan (Plano Nacional de Turismo, kurz PNT) 1985-1988, der dem Tourismus Potenzial für die wirtschaftliche Entwicklung des Landesinneren zusprach und eine Diversifizierung des seinerzeit einseitig vom Strandtourismus geprägten touristischen Angebots Portugals anstrebte. Dabei wurde die Beira Interior bereits als eine von mehreren in Frage kommenden Regionen für die Etablierung eines solchen Netzwerks identifiziert (vgl. Boura, 2004, S. 117). Wie Boura (2013) ausführt, erschien die Region aufgrund verschiedener Faktoren als geeignet für die Etablierung eines touristischen Projekts, das sich auf das Territorium selbst, das Kulturerbe und die umgebende Landschaft als Ressourcen stützt. Die Beira Interior befindet sich demnach im Kreuzungspunkt verschiedener Kultur- und Naturräume: Eingebettet zwischen den beiden großen Flüssen des Landes, Douro und Tejo, zwischen Atlantik und stärker mediterran geprägten Landschaften

weiter östlich, verbindet sie die Weinbauregionen Nordportugals mit den Obstanbaugebieten im Westen des Landes und den ausgedehnten Getreideanbauflächen des sich südlich anschließenden Alentejo. Das kulturelle Erbe der Region spiegelt wichtige Etappen der Landesgeschichte von der ersten menschlichen Besiedlung über die „Reconquista“, die „Restauração“ (Wiederherstellung der staatlichen Unabhängigkeit Portugals nach einer von 1580 – 1640 währenden Personalunion mit der spanischen Monarchie), die überseeische Expansion und den Kolonialismus ab dem 15. Jahrhundert bis zu den für die Region prägenden, wiederholten Emigrationswellen wider (vgl. Boura, 2013, S. 3). Dem kulturhistorischen und naturräumlichen Reichtum dieser Landschaft stand eine Reihe sozialer, ökonomischer und demographischer Probleme gegenüber. Die durch ihre periphere Lage im Landesinneren ohnehin benachteiligte Region hatte durch eine andauernde Abwanderung zusätzlich erheblich an Wettbewerbsfähigkeit verloren (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 23). Neue touristische Produkte erschienen als geeignetes Mittel, dieser negativen Tendenz entgegenzuwirken. In dieser Landschaft entstand mit den AHP ein

„Netz von historischen Dörfern, das Siedlungen beinhaltet, die mehrheitlich entlang der Grenze liegen, deren monumentales Kulturerbe Zeugnis von der Bedeutung ablegt, die sie in der Vergangenheit besaßen, insbesondere bei der Eroberung, Besiedelung, Verteidigung und Etablierung des nationalen Territoriums“

(Boura, 2004, S. 118).

Grundlage für die institutionelle Gründung des Netzwerks war das „Programa das Aldeias Históricas de Portugal“, Teil des übergeordneten „Programa do Potencial de Desenvolvimento Regional“ (PPDR, Programm des Potentials der regionalen Entwicklung), als effektives Gründungsjahr des Netzwerks wird das Jahr 1991 angegeben (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 134). Die administrative und organisatorische Federführung oblag der regionalen Entwicklungsagentur CCDRC (Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro). Die Auswahl der in das Netzwerk aufzunehmenden Orte erfolgte nach drei Kriterien:

1. Das Vorhandensein von klassifiziertem archäologischem-, architektonischem- oder Naturerbe
2. Formelle Einheitlichkeit der städtebaulichen und baulichen Strukturen
3. Historisch-kulturelle Bedeutung

Zusätzlich wurde in Betracht gezogen, wie gut sich die einzelnen in Frage kommenden Orte in ein übergeordnetes Netzwerk oder eine touristische Route integrieren lassen würden (vgl. Boura, 2004, S. 118). Hierbei wurde die verstreute Lage der schlussendlich aufgenommenen Orte in der Region als Vorteil angesehen, da man annahm, dass die erhofften Effekte des Projekts dadurch in einen weiter gefassten geographischen Raum ausstrahlen würden (vgl.

Boura, 2006, S. 294). Die ursprünglich zehn auf diese Weise identifizierten Orte (Sabugal und Trancoso kamen erst 2003 hinzu) sollten als „Ankerpunkte“ für eine Entwicklungsstrategie dienen, die die gesamte, ländlich geprägte Umgebung umfasste und auch nicht selbst in das Netzwerk integrierten Orten zugutekommen sollte. Den Zustand der ausgewählten Kommunen zu Beginn des Programms beschreiben Costa Gregório, Brito Henriques und Sarmento (2014) mit den folgenden Worten:

„Die Dörfer, die für die Aufnahme in das Programm der AHP ausgewählt wurden, sind kleine Ansammlungen, wo die Präsenz historischer Elemente und die Charakteristika der Ruralität scheinbar die Zeit überdauern und wo die Effekte der Abgeschiedenheit sich in einer immer kleineren und älteren Bevölkerung widerspiegeln, neben einer immer maroderen Bausubstanz als Synonym der Verwahrlosung, denen sie ausgesetzt waren“ (Costa Gregório, Brito Henriques, Sarmento, 2014, S. 2).

Aufbauend auf der Requalifizierung des materiellen Kulturerbes dieser „Ankerpunkte“ sollte der Kulturtourismus im Inneren der Region Centro stimuliert und darüber nachhaltige lokale Entwicklungsprozesse initiiert werden. In verschiedenen Feldern (Infrastruktur, bauliches Kulturerbe, städtebauliche Erneuerung, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Belebung) wurden Maßnahmen definiert, die die Lebensumstände der Bevölkerung verbessern und die Ortschaften touristisch in Wert setzen sollten. Dies wurde in drei übergeordneten Zielen ausformuliert (vgl. AHP-ADT, 2009: S. 24):

1. Wiederherstellung und touristische Nutzung des baulichen Kulturerbes von anerkanntem historischem und kulturellem Wert.
2. Förderung der sozioökonomischen Entwicklung der Region auf dem Wege des Tourismus und damit verbundener Aktivitäten. Schaffung von Anreizen vor allem für jüngere Menschen, vor Ort zu verbleiben sowie Steigerung des Selbstbewusstseins der lokalen Bevölkerung.
3. Anregung von Kooperationen zwischen dem öffentlichen und privaten Sektor. Öffentliche Investitionen sollten Bedingungen schaffen, die das Investitionsinteresse privater Unternehmer anregen.

Die einzelnen zur Erreichung der Ziele definierten Maßnahmen waren nach Boura (vgl. Boura, 2006, S. 295-298) entsprechend drei zentralen strategischen Dimensionen zuzuordnen:

Kulturerbedimension: Maßnahmen, die dieser Dimension zuzuordnen sind, zielten auf die Wiederherstellung oder Aufwertung des historischen, baulichen Kulturerbes, wozu sowohl Einzeldenkmale als auch Gebäudegruppen gehören. Dabei wurde besonderer Wert auf eine Herangehensweise gelegt, die die meisten Objekte nicht musealisierte, sondern sowohl ihre Funktion für das Alltagsleben in den Orten als auch die Anforderungen an eine moderne

Nutzung berücksichtigte. So wurden historische Gebäude in Tourist-Informationen oder Beherbergungsbetriebe umgewandelt. Dies schloss die Nutzung einzelner Gebäude für museale Zwecke indes nicht aus. In anderen Fällen, z. B. im Falle der Burgen und Festungsmauern, beschränkte sich die Intervention auf die Erhaltung des meist ruinösen Ist-Zustands und dessen angemessene und ansprechende Präsentation.

Soziale Dimension: In die soziale Dimension sind Maßnahmen einzuordnen, die in erster Linie die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung bedienen sollten. Hierzu gehörten ebenfalls bauliche Maßnahmen an historischen Gebäuden, etwa um diese an moderne Wohnbedürfnisse anzupassen, sowie städtebauliche Maßnahmen im öffentlichen Raum und Aufwertungen von grundlegenden Basisinfrastrukturen. Obwohl auf praktische Bedürfnisse fokussierend, beinhalteten auch viele Maßnahmen aus der sozialen Dimension eine ästhetische, das Erscheinungsbild der Orte aufwertende Wirkung.

Wirtschaftliche Dimension: Zur wirtschaftlichen Dimension zählende Maßnahmen hatten die Dynamisierung und Diversifizierung der lokalen Wirtschaftskreisläufe zum Ziel. So wurden in den ersten 10 Jahren nach Gründung des Projekts 20 Kleinunternehmen in den Bereichen Gastronomie und lokale Produkte, Landtourismus, und touristische Animation gegründet und bei der Herstellung von Werbe- und Kommunikationsmitteln unterstützt. 2013 hatte sich die Zahl der Kleinunternehmen um weitere fünf auf 25 erhöht (vgl. Boura, 2013, S. 8). Die nötigen Aufwendungen für die aufgeführten und weitere Maßnahmen sollten aus Mitteln des Europäischen Regionalentwicklungsfonds EFRE, dem allgemeinen Etat des portugiesischen Staates, kommunalen Etats und Beteiligungen privater Investoren aufgebracht werden (vgl. ebenda). Die Umsetzung des Projekts fiel mit dem Beginn der Förderperiode des zweiten „Quadro Comunitário de Apoio“ (QCA, entspricht den Förderperioden der Europäischen Strukturfonds) zusammen, in dessen Verlauf dem Projekt ein Gesamtvolumen von 25 Mio. € bewilligt wurde. Die Aufteilung der Summe auf die einzelnen Orte erfolgte nach der geographischen Ausdehnung der Kommune, dem jeweils vorhandenen Bedarf an zu schaffender oder zu erneuernder Basisinfrastruktur und der Dichte und dem Erhaltungszustand des historischen Kulturerbes (vgl. Boura, 2004, S. 119). Die Maßnahmen sowie die zu deren Umsetzung notwendigen Akteure waren für jede Kommune in einem „Plano de Aldeia“ (Dorfplan) festgelegt und begründet worden. Dieser diente als eine Art „Partnerschaftsvereinbarung“ zwischen den betreffenden Akteuren. Das Modell, das diverse Akteure aus verschiedenen Sektoren (z. B. Kultur, Tourismus und Regionalentwicklung) von der Strategieentwicklung bis zur Umsetzung der definierten Maßnahmen involvierte und aktivierte, galt seinerzeit aufgrund dieses umfassenden Ansatzes als innovativ (vgl. Boura 2006, S. 295). Der Aufbau des Netzwerks und die Aufwertung von Infrastruktur und Bausubstanz der AHP wurden in der folgenden Förderperiode fortgesetzt, in diesem Kontext erfolgte die bereits erwähnte Aufnahme von Sabugal und Trancoso in das Programm. Von den während der beiden Förderperioden 1994-1999 und 2000-2006 bewilligten Gesamtmitteln in

Höhe von ca. 44 Mio. € flossen 34% allein in die Wiederherstellung bzw. Aufwertung des baulichen Kulturerbes, gefolgt von der Sanierung und städtebaulichen Aufwertung des öffentlichen Raumes (21%) der Schaffung oder Verbesserung von Basisinfrastrukturen (19%) und direkten Investitionen in touristische Infrastruktur (12%). Kleinere Anteile entfielen auf Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen (10%) und die Dynamisierung der lokalen Wirtschaft, insbesondere die Förderung der Gründung von Kleinunternehmen (4%) (vgl. Boura, 2004, S. 120). Unter den Maßnahmen zum Erhalt des Kulturerbes stechen in den ersten beiden Förderperioden Arbeiten an 15 Kirchen, 8 Burgen und 24 weiteren Gebäuden von architektonischem Wert hervor (vgl. Boura, 2004, S. 121). Wie bereits angeschnitten, wurden dabei unterschiedliche denkmalpflegerische Ansätze verfolgt. Während in einigen Fällen lediglich Sicherungsarbeiten an Ruinen vorgenommen wurden, erhielten andere Gebäude eine komplette Restaurierung und Anpassung an neue Nutzungen. So wurde die alte Kathedrale von Idanha-a-Velha in einen Multifunktionsraum für Konferenzen, Seminare, Konzerte und Kulturveranstaltungen umgestaltet, in den beiden Herrenhäusern Solar Corte Real und Casa Brandão de Melo in Linhares (Abbildung 7) wurden Beherbergungsbetriebe eingerichtet (vgl. Navega Ferreira, 2011, S. 35).



Abbildung 7: Die Herrenhäuser Solar Corte Real (oben) und Casa Brandão de Melo vor und nach der Sanierung, Navega Ferreira, 2011

3.3.2 Die zweite Phase: Die „Aldeias Históricas de Portugal – Associação de Desenvolvimento Turístico (AHP – ADT)“

Nach Ende der Förderperiode 2000-2006 setzte nach Costa Gregório, Brito Henriques und Sarmiento (2014) ab 2007 in der Entwicklung der AHP ein „Reifungsprozess“ ein, der sich in der Gründung der AHP-ADT formell manifestierte, die seither die AHP touristisch vermarktet und in vielerlei Hinsicht die Aufgaben einer lokalen DMO wahrnimmt. Hintergrund der

Gründung dieser Institution war, dass einige Ziele wie die soziale Belebung der Orte und die touristische Nachfrage am Produkt der AHP zum damaligen Zeitpunkt als nicht zufriedenstellend beurteilt wurden (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 25). Auch sei es nicht gelungen, neben den erheblichen öffentlichen Investitionen in die Bausubstanz private Investitionen in angemessener Größenordnung zu aktivieren und Einkünfte in ausreichendem Umfang zu generieren. Im Ergebnis hatte das Projekt keine wirtschaftliche Nachhaltigkeit erreicht und blieb weiterhin abhängig von öffentlichen Geldern (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 32). Die zurückhaltende Beurteilung wichtiger Ziele des Projekts ließ seinerzeit die Einführung eines neuen Planungs- und Managementinstruments zur stärkeren touristischen Entwicklung des Netzwerks ratsam erscheinen (vgl. ebenda). Im Rahmen des durch die Region Centro aufgelegten Programms „Provere“ (Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos – Programm der wirtschaftlichen Aufwertung der endogenen Ressourcen) fungierte die AHP-ADT in der Förderperiode 2007-2013 als Leitungsorgan eines Projektkonsortiums, dem eine Vielzahl von Akteuren des öffentlichen wie des privaten Sektors angehörten. Neben den kommunalen Verwaltungen aller beteiligten Kreise nennt der für die genannte Förderperiode erarbeitete Aktionsplan die Landesdenkmalschutzbehörde, das nationale Institut für Museen und Konservierung, drei regionale (Fach-) Hochschulen, Einzelunternehmen und regionale Unternehmerverbände, Kultur- und Naturschutzassoziationen, zahlreiche touristische Betriebe sowie Einzelpersonen als Mitglieder oder assoziierte Partner (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 7-21).

Mit dem Aktionsplan für die Förderperiode 2007-2013 war die Ambition verbunden, das in den beiden vorausgegangenen Förderperioden konstituierte Netzwerk von zwölf Orten zu einem touristischen Produkt von nationaler Bedeutung und zu einer etablierten touristischen Marke mit Strahlkraft für den internationalen Kulturtourismus auszubauen (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 27). Hierfür sollte insbesondere die Gästebindung gesteigert und eine Steigerung der touristischen Übernachtungszahlen gegenüber dem bis dahin vorherrschenden Tagestourismus erzielt werden. Die Wettbewerbsfähigkeit der AHP sollte gesteigert werden, das Projekt eine stärker kommerzielle, unternehmerische Ausrichtung bekommen, wofür ein stärkeres Engagement privatwirtschaftlicher Akteure als zentral angesehen wurde (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 33, 36). Das Projekt der AHP sollte eine „Tertialisierung“ und Qualifizierung der lokalen Wirtschaft anregen, was unter anderem auch die Wiederbelebung und Weiterentwicklung traditioneller Handwerkstechniken auf Basis lokaler Ressourcen beinhalten sollte (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 116). Zu den wichtigen Bestandteilen des Aktionsplans gehörte die Neuausweisung der Grande Rota 22 (ein im Jahr 2000 erstmals ausgewiesener Fernwanderweg AHP, der die AHP miteinander sowie mit einer Vielzahl weiterer Ortschaften verbindet) sowie einer Anzahl kleinerer Halbtages- und Tageswanderwege (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 63f.). In der folgenden Förderperiode 2014-2020 wurden wichtige Entwicklungsziele des Netzwerks fortgesetzt und weiterentwickelt. Neu ist im Vergleich zur vorherigen

Entwicklung eine stärkere Einbeziehung des Aspekts der (ökologischen) Nachhaltigkeit, was auch im Namen des zugehörigen Aktionsplans „Crescimento Verde – Desenvolvimento Sustentável“ (Grünes Wachstum - Nachhaltige Entwicklung) zum Ausdruck kommt. Im weiteren Verlauf des Aktionsplans wird ein Bemühen erkennbar, die vor allem kulturtouristische Ausrichtung der AHP um Aspekte der Natur und Ökologie zu ergänzen. So verweist das Vorwort auf Aktivtourismus und postuliert, dass „wer die Aldeias Históricas besucht, sich auf die Suche nach einer natürlichen Umgebung, einem Gleichgewicht zwischen der Biodiversität und dem kulturellen Agieren des Menschen (begibt)“ (AHP-ADT, 2017, S. 2). Als übergeordnetes strategisches Ziel definiert der Plan, „das Netzwerk der AHP als nachhaltiges und innovatives Territorium, gestützt auf grünes Wachstum, zu behaupten“ und als ein „exzellentes Touristenziel mit unnachahmlichen Ressourcen“ zu etablieren (AHP-ADT, 2017, S. 8). Kohäsion und Wettbewerbsfähigkeit des Netzwerks sollen sich demnach gleichermaßen auf grünes Wachstum und sozialen Zusammenhalt stützen. Neu ist die Erwähnung einer geplanten, jedoch nicht näher definierten grenzüberschreitenden Zusammenarbeit mit Orten in den angrenzenden Landesteilen Spaniens sowie das mögliche Ziel einer Bewerbung der AHP als UNESCO-Welterbe (vgl. AHP-ADT, 2017, S. 9). Leider definiert der Aktionsplan nicht näher, ob sich dies auf das Netzwerk in seiner Gesamtheit oder nur auf einzelne Mitgliedsorte bezieht. Aktuell (Stand: 03. 01. 2022) stehen die AHP nicht auf der portugiesischen Tentativliste, wohl findet sich dort seit 2017 allerdings ein Eintrag einer Reihe von historischen Grenzfestungen (fortalezas da raia), zu dem die AHP Almeida gehört. Die Entwicklung des Netzwerks soll dem Aktionsplan zufolge in sechs strategischen Achsen erfolgen, wobei jede Achse ein spezifisches Ziel in den Blick nimmt (vgl. AHP-ADT, 2017, S. 7-11):

1. Forschung, Entwicklung und Innovation im Tourismus

Ziel: Aufwertung der natürlichen und kulturellen Ressourcen als Grundpfeiler der Differenzierung eines nachhaltigen Touristenziels, Verbesserung des touristischen Erlebnisses und Reduktion seines ökologischen Fußabdrucks

2. Ländliche Innovation, Aufwertung und Dynamisierung der Wertschöpfungsketten der endogenen Ressourcen

Ziel: Stärkung der wirtschaftlichen Dynamik und Wettbewerbsfähigkeit, zwischen Firmen in traditionellen und neu aufkommenden Sektoren.

3. Territoriale Innovation: Nachhaltige und intelligente historische Dörfer

Ziel: Qualifikation des Netzwerks der AHP und ihre multifunktionelle Nutzung auf ausbalancierte und nachhaltige Weise (gemeint sind, wie der Aktionsplan ohne Angaben von

Details ausführt, Investitionen in nachhaltige Mobilität, Energieeffizienz und allgemein die physische Bausubstanz)

4. Mobilisierung und Schulung der Akteure

Ziel: Garantie der konstanten Weiterentwicklung und des Engagements der Akteure und deren Befähigung zur andauernden und wachsenden Qualifizierung und Modernisierung der sozioökonomischen Dynamiken der AHP

5. Animation, Kommunikation und Werbung

Ziel: Stärkung der internen und externen Positionierung des Netzwerks der AHP, Implementierung und Dynamisierung einer Veranstaltungsagenda und einer Marketingstrategie für den nationalen und internationalen Markt.

6. Evaluation und Monitoring

Ziel: Stärkung der Koordinierung zwischen wichtigen Akteuren, Sicherstellung eines angemessenen Evaluationsmodells.

Die konkrete Umsetzung der Strategieachsen soll in „Anker-Projekten“ erfolgen, die wiederum jeweils mehrere Einzelaktivitäten umfassen (vgl. AHP-ADT, 2017, S. 16ff.). Die fünf definierten Ankerprojekte sind:

1. Marketing und Kommunikation
2. Animation mit dem Schwerpunkt auf Veranstaltungen
3. Innovation
4. Schaffung permanenter Unterhaltungsstrukturen
5. Dynamisierung, Koordinierung und Begleitung.

Für die Umsetzung der Ankerprojekte sind für die Förderperiode Mittel in Höhe von 2.941.176 € aus dem Programm PROVERE vorgesehen, von denen 85% aus EU-Mitteln stammen. Dazu sieht der Plan öffentliche Komplementärprojekte im Wert von insgesamt ca. 25,7 Mio. € sowie private Projekte in Höhe von ca. 40 Mio. € (von denen 60% auf dem Territorium der AHP selbst, die übrigen in der Umgebung umgesetzt werden sollen) vor. Diese sind jedoch nicht Teil des Programms PROVERE. Wie der Aktionsplan selbst einräumt, wären die hierfür vorgesehenen Mittel aus anderen, nicht näher definierten Förderbudgets zu beschaffen (AHP-ADT, 2017, S. 25). Zusammenfassend kann die Etablierung der AHP als ein mit bisher ca. 30 Jahren vergleichsweise langfristig angelegtes Projekt betrachtet werden, das sich grob in zwei Phasen gliedern lässt. In der ersten Phase, die die Gründung des Netzwerks und die Förderperioden 1994-1999 und 2000-2006 umfasst, ging es vorrangig um die Konstituierung des Netzwerks selbst und die Wiederherstellung und Aufwertung der historischen Bausubstanz und der öffentlichen Basisinfrastruktur sowie der Aufwertung der öffentlichen

Räume in den AHP im Sinne einer Verbesserung der Lebensqualität ihrer Bewohner. Die zweite Phase ab 2007 sah zu Beginn die Einführung einer professionellen Destinationsmanagementorganisation in Gestalt der AHP-ADT. Der Fokus der beiden Aktionspläne 2007-2013 und 2014-2020 lag konsequenterweise in der touristischen Nutzung, Kommerzialisierung und Weiterentwicklung der AHP. Wiederherstellung und Erhalt der historischen Bausubstanz scheinen insbesondere in der letzten Förderperiode eher in den Hintergrund getreten zu sein, sofern dies aus den bisweilen wenig konkreten Informationen zu den geplanten und umgesetzten Maßnahmen ersichtlich ist. Dass das Netzwerk seit 1991 besteht und aktiv ist, was sich auch im kontinuierlichen Bemühen um neue Fördermittel zeigt, ist angesichts der Kurzlebigkeit vieler Tourismusprojekte beachtlich und spricht dafür, dass es von den beteiligten Akteuren weiterhin als relevant und zumindest hinreichend erfolgreich wahrgenommen wird. Gleichzeitig lassen das kritische Zwischenfazit im Aktionsplan von 2009 sowie die regelmäßige Bezugnahme auf wiederkehrende Probleme und Ziele den Schluss zu, dass wichtige Zielvorstellungen des Projekts noch nicht in gewünschtem Maße erreicht worden sind.

3.4 Touristische Analyse

Nach dem vorangegangenen Kapitel, in dem es um die Beweggründe, Ziele und Umstände der Gründung und Entwicklung des Netzwerks der AHP ging, soll das Fallbeispiel im Unterkapitel 3.4 noch stärker aus touristischer Perspektive in den Blick genommen werden. Dies beinhaltet in 3.4.1 eine Betrachtung der für das Netzwerk wichtigen touristischen Ressourcen und Produkte. Unterkapitel 3.4.2. widmet sich der Positionierung des Netzwerks in den Strategien der regionalen und nationalen Tourismusorganisationen sowie den Narrativen bzw. Marketingversprechen, mit denen bei den potenziellen Zielgruppen für die AHP als touristisches Ziel geworben wird. Das Unterkapitel 3.4.3 versucht, aus Besucher- und Übernachtungsstatistiken Rückschlüsse auf touristischen Erfolg oder Misserfolg der AHP am Markt zu treffen.

3.4.1 Touristische Ressourcen und Produkte

Unter dem Terminus „Ressource“ versteht man in touristischen Kontexten natürliche oder anthropogene Gegebenheiten, die für Touristen attraktiv sind und damit als Basis für touristische Produkte und Angebote genutzt werden können. Unterschieden wird zwischen primären und sekundären Tourismusressourcen. Primäre Tourismusressourcen bezeichnen solche Gegebenheiten, die nicht originär für touristische Zwecke existieren bzw. hergestellt wurden. Hierzu gehören klassischerweise die Natur- oder Kulturlandschaft einer bestimmten

Region mit ihren Charakteristika, aber auch Sehenswürdigkeiten, die historisch in der Regel einem nicht-touristischen Zweck dienen bzw. nach wie vor dienen. Beispiele sind im Kontext des Fallbeispiels Burgen, Stadtmauern und Kirchen und andere Beispiele historischer Architektur. Diesen primären Ressourcen stehen als weitere Gruppe sekundäre Tourismusressourcen gegenüber, unter denen man speziell für den Tourismus hergerichtete Anlagen wie Hotels und andere Unterkünfte sowie Transportinfrastruktur (vgl. Burdett, 2017) versteht. Ein touristisches Produkt hingegen ist eine Aktivität, die auf einer Ressource aufbaut bzw. mehrere Ressourcen miteinander kombiniert, um ein bestimmtes Interesse des Gastes zu befriedigen, also

„a combination of tangible and intangible elements, such as natural, cultural and man-made resources, attractions, facilities, services and activities around a specific center of interest which represents the core of the destination marketing mix and creates an overall visitor experience including emotional aspects for potential customers“

(UNWTO o.J. b).

Für die folgende Aufstellung der touristischen Ressourcen der AHP wurde die Website des Netzwerks in ihrer portugiesischen Sprachversion herangezogen und die drei Menüpunkte „Was sehen“, „Wo essen“, „Wo schlafen“ ausgewertet. Die Rubrik „Was sehen“ beinhaltet dabei im Wesentlichen Primärressourcen, die beiden übrigen Kategorien beinhalten ganz oder auch für touristische Zwecke geschaffene Angebote und sind daher als Sekundärressourcen zu werten. Der Menüpunkt „Was sehen“ gibt einen ausführlichen, wenn auch recht unstrukturierten Überblick über die Sehenswürdigkeiten der AHP. Es werden insgesamt 356 einzelne Sehenswürdigkeiten aufgeführt, die bis auf wenige Ausnahmen vor allem kulturhistorischer Natur sind. Häufig aufgeführt (57 Beispiele) sind Kirchen, Klöster und Kapellen als Beispiele sakraler Architektur. 52 Eintragungen können der historischen Militärarchitektur zugeordnet werden (Burgen, Türme, Stadtmauern und -tore). 201 Eintragungen entfallen auf weitere Arten kulturhistorischer Primärressourcen wie z. B. historische Bauern- und Bürgerhäuser, Herrenhäuser und Paläste, Wirtschaftsgebäude, Brunnen, Brücken, Pelourinhos (Marktsäulen) und sonstige Gebäude. 21 aufgeführte Primärressourcen können überwiegend als natürliche Ressourcen klassifiziert werden, darunter sehenswerte Felsformationen und einzelne, besondere Bäume. Auch Parks und Flussbadestellen wurden mit hinzugezählt. In einzelnen Fällen enthalten Sehenswürdigkeiten sowohl natürliche als auch kulturhistorische Komponenten, hier hätte mit einer gewissen Berechtigung auch eine andere Zuordnung vorgenommen werden können. Sekundäre Ressourcen sind unter „Was sehen?“ deutlich seltener aufgeführt, hier sind vor allem die 9 Tourist-Informationen sowie 8 Museen und Ausstellungen erwähnenswert. In der Kategorie „Wo essen?“ fällt die mit 11 geringe Zahl der aufgeführten Restaurants auf. Hier dürfte es sich

nicht um eine vollständige Aufzählung des gastronomischen Angebots in den AHP handeln, sondern um eine nach auf der Website nicht angegebenen Kriterien vorgenommene Auswahl. Beim Übernachtungsangebot („Wo schlafen?“) dominieren kleinere Einzelunterkünfte, die 32 der 40 aufgeführten Betriebe ausmachen. Weiterhin aufgeführt sind 7 Hotels sowie ein Campingplatz. Auch hier dürfte es sich um eine Auswahl, nicht um ein vollständiges Bild des vorhandenen Angebots handeln. Touristische Produkte, also den auf Basis der Ressourcen basierende Angebote, finden sich auf der Website der AHP unter den Rubriken „Was tun?“, „touristische Programme“ und „Routen“. Unter „Was tun?“ finden Besucher eine Auflistung von 23 Anbietern diverser Unternehmungen, zu denen Rundfahrten und geführte Ausflüge, aber auch Wellness- und weitere Typen von Angeboten finden. Unter „touristische Programme“ werden bereits fertige, direkt buchbare Aktivitäten vertrieben. Die 19 hier genannten Pauschalangebote beinhalten beispielsweise geführte Wanderungen sowie Erlebnisse rund um Kultur, Natur und Kulinarik. Die Sektion „Routen“ beinhaltet Möglichkeiten zur selbstständigen Erkundung der Umgebung für Wanderer und Radfahrer. Als hervorgehobenes Produkt ist hier die „Grande Rota das Aldeias Históricas“, (Große Route der Historischen Dörfer) zu nennen, die über insgesamt ca. 600 km als Rundkurs durch alle Mitgliedsorte und weitere Gemeinden führt und die sowohl zu Fuß als auch mit dem Fahrrad absolviert werden kann. Weiterhin sind 14 Rundwanderwege und 15 Rundkurse zum Fahrradfahren angegeben. Vergleicht man die Ressourcen und Produkte mit den im Kapitel 2.1. beschriebenen Definitionen von Kulturtourismus, fällt ein hohes Maß an Übereinstimmung auf. Insbesondere mit Blick auf die Primärressourcen, wie sie unter „Was sehen?“ aufgeführt werden, können die AHP als ein touristisches Netzwerk betrachtet werden, das sich ganz überwiegend auf ein kulturtouristisches Angebot stützt. Natur- und Landerlebnis, wie angesichts der Selbstbezeichnung der Orte als „Dörfer“, aber auch der „grünen“ Ausrichtung des jüngsten Entwicklungsplans, mindestens in einem relevanten Anteil zu erwarten gewesen wäre, spielen nur eine marginale Rolle.

3.4.2 Bilder und Narrative, Positionierung im regionalen und nationalen Tourismusmarketing

Nach der Analyse der vorhandenen Ressourcen und Produkte bietet sich ein Blick darauf an, wie sich das Netzwerk der AHP potenziellen Besuchern präsentiert. Wie im Unterkapitel 2.3. ausgeführt, ist es für Tourismusdestinationen wichtig, eine Positionierung zu wählen, die die vorhandenen Ressourcen optimal aufgreift und so in Szene setzt, dass sich die Destination von Mitbewerbern abhebt und in den Augen der Gäste attraktiv wird. Das gewählte Image der Destination beschreibt in diesem Sinne ein Versprechen von Erlebnissen und Emotionen, die den Gästen für den Fall eines Besuchs in Aussicht gestellt werden. Außerdem wurde bereits

erwähnt, dass touristische Angebote vor allem dann erfolgversprechend sind, wenn sie in das Image der übergeordneten Region (hier die Region Centro) passen. Schon mehrmals angesprochen wurde die Tatsache, dass die AHP für sich eine Bezeichnung wählen, die ihrer historischen Realität eigentlich nicht entspricht, handelt es sich doch bis auf Piódão nicht um Dörfer im engeren Sinne, sondern um Siedlungen mit (ehemals) erkennbar urbanem Charakter, die seit dem 19. Jahrhundert einen Ruralisierungsprozess durchlaufen haben. Dementsprechend sind auch die touristischen Ressourcen der AHP nicht im eigentlichen Sinne „dörflich“, der Name widerspricht in diesem Aspekt also den tatsächlichen Angeboten, was nach den Ausführungen in 2.3. einen Nachteil für die AHP als Destination darstellen könnte. Nach Alexandre Lousada (2008) macht diese Ambivalenz aus dem beeindruckenden baulichen und urbanistischen Kulturerbe und der umgebenden ländlichen Landschaft hingegen gerade den Reiz der AHP aus (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 1f.). Dieser Reiz wirke, auch wenn die Autorin einräumt, dass die dahinter liegenden Widersprüche den Besuchern durchaus nicht entgehen und durch touristische Werbetexte mitunter eher verstärkt werden (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 6f.). Die Vermarktung der AHP könne demnach als Konstruktion eines neuen Bildes der Orte angesehen werden, die das traditionelle Bild des befestigten, urbanen Grenzorts mit dessen späterer Ruralisierung verbinde und somit die verschiedenen Kapitel der Ortsgeschichte verknüpfe (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 10). Die Präsentation der Orte als „Dörfer“ ist denn auch keine erst im Rahmen des AHP-Projekts eingeführte Neuerung, sondern hat eine weit zurückreichende Tradition. Wie Alexandre Lousada ausführt, fand der vermeintlich „dörfliche“ Charakter der Orte bereits in Reiseliteratur der 1940er Jahre Erwähnung (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 16) und schon 1938 war das heute zu den AHP gehörende Monsanto Sieger eines Wettbewerbs um den Titel des „portugiesischsten Dorfes Portugals“ („Aldeia mais portuguesa de Portugal“). Ein im Rahmen des Wettbewerbs angefertigter, ca. 33-minütiger Film, der bei Youtube angesehen werden kann, zeigt die teilnehmenden Orte als ursprüngliche Idylle, deren Bewohner, gekleidet in lokale Trachten, traditionelle Handwerkstechniken und Tänze aufführen (vgl. de Meneses, 1938.). Der Film dürfte zwar eher ein Zeugnis nationaler Identitätskonstruktion und Propaganda des Estado Novo⁹ darstellen als eine realistische Quelle über das Leben im ländlichen Portugal jener Zeit, belegt aber eine lange Geschichte der Idealisierung des Ländlichen, die keineswegs nur Produkt aktueller touristischer Trends ist. Trotz dieser Idealisierung und der geschilderten Ambivalenz muss noch einmal festgehalten werden, dass die Orte viele der Attribute, die die Marke „AHP“ ausmachen, ihrer Vergangenheit als (Klein-) Städte verdanken (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 27). Der selbstgewählte, im Namen anklingende Status als „Dörfer“ entspricht nach Alexandre Lousada dem Wunsch, ein gerade bei urbanen Zielgruppen gewachsene Interesse am „Ländlichen“ touristisch zu nutzen, darüber hinaus sei auch bei der

⁹ Selbst- und Fremdbezeichnung der Diktatur unter António Oliveira de Salazar und (ab 1970) Marcelo Caetano, die je nach Definition 1930, 1932 oder 1933 begann und 1974 endete.)

Einwerbung von für den ländlichen Raum bestimmten Fördermitteln hilfreich. Trotz des weniger prestigeträchtigen Status des „Dorfes“ gegenüber der „Stadt“ werde der neue Status von den Bewohnern akzeptiert, sofern damit verbundene Maßnahmen und Eingriffe z.B. in die Bausubstanz eine Verbesserung ihrer Lebensbedingungen mit sich bringen (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 2f., 26f.). Die historischen „Dörfer“ nutzen also Attribute ihrer städtischen Geschichte (über die „echte“ Dörfer nicht verfügen), um sich ein touristisches Alleinstellungsmerkmal zu verschaffen, auch, weil sie mit wirklichen, aktuell prosperierenden Städten touristisch nicht konkurrieren können (vgl. Alexandre Lousada, 2008, S. 27). Ob Gäste den Widerspruch zwischen den beworbenen Dörfern und deren tatsächlich städtischer Vergangenheit bemerken und ob sie sich daran stören oder einen Reiz darin sehen, ist nach Kenntnis des Verfassers dieser Arbeit bislang nicht untersucht worden. Für die Beantwortung der Frage, welches touristische Versprechen die AHP ihren potenziellen Gästen machen, stehen jedenfalls als aufschlussreiche Primärquellen eigene Marketingveröffentlichungen des Netzwerks zur Verfügung. Zu nennen sind hier die Website des Netzwerks www.aldeiashistoricasdeportugal.com (für die am 03. 01. 2022 durchgeführte Analyse fand die portugiesischsprachige Version Verwendung) als deren „digitale Visitenkarte“ und wichtige Quelle von Besucherinformationen, die aktuelle Broschüre der AHP mit dem Titel „1 destino que são 12“ („ein Ziel, das 12 ist“) (eingesehen in ihrer digitalisierten, portugiesischsprachigen Fassung) sowie die Präsentationen des Netzwerks in ausgewählten sozialen Medien mit relevanter Reichweite an Followern. Die Website der AHP ist in fünf Sprachversionen verfügbar. Neben Portugiesisch kann die enthaltene Information zu Sehenswürdigkeiten, Aktivitäten, Veranstaltungen, Übernachtungs- und Einkehrmöglichkeiten auf Englisch, Französisch, Spanisch und Deutsch abgerufen werden. Nahezu alle Teile der Website sind bebildert. Besonders auf der Startseite, wo ein Slider mit 12 Motiven die Mitgliedsorte präsentiert, sowie bei der Präsentation der einzelnen Orte, fallen großformatige Fotomotive, ergänzt durch relativ kurze Textpassagen, auf. Sämtliche Bilder des Sliders auf der Startseite zeigen Burgen bzw. Befestigungsanlagen oder Stadtansichten, nur in einem Fall (Monsanto) dominiert die Landschaft das Bild, während der Ort selbst nur relativ klein im Hintergrund erkennbar ist. Bei der Darstellung der einzelnen Orte, bei der auf jeden Ort zwei Motive entfallen, überwiegen ebenfalls Ansichten von historischen Gebäuden oder Architekturdetails, die auf insgesamt 16 Motiven zu sehen sind. 6 Bilder zeigen großformatige Ortsansichten, 2 Bilder (je ein Motiv aus Almeida und Monsanto) sind Landschaftsaufnahmen. Menschen, sowohl Besucher als auch Einheimische, sind auf den Bildern kaum zu sehen, der Fokus der gezeigten Motive liegt klar auf der historischen Bausubstanz. Die begleitenden Kurztexte beinhalten vor allem Informationen zur Ortsgeschichte. Ein ähnliches Bild bietet sich in der Broschüre, wo nach einer allgemeinen Darstellung des Netzwerks die einzelnen Orte mit ihren Sehenswürdigkeiten, Unterkünften, Restaurants und praktischen Informationen in Bild und Text vorgestellt werden. Auch hier

herrschen Bilder von historischen Gebäuden vor, einzelne Bilder zeigen aber auch Radfahrer, Wanderer und Museumsbesucher und brechen somit die Fokussierung auf die Historie der Orte etwas auf. In den sozialen Medien sind die AHP sowohl bei Facebook als auch bei Instagram mit einer relevanten Reichweite (133.628 bzw. ca. 135.000 Follower, Stand jeweils 03. 01. 2022) vertreten. Da es in dieser Kurzanalyse vorwiegend um visuelle Narrative und Bilder geht, beschränkt sich die genauere Betrachtung im Rahmen dieser Arbeit auf Instagram als das stärker Bild-gestützte der beiden Plattformen. Die gezeigten Motive sind auf beiden Seiten darüber hinaus im Wesentlichen identisch. Das Instagram-Profil der AHP zeigt zum Zeitpunkt der Analyse 1.448 Bild- oder Videobeiträge (mit sich teils in Abständen wiederholenden Motiven), jeweils ergänzt um eine Kurzbeschreibung in portugiesischer Sprache und einem Hinweis auf den Fotografen. Der erste Beitrag wurde am 19. Mai 2017 veröffentlicht. Der Rhythmus der Veröffentlichungen ist hoch, oft erfolgen diese täglich. Zur Beantwortung der Frage nach den vermittelten visuellen Narrativen wurden die vorhandenen Beiträge durch den Autor in Kategorien eingeteilt (siehe auch Abbildung 8):

- Ortsansichten (gezeigt werden Panoramaaufnahmen der Orte, ganze Straßenzüge oder Ensembles, wobei kein einzelnes Gebäude bzw. keine einzelne Gebäudegruppe hervorgehoben wird)
- Bilder von Veranstaltungen oder Hinweise auf bevorstehende Events
- Landschaft / Natur (Aufnahmen zeigen vor allem Naturszenarien, Vegetation oder Naturdenkmale wie Felsformationen. Orte oder menschliche Bauwerke sowie Personen sind mitunter zu sehen, bilden jedoch erkennbar nicht das Hauptmotiv)
- Urlaubsaktivitäten (gezeigt werden Besucher beim Ausüben touristischer Aktivitäten, z.B. Radfahren oder Wandern)
- Historische Gebäude (Hauptmotiv des Bildes ist ein Einzelgebäude oder eine spezifische Gebäudegruppe bzw. Architekturdetails. Oft handelt es sich um hervorgehobene Denkmale wie Kirchen und Burgen)
- Einwohner (gezeigt werden Einwohner der AHP in Porträtaufnahmen oder beim Verrichten von Alltagstätigkeiten)
- Sonstige

Einzuräumen ist, dass die Zuordnung der Veröffentlichungen zu den einzelnen Motiven ein willkürliches Element beinhaltet und die Zuordnung in einigen Fällen auch anders vorgenommen werden könnte. Insbesondere zwischen „Ortsansichten“ und „historischen Gebäuden“ sind die Übergänge fließend. Die beiden genannten Kategorien machen mit 567 (39,16%) bzw. 576 Motiven (39,78%) den Großteil der gezeigten Bilder bzw. Videos aus. Deutlich weniger stark vertreten sind Motive aus den Bereichen Veranstaltungen (86 Motive, 5,93%) und Landschaft/Natur (74 Motive, 5,11%). Noch geringeres Gewicht haben Motive von Einwohnern (43 Motive, 2,97%) und

Urlaubsaktivitäten (31 Motive, 2,14%). 71 Motive (4,90%) konnten keiner der Kategorien zugeordnet werden und werden als „Sonstige“ aufgeführt.

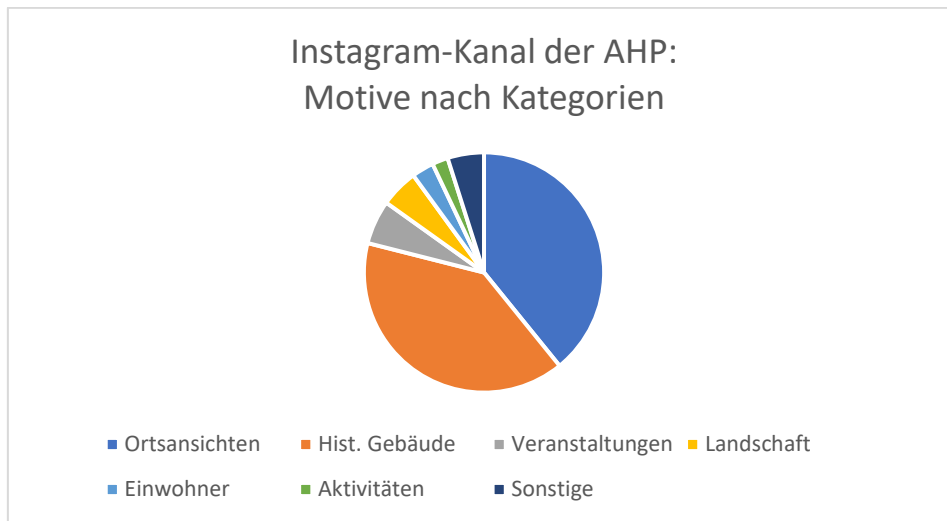


Abbildung 8: Instagram-Beiträge der AHP nach Kategorien, Instagram, eigene Darstellung

Die Verteilung der gezeigten Bilder bestätigt das Gewicht der historischen Bausubstanz für die touristische Positionierung der AHP und verweist auf einen klar kulturtouristischen Fokus. Fast 80% der Bilder zeigen historische Einzelgebäude oder Ensembles sowie Ortsansichten, die ebenfalls klar den historischen Charakter der Orte illustrieren. „Ländliche“ Motive, wie sie angesichts des Namens „Historische Dörfer“ erwartbar gewesen wären, finden sich nur in geringem Maße, die im jüngsten Aktionsplan der AHP-ADT 2014-2020 ausgedrückte Verschiebung hin zu Nachhaltigkeit, Natur- und Aktivtourismus findet in den Social-Media-Auftritten, wie auch in Broschüre und Website keinen starken Niederschlag. Unter den gezeigten historischen Gebäuden fallen vor allem Burgen, Stadtmauern bzw. -tore und Kirchen auf, eindeutig ländlich konnotierte Bauten, wie z. B. landwirtschaftliche Gebäude, werden hingegen kaum gezeigt. Insgesamt kommt das „dörfliche“ Element des Namens der AHP in der touristischen visuellen Kommunikation kaum zum Ausdruck, wohingegen das Historische klar und deutlich betont wird. In der aktuellen Tourismusstrategie der nationalen Tourismusagentur Portugals spielen die AHP keine hervorgehobene Rolle und werden lediglich einmal, im Kontext des übergeordneten Ziels der Bewahrung und zugleich ökonomischen Nutzung des Natur- und Kulturerbes, erwähnt (vgl. Turismo de Portugal, 2017, S. 55). Auch auf der offiziellen Website der nationalen Tourismusagentur www.visitportugal.com (untersucht wurde die portugiesische Sprachversion der Website) hat das Netzwerk der AHP keine hervorgehobene Stellung inne und verfügt nur über einen untergeordneten und relativ versteckten Eintrag in der Rubrik „Kunst und Kultur“, die dem nicht gezielt suchenden Websitebesucher kaum auffallen dürfte. Etwas sichtbarer ist das Netzwerk auf der Regionalrubrik „Centro“ der Website, wo relativ weit vorn im

Beschreibungstext eine Verlinkung auf den schon erwähnten Eintrag erfolgt. Von einem „kulturtouristischen Produkt nationaler Bedeutung“, zu dem die AHP nach dem im Aktionsplan der Förderperiode 2007-13 formulierten eigenen Anspruch werden sollten, dürfte man indes eine höhere Sichtbarkeit erwarten. Prominenter platziert wird das Netzwerk auf der eigenen Website des regionalen Tourismusverbands www.centerofportugal.com, wo die AHP schon auf der Startseite als eine der regionalen Subdestinationen mit einer ansprechend gestalteten Seite (vgl. Turismo Centro de Portugal, o. J. b) und eigenem Werbevideo angezeigt werden. Der regionale Tourismusedwicklungsplan 2020-2030 von 2019 erkennt das Kultur- und Naturerbe im Allgemeinen als Stärke der Region an (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019, S. 8) und benennt den Komplex „Kultur, Geschichte, Kulturerbe, Gastronomie und Wein“ als eine von fünf strategischen Säulen für die touristische Entwicklung der Region (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019, S. 15), zu der die AHP als Sub-Marke gehören (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019, S. 21) Weiterhin weist er dem Themenkomplex „Kultur, Geschichte, Kulturerbe, Gastronomie und Wein“ die Rolle eines touristischen Zugpferds zu, das sich gleichermaßen durch einen relevanten Marktanteil wie auch durch ein dynamisches Wachstumspotenzial auszeichne (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019, S. 83). Innerhalb des Themenkomplex weise die Ressource „Historische Baudenkmale“ allerdings eine geringere touristische Attraktivität als z. B. die Ressourcen „Gastronomie und Wein“ auf (vgl. Turismo Centro de Portugal, 2019, S. 84).

Hinsichtlich der Position der AHP im nationalen und regionalen Marketing kann aus den Publikationen der einschlägigen Tourismusverbände nur bedingt auf eine herausgehobene Bedeutung des Netzwerks geschlossen werden. Das Netzwerk fügt sich mit seinem Profil recht gut in die touristische Ausrichtung der Region Centro ein, wie sie in den aktuellen Tourismusedwicklungs- und Marketingplänen zum Ausdruck kommt. Seine Präsenz auf der Website des Tourismusagentur der Region Centro deutet darauf hin, dass die AHP als regional bedeutendes Produkt und eigene Marke angesehen und entsprechend kommuniziert werden. Auf nationaler Ebene stellt das Netzwerk indes, wenn man die Website des nationalen Tourismusverbandes als repräsentativen Indikator akzeptiert, anscheinend nur ein Produkt unter vielen ohne besondere Bedeutung dar.

3.4.3 Entwicklung der Übernachtungszahlen

Die Übernachtungszahlen können als einer der wichtigsten und aussagekräftigsten Indikatoren für den Erfolg und die Entwicklung eines Touristenziels herangezogen werden. Zu den weiteren Vorteilen des Indikators kommt eine zumeist gute Quellenlage in Form von durch staatliche Stellen erfasste und publizierte Statistiken. Ein Blick auf die Entwicklung der Übernachtungszahlen erfolgt auch deshalb, weil die Verbesserung der Gästebindung und eine

Steigerung des Übernachtungstourismus zu den expliziten Zielen des Aktionsplans für die Förderperiode 2007-2013 gehörten, der den touristischen Erfolg des Projekts in Teilen als unzureichend klassifizierte. Bei der Betrachtung der Daten zu den touristischen Übernachtungen sind zwei Einschränkungen zu beachten. Zum einen weist das Statistische Landesamt INE aktuell (Stand: 13.02.2022) detaillierte Übernachtungszahlen nur zurück bis ins Jahr 2011 aus, auch in den weiteren vorhandenen Quellen sind für die Zeit davor nur für einzelne Orte exakte Zahlen zu finden, die obendrein nach verschiedenen Methoden erhoben wurden und somit nicht vergleichbar sind. Zusätzlich bestehen im Portal INE für einige AHP aus unbekanntem Gründen Datenlücken, sodass eine vergleichende Analyse erst ab 2013 wirklich möglich und sinnvoll ist. Dies kann dennoch als relativ aussagekräftig gelten, da das Projekt während der Förderperiode 2007-13 wichtige Veränderungen durchlaufen und in eine „Reifephase“ eintreten sollte. Die Übernachtungszahlen der Jahre 2013-2019 können somit mit gewissen Einschränkungen als Indikator für den Erfolg der seinerzeit eingeleiteten Maßnahmen gelesen werden. Zum anderen weist die INE-Datenbank die Übernachtungszahlen lediglich bis zur Ebene der Kreise (Concelhos) aus, eine Aufgliederung der Zahlen nach Gemeinden (Freguesias) ist nicht möglich. Dies bedeutet, dass die hier verwendeten Zahlen nicht nur Übernachtungen in den AHP selbst, sondern auch in anderen Gemeinden des jeweils selben Kreises umfassen. Da indes die AHP regional touristische Vorzeigeprodukte darstellen, kann angenommen werden, dass auf sie relevante Anteile der Übernachtungen im Kreis entfallen und sich ihre allgemeine touristische Performance zumindest im Kreisdurchschnitt, wahrscheinlich eher darüber bewegt. Da die AHP außerdem explizit über Gemeindegrenzen hinweg in die Region hineinwirken sollten, erscheint es legitim, bei der Betrachtung des Erfolgs oder Misserfolgs der AHP die Übernachtungszahlen in der näheren Umgebung miteinzubeziehen. In den Kreisen mit einer oder mehreren AHP stieg die Zahl der statistisch erfassten Übernachtungen, wie in Abbildung 9 veranschaulicht, von 194.683 im Jahr 2013 auf 342.179 im Jahr 2019, was für das gesamte Netzwerk über den Zeitraum einer Zunahme um 75,76% bzw. einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 12,63% entspricht. Diese Zunahme liegt knapp unter dem Schnitt der Region Centro (+ 77,36% im gleichen Zeitraum), aber über der landesweiten Wachstumsrate von 61,18%. Bei der Aufschlüsselung der Gäste nach Nationalität überwiegen einheimische Gäste deutlich. Ausländische Gäste repräsentieren ein knappes Fünftel der Übernachtungen, wobei ihr Anteil zwischen 2013 und 2019 von 19,07% auf 17,57% leicht gesunken ist. Innerhalb des Netzwerks lassen sich sowohl beim absoluten Übernachtungsaufkommen als auch bei den Wachstumsraten starke Unterschiede feststellen. So entfällt 2019 etwas mehr als ein Drittel aller Übernachtungen allein auf den Kreis Fundão. Bei den Wachstumsraten ragen die Kreise Mêda und Trancoso mit 282,2% bzw. 258,21% hervor, wohingegen die Übernachtungen in einem Kreis (Idanha-a-Nova) sogar um 1,73% leicht zurückgegangen sind. Im Kreis Belmonte fällt der hohe Anteil ausländischer Gäste auf, auf die 2019 knapp die Hälfte der

Übernachtungen entfällt. Dies könnte mit internationalen Beziehungen der dort ansässigen jüdischen Gemeinde zusammenhängen. Da die AHP-ADT in ihrem Maßnahmenplan 2007-2013 keine exakten Wachstumsziele formuliert hat, an denen die tatsächlichen Zahlen zu messen wären, kann der Erfolg des Netzwerks aus touristischer Sicht nur näherungsweise bestimmt werden. Akzeptiert man die Zahl der Übernachtungen als wichtige touristische Kennziffer, so kann man für die untersuchten Kreise zwischen 2013 und 2019 eine positive Entwicklung mit soliden Wachstumsraten im regionalen Durchschnitt konstatieren. Den Kreisen gelingt es demnach, am regional und landesweit zu verzeichnenden touristischen Wachstum zu partizipieren. Insgesamt ist indes nicht erkennbar, dass die die AHP umfassenden Kreise sich gegenüber anderen Kreisen in der touristischen Entwicklung hervortun. Eine überdurchschnittliche Entwicklung der Übernachtungszahlen kann für einzelne Kreise, nicht jedoch für das Einzugsgebiet der AHP insgesamt festgestellt werden.

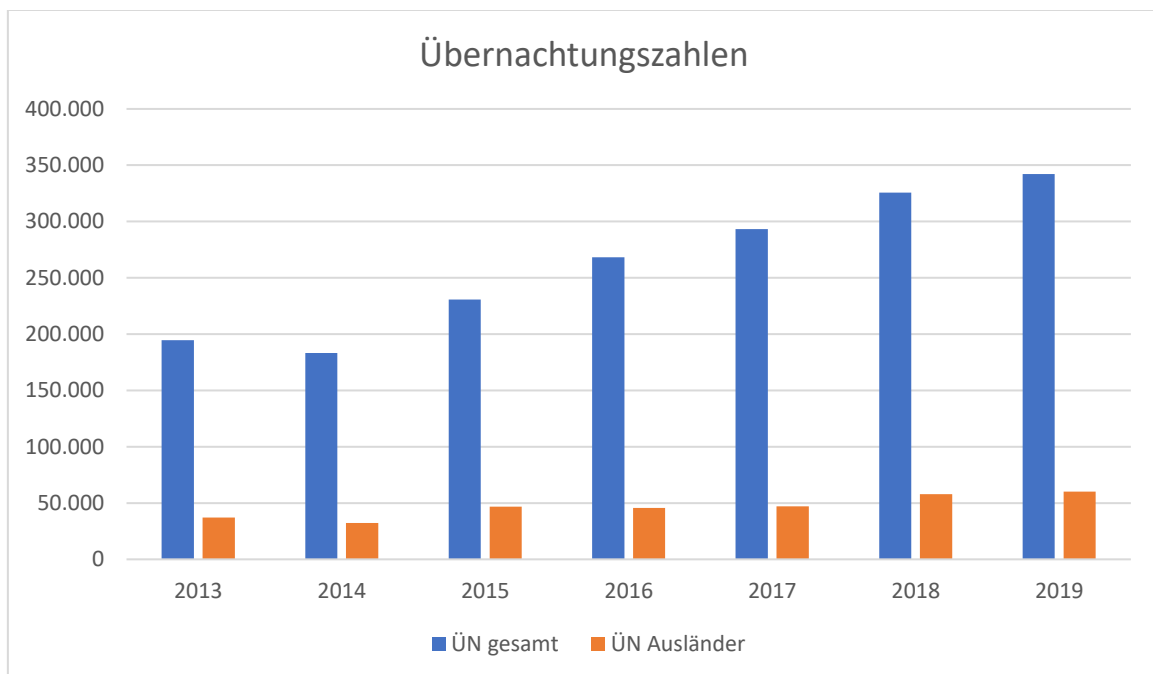


Abbildung 9: Übernachtungszahlen der AHP auf Kreisebene, INE, 2021c, eigene Darstellung

3.5 Demographische Analyse

Zu den mit der Gründung der AHP verbundenen Zielsetzungen gehörte neben einer Steigerung des Tourismus der Wunsch, der ungünstigen demographischen Entwicklung der Region, insbesondere der Bevölkerungsabnahme und der Überalterung der verbleibenden Bevölkerung, entgegenzuwirken. Es ist daher sinnvoll, die Bevölkerungsentwicklung allgemein sowie den Altersindex (hier definiert als das Verhältnis der über 64-jährigen zu den unter 15-jährigen) zu betrachten und als Grundlage für eine Evaluation des Erfolgs des Projekts der AHP aus demographischem Blickwinkel heranzuziehen. Leider erlauben die aktuell (Stand: 20. 02. 2022) auf der Website des portugiesischen Statistischen Landesamts zugänglichen

Zahlen für die Verwaltungsebene der Gemeinden lediglich die Betrachtung der Entwicklung von 2011 bis 2021. Auf Ebene der Kreise (Concelhos) lässt sich unter zusätzlicher Zuhilfenahme von Sekundärquellen die Bevölkerungsentwicklung von 1991 bis 2021 und damit über den gesamten Projektzeitraum in Zehnjahresschritten nachvollziehen. Die Kreise im Untersuchungsgebiet verzeichneten zwischen 1991 und 2021 ausnahmslos signifikant sinkende Bevölkerungszahlen, wie in Abbildung 10 visualisiert. Die Abnahme bewegt sich dabei zwischen 16% (Kreis Belmonte) und 41% (Kreis Almeida). Allein in der letzten statistisch erfassten Dekade von 2011 bis 2021 sank die Bevölkerung der Kreise um Werte zwischen 9% (Fundão) und 18,5% (Almeida). Der Altersindex stieg in neun von zehn Kreisen in unterschiedlich starkem Maße an, lediglich im Kreis Idanha-a-Nova kam es zu einem minimalen Rückgang, was aber lediglich bedeutet, dass die ohnehin ausgeprägte Überalterung der Gesellschaft nicht noch weiter zugenommen hat. Auf der Ebene der Gemeinden fällt das Bild bei der Bevölkerungszahl ähnlich aus (Abbildung 11). Die Gesamtbevölkerung aller untersuchten Gemeinden hat von 2011 bis 2021 abgenommen, wobei die Abnahme in einigen, vor allem größeren Gemeinden (Trancoso e Souto Maior, Belmonte e Colmeal da Torre) relativ moderat ausfällt, während andere in diesem relativ kurzen Zeitraum beinahe ein Drittel ihrer noch vorhandenen Einwohner verloren (Marialva, Piódão). In drei Gemeinden (Almeida, Castelo Rodrigo und Trancoso e Souto Maior) fiel die Bevölkerungsabnahme geringer aus als im Durchschnitt des Kreisgebiets aus, bei zwei Gemeinden (Monsanto e Idanha-a-Velha, Belmonte e Colmeal da Torre) entsprach sie weitgehend dem auf Kreisebene beobachteten Rückgang (Abweichungen nur im Nachkommabereich). In den übrigen fünf Gemeinden fiel der Bevölkerungsrückgang von 2011 bis 2021 stärker aus als im Durchschnitt des jeweiligen Kreises. Auch ist die Bevölkerung aller Gemeinden mehr oder weniger deutlich überaltert. Zwar ist der Altersindex in vier der Gemeinden im untersuchten Zeitraum gesunken, doch ist dies bei genauerer Betrachtung kein Hinweis auf eine Entspannung der demographischen Lage. Zum einen genügen bei der oft geringen Gesamteinwohnerzahl der Gemeinden schon kleine Änderungen der demographischen Zusammensetzung für eine signifikante Veränderung der Kennzahl. Zum anderen sinkt der berechnete Altersindex auch dann, wenn Angehörige der ältesten Bevölkerungsgruppe versterben oder wegziehen, während die Personenzahl in der jüngsten Bevölkerungsgruppe gleichbleibt oder nur leicht abnimmt. In vier der elf Gemeinden waren die über-64-jährigen bereits 2021 die größte Bevölkerungsgruppe, in Piódão waren nur noch 16, in Castelo Mendo 11, in Marialva 9 Personen im Alter bis einschließlich 24 Jahren gemeldet (INE, 2021b). Sollte es hier nicht zu einem signifikanten Zuzug jüngerer Einwohner kommen, dürfte die Einwohnerzahl der Gemeinden weiter abnehmen, einigen der kleineren Gemeinde könnte mittelfristig die vollständige Aufgabe als Erstwohnsitz drohen.

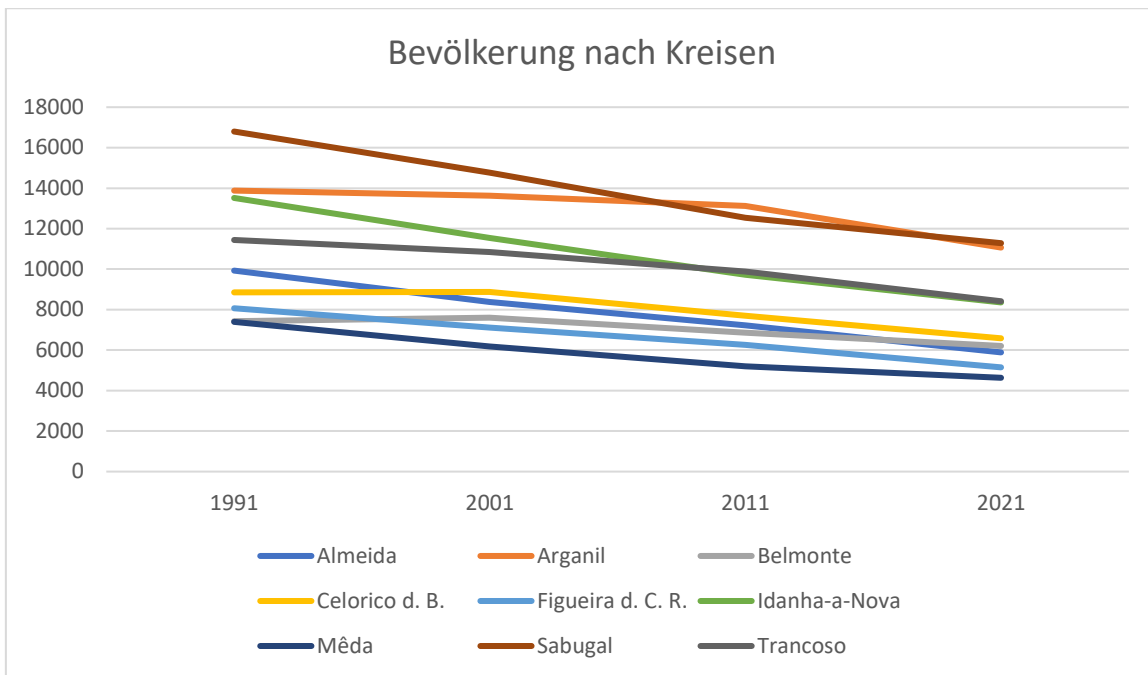


Abbildung 10: Bevölkerung der AHP nach Kreisen¹⁰, INE 2021d, Martins Braga et al., 2013, eigene Darstellung

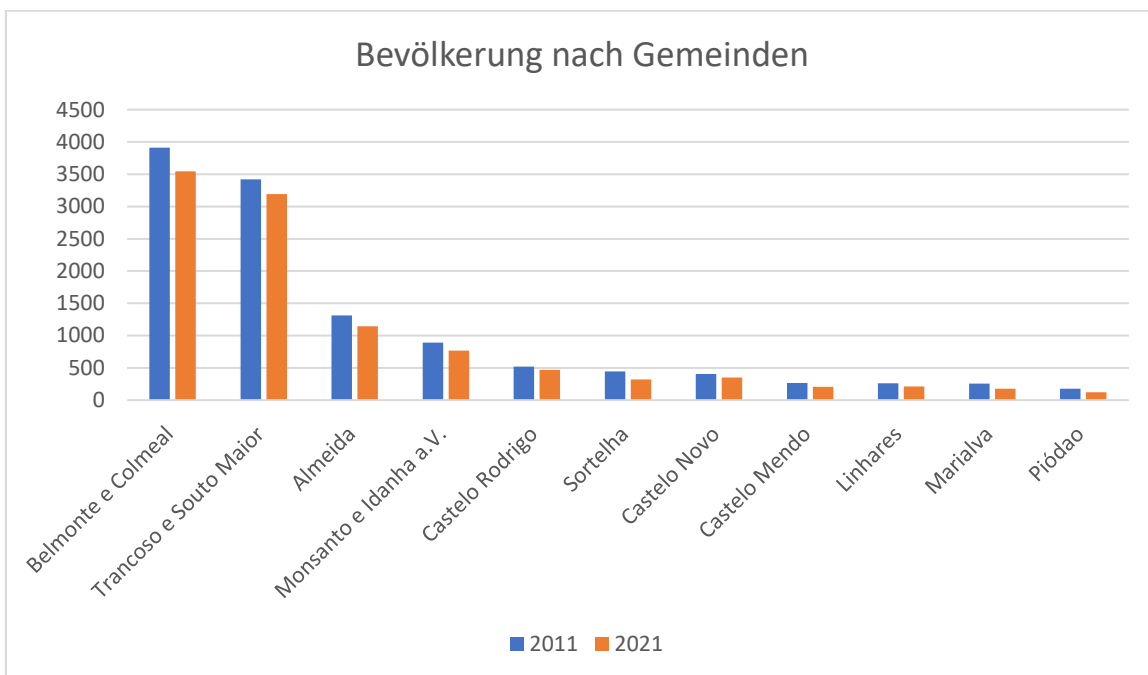


Abbildung 11: Bevölkerung der AHP nach Gemeinden, INE, 2021d, eigene Darstellung

¹⁰ Der Kreis Fundão ist aus dieser Darstellung aus zwei Gründen ausgenommen. Zum einen waren in den verwendeten Quellen für den Kreis keine Bevölkerungszahlen der Jahre 1991 und 2001 zu finden. Zum anderen hätte der Kreis aufgrund seiner im Vergleich zu allen anderen Genannten deutlich höheren Bevölkerungszahl die Lesbarkeit der Darstellung erheblich eingeschränkt. Die Daten von 2011 und 2021 zeigen einen Rückgang der Bevölkerung von 29.213 auf 26.509 und damit eine den übrigen Kreisen vergleichbare Entwicklung.

3.6 Erfolge, Herausforderungen und Perspektiven

Hinsichtlich der Wirksamkeit der in den AHP angestoßenen Maßnahmen zog Boura 2013 ein positives Zwischenergebnis, wobei sich ihre Evaluation vor allem auf immaterielle Faktoren bezog: „Die erreichten Ergebnisse zeigen das Erwachen lokaler sozialer und ökonomischer Entwicklungsdynamiken, wobei die Authentizität und die Symbolik der Orte und die kulturelle Matrix ihrer Bevölkerungen respektiert wurden“ (Boura, 2013, S. 4). Die AHP, so Boura, tragen zur Sichtbarkeit der Region bei und geben den dort verbliebenen Einwohnern Status und Selbstbewusstsein zurück, indem sie gegen das Stigma der Isolation und der Abgeschiedenheit wirken, das dem ländlichen Raum in der üblichen Dichotomie ländlich-städtisch anhafte (vgl. Boura, 2013, S. 9). Auch Navega Ferreira (2011) wertet das Projekt der AHP als „ein bedeutendes Werkzeug der Inwertsetzung der Orte und ihrer Erinnerung“ (vgl. Navega Ferreira, 2011, S. 191). In den meisten der Mitgliedskommunen haben sich demnach das Ortsbild sowie die Lebensbedingen der Bewohner durch die getätigten Investitionen in die Infrastruktur (z.B. Verbesserung der Wasserversorgung oder des Abwassersystems, Aufwertung des öffentlichen Raumes, unterirdische Neuverlegung von Elektrizitätsleitungen) spürbar verbessert (vgl. ebenda). Demgegenüber steht allerdings die Tatsache, dass eine Abmilderung oder gar Umkehrung der seit Jahrzehnten ungünstigen demographischen Entwicklung gerade in den kleineren Orten des Netzwerks nicht zu beobachten ist. Navega Ferreira sieht den Hauptgrund hierfür in den nach wie fehlenden Voraussetzungen für einen dauerhaften Verbleib der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter, die (Wieder-) belebung der Wirtschaft und traditioneller Produktionsweisen sei allenfalls sporadisch und punktuell (vgl. Navega Ferreira, 2011, S. 28) zu beobachten. Das Ziel, durch die touristische Aktivität in den AHP neue wirtschaftliche Dynamik und damit Bleibeperspektiven für die jüngere Bevölkerung zu schaffen, wurde also insgesamt verfehlt. Immerhin schaffe die zunehmende touristische Belebung der Orte eine gewisse, wenn auch saisonale, „vorübergehende Regeneration“ der Bevölkerungszahl (Navega Ferreira, 2011, S. 29). In den kleineren Orten scheint für die Zukunft eine rein saisonale Nutzung als Ferienziel oder Zweitwohnsitz realistischer als die Hoffnung auf eine Verjüngung und den Verbleib der Wohnbevölkerung. Navega Ferreira wertet es denn auch als Verdienst des Projekts, „neue Pole touristischer Anziehungskraft“ geschaffen zu haben, die „eine dauerhafte Aktivität in diesen Siedlungen erlaubten und weiterhin erlauben werden“ (Navega Ferreira, 2011, S. 193). In touristischer Hinsicht scheinen die AHP zumindest regional als bedeutendes Produkt etabliert, wenn sie auch mehr oder weniger weit hinter dem selbstgesteckten Ziel, eine national oder sogar internationale renommierte Kulturtourismusmarke zu werden, zurückbleiben. Die Entwicklung der Übernachtungszahlen verläuft in Einklang mit den Zahlen der Gesamtregion positiv und im nationalen Vergleich überdurchschnittlich, ohne dass sich die die AHP umfassenden Kreise gegenüber dem Rest der Region Centro als besondere „Tourismushochburgen“ hervortun würden. Als Erfolg aus

denkmalpflegerischer Sicht ist sicher zu werten, dass eine Anzahl historischer Gebäude, darunter sowohl historisch bedeutende Monumente als auch eher „alltägliche“ Beispiele historischer Wohn- und Wirtschaftsarchitektur im Rahmen des Programms saniert, teilweise mit einer neuen Nutzung versehen und vor dem fortschreitenden Verfall einstweilen bewahrt werden konnte. Dieses Verdienst muss den AHP zugestanden werden, auch wenn einige Stimmen die konkret ausgeführten Arbeiten als „pseudoarchaisch“ und „neo-ruralistisch“ kritisieren (Costa Gregório, Brito Henriques, Sarmiento, 2014, S. 3). Auch der von der AHP-ADT 2009 veröffentlichte Aktionsplan nennt bereits die erheblichen öffentlichen Investitionen in die Aufwertung und teilweise Wiederherstellung des baulichen Kulturerbes als Erfolge des Projekts (vgl. AHP-ADT, 2009, S. 24). Allerdings bleibt die Frage nach einer Nutzungsperspektive für die historischen Bauten relevant, wenn sich die Bevölkerungszahl in den Orten, wie absehbar, weiter verringert. Ob der saisonale und außerdem volatile, wechselnden Trends und Rahmenbedingungen unterworfenen Tourismus ausreicht, um die Nutzung und damit den Erhalt der Bausubstanz zu sichern, ist unsicher. Hinzu kommt, dass das Projekt insgesamt und der Erhalt der Bausubstanz im Besonderen bislang von öffentlichen Fördermitteln abhängen. Für den Augenblick wurde das materielle Kulturerbe der AHP gesichert und zum Teil wiederhergestellt, der Tourismus in den peripheren und wirtschaftsschwachen Ortschaften belebt, die Lebensumstände der Bewohner in mancher Hinsicht verbessert und, nach einigen Autoren, ihr lokales Selbstbewusstsein gesteigert. Ungelöst bleibt das Problem der negativen demographischen Entwicklung, was für den Erhalt der historischen Bausubstanz der Orte in Zukunft weitere, neue Lösungen erforderlich machen wird.

4. Die Aldeias Históricas de Portugal – ein Modell für Deutschland?

In Kapitel 3 wurde die Entwicklung der AHP von der Gründung 1991 bis heute nachgezeichnet. Unter Berücksichtigung der touristischen und demografischen Hintergründe wurde anhand ausgewählter Aspekte versucht, eine Bewertung des Erfolgs des Netzwerks vorzunehmen. Diese fällt gemischt aus, mit beachtenswerten Erfolgen in einigen Aspekten und ungelösten Problemen beim Erreichen anderer Zielsetzungen. Im vierten Kapitel geht es um die Frage, ob eine Übertragung des Projektkonzepts auf Deutschland möglich und sinnvoll sein könnte, ausgehend von der Annahme, dass die Erhaltung historischer Bausubstanz in demographisch benachteiligten ländlichen Räumen auch hierzulande eine schwierige, in Zukunft an Relevanz gewinnende Aufgabe ist.

4.1 Prognosen zur demographischen Entwicklung Deutschlands

Nach aktuellen Prognosen wird sich die Gesamtbevölkerung in Deutschland bis zum Jahr 2060 von derzeit etwa 83 Millionen Einwohnern auf rund 78 Millionen verringern, zugleich wird sich der gleichen Prognose zufolge der Anteil der mindestens 67-jährigen von knapp 20% auf 27,4% der Bevölkerung erhöhen (vgl. Statistisches Bundesamt o. J., nach Bundeszentrale für Politische Bildung, 2019). Dabei fallen die Prognosen zur Alterung der Bevölkerung und Bevölkerungsrückgang regional sehr unterschiedlich aus. Eine Karte des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung (BIB) (Abbildung 12) zeigt bereits für das Jahr 2020 Regionen mit einem besonders hohen Altenquotient¹¹ insbesondere im Osten Deutschlands, aber auch Landkreise in Hessen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz und dem Saarland zeigen bereits heute einen hohen Anteil älterer Menschen an der Wohnbevölkerung (vgl. BIB, 2020). Diese Regionen sind weitgehend deckungsgleich mit den Landkreisen, denen bis 2060 eine besonders starke Bevölkerungsabnahme prognostiziert wird (vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), 2021). Besonders groß fallen die Rückgänge in Sachsen-Anhalt, Brandenburg, Sachsen und Thüringen aus, wo einigen Kreisen eine Bevölkerungsabnahme um mehr als 20% vorausgesagt wird (vgl. ebenda), wie in Abbildung 13 zu sehen ist. Sollte sich diese Zahl bestätigen, so wären die Rückgänge zwar deutlich weniger ausgeprägt als in einigen der AHP. Die grundsätzliche Entwicklung mit den bekannten Folgeproblemen zeigt jedoch in eine ähnliche Richtung, zumal der Rückgang in einzelnen Kommunen deutlich stärker ausfallen kann als im Kreisdurchschnitt. Reichert-Schick (2018) beobachtet denn auch eine breite, mediale bzw. populärwissenschaftliche Diskussion über die tatsächliche oder vermeintliche Möglichkeit, dass Dörfer in Deutschland komplett aufgegeben werden könnten, eine Vermutung, die sie als „durchaus berechtigt“ (Reichert-Schick, 2018, S. 28) bezeichnet. Selbst wenn dieses Extremszenario nicht eintritt, dürfte es regional zu einer weiteren „Peripherisierung“ ländlicher Siedlungen kommen (vgl. Reichert-Schick, 2018, S. 33f.), wodurch sich die ansässige Bevölkerung infolge von Attraktivitätsverlusten des Wohnorts, Wegzug und Sterbeüberschüsse verringern dürfte. Zu den möglichen Folgen gehört unter anderem der Leerstand von Immobilien, was nicht nur negative Folgen für das Ortsbild haben kann (vgl. Reichert-Schick, 2018, S. 38), sondern auch den Schutz erhaltenswerter Denkmale erschweren kann, wenn für historische Gebäude keine geeignete Nutzung mehr gefunden werden kann.

¹¹ Bezeichnet das Verhältnis der über 66-jährigen zu den Personen im erwerbsfähigen Alter (20-66 Jahre). Aufgrund der unterschiedlichen Berechnungsmethode sind keine direkten Vergleiche mit dem in portugiesischen Quellen zu findenden Altersindex möglich.

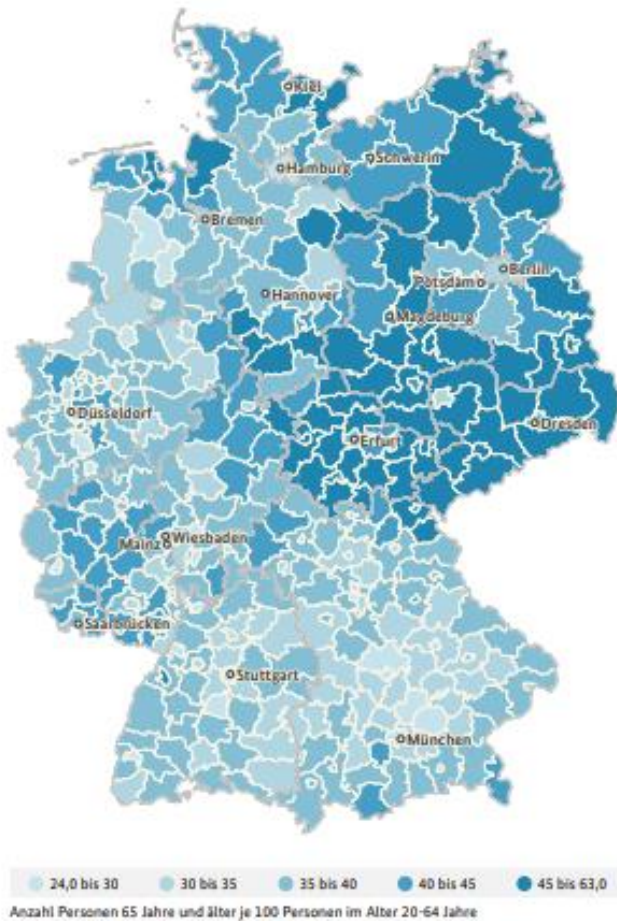


Abbildung 13: Altenquotient nach Kreisen 2020, Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung, 2020

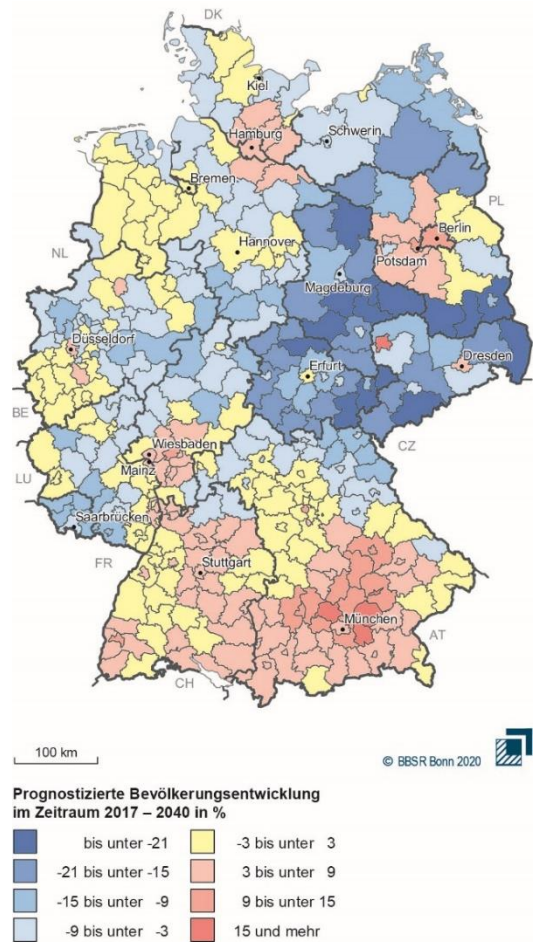


Abbildung 12: Prognose der Bevölkerungsentwicklung 2017-2040 nach Kreisen, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Bauforschung, 2021

4.2 Kulturtourismus und Tourismus im ländlichen Raum in Deutschland

Vor dem Einbruch der Übernachtungszahlen im Zuge der Corona-Pandemie befand sich der Tourismus in Deutschland in einer anhaltenden Phase des Wachstums. Wurden 2010 deutschlandweit jährlich 380,3 Millionen Übernachtungen gezählt¹², wuchs diese Zahl bis 2019 auf den Rekordwert von 495,6 Millionen (vgl. Statistisches Bundesamt o. J.). Damit lag Deutschland 2019 auf Platz 8 der meistbesuchten Reiseländer weltweit (vgl. BMWi, 2021, S. 7), was das erhebliche, wenn auch mitunter unterschätzte wirtschaftliche Potenzial des Tourismus für Deutschland verdeutlicht. Das Wachstum verteilt sich indes regional nicht gleichmäßig. Allgemein lässt sich beobachten, dass die touristische Nachfrage in erster Linie in den Städten wächst, wohingegen die Übernachtungszahlen in ländlichen Räumen stagnieren, teilweise auch zurückgehen (vgl. BMWi, 2014, S. 7). Als Gründe hierfür vermutet

¹² Statistisch erfasst werden Übernachtungen in Betrieben mit mindestens 10 Betten bzw. Campingplätzen mit mindestens 10 Stellplätzen. Übernachtungen in kleineren Betrieben, v.a. Ferienwohnungen, sind daher in den Übernachtungsstatistiken nicht enthalten.

das BMWi die oft kleinteiligen, wenig professionellen Angebotsstrukturen, sowie eine im Vergleich zu städtischen Destinationen geringere Angebotsdichte (vgl. BMWi, 2014, S. 8). Dies steht in einem gewissen Widerspruch zu einer insgesamt gewachsenen Aufmerksamkeit für den Tourismus im ländlichen Raum seitens der Politik sowie den bereits weiter oben beschriebenen veränderten Nachfragetrends, die sich günstig auf den Tourismus im ländlichen Raum auswirken sollen. So zieht auch das BMWi den Schluss: „Die Großwetterlage für den Tourismus in Deutschlands ländlichen Räumen scheint günstig“ (BWMi, 2014, S. 4). Damit verbunden werden auch in Deutschland Hoffnungen, eine gesteigerte touristische Nachfrage werde Arbeitsplätze in strukturschwachen Regionen sichern bzw. schaffen helfen und einer befürchteten weiteren Abwanderung der Bevölkerung entgegenwirken (vgl. ebenda). Dies solle zu „vitalen Dörfern“ führen, die „eine wesentliche Rolle für den Erhalt sozialer Strukturen und lokaler Identität“ spielen (BWMi, 2014, S. 26). Auch die 2021 durch das BMWi veröffentlichte, erste nationale Tourismusstrategie definiert Tourismuspolitik als Strukturpolitik, die Landflucht verringern und „lokale Strukturen, das kulturelle, historische und landschaftliche Erbe“ zu erhalten helfen soll (BWMi 2021, S. 37). Der Tourismus solle unter anderem für „eine gute Lebensqualität aller Menschen und für ein positives Deutschlandbild im Ausland sorgen“ (BWMi, 2021, S. 27). Anders als in früheren Veröffentlichungen finden sich in der Strategie dabei auch explizite, wenn auch recht allgemeine Anklänge an kulturelle und kulturtouristische Aspekte. So stellt die Strategie fest, der Tourismus sei auf „intakte Natur und authentische Kultur angewiesen“ (BWMi, 2021, S. 30), ein nachhaltiger Tourismus solle „lebenswerte natürliche und kulturelle Lebensräume (...) bewahren“ (BWMi, 2021, S. 30). Entgegen der oftmals auch innerhalb der Tourismusbranche anzutreffenden Annahme, Kulturtourismus sei im wesentlichen Städtetourismus, schreibt die durch Burzinski, Buschmann und Pröbstle 2018 veröffentlichte, große Kulturtourismusstudie dem Kulturtourismus auch im ländlichen Raum Entwicklungspotenziale zu, auch kulturelle Einrichtungen im ländlichen Raum würden demnach vom Tourismus profitieren (vgl. Burzinski, Buschmann, Pröbstle, 2018, S. 10). Insgesamt sieht die Studie den Kulturtourismus als relevant für touristische Akteure in Deutschland an. So antworten 27 % der befragten Destinationen auf die Frage nach der Relevanz des Kulturtourismus für die eigene Arbeit, dass dieser das wichtigste, profilgebende Thema darstelle. Für weitere 55 % der befragten Destinationen stellt der Kulturtourismus eines von mehreren, bedeutenden Themen dar (vgl. Burzinski, Buschmann, Pröbstle, 2018, S. 10). Nur 18 % der Destinationen sehen im Kulturtourismus ein wenig bedeutendes oder gänzlich irrelevantes Thema. Leider unternimmt die Studie an dieser Stelle keine Aufgliederung in ländliche und städtische Destinationen, sodass die Frage, ob in der dem Kulturtourismus zugeschriebenen Relevanz zwischen ländlichen und urbanen Räumen ein Unterschied besteht, offenbleiben muss. Interessant ist allerdings, was die befragten Destinationen unter kulturtouristischen Ressourcen verstehen. Hier führt mit 75% ganz klar das baukulturelle Erbe, weit vor allen anderen möglichen

Antwortoptionen wie der Bildenden und Darstellenden Kunst, der Kreativwirtschaft und „Lifestyle“ (vgl. Burzinski, Buschmann, Pröbstle, 2018, S. 12). Dem in 2.1. dargestellten erweiterten Kultur- und Kulturtourismusbegriff in der Fachliteratur steht in der Wahrnehmung touristischer Akteure in der Praxis also ein nach wie vor recht traditionelles Verständnis dessen, was an Kultur touristisch relevant ist, gegenüber. Das Interesse an historischen Gebäuden und Ensembles müsste demnach allerdings auf Seiten kommunaler, regionaler und überregionaler Tourismusakteure groß sein. Dem widerspricht die Studie „Baukultur und Tourismus. Unterwegs zu neuen Partnerschaften“ des BBSR. Die 2020 veröffentlichte Studie kommt zu dem Ergebnis, dass Touristiker Baukultur trotz vielfacher potenzieller Anknüpfungspunkte oft als „Nischenthema mit unklarem Nutzen“ (BBSR, 2020, S. 149) ansehen. Destinationen nehmen gegebenenfalls einzelne, wichtige Bauten in den Blick der touristischen Vermarktung, die „gebaute Umwelt“ einer Region im Sinne einer umfassenderen Auffassung regionaler Baukultur werde aber nur selten zur Destinationsprofilierung genutzt, obwohl Baukultur eine bedeutende Chance zur Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen biete, was im Interesse jeder Destination sein müsse (vgl. BBSR, 2020, S. 147). Neben anderen Faktoren liege dies auch daran, dass das gegenseitige Wissen um Bedürfnisse und Mentalitäten der jeweils anderen Seite unter Touristikern und Vertretern von Baukultur (Architekten, Denkmalpfleger u.a.) gering ausgeprägt sei (vgl. BBSR, 2020, S. 28). Auch die Kulturtourismusstudie von 2018 räumt ein, dass es zwischen Kultur- und Tourismusakteuren oft wenig inhaltliche und strategische Kooperation, eine mangelnde strategische Ausrichtung vieler Destinationen und nur wenig Verknüpfung des Kulturtourismus mit anderen Sparten wie Aktiv- und Naturtourismus gebe (vgl. Burzinski, Buschmann, Pröbstle, 2018, S. 20, 22). Im Ergebnis heiße dies: „Die Potenziale kulturtouristischer Kooperationen werden besonders im ländlichen Raum kaum genutzt“ (Burzinski, Buschmann, Pröbstle, 2018, S. 20). Dazu scheint zu passen, dass ländlicher Kulturtourismus in der touristischen Außendarstellung des Landes aktuell keine relevante Rolle spielt. Auf www.germany.travel, der offiziellen Website der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) firmiert das Thema Kulturtourismus unter „Städte und Kultur“ (vgl. DZT, o. J.). Zwar sind Museen, Burgen und Schlösser, sonstige historische Architektur und kulturelle Veranstaltungen umfangreich dargestellt, einen Verweis auf Kulturtourismus auf dem Land findet man aber nicht, auch Dörfer als touristische Ziele allgemein kommen auf der Website aktuell nicht vor. Der kurze Überblick zeigt: Der Tourismus in Deutschland insgesamt befand sich vor den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf einem stetigen Wachstumskurs und könnte mittelfristig dorthin zurückkehren. Allerdings ist dieses Wachstum der Übernachtungszahlen in erster Linie ein Phänomen der urbanen Destinationen, wohingegen der Tourismus im ländlichen Raum sich insgesamt deutlich weniger dynamisch entwickelt. Dies steht in scheinbarem Widerspruch zu einer grundsätzlich „günstigen Großwetterlage“ für den Tourismus im ländlichen Raum, die das Resultat veränderter Reisetrends und einer gewachsenen Nachfrage nach „authentischen“, „nachhaltigen“

Reiseerfahrungen darstellt. Wie die Kulturtourismusstudie von 2018 zeigt, spielen kulturelle Artefakte auch im ländlichen Raum eine bedeutende Rolle touristische Attraktionen, wobei wiederum baukulturellem Erbe, also „klassischen“ materiellen Kulturgütern aus Sicht der Tourismusdestinationen eine hervorgehobene Bedeutung zukommt. Auch ist die Politik, wie etwa in den tourismuspolitischen Publikationen des BMWi zum Ausdruck kommt, auf den Tourismus im ländlichen Raum aufmerksam geworden und sieht in diesem ein Instrument zur wirtschaftlichen und sozialen Belebung benachteiligter und von Abwanderung bedrohter Regionen. Demographische Prognosen zeigen, dass Phänomene wie Überalterung und Bevölkerungsrückgang mit all ihren Folgeerscheinungen für einige Landkreise sich in den kommenden Jahrzehnten fortsetzen und verstärken dürften, wenn auch voraussichtlich in nicht ganz so drastischem Ausmaß, wie es im portugiesischen Untersuchungsgebiet der Fall ist. Auch wenn der Umgang mit historischer Bausubstanz in den hier genannten tourismuspolitischen Publikationen keine explizite Rolle spielt, dürfte ein sich fortsetzender Bevölkerungsrückgang die Frage nach Wegen zum Erhalt von Kulturdenkmälern noch an Relevanz gewinnen lassen (zumal historische Baudenkmale eine wichtige touristische Ressource darstellen, ihr Erhalt also gerade dort von Bedeutung ist, wo der Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor ausgebaut werden soll). Dennoch scheint das Thema „Dörflicher (Kultur-) Tourismus“ in Deutschland bislang eher eine Randerscheinung zu sein. Während die AHP in Portugal lediglich das bekannteste einer ganzen Reihe vergleichbarer Projekte in mehreren Landesteilen darstellen, gibt es nach Kenntnis des Verfassers hierzulande nur ein einziges, in Teilen mit den AHP vergleichbares Netzwerk. „Sachsens Dörfer“ stellen einen touristischen Zusammenschluss von aktuell 19 Ortschaften in verschiedenen Teilen des Bundeslandes dar (vgl. Tourismusnetzwerk Sachsen, o. J.). Träger des Projekts ist die Tourismusmarketinggesellschaft Sachsen mbH. Jedes Dorf präsentiert sich auf einer eigenen Website mit einem individuellen Profiltitel, neben dem Ortsbild der Dörfer selbst stehen traditionelles Handwerk, Aktivtourismus wie Wandern und Radfahren sowie Veranstaltungen im Fokus des Marketings. Zur Aufnahme in das Netzwerk muss ein Dorf einen jährlichen finanziellen Beitrag leisten sowie drei Kriterien erfüllen:

1. Dorfstruktur/Dorfleben: Der Ort soll ein ansprechendes Ortsbild und eine attraktive, für Gäste erlebbare Landschaftsqualität aufweisen
2. Infrastrukturelle Voraussetzungen: Bewertet wird die Ausstattung an touristischer Basisinfrastruktur wie das Angebot an Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, Sehenswürdigkeiten, Wander- und Radwege, Einzelhandel u.a.
3. Tourismusorganisation/Tourismusmarketing: Hier wird bewertet, welche touristischen Institutionen im Ort bereits vorhanden sind und welcher konzeptionelle Ansatz der Vermarktung des Ortes bislang zugrunde liegt. Außerdem wird die Bereitschaft des

Ortes zur touristischen Weiterentwicklung und zur Zusammenarbeit mit übergeordneten touristischen Organisationen untersucht.

(vgl. Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, o. J.)

Auch wenn historische Baudenkmale sicher eine Rolle als Sehenswürdigkeiten und Bestandteile des Ortsbilds der 19 Ortschaften spielen, scheinen ein direkter Bezug zu Baukultur und eine denkmalpflegerische Zielsetzung, wie bei den AHP, bei Sachsens Dörfern nicht erkennbar. Auch liegt dem Projekt nach den auf der Website zugänglichen Informationen kein umfassendes Sanierungsprogramm der Bausubstanz und Infrastruktur zugrunde. Vielmehr scheint es sich um einen reinen touristischen Marketingverbund deutlich heterogenerer Mitglieder zu handeln, der als weiterer Unterschied zu den AHP eine größerer Gebietskulisse abdeckt. Ein mit dem umfassenden Ansatz der AHP wirklich vergleichbares Projekt scheint also aktuell in Deutschland nicht zu existieren. Ob das Modell der AHP ein für Deutschland Nachahmenswertes ist, lässt sich dabei nicht pauschal beantworten, sondern dürfte von der damit verfolgten Zielsetzung abhängen.

Aus touristischer Sicht dürfte Potenzial für die Übertragung der Projektidee in den deutschen Kontext vorhanden sein. Wie in Portugal, so profitieren die Regionen auch in Deutschland recht ungleich von einer grundsätzlich bis zur Corona-Pandemie positiven Nachfrageentwicklung. Ländliche Räume gehören dabei in der Regel nicht zu den Gewinnern, sondern haben bisweilen Schwierigkeiten, sich am Markt zu positionieren und touristische Produkte in ausreichender Dichte und Qualität anbieten zu können. Ein Bedarf an Ideen, den (Kultur-) Tourismus im ländlichen Raum zu beleben, kann demnach als vorhanden gelten. Die stetige Zunahme der Übernachtungszahlen im Einzugsbereich der AHP zeigt, dass auch Kommunen in peripheren, touristisch weniger stark nachgefragten Regionen von einer gewachsenen touristischen Nachfrage profitieren können. Die Zahlen zeigen aber auch, dass eine spezialisierte touristische Profilierung und hohe Investitionen in die physischen Voraussetzungen nicht zwingend zu einer überdurchschnittlichen Tourismusedwicklung führen. Das Wachstum der Übernachtungszahlen in den AHP bewegt sich im regionalen Durchschnitt. Das ist für entlegene, teils weitgehend entvölkerte Ortschaften keineswegs gering zu schätzen, bedeutet aber auch keinen „Boom“ und kann potenzielle Nachahmer vor überzogenen Erwartungen warnen. Auch denkmalpflegerisch bietet das Projekt der AHP Potenzial zur Nachahmung. Wie in Portugal, so sind auch in verschiedenen Teilen Deutschlands ländliche Gemeinden oder Kleinstädte mit erhaltener ortsbildprägender, historischer Bebauung vorhanden. Gerade in von Überalterung und Abwanderungen geprägten, wirtschaftlich schwachen Regionen stellt sich die Frage, wie der Erhalt dieser Substanz nachhaltig gesichert werden kann, was unweigerlich die Frage nach neuen Nutzungen für leerstehende Objekte berührt. Das Beispiel der AHP zeigt, dass die Schaffung von (kultur-) touristischen Netzwerken im ländlichen Raum Chancen bieten kann, historische

Strukturen unter Nutzung von öffentlichen Fördermitteln instand zu setzen und Gebäude durch die touristische Aktivität einer neuen Nutzung, etwa als Unterkunft oder Museum, zuzuführen. Dies kann in den betreffenden Orten helfen, den durch Bevölkerungsabnahme zunehmenden Leerstand mit seinen Folgen für die Bausubstanz abzumildern. Neben dem damit verbundenen, erheblichen finanziellen Aufwand und möglichen Konflikten zwischen dem Authentizitätsanspruch der Denkmalpflege und praktischen Bedürfnissen durch die neue Nutzung ist dabei aber auch zu bedenken, dass es sich bei einem Netzwerk wie den AHP stets um eine Insellösung handelt. So sind die 12 historischen „Dörfer“ in Portugal sicher nicht die einzigen Orte im Land oder auch nur der Region, deren von Aufgabe und Verfall bedrohte historische Bausubstanz von einer Sanierung und Neunutzung profitieren würde. Auch für mögliche Nachahmer in Deutschland würde also gelten, dass ein solches Projekt für einzelne Kommunen ein Lösungsbeitrag zum Erhalt der eigenen Bausubstanz sein kann. Im günstigen Fall kann dieser über das Netzwerk hinaus Schule machen und in der weiteren Region die Sanierung einzelner Baudenkmale für touristische Zwecke anregen. Dies wäre für den Erhalt des baulichen Kulturerbes sicher ein Gewinn, bietet aber keine grundsätzliche Lösung für ein in der Fläche verbreitetes Problem. Betrachtet man den demographischen Aspekt, so erscheint die Übertragbarkeit der Erfahrungen aus dem Projekt der AHP auf Deutschland nicht völlig von der Hand zu weisen, aber gleichwohl geringer als bei den beiden zuvor genannten Dimensionen. Zwar bestehen in Deutschland Regionen, die sich durch eine ausgeprägte Überalterung der Bevölkerung auszeichnen und bei Fortschreiten der aktuell zu beobachtenden demographischen Tendenzen im Verlauf der kommenden Jahrzehnte einen erheblichen Bevölkerungsverlust hinnehmen müssen. Die Prognosen sehen allerdings zumindest auf Landkreisebene keinen so drastischen Rückgang voraus, wie er sich im Falle der AHP konstatieren lässt, von denen einige in wenigen Jahrzehnten drei Viertel ihrer Einwohner verloren haben und mittelfristig als Erstwohnsitz aufgegeben werden könnten. Die Aufgabe, durch touristische Inwertsetzung der Bevölkerungsabnahme ländlicher Gemeinden entgegenzutreten, stellt sich daher auch in Deutschland im Grundsatz, jedoch nicht mit der gleichen Dringlichkeit. Sieht man hiervon ab und betrachtet nur die demographische Realität der AHP, so kann man dennoch kein nachahmenswertes Modell erkennen, hat doch das Projekt den Bevölkerungsschwund vor allem der kleineren Mitgliedskommunen nicht aufhalten oder erheblich bremsen können. Die touristische Aktivität allein scheint hier nicht zu einer wirtschaftlichen Belebung in Größenordnungen zu führen, wie sie nötig wären, um die Orte ausreichend attraktiv für den Verbleib jüngerer Einwohner zu machen. Abschließend stellt sich für potenzielle Nachahmer in Deutschland das Problem der Finanzierung. Die für den Aufbau des Netzwerks der AHP, insbesondere für die Wiederherstellung und Ertüchtigung der Infrastruktur und des baulichen Kulturerbes, aufgewandten Mittel wurden überwiegend aus europäischen Förderprogrammen eingeworben, also aus Quellen, die vergleichbaren Projekten in Deutschland offenstehen. Die Planung und Initiierung eines vergleichbaren

touristischen Netzwerks in Deutschland sowie die initiale Ertüchtigung von Bausubstanz und Infrastruktur sind also finanziell sicher möglich. Hier wie dort bleibt aber die Frage der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit. Auch rund 30 Jahre nach seiner Gründung bleibt das Netzwerk der AHP weiterhin von öffentlichen Geldern abhängig, eine wirtschaftliche Tragfähigkeit aus eigener Kraft wurde bislang nicht erreicht. Sicher kann die dauerhafte öffentliche Subventionierung auch touristischer Projekte gerechtfertigt sein, zumal wenn damit zugleich der Erhalt schützenswerter historischer Bausubstanz verbunden werden kann. Die finanzielle Abhängigkeit von Fördermitteln spricht damit nicht per se gegen das Projekt der AHP oder vergleichbare Vorhaben in Deutschland, sollte aber bei der Formulierung realistischer Ziele unbedingt bedacht werden.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Ziel der vorliegenden Arbeit ist, anhand des Netzwerks der AHP die Positionierung von materiellem Kulturerbe im ländlichen Raum als touristisches Produkt nachzuvollziehen, Erfolge und Herausforderungen dieses Prozesses zu diskutieren und zu bewerten, ob eine Übertragbarkeit des Projektkonzepts auf Deutschland möglich und sinnvoll ist.

Basierend auf einer Einführung in die Thematiken des Kulturtourismus bzw. Heritage Tourism, des Tourismus im ländlichen Raum sowie des Destinationsmanagements wurden die AHP aus verschiedenen Perspektiven untersucht. Zunächst wurde der regionale Kontext beschrieben. Die AHP liegen in der Beira Interior, einem besonders peripheren, von starker Abwanderung und Überalterung der Bevölkerung betroffenen Teilgebiet der portugiesischen Region Centro mit einer schwachen Wirtschaftsstruktur. Am bis 2019 erheblichen Wachstum des Tourismus in Portugal konnte die Region Centro trotz ihres Reichtums an natürlichen und kulturellen Ressourcen zwar partizipieren, allerdings insbesondere im Verhältnis zur weiten Ausdehnung der Region auf relativ geringem Niveau. Ein kurzer Abriss zur Geschichte der AHP macht charakteristische Gemeinsamkeiten in der Entwicklung der Mitgliedskommunen sichtbar, z. B. ihre Bedeutung für ausgesuchte Epochen der portugiesischen Geschichte, ihre strategische Relevanz als befestigte Orte in Grenznähe, ihr zur Konservierung der Bausubstanz beitragender Bedeutungsverlust seit dem 19. Jahrhundert sowie ein erheblicher Bevölkerungsrückgang spätestens seit den 1960er Jahren. Diese Geschichte spiegelt sich im überkommenen baukulturellen Erbe, das trotz des Namens „Historische Dörfer“ mit Burgen, Stadtmauern, Marktsäulen und weiteren Artefakten eindeutige Kennzeichen städtischer Siedlungen trägt. Gleichzeitig ist das heutige Erscheinungsbild der Orte auch Resultat einer Ruralisierung im 19. und 20. Jahrhundert. Ausgehend von dieser Beschreibung der Region und der Orte wurde der Prozess der Gründung und Entwicklung des Netzwerks nachgezeichnet, wobei deutlich wurde, dass das Projekt von Anfang an mehrere,

gleichermaßen ambitionierte Ziele verfolgte. Neben der Suche nach neuen Wegen zum Erhalt der historischen Bausubstanz sollten der Tourismus angeregt, die Gründung neuer Kleinunternehmen stimuliert, die Lebensbedingungen der Bevölkerung verbessert und hierdurch Bleibeperspektiven für Personen im erwerbsfähigen Alter geschaffen werden, was der anhaltenden Bevölkerungsabnahme mit ihren Folgeerscheinungen entgegenwirken sollte. Nach der Konstituierungsphase, deren Schwerpunkt auf der Konservierung bzw. Sanierung der Infrastruktur und des baulichen Kulturerbes lag, kam es 2007 zur Gründung einer eigenen DMO und in der Folge zu seither anhaltenden Bemühungen, das Netzwerk stärker als reifes touristisches Produkt zu positionieren und am nationalen und internationalen kulturtouristischen Markt zu etablieren. Eine Untersuchung wichtiger Kommunikationskanäle der AHP machte die zentrale Rolle der historischen Baudenkmale im touristischen Image des Netzwerks deutlich, was auf eine klar kulturtouristische Ausrichtung hinweist, die sich in das regionale Angebotsgefüge einpasst, jedoch zum Teil in Widerspruch zum im Namen anklingenden „dörflichen“ Narrativ des Netzwerks steht. Eine abschließende Bewertung des Erfolgs des Netzwerks kommt zu einem gemischten Ergebnis. Auf der Habenseite steht die Sicherung der historischen Bausubstanz, die teilweise durch neue, touristische Nutzungen vor Leerstand und Verfall bewahrt werden konnte. Ein weiterer Erfolg des Projekts ist die Verbesserung der Lebensumstände für die Bewohner durch Investitionen in die Infrastruktur und eine Aufwertung des öffentlichen Raums. Touristisch konnte sich das Netzwerk als Produkt auf regionaler Ebene etablieren, die betreffenden Kreise verzeichnen im Schnitt ein Wachstum der Übernachtungszahlen im Durchschnitt der Region Centro, womit sie über den landesweiten, durchschnittlichen Wachstumsraten liegen. Auf nationaler Ebene scheinen die AHP allerdings, wenn man die Darstellung auf der offiziellen Website des nationalen Tourismusverbandes als Indikator zugrunde legt, keine bedeutende Rolle zu spielen. Eine deklarierte stärkere Berücksichtigung von Natur- und Aktivtourismus sowie Nachhaltigkeit im Profil der AHP lässt sich anhand der eigenen Kommunikations- und Marketingkanäle bislang nicht nachvollziehen. Das Ziel, der ungünstigen demographischen Entwicklung der AHP-Kommunen entgegenzuwirken, muss bislang als verfehlt betrachtet werden, Überalterung und Bevölkerungsrückgang bestehen in den meisten Orten ungebrochen fort. Finanziell bleibt das Netzwerk auch Jahrzehnte nach seiner Gründung weiterhin von öffentlichen Fördergeldern abhängig.

Was die Übertragbarkeit des Projekts auf Deutschland betrifft, so finden sich wie beschrieben in Deutschland regional Voraussetzungen, die denen ähneln, die die Motivation zur Initiierung der AHP geliefert haben. Wenn auch in geringerem Maße als in Portugal, so sind auch in Deutschland einige Regionen von Überalterung und Abwanderung betroffen, was die Bevölkerungszahl nach aktuellen Prognosen weiter sinken lassen dürfte. Zu den möglichen Folgen für den Erhalt von Baudenkmalen gehören eine Reihe von Problemen, etwa weniger Mittel durch ein geringeres Steueraufkommen, vor allem aber Leerstand und damit

einhergehender Verfall. Eine touristische Nutzung der Gebäude erscheint als Lösung naheliegend, da der Deutschlandtourismus wächst, der Tourismus in ländlichen Räumen allgemein als strukturpolitisches Instrument vermehrt ins Blickfeld der Politik geraten ist und der Tourismus auf dem Land in der Entwicklung der Übernachtungszahlen gegenüber erfolgreichen städtischen Destinationen bislang eher zurückbleibt, was einen Bedarf an profilbildenden, öffentlichkeitswirksamen Projekten in Einklang mit aktuellen touristischen Trends begründen kann. Eine kulturhistorische Ausrichtung wäre für ein solches Projekt gegebenenfalls eine plausible Option, da gerade auch dem Kulturtourismus durch Tourismusakteure im ländlichen Raum erhebliche Potenziale zugeschrieben werden. Somit wäre die Anwendung von mit den AHP vergleichbaren Konzepten in Deutschland örtlich sicher möglich. (Kultur-) Tourismus speziell in Dörfern spielt in der touristischen Angebotsstruktur in Deutschland bislang indes eher eine Nebenrolle, mit „Sachsens Dörfern“ existiert nur ein einziges, mit den AHP immerhin in einigen Aspekten vergleichbares Netzwerk. Die AHP bieten nach rund 30 Jahren ihrer Existenz die wertvolle Möglichkeit, aus ihrer Genese, ihrem Erfolg oder Misserfolg und ihren weiterhin bestehenden Herausforderungen zu lernen. In der Gesamtschau erscheinen sie als ambitioniertes, in Teilen erfolgreiches Projekt, das eine Brücke zwischen dem denkmalpflegerischen Anspruch, regional und national wichtiges Kulturerbe nachhaltig zu erhalten, und touristischen Zielsetzungen schlägt. Projekte wie die AHP können punktuell einen erheblichen Beitrag dazu leisten, bauliches Kulturerbe über den Weg einer touristischen Nutzung zu sichern und die Wertschätzung von Bewohnern wie Besuchern ländlicher Ortschaften für deren historisches Erbe zu erhöhen. Vor überzogenen Erwartungen ist dabei zu warnen. Der hier untersuchte Ansatz kann ein Stein in einem Mosaik aus Lösungen sein, wie Kulturerbe in peripheren, ländlichen Regionen erhalten und neu genutzt werden kann, nicht jedoch eine Lösung für die Problematik in der Fläche. Touristische Aktivität ist für Destinationen schwierig zu steuern, zufriedenstellende Übernachtungszahlen sind auch bei einem professionellen Destinationsmanagement und der Wahl eines zugkräftigen Profilthemas keineswegs garantiert. Was bereits für „normale“ Zeiten gilt, verschärft sich noch unter Pandemiebedingungen.

Als universelle Phänomene eignen sich Tourismus und der Kulturgüterschutz geradezu ideal für Vergleiche, gegenseitiges Lernen und Erfahrungsaustausch über Ländergrenzen hinweg. Zu diesem Austausch zwischen zwei europäischen Ländern mit eigenen Herausforderungen, Ähnlichkeiten und Unterschieden soll die vorliegende Arbeit ein Beitrag sein.

6. Quellen- und Literaturangaben

Aldeias Históricas de Portugal (o. J.): Inicio, Veröffentlicht im Internet. URL: <https://aldeiashistoricasdeportugal.com/#wrapper> (Abruf: 03. 01. 2021, 19:23 Uhr)

Alexandre Lousada, Maria (2008): Antigas Vilas, aldeias velhas, novas aldeias. A paradoxal identidade das Aldeias Históricas de Portugal, In: Turismo, Inovação e Desenvolvimento, CEG, Lissabon, S. 143-174.

Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal (2009): “Rede das Aldeias Históricas de Portugal”. Estratégia de Eficiência Colectiva e Plano de Acção. Provere: Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos.

Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal (2017): Estratégia de Eficiência Colectiva. Crescimento Verde. Desenvolvimento Sustentável. Programa de Acção. EEC AHP 2020.

Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal (o. J.): Um destino que são 12 (Broschüre)

Baumgartner, Christian (2021): Nachhaltige Tourismus-Entwicklung. Erfahrungen aus ländlich-alpinen Regionen, In: Brandl, Berg, Herntrei, Steckenbauer, Lachmann-Falkner (Hrsg.) (2021): Tourismus und ländlicher Raum. Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung, Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 25, Erich Schmidt Verlag, Berlin, S. 13-32

Bento Correia, Juliana (2009): Turismo em Ambiente de Montanha. O exemplo de Piódão (cordilheira central), Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra

Borghi piu belli d'Italia (o. J.): The association. Veröffentlicht im Internet. URL: <https://borhipiubelliditalia.it/en/the-club/>. (Abruf: 22.11. 2021, 11:27 Uhr)

Boura, Maria Isabel (2004): Património e mobilização das comunidades locais: Das Aldeias Históricas de Portugal aos Contratos de Aldeia, In: Cadernos de Geografia N° 21/23 - 2002-2004, Faculdade de letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, S. 115-126

Boura, Maria Isabel (2006): As Aldeias Históricas de Portugal e as Rotas Culturais, In: Jacinto, Rui, Bento, Virgílio (2006): O Interior Raiano do Centro de Portugal. Iberografias 8, Campo das Letras, Porto, S. 293-303

Boura, Maria Isabel (2013): Aldeias Históricas de Portugal: Património, Paisagem e Sustentabilidade do Território, In: Atlântida – revista de cultura vol. LVIII 2013, Angra do Heroísmo, S. 261-271

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hrsg.) (2020): Baukultur und Tourismus. Unterwegs zu neuen Partnerschaften, Bonn

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2021): BBSR legt neue Bevölkerungsprognose für die Stadt- und Landkreise vor, Veröffentlicht im Internet, URL:

<https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/startseite/topmeldungen/bevoelkerungsprognose-bbsr-2040.html#:~:text=Die%20Bev%C3%B6lkerungszahl%20in%20Deutschland%20wird,81%2C9%20Millionen%20Menschen%20verringern.&text=Im%20Vergleich%20zum%20Jahr%202020,geringerer%20R%C3%BCckgang%20als%20bisher%20erwartet> (Stand: 05. 03. 2021, Abruf: 20. 03. 2022, 15:51 Uhr)

Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (BIB) (2020): Altenquotient in Deutschland (Kreisebene 2020), Veröffentlicht im Internet. URL: https://www.bib.bund.de/DE/Fakten/Fakt/B67-Altenquotient-Kreise.html;jsessionid=96CABF6F96CFAA2CA7AE0C7D558B5C01.1_cid380?n=9995760 (Stand: 2020. Abruf: 20. 03. 2022, 16:40 Uhr)

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o. J.): Tourismuspolitik. Ländliche Räume, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Tourismus/tourismuspolitik-schwerpunkte-laendlicher-raum.html> (Abruf: 31. 07. 2021, 10:37 Uhr)

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.) (2014): Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen. Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen, Aktualisierte Auflage, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.) (2021): Nationale Tourismusstrategie. Aktionsplan des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, Berlin.

Bundeszentrale für Politische Bildung (2019): Soziale Situation in Deutschland. Bevölkerungsentwicklung und Altersstruktur, Veröffentlicht im Internet, URL:

<https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61541/bevoelkerungsentwicklung-und-alterstruktur/> (Stand: 19. 09. 2019, Abruf: 20. 03. 2022, 15:22 Uhr)

Burdett, Matt (2017): Primary and secondary tourist resources. Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.geographycasestudy.com/primary-and-secondary-tourist-resources/> (Stand: 07. 11. 2017. Abruf: 19. 12. 2021, 11:41 Uhr)

Burzinski, Matthias, Buschmann, Lara, Pröbstle, Yvonne (2018): Kulturtourismusstudie 2018. Empirische Einblicke in die Praxis von Kultur- und Tourismusakteuren, Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg, Ludwigsburg und Bonn.

Carvalho, Paulo, Silva, Susana, Tovar, Zília, Amado, Marta (2012): Património e Lazeres Turísticos – dos lugares às redes, Biblioteca virtual eumed.net, Universidad de Málaga, Málaga

Costa Gregório, Maria João, Brito-Henriques, Eduardo, Sarmiento, João. (2014). Ruínas, tecnologia e atores na construção da rede das Aldeias Históricas de Portugal, In: Vieira, António, Julião, Rui Pedro (coord.): A Jangada de Pedra. Geografias-Ibero-Afro-Americanas, actas do XIV Colóquio Ibérico de Geografia, Associação Portuguesa de Geógrafos, Universidade do Minho, p. 1126-1131

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (o. J.): Städte und Kultur, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.germany.travel/de/startseite.html> (Abruf: 27. 03. 2022, 11:28 Uhr)

Direção-Geral do Património Cultural (o. J.): Pesquisa Geral (Objektsuche), Veröffentlicht im Internet, URL: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/en/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/> (Abruf: 23. 11. 2022, 14:33 Uhr)

Du Cros, Hilary, McKercher, Bob (2015): Cultural Tourism, Second Edition, Routledge. London und New York

Eisenstein, Bernd, Schmücker, Dirk (2021): Overtourism? Zur Tourismusakzeptanz der Bevölkerung in Deutschland, In: Brandl, Berg, Herntrei, Steckenbauer, Lachmann-Falkner (Hrsg.) (2021): Tourismus und ländlicher Raum. Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung, Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 25, Erich Schmidt Verlag, Berlin, S. 33-50

- Europäische Kommission (o. J.):** Cultural Tourism, Veröffentlicht im Internet, URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en (Stand: k.A., Abruf: 24. 07. 2021, 9:20 Uhr)
- Europarat (o. J.):** Cultural Routes of the Council of Europe programme, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/about> (Abruf: 24. 11. 2021, 10:03 Uhr)
- Facebook (o. J.):** Profil der Aldeias Históricas de Portugal, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.facebook.com/ALDEIASHISTORICASDEPORTUGAL/> (Abruf: 03. 01. 2022, 19:10 Uhr)
- Groß, Sven (2021):** Tourismusforschung in Deutschland. Eine empirische Untersuchung von TourismusprofessorInnen an deutschen Hochschulen, In: Brandl, Berg, Herntrei, Steckenbauer, Lachmann-Falkner (Hrsg.) (2021): Tourismus und ländlicher Raum. Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung, Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 25, Erich Schmidt Verlag, Berlin, S. 177-198
- Instagram (o. J.):** Profil der Aldeias Históricas de Portugal, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.facebook.com/ALDEIASHISTORICASDEPORTUGAL/> (Abruf: 03. 01. 2022, 19:13 Uhr)
- Instituto Nacional de Estatística INE (2020 a):** Informação à comunicação social. Projeções de população residente 2018 – 2020, Lissabon
- Instituto Nacional de Estatística INE (2020 b):** Estatísticas do turismo 2019, Lissabon
- Instituto Nacional de Estatística INE (2021a):** Bevölkerungsdichte nach NUTs II, Veröffentlicht im Internet, URL: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contecto=pi&indOcorrCod=0008337&selTab=tab0 (Stand: 25.06.2021, Abruf: 11. 09. 2021, 9:52 Uhr)
- Instituto Nacional de Estatística INE (2021b):** Altersindex der Bevölkerung nach NUTS II und Kreisen, Veröffentlicht im Internet, URL: https://ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&userLoadSave=Load&userTableOrder=9327&tipoSelecao=1&contexto=pq&selTab=tab1&submitLoad=true&xlang=pt (Stand: 14. 06. 2021, Abruf: 11. 09. 2021, 10:23 Uhr)
- Instituto Nacional de Estatística INE (2021c):** Touristische Übernachtungen nach Kreisen, Veröffentlicht im Internet, URL: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod

[=0008783&contexto=bd&selTab=tab2](#) (Stand: 08. 07. 2021, Abruf: 23. 04. 2022, 20:16 Uhr)

Instituto Nacional de Estatística INE (2021d): Einwohnerzahl 2021 nach Kreisen und Gemeinden, Veröffentlicht im Internet, URL: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contexto=pi&indOcorrCod=0011166&selTab=tab0 (Stand: 16.12.2021, Abruf: 23. 04. 2022, 19:45 Uhr)

Instituto Nacional de Estatística INE (2021e): Touristische Übernachtungen nach NUTS II, Veröffentlicht im Internet, URL: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009182&contexto=bd&selTab=tab2 (Stand: 23. 07. 2021, Abruf: 23. 04. 2022, 19:57 Uhr)

Küpper, Petra (2020): Was sind eigentlich ländliche Räume? Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.bpb.de/izpb/laendliche-raeume-343/312687/was-sind-eigentlich-laendliche-raeume> (Stand: 10. 07. 2020. Abruf: 22. 11. 2021, 15:01 Uhr)

Laurent, Juliette (2007): Portugal: Visiting Belmonte's New Old Jewish Community, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.dw.com/en/portugal-visiting-belmontes-new-old-jewish-community/a-2738534> (Stand: September 2007. Abruf: 23.10.2021, 11:09 Uhr)

Lexico.com (o. J.): Definition von „heritage“ nach dem Oxford English Dictionary, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.lexico.com/definition/heritage> (Abruf: 10. 07. 2021, 10:37 Uhr)

Martins Braga, Ascensão Maria, Santos Natário, Maria Manuela, Daniel, Ana C. M., Fernandes, Gonçalo (2013): Tendências demográficas da região centro de Portugal: Caso de estudo dos municípios de baixa densidade, Instituto Politécnico da Guarda, Guarda.

de Meneses, António (Regie) (1938): Aldeia mais portuguesa de Portugal, Veröffentlicht im Internet, URL: https://www.youtube.com/watch?v=xH80TLL1tnk&ab_channel=CasadoPovoDoPaul (Abruf: 12.03.2022, 20:15 Uhr).

Meuser, Michael, Nagel, Ulrike (1991): ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht: ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion, In: Garz, Dettlef, Kraimer, Klaus (Hrsg.): *Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen*, Westdeutscher. Verlag, Opladen, S. 441-471

- The Mihai Eminescu Trust (o. J.):** Supporting Transsylvania's Cultural Heritage, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.mihaieminescutrust.org/home>. (Abruf: 22. 11. 2021, 11:30 Uhr)
- Navega Ferreira, Pedro (2011):** Programa de Recuperação de Aldeias Históricas em Portugal, Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, Coimbra
- Peters, Jürgen (2012):** Ortsbild und Landschaftsstruktur als Grundlage für ländlichen Tourismus, In: Rein, Hartmut, Schuler, Alexander (Hrsg.) (2012): Tourismus in ländlichen Räumen, Springer, Gabler, Wiesbaden, S. 45-63
- Reichert-Schick, Anja (2018):** Wüstungen – zur potentiellen Renaissance eines historischen Phänomens, In: Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie, Jg. 61, H.1, S. 27-47
- Ritchie, J.R. Brent, Crouch, Geoffrey I. (2003):** The competitive Destination. A sustainable tourism perspective, CABI Publishing, Wallingford
- Rodrigues, Áurea, Kastenholz, Elisabeth, Rodrigues, Apolónia (2007):** Networks in rural tourism and their impact on sustainable destination development. The case of the European Network of Village Tourism, Conference Paper, Instituto Superior Politécnico Gaya, University of Aveiro, Região de Turismo de Évora, Aveiro und Évora.
- Silva, Luís (2007):** A procura do turismo em espaço rural, In: Etnográfica 11 (1), S. 141-163
- Statista.com (o. J.):** Kreise mit der geringsten Bevölkerungsdichte in Deutschland im Jahr 2019, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1184710/umfrage/kreise-geringste-bevoelkerungsdichte/#professional> (Abruf: 23. 04. 2022, 14:49 Uhr)
- Statistisches Bundesamt (o. J.):** Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben: Deutschland, 2010-2019, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1648376675087&auswahloperation=abrufabelleAuspraegungAuswahlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=45412-0001&auswahltext=&wertauswahl=75&wertauswahl=76&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb> (Abruf: 27. 03. 2022, 10:17 Uhr).

- Steinecke, Albrecht, (2007):** Kulturtourismus: Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
- Timothy, Dallen J., Boyd, Stephen W., (2003):** Heritage Tourism, Pearson Educated Limited, Harlow.
- Timothy, Dallen J. (2011):** Cultural Heritage and Tourism. An introduction, Channel View Publications, Bristol
- Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (o. J):** Sachsens Dörfer, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.sachsen-tourismus.de/jetzt-nach-sachsen/land-leute/urlaub-in-sachsens-doefern/projekt> (Stand: k. A., Abruf: 23. 04. 2022, 21:47 Uhr)
- Tourismusnetzwerk Sachsen (o. J.):** Sachsens Dörfer, Veröffentlicht im Internet. URL: <https://sachsen.tourismusnetzwerk.info/produkt-qualitaet/produktentwicklung/doerfer/> (Abruf: 23. 04. 2022, 21:45 Uhr).
- Turismo Centro de Portugal (2017):** Estratégia Turismo 2027. Liderar o turismo do futuro, Aveiro
- Turismo Centro de Portugal (2019):** Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030, Aveiro
- Turismo Centro de Portugal (o. J a.):** O judaísmo português hoje: Belmonte, a nação judaica, Veröffentlicht im Internet, URL. <https://www.centerofportugal.com/pt/article/o-judaismo-portugues-hoje-belmonte-a-nacao-judaica/> (Abruf: 23. 10. 2021, 21:01 Uhr)
- Turismo Centro de Portugal (o. J. b):** Aldeias Históricas de Portugal, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.centerofportugal.com/pt/destination/aldeias-historicas-de-portugal> (Stand: k. A., Abruf: 23. 04. 2022, 21:29 Uhr)
- Turismo de Portugal (2017):** Estratégia Turismo 2027. Liderar o turismo do futuro, Lissabon
- Turismo de Portugal (o. J.):** visitportugal.com (landesweites Tourismusportal), Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.visitportugal.com/pt-pt> (Stand: k. A., Abruf: 23. 04. 2022, 21:08 Uhr)
- UNWTO (2020):** International Tourism growth continues to outpace the global economy, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy> (Stand: 20. 01. 2020, Abruf: 29. 08. 2021, 09:24 Uhr)
- UNWTO (o. J. a):** Policy and Destination Management, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.unwto.org/policy-destination-management> (Abruf: 31. 10. 2021, 14:40 Uhr)

- UNWTO (o. J. b):** Product Development, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.unwto.org/tourism-development-products> (Abruf: 19. 12. 2021, 11:46 Uhr)
- UNWTO (o. J. c):** Rural Tourism, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.unwto.org/rural-tourism> (Abruf: 31. 07. 2021, 10:00 Uhr)
- UNWTO (o. J. d):** Tourism and culture, Veröffentlicht im Internet, URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> (Abruf: 10. 07. 2021, 9:23 Uhr)
- Wolff, Peter, (2021):** Kommunale Positionierung und Bürgermeinungen. Der UNESCO-Welterbeantrag von elf europäischen Heilbädern im Stimmungsbild der Bevölkerung, In: Brandl, Berg, Herntrei, Steckenbauer, Lachmann-Falkner (Hrsg.): Tourismus und ländlicher Raum. Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung, Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 25, 2021. Erich Schmidt Verlag, Berlin, S. 251-264
- Zeiner, Manfred, Harrer, Bernhard (2012):** Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im ländlichen Raum, In: Rein, Hartmut, Schuler, Alexander (Hrsg.) (2012): Tourismus in ländlichen Räumen, Springer, Gabler, Wiesbaden, S. 11-26
- Zeppenfeld, Runa (2012):** Ländliche Kultur und ländliche Struktur, In: Rein, Hartmut, Schuler, Alexander (Hrsg.) (2012): Tourismus in ländlichen Räumen, Springer, Gabler, Wiesbaden, S. 64-79

7. Glossar

AHP: Aldeias Históricas de Portugal (Deutsch: Portugals Historische Dörfer)

AHP-ADT: Aldeias Históricas de Portugal – Associação de Desenvolvimento Turístico (eingetragener Verein, der seit 2007 das Netzwerk der Aldeias Históricas touristisch steuert und vermarktet)

BBSR: Bundesinstitut für Bau-, Sozial- und Raumforschung

BIB: Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung

BMWi: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

CCDR: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento regional do Centro

DGPC: Direção-Geral do Património Cultural (Nationale Denkmalschutzbehörde Portugals)

DMO: Destination Management Organization

EFRE: Europäischer Fond für regionale Entwicklung

INE: Instituto Nacional de Estatística / Statistisches Landesamt Portugals

QCA: Quadro Comunitário de Apoio: Nationale Umsetzungsprogramme der Europäischen Strukturfonds in Portugal bis 2006

PNT: Plano Nacional de Turismo

PPDR: Programa do Potencial de Desenvolvimento Regional

PROVERE: Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos

TLR: Tourismus in ländlichen Räumen

UNESCO: United Nations Scientific, Educational and Cultural Organization

UNWTO: World Tourism Organisation / Welttourismusorganisation (Eine der 17 rechtlich selbstständigen Sonderorganisationen der Vereinten Nationen)

8. Anhänge

Anhang 1: Interviewanfrage per E-Mail vom 22. 03. 2022 an João Botão dos Santos, Mitarbeiter für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der AHP und Rückantwort.

(Formatierung und Schrifttyp wurden aus dem E-Mail-Postfach des Autors dieser Arbeit unverändert übernommen)

pedido de entrevista

2 Nachrichten

Daniel Teppe <teppedaniel@gmail.com>
An: press@aldeiashistoricasdeportugal.com

22. März 2022 um 16:43

Estimados senhores,

como já referido por telefone, entro em contacto consigo para perguntar pela possibilidade de realizar uma breve entrevista (online) sobre a rede das Aldeias Históricas de Portugal.

A entrevista faria parte da minha tese de mestrado no curso de "Proteção de Bens Culturais Europeus" na Universidade de Frankfurt/Oder (Alemanha). A tese visa investigar as relações entre o património cultural edificado e o turismo através do exemplo das Aldeias Históricas de Portugal.

Agradeço desde já a sua atenção.

Com os melhores cumprimentos
Daniel Teppe

João Botão dos Santos - AHP <press@aldeiashistoricasdeportugal.com>
An: Daniel Teppe <teppedaniel@gmail.com>

22. März 2022 um
17:13

Boa tarde Caro Daniel,

Confirmo a receção do email. De facto, foi o único email que recebi da sua parte, deve ter acontecido algum problema com o email endereçado há duas semanas. Vou entrar em contacto com a Dr^a Dalila (Coordenadora Executiva da AHP-ADT) no sentido de perceber a sua disponibilidade para a entrevista. Entro em contacto assim que tiver novidades.

Qualquer dúvida, não hesite!

Atenciosamente,

João Botão dos Santos

Estrutura de Gestão e Coordenação do PROVERE

E-mail: press@aldeiashistoricasdeportugal.com

Tel: 275 913 395

www.aldeiashistoricasdeportugal.com

Anhang 2: Leitfaden des geplanten Experteninterviews mit Dalila Dias, ausführende Koordinatorin der Aldeias Históricas de Portugal, Associação de Desenvolvimento Turístico (AHP-ADT)

1. Rund 30 Jahre nach der Gründung, welche Bilanz ziehen Sie bezüglich des Erfolgs des Projekts in demografischer, touristischer, sozialer und denkmalpflegerischer Hinsicht?

Aproximadamente 30 anos após o início, qual o balanço que faz acerca o êxito do projeto, de um ponto de vista demográfico, turístico, social e da proteção do património edificado?

2. Wie sehen Sie die Position des Netzwerks der AHP im touristischen Gefüge, regional und national?

Como vê a posição da rede das AHP no sistema turístico a nível nacional e regional?

3. Wie charakterisieren Sie Ihre Zielgruppen? Welche touristischen Segmente besuchen die AHP?

Como caracteriza os seus públicos-alvo? Quais os segmentos turísticos que visitam as AHP?

4. Wie hat sich die Wahrnehmung des historischen Kulturerbes durch die lokale Bevölkerung und die Öffentlichkeit allgemein verändert?

Em que sentido a perceção do património histórico pela população local e o público em geral tem mudado através do projeto?

5. Hat das Projekt Auswirkungen auf die Eigenwahrnehmung der lokalen Gemeinschaften? Wenn ja, welche?

O projeto teve um impacto na auto-perceção das comunidades locais? Caso sim, quais são?

6. Inwieweit hat die Gründung der AHP-ADT die Entwicklung des Netzwerks verändert?

Até que ponto a fundação da AHP-ADT afetou e transformou o desenvolvimento da rede?

7. Die Konstituierung einer Tourismusdestination und der dazugehörigen Institutionen ist ein komplexes Unterfangen. Welche Akteure haben im Falle der AHP eine bedeutende Rolle hierbei gespielt? Welche Hindernisse und Schwierigkeiten sind in diesem Prozess aufgetreten?

A constituição de um destino turístico e as instituições correspondentes é um empreendimento complexo. Quais os agentes que tinham um papel relevante nisso no caso das AHP? Quais os obstáculos e as dificuldades que se apresentaram nesse processo?

8. Autoren verweisen auf die Diskrepanz zwischen dem Namen „Historische Dörfer“ und dem Umstand, dass es sich eigentlich um Städte handelt. Nehmen Ihre Gäste diese Diskrepanz wahr? Spielt historische Genauigkeit für sie eine Rolle?

Autores referem a discrepância entre o nome das “Aldeias Históricas” e o facto das “aldeias” serem meramente vilas. Os visitantes têm noção dessa discrepância? A precisão histórica é de importância para eles?

9. Was sind Ihrer Einschätzung nach die wichtigsten Herausforderungen für das Netzwerk der AHP in der Zukunft?

Da sua opinião, quais são os mais importantes desafios para a rede no futuro?

10. Sehen Sie die AHP als Modell für ähnliche Projekte in anderen Ländern? Welche Empfehlungen für mögliche Nachahmer können Sie aus Ihrer Erfahrung ableiten?

Percebe as AHP como modelo para projetos semelhantes noutros países? Quais as recomendações que pode derivar da sua experiência para quem queira seguir o seu exemplo?

Anhang 3: Übernachtungszahlen der AHP, Region Centro und Portugal 2011-2019

		Arganil	Idanha-a-Nova	Almeida	Belmonte	Celorico da Beira	Figueira de Castelo Rodrigo	Fundão	Méda	Sabugal	Trancoso	AHP gesamt	Centro (gerundet)	Portugal
2011	Übernachtungen		45.295	15.176		21.343						81.814	4.040.000	39.440.000
	Davon Ausländer		7.267	4.366		1.973						13.606	1.550.000	26.000.000
2012	Übernachtungen	16.517	38.679	15.956		16.626						87.778	3.760.000	39.680.000
	Davon Ausländer	813	6.325	4.268		1.420						12.826	1.480.000	27.260.000
	Veränderung gg. Vorjahr													0,61 %
2013	Übernachtungen	19.784	39.370	15.379	14.297	20.105	6.477	67.151	5.391		6.729	194.683	4.020.000	43.530.000
	Davon Ausländer	1.889	7.822	4.822	5.613	2.869	1.123	8.577	1.528		2.896	37.139	1.600.000	30.380.000
	Veränderung gg. Vorjahr													9,70 %
2014	Übernachtungen	22.628	29.764	16.516	16.587	17.335	9.759	63.121	5.045	2.395		183.150	4.490.000	48.710.000
	Davon Ausländer	1.816	5.845	5.455	6.232	2.603	2.200	5.803	1.535	677		32.166	1.830.000	33.770.000
	Veränderung gg. Vorjahr	14,38 %	-24,40 %	7,39 %	16,02 %	-13,78 %	50,67 %	-6,00 %	-6,42 %			-5,92 %	11,69 %	11,90 %
2015	Übernachtungen	35.092	29.496	16.794	17.039	15.910	11.956	70.886	7.655	11.050	14.843	230.721	5.060.000	53.070.000
	Davon Ausländer	6.273	6.932	5.221	6.787	2.162	3.040	6.617	2.664	1.828	5.241	46.765	2.090.000	36.920.000
	Veränderung gg. Vorjahr	55,08 %	-0,90 %	1,68 %	2,73 %	-8,22 %	22,51 %	12,30 %	51,73 %	361,38 %		25,97 %	12,69 %	8,95 %
2016	Übernachtungen	31.956	29.568	18.379	21.902	19.744	8.514	84.676	16.096	20.158	17.208	268.201	5.640.000	59.120.000
	Davon Ausländer	3.527	7.492	5.560	9.843	2.919	1.421	7.331	2.983	1.409	3.268	45.753	2.360.000	41.770.000
	Veränderung gg. Vorjahr	-8,94 %	0,24 %	9,44 %	28,54 %	24,10 %	-28,79 %	19,45 %	110,27 %	82,43 %	15,93 %	16,24 %	11,46 %	11,40 %
2017	Übernachtungen	28.683	33.353	19.847	23.632	18.414	9.832	97.127	20.850	17.702	23.804	293.244	6.760.000	65.390.000
	Davon Ausländer	3.908	7.512	5.131	10.533	2.329	1.292	6.733	4.314	1.188	4.239	47.179	3.220.000	46.790.000
	Veränderung gg. Vorjahr	10,24 %	12,80 %	7,99 %	7,90 %	-6,74 %	15,48 %	14,70 %	29,54 %	-12,18 %	38,33 %	9,34 %	19,86 %	10,61 %
2018	Übernachtungen	27.651	36.466	20.123	26.794	20.498	11.316	118.075	20.806	18.207	25.775	325.711	6.770.000	67.660.000
	Davon Ausländer	3.931	9.423	5.174	11.486	2.757	1.565	12.761	4.769	1.459	4.421	57.746	3.000.000	47.770.000
	Veränderung gg. Vorjahr	-3,60 %	9,33 %	1,39 %	13,38 %	11,32 %	15,09 %	21,57 %	-0,21 %	2,85 %	8,28 %	11,07 %	0,15 %	3,47 %
2019	Übernachtungen	26.771	38.690	20.139	30.554	20.942	12.931	125.817	20.606	21.625	24.104	342.179	7.130.000	70.160.000
	Davon Ausländer	4.656	9.073	5.162	14.079	2.636	1.768	12.982	3.882	1.534	4.358	60.130	3.120.000	49.050.000
	Veränderung gg. Vorjahr	-3,18 %	6,10 %	0,08 %	14,03 %	2,17 %	14,27 %	6,56 %	-0,96 %	18,77 %	-6,48 %	5,06 %	5,32 %	3,69 %
	Wachstum 2013-2019	35,32 %	-1,73 %	30,95 %	113,71 %	4,16 %	99,64 %	87,36 %	282,23 %		258,21 %	75,76 %	77,36 %	61,18 %
	Durchschnittliches Wachstum pro Jahr	5,89 %	-0,29 %	5,16 %	18,95 %	0,69 %	16,61 %	14,56 %	47,04 %		43,04 %	12,63 %	12,89 %	10,20 %

Quelle: INE, 2021c, eigene Berechnung

Anhang 4: Demographische Entwicklung der AHP auf Kreisebene 1991-2021

Kreis	Almeida	Arganil	Belmonte	Celorico da Beira	Figueira de Castelo Rodrigo	Fundao	Idanha-a-Nova	Meda	Sabugal	Trancoso
Umfasst die AHP	Almeida, Castelo Mendo	Piodao	Belmonte	Linhares	Castelo Rodrigo	Castelo Novo	Idanha-a-Velha, Monsanto	Marialva	Sortelha	Trancoso
Bevölkerung 1991	9.928	13.880	7.430	8.848	8.067	k.A.	13.517	7.395	16.798	11.441
Bevölkerung 2001	8.378	13.636	7.602	8.874	7.115	k.A.	11.547	6.187	14.772	10.850
Bevölkerung 2011	7.228	13.128	6.859	7.693	6.260	29.213	9.716	5.205	12.544	9.878
Bevölkerung 2021	5.887	11.065	6.205	6.584	5.148	26.509	8.356	4.633	11.283	8.414
Altersindex 2011	452,2	273,2	228,1	242,9	306,0	235,7	493,9	343,3	515,4	269,7
Altersindex 2021	721,7	330,2	304,0	376,6	385,0	321,7	493,2	452,6	625,5	407,9
Bevölkerungsentwicklung 1991-2021	-40,70 %	25,44 %	-16,49 %	-25,58 %	-36,18 %		-38,18 %	-37,40 %	32,80 %	-26,60 %
Bevölkerungsentwicklung 2011-2021	-18,55 %	14,95 %	-9,53 %	-14,41 %	-17,76 %	-9,25 %	-14,00 %	-10,99 %	10,05 %	-14,82 %

Quelle: INE, 2021d, Martins Braga et al., 2013, eigene Berechnung

Anhang 5: Demographische Entwicklung der AHP auf Gemeindeebene 2011-2021

	Piodao	Monsanto e Idanha-a-Velha	Almeida	Castelo Mendo etc.	Belmonte e Colmeal da Torre	Linhares	Castelo Rodrigo	Castelo Novo	Marialva	Sortelha	Trancoso e Souto Maior
Bevölkerung 2011	178	892	1.314	266	3.912	259	517	406	255	444	3.420
Bevölkerung 2021	120	766	1.145	208	3.543	213	468	353	177	320	3.192
Veränderung in %	32,50 %	-14,10 %	12,86 %	-21,80 %	-9,43 %	17,76 %	-9,48 %	-13,05 %	-30,58 %	27,90 %	-6,66 %
Altersindex 2011	800	1.681	320	1.041	187	369	372	277	1.857	791	143
Altersindex 2021	537	828	451	4.100	267	592	561	282	1.667	627	233

Quelle: INE, 2021d, eigene Berechnung